



HAL
open science

Les ONG confrontées à la communication internationale : le cas du Sénégal

Anda Hippolythe Frédéric Tendeng

► To cite this version:

Anda Hippolythe Frédéric Tendeng. Les ONG confrontées à la communication internationale : le cas du Sénégal. Sciences de l'information et de la communication. Université de Strasbourg, 2021. Français. NNT : 2021STRAG042 . tel-04602602

HAL Id: tel-04602602

<https://theses.hal.science/tel-04602602>

Submitted on 5 Jun 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Ecole Doctorale 519

Sciences Humaines et sociale – Perspectives Européennes

*Laboratoire interuniversitaire des sciences de l'éducation et de la communication (LISEC)
UR 2310*

Thèse présentée par : Anda Hippolyte Frédéric TENDENG

Présentée et soutenue le 16 décembre 2021

Pour obtenir le grade de Docteur en sciences de l'information et de la communication

LES ONG CONFRONTÉES À LA COMMUNICATION INTERNATIONALE : LE CAS DU SÉNÉGAL

Thèse dirigée par :

Philippe VIALON - Professeur des Universités. **Université de Strasbourg. Directeur**

Jury :

Sylvie Thiéblemont - Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication. 71ème section, **Université de Lorraine. Présidente**

Elizabeth Gardere - Professeure, des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication. 71ème section, **Université de Bordeaux. Rapporteur.**

Alain Kiyindou - Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication. 71ème section, **Université de Bordeaux. Rapporteur**

Bernard Coulibaly, Maître de conférences HDR, 70ème section, **Université de Haute-Alsace. Examineur**

Résumé

Le projet de recherche traite de la question de la communication des ONG internationales¹ en Afrique en général et au Sénégal en particulier. Il tente d'apporter des éléments de réponses sur la manière dont les ONG Internationales se confrontent aux bénéficiaires (États et populations locales) à travers la communication internationale. Si le première obstacle semble être celui de la langue (J.R.Ladmiral et E. Lipiansky, 1989), il paraît important et intéressant d'analyser la motivation des parties prenantes (ONG-populations locales, institutions) à travers l'interculturel, les stratégies tripartites mise en place, la culture, l'organisation de la communication pour les populations, le choc culturel... En effet il s'agit de comprendre les choix d'une communication ascendante, descendante, interpersonnelle, de masse, avec les nouveaux médias : internet et réseaux sociaux) entre les ONG internationales et les populations bénéficiaires. Au-delà de cette question de communication, il est nécessaire de comprendre pourquoi des personnes s'estiment devoir s'investir dans les pays tiers et quelles sont leurs stratégies et leurs motivations ? Sont-elles (les motivations) idéologiques, religieuses, politiques, touristiques, économiques ? Pourquoi certaines ONG peinent-elles à faire connaître leurs objectifs et missions ? Quelles sont les difficultés qu'elles rencontrent pour faire adhérer les populations aux différentes initiatives ? La réponse à ces interrogations permet simplement de comprendre les différentes stratégies mais aussi le regard que ces ONG ont de l'Afrique et ce qui motivent leur intervention. Mais faudrait-il se demander si elles prennent en compte sérieusement la culture locale ? En partant de cette hypothèse : la communication révélatrice des erreurs de conception, de stratégie et de manque de perspectives interculturelles des ONG, on peut apporter des éléments de réponses sur les facteurs de succès et d'échecs à partir de méthodes d'analyse systémique et constructiviste. Cette analyse permet en effet mieux de comprendre dans quels courants de pensées ou écoles s'inspirent les ONG. L'intervention des acteurs transnationaux en Afrique permet – elle de prendre en compte la théorie de l'école de Palo Atlo « *tout est communication* » ou s'inscrit-elle dans une démarche d'entreprise ?

Les résultats de l'enquête de terrains portant sur les obstacles de la communication internationale des ONG européennes intervenant au Sénégal (Bénéficiaires et représentant d'ONG), sur les Réseaux Sociaux Numérique (RSN) et leur utilisation, sur les motivations des ONG internationales, constituent une base importante dans notre étude « *Bénéficiaires et ONG* » (A. Tendeng 2013). Ils permettent aussi de confirmer les hypothèses de travail proposées dans cette recherche. D'autres enquêtes viennent compléter le tableau des analyses. La première porte sur la communication des ONG dans les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) avec une dimension temporaire (2014 – 2018) et la deuxième porte sur le bénévolat et RSN. Ces études complètent l'analyse qui permet de comprendre comment les ONG mobilisent les bénéficiaires et autres acteurs à travers la communication. Ces résultats émanent d'un questionnaire direct ou semi- fermé et d'entretiens auprès d'un grand nombre d'intervenants : des relais, des bénéficiaires, des spécialistes, des analystes, des inspecteurs régionaux d'élevage, des journalistes locaux, des représentants des agences régionales de développement, des bénévoles, des leaders d'opinion, des relais, des chargés de communication d'ONG et d'organisations du monde rural. Le choix de mener l'étude dans 7 régions du Sénégal assez différenciées (géographique, climat, population) permet de comprendre : les relations institutionnelles et les choix stratégiques pour réussir la communication, les motivations et les mécanismes utilisés par les ou l'ONG pour s'installer au Sénégal, l'impact culturel et les motifs des rejets ou l'échec de certains programmes, la place des connaissances et savoirs endogènes.... Il résulte ainsi de ces études une incohérence totale dans la démarche de mise en place d'un projet, mais aussi une non-prise en compte de la culture. Ce qui expliquerait les obstacles qu'elles rencontrent dans leur communication et parfois l'échec dans la mise en œuvre de programmes et projets. Cette recherche est complétée par une analyse des stratégies de communication des ONG mise en place. Celle-ci permettra de montrer l'existence d'une disparité existante ou pas entre les stratégies de communication et les réalités de terrains.

Mots clés : Organisations Internationales, Information-communication, pratiques professionnelles, médiation, médiatisation, organisation, médias, culture, représentations, documentation, dispositifs sociotechniques. Interculturelles, Cultures, stéréotypes, Communication et organisation, ONG, Stratégie de communication, systémiques, constructiviste

¹ Les ONG internationales sont essentiellement situées au nord et sont principalement occidentales. Un l'esprit de solidarité né de la philosophie des lumières et l'importance de la société civile,

Remerciement

Je tiens à remercier chaleureusement le Professeur des Universités Philippe Viallon. Il était présent dans tous les combats depuis mon inscription en thèse. Merci du fond du cœur

Je tiens aussi à dédier ce travail, à ma mère Solange Sambou. Elle qui n'a pas eu la chance d'être scolarisée mais qui a réussi ce challenge de nous scolariser, de nous nourrir par son travail, de nous éduquer, de nous enseigner les valeurs du travail, du respect de l'autre et de nous accompagner dans la vérité. Maman tu sais la fierté et l'amour que j'ai pour toi.

Dédicaces à mes enfants que j'aime de tout cœur sans exception. H.A.P.K. D

A ma femme Anice Djabirmaye Coly, je te dis « chapeau ». Tu as été présente depuis le début de ce travail. Tu m'as accompagné en me montrant davantage le chemin par ta présence, ton amour. Tu as participé à ma stabilité, tu as été présente dans les moments difficiles, tu as fait les nuits blanches avec moi. Je te suis reconnaissant de cet amour que tu portes dans ton cœur.

Et en retour je te dis : je t'aime, Je t'aime

A ma famille ; A mes sœurs Aïda et Helene ; A Pierre Godefroy mon grand-frère, merci pour vos gestes et vos prières.

A ma famille de l'Italie, Daddy, Flora Tapha, Mastou merci encore pour vos gestes, votre affection et votre contribution.

A toutes les personnes qui ont quitté cette terre : mon frère Landing Diatta (my brother), tonton Lamine, Tonton Fabakary, Rosiline ; mon père Dominique, tante Blandine, Tonton Nestor, BAdiene, Louise, mes amis et frères Richard Antonin et Ako merci pour l'aide que vous m'avez apporté sur terre et vos prières dans les cieux. Paix à vous.

Enfin aux membres du jury de thèse

- Professeur des universités Elizabeth Gardere,
- Professeur des universités Alain Kiyndou
- Professeur des universités Sylvie Thieblomont
- Professeur Bernard Coulibaly

Je vous dis merci pour l'accompagnement, les conseils, le travail, les orientations.

Aux membres de l'école doctorale merci pour votre accompagnement.

Aux membres de la chaire Unesco de pratiques médiatiques, merci pour tous les moments de confiance et de travail.

Abréviation

AED	: Aide éducative à domicile
AEMO	: Action Éducative en Milieu Ouvert
AFP	: Agence France Presse
A.I.D.A	: Attention, Intérêt, Désir, Action
ANCS	: Alliance Nationale Contre le Sida
ANE	: Acteurs Non Étatiques
APA	: Agence presse Africaine
APD	: Aide publique au développement
APS	: Agence de Presse Sénégalaise
ARD	: agences régionales de développement
ARIC	: Association pour la Recherche interculturelle
ATD Quart	: Agir tous pour la dignité
AVSF	: Agronome et Vétérinaire Sans Frontière
BEP	: Brevet d'enseignement professionnel
B.M	: Banque Mondiale
CASF	: Code de l'action sociale et des familles
CCFD	: Comité catholique contre la faim et pour le développement
CEC	: Coopération, Education Culture
CEPID	: Centre d'évaluation, de documentation et d'innovation pédagogiques
CERIEL	: Centre d'Étude sur les Représentations : Idées, Esthétique, Littérature
CERTU	: Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme
CCC	: Communication pour le Changement de Comportement
CISV	: Comunità Impegno Servizio Volontariato
CNOP MALI	: Coordination Nationale des Organisations Paysannes du Mali
CPI	: Cour pénale internationale
CPS	: Communauté Promotion et Développement
CSDPTT	: coopération solidarité développement aux PTT
CSF	: communication sans frontière
CRDI	: Centre de recherches pour le développement international
EPS	: Etablissement public de Santé non hospitalier
FAO	: Food and Agriculture Organization
FMI	: Fond Monétaire International

GPF	: Groupement de promotion féminine
HPST	: Hôpital, patients, santé et territoires
IEC	: Information, Education et Communication
IIED	: Institut International pour l'Environnement et le Développement
INED	: Institut national d'études démographiques
ISDBC	: Initiative Sénégalais pour la Distribution à Base Communautaire
ISSIC	: Institut Supérieur des Sciences de l'Information et de la Communication
IST	: Infection sexuellement transmissible
IRCOD	: Institut Régional Coopération Développement
IRSV	: Inspecteurs régionaux d'élevage
LISEC	: Laboratoire Interuniversitaire de Sciences de l'Éducation et de la Communication
MSF	: Médecins Sans Frontières
NOMIC	: Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication
NTIC	: Nouvelles Technologie de l'Information et de la Communication
OCB	: Organisation communautaire de base
OCDE	: Organisation de coopération et de développement économiques
OI	: Organisation Internationale
OING	: Organisation Internationale Non Gouvernementale
OMS	: Organisation mondiale de la santé
ONG	: Organisation non-gouvernemental
OP	: Organisation paysanne
ONGI	: organisation non-gouvernemental international
PH	: Personnes handicapées
PNDE	: Plan national de développement de l'élevage
PQN	: Presse quotidienne nationale
PQR	: Presse quotidienne régionale
RSN	: Réseaux Sociaux Numériques
RTS	: Radiotélévision du Sénégal
SPE	: Service de protection de l'Enfance
TIC	: Technologie de l'Information et de la Communication
VIH	: Virus de l'immunodéficience humaine

Sommaire

Introduction générale	8
- Thème : aide au développement pour les pays du tiers monde	10
- Sujet : la communication des ONG en Afrique et au Sénégal	12
- Problématique	18
« La communication des ONG internationales en question »	18
- Hypothèses de travail	28
- Cadre théorique	30
- Corpus	35
- Méthodologie	41
o Cadre méthodologique	48
Première partie	54
I. Théories et concepts	55
II. Approches théoriques : Approche systémique, constructiviste	137
Deuxième partie 2 :	175
I. Contexte de l'étude et motivations	176
1.1. Constats sur le terrain :	180
2. Complexité de la relation ONG et bénéficiaires	181
3. La relation d'aide dans une action sociale et envers les personnes en situation de précarité.	208
Troisième partie 3	239
I.1. Approche méthodologique	240
I.2. Questionnaires	270
Quatrième partie 4	288
Résultats des enquêtes & analyse	288
Les résultats enquêtes	289
I. Enquêtes de terrains et résultats :	289
I. Les champs lexicaux des ONG qui interviennent en Afrique	395
II. Modélisation de la communication des ONG : 7 Schémas proposés	429
Conclusion	454
Bibliographie :	459
Liste des graphiques, figures et Schémas modélisés	498

Introduction générale

L'Afrique regroupe une population de près de 1,3 milliards d'individus. Les projections faites estiment cette dernière à 2,4 milliards d'individus à l'horizon 2050. Elle est constituée en majorité de jeunes (Ined, 2019²). Cette jeunesse constitue à la fois un indicateur et un enjeu majeur de développement. En effet, elle représente ainsi près de 41 % de la population globale citée ci-haut. La tendance d'une présence importante d'une population jeune en Afrique est aussi constatée dans la partie ouest du continent et au Sénégal particulièrement. Les jeunes représentent 37%, comparée à l'Europe qui a actuellement un taux de 10%.

De manière plus générale, la région ouest africaine est constituée en grande majorité de pays francophones (anciennes colonies françaises). Le Fond Monétaire International (FMI) indique dans son rapport que « *les pays d'Afrique subsaharienne doivent créer 20 millions d'emplois par an pendant 20 ans pour absorber une population active de plus en plus nombreuse*³ » (FMI, 2019).

Par ailleurs, si cette jeunesse constitue un atout, 25 états africains figurent dans les listes des pays les plus pauvres du monde. Cet état des lieux est confirmé par la Banque Mondiale (B.M) qui indiquait dans son rapport que « *la moitié des pauvres de la planète vivaient en Afrique Subsaharienne*⁴ » (B.M, 2018).

La population africaine a des revenus par habitant trois fois moins importants que le reste du monde (Gilles Pison, 2019 Population & sociétés N°569). Selon l'institution (BM) les projections vers 2030 connaîtront des changements relatifs. Cependant ils risquent de ne pas être significatif par rapport à la situation actuelle.

A cela s'ajoute le coût élevé de la vie qui augmente régulièrement du fait de l'inflation mais aussi de la faiblesse du pouvoir d'achat. Ce qui favorise et renforce de plus en plus la pauvreté au sein des populations. A titre illustratif, « *le coût de la vie pour habiter (logement, abonnements...) au Sénégal est en moyenne 17% plus cher par rapport à la France*⁵ ». Dans plusieurs localités rurales, certaines populations semblent vivre des situations difficiles du fait de l'inexistence de plusieurs commodités et de conditions favorables à une vie normale.

² https://www.ined.fr/fichier/s_rubrique/211/569_population.societes.tous.pays.monde.2019.fr.pdf

³ Rapport annuel 2019 du FMI « *Un monde connecté* » p.22. En ligne : <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2019/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2019-fr.pdf>

⁴ Rapport 2018 « *sur la pauvreté et la prospérité partagée : compléter le puzzle de la pauvreté* ». En ligne <https://www.banquemondiale.org/fr/research/brief/poverty-and-shared-prosperity-2018-piecing-together-the-poverty-puzzle-frequently-asked-questions#:~:text=Dans%20toutes%20les%20r%C3%A9gions%20C3%A0,du%20seuil%20international%20de%20pauvrete%20C3%A9>

⁵ [Coût de la vie et Prix au Sénégal en 2021, pour vivre ou voyager \(combien-coute.net\)](https://www.combien-coute.net/)

L'absence d'infrastructures, l'enclavement de certaines localités, les dérèglements climatiques sont autant de facteurs qui rendent difficiles la vie de certaines populations. La sécheresse, le manque d'eau ont souvent poussé les populations vers l'exode rurale ou à vivre des situations de crises avec très peu de solutions.

Cette situation de pauvreté n'est pas générale à toute l'Afrique. Certains pays de l'Afrique du Nord (Maghreb) et une partie de l'Europe vivent une situation bien meilleure en matière de développement humain. Si la dimension démographique constitue un indicateur important, l'Afrique présente d'autres potentialités comme la richesse minière de ses sous-sols (Ahmed Touil, 2017), la disponibilité et l'abondance des matières premières, mais aussi l'appropriation et de développement des technologies numériques (Kemly Camacho et Alain Kiyindou, 2018). Ce contexte teinté par des situations contrastées a favorisé à la fois des échanges, mais aussi la circulation des personnes et des biens. Pour certains acteurs, l'opportunité de créer un business semble évidente, mais pour d'autres la nécessité d'aider les populations devient inconditionnelle. Cependant cela passe par une dimension d'échange et de **communication** pour établir à la fois une relation de travail et une relation d'aide avec les populations, quelle que soit la situation. Il s'agit aussi d'un début d'échange que l'on peut observer à travers les rapports sociaux, les valeurs, les normes à promouvoir, mais aussi les représentations sociales. Dominique Wolton (2003) parle de « *l'autre mondialisation* » pour expliquer un autre point de vue sur les possibles brassages des populations qui sembleraient se faire dans une parfaite connaissance de l'autre. L'auteur indique que « *ce n'est pas parce que l'autre est aujourd'hui plus accessible qu'il est plus compréhensible, c'est même précisément l'inverse* ⁶ ».

Si la communication entre les différents acteurs transnationaux et la population locale a une place de choix dans le cadre de cette étude, elle sera associée à d'autres facteurs pour expliquer les relations interculturelles et interpersonnelles. A cela s'ajoute les échanges, les rôles et les places des différents acteurs (locaux et transnationaux), la perception du don en lien avec la communication. Il faut noter que ces échanges favorisent ainsi la circulation des personnes et des biens mais aussi le brassage de différentes cultures qui parfois s'influencent mutuellement. L'Afrique par sa posture devient ainsi une plaque tournante d'une interaction qui amène à conjuguer différentes actions. Tantôt elle tourne vers un échange équitable, tantôt dans une posture d'assistance par des acteurs nationaux, transnationaux et/ou internationaux. Si le continent ne semble pas maîtriser son destin seul, l'idée et la possibilité d'une nécessité d'assistance, s'installent durablement dans l'opinion publique, nationale et internationale.

⁶ Dominique Wolton, « *L'autre mondialisation* », Flammarion, 2003, 211 pages,

Avec la démocratisation accentuée de certaines parties de l'Afrique vers les années 1990 (Nicolas Van de Walle, 2009) qui a laissé place à des années de dictature ; l'environnement politique semble plus ouvert aux échanges bilatéraux, multilatéraux et culturels. La promotion de nouveau mode de vie, de l'égalité, les actions de lutte contre la pauvreté et la généralisation d'une recherche de mieux être, poussent certains acteurs internationaux à se mobiliser pour les populations locales les plus défavorisées.

Cette situation impose à la fois une nécessité d'échange et de communication, mais aussi facilite ainsi le brassage des peuples et l'entretien des liens commerciaux avec des puissances étrangères, diverses entités, pays ou organisations. En somme, elle favorise la communication interpersonnelle et interculturelle. Ces liens faut-il le rappeler, même s'ils datent d'avant la 'colonisation' (Benoît de L'Estoile, 2017), restent souvent une source de tensions permanentes dans un « *contexte géopolitique* » (Ahmed Touil, 2017) souvent miné par des crises économiques, des tensions, des guerres, des génocides, mais aussi des révoltes et révolutions. Ce qui laisse place souvent à la communication institutionnelle et internationale, une place de choix dans un environnement en pleines mutations et interactions.

Cette situation, qui offre une possibilité ou une tentative d'acquérir et d'étendre des zones d'influences et d'intérêts renforce les tensions et les possibilités d'échange entre les populations. Les échanges commerciaux menés par les grandes puissances, placent souvent « *l'Afrique face [à la mondialisation]* » (Sayon Mara, 2020) et dans une dynamique d'échange interculturel. Elle met en parallèle « *l'Afrique des cultures et la mondialisation* » (Sayon Mara, 2020).

- Thème : aide au développement pour les pays du tiers monde

La place de choix de l'Europe qui est souvent assimilé à un continent développé, offre certaines perspectives, soit par l'engagement de ses populations et/ou souvent de ses dirigeants ; soit par la mobilisation de différents acteurs de terrain pour une prise en charge de certains problèmes rencontrés. Ces acteurs sont souvent les premiers intervenants sur le terrain en cas de crises politiques ou sociales, en cas de catastrophes naturelles (Tsunami), etc.

Les volontés d'uniformisation et de promotion d'un nouveau mode de vie poussent les pays développés à suggérer certaines pratiques ou usages comme des conduites à tenir. L'exemple de la possibilité de se développer par le désenclavement des villages est une illustration de ce mode de pensée. Plus qu'une suggestion, la démocratisation des systèmes politiques, des modes

de fonctionnement et de prise de décisions, est devenue un impératif. Mais on peut se poser la question de savoir si les pratiques endogènes ont été suffisamment prises en compte. Si certaines interrogations restent ouvertes, d'autres situations semblent motiver à la fois l'intervention de certaines ONG en Afrique et d'autres acteurs de terrains. Entre autres, la pauvreté, le sous-développement et même la corruption deviennent des thèmes quotidiens, parfois « *banalisés et systémiques* » (Blundo Giorgio, Olivier de Sardan Jean-Pierre, 2001).

Au-delà du caractère systémique de la corruption, les auteurs cités ci-haut semblent trouver les racines structurelles⁷ de ce fléau à travers un retour dans l'histoire politique parfois identique de certains pays de l'Afrique de l'Ouest. L'histoire de l'aide au développement et son utilisation sont une partie intégrante de l'histoire des pays bénéficiaires. Le cinéaste et écrivain Ousmane Sembene⁸ (1991) dans son film « *Guelwaar* » parle ainsi de la coopération nord-sud. En effet, il tente de faire le rapprochement entre l'aide alimentaire et la corruption qui peut parfois y être associée. Comme une forme de critique, l'auteur explore les différentes associations qui sont liées à l'aide et son utilisation par des acteurs et décideurs. En effet, l'aide humanitaire apportée par certaines organisations et la communication qui est utilisée interrogent sur son apport réel et ses motivations.

Certaines organisations comme Transparency international et Amnesty international vont jusqu'à mesurer le niveau de corruption dans certains pays bénéficiaires de l'aide au développement. Elles offrent ainsi un classement en établissant une liste de pays par degré de corruption. Le Sénégal occupe ainsi la 66ème place mondiale en 2018 dans la liste des pays corrompus, cela malgré les efforts consentis depuis 2012. Si la communication sur ce sujet entre les états et les organisations semble différente, elle laisse entrevoir une bataille de mot, de posture et d'explication souvent liées à la mondialisation pour expliquer l'échec ou la difficulté à faire face à ces types de situations.

Une mondialisation est là qui cherche à uniformiser les pratiques et semble s'imposer comme la seule alternative. Cette forme de pensée semble d'ailleurs dominer aujourd'hui dans l'esprit de beaucoup de citoyens du Nord comme du Sud. Sanou Mbaye (1995) pense qu'« *elle n'a de global que le nom et se caractérise par un mouvement massif de capitaux confinés principalement à l'intérieur des pays industrialisés* »⁹. C'est dans ce contexte que se développent ces visions suivantes qui s'apparentent souvent à des noms d'ONG internationales : actions

⁷ Blundo, Giorgio, et Jean-Pierre Olivier de Sardan (2001) « *la corruption quotidienne en Afrique de l'Ouest* », Politique africaine, vol. 83, no. 3, pp. 8-37.

⁸ Ousmane Sembene (1923-2007), Ecrivain, romancier, réalisateur et cinéaste Sénégalais.

⁹ Sanou Mbaye, 1995 « *L'Afrique noire face aux pièges du libéralisme* » en ligne : <http://mbaye.info/2002/07/14/afrique-noire-face-aux-pieges-du-liberalisme/462>

contre la faim, agir sans frontière, santé pour tous, lutte contre la pauvreté ; éducation pour tous ; penser le bien d'autrui ; commerce équitable, éducation pour tous, changer le monde, égalité pour tous, défense des minorités etc. Ces concepts semblent quotidiennement occuper l'actualité de certaines ONG internationales. Elles tentent dans leurs actions de rétablir une situation considérée comme déséquilibrée. Ces types de situations convoquent ainsi des vocations auprès de certains groupes, associations et organisations qui se mettent dans une perspective de défense des intérêts des populations, de lutte contre les injustices et de développement local... Ainsi la communication de ces différentes structures portent souvent sur les thèmes cités ci-dessus ainsi que sur la mobilisation des individus et le déploiement de leurs actions sur le terrain.

- Sujet : la communication des ONG en Afrique et au Sénégal

La relation avec l'Europe en général et la France en particulier a permis de constater les interactions entre les deux peuples, laissant ainsi le multiculturalisme se développer. Certaines ONG disent qu'elles travaillent activement sur la question. A ce propos l'ONG AVSF annonce avoir mis pour le Sénégal un site web et un système de communication avec les bénéficiaires au niveau locale ¹⁰. D'autres indiquent que ces relations ont permis d'implanter à la fois une identité et une participation active des ONG à la vie locale. Il est possible de proposer une classification en trois catégories : aide au développement, soutien à la démocratie et enfin intervention d'urgence.

Concernant l'aide au développement, l'action des ONG pourraient être notée sur des secteurs divers et variés et à plusieurs niveaux. Elles interviennent dans la protection de l'enfance, de la jeunesse et de l'éducation (Aide&action, Samu social international) au Sénégal et organisent des séances de sensibilisation sur la question de l'immigration clandestine (Horizon sans frontières, 2006). Sur cette dernière, son fondateur Boubacar Seye évoque et alerte ainsi sur les conditions d'accueil et la vulnérabilité des populations migrantes. La communication de l'ONG est axée sur la bonne gestion des flux migratoires, sur des solutions inclusives et la lutte contre la pauvreté au niveau local. L'ONG AVSF intervient au Sénégal auprès des éleveurs et agriculteurs.

Sur la question du soutien à la démocratie, droit et genre, certaines affirment que la communication est au centre de leurs actions. En effet, elles disent participer à plusieurs luttes

¹⁰ https://www.avsf.org/fr/pays_de_cooperation

en Afrique. Au Niger l'ONG EISA-Niger a joué un rôle important dans le processus électoral (New à Niamey, 2020). Elle a tenté de rendre les élections apaisées. En Guinée Conakry, d'autres s'activent sur les questions de genre et d'équité. Elles développent et sensibilisent sur 'les méfaits des violences basées sur le genre' sur les thèmes de l'éducation, de l'excision...Elles lancent des campagnes « *Ma fille, je la protège* » (Guinée matin 2021). Au Burkina, l'ONG Save the Children, engage des plaidoyers et forme des relais locaux pour sensibiliser sur le sujet (Iefaso.net, 2020). Certaines comme Amnesty international mènent des opérations plus critiques mènent à l'égard de certains pays pour à la fois dénoncer le non-respect du droit des citoyens et la lutte contre la corruption. A ce titre le chef de la diplomatie marocaine affirmait à l'égard de l'ONG « *le Maroc ne cédera pas au chantage* » (Nasser Bourati, 2020). Le troisième volet reste l'intervention d'urgence. Dans les zones de conflits, de crise ou de catastrophe naturelle ; les interactions entre les ONG et certaines populations interrogent et interpellent. Au Congo, un ancien chef de la rébellion alerte certaines ONG qui collectent des informations peu crédible et susceptible de se « *mettre au service d'une stratégie de pérennisation des conflits conçue par ceux-là mêmes qui tirent leurs dividendes sur le sang des congolais*¹¹ » (Général Sultani Makenga, 2017).

Toutes ces actions et initiatives constituent aujourd'hui l'identité de plusieurs Organisations non gouvernementales internationales communément appelées « ONGI ». La majeure partie des ONG internationales communiquent, alertent, font des appels de dons et des plaidoyers sur leurs domaines d'interventions. Cela reste le quotidien des ONG internationales comme action contre la faim, Aide et action, Médecins du monde, Samu social international, Oxfam...

Ce travail des ONG ou ONGI convoque plusieurs éléments importants vont de l'interaction à l'interpersonnel. En effet, la rencontre et les échanges passent par la communication. Elle devient un moyen d'échange et un outil de travail pour les ONG qui interviennent localement. Cette communication, objet de notre recherche, se professionnalise et se transforme avec le risque d'une dimension plus marketing qu'humaine. La dimension « internationale » réside sur le fait qu'au-delà de la question interpersonnelle, des éléments additionnels comme la langue et la culture entrent en jeu.

La place très importante prise par les organisations internationales, les ONG internationales et les institutions multilatérales, soulève par ailleurs des réactions diverses et variées au sein de la population locale. La place des structures comme le Fond Monétaire International (FMI), la Fao, l'OMS, l'Unicef, la Banque Mondiale (BM), Greenpeace, Oxfam, Médecins du monde,

¹¹ Agence d'information, (2020) « *RDC : La communication est une arme de guerre* ». En ligne <http://lagencedinformation.com/127-rdc-la-communication-est-une-arme.html>

Reporters sans frontières et/ou d'autres multinationales... n'est plus à démontrer. Cependant, même si leur présence en Afrique se fait sous le couvert d'un partenariat pour le développement, elle réveille les stigmates d'un passé lourd pour ces populations africaines qui vivent encore les traces douloureuses et interventionnistes laissées par la colonisation. Le refus de valider les propositions d'experts africains¹² pour un autre modèle de développement pour l'Afrique, les ajustements structurels, les dévaluations de la monnaie et les programmes d'assistance imposés par les organisations financières internationales renforcent et rendent flou l'intervention des ONG internationales sur le terrain africain.

Cela crée parfois des actions d'autodétermination (Daniel Descendre 1991). Ces acteurs semblent s'illustrer par des actions d'auto-défense et se qualifient de panafricanistes et/ou de mouvements de défense des intérêts des populations africaines initiés par les résidents européens dont sont issues ces organisations multilatérales.

D'autres combattent les nouvelles formes de néocolonialisme qui, selon eux, s'organisent sous le couvert de l'aide proposée avec une communication qui semblent empêcher une vision critique des actions proposées. Mais quelle est la différence entre ces acteurs parfois locaux, les ONG internationales, les ONG du sud communément appelée « *les Organisation du Sud* » ; si leur objectif semble être le même : défendre les populations et promouvoir le développement ? Cependant l'étude ne traitera pas de manière spécifique cette question des ONG du sud. Il serait possible dans la partie analyse, de convoquer leur posture de ces dernières en tant que relais et parfois facilitateur dans l'implantation des ONG internationales en Afrique.

À ce titre, D. Descendre¹³ relate les formes d'autodétermination¹³ qui existent sur le plan local, mais aussi les tensions et les échanges entre les ONG du nord et du sud qui laissent place à ce sentiment pour les uns (ONG du sud) de résister à des risques de néocolonialisme et qui favorise « *la méfiance ou la prudence* » et pour les autres un sentiment d'apporter de l'aide à des populations démunies.

Parlant des ONG, Sylvie Jaglin (2001, p.120) affirme que ces dernières bénéficiaient « *dans les années quatre-vingt, d'une requalification du 'local', censé permettre la mobilisation des solidarités de voisinage, et du discrédit partiel des gouvernements nationaux... leur discours dénonçant le contrôle hégémonique des appareils d'État sur l'allocation des ressources de la coopération, et valorisant la participation des populations et l'échelle locale, bénéficie d'un*

¹² Le Monde diplomatique, 1995 « *En finir avec la dépendance : Souhaitable union des économies africaines* » en ligne <https://www.monde-diplomatique.fr/1995/09/MBAYE/6600>

¹³ Descendre D., 1991 « *L'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires* » p200-201, L'Harmattan, 317 p.

*préjugé favorable*¹⁴ ». Dans la même mouvance, l'ONG Horizon sans frontières revient sur le sommet de Malte et alerte sur l'apport de 1.8 milliards d'euros injectés par l'Union Européenne dans la lutte contre l'immigration illégale. Il déclare dans son interview qu'« *en réalité, ces fonds risquent de ne pas profiter aux ayants droits*¹⁵ » (Boubacar Seye, 2015).

La question se pose donc de savoir si la présence de ces ONG internationales en Afrique est la continuité de l'histoire sous d'autres formes. Sont-elles animées par une réelle intention d'aider les populations locales ou pratiquent-elles une nouvelle forme de néocolonialisme ?

Leur présence prospère un peu partout en Afrique avec des interventions multiples et variées dont les bénéficiaires n'arrivent pas toujours en à saisir le sens. La multiplication des conflits de tous genres, de la pauvreté, des crises politiques et catastrophes naturelles (climatiques) contribuent en partie à justifier à la fois la présence des ONG internationales et leur intervention sur le terrain. Cette présence s'explique parfois par la faiblesse des pouvoirs en place et la pauvreté grandissante.

Même si certaines tentent en vain de s'éloigner de cette image, on assiste à une normalisation des relations États-ONG-bénéficiaires-institutions de financement-bailleurs de fonds dans un registre plus large qui est celui des relations internationales. Ce registre dans lequel s'inscrit aujourd'hui une majorité d'ONG définit des pratiques et modes de fonctionnement très différents de ceux connus pendant la période de la colonisation ou post coloniale. Dans ce dédale très suspicieux partagé entre néocolonialisme et l'envie de construction et/ou de développement réel de l'Afrique, il est important, comme le dit Phillippe Ryfman (2014, p.21), pour ces organisations de se « *distinguer d'autres Acteurs Non Étatiques (ANE) : églises, entreprises transnationales, fédérations syndicales ou sportives, voire mafias, sectes, organisations terroristes* ».

Un positionnement clair des ONG permet d'apporter une clarification afin d'éloigner les ambiguïtés et autres suspicions susceptible de constituer un obstacle à la communication. Cette clarification est faite pour certaines ONG sur le plan international avec le statut consultatif accordé par les Nations Unies au siège de l'ONU, où le nombre d'ONG se chiffrent à « *presque 2800 ONG accréditées à l'heure actuelle*¹⁶ ». Elles deviennent ainsi les garants d'une prise en compte des aspirations des populations locales et s'activent beaucoup dans les alertes et les

¹⁴ Sylvie Jaglin, 2001 « *des ONG dans les villes africaines. Le « partenariat », un outil d'autoreproduction ?* Mouvements (no13), p. 119-126. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-1-page-119.htm>. Consulté le 10 avril 2017

¹⁵ Africa24, 2015, Interview « l'invité du jour avec Boubacar SEYE, Président de Horizon sans frontières ». En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=kanSkod9wzA>

¹⁶ Isolda AGAZZI, mars 2016, « *les ong dans le système onusien : vers un partenariat multi-acteurs ?* », Académie de géopolitique de paris. En ligne <http://www.academiedegeopolitiquedeparis.com/les-ong-dans-le-systeme-onusien-vers-un-partenariat-multi-acteurs/> consulté le 20 avril 2017

plaidoyers en faveur des situations difficiles que vivent ou pourraient vivre les populations locales. Tout laisse à croire qu'une approche différente, teintée d'une base humaniste, moins civilisatrice que la colonisation au vu des changements successifs que vit le monde au fil de son évolution ; semble être privilégiée par ces organisations engagées en Afrique. La défense des droits humains, de l'égalité entre les peuples, la solidarité, le développement l'internet, de l'hyper connectivité, les réseaux sociaux et numériques, les médias, le développement durable, sont-ils les facteurs qui ont favorisé ce changement d'approche ?

Pascal Dauvin (2010, p.8) dans son livre « *communication des ONG humanitaires* », explique le mouvement de ces dernières comme étant « *sans-frontiérisme né de l'obligation morale de porter dans l'espace public un témoignage* ». Cette obligation est d'autant plus motivée si l'on se réfère au rapport des Nation Unies (2015, p.15) sur les objectifs du millénaire pour le développement qui estime que « *plus de 40 % de la population subsaharienne vit toujours dans une extrême pauvreté en 2015* ¹⁷ ». Cette situation n'a guère évolué en 2019, car les guerres et conflits se multiplient sur le continent africain, augmentant considérablement le nombre de pauvres, de déplacés et par conséquent le nombre d'interventions des ONG internationales dans ces pays.

En effet, le Sénégal reste le 25^e pays le plus pauvre au monde avec près de 46,70% de la population vivant sous le seuil de pauvreté.¹⁸ Ces données sont confirmées par le groupe de recherche pour le développement de la Banque Mondiale¹⁹.

Si ces éléments occupent une place certaine dans le changement d'approche qu'on pourrait observer, il est important de les replacer dans le contexte actuel de la mondialisation. Ils permettent de mieux comprendre les différents enjeux pour le continent africain et les stratégies mises en place. Cependant, le développement des nouvelles technologies, l'évolution de la réglementation en termes de transparence et de communication participent à ce changement. La démocratisation de l'information et sa circulation, l'importante place qu'occupe l'opinion publique dans les débats d'actualités et sujets de sociétés, semblent être les éléments majeurs de ce changement. Les ONG internationales contribuent ainsi au développement socio-économique du continent africain et en effet leur nombre ne cesse de croître. Robert Glasser ²⁰

17 Nations Unies (2015) « *Rapport 2015 : Objectifs du Millénaire pour le développement* » En ligne : « http://www.un.org/fr/millenniumgoals/reports/2015/pdf/rapport_2015.pdf ». Consulté le 20 avril 2017

18 Atlasocio.com, 2019, « *classement des états du monde par taux de pauvreté* », en ligne : <https://atlasocio.com/classements/economie/pauvrete/classement-etats-par-taux-de-pauvrete-monde.php>

19 Banque Mondiale, 2019, « *vue d'ensemble sur le Sénégal* » <https://www.banquemondiale.org/fr/country/senegal/overview>

20 Robert Glasser, 2008, « *CARE International nomme un nouveau Secrétaire Général* ». Il est nommé secrétaire général de Care International. A travers cet article de presse, il donne sa vision de la marche à suivre des ONG avec un regard très critique sur le fonctionnement, la nécessaire adaptation de ces dernières pour résoudre les problèmes dont elles font face. En ligne : http://www.care.org/newsroom/articles/2007/06/20070628_robert_glasser.asp, Consulté le 11 juin 2014.

secrétaire général de CARE International déclare « *quand survient un désastre, les organisations non gouvernementales sont parmi les premières sur place* ». Il existe aujourd'hui plus de 37.000 ONG internationales²¹ à travers le monde et les bailleurs de fonds s'appuient de plus en plus sur elles pour le suivi des activités de développement socio-économique sur le terrain.

Au Sénégal, selon la Direction du développement communautaire chargée au plan central de la coordination et du suivi des activités des ONG, le nombre actuel d'ONG qui intervienne dans le pays est de 469 dont 295 nationales et 174 internationales²² (Direction Développement Communautaire, 2008). Leur nombre croît, peut-être du fait de « *l'extrême méfiance des bailleurs internationaux vis-à-vis de certains gouvernements qu'ils jugent corrompus...* »²³ (François Rubio, 2004). Cette confiance permet aux ONG d'être en contact avec les populations pour une réalisation des actions ou pour la poursuite des objectifs assignés. Ainsi, par le biais de la communication, les ONG peuvent dès lors, se faire comprendre, se distinguer par des approches et stratégies. Tout peut laisser croire que la communication pouvait être le ciment, voire l'élément réparateur, conciliateur des convergences entre des populations locales et les acteurs transnationaux à travers les dons et les actions réalisées.

Cette étude s'intéresse particulièrement à la communication internationale que les ONGI déploient sur le terrain africain à travers différents techniques et supports de communication. Si celle-ci semble s'adresser à plusieurs acteurs à la fois (étatiques, institutionnels, locaux...), il est important de comprendre la manière dont les ONG internationales procèdent. Il s'agit d'explorer la dimension de la communication externe des ONG internationales en direction des masses, la communication interpersonnelle et enfin la communication interculturelle. Il ne s'agit pas d'étudier le processus d'internationalisation de la communication, mais plutôt son application auprès des acteurs locaux qui ne semblent pas utiliser les mêmes codes d'analyse. Parlant de la communication des ONG internationales en Afrique, Philippe Ryfman (2014, p.31) constate aussi que « *nombre de villes africaines voient ainsi fleurir sur les bords de leurs rues des panneaux indicateurs et signalant les adresses de l'ONG, X, Y, [...] quand elle ne figure pas sur la plaque d'immatriculation d'un véhicule* ». Ce fait participe de la visibilité, mais ne

21 Robert Glasser (2008) Europesworld, « *les ONG doivent tirer les leçons de leurs échecs* », en ligne : http://www.europesworld.org/NewEnglish/Home_old/Article/tabid/191/ArticleType/articleview/ArticleID/21028/language/fr-FR/Default.aspx consulté le 11 juin 2014.

22 Direction du développement communautaire, « *Atelier du CENTIF sur le financement du terrorisme du 18 au 20 décembre 2008 : le contrôle des ONG au Sénégal* », en Ligne : <http://www.centif.sn/MbengueFTForum.pdf>, consulté le 11 juin 2014.

23 François Rubio, 2004, « *Dictionnaire pratique des Organisations Non Gouvernementales* », Ellipses, France, les presses de Normandie Roto Impression. 414 p.

renseigne pas sur la problématique de la multiplicité des acteurs sur le terrain et de l'utilité de cette forme de communication pour les bénéficiaires.

- Problématique

« La communication des ONG internationales en question »

Dans le paysage socio-économique, politique et religieux sénégalais, beaucoup d'acteurs de terrains comme les ONG Internationales et les ONG locales interviennent auprès des populations locales pour défendre des causes. Ils tentent de prendre en compte beaucoup d'éléments du quotidien des populations et s'intéressent à des domaines divers et variés de la société sénégalaise. Elles semblent nombreuses et cherchent à améliorer en partie les secteurs de l'éducation, de la santé, de l'agriculture, de l'élevage, de la lutte contre des fléaux naturels ou du développement d'une localité. Si les ONG locales communément appelées ONG du sud, bénéficient de la connaissance du terrain, de la maîtrise de la langue locale ; celles du Nord (ONG internationales) semblent avoir moins d'avantage dans ces domaines cités pour œuvrer normalement sur le terrain. Cependant, des stratégies pour s'adapter et comprendre le contexte local sont mise en place par ces dernières, surtout en « *temps de crise* » (Christian Castellanet et d'Aurélié Quentin (Gret, 2012). Mais au-delà de la stratégie d'adaptation²⁴, certaines ONG bénéficient d'importante sommes financières qui leur permettent de mettre en œuvre leurs actions.

Leur présence au niveau local se remarque par leur visibilité sur le terrain (logo), par leurs actions, par les supports de communication édités, par leurs publications et publicités, par leurs alertes et présences dans les médias, par leurs prises de positions mais aussi leurs résultats. Si les éléments cités ci-haut offrent une possibilité d'imaginer l'interaction entre les ONG et les populations locales, la réalité de ce rapprochement doit être questionnée. La communication de masse est-elle adaptée aux relations entre les ONG internationales et les populations locales ? A cet effet, certains acteurs indiquent qu'« *aujourd'hui les ONG internationales peuvent se rapprocher plus que jamais des communautés locales et être la voix de peuples privés de leurs droits...* » (Robert Glasser, 2008). Mais malgré cette présence sur le terrain, les tentatives d'adaptation et la connaissance des modes de vie locale, semblent être de nature à rendre la

²⁴ Traverses n°37, mai 2012 « *Les ONG de développement face à l'urgence, Actes de la journée d'études du 09 février 2012* », Coordination : C. Castellanet, A. Quentin, Rédaction : C. Le Jean,

relation et les interactions difficiles. Quatre domaines essentiels ont été identifiés et viennent sérieusement compliquer la communication des ONG internationales. Ces domaines sont : la communication, la culture, l'organisation sociétale et la langue.

La problématique principale de cette recherche est celle de la communication des ONG internationales en direction des populations bénéficiaires. Il est important de noter que la communication des ONG internationales semble avoir un penchant assez prononcé autour des mass-médias et aujourd'hui autour des nouveaux médias²⁵ (réseaux sociaux). Cette tendance est confirmée par des acteurs de terrain comme Mirella von Lindenfels (2013), ancienne directrice d'Amnesty international chargée des programmes média et audiovisuel, qui déclare : « *pour sensibiliser le grand public aux causes qu'elles défendent, les organisations non gouvernementales doivent leur assurer une couverture médiatique efficace, seul moyen de toucher un public nombreux, d'attirer son attention et de mettre les autorités face à leurs responsabilités*²⁶ » (communication sans frontière, 2013). Cette affirmation semble confirmer cette volonté des ONG internationales de continuer à faire des médias de masses un outil de travail dans la maîtrise de leur image et des causes qu'elles défendent. Cependant, cette stratégie renseigne très peu sur la communication en direction des populations bénéficiaires. La seule certitude reste l'importante place des mass-médias dans la communication des ONG internationales. L'ONG Communication sans frontières nous informe que « *les bureaux d'Amnesty font appel aux médias de leurs pays respectifs pour sensibiliser l'opinion au problème des violations des droits de l'homme et les sollicitent également pour collecter des fonds*²⁷ » (Communication Sans Frontières, 2013). Mais cette forme de communication est-elle efficace auprès des populations bénéficiaires ? En effet, ceci ne renseigne pas parfois sur les difficultés liées à l'interaction entre les acteurs transnationaux et les populations bénéficiaires. Ces éléments ci-dessus ont permis de poser la problématique principale suivante : les mass-médias et le développement des technologies offrent une certaine proximité avec les populations bénéficiaires, mais **pourquoi certaines ONG peinent-elles à faire connaître leurs objectifs et missions ? Quelles sont les difficultés qu'elles rencontrent pour faire adhérer les populations aux différentes initiatives ?**

²⁵ Ethika, 2016 « *Les nouveaux médias : quel usage pour les ONG ?* ». En ligne <https://www.ethika.ch/les-nouveaux-medias-quel-usage-pour-les-ong/>

²⁶ Communication Sans Frontières, 2013 <http://www.communicationsansfrontieres.org/l-observatoire/dossiers/communication-ong-mirella-von-lindenfels-precedemment-directrice-du-programme-medias-audiovisuel-d-amnesty-international-actuellement-directrice-communications-inc-ltd/>

²⁷ CSF, 2013, en ligne: <http://www.communicationsansfrontieres.org/l-observatoire/dossiers/communication-ong-mirella-von-lindenfels-precedemment-directrice-du-programme-medias-audiovisuel-d-amnesty-international-actuellement-directrice-communications-inc-ltd/>

Cette problématique principale est associée à la question de la **culture locale**. En effet, la prise en compte de la culture locale dans les actions proposées semble être une pratique évidente dans l'intervention des ONG internationales. Cependant, les solutions parfois proposées par ces dernières et les innovations apportées bouleversent sensiblement les cultures locales (Daniel Descendre, 1991). Parfois l'on peut s'interroger sur leur non-prise en compte dans les actions proposées. Certaines initiatives d'ONG partent souvent d'une intention d'agir, de renforcer ou de changer les situations existantes après la visite d'un lieu, un voyage touristique ou une visite officielle....

A cet effet, la communication est souvent axée sur le changement souhaité par les ONG internationale, d'où la multiplicité des concepts de communication qui vont de l'information, l'éducation et la communication en passant par la communication pour le changement de comportement. Lebourgeois Mathilde (2010) rappelle ainsi les « *techniques empruntées au marketing d'entreprises* » dans les stratégies de communication souvent proposées. Cependant dans la stratégie de « *B to B* » de la communication des ONG internationales, la place de la culture locale interroge.

Fons Trompenaars (1994, p10) pense qu'il y a une nécessité « *dans cette nouvelle configuration de l'économie internationale [...], de prendre la mesure de prégnance nouvelle des caractères nationaux dans les discussions* ²⁸ ». L'auteur réaffirme son point de vue en indiquant : qu'avant même de « *prospector, d'imaginer des stratégies, de les organiser, de les mettre en œuvre et de les gérer, un manager doit acquérir une maîtrise minimale des caractères culturels du milieu au sein duquel il entend exporter une ligne de produit, développer un projet, implanter une filiale ou rechercher un partenaire* ²⁹ ». Une enquête sur la question de la prise en compte de la culture locale par les ONG internationales permettra de répondre éventuellement à cette question.

Mais qu'en est-il de l'attitude des ONG internationales qui interviennent au Sénégal ? Adoptent-elles les mêmes procédés managériaux et de communication que certaines multinationales en Afrique ? **Preennent-elles en compte sérieusement la culture locale ?**

L'autre problématique associée à la principale est celle des bouleversements constatés dans l'organisation sociétale locale. Elle pose surtout la question des motivations des acteurs transnationaux et les effets sur l'organisation sociétale locale. Les bouleversements de ces interventions, renvoient à la prise en compte de la connaissance endogène et l'organisation

28 Trompenaars Fons, 1994, « *l'entreprise multiculturelle* », Ed. Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, 309 p

29 Ibid, 309 p

sociétale locale qui parfois est très différentes de celui des pays donateurs d'où sont originaires généralement les ONG internationales.

Pour comprendre, il fallait partir de la question des motivations des ONG. Ces motivations³⁰ peuvent être d'ordre idéologique, politique, culturel ou religieux... et partent souvent d'une volonté ou d'une démarche " humaniste " liée à des valeurs incarnées par les personnes qui la défendent. Certaines s'inscrivent dans la théorie de la motivation de Maslow (1943) avec les cinq niveaux de besoins³¹ essentiels, non figés et dynamiques pour l'humain. D'autres s'inscrivent dans celle de Frederick Herzberg (1959) dans sa Théorie d'Hygiène³². Si certaines motivations sont identifiées d'autres sont souvent difficiles à comprendre ou à cerner.

La citation ci-après montre les contours d'une intervention, jadis teintée d'une ambition civilisatrice avec une dimension religieuse très présente.

Dans son article sur les nouveaux défis de la coopération internationale, Yao Assogba reprend une citation de Husson (1988 : 17) et déclare « *les ONG ne sont pas une création récente : celles qui se réclament d'aide au développement sont nées longtemps avant les idées d'indépendance. Pendant les années 40 et 50, il n'était pas question de développement, mais plutôt de civilisation, et de civilisation occidentale, évidemment. Et l'accompagnement de la marche vers la "Terre promise" de la civilisation [...] justifiait les actions d'éducation et de santé, premiers axes de travail que les ONG se sont donnés* »³³. Ces mêmes situations semblent s'appliquer à l'intervention des ONG internationales en Afrique.

Tout de même, aujourd'hui, cette notion civilisatrice ne peut être évoquée par peur de choquer l'opinion publique à la fois des donateurs et des bénéficiaires. Cependant d'autres vocables permettent aux ONG d'avoir une approche plus singulière. Elles sont constituées de messages qui placent l'aide dans une dynamique qui répond aux besoins des populations et améliore leur vie. Dès lors la communication des ONG tourne autour de l'idée de lutter contre la pauvreté et la précarité dans les pays pauvres à travers le monde, de l'envie de résoudre ou de s'attaquer aux besoins élémentaires des populations, de lancer des promesses pour venir en aide aux difficiles conditions de vie des populations. Ces thèmes semblent être les éléments de langages

³⁰ Il faut noter que même si la théorie de Maslow paraît plus complète pour analyser les motivations des ONG, celle de Herzberg a le mérite de prendre en compte le personnel avec le salaire, les relations interpersonnelles, le travail etc.

³¹ Abraham Maslow (1943) dans sa théorie de la motivation ou pyramide de Maslow parlait d'éléments clés déclinés en cinq besoins : « *le besoin de réalisation de soi, le besoin d'estime de soi, le besoin d'amour et d'appartenance, le besoin de protection et de sécurité et enfin le besoin de maintien de la vie* ».

³² Frederick Herzberg dans sa Théorie Hygiène / Motivation disait que les individus ont deux types de besoins. Les Facteurs d'Hygiène avec : la supervision, les conditions de travail, les relations interpersonnelles et le salaire. Les facteurs de Motivation : La reconnaissance : le travail, les responsabilités, la promotion.

³³ Yao Assogba, 1991 « *Les ONG et le développement en Afrique ou la face cachée de la lune* » Nouvelles pratiques sociales. En ligne <https://www.erudit.org/fr/revues/nps/1991-v4-n1-nps1960/301115ar.pdf>

de la nouvelle communication des ONG internationales. Mais sont-elles suffisantes pour établir une communication avec les populations locales « jugées pauvres » ?

Globalement on peut se demander : pourquoi des acteurs transnationaux s'estiment devoir s'investir dans les pays tiers et quelles sont leurs stratégies ? Sont-elles comprises et/ou animées éventuellement par des objectifs inavoués ?

Les premières y voient le retour vers un néocolonialisme à travers la promotion de modèles libérales faites par les acteurs du monde des ONG et les secondes y voient un moyen de parler de l'efficacité de l'aide pour les populations locales qui en ont besoin. Même si ces deux positions semblent différentes, leur point commun reste la question du détournement de l'aide et la communication qui est consacrée à expliquer les apports de l'aide ou les risques.

Concernant les premières observations, Daniel Descendre dans son livre « *l'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires* » décrit les stratégies mise en place par les ONG internationales pour apporter des changements au sein d'une société qu'elles jugent fermée, ancienne dont les bases culturelles mériteraient d'être changées pour s'adopter au contexte mondial dicté par des normes dont les ONG Internationales sont issues.

Les secondes observations évoquent souvent les résultats acquis par les ONG internationales sur le terrain et l'amélioration effective de la vie des certaines populations bénéficiaires. Cependant, les évènements relatés sur l'affaire de « l'Arché de Zoé » en 2007 ou le rapport de la « Banque mondiale en 2019 », viennent illustrer souvent les détournements constatés de l'aide apportée aux populations. « *La Banque mondiale dénonce le détournement de l'aide dans les pays en développement. Dans les 22 pays les plus dépendants, "l'aide financière est accaparée par les élites", et l'argent part vers les paradis fiscaux* ³⁴ ».

Il s'agit d'analyser la relation entre le don, la culture, l'interculturel, la construction de représentations collectives, les stéréotypes cultivées et l'organisation de la communication des ONG sur le terrain ainsi que les obstacles qui sont liés à la communication des ONG internationales. Ce terrain qui est à la fois un laboratoire et un espace de dialogue, d'échange et d'expérimentation qu'on évoquera plus tard.

Le dernier élément associé à la problématique principale est la langue. En effet, elle constitue un élément incontournable de la communication, les interactions, les échanges...avant de se projeter sur les éléments de langage utilisés pour faire adhérer les populations, il est important

³⁴ Assemblée plénière de la Banque mondiale le 18 octobre 2019. *En ligne* : <http://documents1.worldbank.org/curated/en/493201582052636710/pdf/Elite-Capture-of-Foreign-Aid-Evidence-from-Offshore-Bank-Accounts.pdf>

de constater la problématique de la langue sur le terrain. En effet, la région ouest africaine est constituée de pays en majorité francophone. Cependant cette situation semble laisser place à des formes de généralisation qui sont souvent loin de la réalité de terrain. L'utilisation de la langue semble bénéficier de plusieurs idées reçues surtout. Beaucoup d'acteurs transnationaux pensent qu'un pays francophone comme le Sénégal offre plus de facilité d'échange puisque le français reste la langue officielle. L'expérience de cette famille française résume parfois la situation. En effet, elle indique dans le Podcast « *traverse la frontière* » : « *nous, on partait là-bas en disant qu'on va beaucoup parler français. Or le français c'est la langue officielle de beaucoup de pays mais dans les faits il y a beaucoup de gens qui le maîtrisent très "très" mal et qui parlent leur dialecte (wolof, peul...)* »³⁵. Cette difficulté s'accroît même à l'intérieur du pays puisque dans certaines régions, la langue parlée n'est plus la langue nationale mais plutôt un dialecte de la localité visitée.

Cette famille semble s'être confrontée à ce problème puisque qu'elle précise : « *on nous disait qu'ici on ne parle pas wolof c'est un autre dialecte. C'est super compliqué. Ce sont des idées qu'on avait avant de partir et qui se sont révélées sur le terrain comme des idées qui n'étaient pas tout à fait la vérité sur place* »³⁶. Ce récit, confirme que la langue reste le premier moyen d'entrer en contact avec ces populations rencontrées. Cependant les idées reçues et la multiplicité des dialectes ne semblent pas être prises en compte par certains acteurs transnationaux. La répartition géographique de la langue sur le territoire national ne semble pas prise en compte. Le territoire national laisse penser à une entité linguistique presque uniforme, qui se renforce avec des expressions comme « *pays francophone* ». Pour comprendre ce changement, il est nécessaire d'approfondir le questionnement. Comment établissent-ils des relations de communication avec les bénéficiaires ? Que renseignent les motivations des ONG internationales ou des initiateurs des ONG ? Sont-elles connues ou restent-elles souvent cachées ?

Plusieurs éléments contribuent à étayer cette problématique de la communication des ONG. Entre autres : les obstacles, la culture, l'organisation et les stratégies de la communication, l'impact des modèles développés, la construction des représentations, les normes importées et création de vocabulaire, l'influence des ONG, les exemples de programmes et projets exécutés qui ont eu rencontre des problèmes interculturels, culturel, la participation des populations et de l'institutionnelle.

³⁵ Traverserlafrontiere, 2020, « *Road-trip en Afrique de l'Ouest : Une famille en voyage pendant 14 mois !* ». En ligne <https://traverserlafrontiere.com/podcast-106-famille-afrique-ouest/>

³⁶ Traverserlafrontiere, 2020, « *Road-trip en Afrique de l'Ouest : Une famille en voyage pendant 14 mois !* ». 19seconde 30 – 21seconde. En ligne <https://traverserlafrontiere.com/podcast-106-famille-afrique-ouest/>

Pour compléter la problématique ci-haut, il est important d'apporter des éléments complémentaires qui permettent de mieux comprendre le questionnement sur les difficultés qu'elles ont à communiquer avec les bénéficiaires ; et les difficultés à faire adhérer.

Ces différents points viennent apporter une autre réflexion sur le caractère global de la communication des ONG internationales en Afrique qui ne se limite plus à l'édition, à la conception et à la diffusion des messages, voire à l'utilisation du « *tuyau ou du canal* ». Ce qui laisse penser à cette déclaration de Dominique Wolton qui indique que : « *dans la communication, le plus simple, c'est la technique. Le plus compliqué, ce sont les gens et les sociétés* ³⁷ ».

- Question de recherche

Intervenant en majorité en milieu rural auprès d'une population en majorité analphabète et culturellement différente, les organisations non gouvernementales internationales tentent souvent des approches communicationnelles pour stimuler la participation locale. Cependant, malgré le renforcement de la communication pour certaines organisations, l'on se demande encore si « *leurs messages sont-ils bien reçus au niveau local* » ? Rencontrent-elles des obstacles liés à leur communication ?

En parallèle, l'étude se penche aussi sur la communication des ONG internationales en direction de la population européenne. Cela dans le souci d'apporter des éclairages sur le rôle et la place de la communication qui facilite la collecte de fonds destinée à mener des actions de terrain. Le lien entre la communication et le don peut être facilement établi pour comprendre la mobilisation auprès de la population européenne autour des thèmes chers aux ONG internationales. L'étude des registres de la communication utilisés par les ONG semble intéressante. Il s'agit dès lors d'analyser les stratégies de collectes de dons et celles utilisées pour faire adhérer les populations européennes à la cause défendue par l'ONG internationale.

La place des Réseaux Sociaux Numériques (RSN) dans la stratégie globale reste un élément important de cette recherche puisque qu'il s'agisse de déconstruire la question comme le souligne Bertrand Cabedoche (2018).

La dimension de la communication internationale des ONG en direction de la population locale reste jusqu'à ce jour peu défrichée sur le plan de la recherche. Dès lors, notre recherche reste

³⁷ Ionismag, 2015, entretien avec Dominique Wolton « *la communication, c'est la découverte de l'altérité* ». En ligne : http://www.wolton.cnrs.fr/IMG/pdf/article_ionismag_juin_2015_dw-2.pdf

une opportunité pour apporter des éclairages sur la question de la communication des ONG Internationales en général et françaises en particulier. Elles interviennent ainsi au Sénégal. En partant de ce constat fait lors d'un atelier sur le plan national de développement de l'élevage³⁸ (PNDE), plusieurs acteurs dont le gouverneur de la région de Kolda (2009) interrogent l'intervention des ONG internationales sur le terrain. En 2016, le représentant de l'état refait les mêmes constats lors de « *la conférence départementale sur l'harmonisation des interventions des ONG (juillet 2016)* » et se propose de faire « *visites sur le terrain pour vérifier les interventions des ONG* »³⁹ Ce questionnement devenait récurrent à l'échelle du pays puisque que la même situation était constatée dans d'autres régions. Pour ce dernier, l'optimisation des moyens des ONG internationales devient un impératif pour aussi comprendre leurs interventions sur le terrain. Il a aussi questionné la manière et la démarche des acteurs du développement auprès des populations. Sans parler de la communication, il était important de faire le lien entre ces propos et la place de la communication dans ces différentes situations de disfonctionnement et d'incompréhension décrites par plusieurs acteurs. Il s'agit par déduction, de replacer la communication des ONG internationales au cœur des réponses à apporter face à ces problèmes et ensuite de proposer une étude comparative qui permet de comprendre :

Comment les ONG Internationales communiquent avec les acteurs institutionnels, les leaders d'opinions, le grand public et les bénéficiaires au niveau local ?

Cette thèse s'inscrit dans le champ de la communication internationale. Dans la logique de comprendre le sens et la place de la communication dans les actions des ONG, il était nécessaire d'interroger les interactions permanentes entre les acteurs des ONG internationales et les populations locales. Cette question est d'autant plus intéressante puisque qu'elle s'inscrit dans le registre de la communication descendante.

Si les ONG internationales apportent souvent leurs aides aux populations locales, l'implication de ces dernières, tout au long du processus semble parfois « *faible* » (Duvail Stéphanie, Médard Claire, Paul Jean-Luc, 2010). Les auteurs renseignent sur la participation des populations qui semble parfois faible ou désintéressé tant pour certains projets de développement, que la lutte de certains militants pour la défense des intérêts locaux. On peut se demander si « *le terrain africain n'est pas le prolongement d'une bataille idéologique des*

³⁸ <https://www.resakss.org/sites/default/files/pdfs//senegal-caadp-brief-4-plan-national-de-dveloppement-42486.pdf>

³⁹ Mamadou Aliou Diallo, 2016, « *Kolda : Des visites prévues sur le terrain pour vérifier les interventions des Ong* », journal le Soleil Sénégal.

pays développés où la population locale semble assister à la mise en œuvre des actions proposées sans ou avec une forte implication ? ». Cela s'explique souvent par le caractère informel de la démarche auprès des populations locales ou par « *l'absence de connaissance de la communauté* » (Ibid). En France dans le domaine de la santé par exemple, la participation des bénéficiaires au processus décisionnel est inscrite dans la loi Hôpital, patients, santé et territoires (HPST) de 2009. Ce qui ne semble pas être le cas dans l'approche des ONG internationales en Afrique puisque cette participation n'est régie par aucune loi, mais relève du bon sens et du souhait de ces dernières. Ainsi, la place des bénéficiaires et les obligations qui s'y attachent peuvent être interrogées malgré la fonction d'acteur humanitaire, sociale ou d'aidant auprès des populations locales bénéficiaires.

Par conséquent, elle ouvre d'autres perspectives qui poussent à comprendre le fonctionnement des ONG internationales mais aussi leur manière de faire adhérer ces mêmes bénéficiaires à leur cause humaniste.

Il s'agit de démontrer ici la complexité d'une communication internationale parfois descendante, menée par des structures qui viennent d'ailleurs et qui interviennent dans un contexte social, culturel et linguistique différenciant ou spécifique.

Il ne s'agit pas de poser la problématique ici, mais de poser le cadre pour comprendre les pistes de recherches et les hypothèses (cf. p.23).

Ainsi cette recherche va tenter de comprendre la question de la communication des ONG en direction des populations locales. Au-delà, si cette étude passe par une analyse du système de la communication des ONG internationales, il est important d'étudier aussi les autres éléments qui composent le ou les systèmes de communication qui permet de s'adresser aux bénéficiaires au niveau local et autres acteurs de développement. Par ailleurs, il faut noter que les ONG internationales utilisent différents types de communication pour se faire connaître, mobiliser et faire participer.

Si le succès des actions des ONG en direction des sociétés rurales repose sur la participation, les compromis avec ces mêmes acteurs semblent nécessaires pour « *justifier leur présence* » selon Yves Guillerrou (*Journal des anthropologues*, 2003).

Assogba, Yao (1989) parle de la participation (interactionniste et déterministe) comme une manière pour les uns et les autres de prendre part. L'auteur évoque les différentes étapes à suivre pour parler de participation de la population. En effet, il indique que cela passe par une implication des « *populations concernées à toutes les phases du projet depuis l'identification des besoins, la définition des objectifs jusqu'au suivi-évaluation, en passant par l'élaboration,*

l'exécution, la formation à la gestion et à la maintenance du projet »⁴⁰. Cependant, il est important de comprendre et d'analyser les pratiques des ONG internationales qui interviennent au Sénégal et le processus qu'elles suivent. L'on peut aussi s'interroger sur la place qu'occupe la communication dans ces différentes phases. Adhère-t-elle à la démarche par le biais de la communication ?

Pour cela, ce travail de recherche va se référer sur 4 grands domaines essentiellement : la communication interpersonnelle, la communication institutionnelle, la communication de masse et la communication pour le développement. Ces domaines vont être développés dans la partie théorique.

Au-delà des domaines de communication cités ci-dessus, l'étude s'intéressera à d'autres types de communication. On peut citer ainsi la **communication ascendante** et **descendante**, la **communication interculturelle** (Geert Hofstede (1972) avec les six dimensions et ou Edward T. Hall (1959) et la **communication globale** (qui définit les objectifs de communication et les **registres** à utiliser : émotion, humour, violence, peur...). L'analyse de ces différents types de communication permet dans un premier temps de comprendre le sens de la circulation de l'information entre les acteurs ; dans un deuxième temps de comprendre la place de la culture dans la communication des ONG. Elle permet aussi de mesurer sa prise en compte dans les actions de terrains proposés et sa place dans les différentes interactions. Enfin, un troisième temps permet de comprendre et d'analyser les stratégies de communication mise en place par les ONG en direction des populations locales.

Cependant malgré ces différents domaines à explorer, **le cœur de ce travail repose sur la communication Internationale et la communication des Organisations.**

L'intervention des acteurs non étatiques (ANE) au niveau de l'Afrique, laisse entrevoir un choc culturel du fait de la rencontre entre des Hommes issus de continents différents et aux pratiques communicationnelles, culturelles, organisationnelles, sociétales et linguistiques différentes. Comment intègrent – elles ou prennent-elles en compte un certain nombre de facteurs comme la langue, la culture, les traditions, les besoins, l'organisation sociale dans un contexte de mondialisation ?

Si la communication globale est définie au niveau des sièges, elle s'oppose souvent à la réalité de terrains avec probablement l'inadéquation des approches et l'esprit d'entreprise choisis par

⁴⁰ Assogba, Y. (1989). Pratiques participatives des ONG en Afrique : le cas du PHV-CUSO au Togo. *Nouvelles pratiques sociales*, 2 (1), 147–164. <https://doi.org/10.7202/301035ar>

les ONG pour sa mise en œuvre de la communication sur le terrain. L'organisation centrale « *siège social* » avec ses approches, ses motivations, ses projets, ses valeurs, son idéologie ; peut se confronter naturellement à la réalité locale, à la culture, aux intérêts des parties impliquées... Cette complexité pousse-t-elle à s'interroger sur cette question essentielle : quelle communication pour ces organisations ? Mais comment essaient-elles au travers de la communication à faire adhérer les populations locales aux projets ? Utilisent-elles l'influence des médias notamment la télévision pour imposer des concepts comme le « *rêve américain* ».

Comment réussir l'exploit extraordinaire que le Président/poète Léopold Sédar Senghor avait prophétisé en indiquant un lendemain meilleur pour Dakar en l'an 2000 ?

Les similitudes ou passerelles créées par la colonisation, la globalisation, l'adaptation et/ou la mondialisation ; ont-elles participé à faciliter l'adhésion ?

Cependant on peut constater que la dimension « *bénéficiaire* » n'est pas explicitement intégrée dans cette définition.

La pauvreté et les problèmes de terrains en Afrique contribuent-elles à ignorer cette case ?

Qu'en est-il des leviers utilisés pour susciter l'adhésion aux projets en Afrique et au Sénégal ?

- Hypothèses de travail

Après avoir développé le contexte et la problématique ci-dessus, cette étude émet deux hypothèses :

1. **La communication des ONG internationales est révélatrice d'erreurs de conception, de stratégie et de manque de perspectives interculturelles.** Les ONG internationales sont, pour beaucoup, dans la difficulté à reconnaître la culture comme élément fondamental dans le développement et/ou dans la facilité à mettre en œuvre des procédés de la communication des organisations, déjà préétablis, préconçus ou réfléchis sans la base.
2. **L'institution du don est une arme qui fausse la communication, freine la libre pensée et laisse place à une situation de dominants - dominés déterminée par des modèles importés.** Autrement dit, face à des populations démunies et en attente d'une aide, peut-on espérer que le don fait aux populations locales ne puisse pas influencer dans

la relation entre les différents acteurs (ONG et bénéficiaires). Peut-on avoir une communication horizontale, équitable ou symétrique dans une situation où le don et son importance occupe une place primordiale ?

Ces deux hypothèses prennent en compte la spécificité sénégalaise basée sur une pratique culturelle dénommée ‘ ‘ *la Téranga sénégalaise*’ ’⁴¹. Plus qu’un concept, elle est devenue un mode de vie culturelle qui propose un accueil inconditionnel de l’étranger.

Ces deux hypothèses induiront dans la démarche deux grands ensembles : « *communication et culture* » d’une part et « *communication des organisations* » d’autre part.

Elles permettent de faire le lien dans un premier temps avec les obstacles liés à la communication des ONG internationale : culture, langue, stratégie de communication.... Dans une seconde approche l’étude tentera de faire le lien entre la communication et le don.

Il est nécessaire dès lors d’explorer quatre pistes de recherche : l’impact de la non-prise en compte de la culture locale susceptible d’engendrer la méfiance et le manque d’implication chez les populations ; l’impact de la non-prise en compte des connaissances endogènes dans l’élaboration des programmes et projets ; les motivations réelles des ONG qu’ils justifient par des actions humanitaires ou pseudo-humanitaires sur le terrain et enfin la difficulté de la mise en œuvre des stratégies de communication (interculturelle et de masse). Mais quelles sont les stratégies pour contourner les difficultés ?

En posant ces hypothèses, il sera possible d’apporter un éclairage sur ce questionnement essentiel de notre thèse : comment confrontent-elles à la communication Internationale ? Le verbe « *confronter* » prend ici une connotation de batailles, de combats, de luttes perpétuelles dans le cadre de la communication des ONG en direction des populations car il suppose un ensemble d’efforts à consentir pour faire adhérer, mobiliser, faire aimer et faire participer.

Selon nos hypothèses, les facteurs qui concourent à la reconnaissance des obstacles multiples, vont de la dimension interculturelle, à la gestion de l’image, en passant par l’influence, l’histoire de l’ONG, le professionnalisme, la culture et l’esprit d’entreprise, l’universalité, les connaissances endogènes, la globalisation et l’homogénéisation des besoins.

⁴¹ « *La Téranga est un mode de vie sénégalaise qui signifie hospitalité et accueil inconditionnel basé sur la bienveillance et la disponibilité totale pour l’étranger. Ce qui peut créer parfois un choc culturel pour des sociétés où l’individualisme reste la pratique la plus généralisée* ».

Quatre éléments semblent retenir notre attention : la dimension interculturelle, l'adaptation des besoins, l'élaboration des programmes et la prise en compte des connaissances endogènes, enfin, l'exécution des stratégies de communication.

- Cadre théorique

Pour analyser la complexité de la communication des ONG internationales, il n'est pas possible de se limiter à la théorie du schéma classique de la communication de Shannon et Weaver (1949). Il faut également convoquer d'autres théories de la communication comme celle de Wiener (1948) avec son modèle circulaire et/ou celui de Joël de Rosnay avec le schéma de rétroaction et d'interaction. Ces deux théories permettent d'analyser le schéma de communication des ONG internationales et d'en comprendre les limites. La vérification de certains éléments comme le feedback seront facilités. Si ces deux théories semblent importantes dans le cadre de cette étude, il est important de s'appuyer également sur la théorie de la communication internationale de l'école de Palo Alto.

Elle vient compléter les références puisqu'elle propose plus d'ouverture avec l'intégration dans la question de la communication des éléments comme le langage, le regard, la parole, le non-verbal,... Dès lors, en parlant de la communication verbale, l'auteur Roman Jackson (1963) indique le chemin avec le passage de la dynamique de la logique mécanique à la logique de moyen de communication. Globalement, on passe de « *l'être en relation* » à « *l'être qui transmet quelque chose* ».

Ainsi, la prise en compte de la globalité de la communication avec le modèle de la rétroaction et de l'interaction entre l'émetteur et le récepteur trouve tout son sens dans la compréhension de la place des différents acteurs qui jouent simultanément des rôles différents.

Si ces théories permettent de mieux appréhender les systèmes de communication, il est possible aussi de s'inspirer de H.C. Lasswell (1948) qui renseigne mieux comprendre les stratégies en lien avec les 5 W (qui dit quoi, à travers quel canal, avec quel effet). La compréhension de la communication des ONG internationales semble ainsi plus atteignable. La prise en compte des trois principes cités par l'auteur : celui de l'environnement (Sénégal), celui de la mise en relation des composantes et enfin celui de la transmission de l'héritage social permet d'avoir une vision globale de la communication des acteurs. En sus des théories citées ci-haut, l'étude s'inspire grandement de la théorie de Lazarsfeld (1952) sur la communication internationale. Elle permet d'analyser les problèmes de communication en liens avec les problèmes culturels.

Et le tout dans la dynamique d'un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC) (Armand et Michèle Mattelart, 2002, p.68).

Si les années 50 ont permis de voir émerger d'autres théories, il est important de retenir le rôle et la place des médias de masse et leur utilisation dans la théorie de la modernisation et le modèle diffusionniste (ibid. p.26-27). De Shannon à Watzlawick, le choix qui est fait est celui d'intégrer surtout le contexte social et culturel dans les interactions entre la population locales (aidées) et les acteurs transnationaux (aidants) pour mieux comprendre la communication et sa complexité.

La communication internationale des ONG en direction des populations locales implique bien d'autres facteurs interdépendants et des situations plus complexes à analyser. Elle pose ici les fondements théoriques de cette discipline. En effet « *l'humain* » reste au cœur du processus de changement contrairement à la théorie cybernétique où la machine semble jouer un rôle indispensable dans le changement. Dans un entretien réalisé par Christian Agbobli ⁴² ; Hamid Mowlana (l'un des plus grands théoriciens de la communication internationale) fait le parallèle entre la communication internationale et la communication humaine. Même si ce dernier ne fait aucune différence entre la communication internationale et la communication interculturelle. A ce titre, il déclare « *ma vision de la communication internationale et interculturelle est large. Selon ma définition, la communication internationale et interculturelle (et je considère ces deux mots comme n'en faisant qu'un) consiste en un échange d'informations, d'opinions et d'attitudes entre et parmi les peuples, les nations et les cultures ; cela implique également l'étude de la structure qui rend ce processus possible* ⁴³ ».

Cette dynamique rejoint celle de Dominique Wolton (2019) qui pense que « *tout est communication* » et résume sa vision de celle-ci par le fait que « *ce qui difficile dans la communication c'est les hommes* ⁴⁴ »

Si la place des individus reste incontournable, la communication internationale peut être pensée en lien avec le développement technologique (NTIC), la notion de culture, de relation internationale dans une logique ou un processus d'interaction et de dialogue. Cette vision rejoint celle de Lazarsfeld qui parle de « *processus par lequel les individus mettent en pratique la communication internationale* ».

⁴² Agbobli, Christian. « *Et si la communication internationale m'était racontée ? De quelques échanges sur ses spécificités, ses enjeux, ses théories et ses méthodes : entretien avec Hamid Mowlana, réalisé par Christian Agbobli.* » *Communiquer*, numéro 25, 2019, p. 99–110.

⁴³ Ibid, p. 99–110.

⁴⁴ Dominique Wolton, 2019, « *Les défis politiques, techniques et culturels de l'information et de la communication* » Congrès mondial des chaires Unesco en communication Strasbourg.

Il est important de noter que si les théories permettent d'analyser la communication internationale en se basant sur les différences avec marketing interculturel, la communication interculturelle de Lipiansky et/ou en lien avec la communication interpersonnelle et la communication de masse.

Cependant, si l'organisation de la communication semble suivre un certain nombre de principe, elle semble aussi se confronter à la question du pouvoir locale, des modes de fonctionnement de la société africaine, de l'expression des besoins des populations locales, de la culture locale, de la méfiance mais aussi de l'interculturel et de la langue.

Pour expliquer ces potentielles difficultés avec les populations locales africaines, il est possible d'invoquer l'argument de l'interculturel, comme le fait Fons Trompenaars (1994, p.10), lorsqu'il évoque d'emblée les « *malentendus qui mettaient à mal les projets les plus solides et les mieux préparés*⁴⁵ ». Il attribue malentendus à l'incommunicabilité⁴⁶ entre des hommes de différentes cultures. Une situation qui peut aujourd'hui être aggravée par le développement du numérique et de l'internet que Dominique Wolton qualifie « *d'incommunication*⁴⁷ » puisse selon lui cette dernière contribue à creuser la distance entre des hommes qui pensent communiquer au travers des réseaux techniques.

Il est donc nécessaire de prendre en compte certaines difficultés, de les analyser pour comprendre le fonctionnement de ces ONG Internationales tant sur le plan de la communication, que sur le plan des relations qu'elles entretiennent avec les populations bénéficiaires. L'impact et la place de l'interculturel sur la communication interne, externe, (institutionnelle, locale, ascendante et/ou descendante), ainsi que leur analyse, constitueront le cœur de ce travail de thèse.

Revenant sur les différents domaines, il est nécessaire de préciser plusieurs aspects qui vont être développés plus tard dans la partie théorique.

Le premier grand domaine de l'étude est la communication interpersonnelle (cf. p....). A ce titre, Assogba Yao. (1989) parle de "pratiques participatives et d'implication des populations" avec une interaction entre les différents acteurs de terrains qui laisse penser à la communication interpersonnelle. D'autres auteurs comme Sylvie Thieblemont-Dollet (2014) et Jacques Demorgon (2004) traitent de la question de l'interculturel que l'on peut mettre en lien avec

45 Trompenaars Fons, 1994, « *l'entreprise multiculturelle*, Ed. Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, p. 10 309 p

46 Ibid, p. 10.

47 Wolton, Dominique. « *Postface : Internet, un exemple d'incommunication* », *Hermès, La Revue*, vol. 53, no. 1, 2009, pp. 183-184.

la dimension interpersonnelle. Il serait important de comprendre la manière dont les interactions entre les populations locales et acteurs transnationaux se déroulent. Comment s'adressent-elles à la population locale, aux bénéficiaires des actions initiées sur le terrain ? (Populations locales et les acteurs transnationaux).

Le deuxième domaine est celui de la communication institutionnelle. Souvent sourcée et inspirée par une logique d'entreprise ou commerciale, cette forme de communication semble se rapprocher et/ou s'adopter dans le secteur des ONG internationales. Giuily, Éric (2013) évoque la communication institutionnelle comme une communication corporate où l'image de l'organisation occupe une place de choix. Françoise Bernard (2010, p.79-89) va plus loin et parle de « *communication instituante [qui] complète celle de communication engageante* ». Une forme de communication qui ressemble globalement à celle des ONG dans leur lutte. Ce travail souhaite analyser la complexité, les tensions et les conflits d'intérêts générés par les différentes postures et qui offrent des possibilités d'échanges et de communication entre les Etats, les ONG, la société civile, et les institutions locales. Quels supports, quels langages et quels discours pour les populations bénéficiaires et les institutions locales ?

Le troisième domaine relève de **la communication de masse**. En effet, Cazenave, Bruno et Al (2020) évoquent la proximité et les liens entre les journalistes et les organisations pour aborder la question de la communication de masse. D'autres auteurs comme Breton, Philippe, et Serge Proulx (2012) identifient la communication de masse comme le registre du « *convaincre et de la persuasion*⁴⁸ ». La dualité ou la complémentarité entre les différentes formes de communication de masse est soulignée. Cette partie s'inspirera aussi du modèle de Karl et Paul Lazarsfeld (two step flow) pour comparer les modèles utilisées et leur apport. Enfin, parlant des voyages de presse, Olivier Falhun, (2010) les évoque comme un outil de communication de masse efficace. La communication avec ces nouveaux outils s'oppose-t-elle à la communication traditionnelle en Afrique avec des outils et canaux locaux comme le griot ou le Tam – Tam ? Les ONG Internationales en Afrique sont-elles inscrites dans une communication de masse ou une communication de groupe ⁴⁹ ?

⁴⁸ Breton, Philippe, et Serge Proulx. « Enquêtes empiriques sur le pouvoir des médias », Philippe Breton éd., *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication* ». La Découverte, 2012, pp. 155-177.

⁴⁹ Olivier Moch (2016), « Communication de groupe et communication de masse, quelles différences ? » En ligne : <http://olivier-moch.over-blog.net/article-communication-de-groupe-et-communication-de-masse-quelles-differences-74641564.html> » consulté le 1 mars 2017

Si les capitales africaines sont dopées par le développement exponentiel de la téléphonie mobile et des réseaux sociaux numériques (RSN), qu'en est-il de l'utilisation de cette technologie en direction des populations locales ?

Alain Kiyindou (2010) revient sur la place de TIC en lien avec le développement, l'éveil et le renforcement de certaines traditions africaines.

Cependant si ces nouvelles technologies (internet, réseaux sociaux...), ne semblent pas occuper une place importante dans la communication des ONG en Afrique, l'alternative des médias traditionnels (griot, foras, cérémonie traditionnelle, conseil du village) serait-elle plus efficace pour établir le contact avec la population locale ?

Enfin le quatrième domaine reste la **communication pour le développement**. Elle intègre des paramètres bien différents des autres. La relation d'aide, le développement humain, du terroir, de l'économique, du social, du culturel...font émerger la question de la communication pour le changement de comportement et qui doit susciter un développement à travers les stratégies mise en place par les ONG internationales. Plusieurs auteurs comme Christian Abogli (2014), Alain Kiyindou (2009) donnent ainsi leur point de vue sur le lien entre la communication, le développement local et la culture.

Les ONG de sensibilisation aux problèmes de développement, font du lobbying en faveur de changements dans la politique de développement. Entre influences, objectifs inavoués, envie d'uniformiser, la logique **unidirectionnelle** de la communication pour le développement des années 1960 - 1990 et qui ressemble fort au modèle de Lazarsfeld « *Two step flow* » a-t-elle permis d'apporter un vent de changement par rapport à la l'approche constructiviste souvent théorisée par certaines ONG dans leur démarche et à la place des connaissances endogènes.

Ces grands domaines regroupent en leur sein des sous parties qui permettent de mieux comprendre la démarche de communication des ONG Internationales. On peut citer : la communication globale, la communication interculturelle, la communication externe et interne. Elles sont une partie intégrante de l'étude et permettent de faire le lien entre les ONG internationales, bénéficiaires et les institutions.

Le développement de ces concepts dans la partie théorique et conceptuel permettra de comparer la communication menée par ces ONG choisies dans l'étude, les approches théoriques et les théories que renferment ces concepts dans la mise en œuvre.

- Corpus

La communication des Organisations Non Gouvernementales internationales en Afrique est un domaine très qui est peu exploré dans les études scientifiques. Si à travers le monde, « *les travaux sur le milieu ONG se sont multipliés ces dernières années [...], bien des problématiques restent à approfondir surtout dans le domaine de la communication des ONG en direction des bénéficiaires. Sans compter les riches pans à défricher sans cesse, du fait de l'évolution ininterrompue du milieu* » (Phillipe Ryfman 2014, p.6).

Ce domaine de la communication internationale fait partie des pans à approfondir. Le corpus est constitué de différents éléments (ouvrages et articles) sur différents sujets : de la culture au don, en passant par l'interculturel, la communication, les théories, beaucoup de fiches de lectures ont été constituée à partir des ouvrages de différents auteurs dans les domaines cités. Ils apportent à la fois des réponses sur la dynamique de cette recherche et permettent aussi d'y revenir sur l'analyse. On peut citer : « *l'entreprise multiculturelle* » de Trompenaars⁵⁰ ; ainsi que « *le management interculturel* » avec F. Gauthey, D. Xardel⁵¹ ; les « *ONG* » avec Ryfman⁵² et/ou le « *dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* » avec Alex Mucchielli⁵³ ... D'autres auteurs comme Doucin, Lipiansky⁵⁴ ou Marcel Mauss⁵⁵ viennent compléter cette liste.

La faiblesse du corpus sur la question de la communication des ONG internationales ainsi que la faiblesse « *des ouvrages généraux sur les ONG* » proposé par le site d'informations Ritimo.org⁵⁶ montre la place restreinte accordée au sujet de la communication des ONG internationales en direction des populations dans les études proposées. Les outils et initiatives pour un monde solidaire semblent très peu notés. Très peu d'études traitent d'autres thématiques comme les médias, l'internet, les Nouvelles technologies de l'information et de la communication (Ntic) et leurs utilisations, Etc.

50 Fons Trompenaars, 1994, *L'entreprise Multiculturelle*, Edition Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, 309 p. p10

51 F. Gauthey, D. Xardel « *Management interculturel* » Presses Universitaires de France/2eme édition corrigée 1993 p.118

52 Philippe Ryfman, 2014 « *les ONG* ». La Découverte/paris 2009 (2014 troisième édition), 127p. (Collection Repère)

53 Alex Mucchielli, 1996, *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Masson et Armand colin éditeurs, Paris, 278 pages.

54 Jean-René Ladmiral - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *la communication Interculturelle*, Armand Colin Editeur, Paris, 319 p. p8

55 Marcel Mauss, 2012, « *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, présentation de Florence Weber, 2ndéd., Paris, Presses Universitaires de France, 150 pages.

56 Ritimo.org (2012), « *Bibliographie sur les ONG* » en ligne : <https://www.ritimo.org/Bibliographie-sur-les-ONG#intertitre0>, Consulté le 20 février 2017.

La question d'une analyse globale de la communication internationale n'est pas traitée non plus comme le veut ce travail de recherche. Certaines disciplines et/ou thématiques s'intéressent très peu à la communication de ces ONG internationales en direction des bénéficiaires. On peut citer entre autres : le marketing l'ethnologie, les finances, la sociologie et l'anthropologie.

Cependant des articles et revues scientifiques ont été sélectionnés pour combler ces différents manques. Ils apportent ainsi des éléments de réponses et des propos pouvant contribuer à faire une analyse de la communication internationale de manière structurée.

L'étude s'est appuyée sur les revues et articles de « *communication et organisations* » pour appréhender la question de la culture ; sur la revue « *communiquer* » pour analyser les questions de communication... Elle s'est basée aussi sur « *cultures et études* » ainsi que sur des comptes rendus mieux cerner le sujet. Ce travail a permis de constituer une base de données à partir de ces éléments qui sont classés par rubriques. Cette liste de « *bibliothèque locale* » constitué de plusieurs articles, rapports a permis d'apporter un équilibre dans le traitement des différents sujets en lien avec la communication de manière générale et la communication internationale en particulier.

L'état de la recherche sur la communication des ONG internationale peut par ailleurs sembler riche et diversifié. La majeure partie des études ne s'attarde pas sur la distinction entre les ONG locales et celles internationales. Cela peut être dû au fait que les études sont généralement menées en Europe ou très localisées. En effet, plusieurs études de cas s'inscrivent dans une dimension comparative concernant les ONG. Cependant la dimension de la communication internationale semble très peu précisée dans les recherches et la relation entre les ONG et les populations bénéficiaires.

Pour pallier ces situations, l'étude a fait le choix de renforcer le corpus par des articles de presses, de journaux, de presses quotidiennes nationales (PQN) et de presses quotidiennes internationales (PQI) et d'agences de presses internationale et nationales.

Pres de 1446 articles ont été collectés, traités et analysés à travers le logiciel Iramuteq. Cette collecte d'informations s'est faite essentiellement sur factiva. Une série de mots clés ont facilité les différents filtres d'articles collectés. Ces mots sont les suivants : le droit en lien avec les organisations non gouvernementales qui interviennent dans ce secteur ; la culture ; les ONG en Afrique ; les motivations...

A l'issue de cette recherche d'articles sur les ONG internationales, la collecte s'est faite principalement sur les articles de presse des agences de presses internationales et locales.

On peut noter que les agences ci-après ont été principalement ciblées : l'agence France Presse (AFP), l'agence Presse Africaine (APA), l'Agence Presse Sénégalaise (APS)...). Ces agences restent le cœur du dispositif de communication des ONG internationales. D'autres presses ont été ciblées avec une collecte d'articles de presse au niveau des quotidiens nationaux et régionaux (PQN, PQR) : Sud quotidien, Walfadjri, le Soleil. Ces éléments permettent de comprendre le traitement de l'information des activités des ONG internationales dans la presse locale et nationale.

D'autres journaux français ont été collectés pour comprendre la vision des Organisations Non Gouvernementales internationales du point de vue européen et le traitement de l'information qui l'accompagne.

Au-delà de la presse internationale, régionale et locale, le corpus est constitué d'autres supports à la fois web et audiovisuel. Ils sont constitués de podcast du site web traverse la frontière (TLF) et des supports vidéo issus des chaînes YouTube des pages des ONG internationales. Ces informations sont complétées par le site RITIMO et les pages des ONG internationales dans les réseaux sociaux numériques (Facebook, Twitter, YouTube).

Ce corpus est complété par d'autres éléments comme les rapports annuels, financiers et les bilans financiers, les budgets, la langue voire les bénéficiaires et leurs familles. Cela a permis de constituer une base de données qui a intégré directement la biblioweb que l'étude s'est constituée. La partie suivante permettra d'apporter des éléments complémentaires au corpus.

○ **Etat de la recherche sur la communication des ONG en général**

Dans la partie état de la recherche, il est important de s'intéresser aux principaux auteurs ou chercheurs qui ont travaillé sur la question des ONG avant d'indiquer l'option prise dans le cadre de ce travail de thèse. L'étude proposera ensuite de travailler sur quelques organisations et justifiera ce choix en tentant de se démarquer de ce qui est déjà fait par certains auteurs ou chercheurs. En effet, la recherche sur les ONG internationales est abordée sur différentes postures en lien avec plusieurs domaines aussi divers et variés. Entre autres, l'économie, le pouvoir, le droit, les défis, l'institutionnel, la réglementation ...

Certains (es) chercheurs (es) ont pu apporter des éléments de compréhensions sur différents sujets en lien avec les ONG internationales et la communication qu'elles utilisent. En effet, Doucin Michel (2007) fait découvrir le rôle de **contre-pouvoir** que les ONG peuvent jouer dans

les relations internationales. Dans une optique différente, Philippe RYFMAN (2014) s'emploie à présenter les ONG internationales sur différents volets, y compris ceux en lien avec **l'économie**. Cependant, Troubé Christian, (2006) offre un autre visage des ONG et parle ainsi des **turbulences des ONG. Il évoque** aussi les défis à relever dans le domaine de la solidarité internationale.

Si les questions économiques occupent une place importante, d'autres sujets ont fait l'objet d'études de la part de certains auteurs. Cendrine Templier (2007) évoque **l'action bénévole** face à la professionnalisation des ONG. Avec ces travaux, les prémices d'un lien avec la communication s'affichent de plus en plus. Sonia Vinolas (2008) abonde dans le même registre en offrant sa vision de l'association à la croisée des logiques de professionnalisation et d'engagement. Éric Dacheux (1994) analyse ainsi le processus de la **Communication pour le changement de comportement** en lien avec les **Agences de communication**. La notion de vente et de persuasion prend une option importante dans la manière de communiquer des ONG internationales. Cette analyse sur la pratique s'accroît avec la recherche sur la question du lobbying et de l'influence proposée par Antoine Deymier (2017). La notion d'influence et de concurrence entre différentes ONG semblent présentes. Cependant elles sont en lien avec la question de la communication et les problèmes organisationnels que cela englobe.

La communication et ses exigences obligent les acteurs à s'adapter et adapter leur posture face à l'opinion publique de plus en plus à l'écoute de l'action des ONG. Zimet Joseph (2006), aborde les questions de communication en lien l'obligation de placer la transparence au cœur du fonctionnement ainsi que la recherche de légitimité. Dans cette logique, il aborde la question des ONG comme nouveaux acteurs du monde. Comme pour être dans une continuité, Crépin Hilaire Dadjo (2016) fait une évaluation des stratégies d'influence du décideur politique ou des politiques publiques en lien avec les Organisations. Ces dynamiques soulèvent les questions institutionnelles en lien avec la communication. C'est à cela que s'applique Pascal Dauvin (2010) qui revient sur la problématique de la communication institutionnelle à travers son ouvrage la communication des ONG humanitaires. Il touche ainsi un aspect important du travail de communication déployé par les ONG humanitaires en lien avec le discours, le journalisme, l'éthique, la déontologie, la professionnalisation... L'urgence étant ici le facteur déterminant de la communication.

Quelques années plus tard, Bruno Cazenave (2020) parle ainsi du Management des ONG. Dans cette logique de comprendre les stratégies, Rosana Contreras-Gama (2016) tente de comprendre les dispositifs photo-humanitaires en lien avec le journalisme. La place de l'image et son utilisation dans la communication des ONG reprend toute son importance.

Si la nécessité de communiquer sur les résultats et les actions semblent être une obligation, les questions qui relatent les **logiques d'adaptations** pour répondre aux besoins de terrains s'accroissent avec des auteurs comme Anne Le Naelou, (2004) ou **Laurent Coralie** (2017, 408p.) qui aborde lui la question du **don**.

Plusieurs recherches et auteurs traitent de la question des ONG sans forcément être dans la dynamique de la communication des ONG internationales. La nécessité d'une communication institutionnelle pousse Sandra Bourdier Mellot (2016) à analyser les **usages** sur les sites web des ONG. D'autres auteurs comme Gaël Grilhot, (2012) parle de l'ONG 2.0. Plus largement Alain Kiyindou dans une logique de développement durable fait le lien avec des NTIC en lien avec les usages des acteurs du développement.

Au niveau local, des chercheurs africains comme El Hadji Mouhamadou Fadilou Diallo Ba (2018), renseigne sur la communication des organisations à vocation sociale. Il pointe en effet les difficultés et les résultats parfois mitigés sur les effets du changement de comportement souhaité par les ONG au niveau de la population locale.

Dans un autre registre, la question de la communication interculturelle permet de faire la comparaison entre les pratiques et les usages de la communication mise en œuvre au niveau du continent africain en général et au Sénégal en particulier et celle qui est déployée au niveau européen. En effet, Franck Gauthey & Dominique Xardel (1993, PUF) parle de l'interculturel dans le management des entreprises et organismes qui interviennent à l'international.

L'utilisation de certains de ces indicateurs et références peuvent permettre à l'étude de comprendre d'avantage la communication interculturelle dans un contexte africain.

D'autres auteurs comme Jacquier, Jean-Paul (2009), Daria Tsukanova (2017) « *compétences interculturelles* » et Daniel Descendre (1991) se joignent à évoquer l'importance de l'interculturel dans la recherche sur la communication. Dans sa recherche sur la communication de masse, Yacine Diagne (2014) parle des actions participatives en lien avec une radio communautaire au Sénégal.

Tous ces auteurs ont pu parfois faire le lien entre leurs recherches et la communication. Cette diversité des recherches en lien avec la communication propose une multitude d'approches.

Cette étude va s'intéresser à six sous-groupes d'ONG internationales. Le premier groupe est issu d'ONG intervenant dans le domaine du développement. Le choix s'est porté sur les ONG suivantes : AVSF, CCFD, terre des hommes. Le deuxième groupe est constitution d'ONG intervenant dans le droit international. On peut citer : Amnesty international, Transparency International. Le troisième groupe d'ONG est émane du Social et le caritative. On peut retenir l'ONG Solidarité, Comité français pour la solidarité internationale, Aide & action, plan

international. Enfin le quatrième groupe sera constitué d'ONG **d'urgences et d'humanitaires** : dont Première urgence, handicap International, action contre la faim, médecin du monde, santé sud.

Si beaucoup de recherches sur la communication citées ci-haut semblent parler de l'action des ONG ; très peu d'études donne la parole aux principaux bénéficiaires dans les zones d'interventions des ONG. La spécificité de notre recherche se trouve dans la place qu'occupe les bénéficiaires et leurs perceptions de la communication des ONG internationales.

Le choix d'étudier une ou deux ONG dans chaque sous-groupe permet d'avoir une situation plus homogène et d'arriver à valider les hypothèses proposées.

Cette diversité de choix permettra de répondre à la question suivante : y a-t-il une forme de consensus sur la manière de conduire la communication des ONG en Afrique ? Y aurait-il des similitudes entre les différentes stratégies mise en œuvre ?

En lien avec les différentes formes de communication, notre étude tentera de s'inspirer de certains modèles comme celui de Paul Lazarsfeld (Two step flow, 1955) pour comprendre la place de cette théorie par exemple dans la communication de masse des ONG ; les différentes interactions à l'échelle d'une communication descendante. Est-elle la plus prisée par les ONG internationales.

D'autres éléments d'analyse vont permettre de comprendre la manière dont les stéréotypes sont construits et la **nécessité de la prise en compte des éléments interculturels**.

Cette recherche permettra aussi d'identifier les obstacles de la communication et la similitude d'un domaine d'intervention à un autre. La démarche participative sera aussi interrogée.

Tous ces éléments permettront de comprendre si la démarche est véritablement altruiste ou teintée d'objectifs. Certaines postures favorisent -elles une forme de néocolonialisme par l'action économique ?

Le rapport entre les différents acteurs (donateur-bénéficiaires) sera au cœur de cette recherche à travers l'observation de la communication et des interactions entre les acteurs transnationaux et les populations locales.

Le contexte africain et sénégalais, la problématique, les hypothèses et les résultats de quatre enquêtes (obstacles à la communication, ONG et Réseaux Sociaux Numériques, ONG et bénévolat et enfin la relation d'aide) vont contribuer à éclairer scientifiquement sur la question et à placer cette recherche sous le vocable de la recherche-action. Enfin l'option de passer par un processus de modélisation de certains thèmes participant à faciliter la compréhension de ce travail.

D'autres éléments viennent compléter cette partie conceptuelle. La référence à l'évolution des concepts de communication permet à l'étude d'établir un plan cohérent pour arriver à faire le lien avec les sous parties de l'étude.

Dès lors, en abordant la question de la communication des ONG internationales, l'étude fait le lien avec le concept information, éducation et communication (IEC) et celui de la communication pour le changement de comportement (CCC). Ces concepts permettront de comprendre les pratiques et leurs utilisations par les ONG internationales dans leurs stratégies et système de communication.

- **Méthodologie**

La méthodologie ainsi que la délimitation du champ de l'étude viendront clôturer cette première partie du travail de thèse. Elles permettront de justifier les choix qui ont permis d'apporter des éléments de vérification à la fois pour les hypothèses et les nombreux questionnements. La méthodologie va permettre non seulement d'apporter des réponses sur la manière de comprendre le fonctionnement de la communication des ONG internationales mais aussi la manière de construire cette communication globale à travers les approche quantitative et qualitative.

La méthodologie est basée sur des enquêtes, des observations directes, des analyses discursives avec la collecte d'articles de presse factiva de 2015 à 2019 ; des questionnaires et enfin des entretiens

Sur l'approche méthodologique qui va être développé plus tard (cf. p. 202), il est important de revenir de manière succincte sur le processus de construction de cette recherche, ses évolutions et les études proposées. Pour répondre à la question principale des thématiques ont été identifiées pour réduire le champ de l'étude. En effet une définition des concepts, les enquêtes sur les sujets identifiés et les méthodes exploratives ont été au cœur de cette méthodologie L'accent était mis sur la place des réseaux sociaux numériques, la culture, la question de l'interculturel, de l'interpersonnel en lien avec la communication internationale des ONG internationales.

Le champ d'exploration est possible grâce à des instances de réflexion comme la chaire Unesco « *communication* » ; à la référence sur des théories comme celui de Wiener avec l'interchangeabilité des rôles et enfin à l'ancrage quantitatif dans « *l'état des lieux sur les RSN* » et qualitatif « *sur le bénévolat* ».

Il faut noter aussi que l'étude a pu faire appel des méthodes expérimentales (quantitatif) avec une validation par les systèmes théoriques. Cette méthode est couronnée par l'approche inductive qui passe par une observation sur le terrain.

L'utilisation de ces méthodes répond à la vision de Didier Courbet (2013) qui parle de l'importance de l'utilisation plusieurs méthodes dans un contexte de recherche pour apporter des réponses ou pas aux différentes situations de recherches.

Ce choix a permis de partir du terrain pour comparer les discours des ONG et le terrain pour à la fin analyser les écarts entre les souhaits et la réalité. Le choix de s'adresser principalement aux populations bénéficiaires était une option prise pour comprendre la communication des ONG internationales sur le terrain.

D'autres sujets ont été traités en périphériques avec des méthodes d'analyses et des études quantitatives et qualitatives. L'observation participante a permis de chercher à comprendre le fonctionnement des ONG. Une immersion auprès de la conférence des ONG du Conseil de l'Europe est envisagée pour à la fois faire des entretiens, recueillir des avis mais aussi observer le fonctionnement de l'intérieur.

La "base de données⁵⁷" de la conférence des ONG internationales était un premier support de prise de contact, d'échange et de prise de rendez-vous. Les premières approches avec la conférence des ONG du Conseil de l'Europe n'étaient pas concluantes. Une réorganisation de l'approche par une immersion de 4 jours⁵⁸ au niveau du conseil de l'Europe et une participation à la "session⁵⁹" de la conférence des ONG semblait plus efficace pour échanger sur le travail des ONG. Les différents thèmes abordés offrent des possibilités de travail sur certains sujets. La question de l'interculturel et sa prise en compte par les ONG du conseil de l'Europe dans l'intervention des ONG semblent être en effet une réelle préoccupation. Sa prise en compte s'exprime à travers la production de l'outil de « *toolkit* ». Cette observation fait aussi l'état des lieux sur : la problématique de l'interculturel sur le terrain, la non prise en compte de la culture locale, la faible participation des populations locales aux initiatives, projets et programmes des ONG internationales, les obstacles liés à la communication des ONG Internationales, la place du don qui semble altérer les interactions, les rapports et les relations avec les bénéficiaires. Des entretiens exploratoires sont proposés et réalisés sur la question de l'interculturel avec des responsables⁶⁰ d'ONG du conseil de l'Europe et de chercheurs qui ont visité le Sénégal. Cette

⁵⁷ <https://www.coe.int/fr/web/ingo/database>

⁵⁸ <https://www.coe.int/fr/web/ingo/january-2016>

⁵⁹ <https://www.coe.int/fr/web/ingo/sessions>

⁶⁰ Anna Rurka, responsable de groupe de travail (Commission démocratie, cohésion sociale et enjeux mondiaux). Chargé du suivi du programme « Construire l'Europe pour et avec les enfants ».
<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805ab948>

observation participante part des constats du terrain vers les discours proposés par certaines ONG de la conférence des ONG du conseil de l'Europe dans leur communication. L'analyse de ces observations est renforcée par les données collectées.

La participation à l'évènement annuel « *village des assos*⁶¹ » à Strasbourg était aussi un moyen de continuer l'observation participante sous un registre différent. Il s'agissait de rester attentif aux différents discours des ONG internationales qui interviennent en Afrique, à la méthode de recherche de bénévoles et à la technique de collecte de don. Le cadre permet de voir les supports de communication utilisés et la présentation des résultats de leur travail dans le but de collecter des dons ou d'avoir de nouveaux adhérents.

A cela s'ajoute, les observations sur l'organisation de la communication et les stratégies (création des besoins, communication de masse), sur la construction des représentations susceptible de justifier les interventions, sur la création d'un vocabulaire spécifique à l'ONG et que s'approprient parfois les leaders d'opinions impliqués au niveau local dans la communication pour apporter une influence ou cautionner l'action et/ou l'aide proposées.

L'ensemble de ces éléments, sur l'interculturel, sur les interactions, sur l'organisation et sur la communication a permis de bâtir la première démarche méthodologique.

Pour apporter des éléments de réponses sur la prise en compte de la culture locale dans l'action proposée par les ONG internationales, il était nécessaire de diversifier les sources d'informations. Le colloque de l'ARIC a permis de mener d'autres entretiens semi-directifs pour explorer les questions liées à la culture, à l'interculturel et à l'intervention des ONG dans des endroits culturellement différents. Quelle est la place que les ONG internationales accordent à la culture ?

Avant d'aborder d'autres questions, l'étude a pu rencontrer des difficultés liées au faible retour des ONG sur les demandes d'entretien. La faiblesse des réponses a conduit à changer de stratégies et surtout de changer les modalités de l'échantillonnage. Le silence ou parfois le refus de certaines ONG de répondre aux interrogations ont poussé à changer de méthode de recherche prenant l'option de passer par une collecte de données à partir des présentations des ONG. Cela devrait permettre d'analyser le discours des ONG mais aussi leur motivation. La question de la culture est analysée dans un contexte plus global. Ce choix conduit à faire une analyse discursive à partir de leur propre présentation recueillie sur certains de leurs supports de communication (site web, rapport annuel, plaquette d'information...).

⁶¹ <https://www.mdas.org/agenda/le-village-des-assos/>

Cette collecte va permettre de faire une analyse discursive sur le discours des ONG en direction des bénéficiaires, leurs messages et leurs objectifs. Elle permet de déceler les influences, les vocables, les stéréotypes **cultivés**, les tensions et parfois la lutte des positions. Une grille de variables et leurs descriptions ont été proposées en lien avec l’outil d’analyse lexical « *Iramuteq* ».

Au vu de nos expériences sur le terrain, il était nécessaire d’interroger, mais aussi de comprendre le rôle et la place de la création d’un vocabulaire pour justifier l’action des ONG. Un vocable souvent répété ou amplifié par certains leaders d’opinion dont il faut chercher à mesurer leur influence. Certains d’entre eux semblent jouer un rôle essentiel dans la communication des ONG. En faisant le tri à partir du répertoire⁶² de la base de données de la Coordination Sud, l’étude s’est intéressée à la présentation de plus de 174 ONG⁶³ internationales qui interviennent en Afrique⁶⁴. Cependant, l’accent est mis sur les 60/174 ONG internationales⁶⁵ qui mènent des actions dans des secteurs divers et/ou variés sur le territoire sénégalais. Les textes de présentation de ces ONG ont permis de revenir sur les objectifs, les missions, le discours et le cœur de leur propos. Cela constitue un corpus qui a permis de proposer une analyse lexicale pour comprendre la communication des ONG en direction de leur public. Il existe en effet, une seconde liste plus hétérogène de la plateforme des ONG européennes⁶⁶ au Sénégal. Elle est constituée en partie de certaines ONG françaises de la coordination sud mais aussi d’ONG européennes. Les données collectées sont traitées dans les mêmes proportions que les premières. L’intégration d’autres ONG européennes non européennes permettra de noter la différence dans les discours des ONG ou pas.

L’étude se réfère et se base essentiellement sur les approches méthodologiques (cf. partie 3) d’une part et d’autres part sur les approches systémiques et constructivistes (cf. p.113).

Le statut de l’ONG comme un ensemble de complexité pousse à le considérer comme un système complexe à étudier. Le choix de ces deux approches rentre dans ce contexte. L’étude reviendra plus tard sur le choix des deux approches.

Cette partie est clôturée par les formations faites sur les outils d’analyses lexicales. Cependant pour alimenter le champ lexical, une collecte d’information est menée à partir de l’outil ‘‘ factiva’’ sur la période allant de 2015 à 2019. Elle est constituée essentiellement d’articles de presse. Des mots clés ont été choisis pour faciliter la collecte d’information « *ONG en Afrique*,

⁶² <https://www.coordinationsud.org/wp-content/uploads/210416-CSUD-Liste-organisations-membres.pdf>

⁶³ https://www.coordinationsud.org/espace-membres/liste-des-membres/?_localisations=afrique

⁶⁴ Classification des pays africains ayant le plus d’ONG internationales françaises : Sénégal 60 ; Burkina 57 ; Madagascar 52 ; Bénin 49 ; Maroc 46 ; Cameroun 41 ; République Démocratique du Congo 33.

⁶⁵ https://www.coordinationsud.org/espace-membres/liste-des-membres/?_localisations=senegal

⁶⁶ <https://pfongue.org/-Liste-des-membres-.html>

différences culturelles ». Plusieurs quotidiens internationaux et locaux ont pu traiter des différents événements organisés par les ONG au niveau du Sénégal.

Un ciblage a été fait et tourne autour de 5 grands groupes de presses qui relatent régulièrement les actions des ONG. Elles ont une notoriété, une audience, une dimension nationale et internationale. L'étude de la communication des ONG à travers la presse, qui reste le principal media sollicité par les ONG pour communiquer est une opportunité pour revenir sur les différentes communications faites par ces dernières. On peut noter le journal le soleil (quotidien gouvernemental), Agence France presse, Agence APAPress, Agence Panapress (agence internationale et panafricaine), Sud quotidien (quotidien national), Walfadjri (quotidien national). Avec l'utilisation de mots clés, a permis de collecter de près de 250 articles de presse dans une approche explorative. Au vu des premiers résultats de l'étude explorative, le choix était d'élargir la recherche à un nombre plus conséquent d'articles. L'étude a finalement collecté, codifié, étudié et analysé près de 1446 articles de presse⁶⁷. Ils sont repartis entre les agences de presses internationales et nationales et la presse quotidienne nationale ou régionale. La collecte de factiva a permis de traiter une question majeure de l'étude : celle de la motivation de personnes étrangères à s'investir ailleurs. Plusieurs initiatives sont reprises dans la presse. L'analyse des discours de ces dernières, permet de comprendre le sens de leur intervention. Avec la codification suivante « *humanitaire au Sénégal* » l'outil factiva a permis de revenir sur les différentes actions des humanitaires et leur réalisation. Cette première grille permet de filtrer rapidement les articles qui répondent plus à notre étude.

L'analyse de ces informations collectées est dès lors soutenue avec l'outil 'Iramuteq' qui permet non seulement de comprendre le champ lexical mais de faire une analyse discursive de la communication des ONG internationale en Afrique. L'outil permettra d'identifier le sens et l'importance des mots utilisés par les ONG Internationales en direction des populations locales. Il est important d'approfondir l'étude en se basant sur certains mots clés comme communication international, développement, don culture, interculturel, obstacles, erreurs, actions. L'ensemble de ce vocabulaire a un lien avec le sujet de recherche. La liste n'est pas exhaustive.

Au-delà de ces points, la recherche va montrer quelques exemples qui semblent favoriser l'échec des programmes et projet des ONG. Il est important dans le cadre de cette étude, de montrer la place de l'interculturel dans la communication des ONG.

Le choix d'approfondir l'étude par une analyse lexicale à partir d'un corpus constitué d'éléments tirés de la communication des ONG en direction des publics semble être une porte

⁶⁷ Voir Annexe.

d'entrée privilégié. Elle permettra de comprendre le discours et le vocabulaire des ONG dans leur communication avec les bénéficiaires. Quels sont les mots utilisés par les ONG ? dans quel contexte ?

Elle permet en effet de pallier l'absence de retour sur les demandes d'entretien de la part des responsables d'ONG.

Si plusieurs personnes ont été ciblées dans ce travail de recherche, l'étude a tenté de définir la population cible. Elle est constituée de personnels des ONG en général et en particulier les chargés de communication. Les bénéficiaires et les personnes ressources qui vivent dans les zones d'intervention des ONG occupent ainsi une place importante.

Le choix de cette méthode de l'échantillon repose sur la possibilité d'apporter des réponses provenant d'acteurs du terrain.

En effet plusieurs entretiens ont été menés pour apporter des réponses précises aux différentes questions qui jalonnent cette thèse. Des échanges sur des retours d'expérience ont pu apporter des éléments utiles à la partie analyse. Lors de ces entretiens, les différents acteurs se sont employés à offrir un point de vue particulier sur la manière dont les ONG internationales font leur communication avec les bénéficiaires. Le focus a été mis sur les obstacles liés à la communication des ONG internationales et constitue un point central.

Les différents entretiens menés sont en lien avec un public hétérogène du point de vue des professions et qui apportent ou pas une diversité de point de vue ou une pratique commune. Parmi eux : une anthropologue rencontrée lors du congrès de l'ARIC et qui offre une vision du terrain sénégalais à travers ses propres observations mais aussi sa pratique du terrain. Ensuite, l'étude s'est intéressée à recueillir l'avis du représentant de Amnesty international⁶⁸ qui parle de la stratégie de communication des ONG internationales sur le terrain. On peut noter aussi l'entretien obtenu auprès d'un membre⁶⁹ de la conférence des ONG internationales du conseil de l'Europe qui livre son point de vue sur la communication des ONG internationales mais aussi sur la possibilité de prendre l'importance stratégique de la prise en compte dans les relations internationales et géostratégiques et sa compréhension. Cet échange a permis aussi de prendre en compte la dimension interculturelle dans les politiques des ONG.

Plusieurs entretiens ont été menés dans l'optique d'apporter de valider la deuxième hypothèse. Ils sont menés auprès des travailleurs sociaux et ils questionnent la question de la relation d'aide, les postures, la place du bénéficiaire et son rôle dans le processus.

⁶⁸ Entretien avec Seydi Gassama (représentant de Amnesty internationale Sénégal) sur le thème de la communication des ONG internationale au Sénégal.

⁶⁹ Entretien avec Jean pierre ESTIVAL : membre de la conférence des ONG du conseil de l'Europe de Strasbourg.

La diversité des acteurs pose parfois la problématique majeure : celui de déterminer la taille de l'échantillon. Cependant en faisant le choix d'un échantillonnage boule de neige, l'étude privilégie le maximum de réponses obtenus sur l'échantillon de base. La difficulté parfois a mobilisé les représentants des ONG Internationales dans les études pousse à faire d'autres choix. Cependant la constitution de la base de sondage prend en compte des individus vivants dans une zone rurale (paysans, éleveurs). La notion de « *personnes bénéficiaires* » vivant dans les zones d'interventions et les acteurs partenaires étatiques occupent une place importante et souvent jouant le rôle de leader d'opinion.

Pour apporter des réponses aux différentes questions, l'étude se propose de recenser différents des éléments de l'échantillon (cibles, rôles, responsabilités...) pour permettre une collecte fiable des données et déterminer un échantillon utile.

Par ailleurs, il est important de comprendre que l'identification des biais a permis de proposer un redressement de l'échantillon.

Un échantillonnage stratifié⁷⁰ et boule de neige⁷¹ ont été choisis pour collecter des informations et apporter les réponses des acteurs concernés. Le choix d'utiliser un échantillon stratifié permet simplement de classer les personnes sélectionnées par critères et en fonction de leur capacité à proposer des informations fiables et par ordre d'importance. Dans le cadre de cette recherche, la stratification se fait surtout par les critères socioprofessionnels, par niveau d'implication, niveau de participation, niveau de prise de décision, niveau d'étude, ...

L'hétérogénéité des acteurs pousse à utiliser cette méthode plus avancée sélections.

Quelques variables peuvent être observées : le niveau et degré de connaissance mais aussi le niveau responsabilité et le rôle occupé

L'échantillon stratifié permet globalement de recueillir des opinions qui sont au plus près des personnes bénéficiaires par le rôle et/ou la responsabilité jadis occupés. Elle permet aussi d'obtenir un échantillon qui représente le mieux l'ensemble de la population étudiée. L'analyse des résultats permettra de comparer les réponses en fonction des différentes strates de responsabilités.

⁷⁰ Firdion, J. (2012). 4 « *Construire un échantillon*. Dans : Serge Paugam éd., *L'enquête sociologique* (pp. 69-92). Paris cedex 14, France : Presses Universitaires de France.

⁷¹ Firdion Jean-Marie, « *Construire un échantillon* », dans : Serge Paugam éd., *L'enquête sociologique*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « *Quadrige* », 2012, p. 69-92. En ligne : <https://www.cairn.info/l-enquete-sociologique--9782130608738-page-69.htm>

En plus de la stratification, l'étude a fait le choix d'utiliser l'échantillon boule de neige en complément de celui qui est déjà cité ci-haut. Il permet de récolter des informations de manière à élargir les champs des répondants tout en restant dans la logique de la stratification.

Ce choix est privilégié et encouragé par la difficulté à avoir des réponses et des entretiens de la part des ONG internationales. Au démarrage de la recherche Sur les premières tentatives d'envoi de questionnaires ; le faible nombre de retour sur les demandes faites à pousser et encourager ce choix de recourir à ce type d'échantillonnage

L'absence de réponses sur les différents questionnaires lancées auprès des ONG internationales pousse à changer de type d'échantillonnage. Il semblait important au vu des faibles retour de procéder à une collecte de maximum de réponses et d'opinion. Dans cette même optique, plusieurs questionnaires ont été lancés et portent sur les obstacles liés à la communication, sur le bénévolat, sur les réseaux sociaux numériques avec près de 216 répondants (cf. annexe).

L'approche multidimensionnelle de cette étude offrira ainsi un aperçu qui montre la complexité de la relation ONG et bénéficiaires tout en développant la question de la communication des ONG internationale sur différents angles.

Pour compléter cette recherche l'étude a fait appel à la **sémiologie** pour étudier la communication institutionnelle (bailleurs-états-donateurs) et la communication destinée à mobiliser les masses à travers l'étude sur le bénévolat et les réseaux sociaux numériques.

○ Cadre méthodologique

Ce travail de recherche est le fruit d'un processus qui a permis de réfléchir sur la manière de mener cette étude. Il permet de construire et de déconstruire les évidences, et de travailler sur une présentation de cette thèse au vu de mettre en relief les résultats obtenus.

Dans un premier temps, elle s'inspire des propos d'Alex Mucchielli qui déclare : « *je définirai ici la méthodologie comme la réflexion préalable sur la méthode qu'il convient de mettre au point pour conduire une recherche déterminée* ⁷² ». Cette réflexion bien que cognitive, finit par être rédigée, modifiée, redéfinie, construite pour offrir la forme d'une méthode scientifique mûrement pensée. La prise en compte des différents aspects de la communication des ONG internationales, la réflexion sur les obstacles qui sont liés à la communication de ces ONG, ainsi

⁷² Alex Mucchielli, « Pour des recherches en communication », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | 1996, consulté le 04 décembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>. P.12

que la réflexion sur la manière d'étayer la problématique et de vérifier les hypothèses, l'identification des acteurs (de terrains et auteurs) susceptibles d'apporter des éclairages ; participent globalement à la manière initiale de conduire cette étude. L'objectif est d'arriver à vérifier en effet les hypothèses posées et de tenter d'apporter des réponses aux questionnements soulevés dans cette recherche sur la communication des ONG internationales en Afrique en général et de manière spécifique au Sénégal. Cette réflexion semble être une première ouverture vers une démarche plus élaborée pour mener à terme cette recherche.

Dans cette partie, il s'agit ici de faire un retour sur cette réflexion préalable mais aussi de montrer en quoi cette méthode utilisée a été corrigée, adaptée tout au long de ce travail.

Pendant la construction de la problématique et des hypothèses, plusieurs options ont été prise pour d'abord revenir sur les matières observables et faire ainsi l'état de la connaissance sur le sujet avec différents sous points. Il était nécessaire de partir dans cette revue des connaissances observées à partir de notre expérience antérieure ; de faire un état des lieux du savoir pour sortir à la fois des problématiques et dégager des hypothèses à partir de cette expérience vécue.

Au-delà de ces éléments de compréhension obtenus grâce à un retour sur l'expérience vécue et la revue de la littérature, il nous semble nécessaire d'expliquer la suite du travail avec d'autres méthodes utilisées pour mieux étayer le sujet. Elle témoigne aussi, des processus pour la conduire, des approches méthodologiques, des rencontres et formations faites pour tenter de comprendre et d'apporter des réponses aux questionnements. A. Mucchielli (1996) parle de « *la présentation du contexte de la recherche fait donc partie de tout bon compte-rendu de recherche [et que] cette présentation est particulièrement importante en Sciences de l'Information et de la Communication car l'on sait que le contexte (ou les contextes) va largement intervenir, à tout moment, pour la constitution du sens des phénomènes communicationnels que l'on va expliciter* ⁷³ ».

Cette recherche de cohérence reste ainsi dans une dynamique de tension pour répondre à la fois au questionnement en lien avec les hypothèses posées.

Cette partie reviendra sur la manière dont la recherche a été conduite durant ces années de thèse. Avant d'entrée dans la méthodologie utilisée, il semble important de revenir sur la construction du projet de thèse (de l'idée à la formulation de l'objet de recherche) pour ensuite parler de la manière dont elle s'est déroulée.

Au-delà de cette étape, l'étude présentera par la suite les matériaux utilisés et les difficultés rencontrées dans l'élaboration de ce travail.

⁷³ Alex Mucchielli, « *Pour des recherches en communication* », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | 1996, consulté le 04 décembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>

Dans ce contexte, l'étude se basera sur l'utilisation de concept pour renforcer cette partie conceptuelle qui viendra renforcer la méthodologie. Elle permettra non seulement de comprendre l'utilisation qu'en font les ONG mais aussi la manière dont elle influe sur leur pratique. Elle permettra aussi de définir les concepts clés de ce travail pour permettre une meilleure compréhension des termes et de leurs importances. On peut se référer sur cette affirmation d'Alex Mucchielli (1996) qui indique qu'« *il semble préférable de bien préciser les concepts que l'on utilise. Si certains prêtent à confusion ou donnent lieu encore à diverses définitions, il est très simple de dire qu'on utilise tel ou tel concept dans l'acception retenue par tel ou tel auteur* ⁷⁴ ». L'étude reviendra plus tard sur cette dimension conceptuelle et sur les approches : systémique, constructiviste et méthodologique qui permet de mieux comprendre l'objet de recherche mais aussi les moyens utilisés pour faire ce travail. Il va contribuer à mettre en avant la problématique posée ainsi que les hypothèses émises. Elle va aussi traduire le (s) champ dans le(s)quel(s) s'inscrit cette recherche.

Celui-ci sera renforcé par les méthodes quantitatives et qualitatives utilisées dans ce travail (cf. p.202-206). En revenant plus tard sur leur importance, nous développerons leur utilisation et le choix portés sur ces deux méthodes.

- Annonce du plan

Au-delà des éléments présentés ci-dessus, l'étude va s'articuler sur plusieurs parties. En effet, **dans la première partie**, cette recherche va d'abord aborder quelques concepts et théories qui permettent de comprendre le sujet. La définition de certains concepts comme l'acronyme ONG, son sens son histoire et sa perception permet de jeter les bases d'un langage simplifié. Une meilleure compréhension de l'évolution des ONG permettrait de comprendre d'avantage leur manière de communiquer et les changements intervenus dans le temps.

Cette partie théorique permettra à la fois de revisiter les différents concepts du sujet, mais aussi d'apporter des points de vue d'auteurs en lien avec la question de la communication des ONG Internationales.

Plusieurs domaines de la communication seront ainsi revisités à savoir la communication internationale, interpersonnelle, institutionnelle, de masse et enfin la communication pour le

⁷⁴ Alex Mucchielli, 10 | 1996 « Pour des recherches en communication », *Communication et organisation*. Consulté le 04 décembre 2018. En ligne, : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>

développement. Cependant cela s'inscrit globalement dans la logique de la communication des organisations puisse qu'il s'agit de se pencher sur la communication des ONG internationales. Le lien communication et culture sera posé si l'on sait que la communication internationale englobe la communication interculturelle. La difficulté de les dissocier réside dans leur complémentarité. La communication internationale entraîne une rencontre des cultures et fondamentalement une interaction entre des individus qui semblent différents sur plusieurs plans (éducation, organisation de la société, vision, culture...). La thématique de la communication interculturelle permettra de comprendre les différentes interactions de personnes de culture différentes et la place des différents acteurs (transnationaux et populations locales).

Il est important de revisiter le contexte de l'étude et les observations de terrains. A partir de là, plusieurs sujets sont abordés et permettre de comprendre les réalités de terrain.

L'étude revient sur la notion d'aide et la relation d'aide qui permet de faire une comparaison sur les pratiques des structures d'aide dans une région développée et/ou dans une région en voie de développement. L'accent sera mis en effet sur la question de la communication interpersonnelle dans sa dimension à l'autre et la relation d'aide avec les tensions qui peuvent y découler. Globalement l'étude va s'intéresser aux différentes interactions. Par ailleurs pour comprendre les stratégies mise en place par ces dernières, les interactions, la place de la culture et de l'interculturel ; il serait nécessaire de ré-analyser les notions de la communication globale, externe et interne mais aussi de la communication ascendante et descendante ainsi que l'objet de leur utilisation par les ONG. La comparaison et point de similitude entre l'aide sociale et l'aide des ONG semble important dans cette dynamique de comparaison. L'étude sur la précarité permet de comprendre parfois les choix d'action et d'intervention.

Dans une deuxième partie, l'étude aborde les différentes approches qui servent à la fois de référence pour ce travail de recherche. En revisitant les différentes approches : systémique, constructiviste, l'étude a fait le choix de parler et de traiter plusieurs sujets en lien avec le travail. L'ONG étant un système, il était important de se référer sur certains principes de l'approche systémique ou constructiviste pour expliquer les spécificités de celle-ci et offrir une meilleure vision à cette recherche. L'intérêt de ces approches est aussi de comparer ces principes avec la réalité des ONG. Elle a permis de revisiter la notion de système avec les points de vue de plusieurs auteurs. En effet les interactions, les principes de l'approche systémique et constructiviste en communication ont été étudiés.

Sur la partie méthodologique, l'étude tente de faire un point sur les choix et méthodes utilisés. L'approche méthodologique utilisée semble large car elle va de l'observation participante aux méthodes qualitatives ou quantitatives en passant par le choix des outils d'aide à l'analyse lexicale, leur appropriation et le choix de l'échantillon.

Ensuite l'étude propose différents questionnaires qui viennent compléter cette partie.

Dans la troisième partie, l'étude est centrée sur les différentes approches méthodologiques. Il retrace les différents choix pour apporter des réponses, confirmer ou infirmer les hypothèses et proposer des réponses aux différents questionnements.

La quatrième partie semble essentielle car elle regroupe l'ensemble des études menées dans le cadre de cette thèse pour à la fois apporter des éléments factuels mais aussi montrer la manière dont les ONG internationales fonctionnent sur le terrain.

En effet, la question de la communication pour le développement et le développement local sera abordée pour offrir un meilleur panorama sur l'intervention des ONG internationales au Sénégal.

Les différents champs lexicaux des ONG qui interviennent en Afrique en général et au Sénégal en particulier seront abordés.

L'étude va développer la question de la communication pour le développement en lien avec le développement local au Sénégal. Le panorama de la communication des ONG au Sénégal offrira une vue sur les différents éléments de la communication des ONG au Sénégal.

Les enjeux et les stratégies et les nouveaux paradigmes seront analysés. La place de l'audiovisuel dans la communication des ONG au Sénégal sera démontré. Elle permettra de comprendre la stratégie mise en place pour communiquer avec les populations et peut être les options qui les poussent à choisir ce moyen de communication.

Les outils comme l'internet et les réseaux sociaux numériques seront développés à cet effet.

Cette partie fera aussi l'analyse de la thèse sous différents angles : contexte, enjeux, stratégies, théories, évolutions Etc.

Les 4 enquêtes menées entre la période de 2014 et 2019 seront analysées.

La première sur l'utilisation des RSN permettra de comparer les différentes années et de voir l'évolution et la place des RSN dans leur communication.

La deuxième porte sur les obstacles liés à la communication des ONG. Pour montrer l'interaction entre les ONG et les autres acteurs, le choix était fait de travailler sur la relation

ONG et bénévole à travers une analyse des contenus et stratégies pour faire adhérer aux idées du projet. Cette étude s'est divisée en deux parties. La première partie s'adresse aux bénéficiaires et la deuxième partie s'adresse aux ONG internationales elles-mêmes.

La troisième porte sur le bénévolat. L'utilisation des réseaux sociaux numériques dans la remobilisation du public semble important à signaler.

Par ailleurs, le travail se penchera aussi sur une étude comparative qui existe entre l'assistance des populations européenne dans le cadre de la relation d'aide et le travail des ONG internationales. Elle s'adresse à deux publics : les bénéficiaires et les ONG internationales.

La quatrième enquête porte sur la question de la relation d'aide mais aussi de la notion d'aide dans le social. Elle permet de faire une étude comparative sur la manière d'apporter de l'aide en Europe d'une part et d'autre part en Afrique.

Une tentative de modélisation est proposée dans cette étude et porte sur 7 modèles qui reprennent les problèmes de communication dans des modèles de développement, l'organisation de la communication, les problèmes interculturels et les relations entre les ONG et les populations locales.

Pour clôturer l'étude, une conclusion sera proposée pour faire un retour global sur le travail mais aussi pour tirer les enseignements. Les hypothèses posées seront à cet effet seront confrontées aux résultats et pourront être entièrement ou partiellement validées ou infirmées.

Première partie

Théories et Concepts

I. Théories et concepts

L'approche théorique ci-après est basée sur l'interrogation et l'évolution du concept de la communication internationale tel qu'utilisée par Lazarsfeld de 1955 à nos jours et surtout son évolution dans un contexte africain. Elle offre une perspective aux études sur la communication des ONG internationales en général et sur leur communication en direction des populations locales en Afrique en particulier. Cette dimension de la communication internationale englobe d'autres concepts et d'autres types de communication utilisés par ces dernières pour établir la communication avec les bénéficiaires locaux. Dans ce registre, on peut citer entre autres : la communication de masse, la communication interpersonnelle, la communication interculturelle en lien avec la communication internationale... Etc.

A ces concepts, s'ajoute la place des médias traditionnels en général et médias sociaux en particulier. En effet la place des médias qui semblait avoir une influence limitée sur les opinions personnelles jadis évoquait ; laisse de plus en plus la place à d'autres formes de nouveaux réseaux sociaux. Cependant si Lazarsfeld attache de l'importance à la relation humaine qui crée plus d'émulation pour le changement selon lui, aujourd'hui la question des Réseaux Sociaux Numériques (RSN) (Philippe Viallon, 2016) replace le débat sur le système qui influence le plus les populations. Qui de l'homme ou des médias, cette influence semble-t-elle majeure ? Le deuxième élément de l'approche théorique est celui de la théorie de la communication des organisations. Elle participe ainsi à définir les choix dans lesquels s'inscrivent la communication des ONG internationales.

L'analyse des objectifs et stratégies de communication renforce ainsi l'approche théorique et laisse place à quelques interrogations importantes : Utilisent-elles la même stratégie ? Qu'en est-il de leur stratégie de ciblage ? Font-elles référence ou s'inspirent-elles des courants ou écoles de pensées pour définir leur communication ? Quelle est l'option prise par les ONG entre la communication pour le changement de comportement et l'information l'éducation et la communication régulièrement utilisée dans les activités de sensibilisation ? Cette série de questionnement permet non seulement d'ouvrir d'autres options mais de traiter des questions annexes.

L'importance du concept et de la culture dans l'élaboration des stratégies de communication poussent à définir des indicateurs pour la culture sénégalaise basée sur le modèle des six dimensions Geert Hofstede (1972). Cela se complètera ainsi avec le point sur les cultures monochroniques ou polychroniques avec la communication implicite ou explicite de Edward

T. Hall (1959). Cela participe à l'étude comparative entre les acteurs transnationaux (ONG internationales) et les bénéficiaires (populations locales).

Dans ce contexte, les précieux écrits du professeur Cheikh Anta Diop (1954, p.) offrent une double analyse dans l'étude. Ils présentent non seulement une dimension scientifique mais annoncent les éventuels chocs culturels que peuvent engendrer la méconnaissance de l'Afrique noire d'aujourd'hui. Le concept de la communication interculturelle retrouve tout son sens dans cette partie.

L'étude s'emploiera à définir d'autres concepts comme : la communication, la communication Internationale, la communication institutionnelle la communication des organisations, la communication interculturelle, interpersonnelle, fonctionnelle, relationnelle, participative, et enfin les stratégies de communication en lien avec les stratégies.

Pour mieux comprendre les questions de la relation entre les ONG internationales et les populations locales plusieurs axes doivent être empruntés : les notions d'interaction, d'acteurs transnationales, de mondialisation et globalisation, de pérennisation des actions, de lobbying, de changement, d'identification et de création des besoins, de la relation à l'autre et de la question de la confiance. Ces concepts participeront à étayer le lien avec la communication des ONG internationales. Néanmoins, il serait intéressant de revenir sur deux éléments essentiels : à savoir la définition d'une ONG et plus tard la notion de la relation d'aide.

L'étude sur la relation d'aide faite dans un contexte occidental et ses conclusions ; permettront de comparer les pratiques des acteurs transnationaux en Afrique. Cette comparaison va se faire au regard des normes définies dans le cadre d'une relation d'aide classique. En partant de ces définitions, il serait plus facile de faire le lien avec les autres concepts cités ci-haut.

1. Qu'est-ce qu'une ONG

L'acronyme ONG a réussi à intégrer le langage commun et son usage fait parfois oublier sa vraie signification : Organisation Non Gouvernementale. Comme une marque, il est devenu un concept, une pratique, un corps de métier, voir même une idéologie. Avec la communication qui l'accompagne sur ses nombreuses actions, l'ONG à travers sa diversité semble devenir une structure ou système complexe. Les différents mots qui constituent l'acronyme semble spécifier la nature de cette organisation et le caractère non gouvernemental semble clairement affiché. Il reste un élément de différenciation avec les structures étatiques.

Cependant, même si ces organisations sont des structures qui appartiennent à des entités non gouvernementales, leurs encrages permettent de faire le lien avec un pays, un territoire, une culture et des valeurs à véhiculer. Elle se définit de manière courante comme un « *organisme à vocation d'aide publique ou humanitaire et dont le financement est principalement privé* ». Les ONG jouent un rôle de médiation entre les systèmes des Nations Unies et les mouvements associatifs. En effet, selon Fuentes Véliz Juan-Andrés (2007), le mot ONG est apparu « *en 1945 dans le vocabulaire international, dans la Charte des Nations Unies. Par la suite, il a été progressivement précisé par la doctrine et la pratique des relations internationales* » l'auteur rajoute que « *les ONG établissent leur siège social dans cet État et peuvent avoir des filiales dans d'autres pays* ⁷⁵ ». Ce qui laisse penser à la question du déploiement des activités vers d'autres régions géographiques différentes

Par ailleurs, l'importance des ONG sur le plan international reste incontestable. En effet, de nombreuses luttes sont menées sur le plan de l'environnement, de la défense des minorités, du social, de l'humanitaire, du droit international...

En Afrique, elles semblent occuper le terrain du développement, de la démocratie et des droits de l'homme. La poursuite de certains responsables politiques pour crime de guerre en lien avec la cour pénale internationale (CPI), est une illustration qui a permis à certaines ONG de se hisser ainsi du local à l'international. Par ailleurs, un des combats phares de certaines organisations non gouvernementales est la lutte contre la pauvreté, la corruption, le sous-développement et le respect de l'environnement. Christian Joly (1985, *Economica*) évoque les ONG françaises et de développement et propose dans son introduction une typologie de différentes ONG qui se distinguent des entreprises. En sus de cela les organisations sont « *non lucratif* » et cela renforce leur différence avec les autres structures.

En mettant l'accent sur les ONG de développement, il déclare :

« Les O.N.G. françaises de développement résultent de l'initiative privée : c'est ce que signifie leur caractère "non gouvernemental". Elles sont le lieu de rassemblement d'une *multitude* d'élans individuels : jeunes ou expérimentés, des professionnels (artisans, médecins, cadres, employés, enseignants, ouvriers, paysans) et des non-professionnels consacrent leur temps libre au développement du Tiers-monde.

C'est à l'initiative privée que ces O.N.G. doivent leur création, leurs moyens en hommes et en argent ; *c'est* l'initiative privée qui oriente leurs activités, en fonction de la spécialité de l'association : souvent une communauté de religion, d'activité professionnelle, d'objectifs éducatifs. » Christian Joly (1985, *Economica*, p.15).

⁷⁵ Fuentes Véliz Juan-Andrés. 2007 « *L'évolution du rôle des organisations non gouvernementales dans le droit de l'environnement. In: Revue Européenne de Droit de l'Environnement* », n°4., pp. 401-430 ; https://www.persee.fr/doc/reden_1283-8446_2007_num_11_4_1980

La définition ci-haut de C. Joly ⁷⁶, se rapproche de celui de Marcel Merle (Dalloz, 1982, p. 362), spécialiste des relations internationales et sociologue qui déclare : « *Par ONG, on entendra tout groupement, association ou mouvement constitué de façon durable par les particuliers appartenant à différents pays en vue de la poursuite d'objectifs non lucratifs* ».

François Rubio (2004) offre une définition ⁷⁷. En effet l'auteur rappelle son ancrage à la charte des nations unis à travers l'article 71 de ladite institution. Tout comme C. Joly, l'auteur s'inspire aussi de la définition de Marcel Merle citée ci-haut. Cependant, cette définition bien que générale, n'offre pas une vision claire de ce qu'est une ONG. Anna Ferenczy Zsuzsa (2005) parle de l'absence de définition type en ainsi en indiquant : « *il n'existe pas véritablement de définition et de statut international des O.N.G. Chacune d'entre elles étant rattachée juridiquement à leur pays de naissance* ⁷⁸ ». Jean-Paul Deler et al. (Karthala,1998, p.278) déclarent à ainsi que la « *définition d'une ONG varie d'un inventaire à l'autre* ». Ils offrent leur point de vue qui semble plus large et complète puisse qu'ils déclarent qu'« *une ONG peut être assimilée à unité économique de coordination ayant des frontières identifiables et fonctionnant de façon relativement continue, en vue d'atteindre un objectif ou un ensemble d'objectifs partagés par les membres participants* ⁷⁹ »

Pour Marie-Caroline Keszler, « *la question des ONG apparaît avec leur multiplication sur la scène internationale, mais surtout parce qu'elles ont aujourd'hui la capacité financière de pouvoir peser sur certains processus décisionnels* ». Le site MyWorldAbroad.com indique que « *le total des ONG françaises peut générer environ 800 millions d'euros par année en budget global, ce qui est assez considérable pour des organisations privées* ». ⁸⁰ Marie-Caroline Keszler renforce son propos en déclarant : « *depuis le début des années quatre-vingt-dix, elles commencent à être considérées comme les représentantes de la société civile* ⁸¹ ». Dès lors, elle participe activement à l'amélioration des conditions de vies des populations les plus démunies. Leur statut d'organisation consultatif aux Nations Unis et/ou « *la convention 124 du 24 avril 1986 du Conseil de l'Europe* ⁸²» (conférence des ONG du Conseil de l'Europe) participent non

⁷⁶ Christian Joly, ,1985, Economica, « *les Organisation non gouvernementales françaises et de développement* », p.14, En ligne <http://excerpts.numilog.com/books/9782717809077.pdf> p.14

⁷⁷ François Rubio, 2004, « *Dictionnaire pratique des Organisations Non Gouvernementales* », Ed. Ellipses, 414 p

⁷⁸ Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne :

http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf

⁷⁹ https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_05/010016120.pdf

⁸⁰ Myworldabroad « *Les ONG françaises* », en ligne <https://myworldabroad.com/node/10225>, consulté le 10 décembre 2019

⁸¹ Keszler, Marie-Caroline .2010. « *Les ONG dans la concurrence internationale* ». En ligne :

<http://www.dauphine.fr/globalisation/keszler.pdf>

⁸² Convention européenne sur la reconnaissance de la personnalité juridique des organisations internationales non gouvernementales. En ligne <https://rm.coe.int/168007a683>

seulement à définir le cadre juridique⁸³ mais aussi à solidifier leur travail, leur importance et leur influence.

Ce statut leur confère des rôles à jouer et des places à prendre, quitte à influencer des décisions (du local au global) et dans plusieurs domaines de la vie des peuples et des nations. Leur travail s'illustre et façonne plusieurs actes de la vie. Par exemple, Fuentes Véliz Juan-Andrés montre ainsi une réussite de ces dernières en parlant de l'implication des ONG. Il déclare en parlant du travail des ONG que « *la charte africaine des droits de l'homme et des peuples de 1981 [qui] fut la première convention internationale à garantir de façon effective le droit à un environnement sain [...] est considéré aujourd'hui comme un droit de l'homme* ⁸⁴ ». Cela grâce à l'implication et aux combats de ces dernières. Il complète son propos en indiquant que « *dans ce cadre-là, les ONG jouent un rôle primordial puisqu'elles permettent une participation plus active des citoyens dans les sujets de société* ⁸⁵ ».

L'acronyme ONG ⁸⁶ fut mentionné la première fois dans la charte des Nations Unies en 1945, remplaçant ainsi la notion d'association internationale des années 30.

Philippe Ryfman rappelle que le terme ONG a été utilisé la même année par l'institution du conseil économique et social. Celui-ci sera défini en 1970 comme une « *association ou mouvement poursuivant un objectif non lucratif* ⁸⁷ ». En effet, au vu de la situation d'après-guerre, ces associations internationales⁸⁸ avaient assisté avec impuissance à la naissance d'organismes devant participer à la reconstruction du monde. L'auteur revient sur l'histoire des ONG et rappelle que « *l'idée de s'occuper des autres est d'abord une idée protestante, puis catholique, puis devient le symbole du riche qui s'occupe des autres, puis caritative, indépendante. [Pour l'auteur] le phénomène s'accroît par l'internationalisation en*

⁸³ Michel Doucin, 2005, « *Les organisations non gouvernementales "acteurs-agis" des relations internationales ?* ». Science politique. Institut d'études politiques de Bordeaux ; Université Montesquieu - Bordeaux IV,

⁸⁴ Fuentes Véliz Juan-Andrés, 2007 « *L'évolution du rôle des organisations non gouvernementales dans le droit de l'environnement* ». In: Revue Européenne de Droit de l'Environnement, n°4. pp. 401-430; https://www.persee.fr/doc/reden_1283-8446_2007_num_11_4_1980

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf. Consulté le 12 avril 2014

⁸⁷ Philippe Ryfman, 2014 « *les ONG* ». La Découverte/paris 2009 (2014 troisième édition), 127p. (Collection Repère). p.19

⁸⁸ <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5705543q/f3.image>, Union internationale des associations pour la Société des Nations (Bruxelles), Rapports annuels des associations pour l'année 1930, consulté le 05 avril 2014 « *Dans presque tous les pays d'Europe (France, Belgique, Grande Bretagne...) des associations internationales ont vu le jour. On peut citer pour la France : l'action Internationale démocratique pour la paix ; l'association française pour la société des nations dirigé par Leon BOURGEOIS puis par Paul Appell universitaire.* ftp://ftp.bnf.fr/570/N5705543_PDF_1_-1DM.pdf »

*l'occurrence du droit international au XVIIème siècle*⁸⁹». Une dimension internationale qui s'accélère aussi avec l'exportation de l'activité du local vers d'autres horizons ou continents. Les tensions, les conflits, les crises politiques et humanitaires ont aussi probablement contribué à cette expansion au-delà du désir et la nécessité de se pérenniser et d'exister encore.

Cependant, dans une autre définition de l'ONG, Philippe Ryfman tente de définir l'ONG par tout ce qu'elle n'est pas. Probablement pour marquer la différence avec les autres organisations secrètes, gouvernementales ou militaires de l'époque et soutenues par les puissances. En effet, il définit une ONG est « *tout groupement organisé d'individus ne constituant pas les agents en direct dans gouvernement, ne poursuivant pas des activités criminelles, ni engagé dans des actions violentes, ni enfin principalement établi en vue de réaliser des profits* »⁹⁰. Il tente de définir avec ses critères et montre celles insiste sur ce qui ne fait pas parti de l'ONG. On peut noter la présence de forme négative qui permet aussi de remplacer ces critères par autres choses comme : privé, activités humanitaires, pacifiques et/ou, bénévoles. Il est certes important de préciser que les différentes mobilisations religieuses mais aussi philosophiques autour du droit, de la culture, de l'égalité ont contribué à leur émergence et à marquer leur différence avec d'autres acteurs de terrain.

Cependant, en se référant sur un questionnement de Philippe Ryfman, on peut se demander si l'intervention des ONG n'est pas liée au fait que certains acteurs considèrent l'Afrique comme une « *anomie* ».

L'étude, s'intéresse particulièrement aux ONG Internationales qui interviennent dans le social, le droit et le développement en Afrique pour comprendre à la fois leurs motivations et leurs communications.

Il était nécessaire, dans le cadre de la reconstruction de l'ordre mondial, d'avoir la présence de structures qui ne devaient dépendre ni des Etats, ni d'une structure interétatique. Ce refus de dépendance selon François Rubio (2007) s'explique « *par de multiples facteurs que l'on peut regrouper autour de l'ancienneté de la liberté d'association dans le monde occidentale, la capacité aussi à mobiliser les ressources financières des citoyens du nord plus que les ressources publiques des Etats ou des organisations internationales et enfin l'esprit de solidarité né de la philosophie des lumières et l'importance de la société civile* »⁹¹.

Ces différents facteurs constituent ainsi l'ADN de ces ONG internationales qui tentent de mettre en cohérence l'ensemble de ces facteurs pour former ainsi un système constitué et capable

⁸⁹ Philippe Ryfman, 2014« *les ONG* ». La Découverte/paris 2009 (2014 troisième édition),127p. (Collection Repère) p.20

⁹⁰Ibid.

⁹¹ François RUBIO, 2007, « *Les ONG et leur influence dans les relations internationales* », <http://www.academiedegeopolitiquedeparis.com/les-ong-et-leur-influence-dans-les-relations-internationales/>

d'agir auprès d'un certains nombres de populations. L'auteur précise que « *cependant, on entend généralement par ONG tout groupement, association ou mouvement constitué de façon durable par des particuliers en vue de la poursuite d'objectifs sans but lucratif, ou encore toute association à caractère économique et socio culturel pour contribuer soit individuellement à l'amélioration des conditions de vie des communautés villageoises ou urbaines mais là encore dans un but non lucratif* »⁹² ». Cette définition est renforcée par la pensée de Marie-Caroline Keszler. L'auteure affirme que « *pour les populations locales, l'ONG peut en effet répondre à une demande de biens collectifs (d'action collective) à moindre coût, pour la collectivité, que l'Etat ou l'entreprise. Elles développent ainsi leurs propres techniques de production et peuvent devenir un facteur de production pour l'action collective* »⁹³ ».

D'autres auteurs parlent ainsi de la manière dont ce sigle s'est implanté dans la mémoire collective à travers « *la presse occidentale* ». Selon Michel Doucin, cette presse a « *popularisé le sigle, lorsqu'elle assimile le concept d'ONG au petit nombre des grandes organisations de réputation mondiale [et] à tous les acteurs qui participent à la contestation de la mondialisation libérale* »⁹⁴ ».

La définition qui s'apparente le plus à ce que l'on voit en Afrique est aujourd'hui celle de François Rubio. En effet, il affirme que « *les Organisations Non Gouvernementales (ONG) sont des Associations de personnes physiques ou morales, ou de groupes de personnes qui travaillent dans un esprit de solidarité humaine, à la promotion du développement et à l'épanouissement humain des couches des populations les plus défavorisées sans chercher de bénéfice* »⁹⁵ ».

Même si la notion de bénéfice ici laisse penser à une dimension de gain et d'économique, il est important de ne pas se limiter à ces deux dimensions. L'importance est d'avoir une ouverture plus large sur un bénéfice plus personnel et moins quantifiable. Par exemple, la satisfaction personnelle d'un individu qui s'investit auprès de public défavorisé peut être considérée comme un bénéfice moral cependant elle ne peut être ni chiffrée, ni quantifiable.

Ludovic Joxe (2019) aborde la question de « *l'(in)satisfaction* »⁹⁶ et de la préparation à la satisfaction des acteurs de l'humanitaire qui laisse penser aux bénéfices que l'on peut obtenir

92 François RUBIO, 2007, « *Les ONG et leur influence dans les relations internationales* », <http://www.academiedegeopolitiquedeparis.com/les-ong-et-leur-influence-dans-les-relations-internationales/>

93 Keszler, Marie-Caroline .2010. « *Les ONG dans la concurrence internationale* ». En ligne : <http://www.dauphine.fr/globalisation/keszler.pdf>

94 Michel Doucin, 2005, « *Les organisations non gouvernementales "acteurs-agis" des relations internationales ?* ». Science politique. Institut d'études politiques de Bordeaux ; Université Montesquieu - Bordeaux IV,

95 François RUBIO, 2007, « *Les ONG et leur influence dans les relations internationales* », <http://www.academiedegeopolitiquedeparis.com/les-ong-et-leur-influence-dans-les-relations-internationales/>

96 Ludovic Joxe. 2019 « *les ressorts de l'(in)satisfaction : le cas du personnel international humanitaire* ». Sociologie. Université Sorbonne Paris. En ligne <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03281513/document>

en s'investissant dans l'aide ou la relation à autrui. Philippe Ryfman parle de ces structures (Action Internationale démocratique pour la paix en France ou Associations françaises pour la société des nations ou d'autres) qui avaient pour objet d'assurer « *un engagement librement consenti, non seulement de ne pas desservir l'autre mais encore de lui porter assistance chaque fois que possible et dans la mesure de ses moyens, sans différenciation d'origine, d'opinion, de race, mais aussi avec l'obligation de ne pas nuire* »⁹⁷. Cette affirmation sera complétée par l'universitaire Marcel Merle qui les décrit comme « *tout groupement, association ou mouvement constitué de façon durable par des particuliers appartenant à différents pays en vue de la poursuite d'objectif non lucratif* »⁹⁸.

Le terme « *durable* » évoqué par l'auteur, prend ici tout son sens, car il montre que certaines ONG, qui ont réussi à survivre aux effets de la crise et à sauvegarder leur image, sont parvenues à se développer, à s'étendre puis à se déployer vers d'autres continents ou des pays en développement. Dans cette phase de déploiement et de gestion de l'image, la dimension communication joue un rôle primordial car elle participe à maintenir l'existence des ONG à travers ce que Pascal Dauvin appelle : l'inflation communicationnelle⁹⁹. Pour cela deux étapes s'imposent. En effet, l'auteur nous informe « *alerter et alarmer sont les maîtres mots de la première phase communicationnelle. [...] il s'agit d'une séquence décisive pour se poser en interlocuteur incontournable et s'assurer d'une bonne visibilité médiatique* »¹⁰⁰. Cette pratique pose les ONG dans une posture de communicant qui rentre dans une stratégie, une logique et un processus communicationnel bien définis où plusieurs acteurs jouent un rôle précis.

Ainsi la communication devient incontournable dans l'action de l'ONG puisque qu'elle permet à la fois de mobiliser d'autres acteurs, des ressources, de garantir une image positive, une visibilité mais aussi de s'assurer d'une notoriété vis-à-vis de l'opinion et/ou bénéficiaires.

Aujourd'hui les données sur leur nombre restent difficiles à vérifier. Cependant une étude récente montre une augmentation considérable tant des ONG des pays du nord que de celles du

97 Philippe Ryfman « *il est professeur et chercheur associé au Département de Science Politique de la Sorbonne et au CRPS (Centre de Recherches Politiques de la Sorbonne), Université Paris I, Panthéon-Sorbonne. Également avocat et consultant, ses travaux portent sur les ONG et les questions humanitaires* ». Consulté le 03 mai 2015 <http://www.philippe-ryfman.fr/pages/index.html>

98 Marcel Merle, 1987, « *Les acteurs dans les relations internationales* ». In Revue française de science politique, vol. 37, n° 2, pp. 249-251.

99 <https://blogs.mediapart.fr/grotius/blog/120111/la-communication-des-ong-humanitaires-un-recit-previsible>

100 Pascal Dauvin, 2011, « *La communication des ONG humanitaires : un récit prévisible ?* », Grotius International, En ligne, <https://grotius.fr/la-communication-des-ong-humanitaires-un-recit-previsible/#.XrD8dc5xfIU>

sud qui ont doublé en peu de temps. On compte environ 20 000 à 50 000 ONG actives en 2006 dans les pays du Nord, et 200 000 - 300 000 au Sud¹⁰¹.

Par ailleurs, il faut noter que cette évolution a donné naissance à une autre forme d'organisme plus connue sur le nom d'Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING).

Ces dernières sont passées, au début du XXème siècle, non seulement d'un statut d'association à celui d'organisation internationale mais elles ont aussi doublé leur nombre en passant de 25 000 à 40 000 ONG internationales en 2001. L'existence d'ONG du nord qui est caractérisée par la dimension internationale et celles du sud qui incarne la dimension locale fait naître des formes de travail collaboratif destiné à œuvre ensemble.

Il est important de préciser que cette notion « *internationale* » s'inscrit dans une logique à la fois géographique (intervention en dehors du territoire nationale). La grande majorité des associations françaises issue de la loi 1901, se considère comme des ONG internationales en Afrique puisqu'elle se réfère sur leur position géographique (Europe) mais aussi sur le fait qu'elles soient transnationales.

Ces ONG internationales parfois interviennent sur le terrain de manière concentrique. Ce qui donne l'impression parfois d'être regroupée dans une localité pour y mener des activités parfois similaires voire identiques. Ce qui crée une nouvelle dynamique et de nouveaux acteurs locaux autour des ONG internationales. Si certains pensent que la multiplicité des acteurs répond « *à la pluralité des activités sur le terrains* » J. P. Deler, 1998, p.204 ; d'autres expliquent que cette multiplication des activités des ONG internationales sur un même territoire à répétition, laisse des doutes quant à leur volonté d'agir pour les populations qu'ils disent aider.

De vives critiques s'élèvent à leur rencontre et mettent en cause leur profil de sauveur et leurs idéaux. Tarik Dahou (2003) pense que « *ces relations de partenariat ont toujours été marquées par l'ambiguïté. Si les ONG du Nord avaient tendance à concevoir de telles relations comme les éléments moteurs d'une société internationale solidaire, les associations du Sud se sont toujours montrées fort habiles à manipuler la mauvaise conscience des donateurs* ¹⁰² ». Elles laissent place à une forme d'organisation ou de systèmes organisés complexes en vue de capter des ressources disponibles. Si cette affirmation tend à classer les ONG internationales et les ONG locales en deux catégories distinctes (les bonnes ONG et les ONG manipulatrices), il faut

101 Oboulot, « *Fiche technique : les ONG* », En ligne : <http://politique-et-international.oboulo.com/fiche-technique-ong-24957.html> consulté le 15 avril 2014

102 Tarik Dahou, 2003 « *Clientélisme et ONG* », Journal des anthropologues [En ligne], 94-95], mis en ligne le 22 février 2009, consulté le 26 mars 2020. URL : <http://journals.openedition.org/jda/1993>

dire que la réalité n'est pas aussi simple à déchiffrer. Cette forme d'association dans le travail constitue en elle seule un système fort et complexe qui malgré certaines pratiques continue de voire cette collaboration se renforcer d'avantage et de jour en jour.

Ce que confirme l'auteur puisse qu'il affirme que « *dans d'autres situations, les ressources octroyées par les ONG du Nord n'ont souvent pas pu être utilisées de façon autonome par les ONG du Sud, les premières se réservant un droit de regard permanent sur les objectifs [...et les seconds] pour faire affluer des ressources finalement destinées à la consolidation du pouvoir local*¹⁰³ ». Ceci nous conforte dans le choix de faire le lien dans ce travail de thèse sur la manière dont les ONG internationales choisissent leurs leaders d'opinion au niveau local.

Pour mieux appréhender l'importance de la communication dans cet environnement des ONG, il est nécessaire de se référer sur Yves Guillermou, 2003, qui y voit un outil d'autopromotion pour les acteurs. Et le terme autopromotion induit et fait penser à la place qu'occupe la communication dans ces différentes stratégies et interactions. A cet effet, il renseigne sur : « *le caractère encore embryonnaire du mouvement paysan dans l'Ouest Cameroun, [qui] face à la multiplicité des intervenants, favorise surtout les stratégies d'« autopromotion assistée », axées sur de prudentes initiatives et l'attente d'aides extérieures peu contraignantes*¹⁰⁴ ».

Tarik Dahou (2009) rajoute à ce point de vue ci-haut que « *l'aide caritative et l'aide tiers-mondiste ont finalement véhiculé des figures tronquées des sociétés du Nord et des sociétés du Sud afin d'entretenir le flux des financements*¹⁰⁵ ».

D'où la nécessité de comprendre le rôle de la communication dans ces différents aspects cités ci-contre. Par exemple, le processus de communication qui permet à la fois d'utiliser certains concepts, certaines images, certains stéréotypes pour pousser les donateurs à agir (soit par mauvaise conscience ou soit par solidarité ou altruisme), à donner et à maintenir les flux des dons.

Malgré ces critiques, il semble parfois évident que certaines situations humanitaires, crises et guerres justifient des interventions qui semblent nécessaire face l'urgence exprimée ou constatée des populations démunies. Elles semblent exercer une influence et l'expriment dans les instances appropriées pour changer les situations, renforcer ou créer certains textes voir

¹⁰³ Tarik Dahou, 2003 « *Clientélisme et ONG* », Journal des anthropologues [En ligne], 94-95 |, mis en ligne le 22 février 2009, consulté le 26 mars 2020. URL: <http://journals.openedition.org/jda/1993>

¹⁰⁴ Yves Guillermou, 2003 « ONG et dynamiques politiques en Afrique », *Journal des anthropologues* [En ligne], 94-95, consulté le 10 oct. 2018

¹⁰⁵ Tarik Dahou, 2003 « *Clientélisme et ONG* », Journal des anthropologues [En ligne], 94-95 |, mis en ligne le 22 février 2009, consulté le 26 mars 2020. URL: <http://journals.openedition.org/jda/1993>

étendre leurs zones d'interventions et leurs idéologies. Dans ce registre, Breton-Le Goff Gaëlle, (2000, p.200), parle de clé et affirme que « *le travail d'influence des ONG est une entreprise de persévérance, d'organisation, d'écoute, d'analyse, d'innovation et d'intelligence, dans le jugement comme dans l'action. L'influence des ONG sur la négociation des textes internationaux est un processus temporel, qui se prépare et se cultive, et qui exige maturation et patience* ¹⁰⁶ ». Selon la coordination Sud « *l'Afrique est de loin le premier continent d'action des ONG françaises, représentant environ un tiers des actions menées [...] les pays de l'Est et de l'Europe continentale représentent un peu moins de 10% de l'activité des ONG* ¹⁰⁷ ». Ces éléments témoignent de la présence massive d'ONG sur le continent africain, victime de plusieurs maux pouvant justifier l'intervention et les actions de ces dernières.

Cette forte présence des ONG européennes en Afrique nous donne l'occasion d'apprécier les résultats positifs mais aussi d'identifier un certain nombre de problèmes qu'elles rencontrent dans le domaine du développement, de la culture, du social, et de la communication.

Au-delà du Marketing social, de la rentabilité, du marché et de l'économique, qui sont des éléments pouvant créer des gains financiers ou des bénéfiques, les ONG cherchent désormais, par souci d'efficacité, à maîtriser les outils de gestion et de communication¹⁰⁸. A ce titre, les actions de développement menées sur le terrain ont permis de mettre en place des stratégies de communication pour le développement afin de mieux atteindre les objectifs poursuivis. Ainsi, les enjeux de développement ont fait évoluer des processus de communication. Ils vont de l'éducation des populations à la communication interne (motivation du personnel) en passant par l'information et la sensibilisation des bénéficiaires et donateurs.

Entre le développement, le culturel, le social et la communication il existe une étroite relation, mais aussi une complémentarité pouvant conduire même vers une difficulté : celle de les dissocier. Et la communication constitue ici le ciment mais aussi le pivot et l'outil qui fédère les populations et les ONG.

L'importance de la communication est ici citée par les auteurs Colin et Villet (1994) et déclarent : « *si le développement était une étoffe tissée par les activités de millions de*

¹⁰⁶ Breton-Le Goff Gaëlle, 2000 « *Les clés de l'influence des ONG dans la négociation de quelques instruments internationaux* ». In: *Revue Québécoise de droit international*, pp. 169-200. https://www.persee.fr/doc/AsPDF/rqdi_0828-9999_2000_num_13_2_1996.pdf

¹⁰⁷ Coordination SUD en ligne : <https://www.coordinationsud.org/>

¹⁰⁸ Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf Consulté le 12 avril 2014

personnes, la communication serait le fil qui les relie ensemble [...] l'utilisation planifiée des techniques et activités de communication et des médias met au service de la population des outils puissants pour faire l'expérience des changements et même pour les diriger. Un échange intense d'idées entre tous les secteurs de la société peut conduire la population à s'engager plus fortement pour une cause commune ¹⁰⁹». Cette affirmation reprise de James Deane montre toute l'importance de la communication dans les actions de développement.

Cependant, la mise en œuvre des stratégies de communication destinées à se faire connaître, se faire comprendre, se faire aimer ou faire participer les différents acteurs dans le développement au projet ou à l'initiative, rencontre des difficultés ; qui ne facilitent guère l'atteinte des objectifs définis par les ONG.

L'intervention des ONG internationales auprès des populations en Afrique et partout ailleurs, permet plusieurs interactions : social, culturel, organisationnel etc. Ces facteurs cités ci-contre peuvent être des éléments favorables ou défavorables à l'ONG. À cela s'ajoute l'interculturel, les stratégies, la gestion des ressources humaines, la mise en œuvre des actions de communication, les moyens, les canaux et les supports.

Tous ces éléments contribuent à la réalisation des actions des ONG. Parallèlement à ces éléments cités ci-dessus, la définition de la communication globale au niveau international, l'analphabétisme, la faible participation des populations..., peuvent aussi constituer des obstacles à la réalisation des objectifs de communication.

La définition d'autres concepts doivent permettre d'apporter plus d'éléments de compréhension sur pour comprendre la manière et les stratégies utilisées par les ONG internationales pour communiquer avec les populations locales. Cela permettra par la suite de déterminer leurs influences du contexte international et la place de la communication dans les organisations. La définition de ces concepts en lien avec la communication offre une ouverture plus large sur l'utilisation même de ces concepts.

Il serait nécessaire de passer en revue certaines des théories, concepts et approches utilisées dans les stratégies de communication des ONG. L'étude de l'évolution du concept de la communication semble nécessaire ici, pour comprendre le passage de la communication

109 Colin Fraser et Jonathan Villet (1994) cités par James Deane, Communication : un élément clé du développement humain [en ligne] disponible sur <https://www.fao.org/3/a1476e/a1476e02.pdf> et/ou <https://www.fao.org/3/t1815f/t1815f00.htm>

diffusionniste à la communication de masse et, peut-être, à la communication participative ou la communication pour le développement.

L'information, la conscientisation, l'éducation, la vulgarisation, les médias, la communication participative, l'e-learning, le marketing social...¹¹⁰ restent des facteurs déterminants et leur analyse permettra d'apporter des éléments de réponse expliquant l'échec de certaines politiques de communication ¹¹¹.

Le panorama de la communication des ONG au Sénégal offrira ainsi des exemples de cas d'échecs des politiques de communication (cf. figure 276).

Avec les différentes enquêtes de terrain qui sont soumises aux ONG de développement, aux bénéficiaires, aux acteurs du monde rural, aux leaders d'opinion, aux responsables d'association, aux journalistes et aux étudiants ¹¹² ; l'étude tentera d'analyser à partir des réponses proposées les différents obstacles actuels liés à la communication des ONG et les usages de cette communication.

De la communication internationale à la communication pour le développement : le point de vue de certains auteurs et place des bénéficiaires

Cette partie contribue à apporter des éléments qui présentent les diverses recherches sur les ONG internationales. Certains chercheurs et auteurs ont pu montrer la diversité de la recherche sur les ONG et le lien qui pouvait avoir avec la communication. Ils reviennent souvent sur les utilisations qui pouvaient être faites.

En effet, Michel Doucin (2007, 365p., *ONG : le contre-pouvoir ?*) fait ainsi une analyse sur l'histoire des organisations non gouvernementales dans la politique internationale. Il parle ainsi de la place des ONG dans les relations internationales. Selon l'auteur, leurs importances et les interactions entre les différents acteurs (état, OI et les médias) ont fini par faire des ONG internationales des acteurs incontournables. Cette dimension historique est complétée par le livre de Philippe Ryfman (2014, « *Les ONG* » troisième édition 2014, 127p.) qui apporte ainsi des éléments chronologiques de l'évolution des ONG. L'auteur parle des motivations, des

110 Froger Sébastien, 2005, « *la communication participative communautaire au Sénégal : Un outil pour faciliter la sensibilisation et le développement de la culture scientifique* », Mémoire, Université Stendhal Grenoble 3, Institut de la communication et des médias, En ligne : http://www.memoireonline.com/02/09/1932/m_La-communication--participative-communautaire-au--Senegal3.html, consulté en Aout 2014

111 Chin Saik Yoon, 1996, « *la communication participative pour le développement, Un agenda ouest-africain* » CRDI, Montréal, disponible sur http://web.idrc.ca/fr/ev-30910-201-1-DO_TOPIC.html, consulté en 10 juin 2014

facteurs de développement de l'internationalisation des ONG, de la définition du mot ONG ainsi que de la catégorisation de ces dernières. Il introduit ainsi la différence entre les ONG locales et les ONG Internationales (ONGI). Dans l'analyse proposé, on peut noter que P. Ryfman présente ainsi les ONG comme des opérateurs économiques.

Si cette thèse traite de la question de la stratégie de recherche de bénévoles mise en place par les ONG à travers les réseaux sociaux numériques ; il paraissait important de se référer sur des auteurs comme Troubé Christian, (Ed. Autrement, Paris, 2006, 254 pages 254p.) qui dans son ouvrage parle de *''l'humanitaire en turbulences : les ONG face aux défis de la solidarité internationale ''*. Ce dernier propose ainsi une « *typologie des différentes actions des ONG* » mais aussi une présentation d'une trentaine d'ONG françaises. Cela peut constituer une base pour cette étude puisse qu'elle s'intéresse particulièrement aux ONG Françaises. Les défis de la solidarité internationale se ressentent aussi dans la dualité entre le bénévolat et la professionnalisation. Et l'étude actuelle tentera d'apporter des éléments sur la manière dont la communication vient apporter un élément de distinction voire de facilitation de la poursuite des objectifs.

Faisant référence à Ryfman et Troubé (2009), le site Ritimo offre une vision plus spécifique d'une réalité qui pourrait aussi caractériser aujourd'hui les ONG internationales et qui est très peu connue du public. C. Troubé (2009) déclare : « *les ONG humanitaires sont présentes sur tous les théâtres de la souffrance humaine et jamais leur rôle n'a paru plus justifié. Pour autant, l'idée d'un humanitaire sans frontières, indépendant des Etats, financé par des dons privés et alertant l'opinion internationale sur les drames en cours a du plomb dans l'aile. Surenchère dans l'émotion, professionnalisation qui transforme les ONG en PME, dérivées en tous genres dont témoigne le cas de l'Arche de Zoé : autant de signes alarmants. Devenu un marché dont on se dispute les parts à coups de campagnes marketing, l'humanitaire n'est-il pas en train de perdre son âme ?* ¹¹³ ». Cette affirmation laisse penser à la présence de la communication tout au long de ces différents processus et à toutes les étapes définies ci-haut. Une problématique qui embarrasse beaucoup et met en difficulté les ONG internationales surtout dans des situations comme celles de l'ONG Arché de Zoé.

Cendrine Templier (2007) s'interroge sur la manière de garder le sens du bénévolat à côté de ce besoin des ONG de se professionnaliser. Ces difficultés sont aussi relatées par Zimet

¹¹³ Troube, Christian, 2009, Paris : LAROUSSE, , 128 P <https://www.ritimo.org/Bibliographie-sur-les-ONG>

Joseph, (2006, 80 p.) qui parle des ONG comme les nouveaux acteurs pour changer le monde. Il traite ainsi de la question des ONG y compris celle de la communication. Cette dernière sera revisitée dans le cadre de cette étude puisque qu'elle intègre de manière conséquente la dimension de la communication dans les réseaux sociaux numériques. Ce statut coïncide avec les critiques auxquelles elles doivent faire face surtout sur leur légitimité et leur transparence. Deux éléments qui sont souvent renforcés par la communication qui les accompagne.

Anne le Naelou, (2004, revue Tiers Monde, N° 180, p.773-798) évoque le processus très fragile qui décrit les transformations structurelles qui touchent les ONG. Elle rappelle toute la logique d'adaptation au contexte et/ou lieux d'intervention pour répondre aux besoins de terrains. Cette vision est accompagnée par une dynamique parfois d'optimisation des moyens ou ressources. Elle montre une facette de la communication qui semble plus institutionnelle et déclare : qu'« *un grand nombre d'ONG ont largement privilégié la procédure au détriment de la substance en s'alignant sur les positions dominantes* ¹¹⁴ ». Cependant, elle renforce sa posture et déclare : « *Beaucoup d'entre elles accordent de l'importance à être entendues par les gouvernements, même si leurs avis ne sont pas retenus [...], elles se situent dans le cadre de la gestion et des réformes de l'existant, soit, plus rarement, dans la mouvance critique pour promouvoir un autre ordre mondial* ¹¹⁵ ». Cette posture renseigne sur les logiques de communication choisies pour exister, pour continuer à influencer sur les décisions et/ou pour alerter mobiliser l'opinion publique. Cependant elle ne traite pas de la question de la communication en direction des bénéficiaires au niveau local.

Plusieurs thèses et auteurs traitent de la question des ONG sans forcément être dans la dynamique de communication des ONG internationales. Le constat de l'auteure citée ci-haut semble édifiant sur les questions qui concernent l'organisation des ONG à travers les différents métiers cités ci-après. En effet, elle déclare :

« Les compétences techniques, de type gestionnaire, issues des logiques industrielles et marchandes, répondent à une volonté de certains corps de métiers d'asseoir leur position professionnelle et d'assurer ainsi à l'ONG une place dans un environnement de concurrence ». p.786

« Confrontés à une surcharge de travail et à de nouvelles tâches (dossiers de financement imposant leur logique, multiplication des rapports intermédiaires ou finaux et des audits, rationalisation de la comptabilité et de la gestion financière, appels d'offre, lobbying...), ces fondateurs dirigeants organisent et accélèrent le recrutement

¹¹⁴ Le Naëlou Anne, 2004, « Pour comprendre la professionnalisation dans les ONG : quelques apports d'une sociologie des professions. In: Tiers-Monde, tome 45, n°180, ONG : les pièges de la professionnalisation ». pp. 773-798 ; www.persee.fr/doc/AsPDF/tiers_1293-8882_2004_num_45_180_5528.pdf

¹¹⁵ Ibid

de personnels salariés ou volontaires issus d'autres secteurs professionnels qu'ils connaissent plus ou moins ». p.788

« De nouveaux métiers font ainsi leur entrée : logisticien, administrateur, financier, informaticien, commercial, journaliste et personnel de la communication ; leurs tâches, auparavant subalternes, deviennent essentielles au point de supplanter celles des corps de métiers fondateurs ». Anne Le Naelou, (2004) p.788 ¹¹⁶

Les problèmes de communication interne qui peuvent exister dans ces différentes situations semblent relégués au second plan du fait de la nécessité de réorganiser le fonctionnement, de répondre aux besoins et de l'urgence de répondre à la « *nouvelle hiérarchie* » des profils (Anne Le Naelou, (2004) p.789). Dans ce contexte, la place de la communication interpersonnelle (ONG- bénéficiaires et ONG - acteurs transnationaux) mérite d'être posée.

Sur un autre registre, la question du don en situation de communication est traitée par **Laurent Coralie** (2017, 408p.). En effet, l'auteur, à travers ses enquêtes, relève une technique de communication souvent utilisée par les ONG et qui fait appel au registre de l'émotion dans la collecte de fonds. Il est clair que cette question traite des stratégies mise en place par les ONG en Europe pour fidéliser les donateurs mais ne parle pas de la communication des ONG sur la question du don en direction des bénéficiaires. Elle fait état des perceptions des donateurs sur l'action des ONG et la communication qui accompagne les stratégies mise en œuvre.

La seconde hypothèse et les enquêtes associées permettront d'apporter des éléments la perception du don auprès des populations bénéficiaires et la place de la communication.

Sur la question de la communication sur le Web, Sandra Bourdier Mellot (2016); analyse l'engagement de l'utilisateur sur les sites web des ONG à travers les interfaces. Cette dimension semble moins présente dans la communication des ONG avec la population bénéficiaire en Afrique puisque en 2019, cette population rurale africaine bénéficie d'un accès limité au Nouvelles Technologie de l'Information et de la Communication (NTIC) « *soit 20% contre 45% qui correspond à la moyenne mondiale* ¹¹⁷ ». L'adaptation des sites web à un niveau local permet certes de communiquer. Cependant l'on se demande si cette communication n'est pas purement institutionnelle puisqu'elle n'est pas souvent mise en avant dans les stratégies établies pour mobiliser la population locale. Cependant malgré les évolutions et les tentatives d'appropriations des populations (Alain Kiyindou, 2014), les ONG se voient parfois obligés de

¹¹⁶ Le Naëlou Anne. Pour comprendre la professionnalisation dans les ONG : quelques apports d'une sociologie des professions. In: Tiers-Monde, tome 45, n°180, 2004. ONG : les pièges de la professionnalisation. pp. 773-798 ;

www.persee.fr/doc/AsPDF/tiers_1293-8882_2004_num_45_180_5528.pdf

¹¹⁷ Elisabeth Peyroux et Olivier Ninot, 2019 « *La révolution numérique en Afrique* ». En ligne <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/38534-la-revolution-numerique-en-afrique>

s'organiser pour s'adapter au nouveau contexte. L'appropriation par les bénéficiaires des innovations et outils technologiques en Afrique profitent t'elles à la communication des ONG internationales ?

Ainsi, le journaliste Gaël Grilhot, (2012) dans sa chronique sur « *réseaux sociaux, vers l'ONG 2.0* », parle ainsi des pratiques qui sont utilisées par les ONG et associations pour adapter leur lutte avec l'utilisation des réseaux sociaux. Il met en avant ainsi les stratégies de collaboration entre les différents acteurs et rajoute que les usagers se servent des réseaux pour réclamer de nouveaux droits, de nouvelles luttes au même titre que les ONG.

Il est parfois que la communication n'est pas gérée directement par l'ONG. Le fait de confier la communication à des spécialistes, laisse penser que le but recherché pourrait être observable et quantifiable en termes d'impact. Sur la question de la Communication pour le changement de comportement Éric Dacheux (1994) évoque « *le recours aux agences de communication* » qui selon lui dénature la question de la communication. Pour ce dernier, les agences se substituent à la dimension commerciale ("communiquer c'est vendre"). L'auteur propose ainsi un nouveau modèle de communication persuasive « *qui recherche la participation consciente du citoyen européen* ¹¹⁸ ». Il affirme en effet que « *la communication véritablement persuasive n'est pas séduction, elle est invention* ¹¹⁹ ». Ce travail s'intéresse plutôt à un cadre européen où la question de la recherche de financement reste un défi primordial pour la poursuite de l'action des ONG. Les différentes communications proposées dans le cadre de ces collectes de fonds trouvent un écho favorable, puisque le terrain africain reste un lieu propice pour les ONG internationales à la fois dans la mise en œuvre des actions et activités de développement mais aussi dans la présentation des situations susceptibles de faire agir.

Dans un autre registre, la question du lobbying et de l'influence reste un point de situation et de communication intéressant à tous les égards. Antoine Deymier (Essais sur l'influence des ONG environnementales, 2017) apporte sa lecture sur l'influence des ONG qui interviennent dans le domaine environnemental. Même si les deux études n'abordent pas les mêmes questions, mais elles semblent avoir un point de jonction qui est autre que : la concurrence entre différentes ONG.

La thèse s'intéresse à la question de la concurrence ici évoquée semble et qui s'apparente plutôt à un manque de concertation entre les ONG internationales dans une même localité. Ce qui pose aussi la problématique de la communication des ONG internationales en direction des

¹¹⁸ Eric Dacheux, 1994, « *la Communication persuasive intra-communautaire : communiquer autrement dans la communauté européenne de demain* » ; sous la direction de Armand Mattelart Université Rennes 2 : 1 vol. (339-[89] p. 1 vol. (339-[89] p

¹¹⁹ Ibid

populations locales. Globalement cela se traduit par des activités quasi-identiques qui se concentrent tous sur la même localité, parfois avec des activités identiques et pour les mêmes populations sans forcément chercher à optimiser les actions au niveau local ou à proposer une concertation avec les acteurs locaux. La feuille de route semble déjà définie ainsi que mise en exécution. L'étude s'intéresse plutôt à la place des médias dans les activités des ONG et dans la diffusion des actions mises en œuvre.

Sur la question culturelle, El Hadji Mouhamadou Fadilou Diallo Ba (2018), traite à son tour de la communication des organisations à vocation sociale au Sénégal en lien avec la dimension culturelle. Il tente de comprendre les enjeux de la communication de ces organisations autour des enfants « *talibés* » (mendiant).

Cette question culturelle peut créer un choc pour les acteurs étrangers ou transnationaux. En effet, l'auteur décrit par ailleurs le processus qui peut conduire un touriste étranger à agir pour apporter des solutions aux difficultés observées sur le terrain ou à partir d'un ressenti. El Diallo (2018) affirme que « *ainsi organisés, ces comités permettent à l'ONG d'avoir à ses côtés des groupes constitués sur qui compter et sur qui agir pour faire avancer les causes sociales dont la lutte contre la maltraitance des enfants pour exemple* ¹²⁰ ».

Le constat d'une situation d'envahissement lors d'une visite au Sénégal offre la possibilité d'agir contre ce qui est considéré comme anormal et qui peut avoir un sens culturel local très imprégné. Cette étude nous évite ainsi de reprendre toute la partie qui correspond au processus de construction des projets des ONG et d'aller directement sur la communication avec les populations locales dans le cadre de la mise en œuvre du projet.

La question de la communication pour le changement de comportement se heurte ainsi à la culture locale. L'auteur explique ainsi que « *l'ONG Symbiose développe une communication persuasive qui n'a pas donné les résultats de changement de comportement escomptés chez les partenaires* ¹²¹ ». Ceci renseigne sur les résistances au changement qui pourraient exister et perdurer.

L'autre lien à faire reste celui de l'utilisation des supports dans leurs communication. Si l'image permet de communiquer, il est compréhensible que la sémiologie occupe une place importante

¹²⁰ El Hadji Mouhamadou Fadilou Diallo Ba, 2018, « *les communications des organisations à vocation sociale au Sénégal autour des enfants mendiants ou Talibés : comprendre les enjeux, analyser les dispositifs, actions et outils au service des publics vulnérables* ». En ligne : <http://www.theses.fr/2018AIXM0714>

¹²¹ Ibid

pour tenter de comprendre le sens et l'importance de l'image dans l'éveil de l'émotion qui pousse à faire un don et/ou à agir. Cette place qu'occupe l'image pourrait renforcer par ailleurs les stéréotypes. Il serait possible de faire référence aux travaux de Rosana Contreras-Gama (2016) qui tente de comprendre les dispositifs photo-humanitaires tout en s'interrogeant sur ces deux concepts : journaliste et humanitaire et/ou humanitaire et photographies. L'auteur cherche à faire le rapprochement entre le photojournalistique, sa perte d'indépendance et l'utilisation que les ONG peuvent faire de ce métier.

Franck Gauthey & Dominique Xardel (1993, PUF) expliquent l'importance de l'interculturel dans le management ¹²² des entreprises et organismes qui ont pour vocation de travailler à l'international. Plusieurs objectifs se profilent à l'horizon. Il était nécessaire pour ces deux auteurs dans un premier temps : **de présenter une approche simplifiée de la complexité des interactions identitaires tout en insistant essentiellement sur l'influence des cultures nationales sur le comportement managérial.** Dans un second temps, ils tentent de montrer que le management culturel permet une gestion des activités artistiques dont l'importance économique est grandissante. Et enfin, ils offrent des pistes de réflexion afin d'éviter la généralisation des comportements à tous les individus provenant d'une localité. Cette généralisation risque ainsi de participer à la construction de stéréotypes qui peuvent être adaptés facilement par les ONG internationales. Par exemple : la notion de pauvreté ne se lit pas de la même manière dans un contexte et lieu géographique différents.

Pour les auteurs, il est nécessaire d'éviter une globalisation ou une généralisation des stéréotypes et un jugement très hâtif face à l'étranger. Enfin, ils souhaitent éviter un échec ou une faible productivité par les éléments culturels conduisant une dévalorisation ou un rejet du groupe culturel en question. Cependant, ils montrent que **l'interculturel** reste au cœur des réussites pour toute entreprise. Les auteurs proposent un aperçu de la notion "interculturel" et la définissent comme le moyen de « *chercher à appréhender des situations ou problèmes tout en prenant appui sur la diversité ou l'hétérogénéité des individus qui sont à l'origine de ces problèmes* ¹²³ ». A travers cette définition, ces auteurs **montrent la complexité** ¹²⁴ **de la dimension interculturelle** mais aussi l'étroite relation entre la culture et la communication.

Ces éléments sont indissociables. Franck Gauthey & Dominique Xardel (1993) affirment que « *la communication englobe les comportements qu'un être humain perçoit et interprète,*

122 F. Gauthey, D. Xardel « *Management interculturel* » Presses Universitaires de France/2ème édition corrigée 1993 P.17

123 Ibid. p.118

124 Edward Hall « *seulement 10% de la communication se trouve au niveau conscient, explicite...le plus important se situe surtout au niveau inconscient : expression visage, geste, contact visuel, ton de la voix* »

*messages verbaux et non verbaux, conscients ou inconscients*¹²⁵». S'ils considèrent que le comportement relève du domaine culturel, ils démontrent aussi la difficulté de le dissocier d'un système de symboles utilisé par l'entreprise pour communiquer.

Ici l'entreprise est assimilée à l'ONG dans sa manière de fonctionner et non dans les objectifs poursuivis. Plusieurs pistes de réflexion étaient proposées pour ainsi éviter les obstacles liés à la communication interculturelle. Par exemple **sur le plan affectif** (peur de l'étranger...) et sur le plan cognitif (manque de connaissance de sa culture et ses valeurs).

Pour eux, il était important de montrer la dimension culturelle qui permet d'éviter les chocs culturels qui peuvent susciter « *anxiété, tensions ou insécurité qui ont forcément une influence sur l'efficacité ou la productivité de l'activité professionnelle* »¹²⁶.

L'étude tente de comparer ainsi les pistes des réflexions et la démarche cohérente proposée par les deux auteurs sur la manière de se comporter dans un pays étranger. On peut citer entre autres : s'informer sur la culture du pays, apprendre la langue, accepter de se mêler aux activités du pays, prise de conscience de la complexité de toute culture (groupe ethnique, raciale), reconnaître l'influence de sa propre culture, cultiver, patience et compréhension, tolérance, flexibilité et enfin accepter les défis. Dès lors que ces éléments indispensables sont cités, l'on se demande quelle est l'attitude des ONG internationales par rapport à ces règles proposées par les deux auteurs.

Pour Gauthey & Xardel, il serait important de **montrer la nécessité de prendre en compte des valeurs et les comportements interculturels** en se basant sur des approches¹²⁷ philosophiques et anthropologiques. Avec **la nouvelle dimension du management**, ils montrent les préalables à la réussite : les expériences interculturelles ; la flexibilité et la capacité face aux nouvelles idées, ou aux nouvelles situations. La connaissance culturelle n'est pas en reste...

Pour parler du lien entre la communication et la culture, l'étude va s'interroger sur la place que les ONG internationales accordent à ces deux notions. Elle s'appuiera également sur la question du management interculturel pour apporter des réponses. En effet, les deux auteurs, s'appuient d'abord sur la définition de la culture de Geert Hofstede, les modes de transmission de la culture et différents niveaux de cultures. Bien entendu avec la nécessité de bien lire les codes sous réserve d'interprétation correcte. Ensuite pour conforter cette démarche, ils proposent l'analyse de Hall Edward sur les trois niveaux de culture à savoir : les **règles techniques** : relativement

125 F. Gauthey, D. Xardel « *Management interculturel* » Presses Universitaires de France/2eme édition corrigée 1993 P. 35

126 Ibid p.42

127 Pierre Valette Florence, 1988 « *les styles de vie* », Economica. Et Florence Kluckhorn: anthropologue.

facile à changer ; les **règles informelles** : du domaine de l'inconscient et du non-verbal et enfin des **règles formelles** qui sont apprises.

Dans cette même optique une phase d'analyse de la culture et de l'identité à travers les critères basées sur la race, la profession et la classe sociale est proposée. Ceci est complété par les rapports entre les différentes cultures et l'environnement dans lequel elles évoluent. Les composantes de cette environnement culturelle sont : la religion, le langage, la fonction de communication, l'organisation de la société, l'éducation et la politique.

Pour mieux comprendre la culture, ils ont fait appel à la notion de **valeurs**. Certaines **valeurs** semblent universelles pour tous les peuples. On peut citer : le sens de l'appartenance, le besoin d'existence, l'amusement et la joie de vivre, les relations chaleureuses entre les individus, l'épanouissement personnel, le respect de l'être, la sécurité et enfin le respect de soi. Les deux auteurs se sont permis de trouver les points communs entre la **culture** et la **communication**. En s'appuyant sur les études de E. Hall, ils présentent la situation interculturelle face aux systèmes de valeurs, aux **types de stéréotypes**. Les obstacles de la communication interculturelle, le choc culturel viennent renforcer les propos. Cependant, ils proposent les moyens d'éviter ces chocs culturels.

Pour sur la question interculturelle, la référence aux sept différences culturelles soulevées par **Fons Trompenaars** (l'entreprise multiculturelle) permettra de comparer les différentes pratiques. On peut citer : « *relations et règles, groupe et individu, sentiments et relations, statut social, gestion du temps, implication, rapport à la nature* ¹²⁸ ». Leur utilisation et leur application dans l'environnement des ONG internationales permettra de se focaliser et de regrouper les diversités de culture existantes.

Les critères de Daria Tsukanova (2017) sur les compétences en communication interculturelle aide à comprendre les difficultés liées à l'expatriation professionnelle). Elle parle dès lors de la structure sociale, des traditions, des normes de comportement, de la culture des entreprises.

Revenant sur la question des interventions des ONG en Afrique, Daniel Descendre¹²⁹ constitue ainsi une source d'information qui conforte beaucoup le registre de l'étude : recherche action.

¹²⁸ Jacquier, Jean-Paul, 2008 « *L'entreprise multiculturelle*. F. Trompenaars & C. Hampden-Turner, Maxima Laurent du Mesnil éditeur 3^{ème} édition - 506 pages », *Sécurité et stratégie*, vol. 2, no. 2, 2009, pp. 94-95.

¹²⁹ Descendre D., 1991 « *L'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires ?* » Essai d'analyse institutionnelle, Collectif Stratégies alimentaires ! L'Harmattan, 317 p.

L'auteur traite ainsi de plusieurs sujets en lien avec les rapports de force entre les organisations de développement en général et les acteurs locaux. Il parle ainsi de la tentative de domination du nord sur le sud. Pour l'auteur, l'influence de la culture reste un fait. Et cela laisse place parfois à un type de discours contradictoire. Par ailleurs, il évoque les types de communication mise en place pour faciliter la circulation de l'information. C'est aussi l'occasion pour les ONG internationales de proposer les changements souhaités.

D. Descendre (1991) dénonce ainsi le programme d'acculturation¹³⁰ et interroge le fait « *que cela soit ainsi sans qu'il y ait au sein de [ou des] l'association [locale] une interrogation sur l'incidence culturelle de ce programme* » sur la population locale. Au-delà du don et son influence et du processus d'altération culturelle, l'auteur renseigne sur les modes de résistance aux changements mais aussi sur les modes d'insertion des multinationales dans un tissu social. Il affirme que « *quand une multinationale s'installe dans la région elle met en place une stratégie défensive qui concerne les paysans de la région, elle a des liens avec les fonctionnaires amis, entretient des contacts avec les partis politiques s'implantent dans les organes de distribution des terres et il fait élire ses membres, si elle a à faire à un gouverneur opposant elle va se défendre sur la scène publique* ¹³¹ ». Cette affirmation pousse à s'interroger sur le maintien de cette pratique ou dynamique de communication dans les usages actuels des ONG internationales qui continuent à intervenir en Afrique ?

Cependant les conséquences de cette insertion posent aussi les difficultés langagières pour les populations qui ne semblent pas tout comprendre. Cela peut être lié au langage ou à la rhétorique utilisée par ces organisations sur le terrain.

Ainsi l'auto-détermination s'accélère du fait de plusieurs raisons y compris de faibles résultats sur le terrain, des liens entre les ONG et l'état mais aussi du refus de certaines organisations locales de nourrir cette dépendance au Nord. L'auteur affirme qu'« *au village ces problèmes restent toujours aussi cruciaux et même s'aggravent. Alors quel est l'intérêt de ces organismes et quel est leur lien avec l'État ?* ¹³² ». Et face à ces situations qu'il pense statique, il propose aux forces paysannes de regrouper pour mieux se défendre davantage.

Un point essentiel reste la question du néocolonialisme et du refus du néocolonialisme.

¹³⁰ Ibid. p.62

¹³¹ Ibid. p.62

¹³² Ibid. p.154

Il évoque cette question en faisant allusion aux luttes contre cette pratique mais surtout contre le néocolonialisme par l'action économique. Pour cela, il pense que « *l'emprise économique de l'occident est rejetée mais en fait les actions menées au nom du développement perpétuent cette domination économique occidentale et elles canalisent les intérêts et le pouvoir des agents de développement intervenant dans le système Nord-Sud* ¹³³ ». Mais quel est le rôle joué ou la place de la communication dans le renforcement de cette pratique sur le terrain ?

Si certains ONG internationales optent dans ce contexte la neutralité comme attitude, la méfiance des populations à leur égard et celui de l'état reste importante.

Les populations locales critiquent ainsi la place et l'importance accordées au volontaire qu'ils accusent d'être des facteurs de l'échec des projets. D. Descendre (1991) affirme « *Au-delà du gaspillage d'argent et d'énergie, ces projets sont parfois néfastes parce qu'ils déstructurent les embryons d'organisations paysannes qui se mettent sur pied ou parce qu'ils mettent celles-ci sous tutelle ou appuient une politique d'État qui assujettit le paysan Africain sur le plan social et économique* ¹³⁴ ». À ce titre, il critique vigoureusement le pouvoir que le représentant des ONG possède par rapport à la population locale. Sans être dans une dynamique de critique, il est important de prendre référence sur cet auteur mais aussi sur les différentes enquêtes menées sur le terrain pour répondre à cette question sensible. Le rôle de la communication et les stratégies utilisées seront comparés et pourront contribuer à apporter un éclairage. En se basant sur les connaissances et pratiques endogènes, ce travail de recherche tentera de comprendre les apports ou non des ONG dans le développement des populations bénéficiaires.

D'autres questions comme le professionnalisme des ONG sont portées par certains auteurs. Sonia Vinolas (2008) traite de cette question et l'aborde sous l'angle de « *l'association à la croisée des logiques de professionnalisation et d'engagement : le cas de deux ONG de solidarité avec l'Afrique* ». Pour rester dans la dynamique cette recherche se base sur des textes qui parlent de l'Afrique et du Sénégal. Crépin Hilaire Dadjo (2016) parle du sujet et tente aussi de faire une évaluation des stratégies¹³⁵. Cette recherche en sciences de l'information et de la communication traite en effet des « *stratégies d'influence du décideur politique ou des politiques publiques* ». L'auteur affirme que les ONG utilisent « *les techniques du lobbying pour promouvoir des causes nobles, à savoir la bonne gouvernance socio-politique, la lutte contre la corruption, l'accès gratuit des personnes vivant avec le VIH aux médicaments essentiels génériques et la promotion de l'hygiène/assainissement aux populations rurales* ».

¹³³ Ibid. p.208

¹³⁴ Ibid. p.229

¹³⁵ Crépin Hilaire Dadjo, 2016, « *Pratiques de lobbying des ONG au Burkina Faso : une évaluation des stratégies. Sciences de l'information et de la communication*. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III.

défavorisées¹³⁶». Plusieurs auteurs se succèdent pour livrer leur point de vue sur la question du lobbying. En effet, Worou H. R. Dado (2021) parle de pratiques du lobbying au Bénin¹³⁷ ; tandis que Rémi Verstraete (2019) évoque l'efficacité du lobbying des ONG¹³⁸. Nathalie Berny (2008)¹³⁹ parlent du « *lobbying des ONG en Europe* » et de leur impact sur les différents domaines. Ces recherches rappellent que le lobbying reste une action de communication. Ces actions de lobbying nécessitent ainsi un travail étroit avec les médias.

Le tableau¹⁴⁰ (Crépin D.) ci-après montre à la fois les stratégies directes et indirectes utilisées par les ONG.

En effet, il est facile de remarquer qu'à la lecture de ce tableau ci-après, les actions des ONG sont classées en deux grandes catégories : action de lobbying direct d'une part et indirects d'autre part. Cette dynamique de créer de l'influence, cible particulièrement les domaines clés de la vie d'une nation et de ses populations à savoir : l'administratif, le législatif (lois et politique), l'action sociale et les médias.

Tableau n° 2 : Stratégies de lobbying direct et indirect des ONG - adapté par l'auteur à partir de Binderkrantz (1995, p.696) et Drolet (2009, p.21)

STRATEGIES DE LOBBYING DIRECTES		STRATEGIES DE LOBBYING INDIRECT	
<i>Stratégies administratives</i>	<i>Stratégies législatives/politiques</i>	<i>Stratégies de mobilisation populaire</i>	<i>Stratégies médiatiques</i>
- Aide dans le processus décisionnel	- Accords de faveurs	- Alliances avec des acteurs influents	-Achat de publicité
- Contacts avec le ministre approprié	- Contacts directs ou indirects avec des élus, porte-parole des partis politiques	- Création de coalitions	-Campagnes médiatiques
- Contacts directs ou indirects avec des fonctionnaires	- Contacts directs ou indirects avec un haut fonctionnaire	- Financement d'activités, de projet	- Contacts avec la presse
- Participation à des comités	- Pratiques électoralistes	- Manifestations publiques, organisation de grèves, appel à la désobéissance civile, conduites de pétitions	- Diffusion de sondages, de produits d'analyse et de recherche
- Présentation de recherches (niveau administratif)	- Présentation de recherches (niveau politique)	- Mobilisation des membres	- Engager une firme de relations publiques
- Recours aux tribunaux	- Présentation devant une instance	- Organisation de campagnes de lettres	- Organisation de conférences de presse

Figure 1 stratégies de Lobbying

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ Worou Houndekon, R. (2021). « Déterminants des pratiques du lobbying des ONG d'environnement au Bénin. Question(s) de management, 31, 15-28. <https://www.cairn.info/revue-questions-de-management-2021-1-page-15.htm>

¹³⁸ Rémi Verstraete (2019) « Daniel Guéguen "Le lobbying des ONG est plus efficace que celui des secteurs économiques" ». En ligne : <https://www.lecho.be/opinions/carte-blanche/daniel-gueguen-le-lobbying-des-ong-est-plus-efficace-que-celui-des-secteurs-economiques/10118895.html>

¹³⁹ Berny, N. (2008). « *Le lobbying des ONG internationales d'environnement à Bruxelles : Les ressources de réseau et d'information, conditions et facteurs de changement de l'action collective* ». *Revue française de science politique*, 58, 97-121.

¹⁴⁰ Crépin Hilaire Dadjo 2016, « *Pratiques de lobbying des ONG au Burkina Faso : une évaluation des stratégies* ». Sciences de l'information et de la communication. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III,.

Cette tendance et démarches décrites à travers ce tableau montrent la nécessité d'influencer les pratiques et l'implantation de nouveau modèle venu d'ailleurs et censé apporter du bien aux populations bénéficiaires. En effet dans ces genres de situations, les médias occupent une place de choix. Ces derniers sont évoqués par Yacine Diagne (2014) qui traite d'une action participative en lien avec une radio communautaire au Sénégal¹⁴¹. Cela pousse à s'interroger sur le rôle de ces organes de presse dans le monde rural et leur importance dans le choix d'apporter des changements auprès des populations locales. En réalité, les médias sont souvent considérés comme le seul vecteur de l'information en milieu rural, il est aussi important de comprendre la manière dont les acteurs du développement en l'occurrence, les ONG s'emploient pour faire passer des messages auprès de ces mêmes populations locales.

Si ces radios communautaires arrivent parfois à réduire le gap informationnel et pallier la faible présence des technologies de l'information et de la communication en milieu rural, il n'en demeure pas moins qu'il soit objet de lutte de pouvoir entre les autorités locales, les responsables d'ONG pour faire passer des messages. Cette ouverture semble intéressante pour la libre expression. Mais est-elle bénéfique pour les populations locales ?

En poussant la réflexion sur la question des médias, l'étude a fait le choix de proposer un questionnaire qui verra la participation de plusieurs acteurs comme du développement comme les chargés de communication, les consultants, les bénéficiaires, les journalistes, les relais et leaders d'opinion, les directeurs et chefs de projet, les agents de l'administration accompagnant les ONG dans leurs programmes (Voir méthodologie). Les différents résultats obtenus constituent une première entrée dans la présente étude.

Les réponses de ces différents acteurs permettront de comprendre la démarche de l'action des ONG au Sénégal. L'étude en deux temps sur les obstacles liés à la communication apportera dans l'analyse un regard nouveau la manière dont les ONG internationales mènent leur communication des ONG au Sénégal.

L'investissement des ONG dans la médiatisation et dans les réseaux sociaux ne cesse de croître de jours en jours et leur présence dans ces réseaux sociaux se fait de manière plus massive. On peut citer notamment les pages Facebook et chaînes Youtube de : l'ONG Oxfam France¹⁴², Aide et action¹⁴³, les sites web de l'ONG Action contre la faim au niveau mondial : rubrique

¹⁴¹ Yacine Diagne, 2014 « *Sociologie politique d'une expérience de démocratie participative. Le cas d'une radio communautaire au Sénégal* ». Science politique. Université Paris Dauphine - Paris IX,

¹⁴² Oxfam France, « *Facebook de l'ONG* », <https://www.facebook.com/OxfamFrance> , consulté le 2 mars 2014

¹⁴³ Action contre la faim, « *Facebook de l'ONG* », <https://www.facebook.com/aideetaction> , consulté le 2 mars 2014

vidéo¹⁴⁴, AVSF¹⁴⁵, Action contre la faim Sénégal¹⁴⁶, SOS FAIM¹⁴⁷, l'Agence américaine pour le développement : USAID¹⁴⁸ et aussi Agronomes et vétérinaires sans frontières¹⁴⁹.

Les différents supports constitués d'éléments matériels vont contribuer à faire une analyse discursive de la communication des ONG mais aussi de leurs champs lexicaux. L'étude compte utilisée ces matériaux comme les communiqués de presse, les dossiers de presse, les vidéos de présentation des organisations, les articles de journaux, les journaux internes, les textes de présentations des ONG internationales, les rapports et bilans annuels, les contenus de site web et enfin des contenus des Réseaux Sociaux Numériques (RSN).

L'importance de ces outils réside dans la capacité de l'étude à faire appel à des outils d'analyse comme Iramuteq pour déterminer le ou les champs lexicaux les plus utilisés par les ONG internationales pour communiquer avec les populations locales.

Ces différents supports véhiculent parfois des messages qui sont souvent repris par les acteurs de terrain impliqués dans l'action. Certains d'entre-deux interrogent comme dans l'exemple ci-après. Lors de la visite du Directeur général de Worldvision¹⁵⁰ au Sénégal, l'infirmière en chef du village de Ngong déclarait qu'« *avec la case de santé construite par Worldvision, certaines maladies comme le paludisme ont été presque éradiquées avec la mise en place des ACT¹⁵¹...* ». On peut noter que cette information peut sembler inquiétante puisque qu'elle ne semble pas refléter la réalité. Le rapport de l'OMS sur la question peut noter que la maladie est loin d'être éradiquée malgré la présence des traitements proposés. Cependant, en partant de ces types de » situations, il est important de comprendre l'objet de ces types de communication.

L'analyse discursive permettra de comprendre le sens de la communication des relais ou du discours des relais des ONG ? Y-a-t-il des alliances tacites, volontaires ou non, entre les ONG et les populations locales réelles bénéficiaires ?

En restant dans la logique d'explorer le travail fait par certains auteurs sur la question de la communication, l'on peut s'inspirer aussi de Pascal Dauvin¹⁵² qui s'est intéressé à l'analyse et

144 Action contre la faim, vidéo de l'ONG, <http://www.actioncontrelafaim.org/fr/actualites/videos>, consulté le 2 mars 2014

145 Agronomes et vétérinaires sans frontières, 2014, « *dossier média agriculture paysanne et familiale* » http://www.avsf.org/public/posts/1603/avsf_dossier_media_agriculture_paysanne_et_familiale.pdf, consulté le 2 mars 2014

146 Action contre la faim, site de l'ONG pour le Sénégal, <http://www.actioncontrelafaim.org/fr/content/senegal>, consulté le 2 mars 2014

147 Sos Faim, 2012, *Le paradoxe de la faim dans le monde - Version actualisée*, consulté le 2 mars 2014, <http://youtu.be/iswD-wgR6Yg>

148 USAID, Facebook de l'ONG, <https://www.facebook.com/USAIDSenegal>, consulté le 2 mars 2014

149 Agronomes et vétérinaires sans frontières (AVSF), Chaîne Youtube, <https://www.youtube.com/user/AVSFong>, consulté le 2 mars 2014

150 Worldvision, 2013, « *Président World Vision International Kevin Jenkins visit to Bambey Sénégal* », en ligne « <http://youtu.be/loHNDMdfDBY> », consulté le 13 novembre 2014

151 Les ACT, Artemisinin-based combination therapy (combinaisons à base d'artémisinine) sont aujourd'hui les seuls véritablement efficaces contre le paludisme.

152 Pascal Dauvin, 2010, « *La communication des ONG humanitaires* », Ed. Pepper l'harmattan, Paris, p. 200

à l'étude des coûts de l'édition des supports de communication institutionnelle qu'il croit être d'une valeur inestimable par rapport aux réels problèmes des populations.

Son ouvrage se penche essentiellement sur le secteur de « *l'humanitaire* ». Cependant, les différentes interrogations semblent intéressantes pour comprendre les stratégies mis en place par les chargés de communication au sein des ONG internationales.

Enfin pour terminer cette partie il semblait essentiel d'aborder la question et la place de la culture dans les relations entre ONG internationales et les bénéficiaires. On peut se référer sur le travail réalisé par Renate Duerink (2008) qui analyse des relations entre une ONG néerlandaise et ses travailleurs locaux (sénégalais). Si notre étude s'intéresse à l'approche et la relation directe entre les acteurs des ONG internationales et les populations bénéficiaires l'auteur cité ci haut pose les bases d'une compréhension la prise en compte des différences culturelles¹⁵³ dans les interactions possibles. Ce travail de thèse pourrait être complété avec des études de terrain menées dans le cadre de la communication interculturelle.

La plupart des études sur les ONG semble assez large et divers. Cependant il n'aborde pas forcément la question de la communication de ces dernières en direction des populations locales. Au-delà de ce point cité ci-dessus qui mérite d'être renforcé, on peut se pencher sur cette déclaration de Bruno Cazenave (2020) qui indique que « *les ONG sont très peu étudiées par les chercheurs en sciences de gestion, et la littérature croisant le thème des ONG et celui du management reste largement à écrire*¹⁵⁴ ».

Cette assertion confirme que la diversité des sujets y compris celui-ci offre des opportunités de comprendre d'avantage les ONG internationales et leurs communications

2. De la communication comme outil du développement à la communication pour le développement.

Dans la construction du développement, l'outil de la communication est devenu un élément incontournable. Elle permet en effet d'échanger, de faire adhérer, de faciliter la communication entre différents individus. Globalement, la communication devient ainsi un incontournable du

¹⁵³ Renate Duerink, Décembre 2008, « *La communication interculturelle entre Sénégalais et Néerlandais dans le cadre des ONG*, Mémoire, Université d'Utrecht Département de langue et culture françaises, Pays-bas » 65p. Disponible en ligne : <http://igitur-archive.library.uu.nl/student-theses/2009-0211-202502/Masterscriptie%20Renate%20Duerink.pdf> consulté le 09 aout 2014.

¹⁵⁴ Cazenave, Bruno, Emmanuelle Garbe, et Jérémy Morales. « *Introduction* », Bruno Cazenave éd., *Le management des ONG*. La Découverte, 2020, pp. 3-8.

développement et de la poursuite des objectifs. L'importance de la communication est ainsi reconnue par l'organisation des nations unies qui estime que « *la communication est essentielle au développement humain* ¹⁵⁵ ». Plusieurs états africains s'inscrivent dans cette dynamique et intègrent la communication comme un préalable. Ainsi, les autorités togolaises affirment à cet effet : « *A l'instar des entreprises et institutions, les états en général et ceux africains en particulier doivent de nos jours prendre conscience de l'importance de la fonction communication dans leur développement, l'aspiration des dirigeants étant avant tout de construire une société cohérente dans la paix et la stabilité. Depuis des années, la communication a servi d'outil commercial et politique. Aujourd'hui, elle est résolument mise au service du développement des nations et prend à partir de ce moment une dimension irrévocablement humaine* ¹⁵⁶ ». Cette affirmation montre que la communication s'inscrit dans une logique d'orientation multidirectionnelle, multi-outil et multisectorielle. Elle peut être considérée aussi comme un outil à induire un changement. Les initiatives, projets, programmes, évènement Etc. se voient tous dans une obligation à faire appel à la communication pour se faire connaître, pour faire adhérer ou échanger. Elle reste un élément clé pour les projets, les programmes, les initiatives nouvelles avec un cœur une interaction et un esprit d'échange. La question de la communication intègre ainsi la dimension de la relation à l'autre et la relation d'aide.

Cependant Dominique Wolton (1997, p.140) rassure en indiquant que « *informer n'est pas communiquer et communiquer n'est pas transmettre* ¹⁵⁷ ». Il confirme ses propos en déclarant que « *l'expression n'est pas de la communication* ¹⁵⁸ ». Pour conforter les propos de l'auteur, d'autres chercheurs tentent d'aller dans le même sens. Certains affirment : « *la communication est plus complexe que l'information, car elle pose la question de l'autre. Définie comme la relation à travers laquelle les êtres humains cherchent à partager, séduire et convaincre, la communication englobe l'information. Il n'y a pas d'information sans projet de communication* »¹⁵⁹. Cette différence entre la communication et l'information semble important. Dans cette logique de différenciation, il est nécessaire de replacer la notion de feedback pour distinguer les deux concepts. Ce qui replace globalement 'l'interaction' au cœur de la définition. Pascal Dauvin (2010, p.8) évoque à son tour les deux sens que l'on

¹⁵⁵ La communication pour le développement : accroître l'efficacité des Nations Unies [c4d-effectiveness-of-UN-FR.pdf](#)

¹⁵⁶ Secrétaire permanent pour le suivi des politiques de reformes et des programmes financiers « La communication comme outils de développement » 2009, en ligne : [La communication comme outils de développement \(togoreforme.com\)](#)

¹⁵⁷ Wolton (Dominique) 1997, « *Penser la communication* » - Paris : Flammarion, 410 p.

¹⁵⁸ Dominique Wolton, 2019, « Liberté d'expression à l'ère numérique de l'infox à l'intelligence artificielle », 8eme rencontre annuelle du réseau internationale des Chaires Unesco ORBICOM.

¹⁵⁹ Yeny Serrano, « Dominique WOLTON, Informer n'est pas communiquer », Questions de communication [En ligne], 17 | 2010, en ligne le 23 jan. 2012, consulté le 12 avril 2019. <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/254>

retrouve dans les discours des ONG qui sont : « *des outils, des réseaux et livrent des informations* » et « *les pratiques sociales, une division du travail symbolique sur des images et des représentations* ». Ce point de vue montre la complexité de la communication qui prend ainsi des significations multiples.

La définition de la communication à travers cet auteur, permet de mettre au centre la dimension humaine et ses ramifications vers d'autres concepts comme la communication pour le développement. L'évolution de cette communication comme outil de développement laisse penser à la communication pour le développement.

L'organisation des nations unies indique que « *la communication pour le développement tire son origine de la théorie de la modernisation, à savoir la réflexion et la pratique en matière de développement qui ont prédominé après la Deuxième Guerre mondiale* ¹⁶⁰ ». Selon le directeur du développement et de la coopération suisse, la communication pour le développement a quatre objectifs : « *faciliter l'accès à l'information, impliquer et faire participer, Rendre plus fort et enfin influencer sur les politiques publiques* » (Manuel Sager, 2016).

La communication pour le développement englobe d'autres types de communication (interpersonnelle, de masse...). Elle se développe continuellement aujourd'hui avec une prise en compte massive d'autres outils et supports numériques (multimédia et réseaux sociaux numériques). Ce qui laisse penser que la communication s'accompagne d'un flot d'information destiné à l'autre.

Alain Kiyindou replace la question de la technologie au centre du lien entre communication et développement. Il affirme à cet effet, que « *la technologie, [...] est devenue le principal vecteur de la communication, et le développement, [...] est un objectif partagé à la fois par des individus, des institutions, des sociétés et des nations* ¹⁶¹ ». Il pointe ainsi les mutations technologiques qui bouleversent les modes de fonctionnement dans le développement. Ici la technologie semble correspondre à la notion de communication pour aider ou contribuer au développement. Mais qu'en est-il de la communication des ONG avec le développement grandissant des technologies ? A. Kiyindou affirme à cet effet que « *le téléphone bouleverse le système social et l'écran du téléphone mobile est à la fois un paravent, un instrument de*

¹⁶⁰ La communication pour le développement : accroître l'efficacité des Nations Unies [c4d-effectiveness-of-UN-FR.pdf](#)

¹⁶¹ Alain Kiyindou, « *Recherches sur les technologies de l'information et de la communication et le développement* », Communiquer [En ligne], 13 | 2015, Consulté le 27 avril 2015. URL : <http://communiquer.revues.org/1512>

*contrôle et une fenêtre ouverte sur le monde*¹⁶² ». Si la situation semble aussi favorable et que les technologies permettent les échanges et les interactions, il est important de s'interroger et de se poser la question suivante : qu'est ce qui rend difficile la communication entre les populations africaines bénéficiaires et les acteurs des ONG internationales si la place des technologies semble irréfutable ? Quelle serait l'influence de ces technologies dans la culture locale ?

Par ailleurs, l'analyse des courants de pensée et de documents divers comme les conclusions de la 9ème table ronde¹⁶³ sur la communication pour le développement pourront mettre en relief la problématique. Parlant de la communication pour le développement, John Monyo (2004) magnifie son utilisation et son importance dans le développement. En effet, il affirme que la communication pour le développement reste « *un outil puissant qui contribue à la réduction de la pauvreté et de la faim tout en encourageant des processus démocratiques et des changements sociaux dans de nombreux pays, particulièrement dans les secteurs de l'agriculture et du développement rural*¹⁶⁴ ».

Si cet outil a montré son importance, son analyse permettra de se rendre compte des paradigmes, des politiques de communication en direction des populations d'Afrique, mais aussi des « *valeurs véhiculées, des contradictions dans leurs discours*¹⁶⁵, *des messages délivrés aux bénéficiaires aux institutions, aux médias et aux donateurs etc.* ». L'on peut se demander si elles influent suffisamment les politiques locales de développement ?

Le questionnement pousse aussi à s'interroger sur l'impact de ce type de communication sur le terrain. Sans apporter une réponse définitive à l'impact de la communication pour le développement, l'on peut s'inspirer de l'analyse faite par Marine Renaudin¹⁶⁶, experte technique Agronomes et Vétérinaires Sans Frontière (AVSF) au Togo pendant 02 ans sur le sujet. Intervenant pour le compte de l'ONG AVSF, elle livre ainsi son sentiment mitigé sur les résultats obtenus par son projet. Elle doute de la pérennisation des actions déjà mises en place

¹⁶² Alain Kiyindou, « *Recherches sur les technologies de l'information et de la communication et le développement* », Communiquer [En ligne], 13 | 2015, mis en ligne le 22 avril 2015, consulté le 27 avril 2015. URL : <http://communiquer.revues.org/1512>

¹⁶³ FAO Rome, 2004, « *la communication pour le développement* 6-9 septembre », Italie http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm, consulté le 22/07/2014.

¹⁶⁴ John Monyo, 2004, *Neuvième Table ronde des Nations Unies sur la Communication pour le développement*, Rome, Italie, disponible sur http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm, consulté en septembre 2014.

¹⁶⁵ Sos Faim, 2012, « *le paradoxe de la faim dans le monde* » - Version actualisée, <http://youtu.be/iswD-wgR6Yg> et Interview de Marine Renaudin, experte technique au Togo pour Agronomes et vétérinaires sans frontières (AVSF), <http://youtu.be/rjO4-vAHGoY> consulté le 2 mars 2014

¹⁶⁶ Interview de Marine Renaudin, *experte technique au Togo pour Agronomes et vétérinaires sans frontières* (AVSF), consulté le 18 mars 2014, <http://youtu.be/rjO4-vAHGoY>

et déclare : « *les changements ne sont pas forcément évidents à voir, parfois un peu diffus, [...] il faudrait revenir d'ici 5 ans pour voir les réels changements durables à l'action*¹⁶⁷ ».

Sur le plan culturel, elle pose ainsi la difficulté d'agir dans un environnement différent du tien. Elle déclare : « *t'es en continu entrain de te remettre en question notamment avec tes valeurs d'europpéen assez idéaliste ; tu es obligée face un contexte, une culture et une orientation sociale qui n'est pas la tienne, de te remettre en continu en question*¹⁶⁸ ». L'intérêt de ce questionnement réside dans le fait que le choc culturel pousse à revenir sur les besoins réels exprimés et les souhaits de changement proposés aux populations bénéficiaires et qui ne s'inscrivent pas dans leurs pratiques culturelles actuelles. Cependant, certaines ONG essayent ainsi de prendre en compte la culture locale. C'est le cas de l'ONG SNN¹⁶⁹ qui a fait appel à un Guérisseur traditionnel (un marabout) lors d'une cérémonie de reboisement au bord du littoral.

Par ailleurs, le blog « *the Nomad Experiment* » expose un point de vue totalement différent puisqu'il dénonce le contrat tacite de confiance qui existe entre les ONG internationales et les populations. Selon ce blog « *trop de Sénégalais ne voient les ONG et les aides que comme un moyen de s'en mettre plein les poches*¹⁷⁰ ». Mais du côté des ONG, l'interrogation est significative et révélatrice : « *allez savoir pourquoi, j'ai l'impression qu'il y a beaucoup plus d'ONG sur la côte que dans les terres. Elles préfèrent les endroits agréables et frais. C'est dommage car ce n'est pas forcément là qu'il y a le plus de travail*¹⁷¹ ».

Dans le même registre, Monsieur TH. I. (anonyme et Administration) pense que « *la communication n'est pas importante pour les ONG* » il rajoute que « *ce qui les intéresse [c'] est lever des fonds et de les utiliser... sans devoir rendre compte à l'état ou à leurs bailleurs. Ce sont de véritables courtiers du sous-développement*¹⁷² ».

167 Interview de Marine Renaudin, *experte technique au Togo pour Agronomes et vétérinaires sans frontières (AVSF)*, consulté le 18 mars 2014, <http://youtu.be/rjO4-vAHGoY>

168 Ibid.

169 Ibid..

170 Pierre, *De l'échec des projets de développement au Sénégal*, consulté le 1 juin 2015, en Ligne :

<http://nomadxperiment.wordpress.com/2009/05/08/de-lechec-des-projets-de-developpement-au-senegal/>

171 Ibid.

172 Interview : Monsieur I. TH (désire garder l'anonymat), Administration (Secteur développement), Enquêtes auprès des bénéficiaires sur les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique : le cas du Sénégal, Dakar le 04/05/2013.

3. Le concept de communication Internationale, est-il différent de ce que Lazarsfeld proposait avant ?

La question de la communication internationale s'invite de plus en plus dans le débat international à cause des évolutions constatées dans les nouvelles formes de communication qui dominent actuellement le monde. Jadis, l'émergence de la presse qui est à la fois amplifiée par les coopératives d'information nationales et internationales ont permis une diffusion large de l'information à travers les canaux de mass-médias (journaux et radio).

Pour revisiter le concept de la communication internationale, il était nécessaire de revenir sur le point de vue des principaux auteurs de cette spécialité. En se référant sur sa définition de la communication internationale, Hamid Mowlana parle de : « *médias classiques, d'échanges éducatifs, artistiques et culturels, de télécommunications, de domaines des industries culturelles, de tourisme, [mais aussi de...] conférences, d'organisations internationales, entreprises transnationales* ¹⁷³ ». L'ensemble de ce vocable participe à définir la communication internationale avec un focus sur les échanges entre les peuples et les nations. Cette vision ouvre des perspectives importantes qui s'inscrivent dans une logique de relations internationales. A ce titre, H. Mowlana déclarait « *nous savons tous que l'information et la communication dans les affaires internationales ne sont pas un phénomène neutre ; leurs enjeux traitent de certaines valeurs et, surtout, de la répartition du pouvoir dans les systèmes nationaux et internationaux* ¹⁷⁴ ». Pour lui, l'évolution de la communication internationale s'est faite et s'est intensifiée avec les événements mondiaux, les situations géopolitiques. A travers son interview, Hamid Mowlana parle de communication internationale comme une communication mondiale. Il évoque « *une dimension culturelle de la politique mondiale au centre des enjeux* ¹⁷⁵ » comme le moteur de cette communication. Cependant ceci laisse penser à la question des influences, des promotions des modèles démocratiques par exemple et des systèmes culturels, mais aussi des valeurs. Ce phénomène s'explique aisément par les luttes culturelles qui existent entre la Chine, les Etats-Unis et parfois d'autres puissances. La promotion du coca-cola intègre à la fois une vision américaine qui est promue à une échelle internationale et qui se complète avec un modèle libéral adaptable dans des contextes différents. Ici la place des états et la dimension culturelle déterminent souvent la question de la

¹⁷³ Agbobli, Christian. « *Et si la communication internationale m'était racontée ? De quelques échanges sur ses spécificités, ses enjeux, ses théories et ses méthodes : entretien avec Hamid Mowlana, réalisé par Christian Agbobli.* » *Communiquer*, numéro 25, 2019, p. 99–110.

¹⁷⁴ Ibid.

¹⁷⁵ Ibid.

communication internationale. L'auteur confirme en indiquant « *lorsque nous parlons de communication internationale, nous traitons de deux concepts importants et de deux frontières différentes. Le premier est le concept d'État-nation, qui est géographique, politique, juridique et économique ; le second est le concept de culture, qui est anthropologique, linguistique, philosophique, historique et religieux. Et ceux-ci sont interreliés. Ils ont en commun les concepts de communication et de culture* ¹⁷⁶ ».

Cependant tout comme Lazarsfeld, René-Jean Ravault ¹⁷⁷ et Mowlana pensent que seule la dimension humaine apporte des changements et que « *l'exposition aux médias n'apporte pas nécessairement l'effet souhaité* ». Ravault semble critique vis-à-vis des politiques et pratiques de la communication internationale et dit croire « *au pouvoir des interactions, des échanges, [qui créent probablement] des influences...* ».

Lazarsfeld (1944) est dans la même dynamique et se démarque de la théorie qui consistait à valider et renforcer la toute-puissance des médias. Il pense le contraire et tente d'inscrire la question de la communication internationale dans une dynamique interpersonnelle.

A la veille et à l'aube de la deuxième guerre mondiale, cette situation s'est amplifiée avec les propagandes radiophoniques qui laissaient penser que les effets des médias sur le public restent irrésistibles. Pour montrer les tensions qui existaient entre les courants de pensée ; Walt Borges, (2015) déclarait : « *l'intérêt pour les médias s'est accru au même titre que leur rôle croissant. Les impératifs des guerres, l'importance des médias dans les processus politiques, l'inquiétude quant à l'impact des médias sur la psychologie, les émotions et le comportement, ainsi que les préoccupations commerciales croissantes des médias eux-mêmes ont stimulé la recherche* ¹⁷⁸ ».

En replaçant le leader d'opinion dans un rôle diffuseur ; Lazarsfeld réduit les mass media à leur strict rôle : celui de transmetteur. Les changements interviennent à travers les interactions semblent être le véhicule de la communication. Cependant la place qu'occupe le leader d'opinion et sa notoriété peuvent incarner ce caractère international de la question.

Christian Agbobli (2011) parle du point de vue de Lazarsfeld sur la question de la communication internationale en lien avec son époque.

En effet, l'auteur déclare :

« ... le renouveau méthodologique constitue également une perspective en communication internationale. A l'époque déjà, Lazarsfeld (1974) pensait que des problèmes méthodologiques de la communication comme discipline pourraient être mieux explorés et résolus sur le plan international grâce à la communication

¹⁷⁶ Ibid.

¹⁷⁷ Ravault René-Jean. Colonialisme culturel et « coerséductions » autochtones. In: Communication. Information Médias Théories, volume 8 n°1, printemps 1986. pp. 54-106; https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1986_num_8_1_1343

¹⁷⁸ Walt Borges, 2015 International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition) « Two-step flow of communication, en ligne <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/two-step-flow-of-communication>

internationale comme axe majeur de recherche. Cependant, cette piste évoquée par Lazarsfeld ne semble pas avoir été parmi les préoccupations majeures des chercheurs en communication internationale. Intéressés par l'impact de la communication internationale, ils ne se sont pas penchés sur les biais inhérents à la communication internationale elle-même. C'est dans ce sens que nous proposons une prise en compte de l'endocentricité en communication internationale.

Ainsi, par endocentricité de la communication internationale, nous entendons : le processus par lequel les individus ou les groupes d'appartenance mettent en pratique la communication internationale. Ainsi, la communication internationale part avant tout d'un intérêt pour les choses/objets sur lesquels nous centrons notre attention ; de cet intérêt découlent des interactions, des relations avec l'Autre en fonction d'une quête humaine qui nous anime selon nos besoins. La communication internationale apparaît dès lors comme un phénomène qui existe en dépit de l'autre : celui-ci est moins primordial que notre quête¹⁷⁹ »

Christian Agbobli, 2011, p. 74

Revenant sur la question centrale de la place du leader d'opinion jadis définie par Lazarsfeld, il est possible d'indiquer que le rôle des mass médias aujourd'hui semblent avoir une tout autre forme aujourd'hui. La place et la facilité de la circulation de l'information à travers les réseaux sociaux numériques et la possibilité qui est offerte aux individus (quel que soit leurs origines) de devenir des leaders d'opinion, de gérer ses propres interactions, de créer leurs propres supports à travers les réseaux sociaux numériques semble incontestablement créer une révolution les pratiques. Le modèle de Lazarsfeld, présente ainsi des limites structurelles puisse que peut noter l'absence d'interaction entre les personnes d'un groupe de personnes et leurs leaders d'opinion qui devraient se constituer comme une unité homogène avec des interactions régulières entre elles. Contrairement à la pratique communicationnelle proposée par Lazarsfeld avec le sens de la circulation de l'information qui était ascendante ; celle d'aujourd'hui semble à la fois multiforme et multi sens. Ce qui marque une différence nette entre la proposition de l'auteur et les pratiques actuelles.

Cependant ce qui lie les deux modèles restent la place importante de l'interaction et de la possibilité d'infléchir sur des décisions importantes ou pas par le biais des échanges entre les acteurs. Ceci sans oublier le rôle et la place de chaque individu et en fonction de sa singularité ou de son degré de responsabilité.

En définitive il est important de comprendre la communication internationale à travers les différentes approches proposées par Mowlana H. (2019). L'auteur propose 4 approches qui sont complétées par Brunel et Charron (2002).

¹⁷⁹ Christian Agbobli, « La communication internationale : état des lieux et perspectives de recherche pour le XXI^e siècle », *Communiquer*, 15 | -1, 65-84.

Parlant de la communication internationale H. Mowlana il évoque dans un premier temps d'une « *approche idéaliste-humaniste* » qui correspond à la pratique des ONG. La deuxième approche de la communication internationale selon l'auteur est « *le prosélytisme politique* ». Elle peut expliquer les formes d'intimidation entre les puissances. Cette approche permet de comprendre les relations internationales et les différentes formes de communication qui sont utilisées. La troisième approche est « *l'information en tant que puissance économique* ». Celle-ci offre une dimension stratégique de l'information et fait penser à la déclaration suivante : « *qui a l'information a aussi le pouvoir* ». Ici les enjeux de l'information semblent déterminants à la fois pour l'aide à la décision mais aussi l'élaboration de réponse stratégique. Cela replace aussi la question de la collecte de l'information et de la collecte de masse. Elle devient ainsi stratégique et nécessaire à maîtriser pour détenir le pouvoir. Enfin la quatrième approche est « *l'information en tant que pouvoir politique* ». Cette dernière confirme la place de presse dans l'échiquier international. Une presse qui représente le 4ème pouvoir après le pouvoir exécutif, législatif et judiciaire.

A ces quatre principes s'ajoutent deux autres approches proposées par Brunel et Charron et qui sont « *la communication stratégique et la dimension militaire* ». Ces deux éléments sont souvent utilisés pour créer à la fois de la dissuasion et montrer la force qui pourrait être employée pour conforter cette dissuasion.

Si a priori ces approches ne semblent pas poser clairement la question de la culture, on peut s'imaginer qu'elle est présente dans toutes les situations proposées. Cette culture constitue en effet l'esprit qui accompagne l'idéologie, la politique, l'information et la presse.

Cette vision consiste mettre en avant la culture qui structure les idées, dissimule leurs fondements, offre la possibilité de créer une expansion voire une reproduction renforcée par l'utilisation de la communication.

Cette dimension culturelle souvent utilisée dans la communication pose les limites d'une intervention qui peut parfois être souvent incomprises par les bénéficiaires.

Bernard Dagenais (2002), parle des « *discours sur la diversité culturelle occultent des guerres d'intérêts* ». L'auteur déclare :

« Le discours sur les bienfaits et les méfaits de la communication transnationale est donc un discours teinté a priori des intérêts et de l'idéologie de celui qui le pratique ou qui en discute. La querelle sur les effets positifs et négatifs de cette mondialisation en témoigne (Featherstone et al, 1995).

Pour les tenants de la libre circulation des biens et services, apporter aux peuples de la terre les produits de la civilisation avancée, c'est leur faire partager les progrès de l'humanité. Pour ceux qui subissent cet apport « humanitaire », il s'agit d'une invasion.

Par ailleurs, leurs discours de victimes cachent parfois des intérêts économiques, parfois des intérêts politiques et parfois alimentent aussi des préoccupations sincères sur l'intégrité de la culture. Mais trop souvent, même si le discours des organisations insiste pour démontrer qu'elles s'ouvrent sur la culture des autres, dans les faits, elles la méprisent

L'approche de la standardisation est contredite par diverses théories qui affirment que l'environnement culturel d'un individu moule sa perception de la réalité et que la négliger amène des incompréhensions¹⁸⁰ ».

Cela pose aussi l'importance et la place de la communication internationale avec une approche culturelle mais aussi dans cette double position qui structure parfois certaines formes de pensées. La communication internationale devient un véhicule pour la culture de l'état ou de la nation émettrice et son auto-promotion.

4. Contexte international et la place de la communication dans les organisations

Avec la mondialisation et les difficultés croissantes que vivent des populations du tiers monde, certaines ONG internationales ont décidé d'apporter une aide, un soutien, une assistance et/ou d'étendre leurs activités vers d'autres continents en général et en Afrique en particulier. Il est important de montrer que c'est depuis 1992 au sommet d'Helsinki¹⁸¹ que les ONG dans leur ensemble étaient déjà appelées à jouer un rôle majeur auprès de pays membres du système des Nations Unies. L'Afrique n'échappe pas à ce contexte international caractérisé par la crise financière mondiale, la pauvreté, le sous-développement, les multiples conflits, le respect des droits de l'homme... Ces éléments justifient et favorisent l'intervention des ONG internationales dans le vieux continent.

Pour les ONG internationales, comme pour les entreprises, d'autres causes viennent s'ajouter à la volonté d'expansion aux motifs variables : la politique de l'universel, la défense de causes des minorités, la démocratie, le développement de l'Internet, l'homogénéité des besoins, les

¹⁸⁰ Bernard Dagenais, « *Les discours sur la diversité culturelle occultent des guerres d'intérêts* », Communication et organisation [En ligne], 22 | 2002, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 30 janvier 2015. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/2757>

¹⁸¹ « Les Défis du changement » et adoptées lors du Sommet de Helsinki de 1992, se proposent d'élargir le rôle des ONG en enjoignant aux Etats participants de leur offrir des occasions de participer davantage aux activités de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE).

risques environnementaux et les catastrophes naturelles (ouragan, tsunami, tremblement de terre...), la mondialisation et l'environnement global des affaires, la lutte contre la pauvreté... sont des éléments favorables à l'internationalisation.

Franck Gauthey et Dominique Xardel ont voulu à travers l'étude de Phillip Harris et Robert Moran ¹⁸² montrer la nécessité de prendre en compte des différents concepts de base dans toute entreprise internationale. Ici, le terme « *entreprise* », peut être considéré comme une initiative d'une personne ou d'un groupe de personnes devant susciter un changement ou jeter les bases d'une réflexion pour entreprendre tout simplement.

La situation actuelle montre qu'« *un double processus est observable à l'échelle mondiale : d'une part, la mondialisation et l'accroissement des interdépendances, d'autre part, la fragmentation et la montée des tensions et conflits* ¹⁸³ ». On peut alors considérer l'ONG internationale comme : un bouillon de culture avec, certes, des différences mais aussi une mise en place des propres repères pour la défense de ces différentes causes.

La prise en compte de ces éléments cités permet de les relier à un élément fédérateur qui est la communication. Elle semble être le point d'entrée avec les populations bénéficiaires pour établir un échange, discuter, recueillir des avis mais aussi présenter les motivations qui poussent à intervenir. Cependant cette communication ne semble toujours pas facile à mettre en place et peut être source de malentendu voire d'échec dans la mise en œuvre des programmes souhaités. Cette complexité de la communication, fait qu'elle est placée ou non, selon les cas, par les ONG, au niveau des priorités. Certaines ONG considèrent cette communication comme une porte d'entrée auprès des bénéficiaires et donateurs tandis que d'autres mettent en place des stratégies pour fluidifier cette communication.

Certains auteurs résument la situation en affirmant que : « *la communication a été un élément essentiel dans les projets occidentaux destinés à assurer le développement... [ce faisant] l'introduction des médias et de certains types d'information éducative, politique et économique dans un système social pouvait conduire les individus et les sociétés ; de la tradition vers la modernité* ¹⁸⁴ ». Mais avec le contexte changeant et l'évolution des systèmes sociaux, la communication devient un élément d'échange et de partage « *du savoir destiné à atteindre un*

182 F. Gauthey, D. Xardel « *Management interculturel* » Presses Universitaires de France/2eme édition corrigée 1993

183 Fiche culture et médias 2030, « *contexte économique et géopolitique international* ».

<http://www.culturemedias2030.culture.gouv.fr/annexe/03-fiches-culture2030-3-.pdf> consulté le 13 Aout 2014.

184 FAO, Jan Servaes & Malikhao Patchanee, 2007, « *Communication et développement durable* » - Sélection d'articles présentés lors de la 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement, Rome, 154p.

<http://dolanca.free.fr/Seminaire/COMMUNICATION%20ET%20DD.pdf>

consensus pour l'action, en prenant en compte les intérêts, les besoins et les capacités de tous ceux qui sont concernés ¹⁸⁵ ».

Ce contexte international place la communication des ONG internationales à deux niveaux de communication : une communication institutionnelle et une communication externe qui permettent d'une part, de gagner en confiance et en crédibilité et d'autre part, d'informer, de partager, d'échanger, d'informer et de susciter une participation des populations bénéficiaires. Ces deux éléments de communication n'excluent pas la communication interpersonnelle qui semble être dans une posture transversale.

Enfin pour montrer le rôle majeur que joue la communication dans un contexte international, les nations Unies ont tiré une brillante conclusion sur la communication pour le développement. La rencontre conclue que : « *si la communication pour le développement devenait une force motrice pour l'amélioration de la qualité de vie des pauvres, il serait essentiel de créer des passerelles entre les différentes approches, de promouvoir un langage et une compréhension communs, de partager les expériences, d'élaborer des principes et des directives communs et d'identifier les défis et les moyens nécessaires pour les relever...C'est un défi que personne d'entre nous ne peut ignorer* ¹⁸⁶ ». Cependant, ce rôle majeur reste un idéal car il semble difficile de regrouper à la fois toutes les conditions nécessaires pour arriver à une communication parfaite. Par ailleurs, Cette déclaration de la table ronde propose un panel de conditions à mettre en place pour établir ou faciliter les échanges.

Mais on peut retenir que ce souhait permet de montrer que, dans la nouvelle communication des ONG internationales ; l'homme est au centre des préoccupations contrairement au constat effectué dans les années 1958-1986 où même si la communication pour le développement était accueillie avec enthousiasme et optimisme, elle restait « *un élément essentiel dans les projets occidentaux destinés à assurer le développement du tiers monde* ¹⁸⁷ ».

Le contexte international et la place de la communication poussent à aborder un autre élément de cette recherche : celui des enjeux de l'intervention des ONG mais aussi les enjeux de la communication internationale en Afrique.

185 FAO, Jan Servaes & Malikhao Patchanee, 2007, « *Communication et développement durable* » - Sélection d'articles présentés lors de la 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement, Rome, 154p.

<http://dolanca.free.fr/Seminaire/COMMUNICATION%20ET%20DD.pdf>

186 Ibid.

187 Ibid.

5. Enjeux de la communication internationale en Afrique

La communication internationale du point de vue de Lazarsfeld met en avant la nécessité de circulation de l'information organisée sur le plan international avec une dynamique interpersonnelle. Le contexte actuel de diffusion de l'information organisée par les grands groupes laisse entrevoir une diffusion de l'information à la fois libre mais organiser ou amplifier avec les réseaux sociaux numériques.

Les exemples de développement ont souvent tendance à se vulgariser de manière instantanée. Cela permet à la fois de diffuser ou de promouvoir des modèles de développement mais aussi des modèles culturels. Pour le continent africain, certains modèles constituent parfois des exemples, suscitent des envies et parfois un désir de reproduction des situations fonctionnelles.

Il faut rappeler que ces modèles véhiculent et prônent un mode de vie, une culture voire une idéologie qui peuvent créer de l'influence et une volonté de changer de mode de vie.

La volonté de promouvoir un développement, un changement de comportement, une idéologie en plus de la mondialisation compliquent parfois le rythme d'autres populations qui ne semblent pas forcément partager les mêmes préoccupations.

Les enjeux de communication internationale en Afrique semblent importants pour les ONG internationales œuvrant dans le domaine social et du développement durable. Ils sont multiples et très différents. En effet au-delà de la lutte contre la pauvreté, l'enjeu principal de la communication des ONG en Afrique reste celui de l'identité. Ce qui se traduit par une volonté de se faire connaître à la fois par les actions mais aussi à travers les différentes alertes lancées pour signaler une situation d'urgence. Il faut souligner que les enjeux de la communication dépendent souvent des types de communication (interne, externe, institutionnelles, de masses, interpersonnelles...).

Pour comprendre le terme « enjeu », il est important de le définir. On peut se référer sur cette première définition qui indique que « *un enjeu est quelque chose que l'on risque dans une compétition, une activité économique ou une situation vis-à-vis d'un aléa* ¹⁸⁸ ». Le Larousse abonde dans le même sens en déclarant : « *ce que l'on risque de gagner ou de perdre (dans un projet, une compétition, une entreprise)* ¹⁸⁹ ». Au vu des deux propositions l'on se demande :

¹⁸⁸ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Enjeu>

¹⁸⁹ Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Tous droits réservés

qu'est-ce que les ONG internationales gagnent et/ou perdent en faisant le choix de communiquer sur elles-mêmes et sur leurs projets en Afrique ?

Dans ce contexte, le premier élément semble être la communication externe pour se faire connaître et faire connaître leurs objectifs. Le deuxième enjeu reste celui de la communication sur leur domaine d'intervention, projet et programme.

Cependant, plusieurs associations mènent le combat de l'existence et de la différenciation à travers l'image de marque. Les ONG ont très tôt compris le rôle de la communication dans les relations internationales, dans les relations institutionnelles, dans l'impact sur l'opinion internationale et les enjeux face aux fléaux qui guettent l'univers. Cependant l'on peut chercher à connaître si la prise de conscience reste identique quant à la communication en direction des populations bénéficiaires.

D'autres situations viennent renforcer ces enjeux liés à la communication. Les ONG trouvent une légitimité à communiquer sur « *les principaux problèmes dont la gravité, la dimension, la persistance et la portée doivent être mises en relief pour faire comprendre à tous les peuples qu'ils sont confrontés aux mêmes défis et qu'ils sont menacés par les mêmes périls*¹⁹⁰ ».

Certaines situations citées ci-contre renseignent sur le champ d'intervention large et diversifié des ONG internationales. On peut citer entre autres le surarmement, la faim, la misère, le racisme, l'analphabétisme, le chômage, les injustices économiques, l'accroissement de la population, la destruction de l'environnement et/ou la discrimination contre les femmes.

Ces problèmes ont participé à élargir et à faire émerger de nouvelles associations dans les années 1980-1990. En effet, la modification du paysage associatif, qui devient social, favorise l'arrivée ou « *l'apparition de nouvelles associations telles que Médecins Sans Frontières (MSF), S.O.S. Racisme, Action contre la Faim, Etc. [Elles] adoptent une stratégie de développement volontairement agressive à travers l'utilisation massive des médias*¹⁹¹ ».

Globalement, cette communication semble tourner autour de deux axes essentiels : l'image et la notoriété à acquérir auprès des publics cibles, à travers les mass-médias.

Ces axes sont en soi, sont un moyen de rétablir la confiance entre les ONG internationales, bénéficiaires et donateurs pour une quête d'une image positive. Les retombées de ces choix, pourraient s'adresser à un public autre que les bénéficiaires et qui sont mobilisés par le biais

¹⁹⁰ Sean MacBRIDE, 1980, « *Voix multiples, un seul monde : Rapport de la commission internationale d'étude des problèmes de communication* », [en ligne], la documentation française, les nouvelles éditions africaines, UNESCO, Paris, p.43 disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>

¹⁹¹ Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf.

des causes défendues. Cela conduit à la mise en place de stratégie de communication plus ambitieuse mais surtout laisse apparaître une tendance à se professionnaliser au point d'être des vraies entreprises. Plusieurs auteurs abordent cette question essentielle avec des points de vue parfois différents.

Pour Ollitrault et Chartier, « *les ONG font face à une crise d'identité et de croissance. Les plus anciennes s'étoffent au point de devenir de véritables entreprises transnationales, les plus récentes se multiplient au point de brouiller l'identité première des ONG...*¹⁹² ». Les grands noms des ONG internationales semblent se transformer en de grands ensembles complexes avec une notoriété qui s'accroît de jour en jour. Dans ces situations, leurs crédibilités et leurs prises de paroles semblent attendues. Cela ouvre ainsi plusieurs perspectives et possibilité de collaborations en les ONG internationales et d'autres structures.

Farid Baddache (2004) abonde dans ce sens et propose, au-delà du positionnement des différents acteurs, de mettre en place une coopération utile entre entreprises et ONG. Il affirme « *ensemble, entreprises et ONG peuvent apprendre à collaborer, à se nourrir mutuellement, pour dessiner les contours d'une société plus durable*¹⁹³ ». Si les causes défendues par les ONG internationales font l'objet d'une grande et forte mobilisation auprès de l'opinion publique internationale, cela implique une adoption de démarches professionnelles pour répondre aux exigences et aux problèmes posés.

Si les ONG internationales semblent professionnaliser leur intervention en Europe, il faut noter qu'en Afrique malgré les différentes options positives prises par certains pays ; des résistances existent et ne semblent pas contribuer à la poursuite des objectifs définis par les ONG.

Dans le principe les interventions de part et d'autre du continent devraient varier légèrement sans forcément poser des problèmes majeurs. Mais les interventions suivantes replacent la communication des ONG internationales dans un contexte où les difficultés sont présentes.

Bruno Jaffre, 2000, évoque l'expérience « *d'une ONG qui œuvrait dans le monde des télécommunications* ». L'auteur parle « *d'un espace immense pour une marge de manœuvre étroite* ». En effet les enjeux de la communication pour cette dernière semblent difficiles à prendre en compte selon l'auteur. Il résume la situation en indiquant que :

192 Mathilde Lebourgeois, 2010, « *Les stratégies de communication des ONG environnementales : le cas de Greenpeace et de WWF* », Mémoire, Université lumière Lyon 2 -Institut d'Études Politiques, Lyon, consulté en 8 juillet 2014, en ligne :

http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2010/lebourgeois_m/pdf/lebourgeois_m.pdf

193 Farid Baddache, 2004, « *Entreprise et ONG face au développement durable : L'innovation par la coopération* », Editions L'Harmattan, 250 p

« L'association CSDPTT (coopération solidarité développement aux PTT) est une ONG rassemblant des membres du personnel de la Poste et de France Télécom. Elle se consacre à de petits projets de développement dans leurs domaines professionnels et développe des relations amicales d'échange et d'entraide avec les "collègues" pour l'instant au Mali, au Burkina et en Guinée.

Dix ans après sa naissance, même si les choses évoluent vite, elle reste marquée par les circonstances de sa création et les individus qui en sont à l'origine. Comme nombres d'autres ONG, son premier obstacle se situe au niveau de ses rapports avec les populations, des rapports à construire petit à petit, avec la conscience que là réside un des éléments déterminants dans la réussite des projets : cette ONG, née plutôt sur une idée théorique, doit confronter son projet à la réalité qu'elle apprend à appréhender dans la durée et la multiplication des expériences.

Fortement imprégné de la culture du service public, il lui est tout autant indispensable de construire des relations de confiance avec les opérateurs locaux (incontournable dans des projets tournant autour au téléphone). Ceux-ci ne sont guère enclins à travailler avec ce nouveau type de partenaire, certes qui paraît bien sympathique et qui n'hésite pas critiquer les relations de domination du passé, mais qui les dérange même si l'activité de l'association prolonge la mission de service public¹⁹⁴ ». Bruno JAFFRE, 2000

Les propos de Bruno Jaffre (2000) semblent indiquer que les enjeux de la communication dans cette situation sont plutôt une communication axée sur la confiance et un travail d'informations et d'histoire auprès des populations locales. La prise en compte des propos des bénéficiaires et leurs refus de collaborer posent un problème de méthode et renseignent sur les difficultés de communication à venir.

Dans le même registre, Annie Chéneau-Loquay, 2000, revient sur les *''enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à Internet''*. Elle résume la situation ainsi en parlant de *« disponibilités et usages des technologies de la communication dans les espaces de l'échange au Sénégal »*.

L'auteur déclare dès lors que :

« Le cas du Sénégal est représentatif d'un développement relativement rapide des accès et des usages des NTIC. Ce pays avait pris une avance dans le secteur des télécommunications donnant à la pénétration de l'Internet des atouts certains.

Dans les univers de l'échange, dans l'épaisseur du tissu socio-territorial, les formes de communications varient considérablement selon les échelles spatiales et sociales imbriquant outils anciens et nouveaux selon des modes avant tout pragmatiques : de l'absence totale de téléphone que remplace la simple parole donnée sur le grand marché frontalier du Sud, à l'entreprise de télétravail de Dakar, les univers de la communication sont on ne peut plus diversifiés aujourd'hui.

Le téléphone est la technologie la plus immédiatement utilisable et utile à quiconque où que ce soit, le succès des téléc centres et des points phone le démontre. Le seul problème

¹⁹⁴ Bruno Jaffre, 2000, *« Une ONG dans le monde des télécommunications Un espace immense pour une marge de manœuvre étroite »*. http://www.polis.sciencespobordeaux.fr/resultats/Livre_enjeux/Jaffre.pdf

est en ce domaine celui de l'accessibilité (infrastructures et coûts) et ce pays est à cet égard exemplaire.

Par contre l'utilisation d'Internet pose des problèmes autrement plus complexes. Pour qu'il soit utile au plus grand nombre et pas seulement à quelques privilégiés instruits en Afrique, ne faudrait-il pas envisager la formation de médiateurs qui feraient l'interface entre l'outil et l'utilisateur ?¹⁹⁵ ».

Annie Chéneau-Loquay, 2000

A la lecture de la proposition de A. Loquay, on peut noter un autre enjeu de la communication des ONG internationales qui est celui de la prise en compte des réalités locales et de la diversité des modèles de communication existants sur le terrain.

Cette situation semble identique pour des nombreux ONG internationales qui interviennent sur le continent africain. Si certaines personnes ont accès à niveau d'information important, il faut noter que cette situation n'est pas commune à tous. Parfois, l'accès des populations bénéficiaires à ces types d'informations ou d'organisation reste tellement complexe que cela laisse dubitatif ces derniers quant aux services rendus. Le constat de Monsieur X (désire garder l'anonymat)¹⁹⁶ vient confirmer cette thèse de l'incompréhension des populations sur les activités de certaines ONG internationales. Il affirme : *« dès fois les populations viennent nous demander des médicaments ou nous remettre leurs ordonnances, et nous nous efforçons de dire que nous n'avons pas vocation d'acheter des médicaments pour des personnes et que nous travaillons avec des institutions et des structures de santé »* (M. X. 2013). Cela montre ainsi que le défi de l'information n'est pas gagné car il reste un enjeu majeur.

D'autres enjeux viennent s'ajouter à ceux déjà cités. Dès lors, l'on peut évoquer la question de l'information et du professionnalisme qui permet de marquer la différence avec les autres. Mathilde Lebourgeois, 2010 affirme : *« au départ les ONG font appel à leurs graphistes, et préfèrent l'affiche engagée, militante. Mais de plus en plus, en raison de la multiplication des ONG, de grandes agences de communication créent même des filiales spécialisées pour la communication des grandes causes, c'est le cas de TBWA/Corporate/Non Profit. L'objectif pour les ONG internationales n'est pas seulement de chercher des dons, mais de développer leur [image] marque pour se faire connaître¹⁹⁷ ».*

¹⁹⁵ Annie Chéneau-Loquay, 2000, « enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à Internet » Ed. Karthala, 2000 en ligne http://www.polis.sciencespobordeaux.fr/resultats/Livre_enjeux/Annied.pdf

¹⁹⁶ Interview : Monsieur X (désire garder l'anonymat), chargé de la promotion de la santé, Dakar le 13/04/2013

¹⁹⁷ Mathilde Lebourgeois, 2010, « Les stratégies de communication des ONG environnementales : le cas de Greenpeace et de WWF », Mémoire, Université lumière Lyon 2 -Institut d'Études Politiques, Lyon, consulté en 8 juillet 2014, en ligne : http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2010/lebourgeois_m/pdf/lebourgeois_m.pdf

Si l'image occupe une place importante, il faut remarquer que les populations africaines ont besoin de plus d'informations pour comprendre, adhérer aux projets ou à la cause défendue. Cependant on peut penser que le professionnalisme reste moins une contrainte car elle répond beaucoup plus à des normes internes de fonctionnement des ONG et qui innove à travers leurs démarches.

Certes une démarche professionnelle facilite la différenciation ainsi que le positionnement, mais cela ne constitue pas un enjeu majeur pour les populations du Sud (bénéficiaires). La prolifération n'est pas en soit la seule cause de la course vers le professionnalisme. Le besoin de capter l'argent, les dons...y participe grandement.

Lors de la crise économique les associations et ONG internationales ont tenté de se professionnaliser. Selon Anna F. Zsuzsa, la recherche de solution est une solution « *pour demeurer indépendante* ». En effet rajoute que les organisations « *doivent trouver d'autres sources de financement, à cause de l'affaiblissement des subventions publiques* ¹⁹⁸».

Ces faits rendent complexes la vie des ONG et les obligent à livrer certaines informations sous des formes divers en direction du public tout en mettant en avant leurs actions réalisées dans une forme de communication maîtrisée et professionnelle.

La liste des enjeux semble longue et on peut y ajouter : la communication corporate cité ici par Missone Missone ¹⁹⁹ dans son mémoire. Les enjeux de positionnement d'identité, d'influence, de relationnels et stratégiques avec quatre axes : le développement de la visibilité et de la crédibilité, le développement durable et citoyen semblent indispensable pour un travail avec les bénéficiaires.

Aujourd'hui, en sus des éléments cités ci-dessus, les ONG internationales renforcent leurs stratégies de communication avec l'usage des techniques marketings pour atteindre leurs cibles. Cependant plusieurs questions se posent et l'on se demande : à quelle fin les techniques marketing doivent-elles être utilisées ? Ciblent-elles exclusivement un public occidental ? Quelle est la place des bénéficiaires ? Cette communication est-elle simplement destinée à la collecte de dons ou pour la cause défendue ?

198 Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf

199 Missone Missone, 2010, « *Enjeux et perspectives de la communication corporate dans les multinationales au Cameroun* », Mémoire, Université de Douala, Cameroun, 105p. consulté le 2 Avril 2014, en ligne : http://www.memoireonline.com/01/12/5093/m_Enjeux-et-perspectives-de-la-communication-corporate-dans-les-multinationales-au-Cameroun.html

Si l'on sait que le premier objectif des ONG est d'assurer le financement de l'association et de mettre en œuvre ses missions, il n'en demeure pas moins que l'interpersonnel, l'information et la sensibilisation sont au cœur des dispositifs. Mais la complexité des cibles des organisations internationales conduit à l'intégration efficace du marketing dans le dispositif de communication des ONG internationales car il y va de la pérennisation des actions de l'organisation.

Si vaincre la pauvreté en Afrique reste un idéal et un objectif, il est important pour les ONG de dissocier les moments de collecte de dons qui nécessite une attention particulière pour ne pas refaire les erreurs du passé. Chin Saik Yonn (1996) pense que « *plusieurs projets de vulgarisation agricole ont échoué parce que les agriculteurs hésitaient à abandonner leurs façons de faire...en faveur de nouvelles méthodes bizarres*²⁰⁰ ». Ces constats d'échecs montrent la faible place, qu'occupent la sensibilisation, l'éducation, la communication pour le développement mais aussi la communication pour le changement de comportement.

Mathilde Lebourgeois, 2010 déclare « *le défi des ONG [...] pour les années à venir est manifeste : passer de la sensibilisation à l'action, tout en continuant à influencer les pouvoirs publics*²⁰¹ ». L'auteur indique clairement que l'enjeu principal de la communication est celui d'influencer les pouvoirs pour induire un changement. Ceci laisse penser à la différence d'approche qui existe dans l'intervention des ONG en Afrique ou en Europe.

En prenant exemple sur la communication des ONG internationales pour collecter des dons, on peut noter que même si les stratégies de communication et les moyens qui sont mis en œuvre semblent être maîtrisés auprès de l'opinion publique européenne, ceux utilisés pour les communautés africaines sont moins acquis. Cela pourrait s'expliquer par la nécessité pour les ONG internationales d'œuvrer pour la maîtrise de la culture locale pour faciliter l'atteinte des objectifs de communication. Cette phase pourrait s'appuyer sur la prise en compte des NTIC y compris le déploiement des réseaux sociaux. Le déploiement de ces moyens se fait en fonction de l'objectif fixé par les ONG. à cet effet, Roman Jakobson (1896-1982) disait de la communication qu'elle cherche à répondre à l'un des objectifs suivant : « *faire passer une information, une connaissance, ou une émotion ; créer une norme commune pour se comprendre ; créer une relation pour dialoguer fréquemment, ou relancer le dialogue ; obtenir*

200 Chin Saik Yoon, 1996, « *La communication participative pour le développement, Un agenda ouest-africain CRDI* », Montréal, disponible sur http://web.idrc.ca/fr/ev-30910-201-1-DO_TOPIC.html, consulté en 10 juin 2014

201 Mathilde Lebourgeois, 2010, « *Les stratégies de communication des ONG environnementales : le cas de Greenpeace et de WWF* », Mémoire, Université lumière Lyon 2 -Institut d'Études Politiques, Lyon, consulté en 8 juillet 2014, en ligne : http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2010/lebourgeois_m/pdf/lebourgeois_m.pdf

*une influence, pour inciter l'autre à agir selon sa volonté ; donner son identité, sa personnalité au tiers, pour être connu*²⁰²». Tout cet ensemble, constitue un idéal à atteindre pour les ONG internationales. Et pour réussir sa communication, la maîtrise du contexte local reste importante pour comprendre les enjeux et définir « *l'ensemble des conditions (économiques, sociales et environnementales principalement) extérieures aux messages et qui influence sa compréhension, lié à la fonction référentielle du message* »²⁰³. Dans ce contexte, la place et l'importance de la culture dans la communication en direction des communautés africaines en général et sénégalaises en particulier reste une priorité pour réussir la communication internationale des ONG internationales.

6. Nouveaux paradigmes de la communication Internationale des ONG Internationales en Afrique.

Pour parler des paradigmes de la communication, l'étude s'intéresse d'abord à la définition de ce terme. En effet, Alex Mucchielli (1995) parle d'appréhension de la réalité et de transformation. Il déclare ainsi : « *un paradigme est un ensemble d'éléments épistémologiques, théoriques et conceptuels, cohérents, qui servent de cadre de référence à la communauté des chercheurs de telle ou telle branche scientifique* »²⁰⁴. D'autres auteurs se sont penchés sur la question pour mieux appréhender le terme. Entre 2006 et 2009 le paradigme dominant était « *l'optimisation des moyens et la dynamique participative* » qui cherchait à imposer à la grande majorité des organisations ces deux concepts. De nos jours le paradigme dominant dans le monde semble être la sécurité qui est souvent justifiée par la lutte contre le terrorisme. Nubukpo Kako (2013) parle de l'évolution des paradigmes du développement en Afrique. L'auteur offre une meilleure compréhension du terme qu'il tente de mettre en lien avec la question du développement en Afrique. Il déclare « *dans le droit fil des réflexions des années postindépendances, durant lesquelles l'idée d'un développement endogène volontariste était le paradigme dominant en matière de voie de développement* »²⁰⁵.

Ici le terme prend la signification d'un concept ou d'une idée qui fait son chemin de manière temporelle et qui devient presque un credo. Le paradigme fait penser à une idée qui vient chasser

202 Techno-science, « *La communication, glossaire et définition* », en ligne : <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=4201> consulté le 13 mai 2014

203 Ibid.

204 Mucchielli, A. (1995). « *La notion de paradigme. Dans , A. Mucchielli, Psychologie de la communication* » (pp. 11-14). Paris cedex 14, France : Presses Universitaires de France.

205 Nubukpo Kako, 2013/3, « *Quel futur pour l'Afrique ? Evolution des paradigmes du développement, débats méthodologiques et perspectives* », *L'Économie politique*, n° 59, p. 76-90

une autre ou qui vient proposer une nouvelle de mode de pensée qui cherche à se différencier de ce qui se faisait avant.

Dans le contexte international, Ndiaga Loum, (2014) offre son point de vue sur manière dont les paradigmes façonnent le monde. Il indique que : « *les paradigmes de l'information et de la communication dominant le discours mondialiste et développementaliste en laissant peu de place aux interrogations critiques qui auraient tendance à en souligner les faiblesses* ²⁰⁶ ». On peut y entrevoir ainsi une forme de pensée unique qui oblige presque les structures à se conformer. Cela peut laisser aussi naissance à des idées qui dictent parfois des conduites comme la dynamique participative, co-développement ou le co-développement...

A ce titre Renaud Lise et Rico de Sotelo Carmen (2007) estiment que l'échec de la communication dans le programme de santé peut être justifié aussi par « *le dénigrement des moyens traditionnels de communication* ²⁰⁷ » dans le cadre des programmes d'information de l'éducation et de la communication mise en place. Ils continuent leur idée en abondent dans le même sens et déclarent : « *À un niveau plus général, cette volonté d'influer sur les comportements des acteurs sociaux en vue de faire accepter une innovation sociale ou technologique correspond au niveau international à ce qu'on a appelé le paradigme de la modernisation* ²⁰⁸ ». On peut noter que la grande majorité des projets des ONG internationales partent de ces paradigmes pour proposer un programme, capter des financements ou répondre à des appels d'offres.

Et c'est dans cette suite logique que les deux auteurs parlent du paradigme du développement. Ils confirment cette vision et affirme qu'« *enfin, en lieu et place du modèle axé sur les changements comportementaux, le paradigme du nouveau développement se préoccupe de la réception des programmes par les populations locales et de la prise en considération des enjeux dans des perspectives plus larges. Il appelle à une participation active des populations et met les individus au centre du dispositif communicationnel, de manière à rendre le changement permanent* ²⁰⁹ ».

²⁰⁶ Ndiaga Loum, « Paradigme de l'interdisciplinarité, communication et développement international », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 4 | 2014, mis en ligne le 01 janvier 2014, consulté le 15 février 2016. URL : <http://rfsic.revues.org/961>

²⁰⁷ Renaud Lise et Rico de Sotelo Carmen, « Communication et santé : des paradigmes concurrents », *Santé Publique*, 2007/1 Vol. 19, p. 31-38.

²⁰⁸ Ibid.

²⁰⁹ Ibid.

Les nouveaux paradigmes permettront de montrer les différentes possibilités sur lesquelles les ONG internationales tentent de s'approprier pour communiquer avec les bénéficiaires. La nécessité de communiquer et d'échanger sur les projets devient un impérative pour presque tous les programmes proposés. Contrairement aux ONG locales, celles qui interviennent à l'échelle internationale ont plus de défis au vu de la diversité des cibles, mais aussi de la diversité des facteurs qui complexifient la relation. Ainsi l'étude définit le paradigme comme : un ensemble de pratiques, de méthodes autour d'outils communs, un ensemble d'observations et de faits avérés avec un aspect fortement novateur et qui puisse correspondre à une représentation du monde dans le temps et dans l'espace.

Aujourd'hui, la mondialisation, le commerce équitable, les catastrophes naturelles (tsunami), l'écologie, sont venus bouleverser la marche normale des populations du monde en général et de l'Afrique en particulier. Ces concepts constituent en grande partie les paradigmes du moment. Mais pour la communication il s'agit plutôt : des réseaux sociaux numériques, de l'internet (village planétaire), du développement des mass-médias, des nouvelles technologies de l'information et de la communication, de l'éveil des consciences, la mobilisation sociale, de la participation et l'implication des acteurs dans leurs propres développement, de la lutte pour les droits humains... Ces nouveaux paradigmes doivent être intégrés par les ONG pour réussir leur communication et en faire des atouts. La dimension participative prend dès lors une place importante, elle contribue au positionnement mais aussi modifie les pratiques et les relations interpersonnelles.

Cependant certains facteurs peuvent rendre difficile la communication des ONG. Parmi eux : l'innovation, les risques de manipulation et d'influence de l'opinion publique, la guerre de la collecte de dons, l'importance et la place de la culture locale dans l'élaboration des stratégies et l'interpersonnel. Ces paradigmes sont souvent amplifiés par les mass-médias qui souvent accompagnent ces concepts. Les nouveaux des médias jouent un rôle important dans un contexte de communication internationale et participe aussi à véhiculer les messages du moment. La place de la culture a bien influé sur les pratiques, participé à innover ou créer des outils et contribuer à la promotion de la communication interculturelle.

Ces paradigmes sont aussi intégrés dans leurs démarches communicationnelles des ONG pour favoriser la participation. Même si les paradigmes mobilisent le contexte et son en lien avec l'époque et les problématiques rencontrés, certains restent valables aussi bien pour les pays du

nord que de ceux du sud. Ils semblent transversaux et guident énormément les pratiques. Dans la cadre de la communication internationale, l'amplificateur mass-média participe ainsi à exporter des sujets qui sont en lien avec la mondialisation et de les appliquer parfois dans des lieux ou le contexte semble différent. A côté des réseaux sociaux numériques, il y a le développement d'autres outils qui favorisent l'émergence de nouveaux paradigmes.

En effet, le développement de la téléphonie en Afrique constitue un bon en avant majeur. Cela devrait permettre de créer de réelle innovation dans la stratégie de communication proposée par les ONG internationales en matière de circulation de l'information. Selon Jean Michel Huet, Directeur Associé chez BearingPoint en charge des pays émergents « *la téléphonie mobile constitue un nouvel acteur dans le développement économique mais aussi sociétal* ²¹⁰ ». L'impact de ces outils dans la construction sociale n'est plus à nier ainsi que le développement et l'utilisation des applications qui ont la possibilité de nourrir ce lien interactif entre les populations bénéficiaires et acteurs des ONGI. Ainsi, même si cette piste reste très peu utilisée par les ONG on peut noter que « *la participation des téléphones mobiles à la [construction] de la démocratie est un phénomène réel mais difficile à quantifier. Les exemples du "printemps arabe" avec les réseaux sociaux ont été valorisés, mais ce n'est pas le seul cas* ²¹¹ ». Dès lors, la téléphonie peut être considérée comme la porte d'entrée pour d'autres technologies.

Aujourd'hui, l'on peut constater que l'apport des réseaux sociaux numériques (RSN) dans la circulation, la création mais aussi le partage de l'information reste incommensurable. Le paradigme de la solidarité numérique, l'écologie et du développement sont accompagnés par un important dispositif de lobbying et de communication internationale pour imposer ces thèmes à l'opinion public

La téléphonie reste un outil démocratique que l'on retrouve dans l'ensemble des coins reculés d'Afrique avec une utilisation qui parfois dépasse l'entendement. Cet outil a pris une importance capitale en Afrique, au point qu'« *en Tanzanie...dans certaines familles pauvres, des arbitrages économiques entre l'achat de viande pour les enfants et le téléphone* ²¹² » sont faits. La téléphonie a certes contribué ainsi à révolutionner les anciens modèles de communication mais aussi démocratisé l'information.

210 Jean Michel Huet, Directeur Associé chez BearingPoint, « *Afrique : la téléphonie mobile, un acteur clé du développement* » publié le 25/04/2013. En ligne « http://www.lexpress.fr/emploi-carriere/emploi/afrique-la-telephonie-mobile-un-acteur-cle-du-developpement_1242656.html »

211 Ibid.

212 Ibid.

Les mass-médias, ont essentiellement participé à l'éveil des consciences avec la facilité de circulation des contenus, la rapidité du partage de l'information et des contenus web (Philippe Viallon, 2018). Si la place des RSN semble faite l'unanimité ; son utilisation par les ONG semble montrer une grande timidité.

L'enquête sur les obstacles de la communication internationale menée au Sénégal ²¹³ a montré que, 59% des ONG internationales qui ont participé, focalisent leurs actions de communication essentiellement dans la presse traditionnelle. Mais est ce qu'il y a une adéquation entre la cible et le support ou canal choisi ?

Comment les ONG internationales utilisent-elles ces nouveaux paradigmes pour éviter d'entrer en conflit avec les cibles ou se faire rejeter tout simplement ?

Cependant la complexité des paradigmes peut souvent être source de malentendus et créer l'effet contraire malgré le poids de place qui est laissé par l'évidence du paradigme véhiculé. Sébastien Froger (2005) confirme ce risque de conflit et déclare : « *quand on impose des connaissances ou des nouvelles techniques, comportements, etc. sans que ceux-ci soient issus au moins en partie des cibles de la communication, on risque de se heurter à un conflit d'ordre hiérarchique* ²¹⁴ ».

Sur le plan de l'interpersonnel et du culturel. S. Macbride de conclure « *...si les organes d'informations savent mettre l'accent sur ce qui rapproche plus que sur ce qui sépare que les peuples du monde pourront s'entraider par l'échange pacifique et la compréhension mutuelle* ²¹⁵ ». Cette assertion devrait être la clé de réussite de la communication des ONG internationales. Cependant on peut noter que la culture comme facteur unificateur, reste essentielle pour le développement de la communication interpersonnelle et de l'échange entre les ONG internationales et les cibles.

213 Frédéric TENDENG, 2014, « *Les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique: le cas du Sénégal* »

214 Froger Sébastien, 2005, « *la communication participative communautaire au Sénégal : Un outil pour faciliter la sensibilisation et le développement de la culture scientifique* », Mémoire, Université Stendhal Grenoble 3, Institut de la communication et des médias, En ligne : <http://www.memoireonline.com/02/09/1932/m-La-communication-participative-communautaire-au--Senegal3.html> consulté en Aout 2014

215 Sean MacBRIDE, 1980, « *Voix multiples, un seul monde : Rapport de la commission internationale d'étude des problèmes de communication* », [en ligne], la documentation française, les nouvelles éditions africaines, UNESCO, Paris, p.43 disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>

7. Place de la culture et des valeurs locales dans la communication des ONG internationales.

Pour comprendre toute la place de l'interculturel, il est important de revisiter de la définition du management interculturel proposé par Franck Gauthey consultant international & Dominique Xardel directeur de MSGM dans leur ouvrage : « *le management interculturel* ». L'étude parle ainsi des entreprises et des organismes qui ont pour vocation de travailler à l'international. Les deux auteurs s'inspirent en effet de la définition de Geert Hofstede pour conclure que « *la culture détermine la manière de penser, de sentir, de communiquer, de produire, elle permet à un groupe de survivre...la culture est acquise, transmise par des codes, symbole, langues, geste, expression* ²¹⁶ ». Cette définition est complétée par celle de Camille Camilleri (1997) ²¹⁷ à propos de la culture et déclare que c'est « *l'ensemble plus ou moins fortement lié des significations acquises les plus persistantes et les plus partagées que les membres d'un groupe, de par leur affiliation à ce groupe, sont amenés à distribuer de façon prévalente sur les stimuli provenant de leur environnement et d'eux-mêmes, induisant vis-à-vis de ses stimuli des attitudes, des représentations et des comportements communs valorisés, dont ils tendent à assurer la reproduction par des voies non génétiques* ²¹⁸ ». Ceci laisse penser à la diversité culturelle.

Askar Jumageldinov, (2009) déclare qu'à ce jour, « *on ne dispose pas de définition totalement satisfaisante sur la culture* ». Cependant, il s'inspire de Z. Guerraoui, B. Troadec (2000) pour affirmer que la culture est « *une caractéristique universelle complexe qui inclut les savoirs, les croyances, l'art, les mœurs, le droit, les coutumes, et toute disposition ou usage acquis et transmis par l'homme vivant dans une société donnée* ²¹⁹ ». L'on remarque aussi que le point commun de ces définitions reste l'humain et ses interactions avec les autres.

216 Geert Hofstede est un psychologue néerlandais né en 1928. Il a été inspiré par le culturalisme.

http://fr.wikipedia.org/wiki/Geert_Hofstede

217 Camille Camilleri, 1986, « *Anthropologie culturelle et éducation, Journal des africanistes* », Volume 56, Numéro 1, p. 186 – 187, en ligne http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/jafr_0399-0346_1986_num_56_1_2121_t1_0186_0000_1, Persée,

218 C. Camilleri, M. Cohen-Emerique (1991) *Chocs de cultures : concepts et enjeux pratiques de l'interculturel*. Paris, L'Harmattan, p. 27.

219 Askar Jumageldinov, (2009) « *Diversités culturelles et construction identitaire chez les jeunes appartenant aux différents groupes ethniques au Kazakhstan. Approche comparative* » chap.4 theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2009.jumageldinov_a&part=165875#Notefn127

Avec la mondialisation, la question de la culture semble se complexifier d'avantage puisque les la guerre des cultures se profilent dans une dynamique de domination, d'autopromotion (avec la notion de brand-culture) et de vulgarisation.

Une vigilance particulière est souhaitée pour le manager cosmopolite qui doit prendre en compte deux éléments essentiels à sa réussite : l'interculturel et la connaissance de certaines valeurs reconnues et acceptées. Par ce biais, l'interculturel et la communication ne peuvent être dissociables puisque que le comportement acquis relève du domaine culturel et la difficulté de le dissocier du système de symboles utilisé reste impossible. L'ONG comme l'entreprise utilise la culture pour faire adhérer à l'esprit, aux valeurs et/ou pour communiquer.

Les organisations non gouvernementales qui interviennent en Afrique font la promotion de leur propre culture mais aussi de leur vision pour intervenir, aider, partager des connaissances, des savoir-faire et/ou mener des activités.

Par ailleurs, elles utilisent deux éléments essentiels pour se confronter à l'autre : l'adaptation et la formation. Cela permet d'atténuer le choc de culture entre les différents acteurs. Cela permet d'une part de prendre en compte la culture locale à travers diverses approches et d'autre part de faire participer les populations à l'initiative.

Deux solutions sont proposées pour pallier ces difficultés. L'utilisation de la communication participative ou ascendante, mais aussi la nécessité de respecter un principe de base réitéré par Javier Pérez de Cuellar (1995), président de la Commission mondiale pour la culture et le développement. Il recommande « *d'inciter à respecter toutes les cultures dont les valeurs sont tolérantes aux autres. Le respect va au-delà de la tolérance et implique une attitude positive vers les autres peuples et une célébration de leur culture* ²²⁰ ».

Silviat Balit (2004) attire sur certains dangers et affirme que : « *la mondialisation façonne le monde économique et la privatisation des services publics, la libéralisation des marchés et les accords commerciaux internationaux ont déterminé de nouveaux scénarios pour le développement avec des conséquences sérieuses pour les gouvernements, les communautés locales et les groupes marginalisés. De plus, cette mondialisation sans justice sociale a créé des tensions nouvelles et dramatiques* ²²¹ ». L'auteur propose des solutions pour éviter des drames et conforte ce propos en déclarant : « *l'écoute de la population, les enseignements tirés*

220 FAO Rome, 2004, 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement : *Communication et développement durable*, Septembre 2004, Document de travail, Italie, 63p. p11, Consulté le 04/06/2014

221 Silviat Balit, (2004), « La communication pour les groupes isolés et marginalisés : Lier l'ancien et le nouveau » p.3

de leur perception des besoins et la prise en compte de leurs connaissances et de leur culture est un autre préalable à une bonne communication avec les groupes marginaux ²²²».

Elle assimile la bonne communication à la prise en compte effective de la partie en face.

Cette prise en compte de la culture par certaines organisations, a fait émerger le terme de « *tournant culturel* ». Cependant la nécessité de proposer des pistes de réflexion afin d'éviter les obstacles liés à la communication tant sur le plan affectif (peur de l'étranger...), que sur le plan cognitif (manque de connaissance de sa culture et ses valeurs), permet de montrer que la dimension culturelle est un pan pour éviter les chocs culturels qui peuvent susciter « *anxiété, tensions ou insécurité. [Cela risque] forcément [d'avoir] une influence sur l'efficacité ou la productivité de l'activité professionnelle* ²²³ ». Intègrent-elles suffisamment dans leurs stratégies de communication, la dimension participative ou ascendante ?

L'Institut International pour l'Environnement et le Développement (IIED) à travers les jurys citoyens²²⁴ a donné la parole aux agriculteurs pour échanger avec les chercheurs de manière participative, pour faire des recommandations, apporter des contradictions, adapter les modèles de développement au contexte local et de montrer aussi leur capacité à analyser des éléments macroéconomiques. Cet exercice a surpris plus d'un, car les agriculteurs ont apporté des contributions pertinentes sur la recherche, tout en se démarquant des schémas classiques : diagnostic des problèmes vécus. Cette prise en considération du bénéficiaire dans le processus de désignation permet d'établir une communication équitable et fructueuse. Et Blandine Sankara (burkinabè) d'ajouter « *c'était très dynamique dans le sens où ils ont tenu à prendre la parole, surtout à exprimer leurs préoccupations par rapport à la recherche, mais aussi à dire quelles sont leurs valeurs et ce qui les tient à cœur* ²²⁵ ». Une forme d'implication assez fructueuse et qui montre un dynamisme des acteurs concernés.

Ce processus interactif et ascendant permet aux populations de s'impliquer sur des questions de développement local et de se « *rendre compte de leur pouvoir* ²²⁶ ». Pour F. Gauthey & D. Xardel l'objectif serait de montrer la nécessité de prendre en compte des valeurs et les comportements interculturels en se basant sur des approches²²⁷ philosophiques et

²²² Ibid. p.8

²²³ Franck Gauthey, Dominique Xardel, 1993, Presses Universitaires de France...p12

²²⁴ <http://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-5-page-132.htm>, Les jurys citoyens en Espagne : vers un nouveau modèle de démocratie locale ? Consulté le 15 juillet 2014

²²⁵ Blandine Sankara, Observateur, IIED, blip.TV, en ligne : <http://blip.tv/iied/observateurs-4092995>, septembre 2010

²²⁶ Prof. Neils Röling, changement pour les nouveaux systèmes d'innovation, 2010, BlipTV, <http://blip.tv/iied/prof-neils-r%C3%B6ling-emeritus-professor-university-of-wageningen-the-netherlands-4033410> .

²²⁷ Pierre Valette Florence, les styles de vie, Economica 1988. Et Florence Kluckhorn: anthropologue.

anthropologiques. Avec la nouvelle dimension du management, ils montrent les préalables à la réussite, à savoir : partir des expériences interculturelles, de la flexibilité face aux nouvelles idées (les connaître et les accepter), de la capacité à faire face aux nouvelles situations, du rejet des idées reçues et enfin de la connaissance culturelle... pour une prise en compte de la culture locale.

Pour cela, il faut aussi : s'informer sur la culture du pays, apprendre la langue, accepter de se mêler aux activités du pays, une prise de conscience de la complexité de toute culture (groupe ethnique, raciale), reconnaître l'influence de sa propre culture, s'armer de valeurs comme la patience et la compréhension, la tolérance, la flexibilité... L'application de cette démarche peut être un gage de réussite mais aussi une porte d'entrée pour une prise en compte effective des préoccupations des populations. Cependant malgré les différentes évolutions observées dans les processus, tous ne semblent pas accepter ces avancées.

Ces situations ne semblent pas spécifiques à l'Afrique. Jean Michel Djian, (2000) parle de la résistance culturelle ²²⁸ des structures traditionnelles en Europe.

Et Sean MacBride de confirmer qu'il faut « *une nouvelle attitude pour dépasser la pensée stéréotypée et mieux accepter la diversité et la pluralité, dans le plus grand respect de la dignité et de l'égalité de populations vivant dans des conditions différentes et se comportant de différentes façons* ²²⁹ ». Cette affirmation devrait constituer ²²⁹ la base de toute action visant à apporter de l'aide à des populations bénéficiaires. A l'image de la conception de Lazarsfeld sur l'importance des relations interpersonnelles, les programmes audiovisuels et des nouvelles technologies peuvent influencer et créer le besoin, mais cette communication verticale comporte des limites car « *les moyens de communication de masse sont sans doute moins efficaces que l'influence personnelle... et l'on sait que le développement ne s'accélérera qu'avec un engagement actif dans le processus de la communication lui-même* ²³⁰ ».

Malgré cette connaissance des limites de cette pratique, beaucoup d'ONG en Afrique en général et au Sénégal en particulier, continuent à utiliser ce modèle pour transmettre des messages et chercher à faire adhérer les bénéficiaires à la cause à travers la presse. Les facteurs de succès ou d'échec sont nombreux. L'Agence de Presse Sénégalaise (APS) relate la volonté d'une ONG américaine d'associer la presse au succès de la planification familiale. Cette sollicitation faite à l'endroit de la presse, même si elle a des élans d'implication, laisse perplexe par rapport aux

²²⁸ Jean Michel Djian, « *Europe et communication : le poids des résistances culturelles dans la construction européenne* », *Communication et organisation* 17 | 2000, mis en ligne le 27 mars 2012, <http://communicationorganisation.revues.org/2333>

²²⁹ FAO Rome, *9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement : Communication et développement durable*, Septembre 2004, Document de travail, Italie, 63p. pp8-9, p33

²³⁰ FAO Rome, 2004, *9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement : Communication et développement durable*, Septembre 2004, Document de travail, Italie, 63p

objectifs de changement de comportement souvent souhaités par les ONG internationales. Les résultats de l'étude réalisée au Sénégal dans la cadre de l'identification des obstacles à la communication, communiqueront davantage des informations sur les pratiques actuelles des ONG internationales en matière de communication.

- Dimension Interculturelle

Il est important de revenir sur la question de la dimension interculturelle dans le cadre de cette étude. La question interculturelle se pose comme un problème de terrain puisque que la rencontre entre les cultures se fait sur le terrain. Les pratiques, la compréhension des codes et des pratiques locales pour une meilleure adaptation semble importante.

La question interculturelle reste au cœur de la communication internationale. Elle implique des échanges, une prise en compte des spécificités de la culture et des connaissances locales.

Dans cette dimension plusieurs thèmes se croisent comme le genre, la technologie, les stéréotypes et la langue.

Par exemple la place de la femme dans la société Afrique ne doit pas souvent pas analysée avec les mêmes critères que ceux de l'Europe. De même l'usage des technologies peut contraster avec le système de communication instauré par l'ethnie Bassari et qui garantit la transmission de l'information, la formation des générations futures mais aussi l'organisation sociétale.

L'interculturel doit ainsi prendre en compte la place des stéréotypes pour ne biaiser la communication dans les projets et initiatives en direction des populations locales.

Elles permettent d'éviter les problèmes de communication et de participation. La place des leaders d'opinion, leurs rôles et leurs collaborations avec les ONG.

Quant à la langue son utilisation dans la communication interculturelle semble indispensable. De manière globale, une langue utilisée constitue un consensus lors des échanges. Elle adopte soit une posture de communication non-verbale avec une présence de la langue des signes importantes ; soit consensus vers « l'anglais » ou le « français débrouillé ». Cette situation interculturelle se présente souvent lors des conférences, ateliers, réunions internationale....

La présence de personnes analphabètes semble complexifier les échanges entre les acteurs internationales et les populations locales mais aussi la compréhension entre eux.

Une dimension qui laisse apparaître un certain nombre d'informations et de pratiques et qui mérite d'être analysée de près. En parlant de l'interculturel, il est important de définir le terme

qui laisse sous-entendre une rencontre entre des cultures différentes. Dans ce type de situation, il est important de rappeler l'importance de maîtriser la dimension interculturelle qui est rappelé Fons Trompenaars.

Il dit qu'« *il est permis de penser qu'il n'a guère de chance pour qu'un manager, ne sache jamais tirer profit des différences culturelles entre nations s'il ne sait tirer parti de la diversité culturelle de son voisinage le plus immédiat* ²³¹».

Cependant, cette interculturalité montre toute la complexité de la question.

La rencontre entre différentes cultures implique à la fois une différence linguistique, des différences de pratiques, une différence de mode de vie et parfois demande de penser.

Malgré cette difficulté, la rencontre interculturelle répond à une **ritualité**²³² qui permet aux acteurs de pouvoir échanger et de communiquer.

Cela parfois s'apparente à une forme de théâtralisation entre les acteurs qui cherche à trouver un consensus sur la manière de communiquer.

A cet effet, J-R Ladmiral pense que : « *ce qui s'exprime en public, c'est le personnage plus que la personne* ²³³».

Plusieurs situations peuvent contribuer à l'échec de cette dimension interculturelle. La méconnaissance de l'autre et la non-maîtrise de sa culture sont les facteurs majeurs qui contribuent à l'échec de cette rencontre interculturelle.

En se basant parfois sur une connaissance historique d'un pays, certaines ONG internationales estiment connaître suffisamment ce pays pour y proposer des activités.

La dimension interculturelle a montré que certaines similitudes ne semblent pas suffisantes pour établir une communication avec les populations locales.

Parfois les similitudes peuvent être : le partage de la langue hérité de la colonisation, des dimensions éducatives et un système scolaire assez identique.

Mais l'on se demande si ces éléments suffisent pour estimer la manière de maîtriser la culture du pays.

L'influence de la culture française sur les anciennes colonies permet-elle de signer une connaissance de la culture locale ? Permet-elle d'établir des passerelles entre la population locale et les acteurs transnationaux ?

Ces situations peuvent parfois sembler embarrassantes puisqu'elles permettent de développer soit des méfiances soit d'établir la confiance

231 Jean-René Ladmiral - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *La communication Interculturelle* », Armand Colin Editeur, Paris, p.201 p.2 – p.16

232 Ibid. pp.151-152

233 Ibid. p.201

En revisitant certains auteurs encore comprendre ainsi que la dimension culturelle laisse entrevoir plusieurs portes d'entrée. J. Brunet et H. Perlmutter ²³⁴ analysent ainsi la formation des premières impressions. Selon eux « *dans les contacts interculturels, l'individu tend souvent à exagérer les différences entre un étranger et un compatriote [avec] une représentation d'autant plus stéréotypée de l'étranger* ²³⁵ ».

8. L'approche conceptuelle sur la communication

Pour aborder la question de la communication internationale, il est important de revenir sur certains concepts nombreux de concepts essentiels à la compréhension de ce travail de recherche. Il est important de revisiter le concept de la communication avec ses différentes déclinaisons. On peut ainsi citer les types de communication qui partent de l'Information, l'Education et la Communication (IEC) à la communication internationale.

En abordant cette question, l'étude compte rappeler certains concepts en lien avec la communication internationale. On peut citer :

- **L'information, l'éducation et la communication (IEC) et la Communication pour le Changement de Comportement (CCC)**

L'IEC est une activité de communication qui se structure et s'articule essentiellement autour d'une « *composante fondamentale de la politique de population* »²³⁶. Le concept de l'IEC met au centre l'humain et son environnement. Il propose des « *activités* » ou des actions autour desquelles l'idée d'apporter un changement dans le fonctionnement de l'individu ou des groupes reste primordiale. Ces activités tournent autour des « *campagnes médiatiques (radio, affiches, journaux, télévision) afin de sensibiliser...* »²³⁷ le public cible sur les nouvelles orientations choisies ou identifiées.

Des « *indicateurs* » sont ainsi proposés ou choisis pour permettre d'évaluer la situation post-activité. L'IEC est constituée en effet d'une « *série d'intervention programmées et globales* » qui tente de prendre en charge l'ensemble des sensibilités liées à l'environnement.

234 Ibid. p.205

235 Ibid. p.12- p. 205

236 <https://fr.slideshare.net/salahabdessemel/informationeducationcommunication>

237 Renaud Lise, Rico de Sotelo Carmen, « *Communication et santé : des paradigmes concurrents* », *Santé Publique*, 2007/1 (Vol. 19), p. 31-38. URL : <https://www.cairn.info/revue-sante-publique-2007-1-page-31.htm>

Pour Renaud Lise et Rico de Sotelo Carmen (2007) l'IEC est « *l'ensemble des interventions qui utilisent de manière planifiée et intégrée les démarches, techniques et ressources de l'information, de l'éducation et de la communication pour faciliter, au niveau d'un individu, d'un groupe ou d'une communauté donnée, l'adoption, le changement ou la consolidation des comportements favorables au bien-être individuel et collectif*²³⁸ ».

Cependant, l'on apprend que ce concept qui a fait l'objet de formations accrues au début des années 2000 dans le registre de la communication s'inscrit dans une dynamique ou une politique internationale.

L'auteur indique que : « *le vocable Information-Éducation-Communication (IEC) désigne une manière de développer au niveau international des campagnes d'éducation qui sont implantées au niveau national voire local*²³⁹ ». Cela nous renseigne sur la manière dont les changements sont pensés à l'international. La question du local dans ce contexte reste dans une approche de mise en pratique et de mise en œuvre des activités décidées jadis et la communication qui l'accompagne dans un but précis. Les idéologies, les modèles de développement, les volontés des pays riches et donateurs, les stéréotypes, les souhaits et les choix d'apporter de l'aide aux plus démunis trouvent ainsi un écho favorable à l'application de leurs pensées avec les trois concepts : l'information qui regroupe toutes les ressources collectées dans le but de les diffuser au niveau national ou local ; l'éducation qui traduit le choix du changement souhaité auprès des populations bénéficiaires, la pratique à modifier ou l'innovation à promouvoir ; enfin la communication qui se veut être le temps des facilitations, de la compréhension et de l'appropriation.

Les auteurs ci-dessus indiquent qu'« *à un niveau plus général, cette volonté d'influer sur les comportements des acteurs sociaux en vue de faire accepter une innovation sociale ou technologique correspond au niveau international à ce qu'on a appelé le paradigme de la modernisation*²⁴⁰ ». La genèse de ce concept pose la problématique de la prise en compte de la culture locale qui peut être rapprochée ou comparée avec la pratique des ONG Internationales en matière de communication et de mise en œuvre d'actions de communication.

Adopté dans le domaine de la santé principalement, le modèle par du principe qu'il faut informer les populations, les éduquer et finalement communiquer. Ce qui pose un problème de démarche sur la conception puisse qu'on doit dans une logique saine, informer, communiquer

²³⁸ Renaud Lise, Rico de Sotelo Carmen, 2007/1 « *Communication et santé : des paradigmes concurrents* », *Santé Publique*, (Vol. 19), p. 31-38. URL : <https://www.cairn.info/revue-sante-publique-2007-1-page-31.htm>

²³⁹ Ibid.

²⁴⁰ Ibid.

et le fruit de ces échanges devrait découler d'un besoin d'éduquer ou pas les personnes bénéficiaires.

L'on apprend plus tard que cette approche est « *développée entre la fin de la deuxième guerre mondiale et les années 70, cette approche qui se base sur le modèle diffusionniste examine les spécificités culturelles comme certains obstacles qu'il faut vaincre en vue de l'adoption des comportements souhaités* ²⁴¹ ». En se basant sur cette affirmation, l'on peut se rendre compte que la culture est la cible principale puisqu'elle peut constituer une forme de résistance à la mise en œuvre des actions de changements et d'éducation souhaitées.

Silvio Waisbord ²⁴² (médias et mondialisation, 2001) est revenu longuement rapport entre les médias, les pressions internationales et les états. Il explore le concept « *Information, Education, Communication* » en lien avec le rôle et la place des médias dans la mise en place des actions. Ici les médias sont déterminants par rapport aux objectifs poursuivis.

Ceci est conformat par Arroyave Jesús (2015) à qui déclare que « *bien que la radio et la télévision aient été utilisées, de différentes manières, comme moyens de véhiculer des messages éducatifs, la stratégie d'éducation par le divertissement diffère de cette approche en ce sens qu'elle fait appel à différentes formes de divertissement telles que l'humour, la musique, la narration et la performance pour inclure des messages éducatifs* ²⁴³ ».

Malgré les stratégies médias, les adeptes de l'IEC semblent parfois loin de comprendre les situations qui ne favorisent pas des changements.

Selon Renaud Lise (2007), la culture reste parmi les « *causes internes des échecs* ²⁴⁴ ». Cependant pour comprendre ces situations qui ne favorisent pas le changement souhaité par les acteurs internationaux dans leurs stratégies, il est important de reprendre l'analyse qu'offre l'auteur à cet effet.

« *Une absence de réglementations politiques des pays en faveur de l'utilisation des communications pour la promotion de la santé ;*

²⁴¹ Ibid.

²⁴² [silvio waisbord - Google Scholar](#)

²⁴³ Arroyave Jesús, « La stratégie de communication de l'éducation par le divertissement : une autre manière d'apprendre », *Savoirs*, 2015/1 (N° 37), p. 75-98. URL : <https://www.cairn.info/revue-savoirs-2015-1-page-75.htm>

²⁴⁴ Renaud Lise, Rico de Sotelo Carmen, « Communication et santé : des paradigmes concurrents », *Santé Publique*, 2007/1 (Vol. 19), p. 31-38. URL : <https://www.cairn.info/revue-sante-publique-2007-1-page-31.htm>

Une mauvaise coordination entre le secteur de la santé et celui des communications, d'où la nécessité d'établir des mécanismes fonctionnels entre le secteur de la santé et celui des médias. Le dénigrement des moyens traditionnels de communication ;

La place réservée à l'information pour la santé qui reste infime par rapport aux publicités des grandes multinationales ; Une stratégie ponctuelle des actions d'information et non une vision intégrée et à long terme

La nécessité d'une formation appropriée des personnels des secteurs de la santé et de la communication. »

Renaud Lise (2007)

Ces éléments cités montrent l'esprit et l'idéologie qui encadrent le concept de l'IEC et qui parfois ne semblent pas s'accommoder avec le terrain africain. Dans cet environnement, l'IEC est souvent utilisée dans le secteur de la santé comme le propose l'association Drepavie²⁴⁵ ou Afrique Avenir²⁴⁶. La place de l'éducation et des médias (supports de communication) interroge souvent dans la gestion des ressources (eau) ou dans la gestion des maladies. Il passe souvent par l'identification des problèmes de terrain ou les thèmes où l'on souhaite aborder et/ou apporter des solutions puis une définition des objectifs pour sa mise en place d'une campagne de communication. Après cette étape, il est important d'indiquer le changement souhaité, les besoins d'informations mais aussi les canaux de communication à utiliser.

Dans le cadre de l'IEC, les messages clés à mettre en avant ainsi que les attitudes favorables au changement ou à l'éducation doivent être repérés.

Tous ces éléments rentrent dans le cadre de la mise en place d'une stratégie de communication avec des actions à développer. Dans l'IEC les boîtes à images constituaient le cœur des supports de communication. à cela s'ajoute les supports audiovisuels, les formations, les concertations et autres types d'interactions avec le public (Théâtre, forum, fora...).

Cette dernière phase correspond à celle de la communication.

En réalité, les campagnes IEC ressemblent à cette description de l'association Drepavie.

Elle déclare : « *les campagnes IEC [sont faites] en fonction du contexte. Les techniques utilisées sont variées, entre communication interpersonnelle, communication culturelle et interculturelle, médias de masse, communication organisationnelle, formations, plaidoyers (sensibilisation des décideurs), et mobilisation sociale (pour obtenir l'appui multiforme de la société civile)* »²⁴⁷. Cette pratique s'inscrit dans la méthode utilisée par les ONG et particulièrement dans leur communication.

²⁴⁵ <https://drepavie.org/association/international/campagnes-iec/>

²⁴⁶ [Information, éducation et communication | Afrique Avenir](https://drepavie.org/association/international/campagnes-iec/)

²⁴⁷ <https://drepavie.org/association/international/campagnes-iec/>

Tout comme l'IEC, la CCC est très prisée dans les questions de santé, de sensibilisation, de promotion et prévention. Cependant ce nouveau concept semble prendre une option différente de l'IEC puisqu'il mise sur le défi de la participation. En effet, Dans son module sur la CCC, le Prosad indique que « *ce concept a vu le jour ces dernières décennies où les acteurs de développement ont senti la nécessité d'assurer une plus grande participation des communautés* ²⁴⁸ ». Pour Bahi Aghi Auguste (2009), l'IEC se « *mue en CCC* » dans une dynamique de communication pour le développement. Cette approche qui se focalise sur le changement de comportement souhaite apporter ou utiliser des facteurs de changements internes et externes pour modifier les comportements locaux. A cet effet, les facteurs externes comme la culture et le milieu social restent déterminant tandis que les perceptions, les croyances, les attitudes et les connaissances qui sont essentiellement des facteurs internes sont matières à intéresser le changement proposé. Ils sont soumis à subir les modifications souhaitées ou à être changés.

Pour offrir une vision plus globale, l'étude se base sur la définition suivante pour un meilleur éclairage. Elle indique que : « *la communication pour le changement de comportement est un processus interactif et participatif, à double voie. Elle permet d'échanger des informations, des idées, des connaissances, des opinions et des décisions et de favoriser des changements durables de comportements ou l'adoption de comportements nouveaux en vue d'améliorer une situation donnée* ²⁴⁹ ». Si cette définition pose les bases, elle est complétée par celle-ci et se veut comme étant « *la modification des manières de faire d'un individu ou d'un groupe d'individus. Le changement de comportement passe par un long cheminement qui s'effectue plus ou moins rapidement compte tenu des facteurs susceptibles d'influencer l'adoption d'un nouveau comportement* ²⁵⁰ ».

Il faut noter que la CCC s'inscrit selon Bahi Aghi Auguste (2009) dans une « *une synthèse de théories de l'attitude et du comportement* ²⁵¹ ». En faisant état des différentes théories ²⁵² qui accompagnent le changement, l'auteur met le focus sur l'importance de l'information, des

²⁴⁸ Programme Santé Sexuelle, Droits Humains (PROSAD) 2006, « *module xi la communication pour le changement de comportement* », 3ème édition, En ligne https://health.bmz.de/ghpc/case-studies/Going_all-out_for_human_rights_and_sexual_health/Toolbox_1/module_11.pdf

²⁴⁹ Ibid.

²⁵⁰ Ibid

²⁵¹ Bahi Aghi Auguste, 2009, « *Élaboration des messages en communication pour la santé et problématique du changement de comportement* » Les Enjeux de l'Information et de la Communication », n°10/3, , p.82 à 97, consulté le , [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2009/supplement-a/08-elaboration-des-messages-en-communication-pour-la-sante-et-problematique-du-changement-de-comportement>

²⁵² Bahi Aghi Auguste, 2009, « *parle des différentes théories qui permettent de mieux comprendre la question de l'IEC. Elle évoque : la Théorie de la diffusion des innovations (Rogers, 1995), - la Théorie des étapes du changement de comportement (Piotrow et al. 1997) – la Théorie des étages du changement, (Prochaska, DiClemente et Norcross, 1992) – la Théorie de l'action raisonnée (Fishbein et Ajzen, 1980) ; (Ajzen, 1989) – la Théorie RWA (Ready Willing Able) (Cale, 1973) ; (Lethaeghe et Vanderhoeft, 1998) – et enfin la Théorie microéconomique (Easterlin, 1975) ».*

messages à diffuser mais aussi de la nécessité de procéder à un « *pré-test* » dans le processus de changement de comportement.

Dans ce processus de diffusion et de communication des messages destinés à la CCC, il est important de comparer l'approche avec d'autres théories utilisées dans la communication. En effet, le modèle de diffusion²⁵³ de messages utilisés par le National Health and Medical Research Council (NHMRC), ressemble à bien des égards à celui du two-step flow (Lazarsfeld) puisqu'il se base sur « *des personnes ou des organisations, des réseaux, des personnes autorisées de par leurs fonctions et leurs activités* ». Globalement cette approche basée sur le choix raisonné d'impliquer des personnes influentes ou sur des leaders ciblés ; permet de rassurer les populations cibles susceptibles d'être sollicitées dans une logique de changement de comportement.

Dans plusieurs programmes de luttés contre le sida, la CCC et l'IEC ont été les principaux outils pour faire de la prévention et mener la lutte contre cette maladie. Plusieurs ONG locales et internationales y ont pris part et on fait de cette méthode leur principale arme.

Boidin Bruno (2018) déclare à cet effet : « *en Afrique francophone, la promotion de la santé est souvent réduite aux programmes d'information, éducation et communication (IEC) pour la santé, à la communication pour le changement de comportement (CCC), au marketing social*²⁵⁴ ». Il faut noter que Cette distinction dans l'approche cache bien une réalité commune aux deux concepts celui de la communication interpersonnelle et de la communication de masse. L'analyse de ces interactions faite par Marie-Soleil Frère (les médias d'Afrique et leurs publics, 2020) offre ainsi une ouverture large qui permet de mieux comprendre la communication entre les différents acteurs et le rôle de la presse comme acteur du quotidien. Parlant des médias, l'auteur indique que « *l'arrivée de ce nouveau média s'est accompagnée d'un ensemble de pratiques culturelles et d'une certaine idée du progrès, de la consommation, de l'innovation et de l'occidentalisation*²⁵⁵ ». Ces deux dimensions citées ci-haut occupent une place importante dans la mise en œuvre des éléments de communication mais aussi renseignent sur les influences apportées la communication interpersonnelle et médiatiques. La dimension médiatique occupe une bonne place dans la stratégie de l'IEC et du CCC.

²⁵³ NHMRC, « Diffusion et communication » <https://www.nhmrc.gov.au/guidelinesforguidelines/implement/dissemination-and-communication>

²⁵⁴ Boidin, Bruno. « Une couverture santé universelle sans politique intégrée de la santé est-elle possible en Afrique ? », Revue française des affaires sociales, no. 1, 2018, pp. 85-105.

²⁵⁵ Frère, Marie-Soleil. « Chapitre 7. Les médias d'Afrique et leurs publics », , *Journalismes d'Afrique*. Sous la direction de Frère Marie-Soleil. De Boeck Supérieur, 2020, pp. 301-338.

Selon Abibata Drame (2013), l'utilisation de ce concept par les divers acteurs de terrains, y compris les ONG participe à « *offrir un environnement permettant une interaction importante et une forte implication des participants et de la communauté, d'accroître l'estime de soi chez les jeunes, et de promouvoir la communication entre les parents et les enfants sur les questions liées à la santé sexuelle et de la reproduction* ²⁵⁶ ». Ces politiques et techniques de communication bien que intéressantes ne semblent pas bénéficier d'une évaluation d'impact sur les populations bénéficiaires. Cependant, elle peut s'inscrire dans une autre dimension plus globale et qu'on peut appeler la communication des organisations.

- La communication, Communication des organisations en se basant sur l'avis de Catherine Loneux, Jean Luc Bouillon, Elizabeth Gardere.

La communication des organisations semble être l'instrument qui arrive dans l'organisation pour apporter des éléments qui favorisent une meilleure organisation des interactions entre les différents systèmes de ladite organisation.

Andrade Scroferneker Cleusa Maria (2004) dans son article « *qu'est-ce que la communication organisationnelle dans un pays de contact* » évoque la question de la communication sous l'angle d'une forme globalisante où celle-ci serait partout dans l'organisation et à toutes les échelles. A ce titre, elle déclare que : « *la communication organisationnelle englobe toutes les formes de communication utilisées par l'organisation afin de se mettre en rapport et d'interagir avec ses publics* ²⁵⁷ ».

En partant de Jean-Luc Bouillon, Sylvie Bourdin et Catherine Loneux, (2007) ; en passant par Stéphanie Dillière-Brooks (2008), Hugues Hotier (1996), Gérard Herniaux (1998), Gino Gramaccia (1998), Bo Shan (2004) ; on peut noter que le concept « *communication & organisation* » est abordé sur tous les angles. Ces auteurs ci-avant parlent respectivement « *d'approches communicationnelles, d'images, de cultures, de gestion de projets, de management et d'interculturel* ». Ces thèmes semblent dominer le champ de la communication des organisations mais aussi constituent le fondement dans ce champ de recherche.

Cependant, d'autres auteurs abondent dans le même sens et semblent parler d'une communication qui serait au service de l'organisation. Ils affirment que « *la communication*

²⁵⁶ Abibata DRAME, 2013, « *analyse des stratégies de communication pour la réduction du taux de nouvelles contaminations au VIH/sida chez les femmes en côte d'ivoire* ». Communication en Question, n° 1 (1). En ligne : <http://www.comenquestion.com/images/numero1%20COMENQUESTION/COMENQUESTION%201%20DRAME1.pdf>

²⁵⁷ Andrade Scroferneker, Cleusa Maria. « Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle » dans un pays de contact ? », *Sociétés*, vol. n° 83, no. 1, 2004, pp. 79-88.

organisationnelle est l'étude de la communication subordonnée à l'action organisée. C'est aussi l'ensemble des moyens de communication mis en œuvre pour la réalisation d'une tâche organisée ²⁵⁸ ». Si pour ces auteurs, la question de la communication des organisations est inséparable avec la communication organisationnelle, il est important de préciser leurs pensées à travers d'autres points de vue parfois différents ou similaires. Pour conforter cette position sur la question de la communication des Organisations, Maria Andrade (2004) persiste en traitant la question par le prisme de la communication dans l'organisation. Elle déclare ceci : « *la communication est un outil rendant viable l'accomplissement des objectifs et buts organisationnels [...] La communication peut alors être comprise comme un composé qui donne forme à l'organisation, qui l'informe en la faisant être ce qu'elle est.* » ²⁵⁹.

Autrement dit, la communication reste centrale et à la fois composante des différents éléments de la structure : le marketing, l'organisation, la stratégie, les moyens la relation publique..., Plusieurs autres chercheurs évoquent cette posture d'une vision globale dans laquelle s'inscrit la communication. Parmi eux, on peut citer Fauré Bertrand, Arnaud Nicolas (2014) qui s'inspirent de plusieurs théories y compris de celles de l'école de Palo-alto. Les deux auteurs évoquent deux temps de la communication mais aussi des évolutions existantes. Ici la question de la communication est non-seulement fondatrice de la pensée et de l'action mais elle semble être la genèse de l'organisation.

En effet, ils déclarent que : « *la communication apparaît comme un concept clé à l'intersection de différentes approches interprétative, inductive ou constructiviste des organisations développées dans différentes disciplines au cours des années 1980* » ²⁶⁰. Les deux auteurs rajoutent plus tard que « *la communication est non seulement constituée par l'organisation (la communication dans l'organisation) mais aussi constitutive des processus d'organisation (l'organisation par la communication)* » ²⁶¹.

Cela rappelle simplement l'adage entre « *la poule et l'œuf et/ou l'œuf et la poule* ». Qui « *de la communication* » et/ou « *de l'organisation* » est la première ? Ce qu'on peut déclarer à ce stade c'est qu'elles sont liées de manières intrinsèques voir indissociables.

Dans son article sur la communication des organisations, Almeida Nicole et Andonova Yanita (2014) ne font pas de distinction entre les différentes formes de communication qui peuvent exister au sein de l'entreprise (communication interne, publicité, marketing, communication

²⁵⁸ https://fr.wikipedia.org/wiki/Communication_organisationnelle

²⁵⁹ Andrade Scroferneker, Cleusa Maria. « Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle dans un pays de contact ? », *Sociétés*, vol. n° 83, no. 1, 2004, pp. 79-88.

²⁶⁰ Fauré Bertrand, Arnaud Nicolas, 2014, « *La communication des organisations* ». La Découverte, « Repères », URL : <https://www-cairn-info.scd-rproxy.u-strasbg.fr/--.htm>

²⁶¹ Ibid.

institutionnelle...). Cependant, elles réaffirment que « *la notion de communication organisationnelle couvre un vaste territoire aux frontières floues et mobilise un immense projet : celui de repenser dans son ensemble et dans son articulation le couple ‘communication - organisation’* ». Dans ce couplage complexe et évolutif se jouent une dynamique inachevée et une imbrication originale de l'action et de l'investigation ²⁶²».

Si la communication semble importante dans l'organisation, c'est sans doute lié à la question de l'image. En effet Stéphanie Dillière-Brooks (2008) revient sur l'image des « *organisations humanitaires* ». Elle affirme que les organisations « *aujourd'hui ‘empruntent’ des pratiques issues d'autres disciplines pour assurer leur survie et leur stabilité* ²⁶³» tout en rappelant que cette notion laisse penser à la question de la perception. Ce qui fait qu'aujourd'hui, les organisations semblent miser sur la communication pour parfaire leur image voire identité.

L'importance de l'image dans ces différentes facettes laisse penser à la place de l'image dans la communication des ONG. On peut rappeler que la dimension de la communication cadre souvent avec la question de « *l'image acquise, l'image perçue et l'image réelle* ». Beaucoup de stratégies de communication sont bâties sur cette triple variable de l'image.

Dans une dynamique de glissement de la communication des organisations avec la question de l'image, Jean-Marie Charpentier (2006) évoque le caractère important de l'image que les organisations se donne au point de créer des glissements vers la question du « *social* ». Il devient important pour elles, que la perception de l'opinion soit positive au travers d'une image positive. Par ce biais, elles rejoignent les organisations humanitaires ou sociales pour répondre à la question de l'image parfaite ou organisation responsable. A ce titre Catherine Loneux (2016) parle de « *responsabilité sociale* » là où la question de la « *bonne gestion de l'environnement* » s'invite et s'impose comme une démarche nouvelle qui incombe à toutes les entreprises.

Cette période selon l'auteur coïncide avec les années 1990 où la question des « *bonnes pratiques* » occupe une place importante à la fois dans le concept d'IEC, du changement de comportement et de la communication des organisations. Catherine Loneux estime que l'obligation de communiquer des organisations cela s'est accélérée avec le Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Elle déclare à cet effet que « *la lutte contre la maladie par le mécénat de santé, la revendication par des chartes du respect de la diversité ethnique dans les*

²⁶² D'Almeida, Nicole, et Yanita Andonova 2014, « *La communication des organisations* », Stéphane Olivesi éd., *Sciences de l'information et de la communication*. Presses universitaires de Grenoble, pp. 137-153.

²⁶³ Stéphanie Dillière-Brooks, 2008, « *L'image des organisations humanitaires à l'épreuve des pratiques de communication : vers des structures hybrides* », *Communication et organisation* [En ligne], 34 | mis en ligne le 01 décembre 2011. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/557>

recrutements, l’affichage de pratiques transparentes pour se prémunir de dérives financières, sont autant d’exemples constituant des pistes de politiques de RSE ²⁶⁴»

Le droit sénégalais permet et encourage ainsi les organisations à communiquer. En effet dans son rapport sur « *analyse du régime législatif et réglementaire des organisations de la société civile au Sénégal* » ; le Congad (2010, p.25) à travers son rapport produit par le consultant Mamadou Kamara déclare que « *le cadre juridique sénégalais ne fait pas obstacle au droit à la communication et à la coopération des OSC* ²⁶⁵».

Communiquer avec son organisation devient ainsi un droit. Cette dynamique législative non obligatoire peut être complétée par un souci de transparence qui se caractérise par les obligations de publier les comptes, les rapports financiers, les cahiers des charges, voire les résultats et difficultés...

Mais au-delà du tandem communication-organisation, il est possible d’évoquer la question de la communication et de la culture. La difficulté de dissocier la communication de l’organisation reste la même difficulté de dissocier l’organisation de la culture puisque ces deux éléments semblent former l’identité même de l’organisation. Ce qui finalement laisse penser que l’organisation, la communication et la culture font un tronc commun. Abondant dans le même sens, le professeur Hugues Hotier déclare que « *la communication internationale ne peut ignorer les cultures régionales et nationales* ²⁶⁶ ». Ce qui laisse penser que la culture occupe ainsi une place incontournable dans le champ de la communication et que sa prise en compte ne devrait plus être une option. Leur prise en compte dans l’élaboration des programmes et projets peut être considérée comme un élément pouvant contribuer à la poursuite des objectifs. Si le thème de cette recherche concerne les organisations non gouvernementales, il faut aller au-delà en s’inspirant d’une vision plus large qu’évoque Elizabeth Gardere (2009) sur la question de la communication en lien avec les organisations publiques (collectivité et autres entités). En effet, l’auteure offre et propose des pistes pour « *repenser la communication des organisations publiques* ²⁶⁷».

²⁶⁴ Loneux, Catherine, 2016, « *Chapitre 6. Politiques RH de Responsabilité Sociale des Universités et transmission de valeurs citoyennes* », Pascal Lardellier éd., *Transmission(s). La médiation en révolution* ». EMS Editions, pp. 96-106.

²⁶⁵ Conseil des organisations non gouvernementales d’appui au développement (congad), 2010, « *analyse du régime législatif et réglementaire des organisations de la société civile au Sénégal* », p, 25

²⁶⁶ Hugues Hotier, 1996, « *La communication internationale des organisations à l’épreuve des cultures nationales et de la culture d’entreprise* », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | mis en ligne le 26 mars 2012, URL : <http://communicationorganisation.revues.org/1893>

²⁶⁷ Elizabeth Gardère et Amar Lakel, 2009, « *repenser la communication des organisations publiques* », *Communication et organisation*, 35 | 7-12.

Un large retour a été consacré par C. Loneux (2007) sur la question de « *la communication organisationnelles et les approches organisationnelles* ». Elle soumet trois axes de réflexion à savoir : interpersonnel, la communication interne et enfin la communication externe.

Les auteurs déclarent :

1. « *Les travaux mettent l'accent sur les interactions et les relations interpersonnelles, étudiant le langage, les systèmes de signes, les débats, la production d'écrits professionnels.*
2. *L'analyse se centre ici sur la combinaison entre les activités informationnelles et communicationnelles, les dispositifs techniques et les systèmes de règles formelles qui structurent et rationalisent l'organisation.*
3. *Les techniques et outils les plus traditionnels de communication (publicité, relations publiques, mécénat) participent évidemment de cette dimension mais n'en constituent que la partie la plus visible*²⁶⁸».

Tous ces éléments, participent à offrir une meilleure compréhension du concept de la communication des organisations. Globalement il traduit un lien indissociable entre la communication et les organisations à défaut d'être complémentaire.

Si les auteurs ont pu apporter des éclairages sur la question, reste à aborder la question de la communication interculturelle qui incombe à une grande partie des organisations puisque ces dernières sont composées et/ou constituées de plusieurs individus ayant parfois des cultures différentes. Même si les différences culturelles semblent peut parfois émerger au sein d'une même communauté.

- La Communication interculturelle qui peut être revisitée avec Tristan Mattelard

Si l'on se refait aux deux concepts qui constituent ce couplage, on peut constater qu'on a d'une part la communication qui est définie ci-haut et l'interculturel en lien avec l'international.

En effet, **Bo Shan (2004)** déclare que « *la communication interculturelle est constituée par l'interaction de l'homme dans le contexte des cultures différentes* ». Même si l'auteur parle de système culturel intégré qui se met en place au vu de contexte et des réalités locales, il fustige

²⁶⁸ Jean-Luc Bouillon, Sylvie Bourdin et Catherine Loneux, 2007, 7-25, « *de la communication organisationnelle aux « approches communicationnelles » des organisations : glissement paradigmatique et migrations conceptuelles* », *Communication et organisation*, 31

aussi la mondialisation dont les prémices ne semblent pas concourir pour une préservation des réalités locales. Il déclare à cet effet que : « *de nos jours, la globalisation économique a détruit rapidement les caractéristiques qui s'avéraient locales et bien fermées* ²⁶⁹ ». Globalement on peut penser à l'effacement d'une culture importée au détriment de la culture locale.

Cette situation implique ou replace la pratique des ONG Internationales dans un contexte interculturel. Il identifie un obstacle à la communication lié principalement à l'homogénéité des formes de communication et de pensées.

Parlant des obstacles, Bo Shan affirme qu'« *il s'agit plutôt du régime de la communication étroite provoquée par l'homogénéité ainsi que du mode de vie homogène et de pensée formé en cours de la compréhension et de la domination d'une autre culture* ²⁷⁰ ». L'expansion culturelle ou interculturelle risque ainsi d'être régie par la culture dominante qui finit par imposer ses idées et les modes de fonctionnement. Ainsi la richesse de l'échange et du partage culturel semble ralentie par ce procédé.

Si plusieurs auteurs se sont penchés sur la question de la communication interculturelle, Beaucoup d'auteurs se sont spécialisés sur les questions interculturelles, l'étude s'est intéressée particulièrement à certains auteurs à savoir : Trompenaars F, (2004) dans « *l'entreprise multiculturelle* » ; Hofstede, G. (1991), « *Cultures and organization* », Jean-René Ladmiral et Edmond Marc Lipiansky, 1989 dans « *la communication interculturelle* ». Parlant de ces derniers, ils confirment que « *la communication interculturelle est devenue un enjeu et un défi auxquels entendent répondre les initiatives de divers organismes nationaux ou internationaux, institutions éducatives, associations culturelle* ²⁷¹ ». Elle implique la culture mais aussi l'identité culturelle, l'expression et le langage.

Si la question de la communication se base ou se renforce sur les situations liées à l'interaction, il est important d'éviter les dérives d'une homogénéisation complète des pratiques de communication. Le respect des différences devrait être un atout. Lipiansky et Ladmiral (1989, p.137-138) alertent fortement sur le risque d'ethnocentrisme. A ce titre, ils déclarent que « *l'ethnocentrisme est à la fois un trait culturel universellement répandu et un phénomène psychologique de nature projective et discriminative qui fait que toutes perceptions se fait à travers une "grille de lecture" élaborée inconsciemment à partir de ce qui nous est familier et de nos valeurs propres ; cette grille opère une sorte de sélection et traduit ce qui est différent*

²⁶⁹ Bo Shan, 2004 « La communication interculturelle : ses fondements, les obstacles à son développement », *Communication et organisation* [En ligne], 24 | 2004, <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2928>

²⁷⁰ Ibid.

²⁷¹ Jean-René Ladmiral - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *La communication Interculturelle* », Armand Colin Editeur, Paris, 319 p. p8

*dans notre langage habituel en réinterprétant donc l'altérité dans le registre du même ou en la rejetant*²⁷²».

Un retour aux fondamentaux semble nécessaire pour les auteurs puisqu'ils souhaitent reléguer ces pratiques ethnocentriques loin de ce qui doit être fait. Il faut rappeler qu'il n'y a pas de communication sans identification. En insistant sur le rôle des médias dans ce contexte, sur la place des stéréotypes et la place de l'autre Lipiansky et Ladmiral (1989, p.141) offrent un point de vue singulier dans le processus de création d'une ONG et déclare que « *le touriste avisé ne veut plus « voyager ou bronzer idiot » (« faire » les villes italiennes, la vallée du Nil ou la Thaïlande, n'est plus suffisant) ; il réclame un supplément d'âme. Le voyage doit satisfaire une curiosité ethnologique (voir comment vivent les indigènes, connaître leurs coutumes les mieux dissimulés aux étrangers...) ; il doit mimer la rencontre et le dialogue (entrer en contact avec les autochtones, vivre avec l'habitant...) même s'il se limite à un simulacre d'échanges*²⁷³ ».

La question de la communication interculturelle semble s'accroître avec le développement à l'international et la communication internationale. Ainsi l'entreprise interculturelle telle que définit par Fons Trompenaars (1994) constitue un atout puisque sa richesse et sa diversité se trouvent renforcées par les individus qui composent l'entreprise. Pour lui les individus ont souvent des difficultés à définir la communication interculturelle. Il indique que : « *dans nos séminaires nous demandons fréquemment aux participants de nous dire ce qu'est la communication interculturelle, il dresse une liste d'outils, langage, langage du corps et donne des définitions générales, comme l'échange de messages et d'idées*²⁷⁴». Cependant l'auteur rajoute dans sa définition : « *les fondements cultures, les normes, la culture d'entreprise, la culture, l'adaptation, universalisme et les symboles observables* » pour mieux offrir une vision large de la communication interculturelle.

Cité dans un article sur le site psychanalyse.com Williams Gudykunst revient sur le thème de « *la communication interculturelle en cinq catégories* ». En effet l'auteur cité parle ou propose une division de ces théories en 5 catégories, selon l'importance accordée « *aux résultats, à l'accommodation, à l'identité, aux réseaux de communication, à l'acculturation et*

272 Ibid. p135

273 Ibid. p141

274 Fons TROMPENAAARS, 1994, *L'entreprise Multiculturelle*, Edition Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, 309 p. pp.208-210

*l'ajustement*²⁷⁵ ». Si cette catégorisation permet une meilleure lecture de la communication interculturelle ; W. Gudykunst (2002) affirme qu'il « *ne voit pas une différence entre la communication et celle interculturelle* ». Cependant, la personnalisation des réactions à travers l'emprunte culturelle individuelle permet selon lui de travailler sur le concept de la communication interculturelle.

Il faut noter que ce concept est largement relayé par le nombre important de chercheurs qui complète la dimension interactionnelle.

Evalde Mutabazi (2006) parle de la diversité culturelle dans la question de l'interculturel en lien avec la pratique de la communication internationale. Elle attire ainsi l'attention sur l'échec des modèles dans un contexte africain.

Caroline Bouchard, Catherine Bourassa-Dansereau et Sklaerenn Le Gallo (2018) parlent de l'émergence d'un champ qui combine la « *communication interculturelle et internationale. Si ce courant semble prendre de l'ampleur au Québec, les deux se retrouvent dans la notion intitulée par les auteurs comme « l'inter*²⁷⁶ ». Parlant de la CII (communication internationale et interculturelle) », ils déclarent ceci :

« La communication interculturelle et internationale (CII) se réfère aux processus communicationnels caractérisant les interactions, les relations et les échanges entre les acteurs de la communication, en contextes interculturels et internationaux. La CII porte sur les enjeux caractérisant l'espace communicationnel, commun et partagé, qui résulte et participe à la rencontre avec, entre et agissant sur les acteurs de la communication (individus, groupes, États, régions du monde, mouvements transnationaux et acteurs non étatiques). La CII insiste sur l'interaction soutenue et ininterrompue de l'interculturel et de l'international dans les processus communicationnels ; les aspects communicationnels interculturels étant contextualisés par les enjeux internationaux et les dimensions communicationnelles internationales étant contextualisées par les enjeux interculturels²⁷⁷ ».

Restant dans le domaine de la communication interculturelle ; Mattelart Tristan (2019) montre l'importance de la culture locale et les efforts menés parfois par les migrants pour maintenir le lien avec leur pays d'origine. Ceci dans le but de maintenir leur culture locale. Il explique que

²⁷⁵ [https://psychanalyse.com/pdf/LA%20COMMUNICATION%20INTERCULTURELLE%20-%20COMMUNICATION%20INTERPERSONNELLE%20-%20WIKIPEDIA%20\(12%20pages%20-%20319%20ko\).pdf](https://psychanalyse.com/pdf/LA%20COMMUNICATION%20INTERCULTURELLE%20-%20COMMUNICATION%20INTERPERSONNELLE%20-%20WIKIPEDIA%20(12%20pages%20-%20319%20ko).pdf)

²⁷⁶ Bouchard, Caroline, et al. 2018, « *Communication interculturelle et internationale : contributions à un champ d'études et de recherches en mouvance.* » *Communiquer*, numéro 24, p. 1-16

²⁷⁷ Ibid.

ce lien peut être maintenu et nourri d'un contexte « *local et le transnational* ²⁷⁸ ». Ce travail de l'auteur laisse penser à l'importance de la culture locale héritée et reçue jadis et sa réémergence ou résurgence dans un contexte différent.

Matterlart T. revient sur la question des enjeux de l'information, de la mondialisation de l'information et des relations internationales et semble conclure son propos sur l'apport de l'internet dans le développement de la dimension. En reprenant la question de l'expansion fulgurante de l'information, l'auteur explique l'importance de tous ces éléments dans un contexte international et à la fois de communication.

1. Premier domaine : la communication interpersonnelle.

Comment est – elle menée ? Comment s'adressent-elles à la population locale, aux bénéficiaires des actions initiées sur le terrain ? Cela nous amène à tenter de comprendre comment les ONG arrivent à faire changer de vision ou à faire adhérer simplement les populations par le biais de la communication sur des thématiques qui relèvent d'une culture ou d'un rejet assumé ? Par exemple l'excision (cérémonie culturelle en Afrique) ou le rejet de l'homosexualité (pour des raisons religieuses). Daniel Descendre (1991), dans son livre « *l'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires ?* » décrit les joutes verbales qui cachent bien des tensions et des positions entre les acteurs du Nord et du Sud.

Les interactions entre les acteurs transnationaux et les populations locales pourraient être analysées. L'étude va s'inspirer de Assogba, Y. (1989) qui dans son article « *pratiques participatives des ONG en Afrique* » ; parle de participation des populations qui laisse penser à un moment d'une communication interpersonnelle. Il affirme à cet effet que : « *le développement implique la participation des populations bénéficiaires. Ces dernières doivent normalement prendre part à chacune des étapes des projets et partager toutes les responsabilités inhérentes* ²⁷⁹ ». Ceci semble être le marqueur d'une communication interpersonnelle. Un échange entre les différents acteurs de terrain.

²⁷⁸ Tristan Matterlart, 2019, « *Les pratiques médiatiques et communicationnelles au sein des foyers issus de l'immigration, entre le local et le transnational. Retour sur une enquête* », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 17 | mis en ligne le 01 septembre 2019 URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/6613>

²⁷⁹ Assogba, Y. (1989). Pratiques participatives des ONG en Afrique : le cas du PHV-CUSO au Togo. Nouvelles pratiques sociales, p.151

L'étude se base sur d'autres auteurs comme Sylvie Thieblemont-Dollet (2014) et Jacques Demorgon (2004) qui traitent de la question de l'interculturel. Ce dernier approfondit le thème de la culture et de l'interculturel qui semble difficiles à dissocier de celui de l'interpersonnel et de la dimension internationale (immigration). L'auteur déclare que : « *la culture est partout présente, à travers les multiples habitudes qui se mettent en place dans une société*²⁸⁰ » (Jacques Demorgon, 2003, p.55)

2. Le deuxième domaine : la communication institutionnelle.

La complexité des relations est ici invoquée par Sylvie JAGLIN (2001, p121) qui pense que « *nombre d'ONG sous-estiment les oppositions et les conflits d'intérêts*²⁸¹ » tandis que plusieurs études montrent « *l'extrême complexité des structures du pouvoir dans les quartiers populaires [villages et ...] les échecs de nombreux projets butant sur des choix non-internalisés par les bénéficiaires supposés*²⁸² ». Il est nécessaire de comparer mais aussi d'analyser les supports édités pour les populations, le langage utilisé et les conflits liés. Ceci pour mieux appréhender la place, l'importance de la communication, l'adéquation des messages, la guerre de légitimité entre les acteurs à travers des discours.

Giully, Éric (2013) livre ainsi son point de vue dans son ouvrage en parlant de *communication institutionnelle et de stratégies*. Pour lui, la communication institutionnelle est similaire à la communication corporate. Il déclare qu'« *une image positive accroît le rayonnement de l'entreprise...: elle véhicule ses ambitions, ses valeurs et sa compréhension du monde*²⁸³ ». Et dans sa définition de la communication institutionnelle, l'auteur renseigne sur l'étendue des cibles de l'image corporate. Il énumère ainsi différents acteurs²⁸⁴ aussi essentiels les uns les autres. Cependant dans le contexte des ONG même si la liste n'est pas exhaustive, on peut rajouter : les Etats, les organisations communautaires de bases, les médias ou radios communautaires de base mais aussi et surtout les institutions locales de base (guides et chefs coutumiers et religieux).

²⁸⁰ Jacques Demorgon, 4 | 2003, « *l'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concepts* », Questions de communication [En ligne], mis en ligne le 16 mai 2012, consulté le 13 septembre 2016. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/4538>

²⁸¹ Sylvie Jaglin, 2001 « *des ONG dans les villes africaines. Le « partenariat », un outil d'autoreproduction ?* Mouvements (no13), p. 119-126. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-1-page-119.htm>. Consulté le 10 avril 2017

²⁸² Ibid.

²⁸³ Giully, Éric. « *III – Les atouts qu'offre une image corporate forte* », *La communication institutionnelle. Privé/public : le manuel des stratégies*, sous la direction de Giully Éric. Presses Universitaires de France, 2013, pp. 39-44.

²⁸⁴ Ibid.

D'autres auteurs comme Françoise Bernard (2010, p.79-89), dans son article sur « *Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale* » explore de nouvelles perspectives et évoque l'état de la recherche sur la question de la communication. Il parle d'une « *communication instituante [qui] complète celle de communication engageante* » le tout dans « *dans des situations de communication participative avec d'autres partenaires (pouvoirs publics, associations, entreprises), qui ouvrent un cours d'action à partir d'un acte préparatoire* »²⁸⁵.

3. Le troisième domaine : la communication de masse.

Si cette communication dans les pays développés à fortement connue des mutations profondes, comme en témoignent ces données des Nations unies (rapport 2015, p7) ci-après ; force est de constater que cette dynamique n'épargne pas l'Afrique. La communication avec ces nouveaux outils s'oppose-t-elle à la communication traditionnelle en Afrique avec des outils et canaux locaux comme le griot ou le Tam – Tam ? ou fait-elle référence à ces modèles de communication²⁸⁶ qui ont évolué de Lasswell (1940) à Shannon et Weaver (1949) en passant par Elihu Kartz et Paul Lazarsfeld (1955), Riley & Riley (1959), Jakobson (1963), l'école de Palo alto (1984), modèle de la communication communautaire ou viral²⁸⁷ (2007) etc. **Les ONG Internationales en Afrique sont-elles inscrites dans une communication de masse ou une communication de groupe**²⁸⁸ ?

L'étude de l'utilisation des canaux de communication (radios communautaires de base », TV, Réseaux Sociaux Numériques, etc.) ; la fabrication de l'information ou l'influence de l'opinion public et les interactions résumé par Alain Kiyindou (2010)²⁸⁹, peuvent aider à mieux cerner la problématique de la communication de masse qui se fait au niveau du Sénégal principalement à travers la presse.

²⁸⁵ Françoise Bernard, 2010, « *Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives* », Communication et organisation, 37 | 79-89.

²⁸⁶ Picard Dominique (1992) « *De la communication à l'interaction : l'évolution des modèles* » En ligne http://www.persee.fr/doc/AsPDF/colan_0336-1500_1992_num_93_1_2380.pdf consulté le 1 mars 2017

²⁸⁷ Julien Pansier (2011) « *Les différents modèles de communication* » en ligne <http://bandedecom.com/les-differents-modeles-de-communication/> consulté le 1 mars 2017

²⁸⁸ Olivier Moch (2016), « *Communication de groupe et communication de masse, quelles différences ?* » En ligne : « <http://olivier-moch.over-blog.net/article-communication-de-groupe-et-communication-de-masse-quelles-differences-74641564.html> » consulté le 1 mars 2017

²⁸⁹ Alain Kiyindou, 2010, « *Les médias africains à l'heure du numérique*, Annie Lenoble-Bart et Annie Chéneau-Loquay (dir.) », Communication et organisation, 37 | 183-184.

Cette situation pose le problème d'accès à l'information et à internet (équipement) pour une population locale (villageoise). Ibrahima Sylla²⁹⁰ (2008, p6) reprenant une citation d'Olivier SAGNA (2006) abonde dans le même sens en affirmant que « *dans beaucoup d'États africains, le principal facteur de blocage du développement de la société de l'information réside dans la faiblesse des infrastructures de télécommunication qui empêche par conséquent l'épanouissement des applications et des services* ²⁹¹ ». Ce manque d'infrastructure, s'ajoute à l'analphabétisme qui selon le même auteur (2008, p8) est un « *véritable handicap au développement affectant près de 60% de la population nationale* ²⁹² ».

L'utilisation de la communication digitale en occident lors des campagnes de sensibilisation, de collecte de fond, de plaidoyer et de mobilisation est devenue indispensable pour une communication en direction des populations, bénévoles, donateurs, volontaire etc.

Cette forme de communication pose de nouveau la question : des stratégies de communication utilisées dans la collecte de don en occident ; des moyens et des techniques nouvelles utilisées, mais aussi de la problématique²⁹³ de l'industrie caritative (agence de communication, société de marketing, structure de fundraising) qui usent sans cesse de la communication pour mobiliser des fonds. Quel est le rôle et la place de cette communication digitale en Afrique et au Sénégal ? L'état des lieux réalisé en 2014 et 2016 pour les besoins de la thèse auprès des ONG internationales françaises sur les RSN à travers une étude comparative, laisse entrevoir une dynamique forte en Europe mais qui peine à se confirmer en Afrique. Avec l'avancé des technologies, l'éveil des consciences, le développement d'internet et des réseaux sociaux, la communication est devenue un élément essentiel et très interactif pour les projets des Occidentaux. **Cependant si ces technologies (internet, réseaux sociaux...), ne sont pas intégrées dans la démarche de la communication en Afrique, l'alternative media traditionnel (griot, foras, cérémonie traditionnelle, conseil du village...) serait-elle efficace pour atteindre la population ?**

290 Ibrahima Sylla, 2008, « *TIC et accès des ruraux à l'information* », Netcom [En ligne] « <http://netcom.revues.org/2073> » consulté le 03 mars 2016.

291 Olivier SAGNA, 2006, (Secrétaire général de l'Observatoire sur les systèmes d'informations, les réseaux et les inforoutes au Sénégal (OSIRIS) à l'Université de Dakar) lors de sa communication, « *Le Sénégal en marche vers la société de l'information (1996-2006)* ». Communication aux Rencontres africaines d'Atlas francophone de la Société de l'Information, Dakar, 26-28 avril 2006. Cité par Ibrahima Sylla « *TIC et accès des ruraux à l'information* » Netcom [En ligne] <http://netcom.revues.org/2073> consulté le 03 mars 2016

292 Ibrahima Sylla, 2008, « *TIC et accès des ruraux à l'information* », Netcom. En ligne « <http://netcom.revues.org/2073> » consulté le 03 mars 2016.

²⁹³ Contenus des messages, l'utilisation des registres de communication, Emailing, coût de l'investissement (impressions des lettres ou frais des agences), retour sur investissement, l'abus des donateurs, le taux et le montant réel qui reviennent aux populations bénéficiaires.

Cette communication se fait avec les journalistes et aujourd'hui sur internet. Cazenave, Bruno et Al., indiquent que « *les humanitaires entretiennent souvent des relations de proximité avec les journalistes. Ils cherchent alors à influencer la manière qu'ont les médias d'appréhender une situation donnée. [...] pour préparer leurs propres appels au don, dont l'efficacité est fortement accrue si la cause défendue est présente dans l'actualité* ²⁹⁴ ». Cependant qu'en est-il de la communication de masse en direction des populations locales africaines ? Cela correspond-il à l'affirmation des deux auteurs qui indiquent, que « *les médias de masse sont alors importants pour toucher les citoyens concernés ainsi que les acteurs influents* ²⁹⁵ ». Toutefois, Bruno C. affirme que dans le domaine des ONG, l'« *objectif est avant tout de faire évoluer des politiques et pratiques gouvernementales, même si certaines campagnes sont transnationales...* ²⁹⁶ ». Ceci renseigne sur l'étendue de la communication et son internationalisation. Par ailleurs, Breton, Philippe, et Serge Proulx parlent de deux registres : convaincre et persuasion ²⁹⁷ pour parler de communication de masse. Ce qui laisse penser au modèle de Karl et Paul Lazarsfeld.

Olivier Falhun, (2010) renseigne sur une autre pratique des ONG de la communication de masse. Il s'agit ainsi des « *voyages de presse* » souvent prisés par les acteurs de la presse et qui reste un outil de la communication de masse. Ces événements organisés par les ONG mettent les journalistes dans une posture difficile selon l'auteur puisque que « *rare sont celles [les ONG] qui acceptent d'être questionnées sur leur pratique* ²⁹⁸ ».

4. Quatrième domaine : la communication pour le développement.

Elle intègre des paramètres bien différents des autres. Si l'on part du constat fait René Dumont (1962, 320p) « *l'Afrique noire est mal partie* », on peut noter que les problématiques de développement reprennent une position et une allure importantes d'autant plus que la pauvreté et le sous-développement continuent à prendre une grande place dans ce continent.

²⁹⁴ Cazenave, Bruno, Emmanuelle Garbe, et Jérémy Morales 2020, « *III. Vendre de manière désintéressée : le paradoxe de la communication des ONG* », Bruno Cazenave éd., *Le management des ONG*. La Découverte, pp. 53-74

²⁹⁵ Ibid.

²⁹⁶ Ibid.

²⁹⁷ Breton, Philippe, et Serge Proulx. « 7/ Enquêtes empiriques sur le pouvoir des médias », Philippe Breton éd., *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. La Découverte, 2012, pp. 155-177.

²⁹⁸ <https://cassandra.wordpress.com/2010/07/13/les-lacunes-du-journalisme-font-le-bonheur-des-ong/>

Cette communication pour le développement reste le maillon central de toutes les actions des ONG car elles œuvrent toutes généralement pour le développement humain, du terroir, de l'économique, du social, du culturel...

Eric Dacheux (2013, p3) définit cette diversité de domaine comme une ambivalence de communication qui « *mélange inextricablement dimension normative et fonctionnelle [avec] trois dimensions : la politique, l'économie et le symbolique* ²⁹⁹ ». Ce mixte pour une meilleure maîtrise des contours du développement par le paysan à travers des messages, passe aussi par un processus qui a vu l'évolution du concept de communication pour le développement s'adapter, se changer ou muter... Gérard Perroulaz (2004) dans '*Les ONG de développement : rôles et perspectives*' parle ainsi de l'existence d'ONG spécialisé dans la question de la sensibilisation pour le développement. En effet il précise dans son essai de typologie des ONG de solidarités internationales suisses qu'il existe des « *ONG de sensibilisation aux problèmes de développement, lobbies en faveur de changements dans la politique de développement, campagnes relevant le manque de cohérence entre certains instruments de politique extérieure et la politique de développement* ³⁰⁰ ».

Ces différents éléments placent nécessairement la communication pour le développement au cœur des stratégies et de l'application de certaines théories de la communication. En effet la logique **unidirectionnelle** de la communication pour le développement des années 1960 - 1990 ressemble fort au modèle de Lazarsfeld « *two step flow* » qui en Afrique à coïncider avec l'arrivée de la télé et de la radio et des émissions de radios éducatives au Sénégal comme l'émission « *Disso* ».

Cependant Christian Agbobli (2014, p6) pense que « *les résultats ne furent pas probants et la communication pour le développement reste très critiquée* ». Ceci implique en effet l'utilisation et l'évolution des concepts comme : l'information l'éducation et la communication (IEC) qui a évolué vers une communication pour le changement de comportement puis vers la communication participative pour le développement et un retour simplement vers une communication pour le développement.

Citant Berrigan, Koné et Sy, dans son article sur la nécessité de comprendre la place de la communication pour le développement, Christian Abogli (2014) revient sur les difficultés liées

299 Éric Dacheux, 2014 « *Le défi des SIC : prendre en compte la pluralité de l'économie pour rendre compte de la diversité culturelle* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. En ligne <http://rfsic.revues.org/303>, consulté le 05 mars 2016

300 Gérard Perroulaz, 2004 « *le rôle des ONG dans la politique de développement : forces et limites, légitimité et contrôle* », *Annuaire suisse de politique de développement*. Vol. 23, n°2 | 2004, consulté le 08 mars 2015.

à ce concept qui ne peut être dissocié à la manière dont la communication a été pratiqué et théorisée en Afrique dans l'optique d'une nouvelle vision. En effet, il indique que « *dans le contexte africain entre les années 1960 et 1990, la télévision, la radio ou la presse écrite ainsi que leurs dérivés que sont la télévision éducative, les radios rurales ont été mises à contribution pour "diffuser l'innovation" auprès des paysans et des ruraux* ³⁰¹ ». La prédication de certains auteurs de la place que pourrait occuper la communication pour le développement comme outil innovant et devant résoudre tous les problèmes à travers les NTICS est critiquée sérieusement.

8.4.1. Communication et culture locale

Une première étude sur les obstacles à la communication internationale des ONG a montré que la non-prise en compte de la culture locale est susceptible d'engendrer soit la méfiance des populations et en conséquence une faible participation des populations aux actions de l'ONG voire un rejet de l'autre ou simplement la naissance des conflits.

Certains spécialistes pensent qu'« *aucun manager, d'aucune entreprise ne peut aujourd'hui traiter ces différences culturelles comme si elles étaient seulement une donnée subalterne dont il ne lui faudrait tenir compte que le moment venu* ³⁰² ». De l'avis de F. Trompenaars, « *les cultures ne sont [...], ni des habitudes archaïques qui attendraient d'être balayées par le développement d'un modèle universel et uniforme de vie moderne* ³⁰³ ». L'on peut se demander si la culture est-elle un facteur bloquant et/ou facilitation du développement ?

Souvent des modèles de développement sont transposés d'un pays développé vers un pays sous-développé, mais il est nécessaire d'imaginer les moyens d'adapter la communication afin d'éviter un échec des programmes. Sébastien Froger, chargé de projets attaché à l'information communication, Graine en conclut que « *les modèles n'en sont pas réellement au sens où nous l'entendons. Mais si le message est déjà construit, les rapports d'autorité restent inchangés et les savoirs imposés [...] le fond du problème reste inchangé* ³⁰⁴ ». Cette affirmation est

³⁰¹ Christian Agbobli, 2014, « *communication internationale et développement en Afrique : postcolonialité et perspectives critiques* », Revue française des sciences de l'information et de la communication. En ligne : <http://rfsic.revues.org/955> consulté le 16 mai 2018.

³⁰² Trompenaars Fons, 1994, « *l'entreprise multiculturelle*, Ed. Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, p.2 - p.11

³⁰³ Ibid, p.2 - p.11

³⁰⁴ Froger Sébastien, 2005, « *la communication participative communautaire au Sénégal : Un outil pour faciliter la sensibilisation et le développement de la culture scientifique* », Mémoire, Université Stendhal Grenoble 3, Institut de la communication et des médias, [En ligne] http://www.memoireonline.com/02/09/1932/m_La-communication--participative-communautaire-au--Senegal3.html consulté le 02 Août 2014. p.5

renforcée par F. Trompenaars qui pense que « *le recours, de bonne foi, à une théorie de management de portée ‘universelle’ a souvent mal tourné* ³⁰⁵ ».

L’interculturel et la communication sont indissociables tant que l’homme reste un vecteur de propagation et de reproduction de sa culture. Et Paul Waltzlawick d’affirmer qu’« *on ne peut pas ne pas communiquer* ³⁰⁶ » si cette affirmation est valable partout, pourquoi en Afrique, la culture n’est pas prise en compte par les ONG dans la mise en place des stratégies de communication en direction des populations.

8.4.2. Evolutions des concepts de la communication diffusionniste, de masse, participative et de communication hors media dans un contexte africain

La communication des ONG a subi un certain nombre de transformations depuis la première moitié du 20^{ème} siècle. L’évolution de cette communication sociale et humanitaire a suivi le même processus de transformation que l’information. Elle s’est faite avec l’évolution des modèles de communication qui ont essayé de s’adapter au contexte du moment pour ne pas paraître obsolètes. De Shannon et Weaver (1949) en passant par Lasswell, Jakobson puis du modèle de Riley & Riley qui commence à introduire la notion de rétroaction (feedback), la communication sociale a su aussi se transformer pour favoriser les échanges et agir dans la prise de décision. Des acteurs qui sont passés du stade de récepteur au stade de participant ou d’acteur dynamique capable de prendre en main son destin.

On peut ainsi voir l’évolution en quatre (04) grandes phases : la communication descendante, ascendante, horizontale, et sociale. Ce parallélisme entre des modèles d’information et l’évolution vers la communication, nous permettra de comprendre l’étroite relation entre les deux, mais aussi la capacité des acteurs des ONG de s’adapter à la réalité et à l’évolution du temps. La communication descendante à l’image du modèle « *two step flow* » reste un parfait schéma qui montre le sens de circulation de l’information de haut vers le bas avec aucune possibilité d’interaction entre les individus. On peut retenir que « *cette notion de la hiérarchie, de verticalité dans la communication est d’ailleurs fortement liée à l’organisation sociale en vigueur... dans cette période, la communication est largement propagandiste et les moyens utilisés sont sommaires. Elle devient inégale, marquée par la volonté de l’émetteur (l’ONG), de*

305 Ibid. p13 – p.24

306 WATZLAWICK P., HELMICK BEAVIN J., JACKSON D. : *Une logique de la communication*, p. 48, Seuil 1972

*soumettre le récepteur (ses publics), à ses attentes et à ses objectifs*³⁰⁷». Ici on peut préciser que cette pratique était utilisée dans les années 1936³⁰⁸. Cette première moitié du XXème siècle est aussi caractérisé par la place importante de l'information et de l'éducation.

L'objectif est de procéder à une éducation populaire des populations, qui « *consiste à s'adresser à des travailleurs ou à des pauvres qui n'ont pas le temps de se cultiver, pour qu'ils puissent devenir des citoyens à même de participer à la vie de la nation* »³⁰⁹. Cette communication descendante continue à être utilisée aujourd'hui en Afrique du fait de la place et du rôle des leaders d'opinion dans la société.

Il faut noter qu'en Afrique jusque dans les années 1980 la communication continuait à se faire à travers les leaders d'opinion (chef de quartier ou de village, infirmier, président d'association, maire...). Mais on constate aussi que les pratiques de la communication des années 30, continuent à se faire une bonne place dans la deuxième moitié du 20ème siècle en Afrique. Cette notion d'éducation à travers l'information est revenue vers les années 2003 sous le label « *information-éducation-communication : IEC* » dans les programmes d'études des écoles de communication au Sénégal comme l'Institut supérieur des Sciences de l'Information et de la Communication (ISSIC)³¹⁰. L'IEC était souvent utilisée dans les programmes de santé pour une diffusion large des méthodes, recommandations et conduites à tenir.

Ainsi la communication diffusionniste prend toute sa place car il fallait pour les ONG, les acteurs associatifs et étatiques éduquer les populations aux techniques de prévention, mais aussi à la prise en charge de certaines de leurs aspirations... ainsi « *les anciens modèles utilisaient la communication surtout pour la diffusion de l'information, pour faire comprendre à la population, les bénéfices que promet le développement et les sacrifices qu'il exige...* »³¹¹. Avec les nombreux échecs de certains programmes, la communication diffusionniste a laissé place à la communication ascendante et de masse. Celle dite participative en mettant l'accent sur l'échange. Stéphanie Dupont (2002)³¹² d'ajouter que dans la communication ascendante,

307 Stéphanie Dupont, 2002, « *Historique de la communication associative* », <http://stephanie.dupont3.free.fr/historique.htm>, consulté le 20 juin 2015.

308 Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf. Consulté le 12 avril 2014.

309 Stéphanie Dupont, 2002, « *Historique de la communication associative* », <http://stephanie.dupont3.free.fr/historique.htm> consulté le 20 juin 2015 p132.

310 Institut Supérieur des Sciences de l'information et de la Communication. <http://www.issic.sn/Formations-issic>

311 Sean MacBRIDE, 1980, « *Voix multiples, un seul monde : Rapport de la commission internationale d'étude des problèmes de communication* ». [en ligne], la documentation française, les nouvelles éditions africaines, UNESCO, Paris, p.43 disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>

312 Stéphanie Dupont, 2002, « *les enjeux d'internet dans la communication des associations* », Mémoire, Université de la Méditerranée, Ecole de Journalisme et de Communication de Marseille, 126p. <http://stephanie.dupont3.free.fr/integral.pdf> Consulté en juin 2014.

« l'association essaye de comprendre, intégrer et orienter pour mieux diriger, en faisant remonter l'information...on crée des systèmes d'écoute afin d'enregistrer et répondre à la demande sociale ³¹³». Cette communication ascendante inscrite dans les annales depuis 1960 a émergé en Afrique en 2004 dans les enseignements et en 2006 dans les programmes de développement. Et nous assistons ainsi à l'avènement de la communication pour le changement de comportement ³¹⁴ avec un fort accent mis sur l'échange et la participation des bénéficiaires. Malgré ce retard dans l'application des techniques de communication, l'on assiste à des mix-modèles dans l'utilisation des différentes techniques de communication. La communication de masse est mixée avec le modèle de Lasswell afin d'inciter les populations à l'action par le biais de l'information. Ce mix est une parfaite jonction entre la diffusion et la communication participative.

Sean Macbride, président de la commission internationale d'étude des problèmes de communication de l'UNESCO ne s'alarme pas sur ce retard et affirme que « *les formes traditionnelles de communication peuvent non seulement être encore utiles en elles-mêmes à certaines conditions, mais elles peuvent aussi servir de correctif aux déformations de la communication moderne* ³¹⁵». Ainsi ce qui considérait comme retard est devenu un atout car permettant de bâtir des politiques de communication cohérente.

Pour Sean Macbride, c'est à l'utilisation des grands moyens d'information (communication de masse) que revient la « *mission d'éveil...et en faisant mieux comprendre ces problèmes...à l'opinion publique internationale, afin de susciter la volonté de les résoudre et en donnant au grand public la capacité d'exercer, le cas échéant, sur les responsables des pressions pour qu'ils mettent en œuvre des solutions appropriées* ³¹⁶».

En effet même si cette situation est valable dans les pays développés, les ONG (internationales) en Afrique sont très loin de ce résultat et peinent à faire participer les populations mais aussi faire adhérer les populations à leurs causes. Sébastien Froger de conclure « *les modèles dits participatifs, qui n'en sont pas réellement au sens où nous l'entendons. Mais si le message est déjà construit, les rapports d'autorité restent inchangés et les savoirs imposés...le fond du problème reste inchangé* ³¹⁷». Ce qui nous fait penser qu'il est nécessaire de prendre en compte

313 Ibid.

314 Programme Santé Sexuelle, Droits Humains (PROSAD) 2006 « *module XI la communication pour le changement de comportement* » http://www.german-practice-collection.org/en/download-centre/doc_download/768, consulté en Juin 2014

315 Unesco, 1980, « *Commission internationale d'étude des problèmes de communication* », Paris, p.6, 379p, disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf> consulté le 04/08/2014.

316 Sean MacBRIDE, 1980, « *Voix multiples, un seul monde : Rapport de la commission internationale d'étude des problèmes de communication* ». [en ligne], la documentation française, les nouvelles éditions africaines, UNESCO, Paris, p.43 disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>

317 Sébastien Froger, 2005, « *La communication participative communautaire au Sénégal La communication participative communautaire au Sénégal : un outil pour faciliter la sensibilisation et le développement de la culture scientifique ?* ».

d'autres facteurs comme la définition de la communication globale et son adaptation dans le tissu, la place des bénéficiaires, de la communication interculturelle ou interpersonnelle, de la culture locale, mais aussi la manière de mettre en œuvre les stratégies pour arriver à un résultat probant.

8.4.3. Théorie sur les stratégies de communication des ONG

Les ONG depuis 1990 sont devenues des interlocutrices crédibles auprès des bailleurs et cela conduit à la mise en place de stratégie de communication pour une meilleure atteinte des objectifs. Ici l'idée n'est pas de s'étaler sur les différentes stratégies mises en place par les ONG, mais plutôt de montrer leurs limites et les obstacles face aux enjeux du terrain.

La majorité des stratégies proposées, passe par une touche d'innovation pour se démarquer ou se différencier de l'autre. Cependant, il faut noter que l'innovation est souvent importée et ne vient pas de la cible bénéficiaire. Ces stratégies de communication rencontrent beaucoup de difficultés, « *tout simplement parce que la plupart des innovations, messages de prévention et tout autre enjeu de développement nécessitant une communication, sont issus des autorités locales, internationales, d'organisations non gouvernementales (ONG), de scientifiques, agents de développement, etc.*³¹⁸».

Ainsi la problématique de la définition de la communication globale prend tout son sens, car elle se base généralement sur l'innovation avec une faible implication des bénéficiaires. Et Sébastien Froger d'ajouter « *il est beaucoup plus difficile d'accepter une nouveauté imposée qu'une nouveauté initiée par soi-même. Cela paraît évident, mais cela pose un problème difficile en communication pour le développement*³¹⁹». Ces difficultés de communiquer face à l'innovation, apparaissent dans le monde du développement en général et en particulier dans le domaine agricole, rural, dans les NTIC, mais aussi dans les relations entre les scientifiques et les bénéficiaires des programmes.

Le Prof. Neils Röling³²⁰ dans sa feuille de route pour l'innovation pense qu'on n'accorde pas assez de place à la population dans les stratégies. Il se désole de voir que l'accent est mis sur la technologie et que les populations sont « *toujours considérées comme des utilisateurs*³²¹». Cela

318 Ibid

319 Ibid.

320 Prof. Neils Röling, changement pour les nouveaux systèmes d'innovation, 2010, BlipTV, <http://blip.tv/iied/prof-neils-r%C3%B6ling-emeritus-professor-university-of-wageningen-the-netherlands-4033410>.

321 Ibid.

nous donne juste de penser que les stratégies des ONG ne prennent pas en compte certains paramètres et arrivent avec des idées à plaquer. A ce titre elles peuvent être considérées comme des « aveugles ³²² ». Monsieur X ³²³ d'ajouter un autre problème dans les stratégies des ONG : « *la faible communication sur les applications et les nouvelles technologies avant leur mise en œuvre* ». Tous ces facteurs constituent des obstacles mais aussi des enjeux de communication pour les ONG. Certaines d'entre elles cherchent à corriger ces difficultés. Farid Baddache, consultant en développement durable prône ainsi la jonction des forces entre l'entreprise et l'ONG pour relever les défis du développement durable. Il ajoute à cet effet qu'il faut « *intégrer les préoccupations et la vision de l'entreprise dans la conception des projets d'action de l'ONG et gagner en force de persuasion sur le monde économique* ³²⁴ ». Malgré les solutions offertes pour surmonter le problème, certains acteurs peinent à reconnaître ces obstacles. C'est le cas d'un directeur d'une ONG, répondant au questionnaire proposé dans le cadre de cette étude « pas d'obstacles à la communication ³²⁵ » déclare-t-il.

Cela confirme la non-reconnaissance des obstacles pouvant constituer un frein dans l'attente des objectifs. Mais l'on peut se demander : qu'est-ce qu'une telle déclaration cache ? Serait-elle liée à une inexistence de stratégie de communication au sein de l'ONG ? Tout compte fait, une telle déclaration inquiète.

Si l'on ne peut nier que le contexte international influe sur la stratégie des ONG, la place de la communication est moins visible et la transmission de l'information vers un public n'est pas forcément synonyme de dialogue. « *Autrement dit, l'association fournit de l'information, rend compte de ses réalisations ou de ses difficultés, mais ne se soumet pas aux critiques extérieures, au « feed-back* ³²⁶ ». Cependant, on peut retenir que l'ensemble des stratégies de communication est basé sur trois (03) axes majeurs : la communication pour les changements de comportement, la communication de plaidoyer et la communication pour le changement social. Nombreuses sont les stratégies proposées ou utilisées par les ONG pour communiquer avec la population africaine.

322 Ibid.

323 Interview : Monsieur X (désire garder l'anonymat), ...p20.

324 Farid Baddache, 2004, « *Entreprise et ONG face au développement durable...* », Editions L'Harmattan, p20.

325 Interview : Monsieur Y (désire garder l'anonymat), Directeur d'une ONG Internationale, Dakar le 06/05/2013.

326 Anna Ferenczy Zsuzsa, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financements%20et%20media.pdf. Consulté le 12 avril 2014

II. Approches théoriques : Approche systémique, constructiviste

L'étude développe dans un premier temps quelques approches théoriques et conceptuelles. En effet, elle se réfère sur les approches systémiques et constructivistes avant de revenir sur toute la partie conceptuelle qui permettra d'expliquer les concepts à étudier

Pour introduire les approches utilisées dans le cadre de cette recherche, il était nécessaire de partir de cette affirmation de Alex Mucchielli.

« Dans le cadre des théories fondamentales des sciences de la communication (systémisme – ou interactionnisme – et constructivisme, appartenant au paradigme de la complexité), il est fructueux, lorsque l'on a repéré un phénomène, de se demander « comment » il est lié, d'une manière systémique, avec d'autres phénomènes qui participent avec lui à un système délimité par un cadrage large et approprié. De même, dans le cadre du constructivisme, il sera fructueux de se demander « comment » est élaboré un phénomène repéré et « comment » il participe à la construction d'un autre phénomène avec lequel il est en relation.³²⁷ ».

Article sur la *Communication et organisation* « Pour des recherches en communication »

Si l'approche systémique reste une approche interactionnelle et multidisciplinaire comme l'indique Joel de Rosney, elle semble élargie grâce à la vision de Edgar Morin qui parle de l'approche systémique comme une unité globale organisée d'interrelation.

Ainsi, l'approche systémique permet d'arriver à une modélisation à travers la représentation de la réalité. Celle-ci se veut ordonner dans une situation observable. Si Mucchielli parle de l'approche systémique dans les termes ci-dessus, son choix dans le cadre de cette étude est encouragé par le fait que cette approche propose une modélisation qui permet de comprendre d'avantage le système. En effet, chaque élément du système reste important et non-négligeable. La place de la communication non verbale y est étudiée comme le veut cette étude sur la communication internationale qui parfois laisse une grande place à la communication non-verbale entre les différents acteurs de cultures différentes.

L'approche systémique permettra aussi d'analyser les interactions. Or on peut noter que la jonction entre la communication et l'interaction constitue un système de communication.

Ces méthodes d'analyses qualitatives qui portaient d'une situation observable permettaient de proposer des solutions aux problèmes rencontrés.

³²⁷ Alex Mucchielli, « Pour des recherches en communication », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | 1996, consulté le 04 décembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>

En évoquant l'approche constructiviste dans cette étude, le choix se justifie par la possibilité d'analyser les logiques d'actions et des pratiques d'interventions. Dans cette approche, il faut noter que les bénéficiaires participent à la construction ou au repérage des représentations. Comme l'approche systémique, celle-ci s'inspire aussi des réalités observables dans une dynamique active. Dans l'approche constructiviste la place du chercheur semble déterminant. En effet, ce dernier doit s'éloigner des représentations construites par les médias tout en étant dans une posture d'observateur.

L'approche constructiviste permet à la fois à l'étude de se construire sur les bases d'une recherche à partir des observations du chercheur. En tant que Sénégalais qui connaît le terrain pour l'avoir pratiqué, l'étude bénéficie d'une expertise issue du terrain à travers les expériences professionnelles en lien avec la collaboration antérieure avec les ONG internationales. Si la place du chercheur dans le cadre de cette étude semble importante, il faut noter qu'elle se bonifie par les connaissances des us et coutumes mais aussi des modes de pensée européens. Cela a permis à la fois de se détacher autant de la construction des représentations qui peuvent être le fruit d'une observation spécifique et non généralisée voire construite par les médias

Les deux approches vont être développées ci-après.

Approche systémique et constructiviste.

Deux approches essentielles sont proposées pour expliquer les théories utilisées par les organisations pour intervenir auprès des populations en général et des pays en développement en particulier. Elles sont des méthodes d'analyse qui permettent à la fois de conduire l'étude et d'analyser la démarche de communication des ONG internationales en Afrique.

Les différents principes serviront ainsi de base dans l'analyse qui sera proposée. L'étude offre ici une vision synthétique des différents principes qui seront développés plus tard.

Concernant l'approche **systémique** ; l'étude se basera sur les trois principes et les 6 étapes de cette approche.

Voici les différents principes qui vont être utilisés dans le cadre de cette étude. Le premier est « *l'analyse de l'interaction* ». Il permettra de comprendre les interactions entre les acteurs transnationaux et les populations bénéficiaires. Dans ces interactions, la communication y est centrale et principalement la communication non verbale. Le deuxième est « *la totalité* ». Il prend en compte la globalité de la situation et l'environnement. Enfin le troisième est « *la*

rétroaction ». Ce dernier permet de comprendre la prise en compte des retours mais aussi de la compréhension des messages.

Ces principes sont complétés par 6 étapes importantes de l'approche : l'observation et le recadrage ; la question de l'interaction ; la nature de la communication ; la modélisation ; l'interprétation et enfin la recherche du jeu global et la logique.

En revenant sur l'approche **constructiviste**, on peut retenir sommairement les 4 principes forts et 4 principes faibles structurent cette approche. Plusieurs auteurs proposent leur point de vue sur les principes **faibles et forts à la fois**.

En commençant par les principes faibles, l'étude compte utiliser ces derniers pour densifier l'analyse. Le premier principe faible est la « *construction de la connaissance* ». Il est expliqué et relaté par Alex Mucchielli. Il parle d'une construction qui se fait à partir des réalités. Le deuxième principe est « *la connaissance inachevée* ». Ce dernier est défendu par Paul Watzlawick. Le troisième principe est « *la convenance de la connaissance plausible* ». Il laisse penser à la légitimité de l'intervention. Ce principe permettra de comprendre la manière dont les ONG internationales légitiment leurs interventions sur le terrain africain. L'analyse lexicale sur leur différente présentation devrait permettre d'apporter des réponses sur la question. Enfin, le quatrième principe faible est celui de « *consonance* » c'est-à-dire celui de l'impact.

Concernant les principes **forts** de l'approche constructiviste, on peut noter : la téléologie. Elle fait penser à la construction d'une connaissance dans le but de favoriser ou de justifier l'action. Ce principe justifie parfois l'intervention des ONG internationales à travers le spectre de l'observation et la capitalisation de la connaissance du terrain. Cette téléologie est étayée par Jean Louis Le Moigne (2007). Le deuxième principe complète ainsi le premier. Il s'agit de « *l'expérimentation de la connaissance* ». Il est la phase de la mise en pratique de cette construction faite à partir des connaissances du terrain. Il favorise la généralisation des besoins à travers une « *mondialisation des pratiques* » comme le dit Christian Le Moigne. Le troisième principe est celui de la « *connaissance par l'interaction* ». Ici les modes de vie, les coutumes, les cultures, les langues occupent une place importante. Il s'inspire aussi de la pensée de Sandra Charreire. D'autres auteurs comme Alex Mucchielli parlent de la connaissance par l'interaction comme étant le fruit « d'une interaction d'un sujet connaissant et de l'objet de connaissance ». Le dernier principe est celui de la « *recursivité de la connaissance* ». Globalement, ce dernier

laisse penser à la question du feedback et du travail ou d'un accompagnement vers l'autonomie qui va constituer finalement le résultat, le but et/ou les attentes des ONG.

L'évolution des approches est constatée par le passage de l'approche mécanique à l'approche constructiviste. Elle interroge à la fois la place de l'homme et sa prise en compte dans l'évolution qui s'impose. Et les deux approches montrent toute l'articulation où l'humain est au cœur du dispositif. C'est ce que Mony Elkaïm explique dans la thérapie des familles avec l'approche systémique.

En parlant du rôle central du thérapeute comparable ici à celle du chercheur, l'auteur cité par Goldbeter-Merinfeld Édith, affirme qu'il « *co-construit* » avec la famille une image systémique au travers des assemblages qui s'établissent entre lui et la famille en des points de résonance. Cet auteur souligne l'aspect autoréférentiel de toute observation. Quoique s'inscrivant dans le courant constructiviste, il n'abandonne pas les concepts de fonction et de système³²⁸ ». Cela confirme tout le sens de la complémentarité entre les deux approches qu'il faut savoir conjuguer dans cette étude.

L'approche systémique issu de l'école de Palo Alto et surtout les travaux de Paul Watzlawick³²⁹ permet non seulement d'« *analyser le fonctionnement de ces noyaux stables d'échanges pour faire ressortir les problèmes latents et les valeurs émergentes des systèmes qui orientent et freinent les évolutions* »³³⁰.

Cependant les contributions des grandes écoles ou courants de pensée comme : le constructivisme, la systémique et l'interculturalisme seront mis en avant pour bien situer la recherche.

Le choix porte sur deux théories majeures et complémentaires : le constructivisme et la systémique qui accordent respectivement une importante place à la fois à l'environnement socio-culturel d'une part et aux acteurs d'autre part.

Nous faisons nôtre la définition que donne Alex Mucchielli pour qui le « *constructivisme de l'approche [est complété] par la systémique qualitative* »³³¹. Cependant il est important de ne pas chercher à se déroger de l'approche interculturelle qui n'est « *ni d'identifier autrui en*

³²⁸ Goldbeter-Merinfeld Édith, « *Chapitre 1. Aperçu synthétique de l'approche systémique en thérapie familiale* », dans : *Le deuil impossible. Familles et tiers pesants*, sous la direction de Goldbeter-Merinfeld Édith. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, « Carrefour des psychothérapies », 2005, p. 23-34. URL : <https://www.cairn.info/le-deuil-impossible--9782804147907-page-23.htm>

³²⁹ Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson D. : *Une logique de la communication*, p. 48, Seuil 1972

³³⁰ Alex Mucchielli, 1998, « *approche systémique et communicationnelle des organisations* », Armond Colin

³³¹ Alex Mucchielli, 2006, « *deux modèles constructivistes pour le diagnostic des communications organisationnelles* ». *Communication et organisation*. <http://communicationorganisation.revues.org/344298>

*l'enfermant dans un réseau de significations, ni d'établir une série de comparaison sur la base d'une échelle ethno-centrée*³³²».

Une approche interculturelle qui permettra par ailleurs de comparer les pratiques de ONG issus d'une culture différente des bénéficiaires.

L'étude considère ainsi l'ONG internationale comme un système complète qui ne peut être déchiffré que par une approche systémique, idéale pour déchiffrer cette grande complexité. L'étude commence ainsi par l'approche système qui parle ainsi des notions, des principes et de leurs applications à la communication et les relations. Cette même démarche sera appliquée à l'approche constructiviste.

1.1. Approche systémique

Le choix de l'approche systémique dans le cadre de cette thèse est lié à la fois de la « complexité » de la communication qui entoure l'univers des ONG internationales. Cette idée de « complexité » est le fondement de cette approche au cours du 20ème siècle, puisque que le monde devenait de plus en plus complexe avec à la fois des modèles de plus en plus innovant qui se croisent, qui s'entrechoquent et qui sont aussi difficiles à cerner. Le développement des échanges, la mondialisation, l'internet, la communication, la complexité des relations internationales et les alliances ; rendent difficile l'utilisation d'une approche simpliste³³³ pour analyser tous ces « phénomènes communicationnels et organisationnels³³⁴ ». Chaque élément cité ci-haut constitue en lui seul un système et leurs interactions contribuent et/ou rendent leur analyse complexe. Alex Mucchielli en s'inspirant de l'école de Palo Alto, considère que dans l'approche systémique « *la communication y est toujours conçue comme une participation à un ensemble communicationnel ou à un système de relation... [et] ce système est très souvent repérable à travers sa ritualisation*³³⁵ ». Ceci est confirmé par le Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques (Certu), qui dans son rapport sur l'introduction à l'approche systémique (2007), affirme « *depuis les années 30 s'est développé un courant de pensée dit systémique né de la prise de conscience de la complexité*³³⁶».

332 Jean-René Ladmiraal - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *La communication Interculturelle* », Armand Colin Editeur, Paris, p.11

333 Les approches dites simplistes sont les approches de courant positiviste comme Shannon, wieber...

334 Alex Mucchielli, 2004, « *Etude des communications : l'approche systémique dans les organisations* » Armand colin, p.5

335 Ibid. p.6

336 Certu, 2007, les rapports d'étude « *Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité* ». En ligne <http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/1431/?sequence=1>

Ce travail ne prétend pas à travers cette approche offrir tous les éléments de compréhension qui permettent de voir toute la complexité de la communication des ONG internationales en Afrique. Cependant, il semble important d'utiliser les quatre concepts fondamentaux³³⁷ de l'approche systémique selon Daniel Durand³³⁸ : à savoir l'interaction, la globalité/la totalité (le système est un tout), l'organisation et la complexité pour arriver à proposer une modélisation³³⁹ de la communication des ONG et en comprendre les difficultés.

Ce qui semble intéressant dans l'analyse systémique des communications, c'est la similitude entre l'idée principale de l'école de Palo Alto et le cœur de l'analyse systémique. Les auteurs comme Paul Watzlawick (1967), Jackson, Helmick-Beavin... pensent « *qu'il faut considérer autre chose que des acteurs individuels : [et voir] comment chacun participe à la totalité car il ne peut pas ne pas participer* »³⁴⁰. Cela laisse penser dans un premier temps à la question du jeu des interactions entre l'individu et les différents systèmes qui l'entourent. Dans un deuxième temps cette vision renvoie au mode de pensée de l'école de Palo Alto avec ses principaux fondateurs qui pensent tous « *qu'on ne peut pas ne pas communiquer* »³⁴¹ en miroir avec l'idée qu'« *on ne peut pas ne pas participer* ». Cette philosophie ou point de vue est reprise dans cette étude qui estime que dans les relations ou dans le système de communication entre les ONG et population locales il faut prendre en considération tout : « *les conduites, les silences, les non-interventions, les comportements, les modes d'échanges...* »³⁴², les attitudes, les postures...

Globalement, il faut partir de l'idée d'Alex Mucchielli, 2004 qu'une « *tout ce qui peut être interprété comme relation dans un système de communication peut être défini comme communication* »³⁴³. Cela permettra ensuite d'arriver à une modélisation des relations qui aboutira à une analyse systémique à travers les commentaires interprétatifs³⁴⁴ du sens final de la communication. L'approche devient ainsi une méthode qui participe à la construction³⁴⁵ de la recherche.

³³⁷ Fondements théoriques de l'approche systémique,

https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf

³³⁸ DURAND D., 1979 "Que sais-je : la systémique",

³³⁹ Fondements théoriques de l'approche systémique,

https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf

³⁴⁰ Alex Mucchielli, 2004 « études des communications : approche par modélisation des relations » Armand Colin, p10

³⁴¹ Ibid. p14

³⁴² Ibid. p14

³⁴³ Ibid. p14

³⁴⁴ Ibid. p52

³⁴⁵ Ibid. p68

De nos jours, on peut dire que la communication des ONG internationales en Afrique rentre dans cette logique de complexité. Elle est composée de plusieurs sous-systèmes qui vont du social en passant par le culturel, l'économique, le relationnel que Alex Muchielli (1998) analyse ici comme des éléments qui rendent difficile « *la représentation [que l'on peut attribuer à] l'organisation* ³⁴⁶ ». Autrement dit, il est difficile de donner une définition globale qui caractérise une organisation sans prendre en compte les différentes notions citées ci-haut.

Pour davantage offrir plus d'éléments sur l'importance de la prise en compte de la notion de complexité dans l'approche systémique, l'auteur indique que « *les approches des phénomènes communicationnels de ces théories sont essentiellement fondées sur les communications interpersonnelles intervenant dans des processus complexes comme la négociation et les luttes de pouvoir, l'information, le commandement et le leadership, la participation et les outils de motivations, les identités culturelles, l'image de marque et les interventions marketing...* ³⁴⁷ ». Dès lors, le choix de cette approche dans le cadre de cette étude semble opportun puisque qu'il prévoie d'analyser l'ensemble de ces éléments cités par l'auteur mais surtout en lien avec la communication (processus, organisation et stratégie).

Cette thèse en est une illustration puisque qu'elle tente de répondre à la problématique suivante : pourquoi certaines ONG peinent-elles à faire connaître leurs objectifs ? Quelle sont les difficultés qu'elles rencontrent pour faire adhérer les populations aux différentes initiatives ? L'analyse de cette communication doit prendre en compte la complexité des interactions humaines, les enjeux et la place des techniques utilisées, les financements (collectes et distributions des dons), les objectifs (résolutions des difficultés et altruisme), les logiques d'interventions (lutte de pouvoir) les négociations, le fonctionnement des ONG elles-mêmes, leur organisation interne et externe en relation avec les populations. Pour comprendre tout cela, il semble nécessaire de faire appel à une approche pluridisciplinaire pour comprendre à la fois les choix de communication, le but mais aussi les obstacles liés à cette communication. Le choix de l'approche systémique est lié au fait qu'elle prend en compte tous ces éléments d'analyse que l'on retrouve dans les 4 grands concepts de Durand D dans la systémique.

Si « *l'approche de l'école de Palo Alto va encore plus loin avec la prise en compte d'une logique systémique, en rupture avec l'approche mécanique (ECR) de Claude E. Shannon* ³⁴⁸ », il est

³⁴⁶ Ibid. p9

³⁴⁷ Ibid. p5

³⁴⁸ Badillo, Patrick-Yves. « *Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « Émetteur » au modèle communicationnel* », Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 14/1, no. 1, 2013, pp. 19-34.

important d'inscrire cette étude dans les fondements de la systémique qui prennent davantage en compte le cadre et l'analyse des interactions.

Pour répondre à la problématique de cette recherche, l'usage de l'analyse systémique dans le cadre de cette étude permettra « *d'identifier les erreurs dysfonctionnelles*³⁴⁹ », de comprendre les circuits des interactions et d'observer les relations³⁵⁰ et la construction de la communication des ONG internationales. Il faut noter que cette approche est d'abord une approche interdisciplinaire qui conjugue à la fois : la sociologie, l'économie, les Sciences de l'information et de la communication, la psychologie...

L'application de l'approche systémique intègre de nos jours plusieurs autres domaines de recherches divers et variés en sus de ceux cités ci-haut.

En faisant le choix d'inscrire cette approche dans cette recherche, l'étude veut s'inspirer des différentes étapes de l'approche systémique décrites par Alex Mucchielli, (2004)³⁵¹ pour mener à terme ce travail de recherche. L'étude reviendra plus tard sur ces six différents principes décliner par ce dernier.

Mais avant de développer ces différentes étapes qui sont en lien avec cette recherche, il semble nécessaire dans un premier temps, d'apporter des éléments d'éclairage sur la notion de « *système* » avec les définitions des différents auteurs (systémiciens) sur la notion de système qu'ils appliquent à plusieurs phénomènes.

Il est nécessaire de revisiter cette notion à travers les différentes définitions ci-après. Il y a d'abord celle de Joël De Rosnay qui parle de l'approche systémique appliquée aux phénomènes économiques ; ensuite organisationnels avec Jean Louis Le Moigne et enfin l'étude visitera cette notion avec la définition et l'application aux phénomènes relationnels interindividuels faite par Paul Watzlawick. En plus de ces auteurs cités ci-contre, les définitions de Ludwig Von Bertalanffy, Edgar Morin (théoricien de la complexité), Bernard Walliser Ect seront revisitées pour compléter l'étude.

Au-delà de la question de la définition du mot « *système* », nous allons explorer l'approche systémique dans sa dimension communication-relation développée par Paul Watzlawick. Cette question de l'interaction permet à l'étude de se recentrer sur la question de la communication des ONG. Si ces deux termes nous rapprochent du sujet de la thèse, il est important de rajouter

³⁴⁹ Stéphane Gauthier « La systémique de Palo Alto à nos jours, une révolution consciente ». En ligne :

https://youtu.be/Y_HEwuT6E2I

³⁵⁰ Alex Mucchielli, 1998, « *approche systémique et communicationnelle des organisations* », Armond Colin, p104

³⁵¹ Alex Mucchielli, 2004, « *étude des communications, approche par la modélisation des relations* » P.44

l'approche systémique des organisations³⁵² afin de comprendre les différents environnements dans lesquels les ONG internationales en tant qu'organisation évoluent.

Elle reste aussi une approche interdisciplinaire. Cependant la majeure partie des auteurs semblent s'accorder sur une **définition du mot système** avec quelques variables qui passent de la globalité au relationnelle.

1.1.1. La notion de système du point de vue des auteurs ³⁵³ :

La compréhension de l'approche systémique passe par la connaissance de la notion de « système » qui ensuite permettra de l'utiliser plus largement dans une approche pluridisciplinaire et de compréhension des interactions entre ces derniers. Pour Ludwig Von Bertalanffy (1968) le système est tout d'abord « *un ensemble d'éléments en interaction* ». Cependant, cette définition ne semble pas être complète selon pour l'auteur puisse qu'il complète cette dernière par la définition ci-après. Il affirme que le système est « *comme un complexe d'éléments en interaction*³⁵⁴ ». Il estime qu'il est important d'appréhender globalement le système en « *insistant sur l'importance de la compréhension des relations entre les différents éléments, et non, comme préconisé par la pensée classique une saisie analytique des éléments du système*³⁵⁵ ». Cette vision retrace l'aspect fonctionnel d'un système qui consiste à analyser les flux d'informations, les boucles de rétroactions et les centres de décision. L'étude tentera de revenir sur la question des centres de décisions des ONG et les interactions que cela implique et qui ont un impact considérable dans la réussite de la communication des ONG auprès des populations bénéficiaires. Si la notion d'interaction est citée par l'auteur, il insiste aussi sur le terme « *complexe* » qui a tout son sens dans la définition proposée.

Au-delà, cette complexité et cette interaction se voit compléter par la notion de finalité (le but) et le dynamisme que requiert un système. A cet effet, Joël De Rosnay parle du système comme « *un ensemble d'éléments en interaction dynamique, organisés en fonction d'un but* ». L'introduction de la question du « *but* » semble rejoindre l'action des ONG qui malgré leurs finalités (ambitions et objectifs) nombreuses et variées se battent pour l'atteindre. Elle renvoie aussi à l'idée que tout système à un but à atteindre. Si on se limite à cette définition avec sa

³⁵² http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁵³ Von Bertalanffy : un système = un complexe d'éléments en interaction. Joël de ROSNAY : un système = un ensemble d'éléments en interaction dynamique, organisé en fonction d'un but. Edgar Morin : un système = une unité globale organisée d'interrelations entre éléments, actions ou individus

³⁵⁴ https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf

³⁵⁵ Certu, 2007, les rapports d'étude « Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité ». En ligne <https://fr.calameo.com/read/0007132667e5ca17f610d> P.16

notion d'interaction dynamique ayant un but, on peut ainsi considérer les ONG internationales comme des systèmes car elle regroupe en leur sein ces trois éléments cités ci-dessus. Cette définition a été reprise par le CERTU dans le cadre de « *l'introduction à l'approche systémique*³⁵⁶ ». La question de la finalité et/ou de l'objectif qui est introduit par De Rosnay ouvre des perspectives sur la question du maintien des « *équilibres et [qui doit] permettre son développement afin d'atteindre le but fixé*³⁵⁷ ».

Si Edgar Morin définit le « *système comme une unité globale organisée d'interrelations entre éléments, actions ou individus* », il faut noter que celle-ci laisse entrevoir d'abord la notion de forme ou de cadre (unité organisée), puis celle de l'organisation et enfin celle des actions qui permettent une interaction entre les individus. L'auteur fait penser à l'ONG qui renferme toutes ces caractéristiques.

Pour compléter cette définition du mot système l'auteur rajoute que « *l'individu [...] peut suivant le type de système être simple élément ou élément de décision*³⁵⁸ ». Edgar Morin laisse penser à la fois à l'aspect fonctionnel (décision et interaction) et à la fois à l'aspect structurel d'un système qui délimite une frontière (cadre), qui est constitué d'agents (homme et femme) qui interagissent (communication) de manière perpétuelle.

Les différentes définitions rappellent simplement plusieurs aspects d'un système qui peut s'apparenter ou être rapproché dans une logique de comparaison à ce que l'on peut observer dans les ONG. En effet, une ONG peut porter les différents aspects de ces définitions d'un système qui peut être à la fois : un ensemble d'éléments en interaction, dynamique avec des interrelations ayant un objectif précis susceptible de favoriser une prise de décision. Cela sous-tend une communication permanente tout au long du processus puisse que la question des interactions entre les différents individus reste déterminante. La communication peut ici être considérée comme l'élément transversal qui accompagne tout ce processus.

Au vu de l'ensemble des définitions ci-dessus, on peut reprendre certains éléments au compte de l'étude pour tenter la comparaison Système – ONG. La similitude des deux éléments comparés, laisse penser qu'on peut considérer une ONG comme un système. Elles renferment en elle, les caractéristiques ci-dessus. Ces dernières sont des structures organisées constituées de différentes composantes (hommes et femmes) avec un but (lucratif ou non lucratif), et qui compte sur son dynamisme (interaction) pour prendre des décisions ou mettre en œuvre des

³⁵⁶ Certu, 2007, les rapports d'étude « Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité ». En ligne <https://fr.calameo.com/read/0007132667e5ca17f610d> P.18

³⁵⁷ https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf

³⁵⁸ Ibid.

actions. L'ensemble de ces éléments laisse penser naturellement que l'ONG est aussi un système organisé.

Pour renforcer cette comparaison, il était important de s'appuyer sur la définition de Bernard Wallisser qui apporte des éléments de comparaison qui nous semble plus approprié à comparer avec l'ONG comme système³⁵⁹. Ainsi, il définit le système comme « *une entité relativement individualisable, qui se détache de son contexte ou de son milieu tout en procédant à des échanges avec un environnement* ³⁶⁰ ». Si les autres définitions relèvent les caractéristiques locales d'un système, celle-ci introduit la notion de transposition d'un contexte A vers un contexte B. Autrement dit l'auteur introduit le caractère « *international* » de ce type de système, objet de notre étude. La place de l'acteur transnational semble avoir toute sa place puisqu'il décrit un mouvement individualisé dans un contexte ou un milieu différent. La communication des ONG internationales entre dans cette logique. Ces échanges mettent en avant la notion d'interaction entre deux éléments (individu-environnement) qui est théorisé par Jay Forrester dans une « *nouvelle discipline, la dynamique des systèmes*³⁶¹ ». Il s'intéresse ici « *à la façon dont se produisent les changements à l'intérieur des systèmes étudiés* ». Ce qui permet d'explorer « *une méthode de modélisation apparue dans les années 60 [...] permettant d'appréhender la dynamique d'un système [qui se fonde] sur les concepts d'interaction* ³⁶², de *réaction et de complexité* ³⁶³. Or ces trois notions semblent être des caractéristiques de la communication des ONG internationales en Afrique.

1.1.2. L'approche systémique entre interaction globalité et complexité.

Ces différents concepts introduisent la question de l'approche systémique, développée par des auteurs comme Norbert Wiener, Paul Watzlawick... Ces auteurs considèrent dans leur analyse qu'une organisation est un système constitué de sous-système lié par des interactions.

Il faut noter que « *l'approche systémique, issue des théories cybernétiques, considère que l'organisation constitue un système lui-même constitué d'un ensemble de sous-systèmes* ³⁶⁴ ».

³⁵⁹ Théorie systémique, <https://gdlyon.pagesperso-orange.fr/070TheoSystem.pdf>

³⁶⁰ https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf

³⁶¹ Certu, 2007, les rapports d'étude « Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité ». En ligne <http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/1431/?sequence=1>. p.16

³⁶² Ibid. p.18

³⁶³ Forrester J.W., 1984, 3ème édition, Principes des Systèmes, Presses Universitaires de Lyon

³⁶⁴ CEPID, 2011, « *L'approche systémique des organisations* », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

Ce qui nous laisse penser que les ONG en tant qu'organisation elles aussi sont des systèmes constitués de sous-systèmes. Dès lors on peut considérer que la communication des ONG, les finances (collectes dons, dépenses...), les composantes projets, le suivi-évaluation, les bénéficiaires... sont des sous-systèmes qui constituent les ONG. Elles rendent complexe la manière d'appréhender ou de définir l'organisation, puisse qu'elles ne pourraient pas être cataloguées seulement à partir d'un seul prisme mais à partir des différents jeux d'interactions. En revenant sur la problématique de la communication des ONG en Afrique, il serait intéressant à travers les thématiques déjà soulevés de comprendre les obstacles liés à la communication en analysant les sous-systèmes de cette communication des ONG et les différentes interactions pour apporter des réponses.

Avec l'introduction de la question de feedback, Norbert Wiener (1950) parle de l'importance de la prise en compte des effets du feedback dans un processus de communication. Cette question s'est approfondie avec l'école de Palo Alto avec une analyse des relations humaines et des modèles de réseau. Le CEPID (2011) revient sur la possibilité ailleurs « *d'analyser la complexité d'une organisation grâce à sa décomposition en un ensemble d'éléments plus réduits et donc plus accessibles pour une analyse* ³⁶⁵ ».

Ce qui constitue un prolongement de l'approche systémique qui étudie entre autres les systèmes de relation à travers des schémas d'interactions communément appelés modélisation. Il faut noter que l'approche systémique « *prend donc en compte la communication et les interactions entre les individus* ³⁶⁶ » qui reste visible et compréhensible grâce à une modélisation des différentes interactions. Cela permet de comprendre davantage l'organisation du système à étudier.

Les ONG restent ainsi selon notre point de vue un système constitué de sous-système qui partent de la décision, de l'information, de la communication, des relations sociales, de développement des technologies qui intègrent parfaitement les quatre concepts fondamentaux de l'approche systémique. Elle « *analyse les interdépendances entre ces différents systèmes ainsi que les relations avec les environnements externes* ³⁶⁷ ». Pour rappel les 4 concepts fondamentaux de l'approche systémique sont : l'interaction, la globalité, l'organisation et la complexité.

Plusieurs éléments définissent l'approche systémique et sa démarche systémique³⁶⁸ (Karsky, Donnadiou, 2002). Avant d'aborder la question, il est important de rappeler que cette approche

³⁶⁵ CEPID, 2011, « l'approche systémique des organisation », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁶⁶ <https://www.formation-therapeute.com/approche-systemique/quest-ce-que-lapproche-systemique.html>

³⁶⁷ http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁶⁸ Certu, 2007, les rapports d'étude « Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité ». En ligne <http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/1431/?sequence=1> p.30

est une méthode d'analyse qualitative. En effet, sur le modèle ci-dessus, la démarche systémique offre une vision circulaire qui fait penser au Feedback théorisé par Norbert Wiener. Elle laisse penser aussi à la manière dont les ONG construisent leur projet à travers la connaissance et la compréhension des systèmes existants dans leur lieu d'intervention.

Sur le schéma ci-contre, les auteurs partent d'une situation observable et qui permet d'avoir une représentation de la réalité à partir des connaissances de l'individu et de sa compréhension de la situation (du lieu, de l'évènement...) mais aussi des différentes modifications qui interviennent au fil du temps.

Cela permet de poser les bases de la construction de l'objet³⁶⁹. Cette démarche systémique permet de représenter la réalité comme un système ainsi que l'analyse et la modélisation. Cependant, les auteurs n'apportent pas d'éclairage sur cette représentation de la réalité. Est-ce une image actuelle, ou une image désirée, ou une image souhaitée ou voulue ? La démarche systémique n'indique pas aussi la place des préjugés ou représentations singulières et leur impact dans le projet à mettre en œuvre.

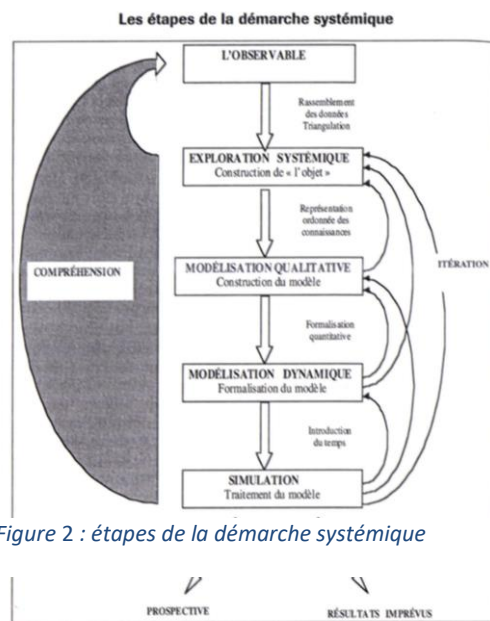


Figure 2 : étapes de la démarche systémique

Ce modèle circulaire et itératif qui met en avant les différentes interactions entre les sous-systèmes, reste la base de cette approche. La place des perceptions (stéréotypes ou réalités) permet dans cette démarche d'ordonner les représentations des connaissances qui permettent par la suite à la simulation de recorriger soit l'analyse quantitative ou la modélisation.

Le modèle issu de la démarche systémique selon Donnadiou, G. & Karsky, M. (2002) offre des similitudes par rapport à la démarche de mise en place d'un projet ou programme par les ONG internationales en Afrique mais aussi montre les limites qui en découlent. Cela est d'autant plus important qu'elles partent souvent d'une situation observable pour construire l'objet à travers leurs connaissances « extérieures ».

Cependant, si leurs perceptions sont analysées à partir de leur réalité (Occidentale), l'on peut se permettre de poser la question suivante : à partir de quel prisme se fait les représentations de la réalité ? Autrement dit l'analyse des représentations est-elle faite à partir des connaissances de l'ONG ou les réalités culturelle locales ?

³⁶⁹ Donnadiou, G. & Karsky, M. (2002). La systémique, penser et agir dans la complexité. Paris : Editions de liaisons

Si l'objectivité de la représentation de la réalité ou la subjectivité de celle-ci n'est pas mise en avant dans le cadre de cette approche, N. Lugan, 1993, nous offre une toute autre lecture de la démarche systémique. L'auteur estime que celle-ci « *consiste toujours (...) à isoler un certain nombre d'éléments N, en privilégiant certains types de relations qui vont conférer à ce système une relative autonomie par rapport à un ensemble d'éléments plus vaste* ³⁷⁰ ».

L'analyse des systèmes pour comprendre une action offre une vision plus large de l'organisme à étudier. A cet effet, l'approche systémique « *se distingue des autres approches par sa façon de comprendre les relations humaines* ³⁷¹ ». En effet, la question de l'interaction et de l'influence entre « *l'individu [qui] fait partie et est influencé par différents systèmes : familial, professionnel, social,...* » prend une proportion très importante dans la compréhension du phénomène. L'approche, « *est particulièrement utilisée en thérapie familiale car une famille constitue bien sûr un système social naturel mais l'approche systémique peut bien sûr s'appliquer dans le cadre d'une thérapie individuelle et non familiale* ³⁷² ».

Christine Tavernier (formatrice en approche systémique) pense que « *les personnes dépendent les unes des autres et leurs échanges se font selon des règles implicites de communication utilisées le plus souvent de manière inconsciente* ». Selon elle, pour utiliser l'approche systémique dans la thérapie, il est important de comprendre que « *les difficultés d'une personne signalent parfois une souffrance qui peut parfois être celle d'un système* ³⁷³ ». La question de la globalité prend tout son sens pour expliquer un phénomène parfois isolé.

L'étude ne peut pas simplement se limiter à la communication des ONG (supports -médias) mais à la globalité de l'action de la communication et des interactions possible entre l'individu, sa culture, sa langue, son projet, ses influences, son environnement et sa manière de se comporter.

Cela se comprend davantage dans les démarches d'accompagnement social individualisé où la personne est replacée dans le système familial pour comprendre la situation, ses difficultés et/ou la relation familiale, les effets de ces interactions sur son comportement ou sa situation actuelle.

³⁷⁰ Théorie systémique, <https://gdlyon.pagesperso-orange.fr/070TheoSystem.pdf>

³⁷¹ Stéphanie Beyeler, 2018, « *Qu'est-ce que l'approche systémique ?* ». En ligne <https://www.therapiepro.com/articles/quest-ce-que-l-approche-systemique.html>

³⁷² <https://www.formation-therapeute.com/approche-systemique/quest-ce-que-l-approche-systemique.html>

³⁷³ Christine Tavernier, 2017, « *qu'est-ce que l'approche systémique* » <https://www.formation-therapeute.com/approche-systemique/quest-ce-que-l-approche-systemique.html>

L'approche systémique ne se limite pas simplement à la dimension communicationnelle. Elle intègre aussi d'autres dimensions y comprises celle sociale, objet de l'intervention des ONG internationales en Afrique.

1.1.1. Quelques principes de l'approche systémique

L'utilisation de ces principes permettent à l'étude de structurer la démarche avec des repères qui partent des bases de l'approche. Pour mieux appréhender l'approche systémique, il faut prendre en compte ces principes qui vont être utilisés pour faire l'analyse de la communication des ONG internationales. Ainsi, l'approche systémique et communicationnelle permet d'arriver aux mêmes conclusions que l'analyse du pouvoir sans utiliser certains concepts ³⁷⁴ clés.

L'étude va se reposer sur trois principes fondateurs de l'approche systémique. Le premier est celui de l'interaction. Cette question prend son sens dans le cadre de notre étude parce qu'elle s'intéresse à la question de l'interaction (interpersonnelle) entre les ONG Internationales. Les échanges entre les populations locales et les travailleurs transnationaux semblent parfois constituer les principaux éléments d'obstacles à la communication. Cette démarche se justifie puisse qu'elle intègre d'autres marqueurs comme la langue, la culture, les modes de communication, mais surtout la place de la communication non verbale. L'étude de l'interaction passe aussi par une prise en compte du contexte puisse qu'« *on ne peut comprendre un élément sans connaître le contexte dans lequel il interagit* ³⁷⁵ ».

Ce même principe est aussi appelé par Alex Muchielli : la systémique. Il considère qu'il n'y a pas de communication isolée, mais seulement des systèmes de communication. Ce qui implique une interaction avec d'autres phénomènes de même nature.

Le deuxième principe est celui de la totalité. Si cette question permet de comprendre le système dans sa globalité, elle permet d'avoir une vision plus large des éléments qui la composent. Pour le CEPID ce principe obéit à « *la logique d'action du groupe [qui] prime sur celle des individus qui le composent* ». L'étude de la globalité permet de donner une explication plus large des phénomènes qui composent la communication des ONG. Si l'on part de la philosophie de l'école de Palo alto « *tout est communication* », il est important dans le cadre de l'étude de prendre plusieurs dimensions de la communication pour expliquer celle des ONG en direction des populations locales.

³⁷⁴ « Zone d'incertitude », « maîtrise de ces zones » et de « lutte pour le pouvoir »

³⁷⁵ CEPID, 2011, « l'approche systémique des organisation », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

On peut parler aussi du principe d'Observation et recadrage. Il considère qu'un phénomène n'est compréhensible que replacé dans un contexte qu'il faut définir. Dans cette étude, le cadrage aide à définir par exemple les acteurs à prendre en compte (chef, cadre, employé, population locale, acteurs transnationaux).

D'autres auteurs parlent eux du principe du primat du contexte systémique. Pour eux, les phénomènes prennent leur sens dans une situation formée par le système lui-même. Une communication ne prend son véritable sens que si on la replace dans son contexte systémique. Enfin le troisième principe est celui de la rétroaction. Dans sa définition, la rétroaction est « *un type de causalité circulaire où un effet (B) va rétroagir sur la cause (A) qui l'a produit* ³⁷⁶ ». Cette rétroaction est aussi un principe fondamental de la communication qui est ici rappelé par le schéma de Shannon. Elle montre toute sa différence avec la notion de l'information. Ce principe pose aussi la notion de boucle « *circulaire* » qui est un élément important dans la modélisation proposée pour comprendre les phénomènes et les interactions entre les sous-systèmes.

La rétroaction permet de prime à bord d'avoir des éléments de retour, d'évaluation mais aussi de prise en compte des besoins des populations locales. Le positionnement de ces dernières semble être déterminant puisque qu'elle permet d'avoir un retour sur ce qui est proposée ou sur l'apport et la contribution de cette dernière.

Ce principe porte le nom aussi du principe de la causalité circulaire et de boucles de feed-back. Par ailleurs, cette recherche souhaite partir des différentes étapes de l'approche systémique ici redéfinit par Alex Mucchielli. Si la définition des trois principes fondateurs déjà cités ci-dessus est essentielle et doit être complétée par d'autres ; l'étude compte rajouter à ces derniers un état des lieux sur les étapes de mise en œuvre de l'approche systémique. Les principes fondamentaux sont : l'interaction, la globalité et la rétroaction. Elle est complétée par Alex Mucchielli a répertorié trois autres principes systémiques et leurs applications ³⁷⁷.

Celui-ci est nommé : l'homéostatique. L'auteur pense que chaque système a ses propres règles. Il y a aussi le principe de la nature de la communication. Il prend en compte la manière de généraliser des contenus observés et ayant la même signification. Enfin, A. Mucchielli parle de principe de récurrence des jeux d'interactionnels.

³⁷⁶ CEPID, 2011, « l'approche systémique des organisation », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁷⁷ Alex Mucchielli, 2004, « étude des communications, approche par la modélisation des relations » P.44

1.1.2. Approche systémique communication – relation

Ces deux notions « *communication-relation* » sont des éléments vont constituer une partie de l'analyse de cette thèse. Ils laissent apparaître la question de l'interculturel, des obstacles liés à la culture, à la langue, de la place et du rôle des différents acteurs. Cela nous conduit à tenter de comprendre les systèmes de relations qui existent entre les ONG et les populations bénéficiaires au travers de la communication. Revenant sur la définition d'un système du point de vue de la communication systémique, il est important de revenir sur ces principes clés pour expliquer l'approche systémique de la communication. Dès lors faire de la communication systémique revient à étudier dans un premier temps les interactions dynamiques dans *un 'processus dit circulaire' qu'on peut aussi appelé 'Feedback'*. Cela revient ensuite à étudier "le gestuel, les attitudes, les comportements " dans une logique où tous les éléments peuvent être considérés comme de la communication. Cette dernière reste le fondement de l'école de Palo Alto. Cependant, Paul Watzlawick, parle « *d'une approche systémique qui insiste sur les relations humaines*³⁷⁸ ». Cette vision de l'un des principaux responsables de cette école se base sur le fait que « *la communication est principalement une question de relations humaines et non pas une question d'outils techniques ou de canaux*³⁷⁹ ». Ce qui va à l'encontre du modèle mécanique de Shannon. En ce sens la communication n'est plus un modèle unidirectionnel : émetteur, "bruit" récepteur mais il reste le produit d'une interaction qui intègre ou remplace plusieurs dimensions dont celle de la culture dans une position de choix. D'où l'intérêt de conforter le choix de l'analyse de la communication des ONG internationales dans le contexte de la dynamique des interactions entre les différents acteurs. L'étude compte dans un premier temps analyser les relations qui existent entre les populations bénéficiaires et les ONG internationales sous plusieurs points cités ci-haut.

Ainsi, l'approche systémique de la communication-relation va octroyer une place importante au contexte pour comprendre le processus de communication mais va s'intéresser aussi « *à la qualité et à la convivialité des relations entre les individus*³⁸⁰ » dans le but de proposer une analyse. A travers l'approche systémique des relations qui est une méthode d'analyse, ce travail compte s'intéresser aux échanges entre des partenaires de communication. Elle cherche, d'une

³⁷⁸ Badillo, Patrick-Yves. « *Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « Émetteur » au modèle communicationnel* », Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 14/1, no. 1, 2013, pp. 19-34. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-1-page-19.htm>

³⁷⁹ Ibid.

³⁸⁰ Ibid.

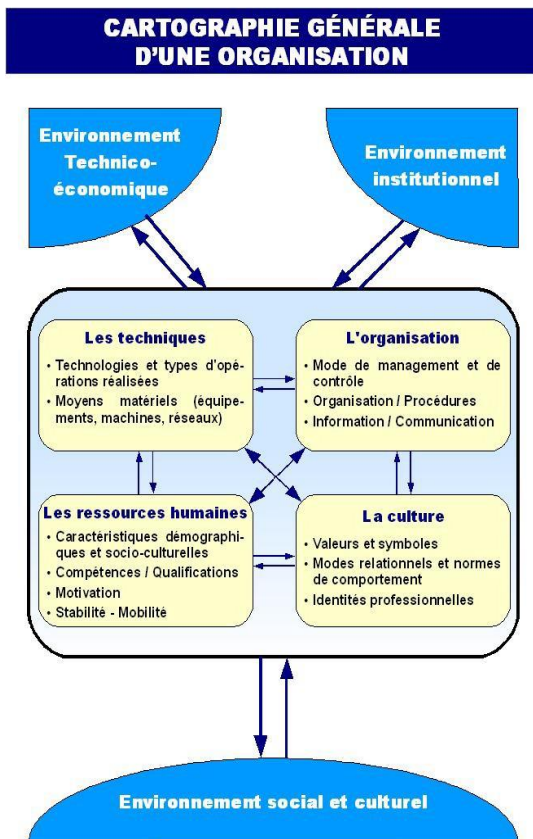
part, à reconnaître le système que forment les échanges et, d'autre part, à expliciter les règles du « jeu » favorable à la génération du système. Elle permet de prendre en compte la dimension de la communication interpersonnelle et interculturelle dans l'étude

L'analyse de la systémique des relations comporte en effet trois étapes. Premièrement : l'analyse du sens de chaque interaction ; deuxièmement : la formulation du système des interactions et enfin : la formulation des rôles.

Dans un contexte de lutte contre la pauvreté, l'analyse du système permettra de déterminer certaines responsabilités sur la manière ou l'influence de ces organisations sur le terrain. Quelle sont leurs responsabilités dans les changements constatés sur le terrain ? Quelle est rôle des jeux d'interactions sur certaines valeurs comme la liberté, l'identité... ?

1.1.3. L'approche systémique d'une organisation³⁸¹

Dans cette partie, l'étude s'intéressera à l'environnement institutionnel pour comprendre les interactions avec les différentes institutions et leurs rôles. Ensuite, elle tentera d'apporter des



éclairages sur l'environnement technico-économique³⁸². Enfin, une dernière partie concerne l'environnement social et culturel.

Cette dernière partie de la systémique des organisations permettra d'utiliser une approche comparative pour comprendre les apports mais aussi les influences des uns et des autres. Pour le CEDIP, « il s'agit des croyances, des règles et des principes dominants dans une société à un moment donné de son histoire, dans lesquels les salariés vont puiser leurs références, leurs valeurs et leurs groupes d'appartenance³⁸³ ». Mais qu'en est-il de l'adaptation des acteurs transnationaux et de l'impact de leur intervention dans la modification des modes de fonctionnements locaux

Figure 3 Cartographie générale d'une organisation

³⁸¹ http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁸² Les technologies, le système client, les fournisseurs, le contexte financier, les concurrents

³⁸³ http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

Ce schéma générale³⁸⁴ ci-après laisse voir les trois différents environnements que l'étude prévoit d'explorer. Leurs interactions entre l'environnement technico-économique, institutionnel et socio-culturel vont être les bases de l'analyse dans la cadre de cette recherche. Ils doivent servir de base pour prendre en compte l'organisation dans sa globalité³⁸⁵, la culture à la fois de l'ONG et la culture locale mais aussi les techniques utilisées et les différents acteurs. Ce schéma ci-contre montre l'importance des interactions entre les différentes rubriques.

1.1.1. Etapes de l'approche systémique ³⁸⁶

L'étude s'appuiera sur les étapes de la démarche systémique pour affiner cette recherche. Même si toutes les six étapes ne seront pas toutes utilisées dans le cadre de cette étude, certaines d'entre elles paraissent importantes. Elles passent par l'utilisation des différents principes pour analyser la communication des ONG. Elles partent d'une posture d'observation pour finir avec une posture d'interprétation des éléments existants. Cela permet de comprendre l'évolution de la situation des systèmes en interaction.

La première étape passe par l'observation et le recadrage. Elle propose d'avoir un global « *totalité* » sur le système pour le comprendre. Cette étape utilise le deuxième principe de l'approche pour mettre en œuvre cette partie. Il convient compte tenu de la problématique de recherche de définir un niveau pertinent d'observation-enquête. Dans cette recherche le point de départ de ces observations émane d'une part des expériences vécues auprès des ONG internationales au Sénégal. Cependant, l'observation faite à partir des certains échecs constatés dans le cadre de l'exercice des fonctions de chargé de communication. L'observation n'avait pas permis de déterminer les causes profondes de l'échec que cette recherche tentera d'approfondir ou d'apporter des éléments de réponse.

La deuxième étape 2 part de la question de l'interaction. Cette notion est le fondement du premier principe de l'approche. Cette dimension est complémentaire de la première car elle permettra d'analyser de manière globale le système de communication mais d'en comprendre les interactions essentielles pour comprendre les systèmes. Elle consiste à identifier le

³⁸⁴ CEPID, 2011, « l'approche systémique des organisation », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁸⁵ Chaoui Mohamed, 2003, « *les fiches de lecture de la Chaire D.S.O. : Alex Mucchielli, 1998 : Approche systémique et communicationnelle des organisations*-Armond Colin ». CNAM. http://mip-ms.cnam.fr/servlet/com.univ.collaboratif.util.LectureFichier?ID_FICHIER=1295877018153

³⁸⁶ Alex Mucchielli, 2004, « étude des communications, approche par la modélisation des relations » P.44-45-46

phénomène et à trouver d'autre élément du système en interaction pour que celui-ci ne soit pas isolé dans l'analyse. Par exemple en essayant de comprendre la question vitale du « *don* » pour les ONG internationales, on pourrait aussi comprendre les stratégies de communication mise en place pour favoriser l'implication des donateurs et des bénéficiaires. Il est nécessaire de retenir que lorsqu'on perçoit un phénomène, celui-ci ne peut exister seul. Cela implique que pour comprendre un problème il est nécessaire de prendre en compte plusieurs variables et leurs interactions pour apporter des éclairages.

La troisième étape est une émanation du principe qui s'intéresse à la nature de la communication qui va du contenu à la signification. Elle s'emploie à repérer les récurrences des échanges et la totalité du système. Elle permet de définir les formes d'interaction avec une catégorisation de ces formes d'échanges (circulaires, unidirectionnel, feedback...).

La quatrième étape est complémentaire de celle qu'elle précède. Elle permet de faire une modélisation d'une problématique. Cette partie permet aussi de reconstituer les causalités circulaires et d'expliquer les règles de jeu qui semblent présider ces causalités circulaires.

Cette étape fait partie des éléments cruciaux de l'étude puisque qu'elle participe à consolider la tentative de modélisation des pratiques des ONG internationales mais aussi les interactions liées à la communication des ONG. Dans le cadre des modélisations proposées, la notion de point d'entrée semble déterminante même si certaines interactions entre les sous-systèmes permettent d'expliquer ou de considérer d'autres points d'entrée comme indispensable au modèle au vu de leur importance.

Les deux dernières étapes sont respectivement celle de l'interprétation de l'ensemble des données organisées dans la modélisation pour trouver le jeu global et sa logique et celle de la réflexion sur les hypothèses d'intervention pour faire évoluer le système. Cette partie concerne moins la recherche puisque qu'il ne s'agit pas de proposer des solutions mais de partir des hypothèses posées.

1.1.4. Intérêt de cette approche

L'intérêt premier de cette approche est d'abord de comprendre les différentes influences entre l'ensemble de facteurs.

Le deuxième intérêt est la possibilité de faire de la modélisation des systèmes à partir des éléments de connaissances. Il facilitera l'identification des sous-systèmes pertinents, les points nodaux, les facteurs d'inertie (analyse du fonctionnement).

Le troisième intérêt est de considérer les situations de manière globale tout en évitant de les considérer de façon isolée. L'étude tente plutôt de décloisonner les perceptions mais aussi d'analyser la conception des stéréotypes.

L'approche cherche à identifier les facteurs qui sont en interaction. Cette interaction entre les ONG et les populations locale renvoie à la question de la communication « *feedback* ». Cependant la notion d'interdépendance reste un pilier pour analyser les effets des modifications qui peuvent intervenir ou influencer.

Enfin l'intérêt de se référer à cette approche relève d'identifier le ou les ensembles des facteurs susceptibles de contribuer au changement désiré³⁸⁷

<p>Approche systémique</p> <p>Relie : se concentre sur les interactions entre les éléments.</p> <p>Considère les effets des interactions.</p> <p>S'appuie sur la perception globale.</p>

Source : J. de Rosnay, 1975

Figure 4 : Approche systémique

Schéma³⁸⁸

1.1. APPROCHE CONSTRUCTIVISTE

Dans le cadre de cette étude, le choix de se référer à l'approche constructiviste semble approprié. Gilles Gauthier fait la différence entre la construction en communication et le constructivisme comme une philosophie. En effet, il affirme qu'il faut faire « *une distinction entre, d'une part, l'idée élémentaire de construction qui reconnaît simplement qu'il y a une part de construction en communication et, d'autre part, le constructivisme, position philosophique qui peut être dégagée [...] de l'idée de construction* »³⁸⁹.

Alex Mucchielli précise que « *le constructivisme s'inscrit dans un mouvement historique de fond qui voit les sciences humaines et sociales s'orienter vers l'analyse des logiques d'action et des pratiques sociales en situation pour répondre, à la crise des grands systèmes explicatifs et à la forte demande managériale d'analyse des situations professionnelles* »³⁹⁰.

Cette définition semble plus correspondre à l'étude qui s'inscrit dans cette dynamique puisse qu'elle entend analyser les logiques d'actions et d'intervention des ONG et leurs pratiques sociales en Afrique en général et au Sénégal en particulier en lien avec la communication. Cela reste le cœur de l'étude puisse qu'on tente de répondre à la question : pourquoi les ONG internationales interviennent-elles en Afrique ?

³⁸⁷ CEPID, 2011, « L'APPROCHE SYSTÉMIQUE DES ORGANISATION », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf

³⁸⁸ <https://zenitcoachinglabauile.blogspot.com/2017/09/theorie-de-la-communication-et-approche.html>

³⁸⁹ Gilles Gauthier, « Critique du constructivisme en communication », Questions de communication [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 01 juillet 2003, consulté le 17 février 2018. En ligne : <http://questionsdecommunication.revues.org/7502>

³⁹⁰ Alex Mucchielli, 2011, « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales » 3ème édition. p.35

L'analyse lexicale sur les différents contenus de présentation des ONG internationales devraient permettre de comprendre les différentes motivations et logiques d'intervention toujours en lien avec la communication mise en place. Cependant explorer d'autres auteurs permettra de mieux comprendre l'approche et le choix porté sur celle-ci.

Dans sa tentative de définir le constructivisme dans Philomédia, Julien Lecomte (2018) pense que « *le constructivisme en épistémologie réfère à la thèse selon laquelle le sujet connaissant a un rôle actif dans la construction de ses représentations. Autrement dit, nos représentations (nos croyances, nos connaissances, notre "vision du monde", etc.) sont construites à travers le prisme de notre cognition* ³⁹¹ ». Cette définition revient sur l'idée selon laquelle, le sujet (le chercheur ou l'ONG) joue un rôle dans la construction à la fois de sa recherche pour l'un et/ou la mise en place de l'action souhaitée pour l'autre.

Cependant cette simplicité cache bien une dimension philosophique qu'incarne l'approche constructiviste avec des questions essentielles : qui observe ? et pourquoi ? de quelle manière se mène cette recherche ou l'action, quelle est la neutralité des acteurs qui interviennent ? Quelle est la finalité ? Ainsi la question de nos représentations prend une place importante dans ce contexte puisse qu'on pourrait croire que cette approche dit "des évidences". Mais dans cette étude l'utilisation de l'approche se justifie plutôt par la démarche que pourrait emprunter à la fois le chercheur (observations, vécus) et qui n'est pas forcément celui du responsable de l'organisation qui souhaite mettre en place des actions en place à travers sa vision et ses représentations.

Cela permet d'éviter ce que Sandra Charreire et Al. (2011) appellent « *la confusion systématique entre constructivisme-objet, imputé aux acteurs et constructivisme méthodologique de l'observateur chercheur* ³⁹² ». C'est en ce sens que l'étude semble intéressante, puisse qu'elle pourrait définir deux postures différentes dans une démarche de recherche ou de mise en place d'une action.

La question de la place du chercheur peut illustrer l'importance de cette approche qui permet à la fois à l'étude de se construire sur les bases d'une recherche à partir des observations du chercheur et à la fois de se détacher autant de la construction des représentations qui peuvent

³⁹¹ Julien Lecomte, 2018, Blog « qu'est-ce que c'est le constructivisme ? » <https://www.philomedia.be/quest-ce-que-le-constructivisme/>

³⁹² Sandra Charreire et Isabelle Huault, 2001, « *Le constructivisme dans la pratique de recherche : une évaluation à partir de seize thèses de doctorat* », Finance Contrôle Stratégie – Volume 4, N° 3, septembre 2001, p. 31 - 55. Université Paris 12-Val de Marne. P47. En Ligne : <https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/huault.pdf>

être le fruit d'une observation spécifique et non généralisée voire construite par les médias. Il faut noter que la construction des représentations à la fois des médias et l'utilisation qu'en font les acteurs sociaux interrogent dans le cadre de cette recherche.

La compréhension du constructivisme passe aussi par la lecture faite sur les différents courants existants ci-après et définit par Manuel Bächtold : auteur de "Epistémologie et didactique de la physique : le constructivisme en question" à la Revue TREMA : A priori, la démarche des ONG pourrait s'inspirer du premier courant ci-après ; tandis que l'étude s'inspire du courant épistémologique.

Encadré : Epistémologie et didactique de la physique : le constructivisme en question.

« Le courant constructiviste en psychologie du développement cognitif, selon lequel le sujet cognitif construit des connaissances afin de décrire et prédire ses expériences personnelles lors de ses interactions avec son environnement à la fois physique et social ;

Le courant constructiviste en épistémologie, selon lequel les scientifiques construisent les connaissances afin de décrire et prédire l'ensemble des phénomènes survenant ou pouvant survenir lors de notre interaction avec le monde ;

Et le courant constructiviste en didactique des sciences, selon lequel l'enseignant propose aux élèves des activités qui leur permettent de construire les connaissances à apprendre ³⁹³ ».

Revue internationale en science de l'éducation et de la didactique. Tréma, 38 | 2012, 6-39.

Pour Jacques Miermont pour sa part définit le constructivisme comme « *un ensemble d'épistémologies des systèmes observants-observés, qui affirme l'importance de la relation dans l'acte de connaître* ³⁹⁴ ». Ici la question de la relation voir même de l'interaction entre les différents acteurs semble important puisse qu'elle permet de déboucher sur la construction de la connaissance ou sur la tentative de connaître. Cela permettrait dans le cadre de l'intervention des ONG Internationales de construire par ailleurs des actions à travers leur expérience.

Le terme expérience peut découler ou être la somme de l'action de connaître. G. Gauthier (2003) complète son propos en faisant référence à la question de l'information en affirmant que « *l'approche constructiviste insiste sur l'idée selon laquelle le monde que montrent les médias n'est pas donné, mais façonné* ³⁹⁵ ». Cette idée de construction peut être rapprochée à la manière

³⁹³ Manuel Bächtold, « *Epistémologie et didactique de la physique : le constructivisme en question* », Tréma [En ligne], 38 | 2012, mis en ligne le 01 décembre 2012, consulté le 04 mars 2020. URL : <http://journals.openedition.org/trema/2815>

³⁹⁴ Jacques Miermont, 2001, « *Le constructivisme en psychiatrie* » Act. Méd. Int. - Psychiatrie (18) n° 4, En ligne : <https://studylibfr.com/doc/2000649/le-constructivisme-en-psychiatrie>

³⁹⁵ Gilles Gauthier, « *Critique du constructivisme en communication* », Questions de communication [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 01 juillet 2003, consulté le 17 février 2018. En ligne : <http://questionsdecommunication.revues.org/7502>

des ONG de construire leur action. Par exemple transposé le développement ou des pratiques d'une localité à une autre.

Si l'auteur affirme que le « *tel objet, produit ou réalisation de communication, sont construits ou co-construits, [avec la possibilité que...] la réalité sur laquelle ils portent, que la communication elle-même et l'espace public sont essentiellement affaire de construction* ³⁹⁶ ». Cette deuxième affirmation peut aussi rentrer dans la même logique de la construction des actions des ONG internationales. Elle révèle une fois de plus la place de la communication dans l'approche constructiviste. Ainsi, elle intègre la théorie sociale des relations internationales qui va de l'interaction à l'apprentissage en passant par la manière dont l'action ou l'activité est mise en œuvre au travers de la communication.

En effet, l'étude s'intéresse aux relations internationales qui est aussi le corolaire de l'approche constructiviste. Elle s'intéresse aussi à l'idéologie constructiviste par rapport à la construction du monde et l'idéologie des ONG et leur vision. Cela permet de comprendre davantage l'intervention des ONG avec une question essentielle : pourquoi interviennent-elles ou quelle est le fondement de leur action ? Comment cela se construit leur intervention ? Le centre d'étude européenne affirme que « *le constructivisme cherche à comprendre l'origine et le sens des relations internationales en explorant des approches sociologiques [elle est...] une méthode d'analyse de relations sociales* ³⁹⁷ ». Si l'encrage à la relation internationale ne fait plus de doute, Thierry Braspenning précise que « *ce social constructivisme, [c'est] en somme cette théorie sociale des Relations Internationales* ³⁹⁸ ». Il spécifie que « *le constructivisme se penche sur la nature des acteurs (Etat, groupe et individus) et sur leurs relations aux environnements structurels plus larges* ³⁹⁹ ».

Ceci va permettre à l'étude ainsi de s'intéresser à la nature de la relation entre les ONG internationales et les populations locales avec des déterminants comme la culture, l'interculturel, le langage, les relations, l'interaction...

La définition du constructivisme en relations internationales ⁴⁰⁰, offre ainsi trois perspectives intéressantes. Une première qui part d'une politique mondiale qui définit des normes et des valeurs avec la perspective de faire de ces normes un guide de bonne pratique. Elle laisse penser à la mondialisation qui tente d'uniformiser les pratiques mais aussi les modes pensées et

³⁹⁶ Ibid.

³⁹⁷ Centre d'études européenne, 2008 « Vers un « constructivisme tempéré ». Le constructivisme et les études européennes ». en ligne : <http://www.laidi.com/sitedp/sites/default/files/Séminaire%20constructivisme%20doc%20final.pdf>

³⁹⁸ Thierry Braspenning, « constructivisme et réflexivisme en théorie des relations internationales », p.318-319. En ligne, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/FD001435.pdf>

³⁹⁹ Thierry Braspenning, « *constructivisme et réflexivisme en théorie des relations internationales* ». p.319. En ligne, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/FD001435.pdf>

⁴⁰⁰ [http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Constructivisme%20\(relations%20internationales\)/fr-fr/](http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Constructivisme%20(relations%20internationales)/fr-fr/)

méthodes d'intervention tout en proposant une vision de ce que devrait être la marche du monde.

La deuxième perspective rentre dans la dynamique que Daniel Descendre ⁴⁰¹ utilise pour expliquer le processus de changement de comportement que les ONG mettent en place lors de leur installation. Une dynamique de construction qui passe par « *la structure [qui] invite les acteurs à redéfinir leurs intérêts et leurs identités dans un vaste processus d'interactions* ⁴⁰² ». Enfin, la troisième perspective rentre dans le cadre du fonctionnement de la structure et de la mise en œuvre des actions qui favorisent l'interaction.

Cette dernière rentre dans le cadre de l'analyse de l'étude qui s'intéresse à la manière dont les ONG fonctionnent, à l'interaction et le résultat ou l'impact de leur action sur la vie des populations bénéficiaires. Cependant, on peut noter que cette perspective contribue à faciliter le transfert d'idée à travers les modèles vulgarisés.

En se référant à d'autres auteurs comme Piaget (1968), Simon (1969), Bateson (1970), Morin (1982), J.-L. Le Moigne, (1994), Paul Watzlawick, John R. Searle (1998) ; l'on voit que l'approche constructivisme prend différentes variantes et se veut de partir de « *la construction sociale de la réalité* ». Celle-ci peut être différente en fonction du prisme, de la perception et de la conception de la réalité. Cette différence peut aussi s'exprimer à travers le niveau de développement, la dimension culturelle, le mode de vie... Exemple : la manière de percevoir certains aspects en Afrique et en Europe peuvent parfois se différencier juste avec la variante niveau de développement, mode de pensée...

John R. Searle (1998) explique dans son livre que l'approche constructiviste part du « *réel, pour expliquer à l'aide d'un enchaînement logique de propositions qui reposent sur une classification rigoureuse des faits qui composent le monde, l'émergence, le maintien, et l'évolution de la réalité sociale, et notamment, de la réalité sociale institutionnalisée* ⁴⁰³ ».

Cette approche semble similaire à celle des ONG Internationales, puissent qu'elle parte globalement du même principe que celui de la tentative de donner une explication à un fait sur la base des éléments observés.

L'exemple d'un touriste qui visite une localité et qui interprète ou analyse le niveau de pauvreté à travers sa vécue personnelle, peut être considéré comme une illustration de cette dimension globale qui semble ou qui devrait s'appliquer partout. Elle permet par ailleurs de justifier la

⁴⁰¹Descendre D., 1991 « *L'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires ?* » Essai d'analyse institutionnelle, Collectif Stratégies alimentaires ! L'Harmattan, 317 p

⁴⁰² [http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Constructivisme%20\(relations%20internationales\)/fr-fr/](http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Constructivisme%20(relations%20internationales)/fr-fr/)

⁴⁰³ John R. Searle, *La construction de la réalité sociale*. (Éditions Gallimard, 1998)

logique de leur intervention. Ce qui peut pour ces dernières (ONG) constituer une base légale d'intervention objective. Cependant l'étude compte démontrer que cette réalité observée sur une prisme et des valeurs différentes (culture, système de valeur, mode de vie...) peuvent certes justifier une intervention mais peut ne pas avoir les mêmes explications ou le même sens pour les différents acteurs en général et les populations bénéficiaires en particulier.

Les critères qui concourent par exemple à définir la 'pauvreté' pour les ONG internationales et les populations locales peuvent sembler parfois totalement différentes, ou de l'ordre de l'arbitraire ou de l'interprétation.

Pour comprendre globalement l'approche constructiviste et l'implication dans le cadre de cette étude, il faut partir de la démarche de l'approche donnée par John R. Searle (1998). Il affirme que celle-ci consiste à tenter « *de **comprendre** plutôt que d'expliquer, en partant du principe que : aucune réalité n'est objective [et que...] ; il existe plusieurs réalités construites par situations ; tout phénomène est lié à d'autres ; il existe un ensemble de causalités circulaires, complexes et multiples* ⁴⁰⁴ ». En revenant sur cette démarche, on peut noter qu'il y a deux éléments qui semblent importants et qui répond aussi à la démarche de la thèse. C'est à la fois la nécessité de comprendre et la nécessité de voir la réalité de la construction de ses représentations à partir de son propre vécu. Pour François-Gabriel Roussel, l'approche constructiviste parle de « *la première personne du singulier et des exemples tirés de [son] parcours intellectuel et scientifique personnel* ⁴⁰⁵ ».

Cette approche constructiviste s'inscrit ainsi dans la plupart des processus de mise en place des ONG internationales en Afrique.

Tout d'abord dans sa dimension ou intention de changer les situations locales vers une situation idéale propre ou identique à l'environnement de celui qui propose ce changement. C'est en ce sens qu'il est important de comprendre par quel mécanisme de communication les ONG internationale procèdent pour mettre en place leur projet.

Cette approche permettra dans l'étude d'aborder la dimension sociale de l'accompagnement des personnes et de l'adhésion au projet ou programme d'aide. Cela est d'autant plus important que Alex Mucchielli (2011) nous dit que « *dans l'approche constructiviste, le monde qui nous*

⁴⁰⁴ <https://odysseedoc.wordpress.com/2016/04/19/theories-et-modeles-de-la-communication/#constructivisme>

⁴⁰⁵ François-Gabriel Roussel, 19 | 2001, « *Vers une réalité de 3^e et de 4^e ordre ? (réflexions sur le constructivisme contemporain)* », Communication et organisation [En ligne], mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 26 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2503>

*entoure est construit à partir de nos représentations personnelles et sociales*⁴⁰⁶ ». Cependant, même si elle permet de comprendre le mécanisme de construction d'une initiative, l'importance est de comprendre le rôle que peut jouer la communication dans ce processus et la place de la construction des représentations.

Dans le cadre de l'utilisation de l'approche constructiviste, l'étude va tenter d'apporter des éléments de construction de cette représentation qui sur le plan de la communication permet de poser parfois les bases d'un imaginaire (rêve d'un pays en développement ou idéalisation de la pauvreté). La problématique de l'utilisation des stéréotypes par les ONG internationales et les mécanismes utilisés pour changer le regard local ou renforcer une idée ; semble bien confortée dans le choix de cette approche dans le cadre de cette étude qui à la fois part de l'idée que *« tout phénomène est lié à d'autres ; il existe un ensemble de causalités circulaires, complexes et multiples*⁴⁰⁷ ». Par conséquent, l'approche *« consiste à faire apparaître les différents contextes dans lesquels toute communication fonctionne nécessairement »*. L'étude a prévu de rajouter les obstacles qui sont liés à la communication par souci d'équilibre.

Si l'on se réfère à Ernst von Glasersfeld (1985) dans son propos sur le constructivisme, on peut considérer qu'*« une action ne naît pas par hasard. L'action se dirige toujours vers un but et le but est nécessairement une structure construite par des réflexes innés ou sur la base d'expériences de l'acteur*⁴⁰⁸ ». Cette affirmation peut laisser penser que l'action des ONG internationales au-delà de l'Altruisme renferme en elle est objectif très peu connu.

Revenant sur la définition du terme, Mouhamed Erradi (2016) de dire que *« le constructivisme, en épistémologie, est une approche de la connaissance reposant sur l'idée que notre image de la réalité, ou les notions structurant cette image, sont le produit de l'esprit humain en interaction avec cette réalité, et non le reflet exact de la réalité elle-même*⁴⁰⁹ ». Cette définition est complétée par celle de Piaget (psychologue) qui dans un contexte de socio-constructivisme pense plutôt à la finalité de l'approche fait que l'*« acquisition [devient] une construction*⁴¹⁰ ». Cela est tout l'inverse de Vygotsky (psychologue) qui pense que *« l'acquisition est une appropriation »*.

⁴⁰⁶ Alex Mucchielli, 2011, « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales » 3eme édition. P34

⁴⁰⁷ <https://odysseedoc.wordpress.com/2016/04/19/theories-et-modeles-de-la-communication/#constructivisme>

⁴⁰⁸ Ernst von Glasersfeld (1985) L'approche constructiviste : vers une théorie des représentations.

<http://www.vonglasersfeld.com/094>

⁴⁰⁹ Mouhamed Erradi, 2016, « l'apprentissage collaboratif ». <https://www.slideshare.net/ErradiMohamed/lapprentissage-collaboratif>

⁴¹⁰ Pädagogisches Institut für die deutsche Sprachgruppe, 2010, « socio-constructivisme »

<http://www.blick.it/angebote/reformpaedagogik/rp70111.htm>

Dans toutes les deux situations, il est important de voir que l'approche constructiviste des Organisations a pour finalité l'appropriation des idées émises et qui structure la mise en œuvre de l'action ou de l'idée.

L'intérêt de l'approche constructiviste pour cette étude est lié aux 3 grandes positions de ce modèle qui s'inspire aussi des modèles de sciences de l'éducation dans le but d'apporter un changement. La dimension constructiviste passe par une première approche dite « *modèle transmissif* ». Ce dernier rentre dans la logique de certaines ONG internationales qui tentent de transmettre "quelque chose à quelqu'un ou à un groupe d'individu" et/ou de mettre en avant ce désir de partage « *descendant* » qui s'inscrit dans leur ADN. Cette pratique peut renforcer cette dimension altruiste.

Cependant, on peut noter que certaines organisations non gouvernementales internationales qui comme le montre les enquêtes menées dans le cadre de cette étude, ont tendance à « *ignorer les conceptions préalables* » locales. Cela pourrait s'expliquer par leur désir d'apporter des changements dans une localité ou sur leurs champs d'intervention. La non-prise en compte des connaissances endogènes peuvent parfois illustrer cette manière de procéder. Dans les sciences de l'éducation, on parlera plutôt de passer d'un état de « *tête vide* » à une « *tête pleine* ». Cela passe par l'apprentissage mais aussi par le processus de changement proposé aux populations locales qui sont censées apprendre et littéralement "se remplir la tête".

<i>Paradigmes (53)</i>	<i>Constructivisme</i>
<i>Points de comparaison</i>	
Unité principale d'analyse	Individus (élites), groupes, État « faible »
Mots clés	Identités, idées, valeurs, puissances matérielle et discursive
Sources des paradigmes	Politique, anthropologie structurale, sociologie et philosophie (Libéralisme)
Ethique et droit	L'éthique et le droit <i>peuvent être</i> des déterminants de l'action des acteurs sur le plan externe
Propositions principales	Le système des Etats est enchâssé dans une société d'Etats qui comprend un ensemble de règles, de valeurs et d'institutions communément acceptées et régulant la vie internationale
Probabilité de changement	Forte

Cependant on peut s'interroger sur l'expression « *tête vide* » et « *tête pleine* » qui dans les faits ne correspond pas à la réalité. Ici la dimension transfert semblerait plus adéquat. Cela peut être un transfert de technologie, de nouvelles connaissances, de nouvelles pratiques puisse qu'au niveau local, il existait déjà ces éléments déjà cités. La deuxième dimension est le « *modèle comportementaliste* ». Celui-ci consiste à éviter les conceptions préalables. Ce modèle pose les bases du « *comportement final attendu* ». Dans le processus de changement

Figure 5 : tableau comparatif sur le constructivisme

proposé, cette dimension semble très importante car elle fait partie des principaux objectifs poursuivis.

Enfin la dernière dimension qui nous semblait essentiel est celui du « *modèles constructiviste et socio-constructiviste* ». Elle part des conceptions préalables simples qui consiste à partir de l'« ancien équilibre » pour créer un « déséquilibre » qui permettra de mettre en place un « *nouvel équilibre* ⁴¹¹ ». Thierry BRASPENNING, résume ici la finalité de ce modèle constructiviste. L'auteur affirme qu'« *on y rencontre les notions cardinales de l'approche constructiviste : l'apprentissage complexe, le changement de la conception de soi et des intérêts, et la conception sociologique des intérêts* ⁴¹² ».

Le schéma⁴¹³ suivant permet de mieux comprendre le choix porté sur le **constructivisme** dans le cadre de cette étude. Sans vouloir forcément faire une comparaison avec l'approche systémique, il était important de revenir sur les caractéristiques du constructivisme.

Même si ce schéma est produit dans une logique de comparaison avec d'autres approches, le choix de son utilisation permet ici sans les autres éléments de comparaison permet de se focaliser juste sur l'approche constructivisme. Cependant le lien avec la communication des ONG Internationales sera régulier.

En reprenant l'unité principale d'analyse, on peut noter que l'approche permet de questionner la place des individus (Elites). Ces derniers semblent jouer un rôle déterminant dans les projets et programmes en Afrique.

Dans l'étude une place importante est accordée à ces derniers puissent qu'ils permettent et facilité l'installation des ONG internationales dans les différentes locales d'actions. Dans le cas des ONG internationales, les leaders d'opinion semblent être les acteurs de choix pour ces dernières.

Les exemples proposés par Daniel Descendre dans son livre ⁴¹⁴ permettent souvent de voire la place souvent ambiguë de ces leaders qui tantôt sont dans l'autodétermination, tantôt représentants des ONG du nord dans la mise en place d'actions coopératives, dans le processus de leurs installations et souvent dans la transformation des modes de fonctionnement de la

⁴¹¹ Gabriel Labédie et Guy Amossé « *Le socio-constructivisme : Constructivisme ou socio-constructivisme ?* » <http://gamosse.free.fr/socio-construct/Rp70110.htm#constructivisme>

⁴¹² Thierry Braspenning, « constructivisme et réflexivisme en théorie des relations internationales ». p.319. En ligne, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/FD001435.pdf>

⁴¹³ Thierry Braspenning, « L'interactionisme internationaliste : Constructivisme et sécurité globale », *Studia Diplomatica*,

⁴¹⁴ Descendre D., 1991 « *L'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires ?* » Essai d'analyse institutionnelle, Collectif Stratégies alimentaires ! l'Harmattan, 317 p

population locale. Dans ce sens l'importance de ces leaders semblent correspondre à la place qu'accorde l'approche constructiviste à ce groupe d'acteurs.

Le deuxième élément de la description reste la place importante des idées et du matériel dans les processus des ONG. La dimension discursive est ici renforcée par les idées et une valorisation d'une nouvelle identité pour susciter le changement. La notion de puissance prend tout son importance car elle constitue une force non-négligeable qui a la capacité de changer le fonctionnement d'une société, de bouleverser les règles, de créer des nouvelles opportunités qui obligent souvent les populations pauvres en général à se métamorphoser pour s'adapter à l'offre ou l'aide qui leur est faite.

Si le modèle libéral reste un terrain propice pour une analyse basée sur l'approche constructiviste, il est important de souligner que le droit et l'éthique semblent être les piliers pour la mise en place de certaines actions. L'universalité du droit permet d'intervenir partout pour rétablir des thèmes comme la démocratie, la liberté... L'intervention de certaines organisations comme Human Rights Watch, Amnesty International ou d'autres organisations en Afrique dans le même secteur (droit) est une parfaite illustration de cette tentative de rendre universel les droits humains n'importe où. Cela peut être souvent au détriment de certaines organisations sociétales qui fonctionnaient de manière correcte avant l'intervention de ces organisations.

Tous ces éléments offrent une probabilité forte au changement comme le révèle le tableau ci-contre. La résistance à cette dimension constructivisme semble constituer une difficulté de plus pour les populations qui sont dans le besoin. Ceci rend difficile toute remise en cause ou tout interrogation sur le bien-fondé de l'intervention des ONG.

A ce titre Thierry Braspenning fait ainsi le lien avec les ONG et leur conception. Il affirme que « *ce sont des normes de symboles constitutifs qui montent en épingle une identité accompagnée toujours d'un intérêt et d'actions spécifiques qui permettent aux autres de percevoir cette identité comme telle et d'y répondre par une action appropriée ou pas, en cas de mauvaise perception* ⁴¹⁵ ». On peut noter dans ce contexte, l'idée du constructiviste est semblable à l'idée des ONG.

⁴¹⁵ Thierry BRASPENNING, « constructivisme et réflexivisme en théorie des relations internationales ». p.319 en ligne, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/FD001435.pdf>

Dans ce sens, l'étude à travers l'approche constructivisme permettra de comprendre le « *pourquoi* » de l'intervention des ONG, à travers « un panel d'identités et d'intérêts bien reconnaissables ⁴¹⁶».

Si l'intervention des ONG reste un moment d'échange, de reproduction des identités et du maintien se veut avec des acteurs, il faut noter que cette démarche s'inscrit dans la dynamique de l'approche constructiviste. Ainsi l'auteur pense que « *le monde visé par le constructivisme est d'office un monde intersubjectif et interculturel parce qu'il n'est pas uniquement celui d'un acteur isolé, mais bien celui de tous les acteurs reconnus comme tels* ⁴¹⁷». Ici la question de l'interculturel a tout son sens, car elle s'inscrit parfaitement dans l'objet de cette étude.

Pour inscrire cette démarche dans la dynamique de l'approche constructiviste, l'étude se veut de s'inspirer des huit (08) principes de cette dernière. Ces derniers sont décrits dans le dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales ⁴¹⁸. Les acteurs du développement utilisent souvent une approche constructiviste pour mener des actions avec les populations bénéficiaires.

L'auteur pense que dans ce contexte de construction « *on découvre que la "réalité" est façonnée par des « équations de départ...* ⁴¹⁹ ». Ce qui peut laisser entendre que l'intervention des ONG passe d'abord par une tentative de compréhension d'une réalité qui questionne. La non-maitrise de l'ensemble des aspects de la réalité observée pose question.

Le retour sur les principes faibles et forts permettra de comprendre en soit la démarche des ONG et les choix de l'étude quant à l'option de se référer à l'approche constructiviste.

1.1.1. Les différents principes de l'approche constructiviste :

A la lecture des différents points ci-après, on peut noter qu'Alex Mucchielli ⁴²⁰ parle ainsi de principes faibles et forts dans son propos sur l'approche constructiviste. Il est important de noter que la différence réside dans ce qu'on peut appeler le degré d'incertitude et de certitude des principes. Les 4 premiers sont dits faibles et les 4 derniers sont dits forts.

⁴¹⁶ Ibid

⁴¹⁷ Ibid.

⁴¹⁸ Alex Mucchielli, 2011, « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales » 3eme édition. P34

⁴¹⁹ Ibid. P30

⁴²⁰ Ibid. P34

1.1.1.1. Principes dits faibles

Le **premier principe** est celui de la **construction de la connaissance**. P. Watzlawick parle de ce principe en indiquant que dans le cadre de la construction de la connaissance, « *on sait, en effet, que les acteurs sociaux fabriquent la ‘réalité’ de leur monde vécu : ils fabriquent alors des « réalités secondaires* ». Il est possible de questionner dès lors cette affirmation qui fait penser au transfert d'une « *réalité vécue* » par les représentants des ONG vers une « *réalité secondaire* » qui est construite auprès des populations bénéficiaires.

Cette réalité vécue est susceptible d'influencer les décisions mais aussi l'action à mettre en place. La tentative de créer une ressemblance ou des similitudes entre les deux réalités est très grande et cela au grand bénéfice des populations locales.

À ce titre, Jacques Miermont (2001), dans sa définition du constructivisme en psychologique, affirme que « *dans le constructivisme, la connaissance est un projet construit plutôt qu'un objet donné*⁴²¹ ».

Cependant il faut noter que l'action humanitaire qui peut émaner d'une « *réalité vécue* » et qui peut porter souvent une dimension ou une valeur universelle contraste avec l'universalité des idées qui peuvent parfois être communes à un groupe d'individus. La tentative de ramener une démocratie dans un village par exemple en Afrique, alors que celui-ci détient son propre fonctionnement participe à ce que Watzlawick appelle « *la réalité secondaire* » construite.

Si la réalité vécue semble propre à chaque personne ou groupe de personnes, il faut noter que la majorité des ONG partent sur un constat personnel et une idée de transformer le quotidien des populations visitées pour faire de sorte qu'il soit semblable à l'environnement ou l'idéal du porteur de projet ou de l'action.

La deuxième réalité de la construction de la connaissance fait penser à la liberté qu'à le constructeur de cette connaissance et de l'objectif qu'il vise.

En effet, le risque de ce premier principe est qu'il soit construit sur une base totalement subjective à des fins de dominations, d'imposition de nouvelles idéologies et/ou règles de fonctionnement... C'est dans ce souci de rétablir la vérité que l'UNESCO a lancé l'élaboration

⁴²¹ Jacques Miermont, 2001, « Le constructivisme en psychiatrie » Act. Méd. Int. - Psychiatrie (18) n° 4, En ligne : <https://studylibfr.com/doc/2000649/le-constructivisme-en-psychiatrie>

de l'histoire générale de l'Afrique pour éviter ou réduire cette construction à cela que souffre aujourd'hui en grande partie la construction de la connaissance sur l'Afrique.

Cette création de la connaissance ou le rétablissement de la vérité sur le continent africain a poussé l'Unesco ⁴²² à élaborer pendant 35 ans l'Histoire générale de l'Afrique racontée par les historiens africains eux-mêmes. Enfin on peut retenir que cette construction de la connaissance peut aussi contribuer à renforcer les stéréotypes.

Le deuxième principe est celui de la connaissance inachevée. Dans le contexte de l'intervention des ONG, les différents éléments (culture, mode de communication et règle de vie, organisation sociétale...) qui entrent en jeu, contribuent très souvent à rendre la connaissance inachevée. En effet, l'impossibilité d'appréhender toute la connaissance dans sa globalité semble participer à rendre inachevée celle-ci. Ainsi, Alex Mucchielli affirme que : « *en construisant une connaissance, c'est-à-dire en donnant sens à la représentation construite et aux éléments du modèle, on ne peut donc épuiser les sens possibles que l'on peut donner à un phénomène (postulat)* ⁴²³ ». Ici, la place limitée de la pluralité et la diversité des approches des ONG peuvent manquer à avoir une vision. Ce qui peut conduire à une analyse des situations sur une seule prisme : celle qui émane de l'expérience et de la connaissance de la personne qui mène l'action.

Cependant, cet état de fait, pousse à interroger, la manière et les repères que les ONG utilisent pour formuler leurs aides ; si a priori cette connaissance inachevée venait à rendre difficile l'intervention ou à la rendre caduque. Cela pose aussi le problème de la place importante de l'incertitude

Le troisième est celui de la convenance de la connaissance plausible. Ce dernier laisse penser aux actions posées par les ONG qui pensent que leur intervention est légitime. Les solutions proposées face à la difficulté des populations confortent l'impression pour les acteurs du développement d'avoir une connaissance plausible du terrain. Dans cette même dynamique, Alex Mucchielli parlant de ces acteurs, reprend cette affirmation de Watzlawick, (1980, p. 16) pense que « *le sujet invente une réalité qu'il suppose tout à fait légitimement avoir découverte. La raison de sa conviction est que l'image de la réalité qu'il s'est construite convient dans le contexte du problème...* ».

⁴²² Unesco, 1999, « Histoire générale de l'Afrique, en ligne <https://fr.unesco.org/general-history-africa>

⁴²³ Alex Mucchielli, 2004, « Étude des communications : approche par la modélisation des relations » p.16

La question de la certitude et de la légitimité pourrait en effet alterner tout questionnement sur l'action à mettre en œuvre et prendre en compte le deuxième principe. Le contexte de l'intervention permet à l'acteur de se sentir en droit ou en possession d'une vérité peut être altérée par une autre réalité

Le quatrième principe est celui de la consonance et de la reliance. Ce dernier semble être en parfaite adéquation avec la démarche des ONG. Ici, l'auteur pense que « *la connaissance humaine cherche à inventer des réponses pour restaurer une consonance souhaitée* ⁴²⁴ ». La question du téléguidage des actions afin d'obtenir cette consonance souhaitée recentre le débat sur la question des besoins réels exprimés par les populations bénéficiaires. La consonance est invraisemblablement liée à l'expérience et aux attentes des acteurs des ONG.

Cela interroge dès lors sur la place des acteurs locaux ou populations bénéficiaires ? D'autant plus que la consonance est liée à la personne qui apporte l'aide (ONG) et qui s'attend à proposer une démarche ou en action qui fait sens avec son expérience.

A. Mucchielli à travers sa lecture du constructivisme scientifique, facilite cette comparaison que l'étude tente de rapprocher avec la manière dont les ONG s'inspirent ou pas de l'approche constructiviste pour mettre en place des actions avec les populations bénéficiaires. L'auteur affiche que « *la connaissance humaine cherche aussi à relier [systématiquement] dans une totalité les phénomènes à partir d'un processus d'association conjonction* ⁴²⁵ ». Tout peut être liée à cette volonté des ONG de changer le quotidien des populations, d'apporter un bien-être et des solutions aux difficultés qu'elles rencontrent.

Par exemple, la volonté d'agir ou de mettre en place des actions de la part des ONG, peut s'expliquer à partir de plusieurs observations faites sur le terrain. Ces dernières peuvent être liées au besoin d'apporter des changements dans la vie des populations bénéficiaires ou d'amélioration des conditions de vie.

Ces quatre premiers principes dites « *faibles* » peuvent être liés à la fois manière dont les ONG utilisent à leur dépend l'approche constructivisme et permettre à l'étude d'avoir une analyse critique sur le processus de communication des ONG (de l'identification de l'action à mettre en place à sa réalisation).

⁴²⁴ Alex Mucchielli, 2004, « Étude des communications : approche par la modélisation des relations » p.16

⁴²⁵ Ibid. p.16

1.1.1.2. Principes dits « forts »

Les quatre autres principes sont dits « *forts* ». Ils semblent plus évidents dans la démarche. Le premier est celui de **la téléologie**. A ce titre, Von Glasersfeld (1988, p. 35) cité par A. Mucchielli⁴²⁶ pense qu'« *on ne peut pas séparer la connaissance construite des finalités attachées à l'action de connaître* ».

Jean Louis le Moigne (2007) définit la téléologie comme le fait de « *comprendre (au lieu d'expliquer) le comportement d'un système, naturel ou artificiel, animé ou inanimé, en l'interprétant en référence à sa capacité à se finaliser au fil du temps, « intentionnellement* »⁴²⁷. La place de la construction de la connaissance dans un but de favoriser ou de justifier l'action peut parfois verser dans la dynamique d'influencer, de rallier à la cause d'autres acteurs en fonction de la sensibilité qu'on souhaite mobiliser. Ce qui nous laisse entre qu'il n'y a pas de neutralité dans cette construction qui peut parfois être amplifiée par voie de médias. Le risque du principe de la téléologie c'est que la connaissance construite ne soit pas conforme à la réalité et qu'elle sert à tout fin utile des causes inavouées.

Le deuxième est le **principe de l'expérimentation de la connaissance**. Il porte les bases d'une véritable construction à partir du vécu. A ce titre Pierre Calame de l'institut de recherche et débat sur la gouvernance pense, que les organisations s'assurent « *d'élaborer une véritable connaissance à partir de l'expérience, mais aussi et plus encore, aux concepts et méthodes guidant la construction d'une action commune des ONG* »⁴²⁸.

Dans cette même dynamique, Christian le Moëne (2016) pour évacuer la question du lien entre la personne et son expérience dans l'approche constructiviste s'interroge ainsi : « *Pourquoi ne pas reconnaître que « toutes nos connaissances « commencent et finissent avec les sens, c'est-à-dire l'expérience directe ou indirecte, qui les fait surgir et les teste et les réfute ?* »⁴²⁹

L'auteur va plus loin et pense de manière générale, que le monde est construit avec nos expériences. Ce qui renforce à la fois la dynamique des modèles qui renforce ou globalise les pratiques qui conduisent à une forme de mondialisation des pratiques « *humaines* ». Il affirme

⁴²⁶ Alex Mucchielli, 2004, « Étude des communications : approche par la modélisation des relations » p.16

⁴²⁷ Le Moigne Jean-Louis, *Les épistémologies constructivistes*. Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2007, 128 pages. ISBN : 9782130561040. URL : <https://www.cairn.info/les-epistemologies-constructivistes--9782130561040.htm>

⁴²⁸ Pierre Calame, 2004, IRG, « *les coalitions internationales d'ONG, du lobbying à la contribution à la gouvernance mondiale* ». En ligne : <http://www.institut-gouvernance.org/fr/analyse/fiche-analyse-31.html>

⁴²⁹ Christian Le Moëne, « *Quelques questions concernant les recherches sur les processus d'information-communication organisationnelle* », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 9 | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, consulté le 12 février 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/2464>

qu'« elle structure, à travers nos expériences, un monde empirique commun, et notre rapport à ce monde constitué de l'ensemble des expériences, réalisations et constructions accumulées par l'humanité ⁴³⁰ ».

Ce principe est une réalité puisque qu'elle participe non pas à travailler sur un compromis entre deux organismes, structures ou populations qui souhaitent interagir mais à proposer une expérience qui marche (selon celle ou celui) vers un lieu d'expérimentation de cette expérience ou vécu.

Le troisième est le **principe de la connaissance par l'interaction**. Ce dernier participe à mettre en avant la question primordiale de l'interaction et l'échange dans les relations d'une part et de légitimer ou défendre l'action des ONG sur le terrain d'autre part. ces deux termes sont constitutifs de la définition de la communication objet de cette recherche.

Cette connaissance s'illustre par la "tentative et/ou la nécessité de connaître" à la fois, le mode de vie des populations locales, leurs coutumes, leurs cultures, leurs langages mais surtout leurs interdits. En revenant sur la question de "l'interaction" dans le constructivisme du point de la vue de la recherche, Sandra Charreire et Al. (2001) pense que « le primat est désormais accordé à l'interaction entre l'objet et le sujet et aux modalités d'élaboration des connaissances par le chercheur ⁴³¹ ».

Si le principe ci-contre participe à l'élaboration des actions par une vision, ce dernier contribue à la propagation de la connaissance, à l'échange voire à la communication. Les auteures rappellent que « le « réel » est constitué d'interprétations construites grâce aux interactions [...et...] La finalité est de proposer une solution qui convienne à l'observant ⁴³² ».

Cette affirmation s'inscrit dans la manière de faire des acteurs sociaux qui souvent propose la mise en place d'activités devant apporter des solutions pratiques à une problématique comme étant le fruit de leur observation.

A. Mucchielli (2011) confirme en indiquant à cet effet que « la connaissance est le fruit d'une interaction du sujet connaissant et de l'objet de connaissance ⁴³³ ». Ce point semble important, puisque qu'il permet et facilite les échanges, la mise en œuvre, l'expérimentation mais aussi

⁴³⁰ Le Moëne, Christian. « Penser l'artificialisation du monde ? Retour sur la question des constructivismes et de la transformation numérique », *Communication & Organisation*, vol. 53, no. 1, 2018, pp. 107-132.

⁴³¹ Sandra Charreire et Isabelle Huault, 2001, « Le constructivisme dans la pratique de recherche : une évaluation à partir de seize thèses de doctorat », *Finance Contrôle Stratégie – Volume 4, N° 3, septembre 2001*, p. 31 - 55. Université Paris 12-Val de Marne. P.34. En ligne : <https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/huault.pdf>

⁴³² Sandra Charreire et Isabelle Huault, 2001, « Le constructivisme dans la pratique de recherche : une évaluation à partir de seize thèses de doctorat », *Finance Contrôle Stratégie – Volume 4, N° 3, septembre 2001*, p. 31 - 55. Université Paris 12-Val de Marne. P.32-33. En Ligne : <https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/huault.pdf>

⁴³³ Alex Mucchielli, 2011, « *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* » 3eme édition. P34

l'ajustement au besoin de l'idée ou de la connaissance proposée. La question de l'interaction prend toute son importance dans le contexte de cette étude en communication.

Ce principe reste à tout point de vue une question centrale dans le cadre de cette étude. En effet, elle intègre à la fois la situation de l'ONG internationale dans sa manière de se confronter à l'idée de l'approche constructiviste et de ses résultats d'une part et de l'autre la posture du chercheur qui se fonde sur cette même approche pour analyser la construction sociale de l'action des ONG internationale en Afrique.

Le quatrième principe est celle de la récursivité de la connaissance. Ce dernier laisse penser à la dynamique circulaire de la connaissance qui dans un premier temps est collectée par l'individu et ensuite est utilisée pour mettre en place des activités sur le terrain.

Ce processus semble similaire à la question du "feedback" qui est un élément important dans un processus de communication.

Au-delà de la communication, ce principe renvoi aussi dans l'enseignement à l'idée qu'un élève puisse utiliser les connaissances acquises au cours de son cursus dans la vie active ou professionnelle.

A ce propos, Manuel Bächtold (2012) pense que cela passe par « *le travail de réorganisation et de reformulation de ces connaissances, dont le but est que ces dernières puissent être comprises et intégrées par les élèves* ⁴³⁴ ».

Cette récursivité de la connaissance est confirmée par Alex Mucchielli (2011) qui pense que « *pour le constructivisme, la connaissance n'est pas indépendante de ce qu'elle élabore (et inversement). Il y a récursivité de ce qui est en train de se construire sur les processus de la construction elle-même* (Dobzhansky, 1962-1966, p. 391) ».

Si le choix de cette approche dans le cadre de cette étude semble correspondre aux différents principes revisités ci-haut, il est important de souligner qu'ils vont servir de base d'analyse pour à la comprendre la démarche des ONG internationales dans la dimension construire, mais aussi pour inscrire l'étude dans une démarche constructiviste à travers ses approches.

En partant du réel observable, l'étude pourra s'inscrire dans cette approche d'Alex Mucchielli (2011) puisse que « *le constructivisme ne nie pas l'existence du réel qui est d'ailleurs défini comme ce qui est donné dans le processus de construction du monde* ⁴³⁵ ».

⁴³⁴ Manuel Bächtold, « *Les fondements constructivistes de l'enseignement des sciences basé sur l'investigation* », Tréma [En ligne], 38 | 2012, mis en ligne le 01 décembre 2014, consulté le 03 mars 2019. <http://journals.openedition.org/trema/2817>

⁴³⁵ Alex Mucchielli, 2011, « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales » 3eme édition. P34

Différentes méthodologies pourraient être mise en contribution : l'observation, l'interprétation des éléments observés, la modélisation systémique...cela permettra de définir les modalités de construction de la réalité qui vont être défini par l'étude.

Enfin dans le cadre de cette étude, l'approche constructiviste permet de s'inspirer de plusieurs courant disciplinaires entre autres : les sciences de l'information et de la communication, la psychologie, le social et l'économie.

Deuxième partie 2 :

Contexte de l'étude et motivations

I. Contexte de l'étude et motivations

L'intervention d'une ONG Internationale dans un pays (pauvre ou riche) se justifie de plusieurs manières. En effet les événements qui permettent de justifier de leur présence ne sont pas difficiles à trouver. Cependant, la diversité et la multiplicité des contextes favorables rendent difficile la possibilité de catégoriser les raisons favorables à leurs interventions.

La **mondialisation** semble favoriser l'internationalisation de l'action de l'ONG qu'elle soit économique, social, politique ou culturel... L'intervention des ONG dans le monde y est ainsi mondialisée et a toute son importance grâce aux facilités liées au libre-échange entre les peuples. A ceci s'ajoute d'autres facteurs comme la **globalisation** de l'économie et des échanges, qui ouvrent des facilités réelles de mise en œuvre de projets ou des initiatives auprès de tous les peuples du monde.

La globalisation et la mondialisation sont le justificatif des interventions sans limite, sans conditions, sans légitimité des ONG au niveau de tous les continents. Des épidémies à la pauvreté en passant par la solidarité, le développement, le partage d'expérience, les échanges culturels et financiers, les catastrophes naturelles... Tout y passe.

La forte mobilisation après le tsunami et le séisme en Haïti reste la preuve évidente de l'engagement des organisations auprès des populations en difficultés. Les montants mobilisés dans le soutien des personnes victimes illustrent cette préoccupation.

En Afrique, les nombreux foyers de violence (Congo, Ethiopie, Centrafrique, Mali...), les maladies et les épidémies comme le « *Ebola*⁴³⁶ » qui a fait 28512 cas et 11313 morts⁴³⁷ en 2015, la pauvreté grandissante causée par l'exploitation des pays puissants, obligent les ONG Internationales à descendre sur le terrain pour porter la voix de ces populations déjà fragilisées par ces fléaux. Ces différentes circonstances ou situations justifient nos seulement les actions sur le terrain mais aussi le besoin d'apporter de l'aide aux populations parfois victimes ou qui vivent dans la pauvreté.

436 Organisation Mondiale de la Santé (2017) « *Maladie à virus Ebola, Aide-mémoire* » En ligne : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs103/fr/> Consulté le 29 mai 2017

437 Journal le Monde, 2016 « *Ebola, une épidémie qui a tué plus de 11 000 personnes en moins de deux ans* » En ligne : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/01/14/ebola-une-epidemie-qui-a-tue-plus-de-11-000-personnes-en-moins-de-deux-ans_4847211_4355770.html Consulté le 29 mai 2017

Cependant, il y a des interventions d'ONG internationales qui ne se font pas dans ce cadre de tensions et de guerres décrites ci-dessus. Elles partent d'une intention d'améliorer le quotidien des populations qui n'en émettent pas le besoin ou qui n'en font pas la demande (tourisme, découvertes, safari, voyages, études...). Cela pousse à interroger le processus de mise en place des projets par les ONG internationales et la notion de la relation d'aide.

L'Afrique a traversé pendant plusieurs siècles des difficultés de tous ordres et le défi du développement humain reste à consolider. Si dans le monde 162,779 milliards USD⁴³⁸ d'aide publique au développement ont été distribués de 1960 à 2015, l'Afrique et l'Asie constituent ainsi les continents qui ont bénéficié le plus de cet argent.

En effet, d'après l'OCDE qui a cumulé les données liées à cette aide constate qu'entre 2017 et 2018, il y a une baisse considérable de cette aide et en l'occurrence par rapport à l'aide humanitaire qui avait connu un bon significatif de 8 % en 2017. Ces deux extraits d'articles de l'OCDE confirment la baisse citée ci-haut.

« L'aide bilatérale (de pays à pays) aux pays les moins avancés a augmenté de 4 % en termes réels, culminant à 26 milliards USD après plusieurs années de baisse. L'aide à l'Afrique en général a augmenté de 3 % pour s'établir à 29 milliards USD ; s'agissant spécifiquement de l'aide à l'Afrique subsaharienne, elle a progressé dans les mêmes proportions pour atteindre 25 milliards USD. L'aide humanitaire a augmenté de 6.1 % en termes réels, passant à 15,5 milliards USD ⁴³⁹ ».

Source OCDE : « L'aide au développement reste stable et les apports aux pays les plus pauvres augmentent en 2017 ».

« Les chiffres de l'APD calculés sur la base des flux financiers de façon à pouvoir comparer les données de 2018 à celles de 2017 montrent que l'APD bilatérale consentie en faveur des pays les moins avancés a baissé de 3 % en termes réels, l'aide à l'Afrique de 4 %, et l'aide humanitaire de 8 % ⁴⁴⁰ ».

Source OCDE : « Repli de l'aide au développement en 2018, en particulier vers les pays qui en ont le plus besoin ».

Il faut noter que l'aide humanitaire est le plus souvent confiée aux ONG qui interviennent sur le terrain et dont l'enveloppe a atteint en 2017 près de 15,5 milliards USD. Si l'Afrique semble recevoir autant d'aide selon la même organisation, le défi humain reste très loin des résultats

⁴³⁸ Banque Mondiale, « Aide publique au développement nette reçue »

<https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/DT.ODA.ODAT.CD?end=2017&start=1960&view=chart>

⁴³⁹ OCDE, 2017, <https://www.oecd.org/fr/presse/l-aide-au-developpement-reste-stable-et-les-apports-aux-pays-les-plus-pauvres-augmentent-en-2017.htm>

⁴⁴⁰ OCDE, 2018, <https://www.oecd.org/fr/presse/repli-de-l-aide-au-developpement-en-2018-en-particulier-vers-les-pays-qui-en-ont-le-plus-besoin.htm>

escomptés. Dans son Rapport « *agir avec l'Afrique*⁴⁴¹ », l'OCDE fait état d'indicateurs qui poussent à s'interroger sur l'impact de ces aides sur les bénéficiaires (la population pauvre). Elle cite entre autres que : « *54 % de la population de 46 pays d'Afrique sont encore considérés comme souffrant de pauvreté multidimensionnelle ; Les inégalités en Afrique font partie des plus élevées du monde ; Le secteur informel représente 80% de la main-d'œuvre africaine. Le chômage, qui peut atteindre jusqu'à 50 % dans certains pays ; et enfin 35% des enfants de moins de 5 ans en Afrique subsaharienne souffrent de malnutrition, soit 10 points de pourcentage de moins qu'en 1995*⁴⁴² ».

Face à ces constats alarmants qui sont faits en 2017, on peut s'interroger sur le fossé qui existe entre l'aide publique au développement apportée (APD⁴⁴³), le travail humanitaire des ONG et les résultats sur le terrain. La situation ne semble guère évoluée au vu des problèmes soulevés et de l'extrême pauvreté qui continue de sévir sur le terrain. L'importante somme reçue depuis des années par des organisations non gouvernementales censées éradiquer la pauvreté pose ainsi les paradoxes d'un système difficile à comprendre.

Les vives critiques de l'ONG du Sud « *UWAKI* » du Congo à l'égard d'un organisme d'assistance semble confirmer cette difficulté des populations locales à voir l'efficace de ces derniers. Elle déclare que depuis 25 ans, l'organisme d'assistance « *distribue du lait aux populations du Kivu. Or depuis 25 ans la malnutrition n'a fait que s'accroître [...] le nombre de cas de malnutrition a triplé en passant de 41000 à 150000* ».

L'ONG congolaise rajoute que « *cet organisme ne remet pas en question sa politique* » ce qui laisse penser que cet organisme ne semble pas se soucier de son image vis-à-vis des populations locales et de sa communication.

Dans le même esprit, en cumulant ces données de l'OCDE sur l'aide au développement reçue par pays, on peut noter que le Sénégal a bénéficié de 2008 à 2017 de près de 5563.55 millions⁴⁴⁴ de dollars en presque 10 ans.

⁴⁴¹ OCDE, 2017, « agir avec l'Afrique » <http://www.oecd.org/global-relations/Agir-avec-Afrique.pdf>

⁴⁴² Ibid.

⁴⁴³ Selon la définition du Comité d'aide au développement (CAD) de l'OCDE, on entend par « aide publique au développement » (APD) l'aide fournie par les États dans le but exprès de promouvoir le développement économique et d'améliorer les conditions de vie dans les pays en développement. Adoptée par le CAD en 1969 comme la norme de référence en matière d'aide extérieure, l'APD demeure la principale source de financement de l'aide au développement ». <https://www.oecd.org/fr/cad/financementpourledeveloppementdurable/normes-financement-developpement/aide-publique-au-developpement.htm>

⁴⁴⁴ OCDE.stat « Versements d'aide (APD) vers les pays et régions ». En ligne : <https://stats.oecd.org/Index.aspx?datasetcode=TABLE2A&lang=fr>

Malgré cette somme importante reçue, le pays culmine à la 25ème place des pays les plus pauvres du monde.

« En 1970, les ressources propres (dons nets) fournies par les ONG ne totalisaient que 0,2% de l'aide publique. En 2001, elles se montent à plus de 7 milliards de dollars, soit près de 14% de l'Aide publique au développement en provenance des pays du CAD (OECD 2003) ; la moitié de cet apport non gouvernemental provenant d'organisations américaines.

A cette contribution directe, il convient d'ajouter la part de l'aide publique (bilatérale et multilatérale) confiée aux ONG pour la réalisation de leurs programmes. Au total, ce sont entre 12 et 13 milliards de dollars qui transitent annuellement par le canal non gouvernemental et permettent la réalisation d'opérations de développement et d'actions humanitaires. Cette perspective générale et financière met en relief la place et le rôle de l'acteur non gouvernemental dans le processus d'aide au développement ⁴⁴⁵ ».

Alain PIVETEAU, 2005

Mais pourquoi après plusieurs années d'intervention et malgré les parts importants de financements reçus par an ; la pauvreté continue à prendre des proportions inquiétantes ?

Cette question ouvre ainsi plusieurs pistes de réflexions. D'abord sur l'utilité de l'aide, ensuite sur le travail des acteurs sur le terrain y compris sur leur manière de communiquer et enfin sur l'intérêt de tel actions qui pendant des années ont permis de maintenir la pauvreté dans des proportions différentes sans jamais l'éradiquer ou ni la réduire de manière significative.

La question de l'exode rural et de l'immigration des populations africaines, semblent être une preuve de cet échec partiel puisque qu'une partie de cette aide est aujourd'hui redirigée par certains pays de l'OCDE dans la gestion des flux migratoires⁴⁴⁶ vers l'occident réduisant ainsi les sommes allouées chaque année au pays en voie de développement ou pays pauvres.

Le paradoxe d'un développement basé sur une aide qui est censée lutter contre la pauvreté, lutter pour l'émancipation, promouvoir l'idée de l'expansion de la démocratie, la mondialisation, les réseaux sociaux, le développement des TIC, les modèles « *civilisatrices* » se heurte aujourd'hui à la difficulté des organisations à montrer des résultats probants ou à relever le défi du développement humain. Un défi qui pourrait être atteint grâce à l'échange, l'interaction entre les hommes et la communication.

⁴⁴⁵ Alain Piveteau, 2005 « *Entre État et marché : les ONG de développement face à la critique* ». IRD en ligne :

https://www.researchgate.net/publication/278780099_Entre_Etat_et_marche_les_ONG_face_a_la_critique

⁴⁴⁶ OCDE, 2018, « *Repli de l'aide au développement en 2018, en particulier vers les pays qui en ont le plus besoin* »

<https://www.oecd.org/fr/presse/repli-de-l-aide-au-developpement-en-2018-en-particulier-vers-les-pays-qui-en-ont-le-plus-besoin.htm>

- **Constats sur le terrain :**

Après quelques années passées dans le monde du développement au Sénégal (agriculture et élevage) ; après plusieurs échecs de projet de développement constatés sur le terrain, je me suis interrogé sur la cause des échecs de ces différentes initiatives, sur la démarche utilisée par les ONG pour mettre en place des projets mais aussi sur la manière de faire participer des populations à ces initiatives.

Le foisonnement des structures d'aide sur le terrain avec toujours leur nombre de plus en plus important ; les interventions à répétition dans les mêmes villages sous des identités différentes ; les projets presque identiques qui ne se soucient guère de la continuité ; l'absence de coordination des actions des ONG au niveau local, l'incompréhension entre les différents acteurs, les multiplicités des tensions avec les autorités locales ou populations m'ont poussé à m'interroger sur leur manière de communiquer mais aussi d'organiser leurs interventions.

La conférence sur l'harmonisation⁴⁴⁷ des pratiques organisés dans la région de Kolda semble être une illustration du manque de concertation des acteurs sur le terrain et qui interviennent dans le développement. L'auteur confirme ce fait en relatant l'atelier.

En effet, il déclare : « *la plupart de ces doublons concerne l'agriculture où de nombreux projets, programmes et ONG interviennent* ⁴⁴⁸ ».

Au-delà de la dimension communication, je me suis interrogé sur la disproportion entre les réalisations et les objectifs poursuivis mais aussi sur la stratégie mise en place par ces ONG qui sont souvent loin des lieux de vie des populations.

Des sièges sociaux, en passant par le budget de fonctionnement, la formation des leaders et la manière de communiquer, j'ai fini par m'interroger sur les motivations réelles des certaines ONG qui semblent même ignorer les préalables d'une mise en œuvre d'un projet de développement.

L'identification des besoins et l'analyse des difficultés sur la base des normes internationales interrogent sur la manière réelle d'impliquer les populations afin de lutter contre la pauvreté et arriver à l'atteinte de leurs objectifs poursuivis.

Par ailleurs d'autres projets qui ne bénéficient pas de ces financements ou de ces sommes importantes et qui émanent des populations locales arrivent à terme du fait d'une implication

⁴⁴⁷ Mamadou Aliou DIALLO, 2016, « *Kolda: Des visites prévues sur le terrain pour vérifier les interventions des Ong* », Article du journal le Soleil Sénégal du 18 juillet 2016.

⁴⁴⁸ Ibid.

massive et d'un sentiment d'appartenance à l'idée du projet. On pourrait se poser la question de la motivation des acteurs internationaux qui travaillent souvent pour les populations sans les impliquer. Pensent-ils le bien à travers les prismes de leur réalité environnante extérieure à leur lieu d'intervention ?

Ces constats m'ont permis de poser cette problématique de la communication des ONG Internationales avec la place centrale que doit occuper la communication dans le processus de mise en place des projets. Ceci sans être dans une optique « *de tout communication* » pour résoudre tous les problèmes.

1. Complexité de la relation ONG et bénéficiaires

Avant de donner des définitions sur ce qu'est une Organisation Non Gouvernementale (ONG) « *internationale* » ou de revenir sur les différents concepts de la communication. Cependant il est important de faire un point sur l'approche multidimensionnelle de la communication et les facteurs qui constituent des obstacles ou des avantages à cette même communication.

Les éléments ci-bas, contribuent à présenter ainsi la complexité d'une interaction entre des acteurs nationaux et internationaux qui se voulait linéaire ou simple. En se basant sur les théories et des modèles de communication proposés par Gilles Willet, (1992), cette partie tentera de cerner la situation actuelle, d'identifier les limites d'une communication ; mais aussi de proposer une photographie qui correspond le plus à la réalité de terrain.

Wilbur Schramm (1971) dans sa définition de la communication montre au cours de son analyse la complexité du sujet. Dans l'ouvrage de Gilles Willet, (1992), W. Schramm propose de traiter la question de la définition de l'objectif de la communication sur deux angles : celui de la société et du point de vue de l'individu (Communication Modélisée, p.73-88-102).

Si le premier prend en compte une dimension plus globale et interactive, le deuxième semble être dans un registre plus personnel et d'acquisition de connaissance en vue d'une future restitution, interaction ou communication. Et si on tente de comparer l'élaboration des objectifs du point de vue de la société, l'on se rend compte qu'on répond à la logique de l'utilisation des mass médias pour une amplification du message dans le premier cas. Cependant, la dimension individuelle correspond à l'ambition ou au projet que l'individu qui appartient à l'ONG souhaite mettre en place.

Dans ce cas de figure de ces objectifs dans la même logique : ONG (personnel En effet, le décodage et le décryptage du message dépend non seulement de l'individu qui le reçoit mais aussi de l'amplification qui est faite à travers les mass-médias.

D'autres auteurs comme Christian-marie Pons (1992, p.49) parle de la communication sur trois niveaux. En effet dans le terme communication « *on y retrouve aussi bien le fait de communiquer, l'action de communiquer et le résultat de cette action, que la chose communiquée, les moyens de communiquer et ce qui permet de communiquer* ». Cet échelonnement de la communication dans l'exemple qui nous concerne, fera surface puisse que la complexité, vient souvent de l'interdépendance des thèmes ci-contre.

Si l'auteur offre ces trois perspectives, il faut noter que la complexité se perçoit dans une typologie des acteurs intervenants.

Bioforce, livre son avis à travers son rapport sur « *l'état des lieux des métiers humanitaires. 2020* ». La structure offre les éléments de compréhension indique que « *les professionnels interviewés relèvent que ce domaine comprend plus d'hommes que de femmes, et que les personnels plus jeunes semblent occuper les postes de terrain, tandis que les postes au siège le sont par un personnel plus âgé*⁴⁴⁹ ». Cette différence d'âge laisse penser à un conflit générationnel mais aussi à un éventuel problème de communication entre ces différents acteurs. Au-delà de cette différence, plusieurs situations laissent penser à la complexité de la relation. Il y a ainsi, la disponibilité des personnes qualifiées reste rare et la connaissance du terrain n'est pas forcément acquise dans un premier temps et dans un deuxième temps ; la possibilité de mesurer des compétences relationnelles qui ne peut pas se faire souvent lors des entretiens avec des outils adaptés.

Dans l'enquête, les résultats ont montré que :

*« ...l'engagement communautaire identifient plusieurs compétences essentielles. Parmi elles, on peut citer les compétences psycho-sociales, la communication interculturelle, la compréhension des dimensions individuelles et de groupe, ainsi que la compréhension du milieu humanitaire et de ses acteurs. [...] l'importance de la compréhension des principes humanitaires et en particulier des mesures de protection relatives à la communication ; et l'importance de l'empathie et de la capacité de gérer des sujets sensibles de manière humaine*⁴⁵⁰ ».

Charlie DALRYMPLE

⁴⁴⁹ Charlie Dalrymple, 2021, « *Sohp état des lieux des métiers humanitaires 2020* », <https://www.bioforce.org/wp-content/uploads/2021/01/sohp2020-fr.pdf> Bioforce

⁴⁵⁰ Ibid.

Cependant différents changements observés sur plusieurs plans participent à la complexité de la relation. Entre autres : La forte croissance notée dans l'augmentation de la communication via la technologie mobile. La concurrence entre les différentes organisations qui tentent de se différencier les unes des autres et de définir leurs rôles, entraîne une concurrence dans l'espace de communication. Cela résulte d'un manque de compréhension du travail fourni et d'un manque parfois de visibilité des uns et des autres. L'exemple de la profusion des ONG dans la région de Kolda au Sénégal et dans certaines régions d'Afrique comme le Burkina sont une illustration parfaite.

A cette question s'ajoute, la tendance à recruter plus des professionnels de la relation publique plutôt que de recruter des personnes formées dans l'organisme. Ces derniers constituent une valeur ajoutée puisque qu'ils connaissent déjà la philosophie de l'organisation.

Si les technologies ont accéléré et changées les modes de fonctionnement, il faut souligner la difficulté des ONG à contrôler leur image avec les technologies. Le manque de maîtrise des technologies de l'information et de la communication par certains membres d'ONG pose un problème majeur. Aujourd'hui, elles sont passées d'une communication vers les communautés à une communication avec les communautés. L'engagement des communautés sur leurs destins est plus en plus présent ainsi que leurs propositions.

Après avoir évoqué l'utilisation des technologies, la formation de communicant, les compétences dont ils font appel, il est important d'approfondir la question en revenant sur certains items : comme **l'interculturel**, la **culture**. **Ces deux éléments sont** centraux et permettent de comprendre à la fois obstacle à la communication., l'organisation et la stratégie sur toutes ses formes.

Seul une Approche multidimensionnelle sur la communication Internationale des ONG internationales au Sénégal permettra de comprendre les différentes dimensions et obstacles qui l'a composé.

Cette partie constitue un point important de l'étude. Elle permet de de comprendre la relation ou la difficulté que les ONG peuvent rencontrer dans le domaine de la communication.

1.1. Quelques éléments de la communication des ONG internationales en Afrique en général et au Sénégal en particulier.

1.1.1. L'interculturel comme problème de terrain

Quand on parle d'interculturel, il est nécessaire de rappeler que c'est la rencontre entre deux ou plusieurs cultures différentes. Cette pluralité des cultures dans une situation d'échange « *émerge comme un problème de terrain* » selon Jacques Demorgon et Edouard Lipiansky, (Guide de l'interculturel en formation, 1999, p11). Cependant Sylvie Thiéblemont-Dollet (2003), argue « *qu'il serait faux de croire que les acteurs de culture différente restent enfermés dans leur culture* » (Revue Question de communication, 2003).

Cette curiosité des uns et des autres à découvrir de nouvelles pratiques, de nouvelles façons de faire offrent une perspective intéressante à la recherche. Entre les interactions, les échanges et les partages, s'installent une sorte de dynamique très difficiles à cerner. Dans son livre 'l'autodétermination paysanne en Afrique, solidarité ou tutelle des ONG partenaires ? ' Daniel Descendre nous décrit les tensions entre ONG du Nord et celles du Sud qui par leur différence optent et tiennent des positions qui intègrent à la fois la défense de la culture pour certaines et l'acculturation pour d'autres.

Il offre ainsi un exemple d'une situation interculturel en affirmant que « *les aspects sociaux affectifs de la communication entre les divers participants sont des indicateurs des déterminants institutionnels dont chacun est porteur. Au travers de la parole de son action sociale, chacun révèle des valeurs, une position institutionnelle où transparaissent les enjeux de pouvoir de liberté du groupe social concerné* ». (Daniel Descendre 1991, p.29)

Cette dynamique de l'interculturel, offre bien des possibilités d'interagir et de communication aux différents acteurs sur le terrain. Cependant on peut affirmer que c'est au travers de ces interactions que naissent aussi les problèmes de communication et les difficiles tentatives d'adaptation ainsi bloquées par les barrières linguistiques et culturelles propres à chaque individu. La conséquence de la difficulté de ce type de communication favorise des situations identiques à celle décrite ci-après : « *À un certain moment les paysans se sont sentis vraiment*

*diminués ils n'étaient pas à la hauteur de la discussion qui s'engageait quelquefois entre les ONG ils ont préféré se retirer*⁴⁵¹ ». "

A l'image du quart d'heure méditerranéen qui traduit un temps de léger retard déjà inscrit dans le fonctionnement de tous les jours et dans la culture ; le Sénégal l'illustre autrement avec l'heure sénégalaise. Elle est le reflet d'une situation presque généralisée qui n'a point intégré la question de la ponctualité dans les rendez-vous, réunion, rencontre...

Même si elle semble s'installer définitivement dans les mœurs sénégalaises, le concept de « *l'heure sénégalaise* » reste intolérable pour les ONG du nord, où la notion du temps et le respect de l'heure occupent une place importante.

Sébastien Froger (2005), Chargé de projets attaché à l'information communication-GRAINE, en parlant de son expérience au Sénégal, affirme qu'« *il était parfois difficile de fixer des rendez-vous...il arrivait parfois qu'au dernier moment, les horaires soient changés sans que nous en soyons avertis, ni que tous les élèves soient prévenus* ». Pour un citoyen sénégalais, cette attitude ne relève nullement d'un manque de respect, mais pour les acteurs transnationaux issus des ONG internationales, de tels retards ne pourraient être ni tolérés, ni compris car ils appliquent la célèbre formule « *l'heure c'est l'heure [...] après l'heure ce n'est plus l'heure* ».

Autres exemples :

Cette difficulté à accepter certains éléments culturels qui peuvent nuire au fonctionnement auquel certains groupes s'attachent ; interpelle et l'on se demande quelles sont les limites de l'interculturalité dans la communication qui doit être établie ?

Dans son modèle de communication, Gerbner Berlo (1956) réaffirme la « *nature psychologique de la communication* » qui ne se dissocie pas de la personne dans un processus dynamique et continu ». Globalement, l'individu communique avec ce qu'il est, c'est-à-dire son vécu, sa culture, son éducation et sa manière de voir le monde.

L'auteur indique que : « la communication, en tant que système ouvert apparaît comme un processus subjectif, sélectif et variable dans la mesure où elle est toujours en liée une personne qui perçoit un évènement, y réagit et traduit cette réaction en un message comportant une forme, un contenu et des qualités de représentations, de références, de symbolisation ou de correspondance. C'est aussi un processus dont les effets sont imprévisibles, et cela d'autant plus que la perception d'un évènement, la manière d'y réagir et la traduction de cette réaction en message significative peuvent varier selon qu'il s'agit d'une situation de relâchement en face en face ou médiatisée » Gerbner Berlo, 1956, communication modélisée, p.228.

Cette affirmation laisse entendre qu'une situation de communication peut être interprétée à partir d'un message qu'on perçoit avec ses représentations ou ses perceptions. Deux éléments

⁴⁵¹ Daniel Descendre, 1991 « l'autodétermination paysanne en Afrique, solidarité ou tutelle des ONG partenaires » p.102

qui pourraient être totalement différents en fonction des lieux de vies des personnes qui sont en situation de communication.

Les tensions risquent parfois de faire surface et contribuant à anéantir les possibilités d'un échange fructueux. L'absence de maîtrise de la réaction de la personne en face eu égard d'un message qu'il envoie à partir de ses perceptions culturelles ; semble être un risque pour la communication et mérite d'être anticipée.

Décrivant une tension entre une organisation internationale et une organisation locale de défense d'agriculteurs, Daniel Descendre affirme qu'« *il apparaît clairement que c'est qui est refusé c'est un modèle de développement fondée sur les justifications techniques et qui évoquait le rendement (sacro-saint valeurs occidentales) qui ne prend pas en compte la réalité sociale que doit servir cette technique* ⁴⁵² ». La notion de rendement (productivité massive) rentre de façon culturelle dans le fonctionnement des peuples et cette différence de vision peut être source de tension si elle est transposée dans un autre contexte et une autre culture.

Ces différences sont susceptibles de compliquer naturellement la communication entre les personnes de culture différente mais aussi pour les organisations qui souhaite intervenir dans une localité ou région de culture différente. Comme le rappelle D. Descendre « *il faut agir sur les mentalités par l'échange et la sensibilisation* ⁴⁵³ ». Autrement dit agir par la communication. L'interculturel comme problème de terrain se voit certainement renforcer par la présence des stéréotypes comme faisant partie des éléments de connaissance d'une population. En effet, si l'interculturel résulte de la « *dynamique engendrée par l'interaction entre deux cultures* », les stéréotypes sont le fruit d'une idée véhiculée et ne semble pas correspondre avec la réalité. Cela mine souvent la communication du fait de la perception et des fausses idées qu'elles laissent prospérer.

Les auteurs Cuq Jean-Pierre ⁴⁵⁴. (2004) linguiste et Jean-Claude Beacco (2000) confirment ces « *clichés* » qui donnent une image réductrice et un sentiment de connaissance de la société, des habitudes sociétales ou de la culture d'en face.

La prégnante présence des stéréotypes dans les relations interculturelles conduit-t 'elle à une non prise en compte de la culture locale ? quel serait l'impact de leur utilisation dans les

⁴⁵² Daniel Descendre, 1991 « l'autodétermination paysanne en Afrique, solidarité ou tutelle des ONG partenaires » p.132

⁴⁵³ Ibid. p.135

⁴⁵⁴ « Un stéréotype consiste en une représentation "cliché" d'une réalité (individu, paysage, métier, etc.) qui réduit celle-ci à un trait, à une idée (toute faite). Il est donc une vue partielle et donc partielle de cette réalité. Le stéréotype ne doit pas être confondu avec de ce qu'il représente, mais il est important de noter qu'il en fait partie. Le stéréotype repose sur des opérations de simplification, de généralisation et de qualification pour un nombre restreint de catégories et de propriétés. On distingue les hétéro-stéréotypes, désignant une communauté étrangère, et les auto-stéréotypes, auxquels une communauté s'identifie. »

campagnes de collecte de fond en dehors de l’Afrique ? sont-elles devenues une partie intégrale des messages véhiculés pour faire adhérer aux causes défendues ?

L’ong Coopération, Education Culture (CEC) confirme ainsi la présence de ses stéréotypes et leur utilisation dans la communication des ONG en Afrique. Elle tente de rendre sensible les acteurs de la coopération sur l’impact de la « *communication stéréotypée* » et la démultiplication des « *représentations négatives et figées* » sur le continent africain.

L’existence et l’utilisation des stéréotypes dans la communication des ONG en Afrique est un risque puisse qu’elle intègre un ‘‘jugement’’ plus qu’une ‘‘réalité de terrain’’. La connaissance d’une culture ne pourrait être l’apanage d’une connaissance basée sur des stéréotypes. Elle déclare en effet : « *Les stéréotypes peuvent ainsi être diffusés à travers la **publicité**, les traditions autour des certaines fêtes **folkloriques**, les **campagnes de mobilisation** des ONG, le traitement **médiatique** des sujets en lien avec l’Afrique ou les afro descendants, le **patrimoine historique** (monuments, noms de rues, l’architecture de certains bâtiments, etc)*⁴⁵⁵».

1.1.2. La place de la culture locale dans la communication internationale.

Initié par l’Etat dans le cadre de l’autosuffisance alimentaire et exécutées par certaines ONG comme Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières (AVSF), l’échec du programme d’insémination artificielle et son rejet par l’éleveur traditionnel s’explique en partie par la non-prise en compte de la culture locale. Calquer sur un modèle de production intensif, ce type de programme semble ne pas répondre aux attentes de l’éleveur traditionnel qui culturellement s’identifie comme un nomade qui se trouve en perpétuel recherche de pâturage et d’eau avec une organisation culturelle bien définie. Cependant, la nouvelle forme d’élevage « *stabulation ou sédentarisation* » plus connue en zone urbaine ne peut être plaqué de manière systématique dans une zone rurale sans que la communication facilite ou accompagne le changement souhaité. L’éleveur traditionnel, qui mise sur le nombre de tête de bœuf pour montrer sa richesse et sa puissance dans la société ; se voit ainsi déposséder de ce privilège qui participe de l’organisation sociale au détriment de la qualité et de la productivité (lait et viande) pour satisfaire un marché. Le programme de l’insémination artificielle tend à répondre aux objectifs de ce marché.

455 <https://www.cec-ong.org/observatoire-des-stereotypes/>

Sur le plan technique, il s'agit de mettre en gestation des vaches par une méthode artificielle. Or, selon le Président de la maison des éleveurs du Sénégal, « *l'éleveur traditionnel ne peut pas accepter qu'un veau ait une mère et non un père* ⁴⁵⁶ ». Autrement dit l'animal doit s'entourer de ses deux parents biologiques.

Rukundo (2010) illustre l'échec par le « *non-respect du programme prévu dans le cadre des activités d'insémination artificielle [...] des retards ou absences à certaines étapes critiques de l'insémination, et le non-respect des recommandations prodiguées par des inséminateurs* ⁴⁵⁷... ». Cette attitude de la population, non seulement laisse planer le doute, mais renforce les rumeurs souvent diffusées par les détracteurs et les anti-développements.

Daniel Descendre (1991, p132) nous décrit le conflit entre les organisations paysannes locales et une organisation internationale qui n'avait de foi que de développer un modèle basé sur des justificatifs techniques et un rendement. Cette opposition est une forme de résistance au modèle capitaliste

Cette non-prise en compte de la culture locale semble être une stratégie bien élaborée au nom de l'évolution que certaines ONG s'estiment devoir à la société africaine. Elle passe par la formation, la transformation de la société par des groupes qui servent d'exemple au développement et l'introduction d'une vision nouvelle qui nie celle trouvée sur place.

Cette formation des acteurs est la porte d'entrer pour apporter des changements dans la société traditionnelle africaine puisse qu'elle est « *incontournable pour les membres de l'association étant donné qu'elle est un critère d'accès aux fonctions dirigeantes et au financement* ». Cela interroge puisse qu'en même temps, « *la question de la liberté culturelle que laisse les formations n'est pas posé par les promoteurs de l'association* ».

Dans ce même contexte, l'auteur s'interroge sur le processus d'acculturation à travers ces exemples ci-après. En parlant de la formation que les ONG organisent auprès de la population africaine, il affirme :

« Elle transforme les mentalités et les valeurs et peut changer de manière importante le système culturel et social établi ... [il rajoute] : pratiquement les formations sont dans un premier temps donné par des experts étrangers. Leurs élèves deviennent les formateurs locaux.

Le processus d'acculturation est indéniable ce qui mérite réflexion c'est que cela soit ainsi sans qu'il y ait au sein de l'association et une interrogation sur l'incidence

456 Interview : Ismaela SOW, « Président du Conseil Nat. de la Maison des éleveurs du Sénégal (CNMDE) » Consulté le 10 Aout 2015.

457 Rukundo, 2010 « *Evaluation des résultats de la campagne d'insémination artificielle bovine dans le département de Mbour au Sénégal : cas du projet GOANA (Grande Offensive Agricole pour la Nourriture et l'Abondance)* », Mémoire, Université Cheikh Anta DIOP de Dakar, consulté le 07 Août 2014. en ligne : http://www.memoireonline.com/05/12/5864/m_Evaluation-des-resultats-de-la-campagne-dinsemination-artificielle-bovine-dans-le-departement53.html.

culturelle de ce programme... La liberté pédagogique est envisagée sur le plan restreint de la liberté de choisir et de décider des programmes et ne s'étend pas à l'impact socioculturelle de ce qui est enseigné ⁴⁵⁸».

Ces faits peuvent être renforcés aussi par l'inadéquation des supports et à la difficulté d'établir une communication avec les élèves en plus du problème culturel de base. Autres exemples : les campagnes de vaccination contre les maladies humaines sont souvent victimes de ces mêmes rumeurs et cela au grand profit de la médecine traditionnelle. L'ensemble de ces exemples permette de constater que les ONG internationales n'accordent qu'une place limitée à la communication et à la culture locale dans leurs stratégies.

Par ailleurs, la stratégie de communication des ONG proposée permet de faire évoluer les mentalités. Elle met aussi en lumière la place de la culture locale dans la communication.

Si cette situation laisse penser à une question d'une culture venant d'ailleurs supposée supérieure à celle locale, de bonne ou mauvaise attitude que pourrait vivre les populations locales au point de susciter ou d'encourager un désir de changement vu par l'extérieur, ne sommes-nous pas en face simplement d'une situation d'acculturation ou de non-prise d'une culture locale pour induire un changement ? Dans ce contexte, cette question de D. Descendre (1991, p.62) semble légitime : dans sa volonté d'accroître sa production, d'obtenir une grande responsabilisation des paysans dans le cadre des modèles mise en œuvre, l'association n'a-t-elle pas forcé certains de ces membres à adhérer à des valeurs à des modes de comportement et de fonctionnement qui pour eux ne respectent pas leur univers socioculturel ? La responsabilité des organisations locales semble ici pointée.

1.1.3. Faible participation des populations aux initiatives.

Si l'ambition des ONG est de travailler avec les populations, la participation de ces dernières restent à de nombreux égards problématiques. Son importance n'est plus à démontrer car elle reste un élément important pour la pérennisation des projets mises en place.

Pape NDIAYE (2010) (Service de Médecine Préventive & Santé Publique à l'Université de Dakar) ; évoque la question de la mobilisation dans le « *projet latrine* » financé par la coopération technique belge. Ils affirment que « *la participation communautaire est en effet la clé de l'appropriation de tout programme de santé pour sa pérennisation* ».

⁴⁵⁸ Daniel Descendre, 1991 « l'autodétermination paysanne en Afrique, solidarité ou tutelle des ONG partenaires » p.61-62

Cependant, malgré l'importance de la participation communautaire, il constate que : « *dans plusieurs pays d'Afrique, l'implication des bénéficiaires se limite à la phase de planification. Beaucoup de projets pêchent dans leur stratégie participative à toutes les étapes, surtout celle de la mise en œuvre* ⁴⁵⁹ ».

Mais pour justifier de la faible participation des populations, beaucoup d'éléments sont ainsi évoqués : l'organisation de la communication, la construction de l'image à partir des représentations sociales, les modèles et normes importées, les effets de l'influence, la place de l'interculturelle, le langage et la non – prise en compte de la culture locale.

En abordant la communication avec les bénéficiaires, on peut remarquer que souvent, l'implication de ces derniers fait défaut en plus de la question du langage et du niveau de compréhension des termes utilisés lors des rencontres.

Ils peuvent être source de démobilisation pour une population qui a envie de s'impliquer ou de s'engager. Il faut remarquer à cet effet que l'auteur ajoute un élément important : celui du niveau de scolarisation du participant ou de la capacité de l'organisation à s'assurer que tous les acteurs qui interviennent, parlent le même langage.

Autrement dit : on peut s'interroger sur le rôle de l'analphabétisme des populations, la non-utilisation des pictogrammes auprès des populations analphabètes, le délaissement des moyens de communication traditionnelle, la non-utilisation des outils de communication qui contribuent à une meilleure compréhension des objectifs du projet.

Pour illustrer cette question, Pape Ndiaye (2010) rapporte que : « *seul le président du comité de santé du district (niveau supérieur) a été invité à quelques réunions durant lesquelles la communication en français limitait sa compréhension* ⁴⁶⁰ ». Sont-elles de simples figurants ou occupent-elles véritablement un rôle dans la préservation des intérêts locaux ? Comment organisent-elles la restitution auprès des personnes qu'elles représentent si l'on ne s'assure pas de la compréhension de l'action ?

Cette déclaration, fait émerger aussi les questions de la représentativité de la personne choisie pour représenter la population locale dans ces instances de décisions, en sus de l'alphabétisation et des outils (traduction) utilisés (langue de communication) pour faciliter les échanges.

En quoi cette situation contribue - t-elle à renforcer la problématique de la communication des ONG internationale ?

⁴⁵⁹ Ndiaye Papa *et al.*, « Participation communautaire dans un projet de latrines en zone rurale sénégalaise », *Santé Publique*, 2010/1 Vol. 22, p. 147-154.

⁴⁶⁰ Ibid. p. 147-154.

La question de l'implication des populations locales va au-delà de celle de la représentativité. En évoquant, l'échec du projet de construction de latrines dans la région de Diourbel au Sénégal, Pape Ndiaye, souligne que « *le projet de latrines n'a pas atteint son objectif dans la communauté rurale de Ngohé du fait d'une très faible participation communautaire dans les différentes étapes du processus. La communauté, insuffisamment impliquée, n'a pu faire la corrélation entre la santé et l'amélioration de l'assainissement à travers la construction de latrines, et de ce fait n'a pas adhéré au projet*⁴⁶¹ ».

Cette corrélation pose le problème du besoin exprimé par les initiateurs du projet et les besoins réels des populations locales. Est-ce qu'une réelle préoccupation ? Quel est le point de départ dans l'identification des projets ?

Même si Mory Camara (2015), directeur du projet Peace and Security de l'ONG TOSTAN⁴⁶² constate que la participation reste faible ; il oppose à la fois les qualités énergiques des populations et les stratégies de communication proposées par les ONG. Il déclare que ces derniers privilégient une communication largement institutionnelle. Il pointe du doigt ces dernières sur le fait qu'il y ait « *beaucoup de choses qui se font au niveau institutionnel, au niveau national, [mais] souvent ce sont des informations ou initiatives qui ne sont pas tout à fait comprises [...] au niveau de la base*⁴⁶³ ».

Si cette participation est déjà intégrée dans la politique de décentralisation et dans les lois favorisant une relation directe avec les populations-ONG ; elle requiert aussi une volonté de faire des bénéficiaires, des personnes susceptibles de participer à l'évaluation des actions d'urgence. Andréanne Martel⁴⁶⁴, membre de l'Observatoire sur les missions de paix et opérations humanitaire, parle de l'importance de la participation locale comme une nécessaire condition dans le cadre d'une évaluation sémantique et participative.

L'auteure définit « *l'évaluation sémantique* » est comme un « *outil de contrôle, pour noter ou sanctionner* »...et l'évaluation participative comme une action « *où les acteurs impliqués dans le projet* ». Cela passe par l'audit social et « *l'enquête de satisfaction* ».

Pour témoigner de la place primordiale des bénéficiaires, Silvia Balit (2004) déclare : « *l'écoute de la population, les enseignements tirés de leur perception des besoins et la prise en compte*

461 Ndiaye Papa et al., « *Participation communautaire dans un projet de latrines en zone rurale sénégalaise* », *Santé Publique*, 2010/1 Vol. 22, p. 147-154, consulté 7 novembre 2014, disponible en ligne : <http://www.cairn.info/revue-sante-publique-2010-1-page-147.htm>

462 http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=ymf2Ou5kMwA Tostan France: *Construire des ponts entre les communautés africaines: lancement du projet Paix et Sécurité au Sénégal*, consulté le 14 Avril 2015.

463 Ibid. p.33

464 Andréanne Martel, « *Importance et spécificités de la participation locale dans l'évaluation de l'action d'urgence* », dans le cadre du Colloque La Gestion de projets de développement et le renforcement des capacités organisationnelles, organisé par le GRIOT d'Oxfam-QC, ACFAS, Palais des Congrès, Montréal, 7 mai 2012.

de leurs connaissances et de leur culture est un autre préalable à une bonne communication avec les groupes marginaux ⁴⁶⁵ ».

Pour elle « *tout commence avec la population* » mais aussi du respect à avoir à l'égard de ces populations.

« ... Il faut associer la population à l'identification de la nature du problème, la définition des priorités, la formulation des solutions et la gestion des processus du changement... [Elle rajoute qu'] un autre concept de base sous-tend la communication participative est le respect pour le savoir, les valeurs et la culture des populations indigènes.

Bien loin des autoroutes de l'information, les communautés marginales possèdent des trésors de savoirs et de ressources culturelles traditionnelles, un héritage riche, mais fragile...» Silvia Balit, « La communication pour les groupes isolés et marginalisés » (2004) PP.124-125.

Au-delà de cette faible participation, nous allons évoquer la question de la communication institutionnelle qui est à la fois une instance de contradiction, de tension mais aussi d'expression où les enjeux semblent dépasser les populations bénéficiaires.

1.1.4. La communication institutionnelle : une crise récurrente

La communication institutionnelle reste un élément de convoitise pour les ONG car elle mobilise plusieurs acteurs qui interviennent ou facilitent la collaboration sur le terrain. Elle intègre à la fois des partenaires stratégiques et des autorités locales, coutumières et étatiques qui tentent souvent de travailler ensemble, tout en préservant des intérêts divers et variés. Même si elle permet de regrouper plusieurs acteurs et une interdisciplinarité, elle semble être le lieu où se développe des situations complexes qu'on peut qualifier de tensions permanentes. Elizabeth Gardere (2019) confirme ainsi cette situation d'échange qui se renforce aujourd'hui de manière inévitable. L'auteure rappelle qu'« *il est ainsi question de travail collaboratif, d'économie collaborative et plus largement de pratiques collaboratives, dans l'ensemble des champs de la vie sociale et professionnelle* ⁴⁶⁶ ». Au-delà de la dimension collaborative, la communication institutionnelle place la question de l'image de l'organisation au cœur de son intervention, interactions et échanges. Elle permet à la fois de construire une image forte et une notoriété qui peuvent à la fois régir les relations (dominants-dominés) ou imposer la vision de

⁴⁶⁵ Silvia Balit, 2004, 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement « *La communication pour les groupes isolés et marginalisés : Lier l'ancien et le nouveau* », p.117 en ligne <http://www.fao.org/3/a-a1476f.pdf>

⁴⁶⁶ Gardère, Elizabeth, Jean-Luc Bouillon, et Catherine Loneux. « *Le collaboratif dans les organisations : une question de communication* », *Communication & Organisation*, vol. 55, no. 1, 2019, pp. 9-22

l'organisation. La question du support utilisé dans le cadre de cette forme de communication permet d'identifier les interactions qui pourraient exister entre les ONG internationales, les représentants des populations bénéficiaires, les structures étatiques et autres partenaires stratégique (bailleurs de fonds, donateur...). Elle ne peut être alors juste cantonné à une communication en B2B mais peut évoluer vers un B2C⁴⁶⁷

Eric Giully indique que « celles-ci s'illustrent par des joutes verbales entre les autorités administratives, les ONG et les organisations locales. Même si elle constitue un espace d'expression, elle symbolise le cadre où les positionnements professionnels des différents acteurs et la défense des intérêts de groupes se profilent. On n'y retrouve à la fois des personnes scolarisées ou pas, des autorités, des représentants des organisations locales mais aussi des membres de l'administration et les représentants des ONG. Ce melting-pot augure bien de la complexité des acteurs à parler un seul langage et à choisir une langue de communication qui prend en compte l'ensemble des demandes. Elle peut constituer de prime à bord le premier élément de la difficulté à communiquer et par conséquent génératrice de tension et de crise entre les organisations locales et les ONG. Les crises institutionnelles et les conflits génèrent souvent des tensions entre les états et les ONG. Ces dernières se regroupent souvent sous le vocable de la « *société civile* » pour mieux défendre les populations. Elles utilisent souvent les disfonctionnements, les problèmes organisationnels, les souffrances et les injustices pour exister. Fabienne Leloup (2003) constate, que « *l'Etat [est] encadré par le bas* ⁴⁶⁸ » par les ONG. Mais pour les ONG, ce cadre favorise une communication en direction des structures partenaires mais elles l'utilisent souvent pour faire le bilan de leur actions...

Par ailleurs, il constitue le lieu d'évaluation⁴⁶⁹ de leurs actions, des résultats par les bénéficiaires ou leurs représentations. L'ensemble de ces situations profilent l'image de l'ONG vis-à-vis de ses partenaires mais elles constituent un lieu d'expérimentation et de développement des actions de lobbying et de plaidoyer afin d'apporter des changements au sein de la zone d'intervention. Pour certains Etats, au-delà du fait qu'ils considèrent les ONG comme des espions, pensent que ces dernières « *développent et gèrent les actions publiques internationales, mais aussi se substituent dans un certain nombre de cas aux pouvoirs publics* ⁴⁷⁰ ». Ce qui est aussi source de

⁴⁶⁷ Giully, Éric. 2013 « II – La communication en mode « B2B » ou quand les professionnels parlent aux professionnels », *La communication institutionnelle. Privé/public : le manuel des stratégies*, sous la direction de Giully Éric. Presses Universitaires de France, pp. 73-82.

⁴⁶⁸ Leloup Fabienne et al., « *Le développement local en Afrique de l'Ouest : quelle(s) réalité(s) possible(s) ?* », *Mondes en développement*, 2003/4 no 124, p. 95-112. <http://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2003-4-page-95.htm>.

⁴⁶⁹ Quéinnec Erwan. La performance opérationnelle des ONG humanitaires : une analyse en termes d'enjeux institutionnels. In: *Tiers-Monde*. 2003, tome 44 n°175. pp. 657-682.

⁴⁷⁰ Leloup Fabienne et al., « *Le développement local en Afrique de l'Ouest : quelle(s) réalité(s) possible(s) ?* », *Mondes en développement*, 2003/4 no 124, p. 95-112. <http://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2003-4-page-95.htm>.

confrontation⁴⁷¹. Les difficiles relations entre les autorités sénégalaises et l'ONG Amnesty international sont ici la parfaite illustration.

La comparaison faite par le coordinateur national d'Amnesty sur la question des Droits de l'Homme entre le Sénégal et la Gambie n'a pas été du goût des autorités sénégalaises. La Première ministre déclare que « *ce manque de retenue brouille le véritable message et porte atteinte à l'image de marque d'Amnesty International qui continue, au Sénégal et partout dans le monde, à jouir d'une bonne réputation* »⁴⁷². Comment expliquer malgré tous ces échecs, les budgets alloués à la communication institutionnelle restent supérieurs à ceux de la communication participative et/ou à la communication pour le développement ? Reconnaisent-elles que ces choix peuvent rendre difficile leur propre communication ? Sont-elles simplement soucieuses de leur image auprès des partenaires institutionnels ? Toutes ces questions citées ci-dessus constituent ainsi les maillons de notre problématique définie ci-dessus. (Cf. page 3).

1.1.5. L'utilisation du don dans les relations entre ONG et bénéficiaires

La majeure partie des actions des ONG se traduit par l'octroi de dons. Dans une enquête récente Myworld2015 menée par la Direction du Plan du Sénégal (2015), « 14,2% des personnes interrogées pensent que les ONGs seraient des structures idéales pour résoudre les contraintes de subsistance des populations ». Cependant, l'introduction de ce don pour stimuler les relations entre les différents acteurs pourrait-il être un moyen pour établir une communication entre les bénéficiaires et les acteurs transnationaux ? Marcel Mauss (2012, p.98) nous informe que le don à un but⁴⁷³ « *avant tout moral, l'objet en est de produire un sentiment amical entre les deux personnes en jeu, et si l'opération n'avait pas cet effet, tout en était manqué* ». Serait-il une stratégie pour renforcer les relations avec les bénéficiaires, pour maintenir les populations dans l'assistanat, pour la notoriété, et/ou pour une nécessité comptable comme c'est le cas en Asie en 2004 où certaines « *ONG, contraintes de dépenser cet argent en Asie, n'ont eu d'autre choix que de se lancer dans des projets peu pertinents, ou redondants* » (Figaro, 2013).

471 Ibid. p. 95-112.

472 Ibrahima Diallo « *Le manque de retenue porte atteinte à l'image de marque d'Amnesty International* », http://mobile.sudonline.sn/le-manque-de-retenu-porte-atteinte-a-limage-de-marque-damnesty-international_m_13971.htm consulté le 03 novembre 2015.

473 Marcel Mauss, 2012, « *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* », présentation de Florence Weber, 2nd éd., Paris, Puf, P. 98

Solidarité laïque (2012) dans son document pédagogique définit le don comme « un acte charitable qui appellerait à un contre-don [...il...] serait un geste déséquilibré où celui qui reçoit est déprécié...⁴⁷⁴ ». Mais face à des populations démunies « *pauvres* », l'on peut se demander si cette affirmation de M. Mauss ci-après, ne risque pas d'être un handicap pour les bénéficiaires, si l'on sait que 46,7% de la population sénégalaise (Dir. Générale du Plan, PNUD, 2013). Le don n'implique pas : « *seulement l'obligation de rendre les cadeaux reçus, mais elle en suppose deux autres aussi importantes : l'obligation d'en faire d'autres d'une part [et] l'obligation de recevoir, d'autre part* » (M. Mauss 2012, p.83).

Le don pose aussi un problème de rapport de force entre les deux parties. Il apporte ainsi un déséquilibre et accentue les relations de dominants – dominés ou aidants – aidés. Ce proverbe africain illustre bien ce rapport de force car il dit que « *la main qui donne est toujours plus haute que celle qui reçoit* » et où celui qui donne soulagerait sa conscience « *troublée et culpabilisée*⁴⁷⁵ ». La dimension religieuse ne peut être occultée car elle sous-entend un sacrifice, une offrande, une culpabilité que le don « *soulagerait* ». Mais au-delà de cette dimension cachée et personnelle du donateur, le don selon certaines élites africaines reste un handicap, une dépendance mais un outil politique pour les autorités locales et les donateurs. Les raisons de l'utilisation de ce dispositif sont nombreuses et variées. Ce constat est fait par l'écrivain et cinéaste sénégalais Ousmane Sembene (film « *Guelwaar* », 1991) qui pour réveiller les consciences africaines sur l'aide internationale⁴⁷⁶, mit en avant un curieux personnage « *qui faisait trembler les autorités en fustigeant les aides internationales reçues par l'Afrique* ».

Dans le cas du Sénégal l'on se demande si la joie obtenue par les membres des ONG pour les remerciements formulés par les populations à l'égard « *pour avoir apporté du réconfort, un soutien, un peu de joie, ou des menus services* » (Le Monde 2010) est-elle à la hauteur des dons reçus ? Il serait important de s'interroger, sur la posture des bénéficiaires par rapport aux dons, sur les méthodes compensatoires et symboliques d'une part et d'autre part sur les différentes motivations et les motifs de satisfaction des membres des ONG. Les raisons de leurs actions sont-elles dictées par la « **globalisation** » (Fons Trompenaars, 1994, p26) couverte souvent par « *des pseudo-échanges et une pseudo-communication* » (E. Lipiansky, 1989) avec une possibilité d'homogénéité et d'adaptation (F. Trompanaars 1994, p26) ? Ces questions peuvent remettre en cause la sincérité des actions des ONG sur leur volonté réelle de changer le vécu

474 Solidarité Laïque, 2013, « *Eduquer au don : Réflexion sur la générosité avec les élèves.* » En ligne : <http://www.solidarite-laique.org/pro/documents-pedagogiques/eduquer-au-don/> consulté le 12 janvier 2017

475 Ibid.

476 Ousmane Sembene, 1991 « *Guelwaar* », En ligne : <https://youtu.be/6hthcEd5mGE> consulté le 12 janvier 2017

des populations. Le brassage entre les peuples à travers la notion interculturel serait-il une des solutions pour cacher les difficultés de terrain ? Repenser le don comme instrument de rapprochement et de communication paraît à bien des égards intéressant car elle facilite le contact et le brassage des peuples.

Mais ne pose-t-il pas un problème de développement, de leurre, de détournement d'objectif qui empêcheraient dans le long terme aux bénéficiaires de devenir acteurs de leur propre développement ?

1.1.6. La culture comme premier obstacle à la communication

Si l'on considère que la rencontre ou le contact entre une ONG internationale et des populations locales passe nécessairement par un contact physique et/ou verbal et non verbal (l'identité ou l'identification et le langage), l'on peut se demander quels sont aujourd'hui les facteurs bloquants la communication ? Edmond M. Lipiansky (1989, p.151) dans son livre communication interculturelle affirme que « *la différence linguistique renvoie à une différence culturelle dont l'impact n'est pas négligeable sur le mode de communication* ». Ici la communication peut être considérée comme une rencontre de culture ou « *une réunion de personnes appartenant à des cultures différentes parmi lesquelles la culture nationale [...] se croise et interfère avec d'autres éléments d'identification comme le sexe, l'origine sociale, l'âge, la profession, les appartenances religieuses et idéologiques* (ibid. p150) ».

Ainsi la situation dans laquelle une ONG Internationale rencontre les populations locales est bien plus complexe et « marquante » qu'un simple contact. Fons Trompenaars (1994, p11), pense que dans la nouvelle configuration de l'économie internationale « *un manager doit acquérir une maîtrise minimale des caractères culturels du milieu au sein duquel il entend exporter une ligne de produit, développer un projet, implanter une filiale ou rechercher un partenaire* ⁴⁷⁷ ». L'apprentissage des codes culturels d'un pays par les acteurs transnationaux peut être un facteur de réussite de l'initiative prise en direction des populations locales. Mais qu'en est-il de l'attitude des ONG internationales qui interviennent au Sénégal ? Prennent-elles en compte sérieusement la culture locale ? **L'hétérogénéité des équipes (personnels ONG)**

477 Fons Trompenaars, 1994, « *L'entreprise Multiculturelle* », Edition Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, 309 p. p11

accentue-t-elle les problèmes ou situations interculturels ? Le non-respect de ces règles si elles sont considérées ainsi conduit à une résistance identitaire susceptible d'entraver l'action des ONG auprès des populations locales. Ces différences obligent bien souvent des communautés à protéger leur identité menacée. D'autres phénomènes comme la mondialisation, le développement des NTIC, l'homogénéisation des besoins, l'échec des « *modèles importés*⁴⁷⁸ » Mutabazi Evalde (2006) en Afrique et le choc culturel ; viennent renforcer mais aussi atténuer ces obstacles liés à la communication des ONG.

Pour Camille Camilleri (1986, p186-187), « *la culture est l'ensemble plus ou moins lié de significations acquises*⁴⁷⁹ », mais pour d'autres auteurs comme F. Trompenaars, (1994, p12) ces cultures permettent à un groupe d'individus « *d'inscrire dans le monde ses normes, ses valeurs et ses croyances* ». Cependant, la rencontre entre deux cultures et les différences observables peuvent provoquer un choc et conduire à un échec de la communication.

Dominique Xardel et Franck Gauthey (1993, p.118) dans leur livre *management interculturel* pensent que « *la culture détermine la manière de penser, de sentir, de communiquer, de produire, ...la culture est acquise, transmise par des codes, symboles, langues, gestes, expressions*⁴⁸⁰ ». Cette affirmation laisse penser que la culture devrait être considérée comme une porte d'entrée car elle est vitale pour le groupe et/ou les communautés.

Même si l'ensemble des définitions montre les différentes perceptions de ce qu'est la culture, celle de Dominique Xardel et Franck Gauthey (1993) semble plus complète et intègre parfaitement la notion de communication. Elle est d'autant plus importante qu'elle peut facilement intégrer l'analyse des spécialistes interculturelles comme Geert Hofstede, Edward T. Hall et F. Trompenaars qui traitent tous des problèmes et situations interculturelles avec des grilles complémentaires. Cette culture reste le premier élément d'identification des acteurs concernés.

Le statut des ONG Internationales offre systématiquement une situation interculturelle, car elles interviennent souvent en dehors de leurs territoires nationaux ou en zones inconnues. Cela peut engendrer des problèmes interculturels qui ont fait naître des théories et poussé les grandes

478 Mutabazi Evalde, 2006 « *face à la diversité des cultures et des modes de gestion : le modèle circulatoire de management en Afrique* », *Management & Avenir* ». « *L'échec de modèles importés en Afrique n'est plus à démontrer aujourd'hui. Contrairement aux stéréotypes souvent médiatisés, nos recherches montrent que l'essentiel de ces dysfonctions s'expliquent par le multiculturalisme et la double référence de nombreux entrepreneurs et managers Africains à la fois aux modèles importés depuis la colonisation dans leurs pays et au modèle circulatoire hérité de leurs ancêtres et encore très prégnant et vivace dans les mentalités africaines* ».

479 Camille Camilleri, 1986, *Anthropologie culturelle et éducation*, *Journal des africanistes* », Persée, Volume 56, Numéro 1, p. 186 – 187, En ligne : « http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/jafr_0399-0346_1986_num_56_1_2121_t1_0186_0000_1 », consulté le 04 mai 2014.

480 Franck Gauthey et Dominique Xardel, 1993 « *management interculturel* » Presses Universitaires de France/2eme édition corrigée, 118 p

entreprises et spécialistes à se pencher sur la question et à proposer des grilles d'analyse. Quelle est la place de la culture locale dans l'élaboration des projets et programmes ?

En Afrique, la complexité des situations d'urgence (guerre, épidémie, famine, crise politique, catastrophe naturelle...) implique ou nécessite parfois une intervention d'acteurs non gouvernementaux. Mais généralement au-delà de la mobilisation nationale, des organisations venues d'ailleurs proposent leur aide pour venir à bout des fléaux sans en connaître au préalable la culture, la langue, le fonctionnement... La non-maîtrise de la culture locale devient – elle un facteur d'échec des projets initiés ? Comment le secteur des ONG réagit –il pour se préserver des problèmes interculturels ? Y'a-t-il une volonté de laisser entrevoir le refus conscient ou non de certaines ONG de reconnaître les obstacles liés à la culture ou d'établir un diagnostic quant à l'échec de leur communication ?

Même si des Organisations Non Gouvernementales semblent accorder une place à la culture, Robert Glasser (2008) lui pense que : « *l'un des premiers soucis des ONG, ainsi que de l'ONU et des donateurs nationaux, a été de savoir comment éviter la répétition d'erreurs passées* ⁴⁸¹ ». Des erreurs qui visiblement sont citées par les ONG et bénéficiaires dans l'enquête (2013) et qui révèle que la non-prise en compte de la culture locale est l'un des maillons le plus important sur la liste des obstacles liés à la communication des ONG en Afrique en général et au Sénégal en particulier.

Si la différence de culture reste déjà un obstacle à la communication, sa non-prise en compte de cette dernière dans les initiatives proposées, conduit nécessairement à un échec.

Au Sénégal, la culture de l'oralité et la transmission du savoir de bouche à oreilles, sont bien ancrées dans la société, ce qui est le contraire des sociétés occidentales où l'écrit est le moyen le plus usité pour les transmissions des pratiques de génération à génération. Cette différence de pratique entre deux cultures est d'autant plus importante qu'elle en cache d'autres. Par exemple : l'acceptation de l'heure sénégalaise (l'arrivée en retard) à tous les événements peut à un moment exaspérer des interlocuteurs d'une autre culture s'il n'est pas remis dans le contexte sénégalais où arriver en retard paraît simplement normal.

La question du regard peut être citée en exemple aussi. Il faut noter que dans la culture sénégalaise regarder quelqu'un droit dans les yeux peut être considéré comme de « *l'insolence* » alors que dans d'autres cultures cela pourrait être considéré comme un manque de sincérité.

481 Robert Glasser, Europesworld, « *les ONG doivent tirer les leçons de leurs échecs* ». En ligne : http://www.europesworld.org/NewEnglish/Home_old/Article/tabid/191/ArticleType/articleview/ArticleID/21028/language/fr-FR/Default.aspx, consulté le 12 janvier 2014 p.2

Cette diversité d'acteurs transnationaux et locaux dans leur nécessaire interaction pose en plus des incompréhensions liées aux situations culturelles, le problème de la langue. L'option de donner à la langue une place primordiale du fait qu'elle constitue le premier point de contact au-delà du regard, me paraît intéressant.

Toutes les rencontres dans le monde commencent par une salutation qui pose les bases d'un échange et qui permet de voir les différences linguistiques qui y découlent. C'est la raison pour laquelle E. Lipiansky (1989, pp 21-22) considère que « *le premier obstacle auquel on se heurte c'est l'obstacle de la langue [...]* ». *Cependant, on ne devrait pas « perdre de vue la dimension proprement culturelle qui sous-tend ladite communication, au-delà de la seule question des clivages linguistiques »* (ibid. p22).

La proximité linguistique entre le Sénégal et la France à travers la langue française pose le problème du multiculturalisme (Mutabazi Evalde, 2006) ? Est-ce que le multiculturalisme ou la double référence est un atout ou conduit-il à l'échec des programmes ? Laisse-t-il entrevoir le refus conscient ou non de certaines ONG de reconnaître les obstacles ou d'établir un diagnostic quant à l'échec de leur communication et de leurs actions initiées sur le terrain ? Est-ce que la plupart des ONG internationales qui interviennent en Afrique intègrent systématiquement dans leur programme des initiatives comme la « *boîte à outils pour la pratique du dialogue interculturel : toolkit* ⁴⁸² » mise en place par certaines ONG européennes du conseil de l'Europe ?

Ce travail tentera d'apporter des réponses à ces différentes questions en se basant sur les résultats de l'étude sur les obstacles liés à la communication des ONG en Afrique : le cas du Sénégal ; menée auprès des cibles ci-après.

1.1.7. L'organisation de la communication des ONG

Tout comme la culture, l'organisation de la communication en amont et en aval, reste un problème majeur soit de par son insuffisance et/ou parfois de par son inexistence voire son excès. L'organisation de la communication des ONG stipule des objectifs à poursuivre, des stratégies à atteindre et qui rentrent souvent dans ligne organisationnelle qui permet de déterminer les axes forts à développer.

482 Institut Bioforce Développement, 2012 « *Les ONG, acteurs incontournables de la Solidarité Internationale ?* » En ligne : « <https://www.ritimo.org/Les-ONG-acteurs-incontournables-de-la-Solidarite-Internationale> », consulté le 20 mars 2017

Pour mieux comprendre la notion d'organisation, il fallait d'abord partir de quelques définitions de la communication pour appréhender l'objet à organiser c'est-à-dire la communication.

Armand et Michèle Mattelart (2002, p.36) qui pensent respectivement que la communication est définie comme « *l'action de faire participer un organisme ou un système [...] situé dans un autre lieu et un autre temps, en utilisant les éléments de connaissance qu'ils ont en commun* ». Tandis que Rogers et Kincaid, (1981, p.92) définissent la communication comme une « *convergence [...] un processus où les participants créent et partagent de l'information afin d'arriver à une compréhension mutuelle* ⁴⁸³ ». L'importance de ces deux définitions porte sur la nécessité d'harmoniser les différentes actions entre les ONG et les bénéficiaires pour arriver à quelque chose de commun et se comprendre.

L'organisation dans ce contexte se veut non pas comme une entité, mais comme une manière de conduire la communication, une « *façon de penser et de traiter les problématiques qu'il souhaite aborder* ⁴⁸⁴ ». Aborder la question dans un contexte organisationnel et scientifique/universitaire comme le fait Olivier Belin (2007) dans la migration conceptuelle, paraît plus intéressant à plusieurs égards. Le contexte organisationnel « *fait bien sur appel [...à...] la communication interne, externe et les pratiques en ces domaines. On s'intéressera alors aux plans de communication, aux relations presse, à l'image etc.* » tandis que le contexte scientifique lui « *renvoie à divers corpus théoriques servant à recueillir des données pour les analyser, sur des terrains relevant parfois des situations organisationnelles et des pratiques de communication (ibid.)* ». Si cette approche contextuelle permet comprendre et d'analyser les différents pans de leur communication des ONG, elle n'intègre pas manière d'arriver à une organisation de la communication et n'informe pas sur l'apport des corpus dans la communication des ONG. Font-elles appel à cette littérature pour organiser la communication ? Ou se contentent-elles simplement de l'organiser à travers des : objectifs, messages clés, outils, canaux de communication, publics cibles, moyens utilisés, stratégies, techniques, calendrier, budget, rôles, responsabilités et cadres d'intervention... ?

La définition d'objectifs de communication claire permet naturellement d'arriver à une forme d'organisation en direction des différents publics cibles conduite par des agences, des organismes de presse, des entreprises spécialisées ou des cellules de communication. Cette

483 Armand et Michèle Mattelart, 2002, *histoire des théories de la communication*, Nouv. éd., Paris, La Découverte et Syros « Repères », p.92.

484 Olivia Belin, « *Une définition mixte de l'organisation : une intentionnalité théorique et méthodologique* », Communication et organisation [En ligne] « <http://communicationorganisation.revues.org/196> », consulté le 30 septembre 2016.

organisation a permis à bien des égards d'étendre « *leur influence [qui] leur permet de faire porter la voix des plus vulnérables, elles sont de plus en plus parties prenantes des jeux des pouvoirs* »⁴⁸⁵ ». L'organisation de la communication à travers différents partenaires comme les agences, les organismes spécialisés, les cellules de communication.

Face aux enjeux multiples comme la recherche de fond, les collectes de dons, les ONG, l'organisation de la communication devient indispensable pour réussir les missions. Si Lasswell pense que le processus de communication fonctions principales dans la société : la surveillance de l'environnement, la mise en relation des composantes et la transmission de l'héritage social, Paul Lazarsfeld et Robert K. ajoutent à ces trois fonctions une quatrième : l'Entertainment ou le divertissement⁴⁸⁶. Ce qui complexifie le schéma en discernant la possibilité de dysfonctionnement, ainsi que de fonctions latentes et manifestes » p.21

La difficulté des ONG à se faire connaître, reste liée à l'organisation de la communication, au non-respect des règles d'organisation en sus de la non-prise en compte de la culture locale. Ce non-respect des règles d'organisation par les ONG, augmente, considérablement le nombre d'obstacles liés à la communication. Sylvie Thiéblemont-Dollet (2003) dans ses travaux, pense qu'il faut prendre en charge « *certaines phénomènes au centre de nos préoccupations : les relations à l'intérieur d'une entreprise internationale [...] l'influence des stéréotypes et des représentations sociales...accrue par l'expansion des moyens de communication* »⁴⁸⁷.

Les relations interpersonnelles, le rôle joué en interne par le personnel de l'ONG dans l'émergence des conflits, la réussite ou l'échec des actions entreprises, permettent d'aborder la difficulté de mettre en place une organisation cohérente de la communication et qui s'inscrit dans une problématique plus globale des ONG confrontées à la communication Internationale et à l'influence culturelle de l'organisation.

En Afrique, beaucoup de projets démarrent sans au préalable mettre en place une organisation du volet communication. La raison est simple : les techniciens en charge de conduire les destinées du projet estiment généralement qu'il n'y a pas de nécessité de faire appel à la communication car le projet reste une exécution technique. Mais au vu des premiers résultats

485 La « *Boîte à outils pour la pratique du dialogue interculturel* » : s'inscrit dans la continuation du Livre blanc sur le dialogue interculturel (2008) et constitue également un outil de mise en œuvre du Rapport « *Vivre ensemble– Concilier la diversité et la liberté dans l'Europe du XXIe siècle* » (2011). » <http://www.caux.iofc.org/fr/boite-a-outils-dialogue> une collaboration entre Initiatives et Changement et le Conseil de l'Europe. La boîte de dialogue en version française : <http://www.dialoguetoolkit.net/the-toolkit/the-toolkit-french/> consulté le 10 Aout 2015.

486 Armand et Michèle Mattelart, 2002, « *histoire des théories de la communication* », Nouv. éd., Paris, La Découverte et Syros « Repères », p.21, 128 pages.

487 Sylvie Thiéblemont-Dollet, 2003 « *Interculturalités* », Questions de communication, [En ligne] : <http://questionsdecommunication.revues.org/4257>. Consulté le 13 septembre 2015.

de ces projets (nombreux échecs) ; certaines ONG sollicitent des agences, des professionnels ou bureaux d'étude en communication pour réorganiser et corriger les erreurs du passé.

Ceci fait naître généralement une relation de dépendance. Dans ce contexte, Eric Dacheux (1994) s'interroge si « *les ONG sont-elles victimes des agences de communication ?* » car elles arrivent malgré tout à proposer des solutions souvent inadaptées, face aux difficultés rencontrées. Cette question pouvait être formulée autrement « *ne payent-elles pas l'inexistence d'une communication en amont de leurs projets ?* ».

1.1.8. La mise en œuvre de la stratégie de communication est – elle inclusive participative ?

Il est essentiel d'étudier et d'analyser l'influence que les groupes transnationaux⁴⁸⁸ exercent sur l'environnement local dans lequel ils interviennent. Par exemple, le réseau de recherche sur la paix, développe une stratégie qui : « *repose sur le contournement des institutions politiques, tout en les affectant simultanément dans leur prise de décision* ». (Amandine Gnanguenon, 2008) Cette notion d'influence dans la prise de décision locale est bien réelle. Franck Signoret (2013), chargé de mission à l'Institut régional de Coopération et Développement (IRCOD), va même au-delà en parlant des ONG. Il pense que « *ce sont des gens qui ne sont pas ancrés dans les réalités des pays et adaptent leur message pour des bailleurs de fonds* ». (F. Signoret, 2013, Interview) Ce qui offre un décor de terminologie (mot) complexe et dénuée de sens sans possibilité de traduction ; répété en boucle par les leaders d'opinion locaux dans le but de renforcer les stratégies de positionnement de l'image des ONG.

Une analyse de Sylvie Jaglin (2001, p119) permet de « *débusquer les implicites d'une telle terminologie et ses effets de brouillage sur la structuration réelle des relations*⁴⁸⁹ » Cela donne aux ONG des allures d'organisation mythique. Mais cette influence est-elle positive ou négative ? À qui profite-t-elle ? La création d'un vocabulaire pour justifier l'action des ONG renforce t'elle ces dernières ?

488 Les groupes transnationaux peuvent être définis comme des institutions ou organisations fortement structurées, ou au contraire comme des groupes plus informels, dont les membres possèdent une unité, ou au moins une similitude de comportement, suffisante pour être considérés comme des acteurs uniques. <http://www.operationspaix.net/4-resources/details-lexique/acteurs-transnationaux.html>, Consulté en Octobre 2014.

489 Sylvie Jaglin, 2001 « *des ONG dans les villes africaines. Le « partenariat », un outil d'autoreproduction ?* Mouvements (no13), p. 119-126. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-1-page-119.htm>. Consulté le 10 avril 2017

Sylvy Jaglin (2001, p121) déclare ceci : « *pressées par un besoin de trésorerie croissant, les ONG tendent à se plier aux conditions d'octroi des fonds comme à des rythmes et délais de décaissement qui correspondent rarement à la logique et au temps des projets*⁴⁹⁰ ».

La plupart des ONG internationales jugent les Africains pauvres, avec un regard occidental tout en oubliant de prendre en compte la notion de « *pauvre* » du point de vue africain C'est ce que J.-M. de Gérando (1996) cité par E. Lipiansky (1989) disait au tout début du 19ème siècle : « *rien n'est plus ordinaire que de juger les mœurs des sauvages par des analogies tirées de nos propres mœurs, qui ont cependant si peu de rapport avec elles* ». Aujourd'hui la situation n'a pas trop évolué à cause de l'enracinement des stéréotypes mais aussi du problème de la création et reproduction des besoins occidentaux dans un contexte africain et pour des populations qui ont une préoccupation autre que celles des ONG.

1.1.9. L'impact des modèles importés et le rôle des intermédiaires

Pour Gérard Winter (2001), même « *les normes des ONG étaient, elles aussi à l'origine, des normes importées [...] les ONG ont certes tenté, dès le début, de greffer leurs normes sur des normes locales* ». Les communautés africaines ou d'ailleurs souvent réfractaires aux changements n'adhèrent pas forcément à ces modèles importés même si leur situation de précarité semble les obliger à participer voire accepter ces modèles de développement.

Guy Bessette, membre du Centre de recherches pour le développement international (CRDI) prétend ainsi que « *l'expérience a montré que le point de départ de la communication pour le développement ne réside pas dans la diffusion d'une innovation ou d'une nouvelle idée pleine de promesses, mais dans l'expression des besoins de la population. Il s'ensuit que les modèles de communication fondés exclusivement sur des modèles de transmission d'informations éloignés des processus communautaires sont clairement voués à l'échec* » (G. Bessette, Rajasunderam, 1996).

Les thèmes comme l'amélioration du cadre de vie par exemple ou l'insalubrité, et même le planning familial...sont-ils de réelles préoccupations pour les populations ? Ce processus de construction de ces vocables est considéré par E. Lipiansky (1989) comme un « *processus de*

490 Sylvy Jaglin, 2001 « *des ONG dans les villes africaines. Le « partenariat », un outil d'autoreproduction ?* Mouvements (no13), p. 119-126. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-1-page-119.htm>. Consulté le 10 avril 2017

différenciation catégorielle qui opère en même temps sur les perceptions, les représentations et les comportements ». Ce vocable traduit aussi le grand fossé entre les ONG et les populations. Il laisse place à des intermédiaires qui semblent être les grands bénéficiaires.

Ces intermédiaires créent non seulement des images négatives, mais aussi renforcent les représentations sociales au profit d'intérêts inavoués (activités de tourisme, vacances au frais de l'ONG, détournement d'objectifs etc.). D'autres ONG profitent de ces représentations sociales qui « *s'ancrent dans un imaginaire social fruit de l'histoire et des rapports entre groupes ethniques ou nationaux* (E. Lipiansky, 1989) » pour arriver à leur fin par le biais de leaders d'opinion.

L'exemple de l'échec des projets de construction de latrine au Sénégal est une parfaite illustration.

1.1.10. La construction de représentations collectives et stéréotypes cultivés est-elle renforcée par les médias ?

Si l'on part du principe que, la rencontre entre deux personnes de cultures différentes passe par la mise en avant d'une image (désirée, acquise et souhaitée), il semble évident que cette stratégie passe par un jeu de rôle ; où les acteurs (populations et ONG) essayent de montrer l'image la plus positive qu'ils ont, et cela au travers des représentations susceptibles de traduire la réalité et de laisser apparaître leur image réelle souvent cachée.

Par ailleurs ce jeu de rôle permet aux acteurs de peaufiner leur image réelle ou souhaitée. **Quel est aujourd'hui le rôle joué par les ONG internationales et les populations locales dans la construction et le renforcement des représentations collectives et stéréotypes cultivés⁴⁹¹ ?**

De l'avis de Lipiansky (1989, p199) « *les représentations que les peuples se font les uns des autres ne proviennent pas simplement d'un répertoire d'images transmis par la tradition, elles résultent aussi de la dynamique propre aux relations inter-groupes⁴⁹²* ». Ce qui induit une notion de contacts et d'échanges.

491 Quand Edgar Quinet oppose une France civilisée et civilisatrice incarnant la république face à l'Allemagne barbare [...]. Quand Victor Hugo oppose dans le même esprit une France dépositaire des valeurs républicaines de l'avenir à l'Allemagne incarnant le passé monarchique [...] et dépassé p.245

492 Ibid. p.4 – p.199

Ces représentations et stéréotypes sont renforcés par l'imposition de modèles importés prédéfinis par l'une des parties prenantes. Si par moments des efforts sont faits pour comprendre les autres cultures, d'autres semblent souvent tirer des conclusions hâtives devant influencer sur l'approche à mettre en place. Martine Brasseur affirme que « *l'analyse des premières approches de la culture montre que les modes de stéréotypage qui en découlent vont déterminer la conception que le manager aura de son rôle en Afrique*⁴⁹³ » (Brasseur Martine, 2008).

Ces pratiques permettent-elles aux ONG de reconnaître leur modèle comme un obstacle à leur propre communication ? En effet, cette situation est renforcée par les médias qui présentent généralement « *l'étranger comme une suite d'images pittoresques, un pur spectacle dans lequel la culture se fige en folklore* » (E. Lipiansky 1989, p141) ; apportant ainsi « *l'illusion d'une connaissance sans contact*⁴⁹⁴ ». Sont-elles simplement soucieuses de leur stratégie et de leur image ?

Dans sa déclaration finale, le forum des médias sur le continent africain⁴⁹⁵ qui s'est tenu du 17 au 19 décembre 2015 à Marrakech ; a mis à nu le caractère volontariste de certains médias occidentaux et même parfois africains de se maintenir dans cette dimension de renforcement des stéréotypes. Ainsi les participants affirment ainsi que « *la lutte contre les stéréotypes négatifs sur l'Afrique, [...] persiste toujours dans les médias africains et internationaux, au mépris de la déontologie de la profession et en rupture totale avec l'image réelle...* ». Est-ce que cette politique serait-elle la pièce maîtresse de la stratégie des ONG ?

Quelle serait aujourd'hui la part des médias (radio et télévision internationale, presse écrite, journal et reportage en ligne et chaînes multimédias) dans la construction de ces images et le renforcement de ces normes ? La perception que les populations ont des ONG est tellement importante que le sigle « *ONG* » renvoie à l'international, noyant ainsi les ONG locales.

A développer : le travail de France 24 dans les reportages sur les questions de violences et la différence de traitement de l'information dans ses reportages pour l'Afrique ou pour l'Europe....

493 Brasseur Martine, 2008, « *le rôle des stéréotypes dans le management de la diversité culturelle : le cas de l'Afrique* ». La Revue des Sciences de Gestion, n° 230, p. 61-6

494 Jean-René Ladmiral - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *La communication Interculturelle* », Armand Colin Editeur, Paris, p.141

495 Forum des Médias sur le continent Africain, | 2015, « *Communiqué Final* »
http://www.forummediaafrique.com/communiqueducute_final_2015.php.

1.1.11. Importation de normes et modèles occidentaux dans un contexte africain

Pour Gérard Winter (2001)⁴⁹⁶, « *les normes des ONG étaient à la base des normes importées [...même si], les ONG ont certes tenté, dès le début, de greffer leurs normes sur des normes locales* ». Les communautés africaines ou d'ailleurs souvent réfractaires aux changements n'adhèrent pas forcément à ces modèles importés même si leur situation de précarité semble les obliger à participer voire accepter ces modèles de développement. Quel est le niveau d'acceptation et de participation de ces normes par ces dernières.

Même si la communication pour le changement de comportement joue un rôle non négligeable, les idées qui sous-tendent les normes importées sont loin de satisfaire ou de mobiliser les bénéficiaires ce qui entrave la communication participative et la communication pour le développement.

Guy Bessette, membre du Centre de recherches pour le développement international (CRDI), prétend ainsi que « *l'expérience a montré que le point de départ de la communication pour le développement ne réside pas dans la diffusion d'une innovation, ou d'une nouvelle idée pleine de promesses, mais dans l'expression des besoins de la population. Il s'ensuit que les modèles de communication fondés exclusivement sur des modèles de transmission d'informations éloignés des processus communautaires sont clairement voués à l'échec* ⁴⁹⁷ ».

1.1.12. Création d'un vocabulaire pour justifier l'action des ONG

La plupart des ONG internationales jugent les africains pauvres, avec un regard occidental tout en ignorant de prendre en compte la notion de pauvre du point de vue africain. C'est ce que J.-M. de Gérando cité par E. Lipiansky (1989, p135) disait au tout début du 19ème siècle : « *rien n'est plus ordinaire que de juger les mœurs des sauvages par des analogies tirées de nos propres mœurs, qui ont cependant si peu de rapport avec elles* ». Aujourd'hui la situation n'a pas trop évolué à cause de l'enracinement des stéréotypes mais aussi du problème de la création

⁴⁹⁶ Winter Gérard, 2001, « *Inégalités et politiques publiques en Afrique : Pluralité des normes et jeux d'acteurs* », Éditions Karthala et IRD, Paris, p 287.

⁴⁹⁷ Guy Bessette et Rajasunderam, 1996, « *la communication participative pour le développement, un agenda ouest-africain* », centre de recherches pour le développement international, Paris, p 38, consulté le 14 mars 2014, disponible en ligne <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/19387/1/104466.pdf>.

et reproduction des besoins occidentaux dans un contexte africain et pour des populations qui ont une préoccupation autre celles des ONG.

Les thèmes comme l'amélioration du cadre de vie par exemple ou l'insalubrité, et même le planning familial...sont-ils de réelles préoccupations pour les populations ? Ce processus de construction de ces vocables est considéré par Lipiansky comme un « *processus de différenciation catégorielle qui opère en même temps sur les perceptions, les représentations et les comportements*⁴⁹⁸ ». Ce vocable traduit aussi le grand fossé qui existe entre les ONG et les populations, ceci au grand bénéfice des intermédiaires.

Ces intermédiaires créent non seulement des images négatives, mais aussi renforcent les représentations sociales⁴⁹⁹ au profit d'intérêts inavoués (activités de tourisme, vacances au frais de l'ONG, détournement d'objectifs etc.).

D'autres ONG profitent de ces représentations sociales qui « *s'ancrent dans un imaginaire social fruit de l'histoire et des rapports entre groupes ethniques ou nationaux*⁵⁰⁰ » pour arriver à leurs fins (collectes de fonds...) par le biais de leaders d'opinion.

1.1.13. L'influence des ONG à travers les leaders d'opinion.

Si l'on considère les ONG comme des groupes transnationaux⁵⁰¹, il est essentiel d'étudier et d'analyser l'influence qu'elles exercent sur l'environnement local dans lequel elles interviennent. Le réseau de recherche sur la paix, développe une stratégie qui : « *repose sur le contournement des institutions politiques, tout en les affectant simultanément dans leur prise de décision*⁵⁰² ». Cette notion d'influence dans la prise de décision locale est bien réelle et Franck Signoret, chargé de mission à l'Institut régional de Coopération et Développement (IRCOD) d'affirmer ceci : « *je ne parle pas pour tous, mais globalement [...] ce sont des gens qui ne sont pas ancrés dans les réalités des pays et adaptent leur message pour des bailleurs*

498 Jean-René Ladmiral - Edmond Marc Lipiansky, 1989, *La communication Interculturelle*, Armand Colin Editeur, Paris, p.206

499 Ibid. p.6 - p.199

500 Ibid. p.6 - p.199

501 « *Les groupes transnationaux peuvent être définis comme des institutions ou organisations fortement structurées, ou au contraire comme des groupes plus informels, dont les membres possèdent une unité, ou au moins une similitude de comportement, suffisante pour être considérés comme des acteurs uniques* ». En Ligne : <http://www.operationspaix.net/4-resources/details-lexique/acteurs-transnationaux.html> », Consulté en Octobre 2014.

502 Réseau de recherche sur les opérations de paix, « *Acteurs transnationaux* » En ligne : <http://www.operationspaix.net/4-resources/details-lexique/acteurs-transnationaux.html> Consulté le 10 octobre 2014.

*de fonds*⁵⁰³». Certaines terminologies propres aux ONG, sans possibilité de traduction, pose un réel problème et renforce les stratégies de positionnement de l'image des ONG par la publicité. Ce qui donne aux ONG des allures d'organisation mythique.

Cette influence est-elle positive ou négative ? Quels sont les leviers communicationnels que ces ONG utilisent pour influencer sur les décisions ou susciter l'adhésion ?

Cette pratique laisse penser au modèle de Two step flow de Lazarsfeld avec le besoin pour les organisations de faire porter le message par des personnes qui remplissent les conditions de leaders.

Leurs rôles et leurs places dans la société africaine poussent parfois ces leaders à occuper la place de décideur et à avoir un rôle incontournable dans la société.

2. La relation d'aide dans une action sociale et envers les personnes en situation de précarité.

Si la définition du terme ONG permet d'appréhender ses contours, il est important de noter qu'elle existe parce qu'elle souhaite rentrer dans une logique de relation d'aide. Le terme ONG laisse penser à l'aide qu'on apporte aux pays, états, gouvernants, populations locales (être humain et animal). Cette aide permet à l'étude de revenir sur une question importante de communication celle de l'interaction et de la relation. En effet, ce travail va s'inspirer des différentes approches à savoir : l'approche sociologue et psychologique pour permettre d'avoir cette ouverture.

Pour apporter des éclairages sur la question de la relation d'aide des entretiens ont été menés auprès de travailleurs sociaux. L'étude tente ainsi de comparer sur un plan humain l'intervention sociale dans un contexte européen avec des pratiques potentiellement similaires en Afrique. Cette partie porte sur la question de l'aide et de l'adhésion à l'aide proposée. L'expérience vécue dans le domaine de l'assistance éducative auprès des parents en difficultés avec leur enfant en France, qui parfois ne demandent pas de l'aide mais en reçoivent tout de même, semble intéressant à comparer les pratiques dans les deux pays : France et Sénégal. La question de l'adhésion ou de la non-adhésion observée par les travailleurs sociaux dans

503 Signoré Franck, 2013, « *Interview : Chargé de mission à l'Institut Régionale de Coopération et Développement* » – IRCOD, 12 février 2013 Strasbourg – France.

l'exercice de leur métier permettra de comprendre l'aide proposée, ses limites et les obstacles. La manière de communiquer va être ainsi observée à travers les interactions, l'interpersonnel. Cette expérience s'inscrit dans une enquête menée au niveau de la protection de l'enfance. Elle s'est adressée aux travailleurs sociaux en France.

2.1. Comparaison et point de similitude entre l'aide sociale et l'aide des ONG

Aujourd'hui, la France compte près de « 13 700 000 individus à part entière que l'on se doit de protéger ⁵⁰⁴ ». Cet important nombre représente un groupe d'individus jeunes. Certains parmi eux de par leurs vécus, leur situations sociales, ont des pratiques à risques liées à la précarité et/ou sont parfois victimes de violence. L'article 19 de la convention internationale des droits des enfants de 1989 « fait obligation aux Etats de veiller à protéger les enfants contre toute forme de violence ⁵⁰⁵ » pour leur offrir une sécurité et préserver leur santé. Cela nécessite ainsi l'intervention de travailleurs sociaux qui viennent aider les personnes en difficultés.

Si le social est régi par des textes juridiques issu du code de l'action sociale et des familles (CASF), les ONG sont plus régies par un fonctionnement où les acteurs sont arrivés à hisser leur statut dans les instances internationales comme l'ONU et le conseil de l'Europe...

Si parfois l'aide est proposée à des familles ou à des personnes de manière individuelle, il arrive que cette offre ne soit pas exprimée par les personnes en difficultés. Dans ce contexte, les difficultés de communication se pointent et empêchent une collaboration simple et fructueuse. Cette dernière situation ressemble souvent à l'intervention de certaines ONG où les populations locales ne sont pas forcément demandeur de l'aide. Cette situation peut parfois conduire à proposer une aide à la personne avec une recherche active de son adhésion.

Pour certaines ONG, l'aide se justifie souvent par l'urgence et le besoin vital pour les populations. Les différentes précarités et carences identifiées par la personne qui apporte l'aide contribuent à enraciner cette situation et justifier l'offre.

Si certaines personnes bénéficiaires interrogent à titre individuel le sens de l'intervention sociale dans leur sphère privée dans le domaine de l'aide sociale à l'enfance ; en Afrique la critique sur la question de l'aide des ONG semble plus porter par des groupes d'individus

⁵⁰⁴ UDAF, 2016, « Chiffres clés de la Famille 2016 » http://www.udaf42.org/sites/default/files/Chiffres_cles_2016.pdf p.15

⁵⁰⁵ https://www.droitsenfant.fr/cide_enfant.htm

souvent identifiés comme membre de la société civile africaine ou des personnes qui répondent souvent sous le vocable « *panafricaniste* » ou lanceur d’alerte.

Ce travail souhaite revisiter la notion d’aide et d’adhésion à la fois dans le cadre de la protection de l’enfance et dans le secours porté aux populations en situation de précarité.

Le point commun entre ces deux publics qui facilite cette étude comparative sur le mode d’intervention, semble être la situation de précarité et les difficultés que vivent ces personnes.

Les entretiens auprès des travailleurs sociaux permettent en effet d’avoir des réponses sur ces notions. Ces derniers ont permis de comprendre l’importance de la communication dans ce processus d’accompagnement et parfois les raisons de l’acceptation d’une aide souhaitée ou pas, de son rejet. Il faut noter que pour certaines bénéficiaires qui ne souhaitent pas adhérer redoutent dès fois des décisions plus coercitives à leur encontre et pour éviter d’être dans cette situation opte pour une adhésion de façade.

Les différentes formes d’adhésion des familles sont soulevées par plusieurs auteurs. Cependant celle qui nous semble importante à analyser est l’adhésion de façade qui peut être aussi une pratique adoptée par des populations locales.

En s’inspirant d’une situation familiale, Guy Hardy offre ainsi la possibilité de comprendre les éléments qui favorisent cette adhésion de façade. En parlant d’une évaluation sociale d’enfance en danger, il affirme : « *soit à un niveau administratif, ils adhèrent aux conclusions de l’évaluation (menée par un expert qui décide qu’ils ont besoin d’aide), soit ils se montrent réfractaires ou résistants et leur situation sera judiciairisée*⁵⁰⁶ ». D’autres formes d’adhésion sont constatées. En effet, ils parlent ainsi d’adhésion de façade, de feinte, d’adhésion fluctuante, partielle⁵⁰⁷ (Serge Paugam), une adhésion au fur et à mesure... Certains tentent de définir ce qu’ils appellent une adhésion paradoxale et/ou stratégique⁵⁰⁸.

Pour les ONG, la non-adhésion peut être assimilée avec la faible ou non-participation des populations aux activités proposées. Cependant il est possible d’observer chez les ONG les formes d’adhésions citées ci-dessus.

⁵⁰⁶ Guy Hardy, Champ social éditions, 2017, « 31e Journées Nationales de formation sur les « *Enjeux et perspectives de l’accompagnement au domicile : De l’intervention au domicile à l’accompagnement de « l’être chez soi* » NIMES.

⁵⁰⁷ Paugam Serge, « *La condition ouvrière : de l’intégration laborieuse à l’intégration disqualifiante* », *Cités*, 2008/3 (n° 35), p. 13-32. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-cites-2008-3-page-13.htm>

⁵⁰⁸ Rittiner Mylène, 2017, « *L’aide contrainte dans le domaine de la protection de l’enfance* », Haute École de Travail Social – HES-SO/Valais – Wallis, en ligne http://doc.rero.ch/record/278806/files/TB_RITTINER_Myl_ne.pdf consulté le 02/03/2019

Au-delà de ces formes d'adhésions, il est important de questionner la notion de précarité et de culture qui permet de faire le lien avec le travail que mène les ONG internationales au Sénégal. L'impact de ces deux notions sur l'adhésion à l'action proposée semble important. Patricia Fiacre (2007), parle déjà de ce qui pourrait entraver « *l'adhésion et la participation des parents* ⁵⁰⁹ ».

Ce droit de refuser contraste avec la dimension d'accueil de l'autre (l'étranger) qui est culturellement inscrite dans la tradition nationale sénégalaise. Elle est d'ailleurs un mode de vie et une pratique qui s'inscrit sous le vocable « Téranga sénégalaise ». Ce mode de vie régit les règles d'accueil inconditionnel à tous les étrangers se présentant devant la porte d'un sénégalais. Elle est une des fiertés du pays et un slogan marketing pour le tourisme qui fondent et identifient l'accueil sénégalais de tout étranger. Mais est-ce que ce mode de vie altère la posture et l'adhésion des populations face à un étranger qui propose de l'aide ou un projet.

Des entretiens ont été menés pour recueillir les points de vue des professionnels. Leurs noms de famille ont été anonymisés. Certains expliquent ainsi la manière dont les familles accueillent « *l'étranger* » qui n'est autre que le travailleur social.

Pour P. W⁵¹⁰, (travailleur social), chaque famille a une manière particulière de recevoir. Il rajoute que « *certaines les reçoivent dans le salon, la cuisine ; il y en a qui proposent du thé, un verre d'eau parce qu'on est étranger* ». Cette pratique peut être intégrée dans la communication non verbale puisque malgré cet accueil qui semble acceptable, elle cache bien des aspects non-dits. Le travailleur social déclare que ces familles pensent et « *croient qu'on vient contrôler ce qu'ils font* ». Contrairement, à cet accueil presque inconditionnel en Afrique, une enquête ⁵¹¹ comparative a été menée récemment auprès de 56 assistants de service social pour étayer le questionnement. En effet, il apparaît que « *85,2 % des parents ne souhaitent pas ouvrir leur intimité à un tiers* ». Il faut préciser que ces familles bénéficient essentiellement des mesures de protection de l'enfance. Elles ont non-seulement une « *peur* » mais aussi une « *mauvaise appréhension* » et un « *scepticisme* » avéré sur l'intervention sociale proposée.

Dans le cadre de l'action des ONG, on peut assimiler l'adhésion à la participation. En effet, Andréanne Martel confirme que « *les approches participatives utilisées vont de la*

⁵⁰⁹ Fiacre, Patricia, 2007, « *La parole des parents d'enfants placés dans les établissements habilités par l'ASE* », *Vie sociale*, vol. 3, no. 3, pp. 97-110.

⁵¹⁰ Personne qui a choisi d'être anonyme.

⁵¹¹ Anda TENDENG, 2018 « *Enquête auprès des Travailleurs sociaux et assistants de service social sur l'aide éducative à domicile* » Conseil départemental du Bas-Rhin – UTAMS EMS SUD

*collaboration à la mise en œuvre de projets à une participation aux prises de décision de l'organisation d'aide*⁵¹²». Cependant, elle évoque l'existence d'un code de conduite des organisations d'aide avec une forme de notation de bénéficiaire en « *bon* » ou « *mauvais* ». Les critères retenus sont dans le code de conduite de la Croix-Rouge qui stipule que « *pour garantir l'efficacité des secours et une reconstruction durable, les bénéficiaires potentiels doivent être associés à la conception, à la gestion et à l'exécution du programme d'assistance. Nous chercherons à assurer la pleine participation de la communauté à nos programmes de secours et de reconstruction* »⁵¹³.

Ainsi l'auteur qui livre ainsi la perception de la participation des bénéficiaires, affirme que pour ces derniers, « *la participation est comprise et réinterprétée par la population qui l'associe parfois à une contrainte, en raison de la contribution demandée, des exigences et des coûts qu'elle implique* »⁵¹⁴. Si pour les parents bénéficiaires des mesures de protection de l'enfance la question de l'adhésion est une contrainte puisse qu'on leur demande d'adhérer à une mesure qu'ils ne veulent pas ; pour les ONG les contraintes se mesurent plutôt par des exigences et des critères à remplir. L'auteur parle d'un « *don de temps, une force physique, une situation matrimoniale ou un réseau de soutien, soit des conditions que tous les bénéficiaires ne remplissent pas* »⁵¹⁵.

Cette posture conduit souvent à de l'aide contrainte. Même si dans la pratique des ONG on ne peut utiliser le même qualificatif « *contrainte* » pour parler de l'aide apporter, mais on peut valablement parler d'une aide qui n'est pas vraiment exprimée par les populations locales ou d'une aide sous condition.

L'autre élément de cette aide des ONG c'est qu'elle est accueillie souvent par les leaders d'opinion. Ils acceptent souvent l'aide au nom d'une population qu'ils n'ont souvent pas consulté. Ce qui rend plus astucieux la démarche qui fait qu'on ne peut pas parler d'aide contrainte puisse que les leaders ou associations spécialisées dans les réponses humanitaires ont déjà accepté l'aide au nom de la population. Par conséquent, ces associations restent garant d'une éventuelle contestation en cas de problème.

Cette situation s'illustre avec les propos de A. Martel en parlant de l'aide en Haïti après la catastrophe naturelle. Elle affirme que « *les organisations d'aide, en passant par un comité de*

⁵¹² Martel, A. (2015). « *La participation locale comme conditionnalité de l'aide ? L'expérience des camps de déplacés en Haïti. Politique et Sociétés*, 34 (3), 9–36. En ligne www.icrc.org/.../publications/icrc-001-1067.pdf

⁵¹³ Ibid.

⁵¹⁴ Ibid. En ligne <https://www.erudit.org/fr/revues/ps/2015-v34-n3-ps02328/1034775ar.pdf>

⁵¹⁵ Ibid.

*camp, reportent sur les membres du comité la responsabilité et les contraintes que celle-ci implique, notamment les réactions violentes de résistance et de contestation*⁵¹⁶ ». Cette pratique peut cacher aussi une forme de création de besoins pour et auprès des populations locales. Si cette dernière semble poser des problèmes dans la démarche du côté des ONG avec la communication qui accompagne cette stratégie, la notion d'aide contrainte semble cristalliser plus de tensions dans la protection de l'enfance. Catherine Sellenet indique que « *coopérer avec les parents, c'est partager, un tant soit peu, les mêmes objectifs et donc prioritairement interroger les zones d'accord et de désaccord*⁵¹⁷ ». Mais qu'est-ce qu'une adhésion en générale et l'adhésion des populations qui bénéficient d'un accompagnement social ?

Il est important d'abord de définir l'aide et l'adhésion, ensuite l'étude compte faire le lien pour avoir une meilleure comparaison de la relation à l'autre, de la relation d'aide dans un micro-espace qui pourrait être élargi en termes de comparaison à l'action des ONG internationales auprès des populations.

2.2. La notion d'aide, d'aide sociale et d'aide contrainte : définitions

Contrairement à la notion d'adhésion que l'on ne retrouve pas dans le nouveau dictionnaire critique de l'action sociale ; l'aide pour sa part y occupe une place importante. Elle vient du latin « *Adjutare qui signifie joindre ses efforts*⁵¹⁸ ». Par ailleurs, le dictionnaire de l'académie française propose une définition qui offre des similitudes avec le travail social. Il définit l'action d'aider ainsi, « *porter assistance, apporter son aide, venir en aide* ». Sur respectivement le plan administratif et financier comme une *aide sociale* et une *aide matérielle sous forme de subvention et/ou assistance*⁵¹⁹ ». L'Association Nationale Assistants de service Social (ANAS) parle du travail social comme « *une profession d'aide définie et réglementée (article L411-1 et suivants du code de l'action sociale et des familles) dans une diversité d'institutions, de lieux et de champs d'intervention*⁵²⁰ ». Cette notion d'aide est le fondement du métier et implique à

⁵¹⁶ Ibid.

⁵¹⁷ Sellenet, Catherine. « Coopération, coéducation entre parents et professionnels de la protection de l'enfance », *Vie sociale*, vol. 2, no. 2, 2008, pp. 15-30.

⁵¹⁸ Jean-Yves Barreyre et Brigitte Bouquet, 2016 « *Nouveau dictionnaire critique d'action sociale* » Paris. Editions Bayard. 640 pages

⁵¹⁹ <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9A0955>

⁵²⁰ Association Nationale des Assistants de Service Social https://www.anas.fr/DEFINITION-DE-LA-PROFESSION-ET-DU-CONTEXTE-DE-L-INTERVENTION_a201.html

la fois une démarche professionnelle basée sur l'éthique et la déontologie. L'aide sociale quant à elle, est définie comme « *un dispositif* ». Cela se confirme avec l'INSEE qui parle de « *système de solidarité nationale qui apporte assistance aux personnes confrontées à des difficultés d'ordre social et matériel* »⁵²¹. Elle touche particulièrement, les personnes âgées, les personnes en situation de handicap, l'enfance, les personnes en situation de précarité. Elle permet ainsi de mettre en place des actions de prévention, d'insertion et de secours. Les lois sur la décentralisation⁵²² ont permis au département de devenir de véritable acteur de l'action sociale. Le département reste l'institution compétente.

L'autre jalon qui permet de parler de la notion d'aide est l'aide sociale à l'enfance. Elle est définie comme « *droit destinée à répondre à une situation individuelle, de vulnérabilité, de détresse ou de besoin* ». Son objectif est de « protéger l'enfant » même au sein de sa famille. Cette mission de protection est principalement dédiée à l'assistant de service social. Elle est constituée d'action de prévention spécialisée, d'aides financières et d'action éducatives. L'objectif est d'apporter une aide à des personnes à travers des « *actions contribuant au développement de la personne où l'intéressé participe pleinement à l'action* ». Les actions éducatives en protection de l'enfance sont : l'aide éducative à domicile (AED décidée par le président du conseil départemental (décision administrative) ; l'Action éducative : AEMO décidée par un juge des enfants ; et enfin le placement en établissement ou en famille d'accueil. Ces actions conduisent parfois à intervenir dans des familles pour les venir en aide même à travers des moyens de la contrainte pour protéger l'enfant.

Le terme aide contrainte est aujourd'hui connu dans le milieu social et soulève déjà beaucoup d'interrogations. L'Aide contrainte : en cherchant à définir ce groupe de mot, l'on se rend compte qu'on est en face de deux termes fortement opposés : l'aide d'une part et la contrainte de l'autre. Cela peut laisser penser à un paradoxe puisque que l'aide qui traduit « *l'action de secourir* » et la contrainte l'action de « *forcer quelqu'un à agir contre sa volonté*⁵²³ ». Cependant si l'on se limite à ces définitions l'on pourrait penser que social est devenu un lieu où s'exercer la violence. Deux variantes peuvent aider à comprendre l'intervention du travailleur social.

⁵²¹ <https://sante.lefigaro.fr/social/insertion/laide-sociale/quest-ce-que-cest>

⁵²² Loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions et la loi n° 83-663 du 22 juillet 1983

⁵²³ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/contrainte/18670>

La première est celui du « *mandat [qui] est confié* ⁵²⁴ » au travailleur social. L'ANAS va dans ce sens et définit l'aide contrainte comme une « *situation où une personne se trouve à faire ou à devoir faire une demande d'aide qui n'émane pas d'elle mais est prescrite par un tiers ayant sur elle un pouvoir* ⁵²⁵ ».

La deuxième est celle « *des familles qui traversent des difficultés de tous ordres* ⁵²⁶ ». Michèle Becquermin (2013) explique que la manière de considérer les problèmes sociaux conduit à ces deux options : « *la focalisation sur un public « victimisé » (les enfants abusés, maltraités) ; le durcissement du regard sur les jeunes indisciplinés, violents, délinquants et l'imputation des causes des problèmes aux parents [qu'il faut] responsabiliser et sanctionner* ⁵²⁷ » ou aider par le travailleur social.

Si les explications permettent de comprendre en partie l'aide contrainte, Laurent Puech rapporte deux éléments qui prêtent à réfléchir. L'aide contrainte confrontée aux motivations premières du travail social - « *aider l'autre* » - et l'absence de recul dans des situations où l'on cherche à « *aider l'autre malgré tout, donc malgré lui* ⁵²⁸ ». L'auteur s'inquiète de l'aide contrainte qui a tendance à se généraliser dans le champ social et dans les pratiques du travail social d'aujourd'hui. Laurent Puech affirme « *Si l'aide contrainte est parfaitement identifiable du côté du champ judiciaire, l'aide étant ordonnée donc imposée, elle semble se développer de façon exponentielle dans le champ administratif* ⁵²⁹ ».

Cela montre toute la complexité de cette aide contrainte par rapport au ressenti du travailleur social mais aussi par rapport à la recherche d'adhésion dans une mesure contrainte. Je vais tenter d'évoquer dans les différents entretiens et dans la démarche empirique d'apporter les réponses des professionnelles. Selon Guy Hardy « *Notre analyse de l'aide contrainte ne devrait, de plus, jamais s'entendre comme une mise en accusation de la bonne foi et de la compétence des acteurs de ces secteurs* ⁵³⁰ ». Pour ne pas rester sur une logique d'opposition entre les différents termes, j'ai voulu explorer la question de la relation d'aide avec les TS pour comprendre le travail social avec les familles.

⁵²⁴ Rittiner Mylène, 2017, « *L'aide contrainte dans le domaine de la protection de l'enfance* », Haute École de Travail Social – HES-SO//Valais – Wallis, en ligne http://doc.rero.ch/record/278806/files/TB_RITTINER_Myl_ne.pdf consulté le 02/03/2019

⁵²⁵ ANAS, 2008, « *L'aide contrainte en quelques mots* »

⁵²⁶ Becquermin Michèle, « *Les variations de l'aide contrainte en protection de l'enfance. Éclairage socio-historique* », *Empan*, 2013/1 (n° 89), p. 26-31. URL : <https://www.cairn.info/revue-empan-2013-1-page-26.htm>

⁵²⁷ Ibid.

⁵²⁸ Puech Laurent, « *L'aide contrainte dans le champ administratif* », *Empan*, 2013/1 (n° 89), p. 38-47. URL : <https://www.cairn.info/revue-empan-2013-1-page-38.htm>

⁵²⁹ Ibid.

⁵³⁰ ANAS, 2008, « *L'aide contrainte en quelques mots* », Présentation rédigée par Laurent Puech, avec relecture critique par Guy Hardy.

Si ces définitions offrent une idée de l'aide apportée par les services publics ou associations aux populations dans un micro-environnement familial en France, du côté des ONG la question de l'aide est intégrée à leur ADN.

Au lieu d'être définie, elle est plutôt associée à leur activité. En effet même si Quéinnec Erwan qui parle de la performance opérationnelle des ONG humanitaires à travers des enjeux institutionnels offre un autre point de vue sur l'aide qui est apportée aux populations et qui aussi aide les ONG à survivre. Cette posture permet de se poser la question suivante : qui est ce qui aide qui dans la relation ONG populations locales ?

L'auteur conçoit que « *leur vocation les délègue à une aide envers des populations vulnérables dont les exigences n'affectent pas directement leur équilibre institutionnel (puisque l'offre de secours est gratuite) [cependant] leur survie dépend de la participation, à leur projet d'entreprise, d'un certain nombre d'acteurs richement dotés en ressources stratégiques (donateurs, bailleurs de fonds institutionnels, journalistes, pouvoirs publics, faiseurs d'opinion, volontaires, etc.)*⁵³¹ ». L'aide humanitaire internationale a augmenté selon le rapport du Global Humanitarian Assistance Report 2019 de 30% depuis 2014.

Le rapport indique qu'en « *2018, le total de l'aide humanitaire internationale fournie par les gouvernements et l'UE ainsi que les contributions estimées des donateurs privés ont atteint 28,9 milliards de US dollars*⁵³² ». Il faut noter que la notion « aide » au niveau des ONG n'est pas forcément définie, mais elle se décline ou s'associe à plusieurs vocales. Les plus connus sont l'aide humanitaire, l'aide internationale, l'aide au développement ou l'aide publique au développement, l'aide d'urgence. Ces différentes terminologies participent à la labélisation et constitue un axe de communication majeur pour les ONG puisque leur existence dépendent des résultats de ces actions de communication qui favorisent la collecte des dons.

Globalement on peut penser que les ONG demandent « *de l'aide pour aider* ». Cette démarche implique non seulement une communication axée sur des items mobilisateurs mais aussi une réorientation ou une réintégration d'autres objectifs comme une communication axée sur la

⁵³¹ Quéinnec Erwan, « *La performance opérationnelle des ONG humanitaires : une analyse en termes d'enjeux institutionnels* », *Revue Tiers Monde*, 2003/3 (n° 175), p. 657-681. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2003-3-page-657.htm>

⁵³² Défis humanitaires « Aide humanitaire mondiale 2019 : les chiffres et les tendances ». <https://defishumanitaires.com/2019/09/23/tendances-principales-de-laide-humanitaire-mondiale-en-2019/>

transparence qui semble aujourd'hui nécessaire au vu des exigences des simples donateurs et de l'amplitude médiatique sur la question de l'utilisation des ressources.

Dans ce sens plusieurs rapports ou bilans annuels d'ONG internationales⁵³³ tentent aujourd'hui d'aller aux détails de l'utilisation des fonds reçus ou de l'aide reçue pour aider d'autres populations ou pour « *répondre aux besoins des populations en danger* ». Alain Boinet confirme et quantifie selon les ONG les besoins pour aider les populations en danger. A cet effet, il affirme que « *durant ces dix ans, le nombre de conflits est passé de 278 à 402, le nombre de réfugiés et déplacés a progressé de 39,5 millions à 65,9 millions de personnes, et c'est 68,5 millions en 2018. Le nombre de catastrophes a augmenté de 300 au début des années 1990 à 500 à partir des années 2000, affectant 124 millions de personnes en 2012 et 204 millions en 2016* »⁵³⁴. L'aide conduit dans toutes ces situations à revisiter pour les ONG les différentes stratégies de communication proposées. Il faut préciser que cette aide, même si elle est souvent associée à la ressource financière, elle est souvent immatérielle car elle s'exprime en termes de plaidoyer. Le sens de l'engagement n'est plus simplement guidé par les importants financements mais plutôt par les convictions. Mais est-ce que cela favorise l'adhésion des populations ?

2.3. La notion de l'adhésion : définitions

Cette notion est ici évoquée pour non seulement montrer que c'est une des conditions de réussite d'une action ou d'une aide proposée par les structures d'accompagnement ou de développement mais aussi elle marque une confiance accordée par un tiers à une structure d'accompagnement ou d'aide. L'adhésion peut être un bon indicateur pour mesurer la participation de la population ou d'un groupe d'individu. La définition du mot « *adhésion* » dans son sens premier va permettre de bien comprendre l'utilisation de ce mot quand elle est rattachée à un autre sujet comme : le travail social et/ou l'accompagnement des familles. Il est important de revisiter les définitions pour comprendre ce qu'est « *une adhésion* » ou « *une adhésion à...* ».

⁵³³ Alain Boinet, 2018, Défis humanitaires « *les ONG humanitaires françaises à l'international : études analyses et enseignements de 10 années d'actions humanitaire face aux grands défis d'aujourd'hui* ». En Ligne <https://defishumanitaires.com/wp-content/uploads/2018/12/D%C3%A9fis-Humanitaires-dec.-2018-Les-ONG-humanitaires-fran%C3%A7aises-%C3%A0-l'international.pdf>

⁵³⁴ Alain Boinet, 2018, Défis humanitaires « *Les ONG humanitaires d'urgence en France, véritable force de secours international : Une étude chiffrée exclusive pour vous les faire découvrir* ». <https://defishumanitaires.com/2018/12/09/les-ong-humanitaires-durgence-en-france-veritable-force-de-secours-international/>

Selon le dictionnaire de l'académie française⁵³⁵, le terme « *adhésion* » est tiré du latin « *adezj* » ou « *adhaesio* » qui signifie « adhérence ». Elle traduit le « *fait pour une chose d'adhérer à une autre chose* »⁵³⁶. Ainsi, le verbe « adhérer » du latin « *adhaerere* » signifie « être attaché à... », Au-delà du mot « *adhérence* » utilisée pour définir l'adhésion dans le dictionnaire culturel en langue française ; on peut retenir qu'elle est aussi « *une approbation réfléchie* »⁵³⁷. Cela laisse apparaître la notion de lien qui nous renvoie à une dualité non dans le sens d'une opposition ou d'une contradiction mais « *d'un fort lien et d'un accord à...* ».

La notion de l'adhésion est aujourd'hui utilisée dans presque l'ensemble des domaines de la vie : du social au droit en passant par la religion, la santé, la politique, l'économie... y compris pour décrire l'attitude des populations bénéficiaires à leur projet. Dans l'actualité, l'on entend souvent parler de « *l'adhésion à l'union Européenne, à la telle convention internationale, à un parti ou à l'adhésion aux thèses de l'état islamique* ». Cette utilisation du terme adhésion laisse penser à une démarche où la personne (morale et/ou physique) va s'attacher au message qui est véhiculé. A ce titre, David Vrydaghs nous explique qu'« *en sociologie de la culture, l'adhésion est d'abord un mode de croyance se caractérisant par une soumission immédiate et inconsciente à un ordre établi, à une domination* »⁵³⁸. L'auteur dans son article sur « *la concurrence des adhésions* », nous parle de « *phénomènes d'adhésion (à une esthétique, à une idéologie, à une religion, à une pensée politique, etc.) [qui] entraînent généralement ceux qui les vivent à penser que la situation dans laquelle ils se trouvent est la seule valable* »⁵³⁹.

L'évolution et la complexité de certains domaines d'intervention comme la santé, le droit (convention), l'associatif, le social etc. fait qu'on peut demander en fonction des situations l'adhésion de la personne. Elle devient une condition pour déterminer la poursuite d'une action, pour mesurer le succès d'une activité ou quantifier le nombre de participant. On cherche à avoir l'approbation de la personne soit de manière verbale, soit par écrit. Alain Viala dit que l'adhésion fait passer en premier l'idée du « *ça va de soi* ». Cette expression implique que l'engagement qui va être pris par les bénéficiaires « *va de soi* » puisse qu'ils comprennent le sens de leur engagement.

⁵³⁵ <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9A0526>

⁵³⁶ <http://www.dicolatin.com/FR/LAK/0/ADHAESIO/index.htm>

⁵³⁷ Dictionnaire culturel en langue française, Alain REY, 2005, Vol.1 A-D

⁵³⁸ Vrydaghs David, « *Adhésion* », dans Anthony Glinoe et Denis Saint-Amand (dir.), Le lexique socius, URL : <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/70-adhesion>, page consultée le 03 mars 2019.

⁵³⁹ Vrydaghs, David. « La concurrence des adhésions. Nietzsche et surréalisme chez André Masson », *Sociologie de l'Art*, vol. opus 15, no. 1, 2010, pp. 159-185.

Dans ce contexte on peut dire que la communication a permis d'exposer l'objectif, de faire comprendre le sens de l'engagement qui par ailleurs a suscité une réaction qui s'apparente à un avis de participer ou d'agir avec la structure d'aide. Cela aide à mieux comprendre la notion d'« adhésion à.... ». Le fait qu'une ONG ou structure de développement propose ou s'efforce à recueillir une adhésion après son lancement conduit selon Dominique Attias à « *cette adhésion [...] souvent de surface et la souffrance est telle pour les parents et l'enfant concerné, qu'un long travail d'explicitation de ce qui s'est passé à l'audience, doit être effectué par l'Avocat*⁵⁴⁰ ». Cette recherche de l'adhésion dans le cadre d'une action de développement laisse penser à la question de la création de besoins par les populations bénéficiaires qui ne semblent pas exprimer une demande ou un besoin.

Dans la protection de l'enfance, Elian Djaoui⁵⁴¹ pense que cette recherche d'adhésion peut être source de tension car elle présuppose une intervention à domicile qui n'est pas forcément souhaitée par les parents.

Cependant Guy Hardy Assistant de Service Social spécialiste de l'approche systémique, dépasse la notion de tension en parlant d'une recherche d'adhésion qui répond à une « *commande d'intervention* ». En effet, il pense que « *la différence entre injonction administrative et judiciaire est, pour les familles, aussi mince qu'une feuille de papier à cigarette*⁵⁴² ». Cette affirmation rapportée à une échelle plus importante comme celle des ONG ressemble invraisemblablement à une commande d'intervention et pose le problème de la confiance qui est synonyme d'adhésion. En réinterrogeant la pratique et la posture du travailleur social, il réinterroge la question de cette aide à apporter aux familles à travers l'adhésion recherchée des parents. Cela peut mener ou pousser les familles à adopter des postures et des stratégies pour montrer leur adhésion qui n'en est pas une selon lui.

Le sens de cette comparaison entre l'unité familiale et l'entité d'une ONG rapportait à l'échelle du plus petit au plus grand, elle semble avoir les mêmes proportions sur le plan de l'adhésion ou de l'adhésion de façade.

La consolidation de ces liens dépend de la relation à l'aide et de la relation d'aide

⁵⁴⁰ Dominique Attias, colloque fondation croix rouge : lien familial à l'aube du XXIème siècle : « Le rôle de l'avocat d'enfant dans le maintien du lien familial en assistance éducative et au pénal »

⁵⁴¹ La complexité du rôle du travailleur social au domicile

⁵⁴² Guy Hardy, Champ social éditions, 2017, 31e Journées Nationales de formation sur les « *Enjeux et perspectives de l'accompagnement au domicile : De l'intervention au domicile à l'accompagnement de « l'être chez soi »* » NIMES.

2.4. La relation d'aide et relation à l'autre

La relation à l'autre reste une équation à plusieurs variables. Elle peut être liée à la notion interpersonnelle, à l'aide, à l'attachement, à l'affectif et au lien avec un individu. Les rapports de force, les spirales infernales et les obligations dans l'accompagnement (du point de vue de la position où l'on se situe) aidé et d'aidant ; dominant et dominé ; riche et pauvre ; populations aidants et populations aidées, enfin pays développés et pays pauvres ; vont être aussi évoqués dans ce travail de recherche.

Pour illustrer cette relation à l'autre, l'étude s'est intéressée au ressenti des travailleurs sociaux. Les difficultés liées à un accompagnement sous contrainte ne favorisent pas la relation à l'autre malgré les pratiques « *bienveillantes* ». Mme C.U⁵⁴³, assistante sociale, exprime des situations de contrainte qu'elle est obligée de la juguler si elle veut travailler avec la famille. Elle affirme qu'elle doit « *essayer de travailler la confiance et la relation* ». Ce n'est qu'une fois ce travail réalisé que les familles « *arrivent à nous faire confiance, à se confier et à avancer un tout petit peu avec nous* ». Grâce aux échanges, aux entretiens et à la communication, elle indique rétablir sa relation avec la personne qui souhaite de l'aide. Les interactions qui découlent de la relation à l'autre, laissent naître par moment, une relation d'attachement fort, une confiance qui peut même entraîner une relation affective. Par moment elle peut aussi faire naître un sentiment d'incompréhension, un sentiment de perte de temps qui induisent par moment un manque de recul, une prise de distance et/ou une lassitude.

Dans le cadre de l'assistance éducative, P. L.⁵⁴⁴, éducatrice spécialisée pense qu'en « *général les gens sont dans un premier temps un peu sous le choc de la décision* ». Cependant, elle parle d'une relation qui se construit dans le temps « *plusieurs mois souvent pour aussi être accepté* ». Elle estime que c'est « *peut-être parfois aussi compliqué parce qu'on vient dans leur domicile et ce qui n'est pas facile* ». Cependant, la complexité de la relation d'aide reste pour tous « *la construction de la confiance* ». Elle estime que l'objectif c'est « *aider les gens à accepter, à dire qu'à un moment donné, c'est peut-être qu'ils traversent une période compliquée ou qu'ils ont besoin d'un coup de main avec leurs enfants...* ». La construction de la relation doit être toujours au premier plan avant tout avec comme but : aider l'autre. Et pour l'éducatrice « *C'est sûr qu'on a des objectifs à mettre en place ; mais en même temps construire la relation avec les gens est très important*⁵⁴⁵ ».

⁵⁴³ Initial du répondant qui souhaite l'anonymat

⁵⁴⁴ Initial du répondant qui souhaite l'anonymat

⁵⁴⁵ Educatrice Service de Protection de l'enfance (SPE)

Pour mieux comprendre cette relation à l'autre et les enjeux ; il faut dans un premier temps de définir d'abord les termes « *relation* » d'une part et « à *l'autre* » d'autre part et après de lien entre les deux.

Ces exemples illustrent parfaitement la difficulté de construire un lien de confiance avec des personnes qui sont souvent en difficulté. Si par le biais de la communication, on arrive à réduire cette difficulté sans l'enrailler, il est possible de s'interroger sur la pratique des ONG qui par ailleurs interviennent sans que les populations expriment des besoins.

Cette question de la relation à l'autre constitue un obstacle de la communication. Cependant il est important de tenter de comprendre le lien entre l'adhésion dans la relation à l'autre.

2.5. Comprendre « l'adhésion » et « l'accompagnement » « dans la relation à l'autre ».

Ces définitions permettront de mieux comprendre les termes mais aussi d'expliquer le lien entre « *moi* » et « *l'autre* », les interactions relationnelles possibles, les émotions, les mécanismes de comparaison, l'empathie, la résonance de ce l'autre nous renvoie. Plusieurs mots sont utilisés pour définir le terme « *relation* ». Cependant la définition ci-après du mot « *relation* » nous semble plus appropriée et plus englobant. Elle est « *le rapport existant entre des personnes* ». Ici le mot « *rapport* » peut être par moment « *étroit* », « *interpersonnelle* » « *superficiel* » et/ou induire une « *dépendance réciproque* » sous différentes formes. On peut penser que la question de la relation doit simplement se construire du professionnel vers la personne accompagnée. Mme C. U. nous rappelle que « *le travailleur social lui aussi il peut avoir du mal à rentrer dans la relation peut-être à se mettre des barrières pour plusieurs raisons et qui font que cette relation ne prendra pas* ». Il peut prendre aussi la forme « *d'attachement* » (Nicole Guedeney, 2016) ou de « *rejet* » en fonction du contexte. Pour les ONG internationales, cette relation à l'autre est souvent construite par l'intermédiaire des personnes locales (leaders d'opinion, représentant de l'état ou membre influant). Ce mot « *relation* » implique aussi la notion de « *lien* » et peut être considéré comme « *fort* » ou « *faible* ». C.Athanassiou, (1998) parle du lien comme « *ce qui maintient l'existence conjointe et séparée de deux états de la psyché, ou de l'objet* ». Un lien qui peut se construire selon Bowlby sur l'attachement et le lien d'attachement (Dupré La Tour Monique, 2002). Il faut noter que la relation passe souvent par « *une interaction* » entre deux individus avec ou sans un groupe ou un environnement.

La relation est un élément clé de l'accompagnement. Elle induit à la fois des échanges et une dimension « *d'observation* » directe de l'autre.

C.U. estime que le travailleur social « *n'a pas de recette mais on sait plutôt échanger et écouter avec les gens* ». Elle déclare : « *On sait partir de leurs difficultés et quand la personne en face a compris qu'on est nous aussi assez humble dans le travail qu'on va pouvoir entreprendre, ils s'y collent plus facilement* ». Cette déclaration vient renforcer l'idée de la co-construction et de travail ensemble avec l'utilisateur dans son accompagnement. Philippe Meirieu pense qu'il ne faut pas être dans des logiques où « *l'aide serait complètement organisée* » au point de devenir le système d'un « *appareillage* ». L'auteur affirme que la conséquence serait : « *qu'au sein de ces dispositifs, les personnes ne participeraient pas d'un engagement individuel et collectif, qui est de l'ordre de l'instituant, et qui n'est jamais de l'ordre de l'institué*⁵⁴⁶ ». D'où la réflexion sur la manière d'agir et de travailler avec l'autre que le pose Mme U. Sa démarche renvoie à cette question posée par M. Meirieu : « *comment l'engagement de chacun peut faire tenir les institutions, en veillant à ce qu'elles ne soient pas seulement des appareils ?* ». La notion de l'« *autre* », implique par ailleurs, plusieurs variables. Il est en relation avec un environnement, un contexte, une histoire (un passé), un cadre familial (structuré ou pas) qui interagit continuellement. D'autres auteurs définissent le lien comme avec l'autre « *comme un mécanisme d'identification projective* » (Wilfred Ruprecht Bion, 1959). Cet effet miroir que nous renvoie l'autre sur notre propre vie, laisse penser à un schéma circulaire entre nous et l'autre. La complexité de l'autre peut à la fois être « *un élément distinct qui peut avoir des ressemblances ou pas* » avec soi-même. En philosophie on dira que l'autre est « *toute personne qui n'est pas soi-même* » (dico 2007).

Dans ce contexte, l'éducateur Spécialisé P. W⁵⁴⁷, chargé de mettre en œuvre des investigations auprès des familles, parle de la nécessité parfois de parler de soi en tant que travailleur social non pour trouver des solutions à ses propres problèmes mais pour montrer que « *je ne suis pas juste l'enquêteur qui vient* ». Il rajoute en effet : « *dès fois je peux leur dire, je suis parent aussi, des difficultés avec mon fils j'en ai eu aussi. J'ai eu des moments où ce n'était pas facile...* ». Il conclut ainsi : « *si on est clair on peut parler de soi* ».

Cette démarche dans la relation à l'autre implique souvent d'ouvrir une partie de sa vie privée pour convaincre son interlocuteur du bien-fondé de sa démarche.

⁵⁴⁶ Philippe Meirieu, en ligne : <https://www.meirieu.com/DICTIONNAIRE/aide.htm>

⁵⁴⁷ Initial du répondant qui souhaite l'anonymat

L'autre dans la relation d'aide, laisse naître des interrogations aux professionnels, des représentations, un positionnement qui aident ou pas à cerner la personne à aider. Mme G. P., éducatrice spécialisée au SIE rappelle que même si on a des interrogations, « *on ne doit pas juger les personnes quels que soient les faits et on doit toujours défendre l'intérêt de l'enfant. Un enfant a besoin de sa famille il faut qu'on discute avec les parents* ». Ici la relation d'aide implique une prise de recul pour travailler ensemble. Cette situation qui conduit à ne pas juger les personnes avec qui ont travail, n'est pas forcément appliquée par les ONG qui estiment souvent devoir sauver des populations pauvres de leurs conditions de vie difficile. L'utilisation en matière de communication de ces images choquantes pour qualifier la situation montre bien l'intention d'utiliser de ces images pour parfois des objectifs non-indiqués par ces dernières. Selon Carl Rogers, « *la relation d'aide (en parlant de relation thérapeutique) est une des formes de relation interpersonnelle ayant pour vocation de favoriser chez l'autre la croissance, la maturité, une plus grande capacité à affronter la vie, en mobilisant ses propres ressources* ⁵⁴⁸ ». On peut aisément voire ici la différence entre terme « *relation à l'autre* » et « *la relation d'aide* ».

Même si toutes les deux incarnent la notion d'accompagnement, de communication ; la relation d'aide semble plus précise car elle intègre la notion d'aide apportée à l'autre. Mais quels sont les éléments qui permettent de comprendre la relation avec l'autre lors d'une intervention à domicile ? Les situations suivantes vont illustrer la relation à l'autre à travers des expériences, observations et interventions au domicile au sein des services sociaux.

La non-adhésion des personnes bénéficiaires d'une assistance ou aide éducative semble problématique et interroge sur la manière d'amener l'aide. A cet effet, une étude a été proposée pour comprendre le rôle et la place de la communication dans cette relation interpersonnelle. Elle a été menée auprès de 58 travailleurs sociaux d'un conseil départemental.

Ce questionnaire⁵⁴⁹ a pour objet de recueillir des informations sur la pratique de la mesure de l'aide éducative à Domicile proposée par les conseils départementaux pour les parents en difficulté. Il apporte des précisions sur la manière dont l'aide est présentée aux parents, les différentes représentations mais aussi les solutions pour favoriser l'adhésion des parents à cette mesure.

⁵⁴⁸ <https://www.toutsimenon.com/assets/cache/blog/f92394-la-relation-d%27aide-selon-carl-rogers>

⁵⁴⁹ Anda Frédéric TENDENG, 2017, « enquête sur l'aide éducative à domicile dans le cadre de l'intervention d'un Assistant de service social à domicile ». <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdnYbEWfZLs0cRkaOqSONTdNDGCaSFJaIPtviLxeU6SLJKP3g/viewform>

Dès lors la question de la communication trouve tout son sens puisqu'elle contribue à favoriser cette adhésion au travers des supports de communication identifié par les travailleurs sociaux eux-mêmes. Les 3 graphiques représentent les résultats l'étude qui portent sur Plusieurs personnes ont répondu à ce questionnaire. Entre autres, les assistantes sociales de l'éducation nationale, les Assistantes sociales en Aide Educative à Domicile, les assistantes sociales de secteur, les agents du CMP/CMPP, des puéricultrices et les Travailleurs Sociaux des Services de protection de l'Enfance (SPE).

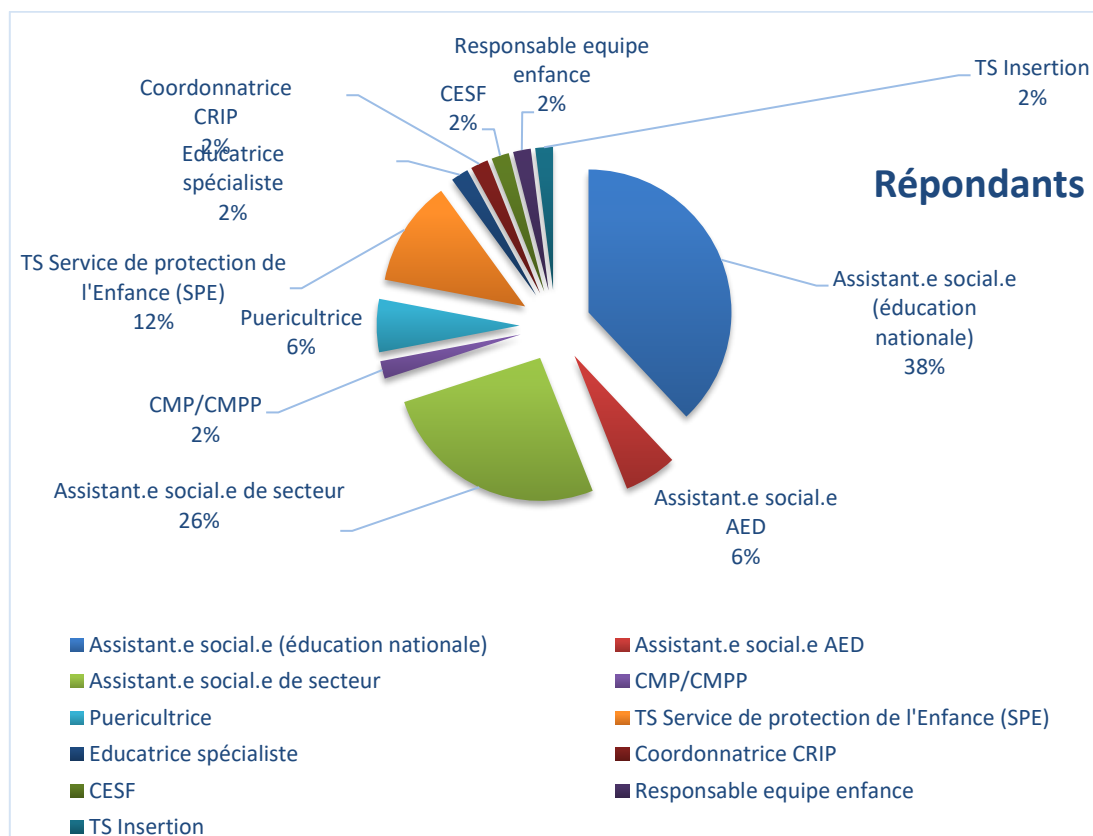


Figure 6 : répondants

Ces différents acteurs cumulent une importante expérience en termes d'accompagnement social. En effet, ils estiment la difficulté à faire adhérer les bénéficiaires à 4 sur une échelle de 5 points. Il faut noter que 64% des répondants sont des assistants de services sociaux. Ils sont des acteurs rompus dans l'accompagnement des personnes en situation vulnérables et qui par leurs pratiques offrent ainsi une connaissance sur les raisons qui empêchent les parents bénéficiant d'une aide éducative d'adhérer à la mesure.

Le graphique ci-dessus présente plusieurs raisons qui favorisent la non-adhésion des parents à la mesure d'aide éducative proposée pour consolider les besoins et bases éducatifs en famille. A l'image de ce qui avait été annoncé ci-haut, 32% des familles ne souhaitent leur espace privé au travailleur social et 32% autres n'adhèrent pas pour des raisons liées à la peur, à la mauvaise appréhension et au scepticisme. Enfin autres 17% n'adhèrent juste pas par méconnaissance de la mesure et de l'intervention. Cette dernière raison est complétée par le manque d'information et de supports de communication qui se chiffre à un taux de 4%.

Graphique : les raisons de la non-adhésion à la mesure AED

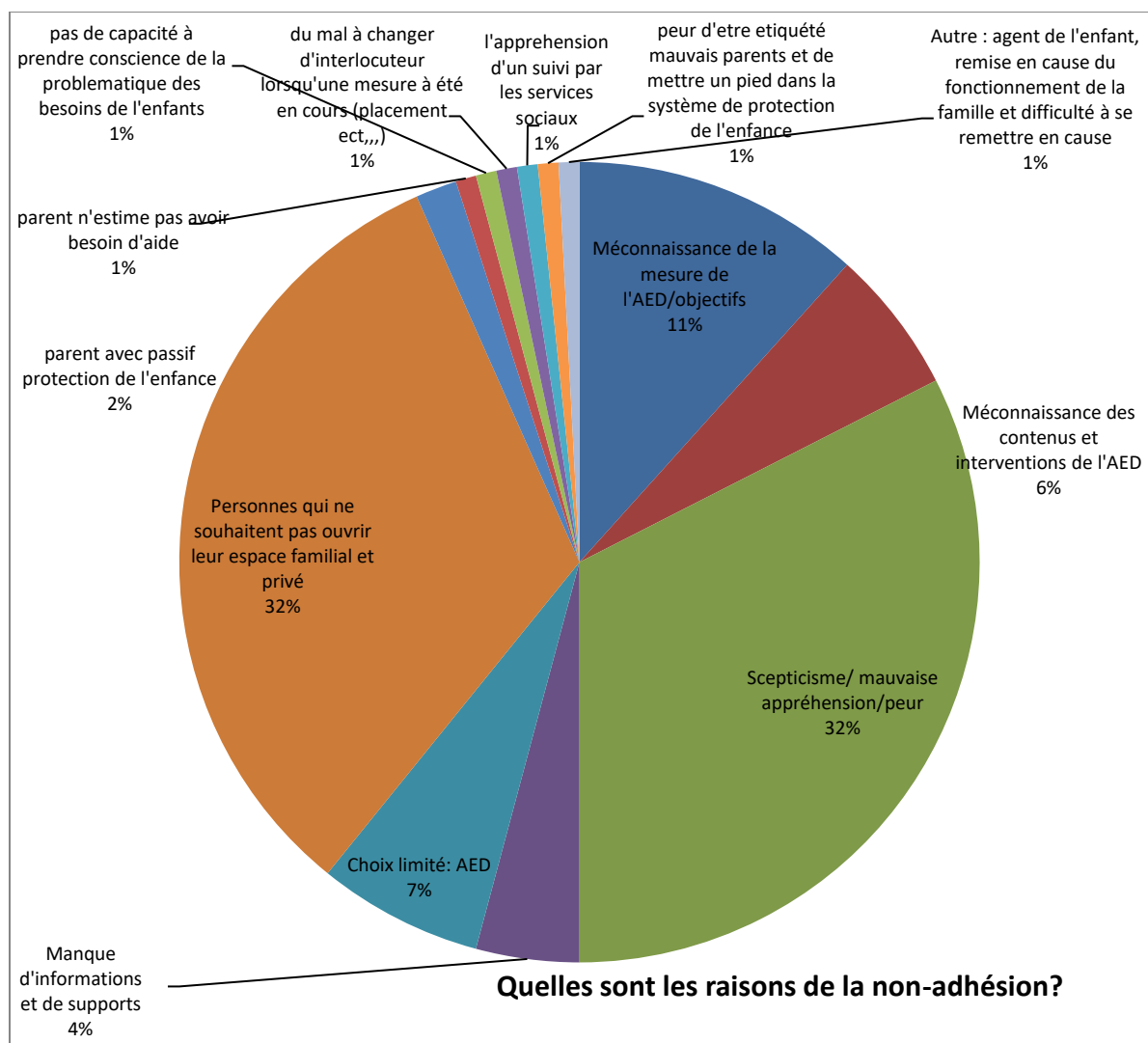


Figure 7 : la non-adhésion

Cependant si les professionnels reconnaissent l'existence de ces raisons qui empêchent l'adhésion des parents, ils semblent se résoudre à croire que la communication pourrait être une solution pour favoriser l'adhésion à la mesure éducative proposée aux familles.

Ci-après les outils pour favoriser cette adhésion. En effet, les professionnels estiment que la solution pourrait être de la création de supports d'informations. Si 29% des répondants estiment qu'il faut créer des supports de communication, 67% autres pensent que la solution serait dans une communication interpersonnelle.

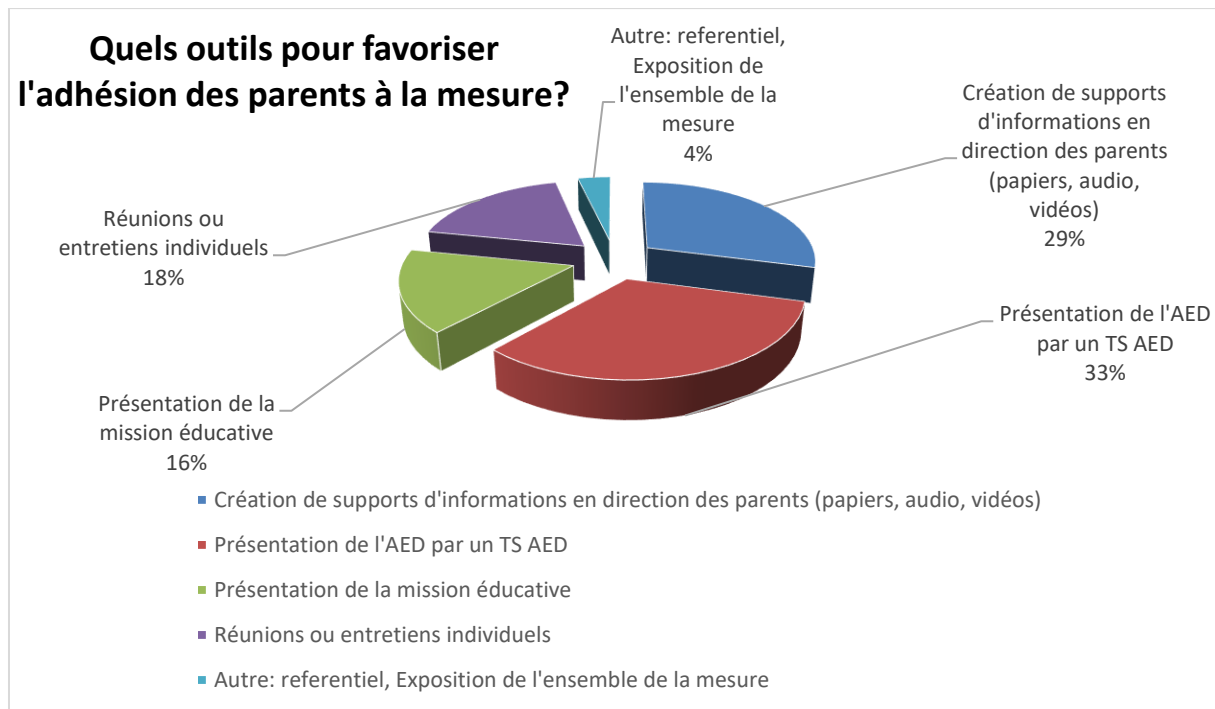


Figure 8 : outils pour favoriser l'adhésion

Ce graphique nombre véritablement la place de la communication et de l'interaction. Cela passe par des séances de présentations de la mesure et des réunions. Ce qui replace la question de l'interaction dans l'accompagnement à la fois pour les services sociaux dédiés et pour les ONG internationales.

1.1. L'intervention à domicile

La plupart des ONG internationales interviennent à domicile à travers leur relais ou les agents locaux. Ce qui laisse entendre qu'il est nécessaire de tenter ce comparatif entre une intervention sociale à domicile et une intervention classique d'une ONG internationale.

L'intervention à domicile offre la possibilité de faire part des observations, de les partager, de demander de faire des pas de côtés, de revisiter les postures à la fois des personnes concernées. Pour certaines familles, l'intervention paraît nécessaire car elle constitue une aide à la décision,

un apport psychologique, une aide pour favoriser un nouveau dialogue au sein de la famille, des postures à tenir, un cadre éducatif... Il joue le rôle d'équilibre parfois.

Si certaines ONG ont décidé de mener des actions après avoir visité une localité, on peut comprendre par déduction la place du lien d'attachement qui peut ainsi se construire et qui pousse ces derniers à revenir pour proposer ou pour agir avec ces populations visitées.

En menant une réflexion sur cette question, il faut dire que trois éléments viennent à l'esprit dans ce contexte : le lien d'attachement, la dépendance et la notion de transfert (autonomie). On peut se référer à Susanne Tereno, psychologue dans son article sur l'attachement et détachement pour expliquer ce processus d'attachement. En effet elle pense que : « *le prodigateur de soins [qui peut ici être assimilé à un travailleur social] constitue une base de sécurité auprès de laquelle l'enfant [ou le parent] peut trouver réconfort via la proximité physique*⁵⁵⁰ ». Cependant cette sécurité est-elle le fruit d'un attachement voire une dépendance ? Pour cela, Philippe Meirieu pense quand dans ces types de relations :

*« Il convient de permettre au sujet de se dégager progressivement de cette aide afin d'éviter les situations de dépendance ...aussi bien sur le plan socio-relationnel que sur le plan cognitif : pour le premier, il faut apprendre [à la personne] à se passer d'un soutien affectif qui lui a été, un moment, nécessaire ; pour le second, il faut lui donner les moyens de savoir comment réutiliser ce qu'il a appris dans d'autres contextes que le contexte où il l'a appris*⁵⁵¹ ».

Cette problématique de la dépendance fait penser à celle des populations bénéficiaires qui peuvent souvent vivre littéralement de l'aide apportée par les ONG. Celle-ci suppose aussi que la dépendance pourrait être nourrie par les ONG internationales pour se maintenir et assurer leur propre survie. L'on peut se demander ce qui maintient cette situation n'est pas nourrie par un système de communication qui permet à la fois de fidéliser les donateurs et de créer une dépendance auprès des populations qui sont aidées.

Cette question de dépendance est évoquée ici par Couprie Sonia. En effet Couprie Sonia (2012) dit que :

⁵⁵⁰ Susana Tereno est Docteur en Psychologie Clinique, Enseignant-Chercheur à l'Institut de Psychologie de l'Université Paris Descartes, Sorbonne Paris Cité. Article : Attachements et détachements : la trame des interactions familiales

⁵⁵¹ Philippe Meirieu, <https://www.meirieu.com/DICTIONNAIRE/transfert.htm>

« la théorie de la dépendance aux ressources permet de comprendre les relations de pouvoir et de dépendance qui existent entre les organisations et d'autres acteurs du réseau, et d'expliquer le niveau d'influence des sources de financement.

Les ONG, malgré leur but non lucratif, appartiennent à la sphère économique et doivent constamment gérer les dimensions sociale et économique afin d'assurer leur survie et leur longévité dans un environnement concurrentiel et changeant ⁵⁵² ».

Pour Philippe Ryfman, certaines postures des ONG semblent scandaliser mais ce qualificatif n'est point surprenant pour lui. Il affirme en effet que *« qualifier les ONG d'agents économiques scandalise souvent. Pourtant, comment les nommer autrement lorsqu'elles gèrent des masses salariales substantielles et assurent les revenus professionnels de plusieurs centaines de milliers de personnes, et par extension de leurs familles, sur la planète ? ⁵⁵³ »*.

Cependant, la notion de transfert laisse penser à une double connotation : *« transfert à »* et *« transfert de »*. Ces deux éléments prennent leur source dans la notion de délégation de pouvoir ou de compétences : soit de la population vers la structure d'aide, soit de la structure d'aide vers la population. En définitive, M. Meirieu pense que tout ceci qui montre toute la complexité du processus éducatif en général.

1.2. Les formes possibles d'adhésion des familles

Plusieurs cas de figure concourent à favoriser une forme d'adhésions différentes chez les familles selon Guy Hardy. Il décrit ainsi une situation qui pourrait conduire à cela : *« soit à un niveau administratif, ils adhèrent aux conclusions de l'évaluation (menée par un expert qui décide qu'ils ont besoin d'aide), soit ils se montrent réfractaires ou résistants et leur situation sera judiciairisée ⁵⁵⁴ »*. Si ce cas évoque une situation d'accompagnement social au niveau de la protection de l'enfance, on peut noter que l'adhésion n'est pas forcément libre mais plutôt conditionnée. Cela conduit ainsi les bénéficiaires à adopter des formes d'adhésion. Plusieurs termes sont utilisés par les professionnels du social et repris lors des entretiens pour qualifier les formes d'adhésion constatées. En effet, ils parlent ainsi d'adhésion de façade, de feinte,

⁵⁵² Couprie Sonia, 2012/3, « Le management stratégique des ONG ou la quête de légitimité », *Mondes en développement*, (n°159), p. 59-72. URL: <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2012-3-page-59.htm>

⁵⁵³ Philippe Ryfman, 2014 « les ONG ». La Découverte/paris 2009 (2014 troisième édition), 127p. (Collection Repère), p.61

⁵⁵⁴ Guy Hardy, Champ social éditions, 2017, 31e Journées Nationales de formation sur les « Enjeux et perspectives de l'accompagnement au domicile : De l'intervention au domicile à l'accompagnement de « l'être chez soi » NIMES.

d'adhésion fluctuante, partielle⁵⁵⁵ (Serge Paugam), une adhésion au fur et à mesure... Certains tentent de définir ce qu'ils appellent une adhésion paradoxale et/ou stratégique⁵⁵⁶.

Cependant il n'y a pas de catalogue précis des formes d'adhésion des parents. Chaque travailleur social y va de son qualificatif pour désigner la faible collaboration des familles, la faible possibilité de travailler ensemble voire le refus d'adhérer qui n'est pas exprimé de manière explicite.

On peut faire notre, cette citation de Michèle Guigue, et Bernadette Tillard qui citent E. Goffman. Ce dernier « *distingue plusieurs niveaux : celui des manières de faire – l'engagement comme les réticences et les compromis pratiques – et celui des sentiments éprouvés. Il fait place à l'ambivalence et à l'ambiguïté, en montrant l'existence d'une double tension, d'une part entre le pénible et l'agréable, d'autre part entre l'adhésion et la résistance, parfois jusqu'au rejet*⁵⁵⁷ ». Cette posture des parents peut s'expliquer par ce que Guy Hardy appelle « *l'injonction administrative* ». Il affirme que le « *refus d'adhésion au niveau administratif risque au niveau judiciaire d'apparaître comme une preuve de leur non-collaboration et donc de leur problème* ». J'emprunte cette expression « *mal-adhésion*⁵⁵⁸ » proposée par les physiothérapeutes pour éviter de parler de non-adhésion car cette dernière peut être considérée comme une absence totale d'adhésion. Plusieurs de ces situations peuvent avoir des similitudes avec la pratique des ONG qui peuvent placer les populations bénéficiaires dans les différents cas cités ci-haut.

Si par ailleurs des adhésions sont faites sur la base des thèmes proposés par les ONG, ces pratiques font appel aux convictions et sentiments des uns et des autres personnes recrutées. Cela s'apparente à une adhésion militante pour défendre des causes. J.-P. Deler et Al., confirment cela en indiquant qu'elles « *elles adhèrent à ces organisations pour contribuer à la cause des femmes et au développement de la société. On peut donc conclure que les militantes qui intègrent les ONG sont dotées d'une instruction et d'un capital culturel qui sont mis au service d'une cause*⁵⁵⁹ ». Cependant ceci convoque un autre élément de communication qui est

⁵⁵⁵ Paugam Serge, « La condition ouvrière : de l'intégration laborieuse à l'intégration disqualifiante », *Cités*, 2008/3 (n° 35), p. 13-32. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-cites-2008-3-page-13.htm>

⁵⁵⁶ Rittiner Mylène, 2017, « *L'aide contrainte dans le domaine de la protection de l'enfance* », Haute École de Travail Social – HES:SO//Valais – Wallis, en ligne http://doc.rero.ch/record/278806/files/TB_RITTINER_Myl_ne.pdf consulté le 02/03/2019

⁵⁵⁷ Michèle, Guigue et Bernadette Tillard. « Parents et professionnels du travail éducatif : une relation en tension. Regards croisés autour de vingt jeunes en difficulté », *La revue internationale de l'éducation familiale*, vol. 27, no. 1, 2010, pp. 57-80.

⁵⁵⁸ Judith Addison, Gabrielle Fradet, Elisabeth Maranda, Catherine Mireault-Germain et Emilie Turner, 2014, « *L'adhésion au traitement : Ce que devrait faire un physiothérapeute face à un patient mal-adhérent* », Université de Montréal

⁵⁵⁹ J.-P. Deler - Y.-A. Fauré A. Piveteau - P.-J. Roca, 1998, « ONG ET DÉVELOPPEMENT » Karthala. En ligne https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_05/010016120.pdf p.245

celui de la représentation. Les auteurs indiquent en effet que « *les ONG ont participé au façonnement des représentations du monde tel que nous le percevons [...] Aujourd'hui, les ONG disposent, parce que leurs publics eux-mêmes en disposent, de représentations parcellaires et historiques des modes d'organisation du monde* ⁵⁶⁰ ». Cela suppose que cette étape passe par un processus de construction des supports communication ou de messages qui favorisent l'adhésion militante voir volontaire.

En restant dans la logique comparative entre une approche d'accompagnement individuel dans le social et celle proposée par les ONG dans une dimension plus large (groupe population), on peut noter que dans les deux cas, la communication participe à construire les liens. Ces derniers finissent par favoriser ainsi un lien d'attachement qui pourrait être centré sur une dimension affective.

Il est possible d'aborder cette question pour mieux comprendre le lien avec la communication.

1.2.1. La dimension affective au cours de l'accompagnement et la naissance d'un lien d'attachement

Les échanges, la communication, la confiance sont les précautions à prendre pour entrer en contact et favoriser un changement de posture dans sa relation à l'autre. Ces différents éléments concourent à développer cette dimension affective à travers la parole. A cet effet, Marthe Dubreuil (2009) affirmait que « *Si la parole se fonde dans l'existence de l'Autre, le vrai, le langage est fait pour nous renvoyer à l'autre objectif [...]561* ». La reconnaissance des difficultés des parents, les solutions apportées, l'immixtion dans la vie privée finissent par déplacer le curseur sur d'autres items qui sécurisent la relation à l'autre. Dans ce contexte, les ONG qui arrivent à favoriser une « *adhésion à des modèles idéologiques* ⁵⁶² » finissent par obtenir la sympathie des populations bénéficiaires qui ne posent plus de manière récurrente la question des objectifs poursuivis par ces dernières. L'autre explique ainsi les arguments ou stratégies qui favorisent cette adhésion aux idées de l'ONG. Outre cette approche, on peut retenir que les rencontres et échanges autour de concepts et valeurs communes favorisent un

⁵⁶⁰ J.-P. Deler - Y.-A. Fauré A. Piveteau - P.-J. Roca, 1998, « *ONG ET DÉVELOPPEMENT* » Karthala. En ligne https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_05/010016120.pdf, p.101-102

⁵⁶¹ Dubreuil Marthe, 2009/2, « *L'objet, de la relation « avec » à la relation « à », chez Freud* », *Figures de la psychanalyse*, (n° 18), p. 55-75. URL: <https://www.cairn.info/revue-figures-de-la-psy-2009-2-page-55.htm>

⁵⁶² J.-P. Deler - Y.-A. Fauré A. Piveteau - P.-J. Roca, 1998, « *ONG ET DÉVELOPPEMENT* » Karthala. En ligne https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_05/010016120.pdf, p.247

engagement pour lutter ou révéler des défis ensemble tout en mettant la responsabilisation, le mode de fonctionnement et les choix opérés au cœur de la stratégie de recrutement et de fidélisation des adhérents.

L'évolution positive des problèmes rend plus spectaculaire la naissance d'un lien d'attachement car certaines postures ou positionnement finissent par tomber au fil du temps.

Dans le domaine l'assistance éducative, cette expérience a montré que la plupart des parents finissent par adhérer mais aussi à tisser des liens forts avec le travailleur social indépendamment des formes de résistance, de déni, de rejet voire même de contestation de cette intervention à domicile. L'expérience vécue dans l'accompagnement social des familles montre que si la méfiance en début de mesure est avérée, force est de constater que cet état évolue peut laisser souvent place au lien d'attachement. Cela peut paraître paradoxal, mais il arrive souvent que des enfants demandent eux même la date du prochain entretien. L'expression qui revient souvent reste « *Quant est ce que tu viens me chercher ?* ». Cette naissance du lien d'attachement de l'enfant à « *son* » travailleur social laisse place souvent un sentiment de trahison à la fin de la mesure ou de l'accompagnement. P. W. affirme : « *Il ne faut pas que je leur donne l'illusion que je vais rester... après l'audience, la mesure est terminée* ». L'attachement de certaines familles semble se construire. Ce sentiment peut même aller loin au point de voire des familles demander « *le prolongement du travail* » entamer. Cela permet de développer, de consolider la relation mais aussi de garder le travailleur social. Dans cette expérience d'accompagnement la déclaration ci-après d'un enfant accompagné : « *Tu vas me manquer* » marque l'expression d'un attachement et d'un lien qui s'est construit.

Si la relation interpersonnelle décrite ci-haut montre bien un état de construction d'un lien qui peut aussi concerner les ONG, il est possible de trouver un autre type d'attachement pour les populations. Ce dernier concerne un attachement des populations locales aux valeurs du terroir et à leur culture. Salma Trabelsi confirme cet attachement des populations aux valeurs et qui peut concerner particulièrement les sociétés africaines. Dès lors elle affirme, « *quand on observe les différentes sociétés, on constate que les sociétés les plus croyantes sont celles qui protègent le plus leur patrimoine immatériel. Il en est ainsi pour les sociétés primitives, les sociétés africaines, les sociétés arabes, où existe un grand attachement aux traditions et une forte sensibilité à leurs atteintes* ⁵⁶³ ». En effet, l'auteur pointe les difficultés qui pourraient

⁵⁶³ Salma Trabelsi. 2016 « *Développement local et valorisation du patrimoine culturel fragile : le rôle médiateur des ONG : cas du Sud-tunisien* ». Sciences de l'information et de la communication. Université Côte d'Azur

émaner de la non-prise en compte de l'attachement. Elle peut en effet être une source de conflits entre les acteurs des ONG et les populations locales.

En définitive, la relation à l'autre au travers de ces différentes expériences peut prendre la forme d'un accompagnement à domicile délicat où le travailleur social est le réceptacle du vécu intime de la personne. Il permet de construire une relation proprement humaine.

Si par ailleurs certains projets ont réussi à entraîner la sympathie des bénéficiaires qui ont fini par avoir un lien d'attachement, il faut replacer la question de la communication au cœur de ce processus.

1.2.2. Les enjeux de l'intervention sociale d'un Assistant Sociale à domicile

Pour le travailleur social, les enjeux d'un accompagnement ou d'une intervention à domicile semblent multiples.

La résolution de la demande ou de la mesure passe par un processus défini qui pourrait être qualifié de « *coder* ».

Le respect de l'intimité, des personnes accompagnées et la confiance au travers de la communication, de la sécurisation des échanges sont aussi des enjeux importants qui favorisent l'acceptation de la mesure. Cela implique une démarche de clarté avec les familles.

Pierre W. par expérience nous apprend que « *les gens apprécient quand on présente les choses de cette façon ou comme ça. C'est aussi être respectueux des familles* »

Bouger nos représentations est aussi un enjeu de taille. Cela permet d'éviter des jugements hâtifs. La sécurisation des échanges garantie par le secret professionnel est aussi gage d'ouverture.

1.2.2.1. Les représentations personnelles facteur de blocage

L'accompagnement dans un milieu social aisé laisse entrevoir souvent la question suivante : comment accompagner cette personne dans ces difficultés sans que sa catégorie sociale ne soit un obstacle ou vienne interférer dans mon positionnement ? Dans le cadre des ONG l'accompagnement des personnes en difficultés peut faire émerger ce même questionnement : comment accompagner sans que les images et les préjugés construits ne viennent interférer dans

ma relation avec l'autre. Nos représentations sur les familles en situation de pauvreté et/ou de richesse se confirment et ces dernières viennent interférer réellement sur la manière de mener l'accompagnement, de réfléchir et d'agir. Bernadette Tillard (al. 2016) conforte ainsi mon observation en affirmant : « *Toutes les catégories sociales ne sont pas soumises de la même manière au regard des travailleurs sociaux, et l'on peut faire l'hypothèse que les plus aisées savent mieux protéger leur intimité de ces ingérences* ». De manière inconsciente, ma posture chez les familles aisées, mes conseils, mes réponses, ma prise de parole, mes retours, mon questionnement se faisaient souvent dans une posture où on met en avant de ses compétences. Par exemple, ils arrivent dans une intervention que les parents testent tes compétences en tant que stagiaire, cherche des réponses immédiates sur la psychologie de l'enfant ou sur le comportement agressif de leur enfant. Avec le recul, il me semble que j'avais trouvé une manière de répondre à des questions savamment posées : la reformulation, le questionnement sur le récit de vie, sur leur discours, l'orientation vers les spécialistes des domaines évoqués, la réponse à deux temps qui consiste à dire : "je ne sais pas" et/ou "je vais me renseigner". Cela m'éloigne de la posture de sachant que les parents ont souvent de nous. Ces parents qui évoluent souvent dans des métiers où ils occupent des postes de cadre ou de chefs d'entreprise. La relation à l'autre devient alors « *intense* » car elle mobilise les connaissances pour trouver des solutions immédiates au problème éducatif. La posture de la personne aisée qui rencontre des difficultés avec son enfant, se fait souvent par un dialogue ritualisé ou codé laissait penser à un accompagnement où la tentative d'influencer peut occuper une bonne place. Il y a comme une exigence à trouver une solution et des réponses aux problèmes actuels.

En recentrant l'accompagnement sur « *le questionnement des pratiques éducatives des parents et l'intérêt de l'enfant* », j'ai réussi à mobiliser autrement les parents, à établir des relations de **confiance**. Cela a permis de sortir de la posture de prestataire de service que la famille voulait me faire porter c'est-à-dire le spécialiste qui sait tout dans son domaine.

Chez les familles en situation de précarité ⁵⁶⁴ la posture devient différente. La valorisation des efforts, l'empathie, les carences éducatives, la remobilisation des personnes concernées jouent un rôle primordial dans l'accompagnement. Cette notion de précarité pourrait influencer l'accompagnement puisqu'on peut facilement se focaliser sur la notion « *précaire* » qui pourrait expliquer tout. Au-delà de ce fait, les difficultés qui se cumulent avec la précarité rend plus difficile l'intervention puisque la question du quotidien occupe une place importante. Cela

⁵⁶⁴ Espace Social « *AEMO/AED, Contrôle social des pauvres* » 2015 http://www.cnaemo.com/53-espace_social_mars-2015.pdf

au risque de se focaliser sur la solution à proposer pour résoudre le problème plutôt que de chercher à comprendre l'origine.

Avant de développer la question de la communication cœur de notre travail, il est important de définir la notion de la précarité. Même si celle-ci peut toucher à la fois les ONG et les humanitaires comme l'expliquent Philippe Lavigne Delville (2018)⁵⁶⁵ et Éric Gazeau⁵⁶⁶ ; elle est devenue objet d'intervention pour ces dernières auprès des populations bénéficiaires. Elles justifient en majorité l'intervention sur le fait que la précarité est grandissante. En effet, lors de session d'hiver de 2013, les ONG internationales de la conférence des ONG internationales (OING) du conseil de l'Europe qui sont réunies dans la commission : démocratie, cohésion sociale et enjeux mondiaux, recommandent : « *la construction d'indicateurs nouveaux [...] pour cibler et accompagner les personnes en précarité et développer des marqueurs de bien-être*⁵⁶⁷ ». Cela nous pousse apporter des éléments de compréhension pour comprendre d'avantage le sens de l'intervention des ONG.

1.2.2.2. Définition de la notion de précarité qui pourrait justifier une intervention sociale.

Pour mieux comprendre la précarité, il est important de la différencier avec deux vocables essentiels : le paupérisme et la pauvreté. Ces deux termes ont été longtemps utilisés par de nombreux auteurs pour définir la précarité de par la confusion, la similitude et la proximité avec le paupérisme et la pauvreté. Singulièrement on peut dire que la précarité est différente de la pauvreté parce qu'on peut être précaire et pauvre et on peut être pauvre sans être précaire. Régis Pierret (2013) revient sur la question et déclare : « *la précarité, plus qu'un concept est un paradigme, la vulnérabilité sociale n'est plus seulement liée à l'expérience du chômage mais également à son éventualité*⁵⁶⁸ ». Cependant le paupérisme se définit comme « *état de pauvreté permanente d'une partie relativement importante de la société*⁵⁶⁹ » ou une « *absence de protection sociale de l'individu*⁵⁷⁰ ». Si on est arrivé à la disjoindre de la pauvreté, il faut noter que cette dernière (la pauvreté) est quantifiable, mesurable et mesurée tandis que la précarité

⁵⁶⁵ Philippe Lavigne Delville, 2018 « *Faire vivre une ONG au Niger entre précarité des ressources financières et labilité des ressources humaines* ». Revue Internationale de l'Economie Sociale, Institut de l'économie sociale,

⁵⁶⁶ Éric Gazeau, « *La reconversion des humanitaires* », Humanitaire [En ligne], 32 | 2012, mis en ligne le 30 juillet 2012, consulté le 17 mai 2020. URL : <http://journals.openedition.org/humanitaire/1294>

⁵⁶⁷ Conférence des ONG internationales (OING) du conseil de l'Europe, 2013 « *Pour une réduction des inégalités liées à la paupérisation au sein des démocraties européennes* ». En ligne <https://rm.coe.int/16802f788a> consulté en 2018

⁵⁶⁸ Régis Pierret, 2013, « *Qu'est-ce que la précarité ?* » p303-330 <http://journals.openedition.org/socio/511#tocto1n1>

⁵⁶⁹ Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Tous droits réservés

⁵⁷⁰ Frédéric Leplay

est un sentiment **qui ne recouvre pas forcément une réalité économique**. Autrement dit, on peut quantifier le nombre de pauvres mais on ne peut pas compter le nombre de précaires car la précarité résulte d'une « *absence d'une ou plusieurs des sécurités, notamment celle de l'emploi, permettant aux personnes et familles d'assumer leurs obligations professionnelles, familiales et sociales, et de jouir de leurs droits fondamentaux* ». La rupture familiale est un élément aggravant qui permet de mieux cerner la précarité qui renvoie souvent à la solitude. Même si les sociologues, se sont appropriés la définition du mot précarité, il faut noter que ce vocable émane de la politique avec deux rapports importants : celui de Gabriel Oheix en 1981 et de Joseph Wresinski en 1987 présenté au nom du Conseil économique et social.

Depuis 2005 **Serge Paugam** parle de travailleur précaire et de nouvelle précarité. Ce qui place la précarité non pas dans le registre de la pauvreté mais le registre de l'incapacité à sécuriser ou garder son travail. Un deuxième contexte (2005- 2012) associe la précarité au délitement du lien social ce qui s'accroît avec la crise de 2008. D'autres auteurs comme Klaus Dörre (2012), Klaus Kraemer (2011) parlent de **la précarité comme « une expression des mutations de la société industrielle »**⁵⁷¹. De là, on retrouve 3 catégories : les protégés (ne se sentent pas concerner), les précarisables (risque de tomber dans la précarité) et les précarisés (pertes d'emploi). Pour Dubet (2010) cité par Régis Pierret « pour les précarisables, la vie est un combat de tous les jours, pour ne pas devenir précaires. Pour les précarisés, un combat de tous les instants pour ne pas mourir, retrouver un sens face au vide social, au temps mort que constitue l'existence »⁵⁷².

Ces derniers restent très tributaires de deux éléments essentiels : l'incertitude à l'emploi et le manque de refuge familial où la personne en situation de précarité à la « *sensation de ne pas avoir la maîtrise de son existence* »⁵⁷³. Régis Pierret (2013) parle dans sa définition de la précarité de trois niveaux : une haute (personnes déjà dans la rue), une moyenne (personne sous abri) et une basse (personne qui peut tomber dans la précarité à tout moment).

Ces deux tableaux permettront de comprendre les évolutions⁵⁷⁴ de la précarité.

Graphique 1 & 2

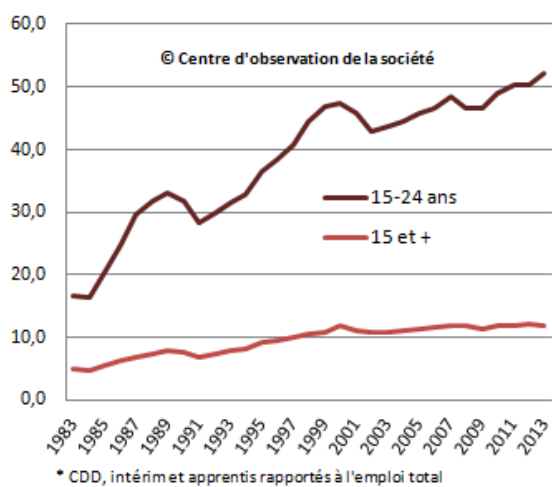
⁵⁷¹ Régis Pierret, 2013, « Qu'est-ce que la précarité ? » p303-330 <http://journals.openedition.org/socio/511#toctoIn1>

⁵⁷² Ibid.

⁵⁷³ Ibid.

⁵⁷⁴ « 22,8 millions de personnes sont salariées, soit 88,5 % du total. Parmi les salariés, 86 % disposent d'un statut à durée indéterminée. Soit dans le privé (15,3 millions de personnes, 78 % des CDI) soit dans le public (4,4 millions, les fonctionnaires). 3,2 millions de personnes, soit 14 % des salariés et 12,5 % de l'ensemble des emplois, occupent un statut précaire, du stage au contrat à durée déterminée, en passant par l'intérim ou l'apprentissage 1. Hors apprentissage et stages, on compte 11 % de salariés précaires ». www.observationsociete.fr/travail/statuts/letendue-de-la-precarite-en-france.html

Evolution du taux de précarité selon l'âge, en %
Source : Calcul Centre d'observation de la société, d'après Insee



Evolution du taux de précarité, en %
Source : Calcul Centre d'observation de la société, d'après Insee

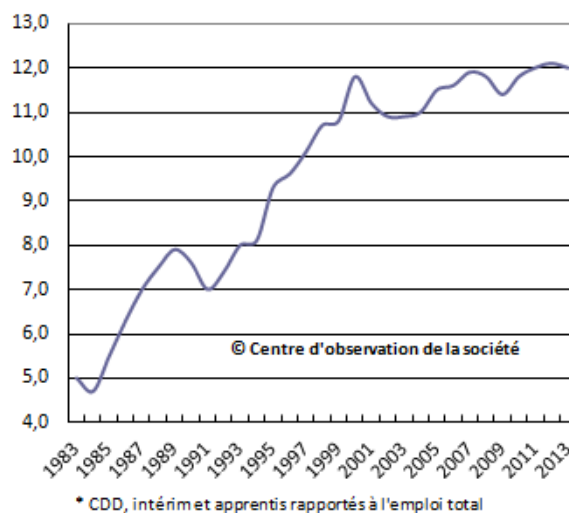


Figure 9 évolution de la précarité

Il faut noter que même si la précarité est considérée comme un sentiment « *absence d'une ou de plusieurs sécurités* », elle est souvent mise en lien avec le travail qui est un déterminant absolu. Cependant la modernité est-elle un facteur aggravant de la précarité si l'on sait que l'uberisation et le paiement à la tâche rend plus vulnérable les personnes ? pour le Conseil National des Personnes placées et Accueillie « *les précarités ont traversé tous les âges et touchent tous les publics* » et semblent laisser un gout amer du déjà-vu.

Dans la vision des ONG leur mode de définition de la précarité participe à la vision qu'ils ont des populations auprès desquelles elles interviennent. Cette vision semble parfois être transférée chez les populations d'ailleurs. En revenant sur la définition de certaines précarités, l'on peut se demander si elle correspond encore au contexte africain.

L'étude s'intéresse à la précarité culturelle pour tenter de comprendre le mode de pensée des ONG.

- Précarité culturelle

Paradoxalement à la question de la précarité culturelle est souvent associée à la scolarité, la déscolarisation et l'éducation. Mais cette précarité culturelle, va au-delà de ces items ci-dessus. Elle renforce le sentiment de marginaliser de la société. En effet, l'article 140 de la loi d'orientation du "29 juillet 1998 ⁵⁷⁵ " relative à la lutte contre les exclusions fait de l'accès de

⁵⁷⁵ CNLE, 2008, <https://www.cnle.gouv.fr/loi-d-orientation-du-29-juillet.html>

tous à la culture une priorité. A cet effet la **FNARS**⁵⁷⁶ s'est très vite engagé pour résoudre cette question à travers une démarche d'accompagnement, de promotion et d'élargissement de l'accès à la culture aux personnes en situation de précarités. Cependant le développement des nouvelles technologies de l'information. Il faut noter que cette précarité culturelle limite fortement les personnes en situation de précarité car elle laisse apparaître le sentiment d'une division de la société entre celle qui a une bonne éducation et celle qui est marginalisée du fait de leur faible éducation, de leur décrochage scolaire prématuré et de la méconnaissance de leur droit. Ce sentiment renforce l'isolement, l'exclusion sociale, la confiance en soi...

Cette vision semble guider l'ONG aide et action qui intervient dans l'éducation des enfants pour leur offrir à la fois la chance d'être instruit et d'accéder par la même occasion à la culture. Leur objectif est d'agir « *sur les obstacles qui entravent l'accès au savoir et à la connaissance. Car sans instruction, sans sensibilisation, sans éducation, aucun développement humain, social, sanitaire ou économique n'est possible* ⁵⁷⁷ ».

Pour le **Réseau de solidarité des associations messine**, « *l'action culturelle et l'insertion sociale ne se séparent pas [elle permet de] : rompre la solitude, exprimer ses sentiments et ses convictions, s'ouvrir à la discussion, faire et jouer, partager de la joie, des angoisses, de l'étonnement et de la curiosité en découvrant une œuvre...* ⁵⁷⁸ ». Ces situations ne doivent pas et ne peuvent pas « *être un privilège réservé à une minorité ! [...]* ⁵⁷⁹ ». Cette analyse renforce cette conviction que l'accès à la culture pour les personnes en situation de précarité est primordial. Cependant le développement des technologies peut constituer un danger comme l'estime le journal « *le devoir* » qui pense que « *le danger des nouvelles technologies de communication réside dans le fait qu'elles risquent de nous donner l'illusion du savoir* ⁵⁸⁰ ». Même si les acteurs intervenant dans le social se battent pour remplacer la culture comme une des conditions pour une réinsertion, il faut révéler que la faiblesse des diplômés contribue et constitue un frein pour l'insertion. Selon le centre de l'observation de la société (2017), « 17 %

⁵⁷⁶ Fédération Nationale des acteurs de la solidarité, 2013, « *Position culture, sport, loisirs* » relative à l'article 104 sur l'exclusion sociale « **Élargir la réflexion politique de l'accès aux droits culturels** des personnes en situation de précarité en nouant des partenariats ou des alliances avec d'autres réseaux des champs de la culture et de l'éducation populaire. **Accompagner le développement d'actions culturelles** par ses adhérents au sein des établissements accueillant des personnes en situation de précarité. **Promouvoir l'appropriation par les travailleurs sociaux de la dimension culturelle**, à la fois dans leurs pratiques professionnelles et au niveau de leur formation. **Intégrer la culture dans les démarches participatives** des personnes en situation de précarité, en tant que vecteur d'expression et de lien social. ». En ligne <http://www.federation-solidarite.org/champs-d-action/culture/culture-positions-de-la-fnars/4193-l-action-culturelle-un-levier-pour-l-insertion-des-personnes-en-situation-d-exclusion>

⁵⁷⁷ Aide et action, Domaines d'intervention de l'association, en Ligne : <https://france.aide-et-action.org/notre-association/theme-mission-humanitaire/>

⁵⁷⁸ Réseau de solidarité des associations messines, 2015, « *Atelier de réflexion et d'action « accès à la culture et insertion sociale* ». en ligne : http://reseau.solidarite.free.fr/Access_a_la_culture/2015_03_25_Problematique_acces_a_la_culture.pdf

⁵⁷⁹ Ibid.

⁵⁸⁰ Le Devoir, 2012, « *La transmission de la culture - Une précarité persistante* » <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/360365/une-precarite-persistante>

de la population de plus de 25 ans dispose d'un niveau de diplôme supérieur à bac+2 et 55 % détient au maximum le Brevet d'enseignement professionnel (BEP) ⁵⁸¹». Aujourd'hui en France, plusieurs dispositifs sont mis en place pour pallier cette précarité culturelle à travers l'école de la seconde chance, l'allègement des dispositifs et le travail de l'estime de soi. L'ASE dans son article L221-1 du code de l'action sociale et de la famille offre dans sa mission de soutien à la fois « *un soutien matériel, éducatif et psychologique* [pour éviter de compromettre l'éducation ou le développement] *physique, affectif, intellectuel et social* » des jeunes. Cette vision semble transposable partout par les ONG internationales puissent que certaines œuvres pour la poursuite de ces objectifs. Ce qui renforce l'idée que l'éducation reste probablement le pan le plus important pour lutter contre la précarité culturelle.

La question de la précarité matérielle est souvent soumise à la précédente.

La définition de cette notion doit permettre d'enchaîner sur la question de la communication pour mieux comprendre le mode de fonctionnement de cette communication.

⁵⁸¹ Centre d'observation de la société, 2017, « 17% de la population à un diplôme supérieur à BAC+2 » <http://www.observationsociete.fr/education/donnees-generales/14-de-la-population-a-un-diplome-superieur-a-bac2.html>

Troisième partie 3

Approche méthodologique

I.1. Approche méthodologique

I.1.1. Retour sur cette recherche, sur le ou les évolutions et études proposées.

Ce travail est la suite d'une recherche entamée en master et qui portait sur la problématique des obstacles que rencontrent les ONG internationales dans leur communication. A l'issue de cette recherche, de nombreuses ouvertures sont proposées. Un besoin d'approfondir certains points semblaient nécessaires. Parmi elles, l'idée de comprendre le fonctionnement du système de communication des ONG internationales en Afrique, la manière de construire cette communication et leurs motivations. Ces pistes apparaissaient plus pertinentes.

En sus de cela, des questionnements sur la communication globale des organisations en lien avec les ONG Internationales est revenue de manière régulière. Elle est ainsi adoubée par plusieurs Items. Parmi eux, la question de la communication pour le changement de comportement (C.C.C), la question de l'information, l'éducation et la communication (I.E.C) souvent utilisées par les ONG internationales sur le terrain ou la question de la circulation de l'information des ONG internationales vers les bénéficiaires.

Cependant même si ce champ semble intéressant, nous avons voulu inscrire cette nouvelle recherche dans une dynamique plus large qui est celle de la communication internationale des organisations avant tout. Ce travail de recherche souhaite comprendre et répondre à la question suivante : comment les ONG internationales organisent leur communication auprès des populations locales et autres acteurs (partenaires, bailleurs et donateurs) ? Et cela malgré les nombreuses différences qui existent entre les ONG internationales et ces différents acteurs (langue, culture, mode de vie...).

Si les différences entre les acteurs des ONG internationales et les populations locales s'intensifient davantage par les différences culturelles, sociales, linguistiques, économiques, politiques, idéologiques...sociétales et des modes d'échanges et de communication ; il était important ; d'inscrire cette étude dans un champ plus large qui est celui de la communication Internationale.

Cette ouverture n'empêche pas d'implanter cette recherche dans un champ déjà connu, celui de la communication des organisations.

Ainsi la communication internationale offre une dimension plus large qui permet d'intégrer d'autres champs de communication cités dans l'étude. L'accent étant mis évidemment sur les différentes interactions et modes de communication internationales entre les acteurs transfrontaliers et les bénéficiaires.

Ce champ de la communication Internationale des ONG européennes en Afrique est ainsi une suite approfondie de ladite étude et revêt un caractère plus global par rapport au sujet de master. Elle permet de s'approcher des cas concrets et d'exemples de communication internationale et de déterminer l'étude avec une approche scientifique. Si nous ne faisons pas là une liste exhaustive, il est possible de noter qu'ils existent des différences entre les acteurs des ONG internationales et les populations locales bénéficiaires de "l'aide" qu'elles apportent.

Par ce biais, le concept de la communication internationale devient ainsi incontournable et à la fois l'élément centrale. Cela a permis aussi de le revisiter et de l'associer avec des concepts comme la mondialisation, la globalisation, l'interaction, l'interculturel, l'interpersonnel mais aussi avec différents aspects de la communication. A cet effet, on peut citer ainsi la communication des organisations, la communication interculturelle, la communication interpersonnelle... Dans une dimension sociale, on peut simplement parler de « *relation d'aide et de relation à l'autre* » qui s'associent parfaitement avec la question de la communication en général et la communication internationale en particulier.

Nous allons ainsi revenir sur ces éléments dans l'approche conceptuelle pour faciliter la compréhension et les liens existants entre ces différents concepts dans le cadre de la communication internationale.

Par ailleurs, ces éléments participent globalement à comprendre la stratégie de communication utilisée par les ONG internationales pour mettre en œuvre leur communication (ascendante ou descendante...). Le choix méthodologique est porté ici sur la définition de ces concepts cités ci-haut pour apporter dans un premier temps un appui conceptuel et scientifique à l'étude.

L'étude a ensuite fait le choix d'explorer d'autres questions comme les réseaux sociaux numériques (RSN) en lien avec la communication internationale des ONG. Les enquêtes suivantes participent à justifier des méthodes quantitatives et qualitatives choisies dans le cadre de cette étude.

I.1.1.1. Vers une dynamique des Réseaux Sociaux Numériques.

Au-delà de cette première approche qui permet de délimiter et de situer le terrain de recherche ; cette dernière a ensuite évolué vers la dynamique des réseaux sociaux numériques (RSN) et leur utilisation par les ONG Internationales dans leur communication. Malgré la fracture numérique évoquée par Alain Kiyindou (2013), le développement des technologies en Afrique offre une opportunité aux ONG internationales pour communiquer à travers les RSN avec les populations locales.

L'utilisation de ces outils (RSN) dans la diffusion et le partage des messages et la liberté d'expression observées lors des élections présidentielles sénégalaises de 2012 ; ainsi que le rôle de certaines ONG internationales dans la consolidation de la démocratie et la vie politique sénégalaise ont permis de constater les effets dans la transition politique observée.

La lutte de certaines ONG internationales pour la transparence de la vie publique, la démocratie, les élections libres...à travers les réseaux sociaux a été un premier élément de réflexions sur la migration de cette étude vers les RSN.

Mais qu'en est-il de l'utilisation qu'en font les ONG internationales pour favoriser les changements ? Seraient-ils des canaux « tuyaux » comme l'indique Dominique Wolton ou des outils du changement ?

Dans le cadre de cette étude, il était nécessaire de commencer notre travail en participant à certaines instances ou structures qui portent le débat sur la question. Le premier choix s'est porté sur l'instance de réflexion des membres⁵⁸² de la chaire Unesco de Strasbourg. Les échanges sur la place et le rôle des RSN dans la construction de la démocratie en Afrique (lobbying et plaidoyer) y compris par les ONG internationales ; ouvrent ainsi le débat et offrent dès lors une lecture critique et pluridisciplinaire sur l'impact réel de ces RSN dans le développement de l'Afrique. Ces rencontres ont permis d'éveiller ou de renforcer ce besoin de continuer ou d'approfondir une curiosité sur l'utilisation de ces réseaux sociaux numériques par les ONG internationales au Sénégal dans une approche plus globale.

Le colloque organisé par la Chaire Unesco de Strasbourg⁵⁸³ sur le sujet a renforcé cette ouverture qui intègre définitivement cette dimension RSN dans ce travail de thèse. Ainsi, l'importance de ces RSN dans la communication des ONG internationales n'est plus à

⁵⁸² Démographes, communicants, journalistes, professeurs, Hdr, ingénieur...

⁵⁸³ Chaire Unesco "Pratiques journalistiques et médiatiques : entre mondialisation et diversité culturelle", 2015, Colloque « Les réseaux sociaux numériques. Un espace de liberté à prendre ou une utopie mort-née ? », Université de Strasbourg.

démontrer. Pour Philippe Viallon, « *les organisations sont rentrées dans le système devant l'intérêt représenté par ces échanges. Elles voulaient mieux connaître leurs clients ou leurs administrés en créant des pages Facebook, des comptes Instagram, etc* ⁵⁸⁴ ». Cette nécessité de l'utilisation des Réseaux Sociaux Numériques est confirmée par d'autres auteurs. A ce titre, Cécile Dolbeau-Bandin et al., affirment que « *Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Snapchat, YouTube, LinkedIn sont des médias sociaux devenus incontournables en France* ⁵⁸⁵ ». Il s'agit ainsi de voir la place qu'occupent les RSN dans la communication des ONG internationales et surtout d'un continent à un autre. Les auteurs illustrent ainsi leur importance dans le milieu associatif puisque que, « *ces médias sociaux peuvent être utiles pour faire connaître leurs projets, récolter des fonds, animer une communauté ou moderniser la gestion de l'association, diffuser une image attractive, etc. L'intérêt de ces outils numériques réside notamment dans leur réponse aux besoins et missions de chaque association* ⁵⁸⁶ ».

Leur ampleur est tellement grande que Philippe Viallon (2017) tente le comparatif avec les résultats que pourrait obtenir les multinationales dans leur communication. En effet, il affirme que « *les médias sociaux permettent d'être à la fois [de...] soutenir le travail de la petite association locale comme ils peuvent être, pour des ONG internationales, un outil mondial dont l'usage professionnel n'a rien à envier à celui qu'en font les plus grandes multinationales* ⁵⁸⁷ ». Dès lors, on peut logiquement se poser la question suivante : quelle utilisation et quelle tendance aujourd'hui ont ces ONG internationales dans l'usage des Réseaux Sociaux Numériques ? sont-ils incontournables ?

Pour l'auteur, les RSN sont aujourd'hui « *une porte d'entrée pour les associations, pour rentrer en contact ou être contacté* ». Il affirme à cet effet que « *les associations en contact avec les migrants en Europe constatent qu'un accès aux médias sociaux fait partie des premières demandes exprimées* ⁵⁸⁸ ». Cependant, il souligne et pointe aussi l'inversion des rôles qui placent l'émetteur ou le récepteur dans une dynamique de jeu de rôle interchangeable. Ce qui inscrit cette interaction dans un processus de la communication bien connu avec la notion de feedback (voir le modèle de communication du schéma de Wiener 1950). L'analyse de ce

⁵⁸⁴ Viallon Philippe, « Introduction. Bénévolat, lien social et numérique », *Les Cahiers du numérique*, 2017/2 (Vol. 13), p. 9-23. En ligne: <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-9.htm>

⁵⁸⁵ Dolbeau-Bandin Cécile, Lochon Annie, Krebs Dr. Viola, 2017/2, « Médias sociaux et associations : conjugaison réussie d'une communication fonctionnelle et relationnelle ? », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 13), p. 51-74. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-51.htm>

⁵⁸⁶ Ibid.

⁵⁸⁷ Viallon Philippe, « Introduction. Bénévolat, lien social et numérique », *Les Cahiers du numérique*, 2017/2 (Vol. 13), p. 9-23. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-9.htm>

⁵⁸⁸ Ibid.

processus des rôles « *interchangeable* » est proposée dans un autre chapitre en lien avec les RSN et le bénévolat.

Pour mieux cerner cette communication associative, il était nécessaire de se référer avant tout sur les définitions proposées par Dominique Wolton et Eric Dacheux sans développer davantage cette question sur cette partie méthodologique. Ces auteurs revisitent respectivement la question de la communication fonctionnelle et de la communication relationnelle et participative. Ces deux éléments permettent de compléter et de comprendre l'étude quantitative proposée sous une forme d'état des lieux de la présence des ONG internationales dans les RSN.

L'objectif étant d'apporter des éléments de compréhension sur ces deux logiques avec l'éclairage de Florence Carion qui parle de « *la communication associative*⁵⁸⁹ ». Cela permet de mieux comprendre l'étude quantitative proposée et qui porte sur la présence des ONG internationales dans les Réseaux Sociaux Numériques.

En apportant un éclairage sur ces deux logiques, l'auteure cite Éric Dacheux (1998 as cited in Carion, 2010, 192), en affirmant dans un premier temps que la communication relationnelle et participative : « *se fonde 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 inscrits dans la communication. Il s'agit d'atteindre une relation de véritable réciprocité et d'engagement mutuel et conscient*⁵⁹⁰ ». Ces critères ainsi définis, répondent à la dynamique impulsée par les RSN dans la politique de recherche de bénévoles en Europe : construction de significations communes et participation active.

Par ailleurs, on peut se demander si cette définition s'adapte-elle plus au contexte africain au vue des différences linguistiques et de la dynamique de construction de significations communes ?

Cette interrogation sur l'adaptation au contexte africain peut se heurter à une autre notion ; celle de la réciprocité. Elle est d'autant plus légitime qu'elle pose la question du rapports aidants-aidés, bénéficiaires-donateurs par rapport à cette notion mais aussi de la disponibilité des technologies qui parfois creusent la fracture numérique (Alain Kiyindou, 2013).

Dans un second temps, F. Carion nous parle de la logique de la communication fonctionnelle et marketing qui est introduite ici par Dominique Wolton (Penser la communication, Paris, Flammarion 1997, as cited in Carion, 2010, 192). L'auteur pense que cette communication : « *est définie par [...] les besoins de communication des économies et des sociétés ouvertes, tant*

⁵⁸⁹ Florence CARION, 1 | 2010, « *La communication associative* », *Communication*, Vol. 28/1 | 2010, 193-206.

⁵⁹⁰ Florence CARION, « *La communication associative* », *Communication* [Online], Vol. 28/, En ligne 23 Septembre 2011.

En ligne : <http://journals.openedition.org/communication/2106>

*pour les échanges de biens et de services que pour les flux économiques, financiers ou administratifs. Les règles jouent ici un rôle [...] important [dans une perspective] d'efficacité liée aux nécessités ou aux intérêts*⁵⁹¹ ». Si cette logique semble prédominer ou occuper une place importante dans les stratégies de communication des ONG, la pratique de l'utilisation des réseaux sociaux numériques semble prendre de nos jours cette définition. L'étude adhère plus à cette dernière logique qu'elle pense plus adapter au contexte de l'intervention des ONG internationales. Cependant ces deux notions seront développées dans l'approche conceptuelle pour mieux situer lesdits concepts.

La question que l'on se pose sur la communication des ONG internationales est la suivante : sont-elles dans la logique de la '**communication fonctionnelle et/ou communication relationnelle**' ?

Après ce premier temps, qui évoque les pistes qui permettent de comprendre cette ouverture sur les RSN, il était question de renforcer ce travail de recherche par une étude quantitative sur la présence des ONG dans les RSN. Mais avant de parler des différentes études quantitatives et qualitatives proposées dans ce travail de recherche, il semble nécessaire de faire un point sur le choix de ces méthodes utilisées.

Faut-il le préciser, cette recherche s'inscrit globalement dans une **dynamique qualitative comme dans certaines études de cas**. Cela est liée à la diversité des supports utilisés (vidéos, textes, articles de presse, photos...) et qui permettent d'avoir une ouverture plus large pour mener à terme ce travail de recherche. Yvonne Giordano, Alain Jolibert (2016) offrent leur point de vue sur les deux méthodes et ce qui les motivent à faire ce choix. Cette étude sur la communication des ONG s'inspire de l'affirmation suivante pour mieux se positionner.

En effet, ils indiquent : « *par exemple, dans l'étude de cas, les données recueillies sont majoritairement qualitatives (discours, textes, vidéos, photos), mais elles peuvent aussi être quantitatives (fréquences de mots, mesures). Les modes de collecte de ces matériaux sont diversifiés : entretiens/entrevues semi ou non directifs, conversations ordinaires, observation, étude de documents écrits ou visuels, etc.* »⁵⁹² ». L'étude reviendra sur les éléments qui ont conduit à faire le choix de la méthode qualitative plus tard.

Si cette affirmation semble confirmer notre choix de la méthode qualitative dans laquelle s'inscrit cette étude, il était nécessaire de montrer les complémentarités proposées à savoir

⁵⁹¹ Ibid.

⁵⁹² Yvonne Giordano, Alain Jolibert, 2016, « Pourquoi je préfère la recherche quantitative. Pourquoi je préfère la recherche qualitative ». Revue Internationale PME, Editions Management et Société (EMS). En ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01230943/document>

l'utilisation de la méthode quantitative. Nous avons fait le choix, de commencer par cette démarche comptable. Elle s'illustre ici par la collecte et l'étude sur les données chiffrées sur les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) et d'autres données quantitatives issues de la collecte faite sur l'intervention et le travail des ONG Internationales. L'important apport critique lors du colloque de la Chaire Unesco sur la question des RSN et bénévolat organisé par la Chaire Unesco et la production scientifique⁵⁹³ issue de cette rencontre viennent renforcer notre travail. La méthode quantitative permet ainsi d'arriver plus tard à analyser l'utilisation des RSN par les ONG internationales et de valider les hypothèses émises par l'étude.

Pour élargir et renforcer l'encrage à la méthode quantitative, l'étude s'est ensuite inscrite aussi dans la logique de la méthode expérimentale. Tout comme les enquêtes avec une exploitation statistique, les méthodes expérimentales font partie du modèle quantitatif.

Anceaux Françoise et Sockeel Pascal (2006) définissent ainsi la méthode expérimentale comme « *une démarche qui consiste à « collecter des faits, pour en extraire des hypothèses qui vont ensuite être soumises à vérification. Ce qui la caractérise, c'est le souci primordial d'apporter la preuve et de valider de manière empirique et systématique les systèmes théoriques par le biais des hypothèses.*⁵⁹⁴ ». Le travail de collecte faits sur la présence des ONG dans les réseaux sociaux numériques, contribuera en partie à vérifier les hypothèses émises.

Pour cela, il était nécessaire dans la continuité de la méthode expérimentale, faire appel à la méthode inductive. L'ajout de cette méthode s'explique par le fait que cette méthode inductive constitue le mouvement inverse de la méthode déductive qui privilégie « *le cheminement des constatations particulières, tirées d'observations de terrain, vers les concepts généraux. Elle part donc du terrain pour aller vers la théorie*⁵⁹⁵ ». Ainsi la collecte de données dans cette méthode inductive se fait de manière directive.

L'importance des éléments observés sur le terrain permet de faire le lien avec la théorie pour mieux cerner le sujet.

Cette idée de faire des croisements de plusieurs méthodes dans cette étude s'inspire aussi de la pensée de Didier Courbet (2013). Il affirme que « *l'accroissement du nombre de méthodes permet de solidifier la manière dont on construit les connaissances, via par exemple le*

⁵⁹³ Les Cahiers du numérique 2017/2, Lavoisier, « *bénévolat, lien social et numérique* » (Vol. 13), Pages : 178. En Ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2.htm>

⁵⁹⁴ Anceaux Françoise, Sockeel Pascal, « *Mise en place d'une méthodologie expérimentale : hypothèses et variables* », *Recherche en soins infirmiers*, 2006/1 (N° 84), p. 66-83. URL : <https://www.cairn.info/revue-recherche-en-soins-infirmiers-2006-1-page-66.htm>

⁵⁹⁵ Guibert, Joël et J, Guy. « *Méthodologie des pratiques de terrain en SHS* ». Armand Collin, 1987 cités par Suzy Canivenc, 2005, « *la réactualisation de l'idée autogestionnaire dans le contexte du débat sur le renouvellement des formes organisationnelle* ».

*croisement des méthodes ou la triangulation méthodologique*⁵⁹⁶ ». L'étude croise ainsi plusieurs méthodes : quantitative, expérimentale et inductive.

Cependant si cette méthode expérimentale semble primordiale pour cette étude, il faut noter qu'elle s'intègre parfaitement aux deux raisons avancées par Didier Courbet. L'auteur donne lecture sur les deux raisons et affirme que « *Premièrement, elle est bien une méthode d'étude des systèmes et processus communicationnels complexes. Deuxièmement, son utilisation n'est pas incompatible avec le constructivisme* »⁵⁹⁷ ». Il faut noter que l'approche constructiviste est l'une des méthodes d'analyses choisies pour cette étude.

Si l'étude a pris le pari de croiser des méthodes, elle prend en compte tout de même la difficulté relevée par Philippe Bonfils, Michel Durampart (2013). Ils pensent que « *l'analyse proposée [...] en sciences de l'information et de la communication démontre la complexité d'explorer les dispositifs numériques* »⁵⁹⁸ » et par conséquent celle des RSN. Ce qui justifie davantage le croisement de méthodes pour proposer une meilleure analyse de la communication des ONG Internationales. Le contexte l'importance des RSN dans la communication des ONG internationales impose de mener ainsi une étude dans ce sens.

La première étude proposée dans ce travail de recherche porte sur un état des lieux de la présence des ONG internationales dans les RSN en Afrique et en Europe. Leur place et l'importance qu'on leur accorde dans la communication des ONG a évolué depuis l'avènement d'internet. Ces deux auteurs, Saint-Amand Magali et Pronovost Gilles (2001), confirment ainsi sur cette évolution. Ils affirment que « *même si en 1999 la principale raison d'utilisation du réseau était l'accès au mail, on observe indéniablement une diversification croissante dans l'utilisation d'Internet : information, éducation, travail, culture* »⁵⁹⁹ ».

Aujourd'hui, « *les réseaux sociaux numériques ne sont qu'une forme particulière d'espace public* »⁶⁰⁰ ». Cette situation contraste avec la communication jadis utilisée par les ONG ou d'autres structures d'accompagnement. Une communication qui se faisait principalement par

⁵⁹⁶ Didier Courbet. 2013, « *Pour un développement raisonné des méthodes expérimentales en SIC. Quelques intérêts épistémologiques du pluralisme méthodologique*. ESSACHESS – Journal for Communication Studies, ESSACHESS editors », https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00847929/document

⁵⁹⁷ Ibid.

⁵⁹⁸ Philippe Bonfils, Michel Durampart, 2013 « *Environnements immersifs et dispositifs numériques. Etudes expérimentales et approches distanciées* » <http://www.essachess.com/index.php/jcs/article/download/196/209> p.118

⁵⁹⁹ Saint-Amand Magali, Pronovost Gilles, 2001/1, « *Usages et usagers d'Internet : l'état des lieux* », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, (Volume 2001), p. 97-103. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2001-1-page-97.htm>

⁶⁰⁰ Le Deuff Olivier, Ertzscheid Olivier, Boyd Danah et al., 2010/1, « *Une évolution des comportements* », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, (Vol. 47), p. 42-55. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2010-1-page-42.htm>

voie de presses écrites ou audiovisuel à travers les canaux traditionnels (Télévision, radio, presse écrite). Ces médias avaient plus qu'une exclusivité. Ils gardaient à la fois la primauté dans la diffusion des informations ou messages à destination du public.

L'expérience passée au ministère de l'élevage en 2003 a montré que la communication des projets et par conséquent des ONG pendant cette période s'est principalement faite par presse. Les réseaux étaient uniquement sociaux. Cela implique de faire la différence entre un réseau social et un réseau social numérique. Olivier Le Deuff et al. (2010), marquent la différence en affirmant ainsi « *que les jeunes utilisent les réseaux sociaux numériques, et les encourager à revenir à des formes de socialisation traditionnelles est simplement impossible*⁶⁰¹ ».

Cette place s'est graduellement inversée vers une utilisation massive des RSN dans la communication. La place accordée à ces réseaux sociaux numériques est primordiale.

Pour Liénard Fabien (2018) la place des supports technologiques renforce l'utilisation des RSN. Ainsi, il pense que « *les TIC sont des dispositifs socio-techniques qui permettent d'accéder notamment à une grande variété de Réseaux Sociaux Numériques (RSN) qui génèrent eux-mêmes des usages et des pratiques techno- et sociodiscursives plurielles*⁶⁰² ».

Il rajoute que « *les usagers passent d'une TIC à une autre, "switchent" d'un RSN à un autre pour s'afficher plurisémiotiquement, pour signifier la présence ou l'absence de soi et/ou de l'Autre, pour s'engager collectivement ou personnellement en se cachant derrière un « pseudo » ou une image de profil...*⁶⁰³ ». La question de la mobilisation ou de l'engagement individuelle et/ou collective des acteurs intéresse particulièrement les ONG internationales.

Pour cette étude, il s'agit de dénombrer la présence de certaines ONG internationales dans les RSN et de comparer les dynamiques d'évolution et d'utilisation des RSN en Europe et en Afrique. Nous avons procédé d'abord à un recensement ou pas de la présence des ONG dans les réseaux sociaux numériques. Il était important de les répertorier par catégories (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram...), mais aussi de quantifier les personnes qui suivent ces ONG internationales dans les RSN. Elle analyse et interprète les différences entre le nombre de personnes qui suivent l'ONG X en Europe et en Afrique. Cela permet de voir le degré d'importance accordé et l'utilisation de ces RSN en fonction des localités, objectifs et besoin de communication.

⁶⁰¹ Ibid.

⁶⁰² Liénard Fabien, 2018/3, « Introduction », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 14), p. 9-12. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2018-3-page-9.htm>

⁶⁰³ Ibid.

Ces réseaux sociaux numériques sont caractérisés par la proximité et la facilité d'accès qu'ils offrent aux populations bénéficiaires créant ainsi une sorte de proximité entre les acteurs.

Cette appropriation de ces réseaux est liée en partie au développement des NTICs qui à la fois démocratise le débat et offre une opportunité d'exprimer son point de vue sans contrainte. Le degré de pénétration de ces réseaux en Afrique et leur appropriation interrogent.

Une étude comparative intermédiaire est ensuite proposée deux années après la première. Elle concerne les mêmes ONG internationales. Elle montre ainsi les évolutions, les progrès et les régressions, les gains et les pertes en nombre de personnes, d'abonnés sur les réseaux sociaux numériques et à travers les différents réseaux⁶⁰⁴ où ces dernières sont présentes. L'idée étant de compter le nombre de like sur Facebook, de vue sur Youtube, de followers et d'abonnés sur Twitter sur deux ans d'intervalles. Le tout collecté à partir des pages des ONG internationales à la fois en Europe et en Afrique. Des différences se sont très vite exprimées dans un premier temps. Par exemple, le nombre d'utilisateurs ou d'abonnés sur Facebook pour l'ONG internationale X en Europe peut être 10 fois plus importants que le nombre d'abonnés pour la même ONG en Afrique. Cet écart nous interpelle et interroge sur l'approche de l'utilisation de ces RSN en fonction des situations géographiques. Ces chiffres permettent de dénombrer les personnes (physique et morale) ; qui suivent les ONG et leurs activités : message texte et vidéos. Enfin elle témoigne de la dynamique actuelle existante dans l'utilisation de ces RSN qui semblent incontournable actuellement dans la communication des ONG Internationales tant pour collecter des dons que pour diffuser de l'information ou créer une influence.

Une deuxième étude a été menée et porte sur la question de la stratégie de communication utilisée par les ONG internationales pour recruter des bénévoles. Ce travail rentre ainsi dans la logique de la méthode qualitative existante. Pour Alex Mucchielli, « *les méthodes qualitatives, par exemple, sont communes à toutes les sciences humaines et sociales, un chercheur de n'importe quel domaine peut utiliser l'observation participante, l'entretien non directif centré ou l'analyse actionniste* ⁶⁰⁵ ». Ces différentes méthodes de collectes de données et d'informations ont été mise en œuvre à travers différents moments de la recherche.

⁶⁰⁴ Etudes comparatives sur les réseaux sociaux numériques : Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube,

⁶⁰⁵ Alex Mucchielli, 10 | 1996, « Pour des recherches en communication », *Communication et organisation* [En ligne], consulté le 04 décembre 2018. En ligne : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>

Le choix de cette méthode, a permis à l'étude de décrire et de comprendre l'utilisation des RSN et les processus de communication utilisés par les ONG internationales pour recruter les personnes bénévoles. Les éléments cités par Alex Mucchielli ont permis de comprendre les techniques de communication utilisées par les ONG internationales pour rallier à leur cause un public hétérogène et arriver à le faire agir ou entrer en action. L'analyse porte sur le comportement et/ou la réaction des acteurs bénévoles en réponse à la communication des ONG.

L'engagement et les motifs qui poussent les personnes qui suivent la page de l'ONG sont analysés et concourent à comprendre les raisons de cette réponse à l'appel lancé par ces derniers. Globalement il s'agit de comprendre la notion de feedback en communication dans cette situation. Cette analyse qualitative permet de confirmer par ailleurs l'existence probable de stratégie de communication mise en place par les ONG Internationales.

Nous avons fait le choix d'utiliser de la méthode marketing dénommée A.I.D.A (Attention, Intérêt, Désir, Action) pour comprendre la logique d'action des ONG internationales vis-à-vis du public cible. L'objectif étant de voir quelle est l'utilisation qui est faite de la méthode en fonction des publics cibles et les améliorations possibles que les ONG apportent dans leur démarche. Dans ce contexte, une analyse sémiologique à partir de la méthode AIDA permettra de comprendre le processus et les choix des supports audiovisuels utilisés par les ONG.

Il s'agit dans ce travail de démontrer la stratégie utilisée par les ONG pour attirer l'attention avec une accroche puis à créer un intérêt. Ensuite il faut faire le focus sur la manière développer les techniques utilisées pour provoquer un désir (d'agir, de donner, de s'engager). Enfin tenter de comprendre le rôle et/ou la place de la communication qui pourrait pousser ou encourager la personne à passer à l'action : à agir en fonction des attentes de l'ONG.

Une troisième étude quantitative a été menée et porte sur des critères plus larges que celle des RSN. Elle a permis de constituer une base de données plus large qui répertorie à la fois plusieurs items. Cette partie de l'étude a permis aussi la collecte d'informations clés sur les ONG internationales au Sénégal. L'étude s'inspire de cette affirmation de Serge Paugam. En effet, il déclare que « *l'analyse quantitative désigne l'ensemble des méthodes et des raisonnements utilisés pour analyser des données standardisées [...] Ces données résultent souvent d'une*

enquête par questionnaire mais peuvent également être produites par le codage de documents d'archives, de dossiers administratifs, de sources sonores ou visuelles ⁶⁰⁶ ».

Ce tableau ci-après revient sur les informations collectées auprès des ONG internationales sur différents supports (web et papiers) et leurs importances. L'étude a créé ces items pour à la fois recueillir plus d'informations nécessaires sur l'ONG internationale mais connaître l'activité proposée et les difficultés rencontrées.

Année de création de l'ONG	Secteur d'intervention	Responsable de l'ONG ou Responsable de communication	Bénéficiaires Population aidées
Nombres de Partenaires	Budget global 2010-2013	% budget alloué à la population	% budget alloué à la communication
Nombre de projets gérés en 2014	Nombres de Familles	Nombres de Salariés	% budget alloué au fonctionnement interne
Nombre de site web	Lien utile pour l'étude	Rapport annuel 2010 - 2013	

Anda TENDENG, base de données sur les ONG internationales intervenant au Sénégal (2014-2018)

Tableau 1 : critères d'études

Le choix est porté sur l'analyse de la communication web faite par les ONG en passant par un décompte du nombre de sites web, des différentes langues utilisées (français, italien, anglais, espagnol, allemand...). Un dénombrement des réels bénéficiaires, des populations aidées, des familles, des salariés, des partenaires Etc. a été réalisé. Pour cela les comptes officiels des ONG au niveau des réseaux sociaux sont sollicités pour faire un premier état des lieux.

⁶⁰⁶ Paugam, Serge, 2010, « Méthodes », Serge Paugam éd., *Les 100 mots de la sociologie*. Presses Universitaires de France, pp. 23-43.

Cela permet de renforcer le corpus sur les ONG et de développer une connaissance plus globale de ce qu'on peut appeler ONG. Cette base de données a été alimentée de 2014 à 2018.

Ce travail a montré aussi ses limites parfois par le refus de certaines ONG de livrer des informations leur concernant. Cela interroge sur leur volonté à collaborer et/ou à donner certaines informations demandées et qui concernent certains Items.

La difficulté d'avoir un interlocuteur qui accepte de donner ces informations était le premier obstacle. Les personnes consultées doivent toujours se référer à d'autres plus placées dans la hiérarchie de l'organigramme qui finalement s'opposent à communiquer des informations aux motifs qu'ils ne connaissent pas l'utilisation qui va être réservée à ces informations livrées. Or, cette question de l'utilisation des données est très clairement indiquée lors des divers entretiens et des premières prises de contact avec les personnes concernées.

Ce qui permet à l'étude de contourner cette difficulté en passant par une collecte de l'informations à travers les différents supports proposés et mise en ligne.

Cette situation pose deux problèmes majeurs : la question de la volonté de communication, de la volonté de faire de la transparence d'une part et d'autres part celle des données parfois incomplètes ou inexistantes sur les supports de collectes. (Site web, rapports et bilans annuels, poster, affiches, communiqué de presse...). Nous allons y revenir dans l'analyse.

Mais cette situation présage déjà de la place qu'accorde les ONG internationales à cette thématique de la communication (tant pour les bénéficiaires que pour les chercheurs).

Si les colloques et séminaires ont permis de revisiter certains concepts clés de l'étude, il était nécessaire de mettre en place une autre approche pour vérifier certains concepts auprès des ONG.

En faisant ce choix, nous avons voulu la compléter avec des observations avec la participation à la semaine de « *la rentrée des associations*⁶⁰⁷ » et la participation en présentiel à la conférence des ONG internationales du Conseil de l'Europe de Strasbourg.

⁶⁰⁷ « Depuis 1994, la Maison Des associations de Strasbourg organise un salon des associations (rebaptisé « Rentrée des Associations » en 2014) pour : Permettre aux associations de se faire connaître du grand public ; Proposer aux Strasbourgeois des animations gratuites et diversifiées ; Permettre aux dirigeants associatifs de se rencontrer ; Favoriser les dynamiques inter-associatives ».

I.1.1.1. Une observation participante pour mieux comprendre le fonctionnement des ONG internationales

L'observation participante a été mise en contribution dans cette partie méthodologique en sus des entretiens réalisés auprès d'experts, de représentants d'ONG et chargé de communication... Ces deux évènements ont permis de mettre en œuvre d'autres outils de la méthode qualitative qui sont : les entretiens sur les pratiques et actions mise en œuvre par les ONG Internationales, les interviews individuelles et les études de documents (supports de communication de présentation des ONG). Elle a permis d'être au contact les ONG présentes lors de ces différentes manifestations mais aussi les populations bénéficiaires.

Il faut noter que l'observation participante a été menée à plusieurs reprises et a permis de faire une capitalisation de notre expérience sur le terrain. En effet sa première expérimentation s'est faite au niveau du Conseil de l'Europe lors des deux séminaires de la Conférence des ONG internationales⁶⁰⁸ et au sein dudit conseil. Les remarques et les premiers résultats ont été partagé dans ce lieu avec les représentants des ONG.

Cette structure qui regroupe plus de 300 organisations internationales non gouvernementales (OING) organise de travaux (bilan, projets et thématique) lors de la Session de juin de chaque année.

Nous avons participé aux deux sessions consécutives de cette structure en 2015 et 2016.

« Plus de 300 OING sont dotées du statut participatif. Elles constituent depuis 2005 la Conférence des OING, qui représente la société civile dans le « quadrilogue » du Conseil de l'Europe, aux côtés du Comité des Ministres, de l'Assemblée parlementaire et du Congrès des pouvoirs locaux et régionaux. Par le biais de ce statut, le Conseil de l'Europe inclut les OING dans les activités intergouvernementales et encourage les membres des parlements et les collectivités locales et régionales à dialoguer avec les associations au sujet des défis auxquels est confrontée la société. La Conférence des OING est aujourd'hui reconnue comme une institution du Conseil de l'Europe ⁶⁰⁹ ».

La Conférence des OING du Conseil de l'Europe.

Nous avons pu participer dans le cadre de l'observation participante au niveau du conseil de l'Europe aux ateliers, tables rondes et débats en présence de plusieurs ONG Internationales qui

⁶⁰⁸ La Conférence des Organisations internationales non-gouvernementales du Conseil de l'Europe, en ligne : <https://www.coe.int/fr/web/ingo/the-conference-of-ingos-in-a-nutshell>

⁶⁰⁹ Ibid.

interviennent en Europe en général et partout ailleurs dans le monde. La question du « *Vivre ensemble en Europe* » semble importante. Elle est soulevée pour parer aux difficultés liées aux conflits dans certaines villes européennes. Au-delà du fait que l'interculturel est un facteur d'intégration, elle voit se développer des projets et initiatives pour renforcer ce brassage des cultures à travers diverses activités. L'interculturel est devenu en Europe un produit marketing et sa prise en compte un critère de bonne gouvernance. Le projet du CEMEA⁶¹⁰ qui parle de l'enjeu de politique éducative ou les cités interculturelles⁶¹¹ qui sont des actions conjointes du Conseil de l'Europe et de la Commission européenne pour aller « *vers un modèle d'intégration interculturelle* » sont une parfaite illustration de la place de l'interculturel dans le fonctionnement des institutions. Pour les membres de la conférence des ONG internationales, les solutions se trouvent aussi dans le « *dialogue interculturel* ».

Cette rencontre a permis de rencontrer les ONG, d'échanger, de prendre des contacts et de réaliser des entretiens avec certains conférenciers. Leur base de données⁶¹² a pu servir de support de contact pour des recueils de données, prise de contact, entretiens et envoi de questionnaire.

Si des similitudes sont notées avec une problématisation de l'interculturel de plus en plus présente en Europe ; l'éducation au dialogue interculturel semble prendre le pas sur la question de la prise en compte de la culture locale en Afrique. En effet l'étude réalisée en 2013 sur les obstacles liés à la communication a montré qu'un des problèmes majeurs que rencontre les ONG internationales en Afrique est la non-prise en compte de la culture locale. Ce résultat nous pousse à s'interroger sur les raisons qui poussent les ONG Internationales à renforcer leur connaissance à travers des formations, séminaires, colloques ou participation à des activités culturelles de type festival et de ne pas offrir le même degré d'importance en Afrique où sa nécessité ne se démontre plus. Si nous avons fait le choix d'explorer cette question à partir des pratiques des ONG internationales ou associations en Europe c'est parce qu'il était essentiel de confronter ces pratiques pour renforcer la compréhension du fonctionnement de ces ONG.

L'étude reviendra sur les entretiens et les points de vue des scientifiques ou intervenants sur ces sujets.

Si l'interculturel constitue une part importante dans cette étude, puisse qu'on part du postulat que le contact entre les acteurs d'une ONG internationale et les populations locales est d'abord

⁶¹⁰ CEMEA, 2009, « *l'interculturel, enjeu de politique éducative ; montage de documents utiles à la réflexion et à l'action* ».

En ligne : <https://www.cemea.asso.fr/IMG/pdf/Interculturel.pdf>

⁶¹¹ Conseil de l'Europe et de la Commission européenne, 2010, Cités interculturelles « *Vers un modèle d'intégration interculturelle L'apport des Cités interculturelles* », en ligne :

<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802ff5f2>

⁶¹² Base de données des ONG, en Ligne : <http://coe-ngo.org/#/ingos>

une rencontre entre des cultures différentes ; il était important dans le cadre de cette étude de renforcer le corpus sur le sujet par une revue de la littérature africaine.

L'étude s'est intéressée dans un premier temps à cette littérature africaine en général et sur la relation Franco-africaine en particulier. Le choix de revisiter ce champ littéraire permet de mieux comprendre à la fois les relations mais aussi les logiques d'intervention des ONG internationales françaises en Afrique.

La deuxième expérimentation de cette observation participante s'est faite lors de la rentrée des associations citée ci-haut. Elle a permis de construire un réseau de connaissance locale qui a permis d'établir une nouvelle liste de contact avec des personnes physiques. Cela a permis par ailleurs de réduire le nombre de refus de répondre au questionnaire élaboré et aux entretiens proposés.

La troisième observation participante s'est passée au Sénégal lors de la rencontre mensuelle nommée « *ataya* » des ONG internationales intervenant au Sénégal. Ces rencontres ont permis de s'imprégner de la pratique de communication des ONG internationales et en partie leur logique d'intervention. Cependant l'observation de leurs nombreuses difficultés est aussi à noter. On peut aussi noter l'omerta qui existe dans ce secteur et les difficultés d'accepter un retour critique sur leur manière de conduire leurs actions notamment en Afrique.

Les refus de répondre aux questionnaires, aux entretiens se pointent naturellement avec ce qu'on peut appeler de refus de faire de la transparence.

Nous reviendrons plus tard sur l'échantillonnage et l'analyse des entretiens de cette étude pour rester dans la dynamique de l'analyse de l'utilisation des RSN par les ONG Internationales.

I.1.1.2. Une validation avec les événements scientifiques et une ouverture vers la méthode qualitative.

Cette partie permet de comprendre le chemin parcouru. Elle permet de revenir de manière chronologique sur les différentes étapes parcourues. Chacune de ces étapes correspondent à la méthodologie adaptée et se voit parfois revenir sur une méthode déjà utilisée en amont. Ce qui

explique souvent les va-et-vient entre la méthode quantitative et qualitative et d'autres méthodes connues sous forme de « *triangulation méthodologique* ⁶¹³ ».

L'autre temps fort de cette recherche est celui des premières présentations des enquêtes de recherches préliminaires et des participations aux groupes de réflexion et d'étude de notre équipe de recherche rattachée au laboratoire de LISEC et autres instances de recherches.

Les séminaires organisés par notre laboratoire Equipe Teck&co de LISEC⁶¹⁴ ont permis de présenter le premier travail décrit ci-haut et qui porte sur l'état des lieux de la présence des ONG internationales dans les RSN.

Une seconde présentation de cette même étude a été faite en 2015 ; avec une participation virtuelle au colloque sur « *la communication touristique numérique au service du patrimoine et de la diversité culturelle* » organisé par l'Université Ibn-Zohr d'Agadir (Maroc) et le laboratoire de recherche I3M de l'Université de Nice. Cette communication a constitué la deuxième ouverture de ce travail auprès d'autres chercheurs et universitaires.

Globalement, ces présentations ont permis à notre équipe et aux autres chercheurs d'apporter des avis et des éléments critiques pour mieux densifier l'étude. L'intégration d'une analyse lexicale et d'une analyse de l'activité de communication des ONG internationales dans les réseaux sociaux numériques ont été suggérée et intégrée dans l'étude. Elle vient ainsi compléter cet état des lieux. Le lien avec les deux logiques de communication définies par DACHEUX et Wolton complète ainsi cet état des lieux pour ajouter une dimension plus qualitative à cette partie.

Revenant sur la question des RSN et de la méthode quantitative, il s'est agi de faire une analyse sur la dynamique de l'utilisation des RSN par ces dernières. Tout cela s'est renforcée avec la participation à l'organisation du colloque sur les réseaux sociaux numériques organisé par la Chaire Unesco Pratiques journalistiques et médiatiques : Entre mondialisation et diversité culturelle.

Il s'agit du Colloque international sur le thème « *réseaux sociaux numériques, bénévolat et lien social* ⁶¹⁵ ». Il marque ainsi un moment clé pour revisiter la question de la communication

⁶¹³ Didier Courbet, 2013, « *Pour un développement raisonné des méthodes expérimentales en SIC. Quelques intérêts épistémologiques du pluralisme méthodologique*. ESSACHESS – Journal for Communication Studies, ESSACHESS editors »,

⁶¹⁴ Anda TENDENG, 2015, « *les ONG dans les réseaux sociaux ; état des lieux* ». « Présentation des résultats de recherche auprès du Laboratoire interuniversitaire des sciences de l'éducation et de la communication. EA2310 (Groupe Teck and CO). Université de Strasbourg -Université Haute alsace et Nancy.

⁶¹⁵ Viallon Philippe, 2017/2, « *Introduction. Bénévolat, lien social et numérique* », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 13), p. 9-23. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-9.htm>

autour des RSN et leurs nombreuses utilisations auprès des publics cibles. Cette rencontre a aussi permis la découverte, de nombreuses facettes de la communication avec les RSN. Il participe ainsi à une meilleure maîtrise du sujet.

La 8ème Université Européenne du Volontariat à Strasbourg a permis de faire une troisième communication avec la question suivante : « *le bénévolat dans les ONG : acteurs du changement ou acteurs passifs : le cas de l'ONG France volontaires, CCFD et AVSF* » (Anda Tendeng 2016). La question de l'utilisation des RSN par les ONG a été traitée en relation avec la problématique de la recherche de bénévoles en Europe. En effet les difficultés liées au recrutement de bénévoles et la faiblesse ou la réduction des moyens financiers des ONG Internationales poussent ces derniers à recourir aux RSN pour venir à bout de cette question de bénévolat. Le choix de ces trois ONG a permis de comprendre et de montrer les dynamiques actuelles. La présentation de l'étude a aussi permis de s'intéresser à l'activité des ONG internationales dans les réseaux sociaux mais aussi d'analyser les messages et les images utilisées pour recruter, faire adhérer les volontaires et bénévoles aux causes défendues par les ONG internationales. Cette étude renforce le choix de la méthode qualitative qui vient compléter celle quantitative sur la communication des ONG internationales dans les RSN. Il faut rappeler qu'une étude plus large était déjà réalisée. Celle-ci concerne ainsi près de 56 ONG internationales.

La sémiologie a été mise en contribution pour à la fois faire une analyse fine de la stratégie discursive des ONG internationales mais aussi de l'utilisation que certaines ONG internationales font des images ou les autres supports de communication (sites, plaquettes, RSN, vidéos...). Cela nous permettra d'analyser l'importance des images ou autres supports dans la communication internationale.

Il est important de noter que cette étude s'intéresse globalement aux ONG en Europe et à leur stratégie pour recruter des bénévoles. Cela nous a permis de voir avec les premiers résultats ; que l'Afrique en général et/ou le Sénégal en particulier restent des lieux d'expérimentation des actions déjà identifiées par les ONG internationales. Globalement l'Afrique semble être un laboratoire d'essai ou d'expérimentation pour ces ONG internationales au vu des efforts consentis pour la collecte de dons et la sensibilisation à des sujets cruciaux comme la pauvreté, le commerce équitable, l'environnement... Ainsi, la question de la recherche de bénévoles et

de la collecte de don en Europe pour venir en aide à l'Afrique se pose comme un problème crucial pour l'évolution mais aussi la survie des ONG internationales.

I.1.1.3. Formations, outils, colloques scientifiques, entretiens et immersion dans le monde des ONG internationales.

Pour continuer dans la construction de cette recherche, il était important de participer à plusieurs formations pour à la fois maîtriser les outils nécessaires pour analyser et explorer les différents champs d'études. Elles viennent compléter cette dynamique d'évolution et cette tentative de conduire ce projet avec méthode.

Au-delà de cette étude, il était nécessaire de compléter nos connaissances à travers d'autres activités scientifiques qui portent souvent sur des thématiques de cette recherche. La question de la culture occupe ainsi une place importante dans le cadre de cette étude. Ainsi nous avons fait le choix de participer au XVème Congrès international organisé par l'Association pour la Recherche interculturelle⁶¹⁶ (ARIC) et Le laboratoire interuniversitaire de LISEC.

Cette activité scientifique qui a vu la participation de plusieurs scientifiques et une diversité de spécialistes de plusieurs domaines de recherche porte sur le thème de : l'interculturel aujourd'hui : perspectives et enjeux. La participation aux ateliers, tables rondes a permis d'intégrer une dimension sociale à l'étude. Cette dernière sera développée dans la partie théorique et conceptuelle. La question de l'aide, de l'adhésion à une aide sur une dimension individuelle permettra d'offrir une analyse plus large sur l'intervention des ONG en Afrique. Le développement de ces différents concepts permettra à l'étude d'intégrer la dimension sociale de l'accompagnement en lien avec la formation d'assistant de service social suivi.

L'accent sera mis sur les bases des éléments basiques d'une relation d'aide qui implique une interaction et par conséquent une communication.

Cette activité scientifique a permis d'ouvrir d'autres perspectives notamment sur l'éducation à l'interculturel. Elle renforce aussi la méthodologie de type qualitatif et l'observation

⁶¹⁶ XVème Congrès international de l'ARIC, 2015, « L'interculturel aujourd'hui. Perspectives et enjeux », <http://www.lisec-recherche.eu/content/xveme-congres-international-de-laric-linterculturel-aujourd'hui-perspectives-et-enjeux>.

participante⁶¹⁷. Cette partie a permis sur le plan méthodologique de faire un état de la littérature et de constituer une bibliographie sur l'interculturel (revue de la littérature).

L'étude a fait le choix de garder les entretiens les plus pertinents et de procéder à une analyse interprétative.

L'éclairage de Jean-Philippe Restoueix (2009) sur la place de l'éducation dans le dialogue interculturel permet de mieux comprendre les processus par lesquels certaines organisations s'inspirent. Il affirme ainsi que « *le Conseil de l'Europe a fait du dialogue interculturel l'une de ses priorités politiques, comme en témoigne avec force l'adoption, en mai 2008, du Livre blanc : Vivre ensemble dans l'égalité* »⁶¹⁸. Si en Europe, les difficultés de communication s'intensifient sur le vieux continent, l'intégration de la dimension éducative selon l'auteur repasse naturellement par le biais du dialogue interculturel et de l'éducation.

La montée du fondamentalisme, le terrorisme, le repli identitaire permet de mettre le focus sur la question interculturelle et l'échange sur les cultures pour rétablir le dialogue.

Cependant, la question de l'importance du dialogue pour maintenir un climat social apaisé n'est pas forcément l'objectif que se fixe les ONG dans leur intervention sur le continent africain. L'étude déjà menée sur les obstacles liés à la communication des ONG (Anda TENDENG 2013) montre que la culture locale n'est pas prise en compte par les ONG internationales dans leur communication en Afrique. Ce contexte est accentué par ce que Claude Clanet (1984) qualifie de « *problèmes générés par les interpénétrations de cultures [qui] soient devenus l'une des préoccupations de notre époque. A ceci, des causes socio-économiques : modes de production nouveaux, développement des moyens de communication, intensification des échanges internationaux et intercontinentaux ... échanges de biens, mais aussi échange d'hommes avec une amplification des déplacements et des migrations* »⁶¹⁹. Au-delà de cette interprétation qui peut engendrer des problèmes, l'intégration de la question du rôle des médias y compris dans la construction des stéréotypes est ainsi interrogée.

Une autre journée scientifique vient compléter l'étude avec la participation à la journée organisée par l'Ecole doctorale Augustin Cournot (ED N°2211 sur le thème : « *Comprendre les*

⁶¹⁷ Agbobli Christian, 2010, « *le rôle de la langue en communication interculturelle le cas d'un colloque scientifique international* », Colloque ARIC, Pratiques interculturelles-Pratiques plurilingues ? Recherches et expériences de terrain. En ligne : <http://www.montoya-romani-intercultural.ch/wp-content/uploads/2011/06/1008-ResumInterv.pdf>

⁶¹⁸ Sjur Bergan, dir. ; Jean-Philippe Restoueix, dir, 2009, « *Dialogue interculturel sur les campus universitaires* », 223p, https://liseo.ciep.fr/index.php?lvl=notice_display&id=27470

⁶¹⁹ Claude Clanet, 1984, « *vers une problématique de l'interculturel* », <http://www.minkowska.com/content/vers-une-problematique-de-linterculturel>, pp. 5-32

*différences culturelles*⁶²⁰ ». Celle-ci a permis d'approfondir ces différences et d'approfondir les comparaisons entre la culture d'origine des ONG internationales et celle des bénéficiaires.

Cette rencontre scientifique vient compléter les démarches précédentes déjà entamées pour maîtriser cette question de la culture. Elle retrace ainsi la question de l'interculturel et de sa problématisation⁶²¹ en tant qu'objet de recherche. Il faut noter que cette thématique en Europe renvoi souvent à la question de l'intégration et de la mixité dans les villes. Leur importance conduit aujourd'hui à signer ou éditer des chartes de la diversité pour la gestion des conflits dans les villes européennes. La mise en place de plusieurs laboratoires interculturels de concert avec le tissu associatif local montre l'importance de cette thématique. La méconnaissance des autres cultures pose un véritable problème de vivre ensemble.

Si les initiatives se multiplient dans presque toutes les villes d'Europe (forum, expositions, festival...) comment explique-t-on que cette question ne soit pas prise en compte dans les interventions des ONG Internationales en Afrique ? La participation à cette rencontre, offre certes une ouverture mais permet de s'interroger sur la place que ce sujet occupe dans l'espace public européen et la faible ampleur accordée à la même thématique ailleurs ?

La participation au colloque International sur « *la relation Franco-africaine : une nouvelle histoire politique et littéraire (1975-2015) MISHA* » ; a permis de revisiter cette thématique, certains auteurs africains et leurs écrits. Il faut noter que ce colloque international est organisé par l'EA 1337 et le Centre d'Étude sur les Représentations : Idées, Esthétique, Littérature (CERIEL) à Strasbourg. Au-delà de la question de la littérature, il a été revisité l'engagement des auteurs africains de l'époque : Camara Laye, Léopold Sédar Senghor, Cheikh Anta Diop⁶²²... et la question de la décolonisation avec les balises proposées (1975-2015).

Cette relation parfois complexe et complémentaire du fait des événements qui ont été vécu ensemble du point de vue de l'histoire ; semble bien parfois prendre des proportions de défense d'une identité et d'une culture qui a le droit d'être connues ou reconnues.

C'est le cas de Cheikh Anta Diop (anthropologue et historien) qui : « *voulait réinscrire le continent noir au cœur de l'histoire universelle d'où trois siècles de domination coloniale*

⁶²⁰ Avec Mme Helene Langinier

⁶²¹ Claude Clanet, 1984, « vers une problématique de l'interculturel », <http://www.minkowska.com/content/vers-une-problematique-de-linterculturel>, pp. 5-32

⁶²² Cheikh Anta DIOP, 2007, « Jalons biographiques et bibliographiques ». En ligne http://www.cheikhantadiop.net/cheikh_anta_diop_biograph.htm

occidentale avaient fini par la bannir⁶²³». Une relation qui s'est aussi illustrée par les prises de positions ou les « *historiens de l'Afrique, frappaient plus juste en prenant le contre-pied de l'histoire coloniale*⁶²⁴ ».

Ce besoin s'est renforcé par la publication d'ouvrages comme : l'Histoire générale de l'Afrique produite par l'UNESCO et/ou Nation nègres et cultures⁶²⁵ de Cheikh Anta DIOP⁶²⁶. Certains de ces auteurs estiment que « *l'histoire, accaparée par l'Europe d'une part, et par les élites occidentales de l'autre, frustrait la majorité du monde de son passé. Les historiens qui s'attachaient à élargir le champ de l'histoire, horizontalement vers les autres continents et verticalement vers les autres couches sociales, menaient donc le même combat*⁶²⁷ »

Les thèmes abordés dans cette thèse de Kombila Milunda (2019)⁶²⁸ semblent retracer le parcours et l'historique de la relation franco-africaine. Ce tableau⁶²⁹ ci-contre de l'auteur offre

Champs disciplinaire	Thèmes à abordés	Liens : autres disciplines ou contexte de référence
Politique	le monopartisme, le sous-développement, les guerres, l'immigration, l'indépendance, le développement, le multipartisme, le pluralisme, le panafricanisme, la démocratie, les élections, la balkanisation, l'interventionnisme, le néocolonialisme, colonialisme, la françafrique, la francophonie, les droits de l'homme, les dictatures, les dictateurs, la corruption, les prisonniers politiques, la coopération franco-africaine, la liberté de la presse, l'apartheid, l'ingérence, socialisme, le totalitarisme, l'impérialisme, l'anti-impérialisme, l'anticolonialisme, le Droit international, la justice, la république, les coups d'état, les accords militaires, les accords de coopération, la torture, la répression	Relations internationales, politique étrangère, diplomatie, politique intérieure
Littérature	La négritude, le « senghorisme », les littératures nationales, les littératures en langues africaines, la francophonie, le réalisme social, la censure, les prix littéraires, le roman africain, le théâtre, la poésie, l'autocensure, l'écrivain, l'engagement	Poétique, théorie littéraire, histoire littéraire, sociologie littéraire

une classification de différents thèmes abordés par la revue « *Peuples noirs, Peuples africains* » de 1978 à 1991.

Que le champ disciplinaire soit politique, historique, littéraire, sociale etc. ; la classification ici proposée par l'auteur témoigne sur le plan des écrits à la fois des relations souvent tendues de certains auteurs de cette revue à l'égard de l'ancien colonisateur.

Figure 10 : relation franco-africaine

⁶²³ RFI, et Tirthankar Chanda 2019, « Les combats pour l'histoire africaine de Cheikh Anta Diop », en ligne : <http://www.rfi.fr/fr/afrique/20160207-cheikh-anta-diop-grand-defenseur-histoire-africaine-unesco-anniversaire-mort>

⁶²⁴ Joseph Ki-Zerbo, 1986, « *Histoire générale de l'Afrique, tome 1 « Méthodologie et préhistoire africaine* ». Présence Africaine Edicef Unesco p.52. 416p

⁶²⁵ Cheikh-Anta Diop (Auteur), 1954, 1979, quatrième édition, « *Nations nègres et culture : De l'antiquité nègre égyptienne aux problèmes culturels de l'Afrique Noire d'aujourd'hui* », 564p

⁶²⁶ Monde Afrique, 2019 « *Cheikh Anta Diop, l'historien révolutionnaire* ». En ligne https://youtu.be/JeVaVtr_DCE

⁶²⁷ Joseph Ki-Zerbo, 1986, « *Histoire générale de l'Afrique, tome 1 « Méthodologie et préhistoire africaine* ». Présence Africaine Edicef Unesco p.52. 416p

⁶²⁸ Kombila Milunda, 2019, « *Périodiques culturels et structuration du champ littéraire : le cas de la revue Peuples noirs, Peuples africains (1978-1991)* ». Université de Lorraine, 420p. en ligne : http://docnum.univ-lorraine.fr/public/DDOC_T_2019_0214_KOMBILA.pdf

⁶²⁹ Ibid. p.118-119

Dans le registre de la relation internationale, certains thèmes abordés semblent à plusieurs égards avoir un écho particulier avec l'objet de cette étude. On peut noter la question du sous-développement, du développement, la coopération franco-africaine, l'interventionniste, de la néo-colonisation, de l'engagement...

L'exploration de certains auteurs de cette période définie permettra de revenir sur les valeurs de l'Afrique en général et du Sénégal en particulier, d'aborder la place de la culture et de son importance dans le développement de la société, de comprendre en partie sa construction et sa déconstruction sans oublier de faire un point sur les systèmes de communication jadis utilisés et leur place actuel. Cela permettra de compléter l'étude.

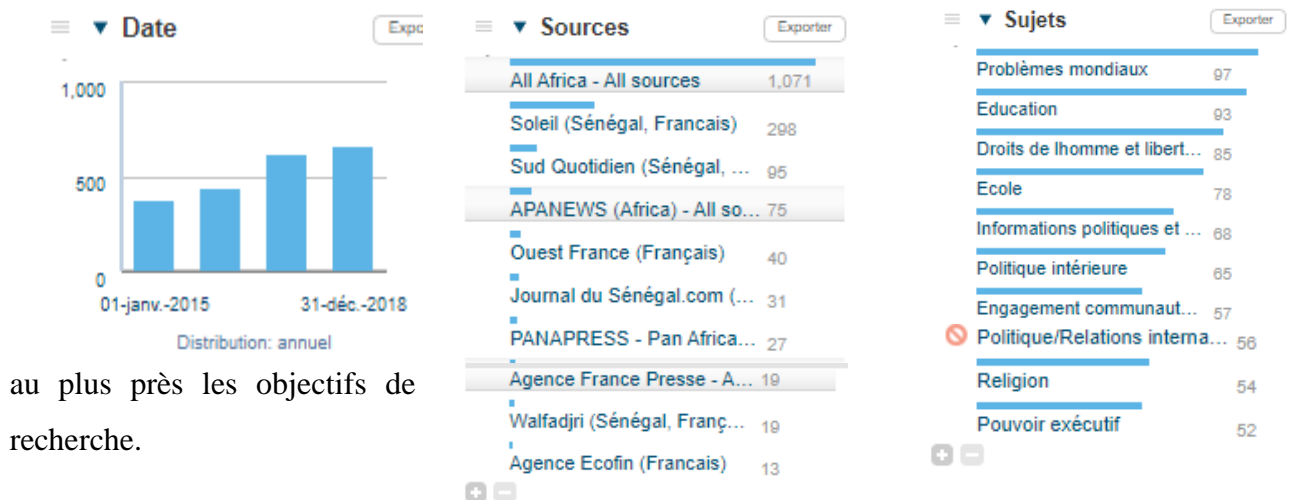
Au-delà de ce point à la fois historique et littéraire, nous avons fait le choix d'introduire une analyse discursive à travers un corpus tiré des présentations des ONG internationales et d'articles de presse de magazines et quotidiens africains et sénégalais sur une période de quatre années. Pour arriver à conclure cette démarche, des formations ont été suivies pour maîtriser certains outils d'analyse lexicale. Et dans la dynamique de recueil de données, la formation en 2015 sur l'outil « *Factiva*⁶³⁰ : *presse, actualité économique et informations sur les entreprises* » a été suivie et a permis de faire une analyse à partir des archives, des articles produits par des journalistes en Afrique, en France et au Sénégal. Une base de données a été constituée à partir de ces articles collectés et issus des journaux et quotidiens de presses locales disponible sur Factiva. La méthode d'analyse sémio-descriptive⁶³¹ de la communication internationale (B. Cabedoche, 2016) est privilégiée dans le cadre de cette étude.

La collecte de ces articles tourne autour des thèmes ou mots-clés ci-après : ONG en Afrique, ONG en Afrique et communication, humanitaire au Sénégal.

⁶³⁰ Urfist de Strasbourg – bibliothèque Blaise Pascal

⁶³¹ Cabedoche, Bertrand, 2016, « *Communication Internationale* » et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information - communication en France », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 17/2, no. 2, pp. 55-82.

Les tableaux suivants montrent les critères qui ont concouru à mettre des filtres pour répondre



au plus près des objectifs de recherche.

Figure 11 critères factiva

Pour rappel, ce recueil d'article concerne la période du 1 janvier 2015 au 31 décembre 2019. Les sources sont à la fois issues de médias à la fois officiel de l'Etat du Sénégal : Le soleil (quotidien national) et les médias privés comme Sud quotidien, Walfadjri...

Il faut noter que ces deux médias sont assez antinomiques car l'un : journal Le soleil ; semble représenter l'état avec un discours assez "polissé" et plus "contrôlé" ; tandis que les quotidiens Sud Quotidien et Walfadjri optent parfois pour une ligne éditoriale plus engagée et plus critique par rapport aux actions des ONG Internationales.

Faisant référence au premier pas de la communication Internationale en France, Cabedoche, Bertrand (2016) rappelle que « *l'information est irréductiblement consignée avec le contrôle d'une totalité étatique dans un ensemble monolithique, d'où l'expression de la société civile ne peut surgir* ⁶³² ». Cette situation qui s'apparente à ce qu'on peut appeler aujourd'hui au Sénégal une forme de communication institutionnelle reste encore valable aujourd'hui. Cependant son utilisation concentre des enjeux importants pour la communication des ONG qui a la fois l'utilise pour leur propre communication institutionnelle et s'en méfier quand il faut dénoncer des pratiques d'un autre âge. Une lutte perpétuelle des organes de presse étatiques ou souteneurs de l'action de l'état en opposition avec la presse dite « *privée* ».

L'analyse et la comparaison des deux approches et lignes éditoriales semblent intéressantes puisque qu'elles permettent d'avoir deux discours presque opposés pour la couverture d'un même évènement. Ce choix d'opposer ces deux lignes permettra de mieux comprendre le choix des

⁶³² Ibid.

ONG de faire appel à l'une ou l'autre media dans leur communication et la couverture médiatique de leurs événements.

En sus de la formation sur Factiva, l'étude a créé des alertes sur le sujet de la communication des ONG internationales en Afrique. Ces alertes ont pour but de suivre l'actualité des ONG sur le plan de la communication et de recenser des articles à travers le web qui parlent de la communication ou des actions de communication des ONG internationales en Afrique. Même si certains articles ont pu être collectés et intégrés au corpus de Factiva, il faut noter quelques difficultés. Certaines alertes ne semblent pas concluantes puisque qu'elles collectent un grand nombre d'article où le mot clé "communication" reste le seul critère qui justifie d'une alerte. Souvent très large, l'utilisation du mot permet d'avoir un large éventail de sujet qui parfois n'ont rien à voir avec la communication des ONG. Ce mot clé peut être retrouvé sur un titre d'article, sur une déclaration d'un membre d'ONG ou même sur des annonces du bureau de recrutement de ressources humaines en lien avec ce poste de chargé de communication. Ces critères de choix d'un chargé de communication ici ne témoigne point de la manière de communication des ONG en Afrique. Même si elle donne une idée de ses actions ou attentes que les structures fondent sur lui ou elle.

Cette alerte n'a pas permis d'établir ou de poursuivre les objectifs fixés : suivre l'actualité des ONG internationales. Mais cela a pu apporter des informations importantes sur certaines actions et/ou activités des ONG internationales.

La deuxième limite réside dans le fait qu'elle était trop large (plusieurs sujets⁶³³ à la fois).



02:17 (il y a 13 heures)

L'exemple ci-après montre que certaines alertes sont lancées juste à partir du mot clé communication.

L'alerte suivante est une illustration : « Côte d'Ivoire : suite à la communication du sous-préfet sur le service civique, une association de cadre allochtones s'engage à l'entretien régulier de tous les édifices publics... »

Figure 12 Alerte google.

⁶³³ Annonce de recrutement, propos de chargé de communication, collecte de toutes informations à partir du mot communication...

Ici le mot communication a suffi pour rediriger l'alerte vers l'étude. Or l'article parle des structures associatives locales et d'agents d'état qui s'engagent dans un service civique.

Même si toutes les alertes ne se ressemblent pas, il faut noter qu'une grande partie offrait une information assez loin de notre sujet de recherche.

L'analyse discursive de cette collecte, est faite ou facilité par l'utilisation d'autres logiciels d'analyse lexicale. L'étude a fait le choix de rajouter cette collecte à l'outil d'analyse lexicale⁶³⁴ sur Iramuteq⁶³⁵. Cet autre outil permet une analyse des contenus (historiques et pratiques), des occurrences, du sens des mots utilisés par les ONG dans leurs présentations et leur communiqué de presse. Cela passe par l'utilisation de communiqués et dossiers de presse, d'articles de journaux, de vidéos de présentation, de bilans annuels, de journaux internes, de sites web, les réseaux sociaux numériques etc. Elle permettra de comprendre les stratégies, le langage mais aussi les bases de la communication des ONG en Afrique.

Globalement, le choix de Iramuteq s'explique par la constitution d'un corpus large et à la fois concerne les présentations des ONG, les articles de journaux, mais aussi les communiqués et dossiers de presse.

Au-delà ce des supports, des bilans annuels ainsi que les Journaux internes disponibles ont intégrés à l'analyse. Les sites web de présentation des ONG constituent ainsi leur première vitrine.

Leur analyse permet de comprendre leur mode de pensée et les motivations qui fondent leur engagement.

Ce travail est complété par l'analyse d'autres bases de données, l'observation directe et les entretiens (ci-haut cités) viennent compléter ce champ lexical des ONG internationales.

Elle a permis d'analyser le corpus tiré de Factiva et des différentes enquêtes initiées dans le cadre de cette recherche et citées ci-haut. Nous reviendrons sur les résultats obtenus à partir de l'outil Iramuteq dans la partie analyse de l'étude.

Globalement, cette partie semble à plusieurs égards élargir les bases de cette étude. Elle a commencé par une étude quantitative sur la dynamique de l'utilisation des réseaux sociaux numériques pour être complétée par une étude comparative sur un intervalle de deux ans avant d'être complété par une étude qualitative sur le bénévolat.

⁶³⁴ D. Péliissier, 2017, « *Initiation à la lexicométrie Approche pédagogique à partir de l'étude d'un corpus avec le logiciel* », en ligne: https://presnumorg.hypotheses.org/files/2016/04/Initiation_lexico_Iramuteq_Mars2017_v6.pdf. Université Toulouse 1 Capitole

⁶³⁵ <http://www.iramuteq.org/>

Cette démarche a été complétée tout au long du processus par une étude globale quantitative sur le système des ONG internationales et leurs résultats sur le terrain.

Des lors, la partie suivante vient juste compléter l'étude.

I.1.1.2. Autres méthodes, délimitation, questionnaires cette recherche

En déclinant le processus méthodologique utilisée pour vérifier ces questionnements et interrogations soulevées, il était important de mettre le focus sur les différentes stratégies et approches cognitives mais aussi théoriques et organisationnelles utilisées. Elles permettent aussi de valider les hypothèses qui sont émises.

Après avoir posé les hypothèses de travail, la problématique, il s'agissait de préciser les autres méthodes utilisées pour continuer la recherche sur la communication des ONG internationales. Cela au travers des différents sous-thèmes ci-après : l'utilisation du don dans les relations entre ONG et bénéficiaires, l'interculturel comme problème de terrain, la culture comme premier obstacle à la communication...

La question des obstacles liées à la communication des ONG a été approfondie sur les fondements de l'étude précédente. Elle a été réorientée vers de nouvel acteurs. Un questionnaire a été élaboré dans ce sens pour apporter de nouveaux éléments et de nouveaux avis.

Cette nouvelle étude sur les obstacles liés à la communication des ONG permet de confirmer celle qui était jadis identifiés. Elle a permis aussi de dénombrer et de classer les répondants par catégorie d'acteurs : ONG, Bénéficiaires, relais...

Outre ces éléments, l'enquête a permis de révéler et d'établir place des ONG dans les médias, de l'organisation de la communication le plus utilisée ainsi que le panorama des supports de communication utilisés par les ONG au Sénégal. Cette dimension qualitative ouvre ainsi sur quelques questions majeures suivantes : la mise en œuvre de la stratégie de communication est-elle inclusive ? La construction de représentations collectives et stéréotypes cultivées est-elle renforcée par les médias ?

La recherche de ses réponses à nécessité un travail de terrain auprès du conseil de l'Europe et de la rentrée des Associations à Strasbourg. L'établissement d'un contact avec ces derniers s'est aussi fait pour assurer une collecte d'informations et établir une liste de contact pour réaliser des entretiens directs et semi-directs avec les différents responsables d'ONG a été rencontrés.

Ces entretiens ont permis de répondre aux questions suivantes : quelle est la posture des bénéficiaires par rapport aux dons et actions des ONG ? Les raisons de leurs actions (ONG) sont-elles dictées par la globalisation (F. Trompenaars, 1994) ? Quel est le degré d'adaptation (F. Trompenaars, 1994) face à la culture locale ?

Ces entretiens sont complétés par la collecte des informations sur les budgets de communication recueillis grâce à la base de données constituée et évoquée ci-haut. Un intérêt particulier est porté sur les pourcentages budgétaires alloués à la communication par rapport au budget global de fonctionnement interne. Le nombre de projets gérés est aussi mis en comparaison pour mieux appréhender le rapport budget global/budget de fonctionnement/budget de communication/ et dans une autre perspective faire le lien avec le nombre de bénéficiaires.

Cela permet d'émettre des hypothèses qui sont en lien entre le développement local, les réalisations et le niveau de pauvreté qui augmenterait malgré les interventions des ONG internationales en Afrique qui durent depuis plusieurs années.

La question légitime qui semble participer à alimenter la problématique qui se prolonge avec l'échec de certaines actions, l'absence de résultats ou de ressenti de changement sur le quotidien des populations. Malgré la communication des ONG, malgré le budget parfois conséquent pour mener des activités de terrain, la participation des populations bénéficiaires reste faible et l'échec très peu reconnu. Une situation qui semble récurrente comme en témoigne ces auteurs. Bruno Cazenave et al. (2020) parlent ainsi de cet échec qui parfois ne veut pas être vu par les ONG elles même.

Les auteurs pensent qu' : « *en effet, insister sur les succès sans jamais mentionner les échecs pourrait faire oublier qu'une ONG ne peut pas tout [d'autres] y voit même un « pacte de croyance dans le pouvoir miraculeux de l'humanitaire. [...] se saisir de la représentation humanitaire pour se montrer en sauveur dans des espaces lointains est une manière d'occulter la misère sociale dans l'espace proche* ⁶³⁶ ». Cette affirmation confirme ainsi les postures de certaines ONG à reconnaître parfois que leur action offre très peu de perspective de développement à la population locale.

Pour tenter d'approfondir ces questions et tenter d'apporter des réponses, l'étude a opté une élaboration d'un questionnaire qui doit être administré à un public déjà identifié.

⁶³⁶ Cazenave, Bruno, Emmanuelle Garbe, et Jérémy Morales, 2020, « III. Vendre de manière désintéressée : le paradoxe de la communication des ONG », Bruno Cazenave éd., *Le management des ONG*. La Découverte, pp. 53-74

Elle a opté pour une méthode d'échantillonnage par boule de neige. Elle est souvent utilisée dans des approches qualitatives.

Rérat, Patrick (2015) dans son article sur ‘‘ l’annale de géographie, 2015’’ affirme que « *cette méthode [boule de neige] est applicable à de plus grandes populations dans des conditions spécifiques. En l’occurrence, la population est bien délimitée, hautement qualifiée, à l’aise avec les technologies de la communication* ⁶³⁷».

En reprenant la liste établie des personnes ressources à contacter, on peut noter qu’elle correspond aux critères avancés ci-haut par l’auteur. Cependant, les difficultés liées à l’administration du questionnaire se présentent au moment de sa diffusion. Ce qui participe à changer de stratégie et à opter pour la méthode d’échantillonnage par boule de neige. Il est important de rappeler que l’étude avait fait le choix de sélectionner des ONG internationales intervenant au Sénégal à partir de la base de données de la Coordination SUD⁶³⁸ afin de procéder à un échantillonnage aléatoire simple. Pres de 59 ONG internationales françaises ont été identifiées à partir des critères de sélection proposés dans le site web. L’absence de réponses malgré les premiers questionnaires envoyés a permis à l’étude d’abandonner ce type d’échantillonnage pour opter l’échantillonnage boule de neige. Il faut noter

L’utilisation du réseau social (réseau de connaissances) constitué à partir d’un répertoire constitué avec les expériences professionnelles antérieurs au Sénégal a facilité la circulation de l’information, a permis d’établir la confiance et enfin de collecter de réponses.

Ensuite le questionnaire a pu circuler entre les membres de ONG internationales et ceci constitue un avantage très important dans la collecte des données. Cette circulation de l’information dans un groupe de personnes qui semblent dégrouper des caractéristiques communes reste un avantage non négligeable. Françoise Lafont (2016) confirme cela dans son blog, indique que « *la méthode de la boule de neige consiste à diffuser votre questionnaire d’enquête à des personnes ayant les caractéristiques que vous recherchez puis de leur demander de le diffuser à d’autres personnes de profil similaire* ⁶³⁹».

Dans le cadre de cette étude, cela a provoqué ainsi un débat assez vif entre les représentants d’ONG qui veulent répondre, ceux qui ne veulent pas répondre. Cela a créé ainsi un duel à distance entre les représentants qui souhaitent répondre et qui justifient leur participation par la

⁶³⁷ Rérat, Patrick. « *Les migrations internes des jeunes diplômés universitaires du Jura suisse : parcours, sélectivité et motivations* », *Annales de géographie*, vol. 706, no. 6, 2015, pp. 627-652.

⁶³⁸ Coordination SUD, « *Répertoire des membres de Coordination SUD* » en ligne : <https://www.coordinationsud.org/espace-membres/liste-des-membres/>

⁶³⁹ Françoise Lafont, cofondateur, 2016, CTO, « *une alternative : la méthode de la boule de neige* ». En ligne : le blog de question pour les concepteurs d’enquêtes », <https://blog.questio.fr/alternative-methode-de-la-boule-de-neige>

nécessité d'une transparence et ceux qui ne souhaitent pas répondre et qui tentent même de dissuader les autres de répondre aux questionnaires. La seule raison évoquée par les "anti-questionnaires" était selon eux « *que le questionnaire était tendancieux* ».

Cependant les personnes issues du répertoire constitué à partir des expériences professionnelles ont pu défendre le projet (questionnaire) tout en apportant un argument contraire à ceux ou celles qui ne voulaient pas répondre au questionnaire. Les vraies raisons de ce refus de répondre n'ont pas été évoquées. Le nombre important de réponses obtenus après cette phase statique a pu laisser penser à la nécessité d'avoir un réseau et de conserver de bonne relation avec ses anciens partenaires ou collaborateurs.

Il est important de noter que l'impossibilité d'assurer un retour a aussi contribué à l'utilisation cette méthode d'échantillonnage boule de neige. Cependant ce choix n'alterne pas la représentativité de l'échantillon puisse que les personnes ciblées constituées une diversité.

Cela permet selon Serge Paugam (2010) « *d'analyser la diversité des situations ou la variabilité des comportements, l'échantillon devra avant tout permettre de saisir les situations les plus contrastées et différentes possibles* ⁶⁴⁰ ». Ce choix participe en sus de cela à contourner la difficulté d'assurer des réponses ou un retour par rapport à d'autres méthodes.

L'échantillonnage de l'étude est stratifié ⁶⁴¹ par fonction et responsabilité puisse qu'il intègre des sous-ensembles ou prend en compte la strate de catégorie socio-professionnelle.

L'échantillon ⁶⁴² est constitué de plusieurs strates : d'abord les inspecteurs régionaux d'élevage (IRSV). Ce sont les principaux acteurs du monde rural puissent qu'ils s'occupent de la mise en œuvre de la politique de l'élevage. Au-delà de leur fonction de responsables, leur importance se manifestent par les conseils et les solutions qu'ils apportent aux populations locales. Dans ce même registre,

Les journalistes accompagnent souvent les actions de communication des ONG et sont aussi des témoins de la communication. Les représentants des agences régionales de développement (ARD), les relais et observateurs, les chargés de communication d'ONG...les organisations du monde rural (éleveurs, d'agriculteurs, associations de femmes...) font tous partie de cette stratification.

⁶⁴⁰ Paugam, Serge, 2010, « *Méthodes* », Serge Paugam éd., *Les 100 mots de la sociologie*. Presses Universitaires de France, pp. 23-43.

⁶⁴¹ Combessie Jean-Claude, 2007, « *IV. Sondages, échantillons* », dans : Jean-Claude Combessie éd., *La méthode en sociologie*. Paris, La Découverte, « Repères », p. 45-54. URL : <https://www-cairn-info.scd-rprox.u-strasbg.fr/la-methode-en-sociologie--9782707152411-page-45.htm>

⁶⁴² François Kohler, « *collecte de données* », En ligne : « <http://www.uvp5.univ-paris5.fr/staticmed/E-STAT/statistiques/echantillonnage.ppt> », consulté le 12 novembre 2014.

I.1.1.3. Réduction de l'échantillon à étudier : le cas du Sénégal.

Dans un souci de délimiter ce travail de thèse, l'accent sera mis particulièrement sur une classification du champ d'intervention de ces ONG internationales pour réduire l'objet de l'étude.

L'étude va être limitée de 6 sous-groupes d'ONG internationales. Entre autre les ONG du **développement** constitué en 2 ou 3 ONG (AVSF, CCFD, terre des hommes), les ONG du **droit international** : 2 ou 3 ONG (Amnesty international, Transparency International), les ONG **Sociales et caritatives** : 2 ou 3 ONG (Solidarité, Comité français pour la solidarité internationale), les ONG **éducatives** : 2 ou 3 ONG (Aide & action, plan international) les ONG **d'urgences et d'humanitaires** : 2 ou 3 ONG (première urgence, handicap International, action contre la faim, médecin du monde, santé sud).

L'accent sera mis sur la communication en direction des populations bénéficiaires. Cette démarche permet de mieux cerner l'objet de recherche. Une analyse du champ lexicale des ONG Internationales avec des outils comme : Iramuteq, Factiva base de données, études lexical, analyse de contenus permettra de pallier la difficulté de trouver des réponses auprès des certaines ONG.

I.2. Questionnaires

En partant du corpus, de la problématique et des hypothèses, l'étude a proposé un questionnaire pour tenter de répondre à aux nombreuses interrogations soulevées dans l'étude.

Il faut noter que les questions posées tentent de répondre aux différentes interrogations et aux questions relatives à la gestion managériale des ONG. Plusieurs questionnaires ont été ainsi élaborés avec des questions ⁶⁴³ directes et/ou semi-ouvertes.

L'objectif est de comprendre la manière de communiquer et les outils de communication que les ONG utilisent. Ils proposent des réponses à choix multiples avec une possibilité de compléter ou de donner un autre avis si les réponses ne correspondent pas à la réalité.

L'étude a élaboré cinq questionnaires repartis en trois grandes études. Les questionnaires tournent autour des obstacles liés à la communication des ONG internationales, de la manière

643 Anda Tendeng, 2015, *questionnaire sur les obstacles liés à la communication des ONG : le cas du Sénégal*, en ligne : <https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dENKMgtTSDQ3SnIHhIINlhKRHdsSOE6MQ>.

de communiquer pour recruter des bénévoles et enfin de la communication des ONG dans les réseaux sociaux numériques.

L'étude a voulu aussi s'inspirer d'autres méthodologies d'enquête de terrain comme celles utilisées par les paysagistes.

I.2.1. Questionnaire sur les obstacles liés à la communication des ONG

La première étude qui porte sur les obstacles liés à la communication des ONG internationales en Afrique est constituée de deux questionnaires. Le premier est composé d'un collège des représentants d'ONG internationales, tandis que le deuxième est constitué de bénéficiaires vivants ou ayant vécu dans les zones d'intervention de ces mêmes ONG.

Dans la seconde étude qui porte sur la communication des ONG dans les réseaux sociaux numériques (RSN), le questionnaire élaboré a permis de collecter des données quantitatives pour étayer cette partie. Elle a permis de comparer l'utilisation de ces RSN en France et au Sénégal.

Dans la troisième étude, l'idée était de s'imprégner des techniques de communication utilisées pour recruter des bénévoles. en effet deux questionnaires ont été élaborés et s'adressés respectivement aux bénévoles des ONG internationales et aux responsables d'ONG internationales.

Revenant sur les différents questionnaires, il était nécessaire de faire le point sur chaque travail et de faire ressortir l'objectif poursuivi dans chaque contexte.

Le premier questionnaire proposé a ciblé un groupe constitué de chargés de communication, de directeurs et/ou de chefs de projet comme répondants aux critères de l'échantillonnage. Ils répondent aussi aux objectifs de l'étude, puisse qu'ils représentent des personnes ressources. Leurs contributions constituent un grand éclairage. Ce public est ainsi complété par les responsables d'ONG internationales qui vivent au Sénégal.

Dans ce premier cas, le questionnaire cherche à connaître le nombre de salarié dans les ONG et les types d'activités proposées par ces ONG Etc. À cela s'ajoute l'identification du public touché par les ONG. Elle permet de comprendre les orientations des ONG grâce à ce ciblage.

Ensuite, il s'est penché sur d'autres items comme l'existence de cellule de communication, les personnels choisis pour conduire les actions de communication et la formation... Enfin, le questionnaire s'est penché sur trois pistes essentielles. La première piste est centrée sur les

obstacles liés à la communication et les raisons qui expliquent pourquoi les ONG ne réussissent pas leur communication en Afrique. La deuxième piste reste l'organisation de la communication globale de l'international au local (valeurs, esprit d'entreprise). Enfin la troisième piste s'intéresse à l'image ou la perception que les ONG pensent avoir auprès des populations bénéficiaires et les supports qu'elles utilisent dans leur communication. Le nombre de répondants est de 33 personnes constituées en majorité de représentants d'Organisations non gouvernementales internationales et de chargé de communication⁶⁴⁴.

Ce premier travail est complété par un deuxième questionnaire qui concerne les leaders d'opinion et les responsables d'associations locales. Ils sont souvent des témoins ou parfois des participants à l'action de certaines ONG Internationales dans leurs localités. On peut aussi les considérer comme des relais. Les étudiants vivant dans ces localités sont aussi ciblés. Ils constituent un groupe à la fois instruit et capable d'offrir une autre analyse de l'intervention des ONG dans leurs localités. Ils constituent à tout point de vue et souvent des interlocuteurs de ces Organisations. Leur présence peut être considérée par les ONG, comme bénéfique du fait d'un choix qui peut être porté sur leur personne pour servir de modèle de réussite. Mais leur analyse peut être aussi utilisée comme le contre-point de ce qui peut être considérée par les ONG comme une intervention réussie. D'autres acteurs comme les responsables d'organisations paysannes locales sont sollicités. Ces derniers collaborent avec ces mêmes ONG et constituent les acteurs privilégiés au-delà de ceux de l'administration territoriale.

L'étude a fait le choix d'administrer ce questionnaire à tous ces acteurs pour compléter les recueils de données et compléter les points de vue avec un deuxième groupe très diversifié. L'idée est aussi de comparer les constats de part et d'autre.

Dans ce deuxième questionnaire, nous avons intégré un acteur non indispensable. Ce dernier porte ainsi une double casquette. Celle d'observateur et de rapporteur des actions des ONG. Les journalistes jouent à la fois ces deux rôles. Leur contribution est très importante du fait de leur point de vue d'observateur et de l'éthique dont ils peuvent faire montre semblable considérable. Ils sont souvent invités et sollicités pour une diffusion de masse de leur communication. Dès lors leurs couvertures médiatiques permettent de constater, de voire, de comprendre les stratégies et d'informer l'opinion. Si l'étude a proposé de faire appel à cette profession c'est aussi pour leur esprit critique puisse que ces derniers couvrent une majeure partie des manifestations à la demande de ces dernières. Dans ce travail, leur point de vue et leurs observations sur les

⁶⁴⁴ Cf. Liste en Annexe.

événements organisés par les ONG semblent primordiaux pour avoir une meilleure lecture de la situation.

Au-delà des acteurs cités ci-haut, l'étude s'est proposée de mettre en contribution un certain nombre de personnes intervenant au nom de l'administration. Ces agents de l'état sont souvent en premier ligne, soit dans la mise en œuvre de certaines actions des ONG dans le monde rural soit dans le conseil en tant que personnes ressources. Le choix s'est porté de manière spécifique sur ceux ou celles qui sont en contact avec les ONG internationales qui interviennent dans les différentes zones géographiques du Sénégal définies ci-après.

Leur apport permet de comprendre d'avantage les obstacles liées à la communication des ONG. Chaque étude reste spécifique et elle est élaborée pour à la fois pour faire correspondre aux critères définis et aux objectifs poursuivis grâce à l'échantillonnage choisi.

En effet ce deuxième questionnaire a collecté l'avis de 37 répondants. Il correspond à la diversité d'acteurs souhaitée et complète les premières informations livrées par les différents acteurs des ONG internationales.

Globalement dans cette étude les deux questionnaires ont pu récolter l'avis de 70 répondants sur diverses questions. Il traite de plusieurs autres questions et les données collectées permettent de quantifier ou mesurer cette communication. L'analyse qualitative à partir des résultats obtenus permet de comprendre : la prise en compte de l'interculturel, la place des médias et les obstacles à la communication...

Ces deux questionnaires sont ainsi formulés sur la base de l'observation acquise sur le terrain, de l'expérience professionnelle (intervention auprès des ONG internationales au Sénégal comme chargé de communication), et de l'enquête précédente sur les obstacles liés à la communication.

Cela participe à confirmer ou infirmer les hypothèses posées. Cette ouverture est un apport important qui permet de compléter et d'équilibrer cette recherche.

Dans cette partie, le questionnaire cherche dès lors à recueillir les avis des personnes qui sont issus des localités suivantes.

Il faut noter que 7 des 14 régions du Sénégal sont choisies pour accueillir les enquêtes sur le terrain. Ce qui constitue en termes de découpage administratif la moitié du pays avec des indications couvrant l'ensemble du territoire national. La spécificité de certaines villes pourrait être déterminante dans l'étude. On peut citer :

- A l'ouest : la région de Dakar, capitale du Sénégal et siège social de nombreuses ONG internationales. Elle abrite un ensemble de représentations et d'instances dirigeantes. C'est

aussi le centre de décision différent des sièges internationaux. Et permettra de comprendre le choix budgétaire, les relations institutionnelles, et les choix stratégiques pour réussir la communication. En sus, les rapports et bilans des ONG nous édifieront sur les résultats et la place de communication dans leurs démarches.

- **Au nord** : la région de Saint-Louis reste zone aussi prisée par les ONG pour son littoral, son côté touristique, ses réserves avifaunes. L'intervention des ONG dans le secteur de la pêche, de la protection de la nature et de l'environnement semble importante. Il faut souligner que ces populations sont partagées entre la culture Maure et sénégalaise, l'étude permettra surtout de comprendre les difficultés, la place de la culture et les mécanismes utilisés par les ONG pour s'installer et mettre en œuvre leurs programmes.
- **Au centre** : Kaolack et Louga restent respectivement le bassin agricole du Sénégal et la zone sylvopastorale, une grande zone d'élevage. Ce choix permettra de comprendre l'impact culturel sur le rejet ou l'échec du programme d'insémination artificielle bovine.
- **A l'est** : la région de Tambacounda reste une zone très enclavée avec beaucoup de minorités comme les Bassaris qui ont des difficultés à accéder aux soins de santé, à l'éducation... Cependant ces minorités restent très conservatrices de leurs traditions et de leur système de communication locale. Cette recherche permettra éventuellement de mesurer la place des connaissances et savoirs endogènes dans la mise en place des actions de communication des ONG.
- **Au sud** : les régions de Ziguinchor et de Kolda (régions de conflit où interviennent beaucoup d'ONG, difficiles et instables). L'étude de ces deux régions permettra de comprendre toute la mécanique de la mise en œuvre des stratégies de communication des ONG surtout dans un contexte de guerre. Comment allient-elles dans la recherche de la paix, les questions aussi sensibles comme les droits de l'homme, le social, les déplacements des réfugiés et des victimes ... ?

La liste des ONG qui interviennent dans le social et le développement de la Coordination Sud⁶⁴⁵ constitue une base de données. Quatre ONG qui interviennent dans le social et le

645 Coordination SUD « assure une double mission d'appui à la professionnalisation des ONG françaises et de représentation de leurs positions auprès des institutions publiques et privées, en France, en Europe et dans le monde. elle rassemble aujourd'hui plus de 130 ONG, dont une centaine via six collectifs (CLONG-Volontariat, CNAJEP, CHD, CRID, FORIM, Groupe Initiatives) qui mènent des actions humanitaires d'urgence, d'aide au développement, de protection de l'environnement, de défense des droits humains auprès des populations défavorisées mais aussi des actions d'éducation à la solidarité internationale et de plaidoyer ». <http://www.coordinationsud.org/membres/liste-des-membres/> consulté en février 2013.

développement seront sollicitées de manière spécifique. Elles constitueront un matériel analysé lors d'une étude de cas.

En effet, en plus du questionnaire (Anda TENDENG, 2013) direct ou semi-fermé prévu et élaboré pour recueillir des données auprès des ONG, un document de collecte préliminaire a été mise en place pour recueillir les éléments d'informations essentiels susceptibles d'aider à comprendre la communication des ONG.

Pour rappel, cette collecte des données, concerne : les relais, bénéficiaires, inspecteurs régionaux d'élevage, journalistes locaux, représentants des agences régionales de développement (ARD), observateurs, chargés de communication d'ONG... organisations et institution du monde rural.

Ce questionnaire sera suivi d'une série d'entretiens auprès des spécialistes, analystes ou autres acteurs du secteur en vue d'apporter un éclairage sur la démarche et les difficultés rencontrées par les ONG. Des entretiens avec les différents responsables apporteront des réponses sur la difficulté à communiquer et à reconnaître les obstacles à leur propre communication. Par exemple, on perçoit une forme d'auto-aveuglement lorsqu'un responsable d'ONG soutient qu'il n'y « *pas d'obstacles*⁶⁴⁶ ». Pour comprendre ces processus, il est possible de s'appuyer dans un premier temps sur la définition de l'interculturel qui « *[cherche] à appréhender des situations ou problèmes, tout en prenant appui sur la diversité ou l'hétérogénéité des individus qui sont à l'origine de ces problèmes*⁶⁴⁷ ».

Dans un deuxième temps, on peut partir des nombreux éléments de similitude qui existent dans le social (langue française, système scolaire...) entre la France et le Sénégal pour tenter de comprendre l'effet de l'influence française sur la culture locale.

I.2.2. Questionnaires sur le bénévolat

L'enquête sur le bénévolat est constituée de deux questionnaires. Le premier concerne les ONG et leur manière de communiquer et de recruter. Le deuxième, tente de comprendre la manière

646 Résultat de l'enquête sur « *les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique : le cas du Sénégal 2013- 2016* », en ligne :

<https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AtTv5pH81PWmdENKMGtTSDQ3SnIHaHIINihKRHdsS0E#gid=0> consulté le 10 janvier 2014.

647 Franck Gauthey et Dominique Xardel, 1993 « *Management interculturel* » Presses Universitaires de France/2eme édition corrigée, 118 p

dont les bénévoles adhèrent à l'appel des ONG internationales. Les raisons qui poussent à adopter cette manière de communiquer, de parler de leurs motivations créent ce besoin de s'engager. Ces deux questionnaires ont certaines similitudes avec des variantes spécifiques aux groupes de personnes dont sont destinés le questionnaire.

Dans le premier questionnaire, la quantification des acteurs qui sont engagés comme des bénévoles paraissait important. Ce nombre permet de confirmer la place de choix qu'occupe ces acteurs non négligeables dans la communication de ces organisations. Ils sont à la fois vecteurs et relais de l'identité des ONG. À travers leur présence et leur intervention, ils véhiculent les valeurs de la structure à laquelle ils travaillent.

Pour connaître ces valeurs, nous nous sommes intéressés à leurs motivations. Ensuite l'étude s'est intéressée au sens de leur engagement. Est-ce qu'ils se sont engagés pour satisfaire ses propres désirs ou engagement pour aider les autres ?

Les moyens utilisés pour attirer les bénévoles sont au cœur de cette étude puisque qu'ils déterminent la stratégie de communication utilisée pour recruter. Les outils de recherche des bénévoles et les pratiques sont recherchés pour compléter les moyens utilisés. Cette situation nous pousse à répondre à la question suivante : Qu'est ce qui encourage l'engagement et la mobilisation des bénévoles ? Globalement, comprendre le mode d'emploi des ONG dans leur communication à travers les images, les messages, les arguments mise en avant semble essentiel pour apporter des éléments de réponses sur la recherche de bénévoles.

Cette partie est complétée par l'introduction de la question des réseaux sociaux numériques. Leur importance dans la communication n'est plus à démontrer et ce questionnaire s'est proposée de les répertorier. Cela permet de connaître les réseaux sociaux les plus utilisés pour vous contacter et les raisons de ce choix.

En sus des RSN les interrogations poussent à se poser la question suivante : comment se fait la mobilisation des bénévoles à travers les grands projets ? Plusieurs pistes s'annoncent mais celle de l'interculturel semble plus intéressante et est en cohérence avec l'étude.

Quelle utilisation est faite de la question de l'interculturel pour mobiliser ? est -elle mise en avant pour recruter ou stimuler les adhésions ?

Les réponses permettront d'apporter des éclairages. Enfin dans cette partie, il était nécessaire de définir les autres moyens de communication y compris le rôle de relais des futurs bénévoles dans la transmission de l'information dans leurs futurs échanges à des fins de recrutement.

L'administration de ce questionnaire a permis de récolter 20 réponses de la part des ONG internationales intervenant en Afrique.

Le deuxième questionnaire sur le même thème traite aussi des motivations des bénévoles. Près de 64 bénévoles ont répondu à ce questionnaire lors de la semaine des associations et a permis de confirmer les adéquations qui existent entre la stratégie des ONG dans leur recrutement et les motivations des bénévoles.

Au-delà de certaines similitudes, ce questionnaire tente surtout de connaître les pratiques des bénévoles, les modes de recherche d'information, les supports qui favorisent l'adhésion...

Globalement il faut noter que cette étude a pu obtenir près de 84 réponses de la part des ONG et bénévoles.

I.2.3. Questionnaire sur les ONG dans les Réseaux Sociaux Numériques (RSN)

Cette étape permet de replacer la question quantitative dans cette étude. En effet, les données recueillies émanent principalement des pages disponibles des ONG internationales.

La présence de ces dernières dans les RSN permet à la fois de faire le constat effectif de cette présence mais aussi de dénombrer le nombre de personnes qui sont en interaction à travers ses outils.

Pour entamer ce travail, il était nécessaire d'abord de montrer que les ONG sont présentes sur des supports autres que les réseaux sociaux. Nous avons voulu savoir si elles sont déjà présentes sur un site web. Cela permet en effet de mesurer le niveau d'activité sur le net.

L'autre piste ouvre sur l'utilisation ou le choix de la langue de communication. Cela permet de comparer l'importance de la langue dans la communication des ONG internationales en Europe et les pratiques langagières en Afrique.

Au-delà de cela, cette question permet de comprendre aussi la pratique face des populations analphabètes avec lesquelles ces dernières communiquent en français. Sachant qu'une étude précédente a montré que parmi les obstacles liés à la communication, la non-prise en compte de la culture locale prend une place importante, le travail a voulu s'intéresser pour voir si cette non prise en compte de culture locale rime avec la non-prise en compte de la langue locale ?

Ensuite, l'étude se penche ainsi sur la date de création ou d'intégration du réseau social numérique choisi par l'ONG. Cela permet d'analyser la réactivité des ONG face à des

nouveautés et l'appropriation de ces outils par les ONG. La présence dans les RSN comme Facebook, Twitter, YouTube LinkedIn, Dailymotion, peut coïncider avec cette réactivité citée ci-avant ou appropriation évoquée.

L'étude se limite juste à ces cinq réseaux sociaux numériques qui peuvent être aussi considérés comme des médias de masse. Ils faisaient partis en 2015 des 10 réseaux sociaux⁶⁴⁸ qui avaient plus d'utilisateurs⁶⁴⁹ et les plus suivis dans le monde.

Aujourd'hui d'autres chiffres montrent cette évolution croissante et cette étude sur l'usage d'internet, des réseaux sociaux et du mobile au trimestre 2020.

« 4,57 milliards d'internautes, 3,81 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux, 5,16 milliards de mobinautes [...] les chiffres clés en 2020. Sur 7.77 milliards d'individus dans le monde, on recense désormais : 5,16 milliards d'utilisateurs uniques de téléphones (66%), 4,57 milliards d'internautes (59%), 3,81 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux (49%), 3,76 milliards d'utilisateurs des médias sociaux sur mobile (99%), 6h39 passés en moyenne par jour sur Internet ⁶⁵⁰ ».

Source : Alexandra Patard (2020), « blog du modérateur »

L'étude a voulu ensuite comprendre si cette présence des ONG internationales dans les RSN s'est faite de manière simultanée dans les deux continents (Europe et Afrique). Y a-t-il des différences d'approches d'un continent à un autre ? Cela pourrait trouver plusieurs explications qui contribueraient à analyser en fonction de degré d'équipement et de pénétration d'internet d'un lieu à un autre les raisons des diverses approches. Qu'est ce qui pourrait expliquer un décalage ou une prise en compte précoce de l'importance des réseaux sociaux numériques auprès des populations bénéficiaires ?

Le questionnaire tente ainsi de dénombrer les personnes abonnés ou d'abonnement qui suivent la page les différents pages recensées. Elles ont permis ainsi de recenser l'existence des nombres de personnes qui suivent les ONG dans les réseaux sociaux en Afrique et en Europe.

Globalement, il faut retenir que ces différents questionnaires ont permis de recueillir des informations susceptibles de faire des analyses à la fois sur des questions diverses et variées.

⁶⁴⁸ Rollingbox, Blog, 2015, « Top 10 des Réseaux sociaux les plus populaires au monde ». En ligne, <https://rollingbox.com/blog/reseaux-sociaux/top-10-reseaux-sociaux-octobre-2014>

⁶⁴⁹ « En janvier 2015, Facebook + 1.35 milliard d'inscrits, Youtube + 900 millions d'inscrits, LinkedIn + de 277 millions d'inscrits, Twitter + 271 millions d'utilisateurs actifs, Instagram, Tumblr, Snapchat, Foursquare entre 50 et 200 millions d'utilisateurs actifs ». En LIGNE : <https://rollingbox.com/blog/reseaux-sociaux/top-10-reseaux-sociaux-octobre-2014>

⁶⁵⁰ Alexandra Patard, 2020, « Étude sur l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et du mobile au 1er trimestre 2020 ». <https://www.blogdumoderateur.com/internet-reseaux-sociaux-mobile-t1-2020/>

Plusieurs sujets sont abordés, la culture, la mise en œuvre de la communication, les supports utilisés, le recrutement, les interactions, l'image des ONG auprès des bénéficiaires, la place et le choix des relais.

Au total près de **216 personnes** ont répondu à ces 5 questionnaires répartis comme suit :

- 33 répondants représentants d'ONG sur les obstacles liés à la communication des ONG,
- 43 répondants bénéficiaires des ONG sur la même question (public plus diversifié),
- 56 répondants sur la question de la présence des ONG dans les RSN,
- 20 répondants de représentants d'ONG sur la question du bénévolat,
- 64 répondants bénévoles ayant participé aux activités d'une ONG.

Tout ce public hétérogène regroupé dans des strates permet d'analyser l'étude du point de vue des acteurs qui à la fois connaissent le terrain mais ont été au contact des ONG Internationales. Ces questionnaires sont complétés par des entretiens individuels et des analyses lexicales tirées des articles de presses et de présentations des ONG internationales.

Ces différentes manières de se présenter comportent à la fois les motivations de ces dernières autour de leurs interventions dans les localités différentes de leurs lieux de vie.

Cela nous a obligé à renoncer à la piste suivante : s'entretenir avec les membres du projet Wikim651, qui sont chargés de créer des contenus de formation adaptés aux besoins des différentes cultures et aux contextes locaux des régions d'accueil pour mieux comprendre les besoins des ONG (qui utilisent les services de ce projet) et leurs priorités.

I.2.4. Panorama des répondants aux 4 enquêtes proposées

Les tableaux ci-après présentent ainsi le panorama des répondants

L'étude présente ainsi plusieurs graphiques qui en fonction des points d'entrée de l'étude permettent de comprendre l'objectif ou de justifier le point d'entrée.

Ce tableau présente l'ensemble des répondants dans toutes les études proposées. En effet chaque questionnaire représente ainsi des informations capitales qui vont être analysées dans la 4-ème partie.

651 Wikim, 2009, « *laboratoire, renforcer la cohésion sociale par l'apprentissage culturel et linguistique* », <http://conseil-recherche-innovation.net/projets/wikim> consulté en juin 2014.

Vue globale de l'ensemble des études proposées	
Enquête sur les ONG dans les Réseaux Sociaux Numériques	56
Enquêtes auprès des Bénévoles	64
Enquêtes auprès des ONG sur le bénévolat	20
Enquête auprès des ONG sur les Obstacles liés à la communication	33
Bénéficiaires sur les Obstacles liés à la communication	43
Total	216

Tableau 2 vue d'ensemble des enquêtes

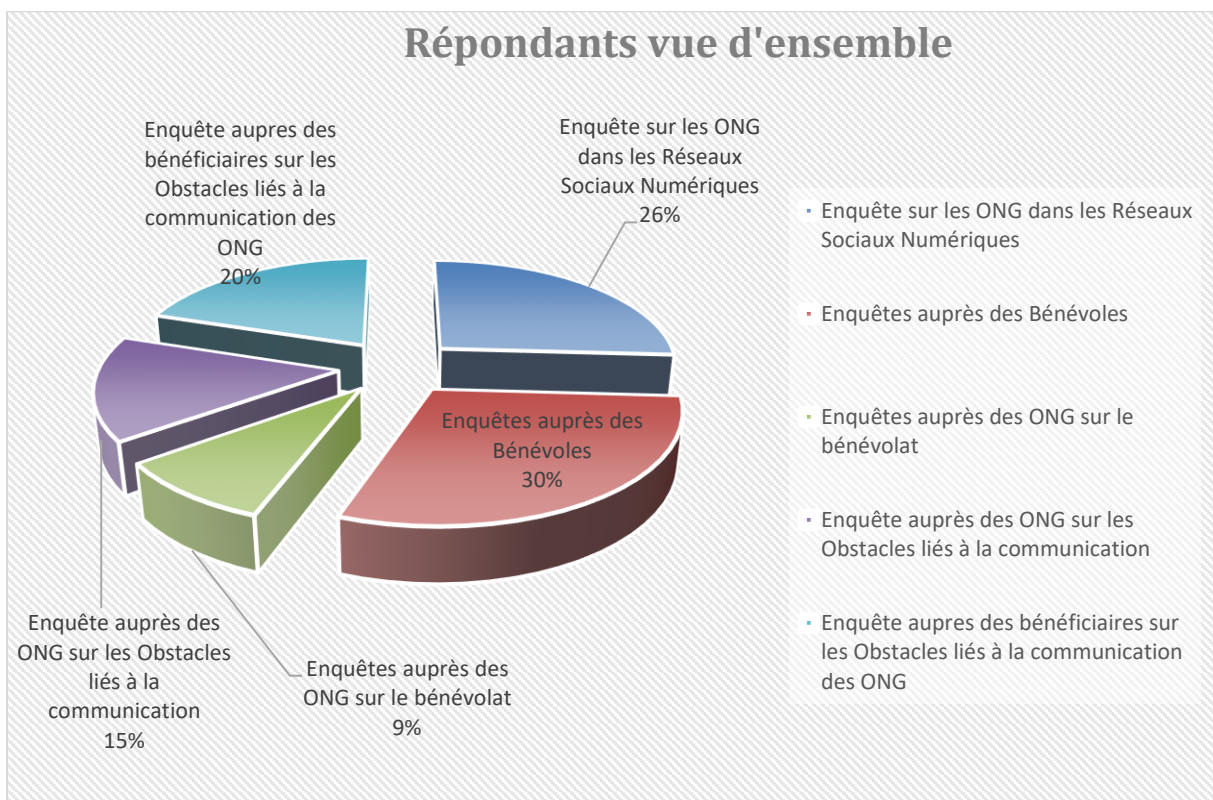


Figure 13 : répondants ensemble des enquêtes

On peut noter une grande implication des bénéficiaires dans les réponses collectées. 50 % restent des répondants issus des ONG et les autres 50% proviennent essentiellement des bénéficiaires et bénévoles ayant été en contact avec les ONG internationales. Le travail va ainsi détailler les différentes études proposées.

Le questionnaire sur le bénévolat totalise un nombre de 84 répondants. Les ONG représentent ainsi 24 % des répondants tandis que le pourcentage des bénévoles qui ont déjà participé à leurs activités est de 76%. Ce dernier chiffre s'explique par la stratégie utilisée et la méthode d'échantillonnage. Les réseaux sociaux ont été largement mise en contribution.

Enquête sur le bénévolat auprès des ONG internationales	
Enquêtes auprès des ONG sur le bénévolat	20
Enquêtes auprès des Bénévoles	64
Total	84

Tableau 3 enquêtes sur le bénévolat

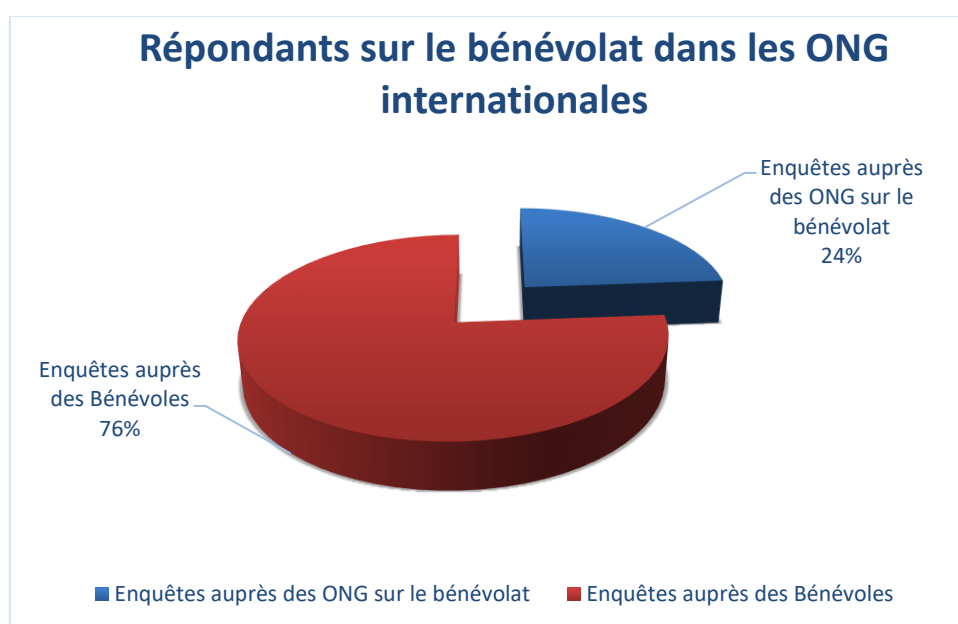


Figure 14 : répondants bénévoles

L'étude n'a pas souhaité détailler les différents groupes de répondants. Ces derniers sont constitués de deux ensembles unis. D'une part les bénévoles et d'autres part les représentants des ONG. De plus l'étude s'est intéressée plus à leur motivation qu'à leur centre d'intérêt ou activités principales.

Les tableaux suivants reviennent en effet sur une importante enquête sur les obstacles liés à la communication des ONG

Nous avons deux groupes constitués d'ONG et de bénéficiaires. Comme les précédents questionnaires, il tente de recueillir les avis des deux composantes pour à la fois équilibrer l'étude et tenter le comparatif des opinions exprimées. Les deux groupes de répondants (ONG et bénéficiaires) totalisent respectivement 15% et 20 % de l'étude globale.

Cependant si l'on compare uniquement les données recueillies avec ce questionnaire, l'on peut se rendre compte que le nombre de répondants vivants dans les zones d'intervention des ONG est légèrement supérieur à celui des ONG.

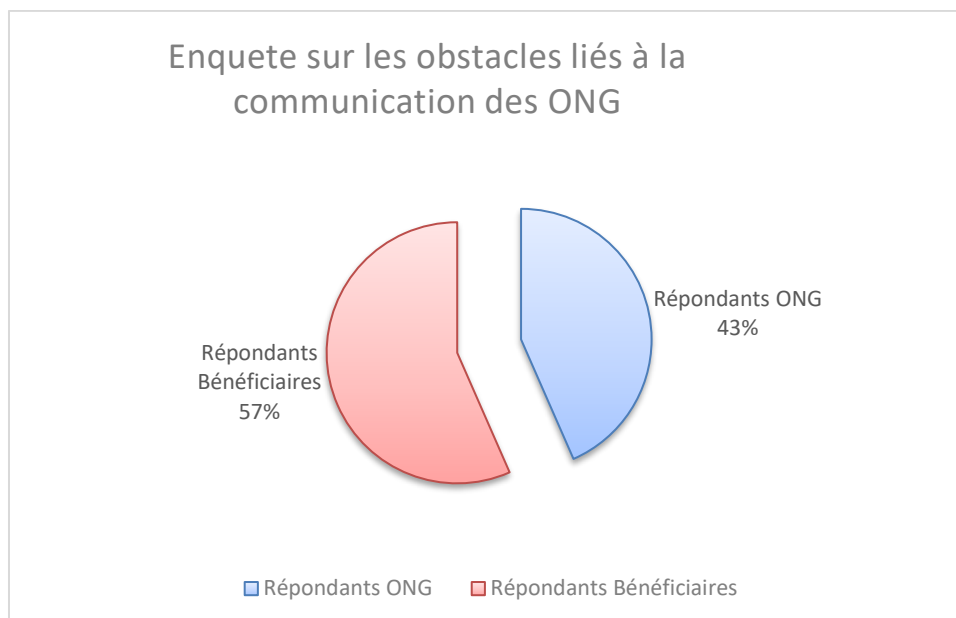


Figure 15 enquête sur les obstacles liés à la communication

Obstacles liés à la communication / bénéficiaires	
Bénéficiaires vivants dans les zones d'intervention des ONG	2
Coopérant, employé ONG, formatrice	6
Étudiants	6
Journalistes	15
Membre administration	8
Professeur	1
Responsable association ou leaders d'opinion	5
Total	43

Tableau 4 répondants bénéficiaires

Ce groupe de personnes constitue les répondants de cette enquête. Plusieurs corps de métiers constituent le groupe. Les plus représentatifs sont : les journalistes : 35%, suivis des membres de l'administration 18%, des étudiants 14 % et enfin des leaders d'opinions. La seule spécificité est que l'ensemble de ce groupe constitue en lui seul des observateurs mais aussi des acteurs parfois essentiels dans la conduite des actions des ONG internationales.

Le schéma ci-après montre une diversité non négligeable pour comprendre la manière dont les ONG internationales communiquent sur le terrain.

Leur avis et point de vue permettent ainsi d'apporter des éléments de réponses aux nombreuses questions posées.

Le tableau ci-après donne une idée des différents pourcentages que représentent ces répondants..

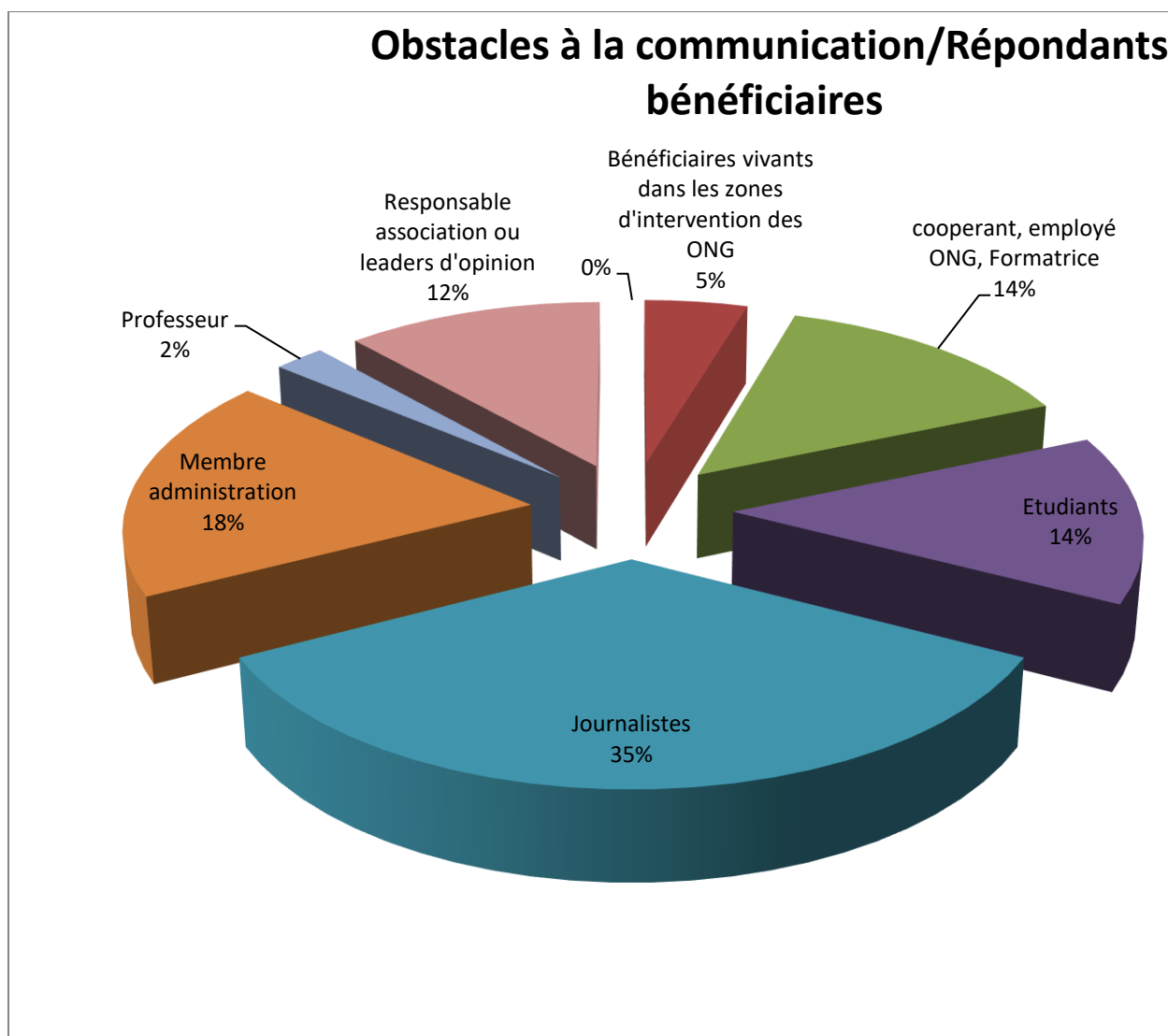


Figure 16 : obstacles répondants bénéficiaires

Il faut noter que ces répondants sont issus à la fois de différentes localités du Sénégal. Cette répartition participe à l'atteinte des objectifs de l'étude qui avait choisi de s'intéresser à l'intervention des ONG internationales dans les 7 sur les 14 régions du Sénégal.

Le tableau ci-après montre que l'objectif est largement atteint puisque que les répondants proviennent presque de l'ensemble des 14 régions du Sénégal.

Sachant que cette question offrait des réponses à choix multiples, le nombre de choix de certains répondants correspond à la présence de ces derniers dans les différentes régions où les personnes ont vécu ou observé la communication des ONG internationales.

Ces régions correspondent au lieu d'intervention et d'actions de ces dernières.

Régions	Nombre de répondants
Dakar	28
Thiès	5
Louga	6
Diourbel	3
Kaolack	4
Saint Louis	5
Ziguinchor	6
Kolda	13
Tambacounda	14
Podor	6
Fatick	9
Vélingara	2
12 Régions	Total : 101

Tableau 5 répondants par région

L'importante attraction que constitue Dakar, correspond à la politique des ONG internationales de mener une grande partie de leurs activités dans cette localité. L'interrogation revient surtout quand on fait la corrélation entre l'activité proposée (développement, agriculture) et la région de Dakar ou la seconde activité est moins importante.

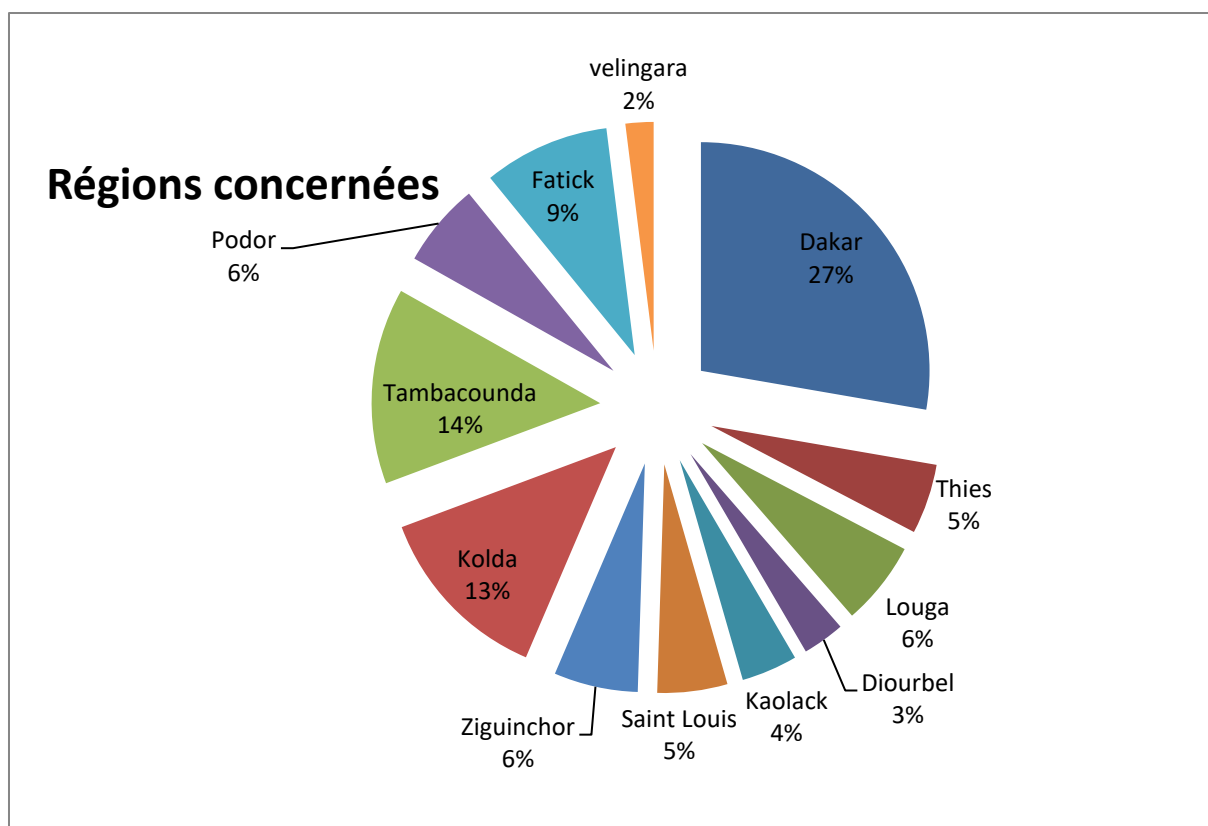


Figure 17 régions cibles

Le second groupe de répondant est constitué de représentant d'ONG. Ci-après le membre de ce groupe de répondants

Obstacles liés à la communication / Répondants ONG	
Chargé de communication	9
Chargé de mission	1
Coordonnateur local	6
Consultant	1
Directeur ou chef de projet	10
Responsable association	4
Journalistes	2
Total	33

Tableau 6 répondants ONG internationales

En effet, ce groupe offre une fiabilité aux réponses données puissent qu'elles émanent des principaux acteurs du monde des ONG internationales.

L'étude se penchera spécifiquement sur trois sous -groupes de répondants. Il s'agit des directeurs ou chefs de projet, des chargés de communication qui sont les principaux

responsables de la mise en œuvre de la communication des ONG et enfin des coordonnateurs locaux qui représentent 18% des répondants.

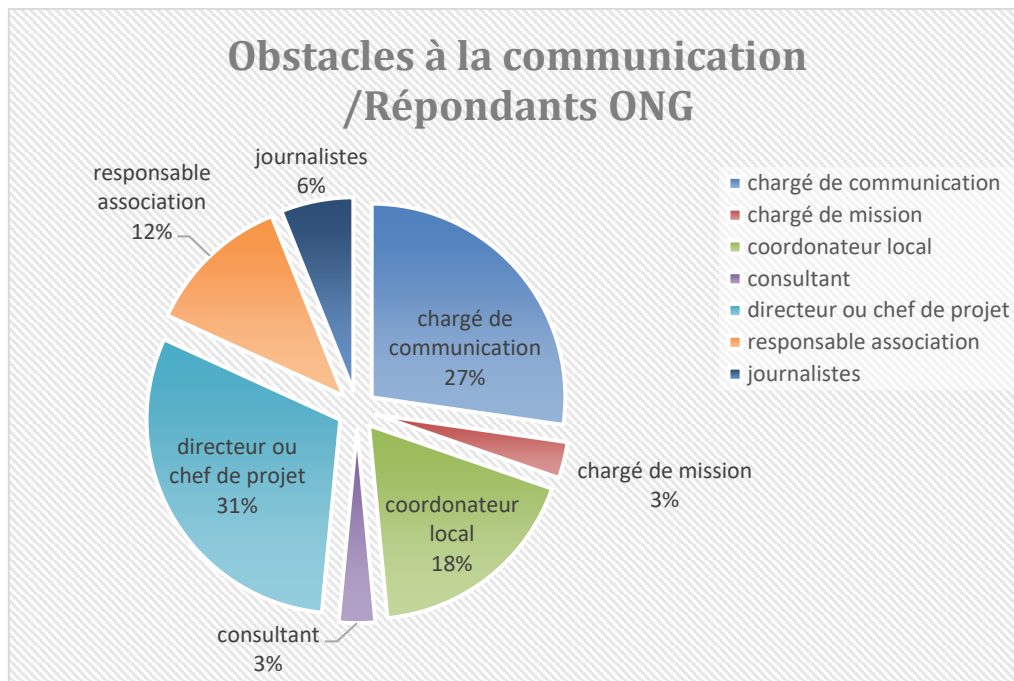


Figure 18 répondants ONG

Le dernier groupe de répondants a permis ainsi de répertorier le centre d'intérêt des ONG. Il correspond à une étude déjà menée dans le cadre de ce travail qui indiquait que le Développement reste le cœur de métier de ces ONG internationales. Cela correspond aux objectifs identifiés pour cette étude sur lequel nous reviendrons davantage.

Les ONG de développement et de soutien occupent ainsi une grande place dans l'étude.

L'étude sur la présence des ONG internationales dans les réseaux sociaux numériques a permis d'arriver à cette classification dans les secteurs d'interventions.

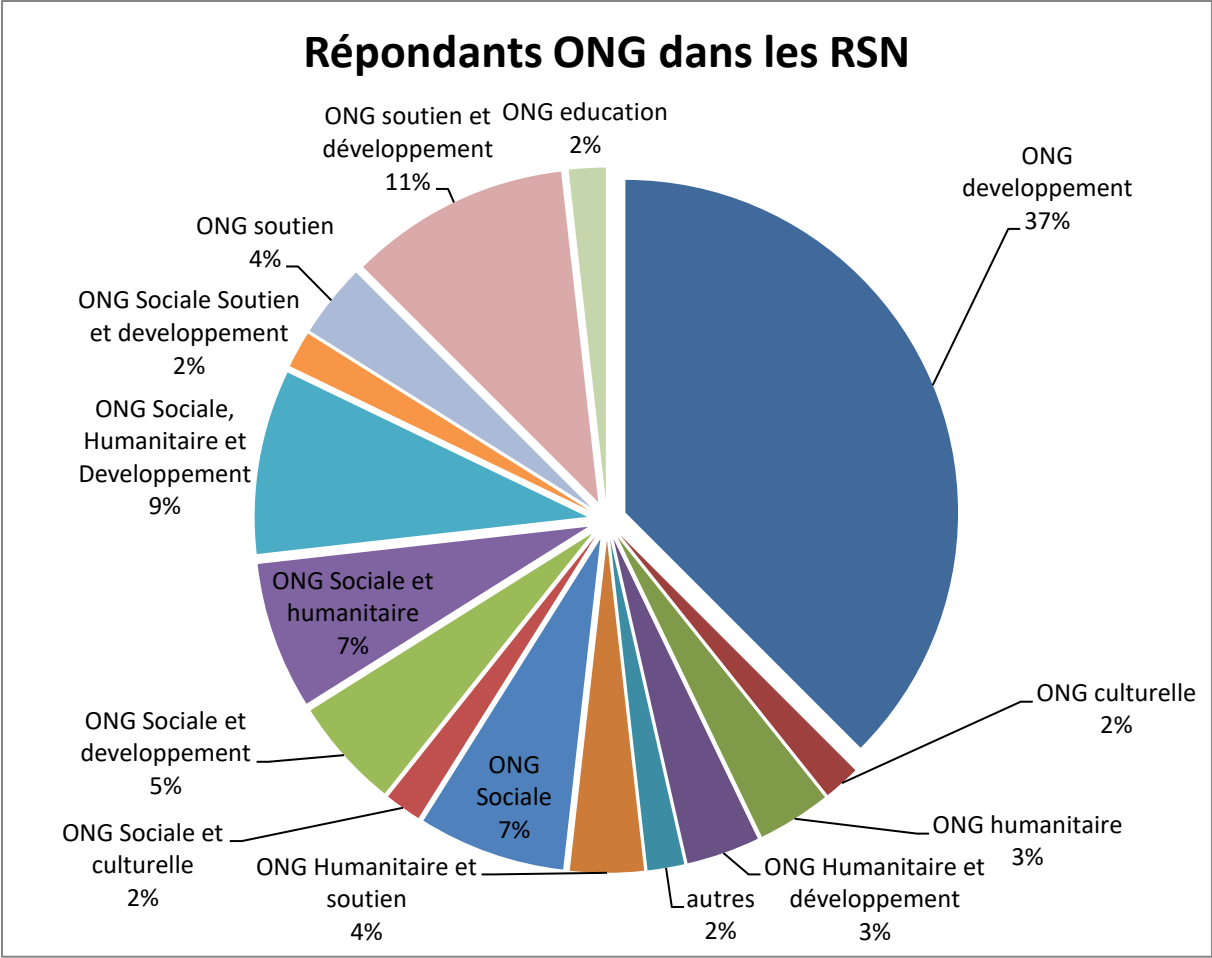


Figure 19 répondants ONG et RSN

Quatrième partie 4

Résultats des enquêtes & analyse

Les résultats enquêtes & analyses

I. Enquêtes de terrains et résultats :

L'objectif était d'une part, de s'y rendre afin d'administrer un questionnaire et d'effectuer des entretiens semi-directifs avec les directeurs d'ONG, les relais, les bénéficiaires et les chargés de communication et d'autre part d'actualiser les données recueillies à travers nos lectures au niveau des différentes ONG sur le terrain.

Pour terminer nous comptons énumérer l'ensemble des difficultés auxquelles nous nous sommes confrontés.

Pour mieux situer la recherche, le choix sera porté sur deux théories majeures et complémentaires : le constructivisme et la systémique qui accordent respectivement une importante place à la fois à l'environnement socio-culturel d'une part et aux acteurs d'autre part. Nous faisons nôtre des approches ci-dessus et de la définition que donne Alex Mucchielli pour qui le « *constructivisme de l'approche [est complété] par la systémique qualitative* ⁶⁵² ». L'approche systémique issu de l'école de Palo Alto et surtout les travaux de Paul Watzlawick⁶⁵³ permet de « *faire ressortir les problèmes latents et les valeurs émergentes des systèmes qui orientent et freinent les évolutions* ⁶⁵⁴ ». L'approche interculturelle évitera « *d'identifier autrui en l'enfermant dans un réseau de significations [ou] d'établir une série de comparaison sur la base d'une échelle ethno-centrée* ⁶⁵⁵ ». Une étude épistémologique permettra de répondre aux questions d'école et de conception.

1. Choix du terrain de recherche

Nous avons mené l'étude dans la région de Dakar et plus particulièrement dans les sièges sociaux des ONG qui figurent dans la liste ci-après. Nous avons choisi la région de Ziguinchor, Kolda et Tambacounda du fait de la présence massive des ONG internationales et la pluralité des actions menées sur le terrain en lien ou pas avec les populations.

Pour rappel nous avons choisis quelques régions du Sénégal pour mener notre étude :

652 Alex Mucchielli, 2006, « *deux modèles constructivistes pour le diagnostic des communications organisationnelles* », *Communication et organisation*. <http://communicationorganisation.revues.org/344298>

653 Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson D., 1972, « *Une logique de la communication* », p. 48, le Seuil

654 Alex Mucchielli, 1998, « *approche systémique et communicationnelle des organisations* », Armond Colin, 1998

655 Jean-René Ladmiraal - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *La communication Interculturelle* » Armond Colin Editeur, Paris, – p.11

- Dakar, capitale du Sénégal et siège social de nombreuses ONG internationales. Ce travail permettra de comprendre les relations institutionnelles, et les choix stratégiques pour réussir la communication.
- Ziguinchor et de Kolda (régions de **conflit** où interviennent beaucoup d'ONG, difficiles et instables), permettra de comprendre toute la mécanique par les ONG dans un contexte de guerre.
- Tambacounda reste une zone très **enclavée** avec beaucoup de minorités comme les Bassaris très conservatrices de leurs traditions et de leur système de communication locale, permettra de mesurer la place des connaissances et savoirs endogènes.

Les contrastes entre les différentes régions entre la région la plus peuplée du pays : Dakar la capitale, siège social, lieu de décision des ONG et la région de Ziguinchor zone d'exécution est assez importante pour justifier les différentes actions des ONG

Le choix, de ces régions et plus particulièrement des villes de Ziguinchor, de Tambacounda et de Dakar est en adéquation avec les objectifs de thèse. Nous comptons interroger les directeurs d'ONG, les chargés de communication, les bénéficiaires (hommes et femmes) qui travaillent en ville comme dans les villages. Ce qui nous permettra de comprendre les relations entre ces différents acteurs.

Répondants de l'Enquête ONG-Bénéficiaires : Graphique 1

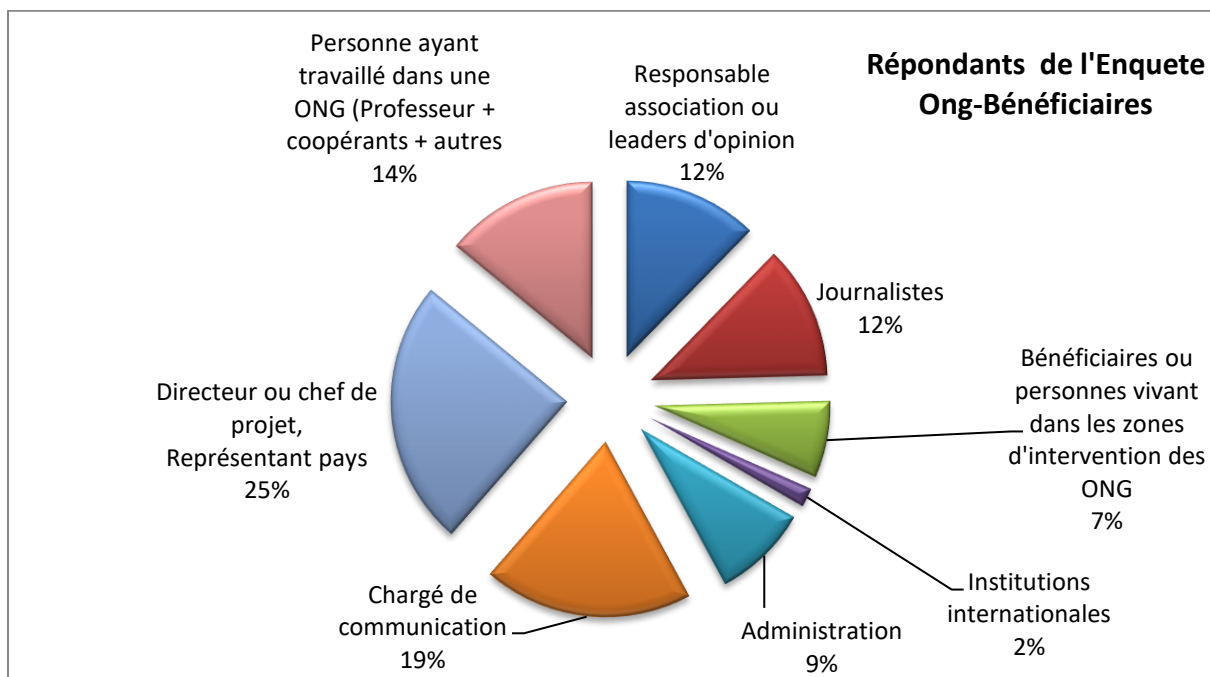


Figure 20 répondants obstacles bénéficiaires

Personnes ayant participé à l'enquête sur les obstacles à la communication des ONG Internationales en Afrique.

Plusieurs enquêtes ont été réalisées pour répondre à certaines interrogations mais aussi confirmer ou infirmer les différentes hypothèses posées.

Les différentes enquêtes menées permettent de répondre à des questions en lien avec la communication des ONG. Les graphiques proposés sont destinés à confirmer les réalités de terrains. Les personnes qui ont répondu sont des membres, observateurs ou acteurs en lien avec les ONG internationales. Certaines personnes y travaillent.

Au total, 4 enquêtes structurent l'étude. Elles sont diverses et cibles deux publics : les ONG internationales en tant que répondants d'une part et les populations qui vivent dans les zones d'interventions des ONG internationales d'autres part (bénéficiaires, relais, partenaires...).

Les enquêtes sont structurées comme suit :

1. ONG internationales et obstacles à la communication
 - a. Répondants : ONG internationales
 - b. Répondants : bénéficiaires, relais et partenaires
2. ONG internationales et bénévolat
 - a. Répondants : ONG internationales
 - b. Répondants : bénévoles
3. ONG et réseaux sociaux numériques (répondant : ONG)
4. La relation d'aide et la relation à autrui.

Avant de présenter les différents résultats obtenus lors de ces enquêtes, il est important d'offrir un aperçu global sur les différents résultats de l'étude.

Après un aperçu sur les différents répondants qui structurent l'étude, on peut noter que les personnes ressources qui ont contribué à cette recherche sont une émanation de la pluralité des acteurs qui interviennent. Leur diversité, leur place, leur fonction ont permis d'avoir des éléments de terrains qui permettent d'être au plus près de la réalité.

En effet **sur les obstacles liés à la communication internationale**, plusieurs enseignements peuvent être retenus. Il faut noter que parmi les éléments qui peuvent constituer des obstacles à la communication, il y a la pratique de la communication internationale des ONG internationale. Elle participe à complexifier les relations entre les ONG et les bénéficiaires et

reste le premier élément qui constitutif des problèmes existants. On peut retenir que globalement : La communication est souvent **descendante** et décidée au niveau des sièges à l'international (charte graphique...). Elle **dicte des valeurs et des conduites** à tenir qui parfois ne sont pas en adéquation avec les réalités locales.

Les résultats suivants viennent compléter la compréhension de la situation. Le deuxième axe de résultat permet d'affirmer que la communication se passe souvent au **niveau national et en langue française** (officiel) à **72,4%**. Ceci ne semble pas prendre en compte les populations bénéficiaires qui sont majoritairement en milieu rural et très peu alphabétisées.

Cette situation semble être la suite du résultat qui suit : l'inadéquation entre les supports édités et le **niveau d'alphabétisation des populations bénéficiaires. Le choix de la langue** contribue à creuser les dysfonctionnements et parfois l'inadéquation des dispositifs de communication proposés pour communiquer.

La communication faite par voie de presse et dans une langue officielle ne permet pas de s'orienter vers une dynamique de communication mais plutôt d'information.

Le troisième axe complète celui précédemment cité ; à savoir que la communication se fait essentiellement par **voie de presse, ateliers et séminaires**.

D'autres points non-négligeables viennent compléter les résultats obtenus. Il est noté une timide utilisation des Réseaux Sociaux Numériques dans un contexte de développement exponentiel de réseaux sociaux numériques en Afrique (A. Kiyindou). La forme de communication qui semble être privilégiée par les ONG Internationale dans cette étude reste la communication qui se passe pendant les **activités** du projet. Elle est évaluée à **78% et se passe principalement lors des** lancement projet. La faiblesse du **budget** de la communication souvent géré à l'international pose aussi une véritablement problème de moyens et de gestion à vue. Elle requestionne les problèmes de priorité et qui peuvent parfois être différentes selon le lieu où l'on se trouve (siège ou terrain). La différence de priorité peut se ressentir dans la poursuite des objectifs.

Enfin, le manque de formation des acteurs qui gèrent la communication ; faible communication sur le terrain contribue à rendre difficile la communication internationale des ONG en direction des populations bénéficiaires.

Ceci s'explique parfois avec ces chiffres significatifs :

46,7% des répondants estiment que les obstacles sont liés à la dimension culturelle. D'autres pensent que les problèmes émanent de l'esprit d'entreprise et de la méfiance des populations.

Le manque de communication ou l'absence de communication est estimé à **56,7%**. **Conduit-il a un** manque d'implication de la population comme le confirme cette étude ?

Ce que confirme cette étude c'est que le manque de formation en communication du personnel est évalué à **63,3%** et **résulte d'un** manque de maîtrise de la communication ainsi que d'un manque de moyen et de budget. La formation pourrait probablement corriger cet fait.

A la suite de la question suivante : **quels sont les obstacles qui se posent à la communication ?** les résultats représentés par ce graphique illustrent les problèmes de communication des ONG internationales en Afrique

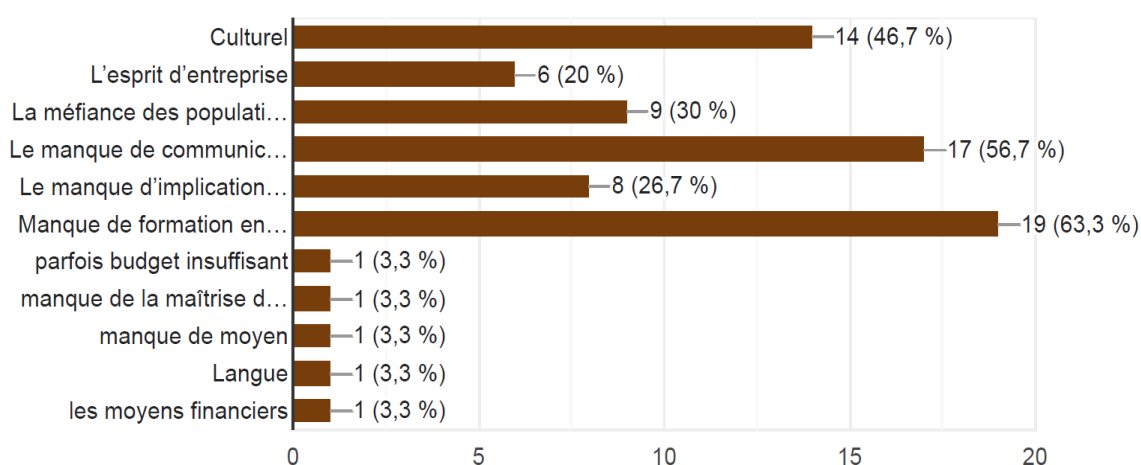


Figure 21 obstacles liés à la communication

A travers les résultats ci-haut, on peut affirmer que le principal résultat de cette étude sur les obstacles liés à la communication des ONG internationales est que « *la communication des ONG internationales est plus descendante qu'interactionnelle* ».

Pour compléter la première approche, un deuxième questionnaire est lancé pour compléter la réponse sur les obstacles liés à la communication. Elle est formulée ainsi : **pourquoi les ONG ne réussissent pas leur communication en Afrique ?**

Plusieurs réponses permettent de comprendre l'échec de la communication. Les éléments chiffrés permettent d'avoir une précision sur les causes. On peut noter que les répondants estiment que l'échec est lié à la non prise en compte de la culture locale est de **46,7%** ; l'inexistence des moyens **56,7%** ; la focalisation des actions de communication au niveau de la presse à **56,7%** ; le manque de concertation entre les différentes ONG sur le terrain à **46,7%** ; l'analphabétisme des populations pour les supports édités pour sensibiliser à **43,3%** ; enfin le manque de concertation à **26,7%**.

D'autres problèmes non-centraux viennent compléter la liste des raisons de l'échec : le manque de personnel, l'Imposition d'un projet déjà élaboré ; la non-prise en compte des aspirations de la population ; l'intervention des différentes ONG sur les mêmes cibles ; l'imposition des programmes et des résultats de la recherche aux populations ; le choix des leaders d'opinion et enfin la faible participation des populations.

Sur un autre registre, l'analyse lexicale sur la question des obstacles permet d'analyser les résultats sur un autre angle. En effet, on peut noter que plusieurs ONG répondent souvent aux appels des bailleurs qui par ailleurs dictent les modes de communication.

Un deuxième élément nous renseigne que la communication est souvent gérée par les représentants des ONG qui ne sont pas souvent des spécialistes de la communication. À cela s'ajoute le fait que l'activité de communication est souvent faite dans un contexte événementiel et ponctuel. Dans l'analyse on peut constater que la communication définie à l'international est destinée à s'adapter sur les terrains (niveau local) avec le même esprit d'entreprise.

Enfin la plupart des actions proposées sont en lien avec **la classe 1** et surtout réalisées avec les leaders d'opinion et certains professionnels (représentations d'associations, journalistes...).

La place des bénéficiaires et l'application de la communication aux populations locales interrogent à plusieurs niveaux.

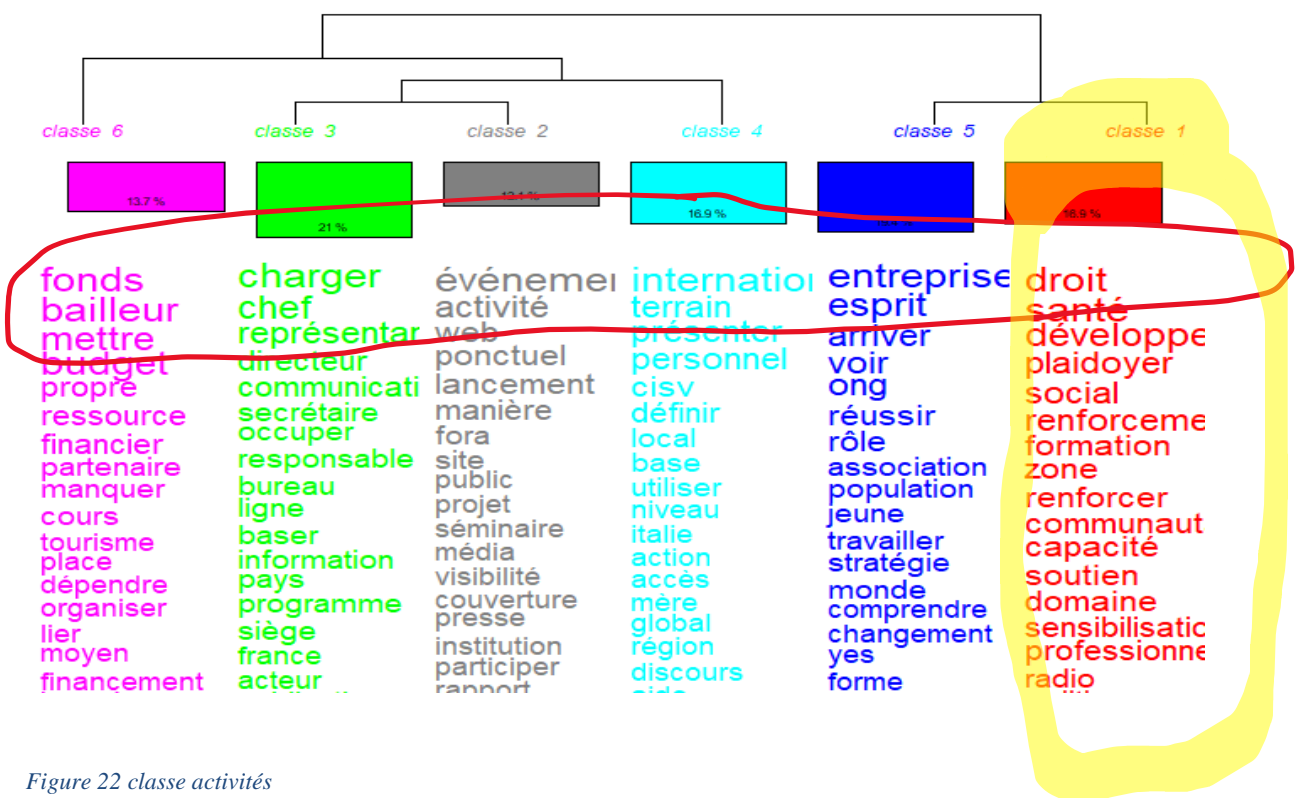


Figure 22 classe activités

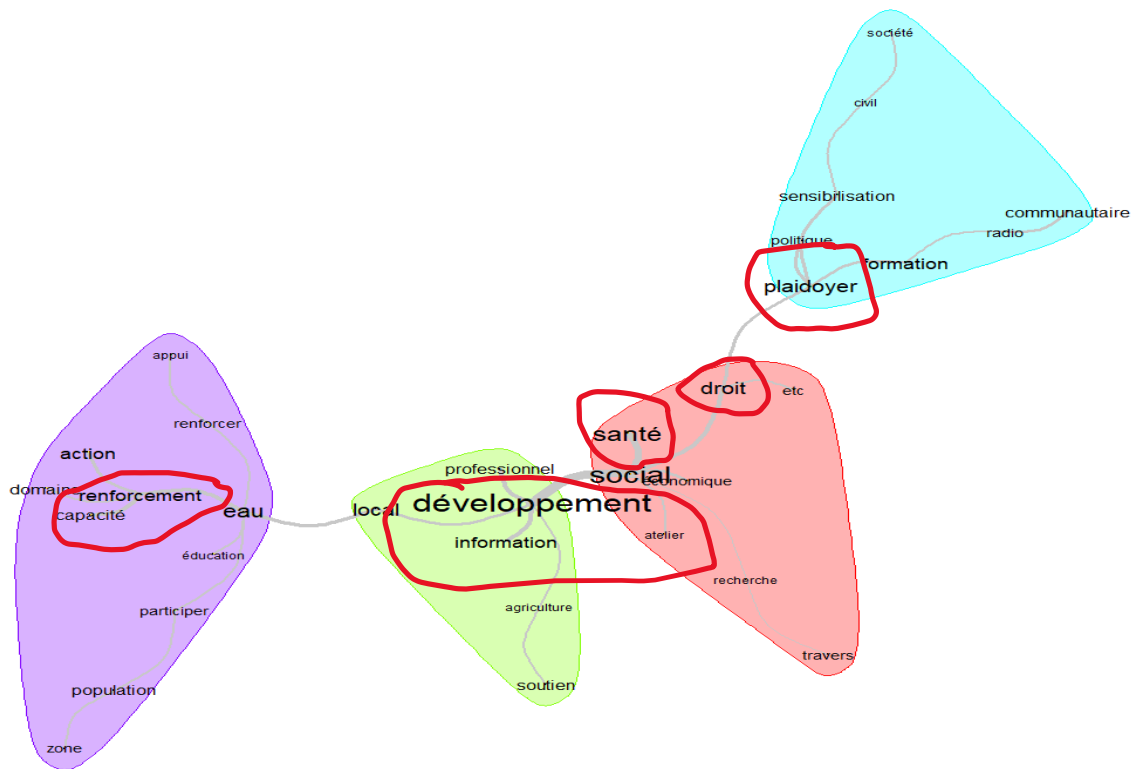


Figure 24 details classe

Par exemple dans le domaine de l'eau, le renforcement des capacités occupe une place importante dans la communication. On y voit aussi un retour du concept de l'IEC avec les mentions suivantes sur le graphique : éducation – participer – population – zone. Ces différents termes montrent que l'action part de l'éducation des populations dans les zones certainement rurales avec une participation souhaitée.

Au-delà des obstacles à la communication, l'étude a souhaité se pencher sur la question du bénévolat. Il était question de répondre à cette interrogation : **Comment les contenus des ONG dans les réseaux sociaux contribuent à encourager la mobilisation des bénévoles face aux nombreux défis du moment ?**

En se penchant sur **trois réseaux sociaux : Facebook, Twitter, YouTube**, l'étude tente de **comprendre la périodicité** des publications, leur régularité ainsi que les moyens et stratégies utilisés lors des **campagnes de recrutement de bénévoles**. Il est à noter que la cible des ONG internationales **est constituée principalement de** jeunes, de seniors et de retraités.

En mettant l'accent sur les deux groupes : ONG d'une part et volontaires d'autre part, l'étude a souhaité avoir un regard croisé sur les pratiques communicationnelles de ONG.

Globalement, **sur les ONG on peut une** forte utilisation des réseaux sociaux en Europe (Facebook, Instagram, twitter, youtube). Cette tendance n'est pas confirmée dans la zone en Afrique. Néanmoins, les contenus sont constitués globalement d'**action de terrain** à 63,2%; de **photos** de terrains à 47,4%) et enfin de **témoignages** à 52,6%.

L'accent est mis sur la possibilité pour le bénévole recruté d'avoir un enrichissement personnel, de faire de la découverte, du tourisme Ect. Les actions sont menées sous le couvert du caractère interculturel et de l'échange.

Quelques raisons qui poussent les bénévoles à s'engager dans les projets proposés par les ONG internationales en Afrique.

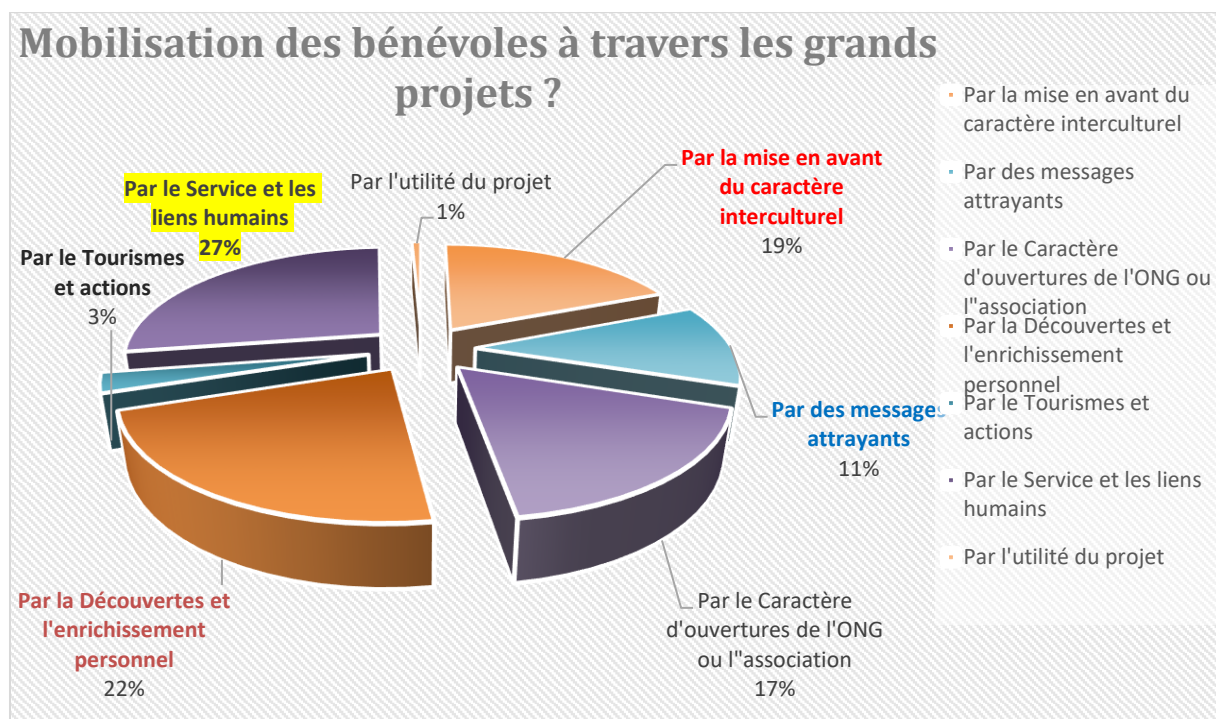


Figure 25 motifs de mobilisation des bénévoles

Pour les ONG, l'utilisation des RSN reste le moyen le plus privilégié pour recruter les bénévoles et cela est estimée à **71,4%**. Il est certain que le réseau social Facebook occupe la première place avec 81,3%. Par ailleurs, d'autres mode de communication sont privilégiés pour atteindre les cibles. La plupart des échanges débutent à la suite d'une recherche se fait aussi par mailing et/ou par contact direct.

Revenant sur les volontaires, il faut noter que 90 % des bénévoles sont animés par les désirs d'être en **interaction** (en communication) avec les autres. Leur engagement est structuré par

des **motivations personnelles** à **90,3%** ; des motivations **idéologiques** à 71,2% ; des motivations **religieuses** à 23,7% et enfin des motivations **politiques** à 16,9%.

Si ces éléments renseignent sur les motivations, l'application sur le terrain de la communication semblent plus intéressante. La communication des ONG internationales à travers les bénévoles passent souvent par des **activités de terrains et des implications souhaitées**.

Les ONG arrivent à promouvoir des activistes bénévoles par la dénonciation, l'activisme et des actions d'occupation comme les ZAD.

Le mode de communication permet d'avoir des personnes actives et qui s'illustrent à travers les RSN. Ici le bénévole n'est pas forcément celui qui descend sur le terrain mais c'est celui qui s'active, celui qui partage

Les contenus tournent autour de la défense des causes, du climat, Immigration, de la lutte contre les multinationales, de la défense des petits paysans, de la lutte contre les guerres. Les motivations et idéologies s'affichent clairement dans ces luttes et les ONG tentent d'occuper l'actualité dans un climat de fortes interactions. Certains bénévoles n'hésitent pas s'afficher clairement et assument leurs appartenances par rapport à une religion ou une idéologie.

Une forte utilisation des RSN en Europe pour mobiliser, chercher des bénévoles, collecter de dons, nourrir des passions et des engagements citoyens.

Si les situations sont différentes, elles semblent trouver un socle commun avec la question de l'interculturel. Dans les deux cas, l'interculturel, le développement personnel et le tourisme sont les principaux facteurs de recrutement et d'engagement.

Le graphique ci-après montre l'interculturel est un moyen qui aide à la mobilisation participative et à l'adhésion aux projets.

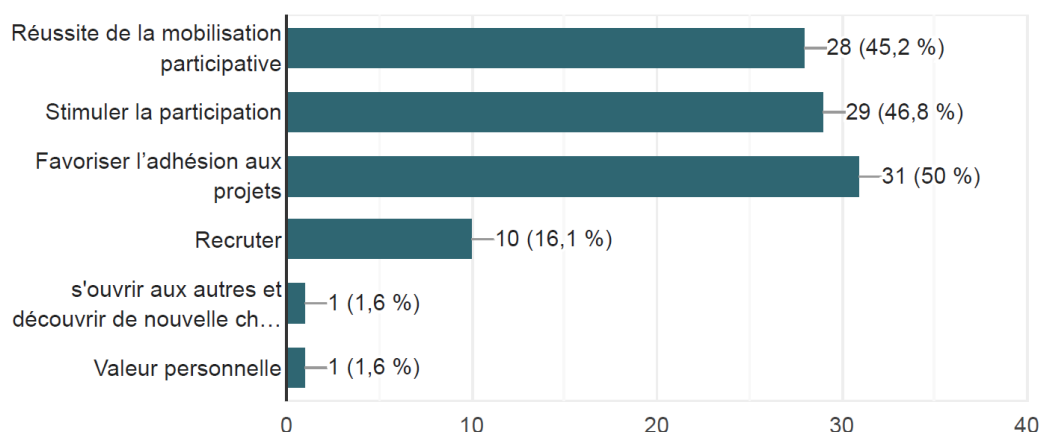


Figure 26 motif d'engagement par l'interculturel

D'autres facteurs viennent stimuler l'engagement bénévole (voir graphique ci-après)

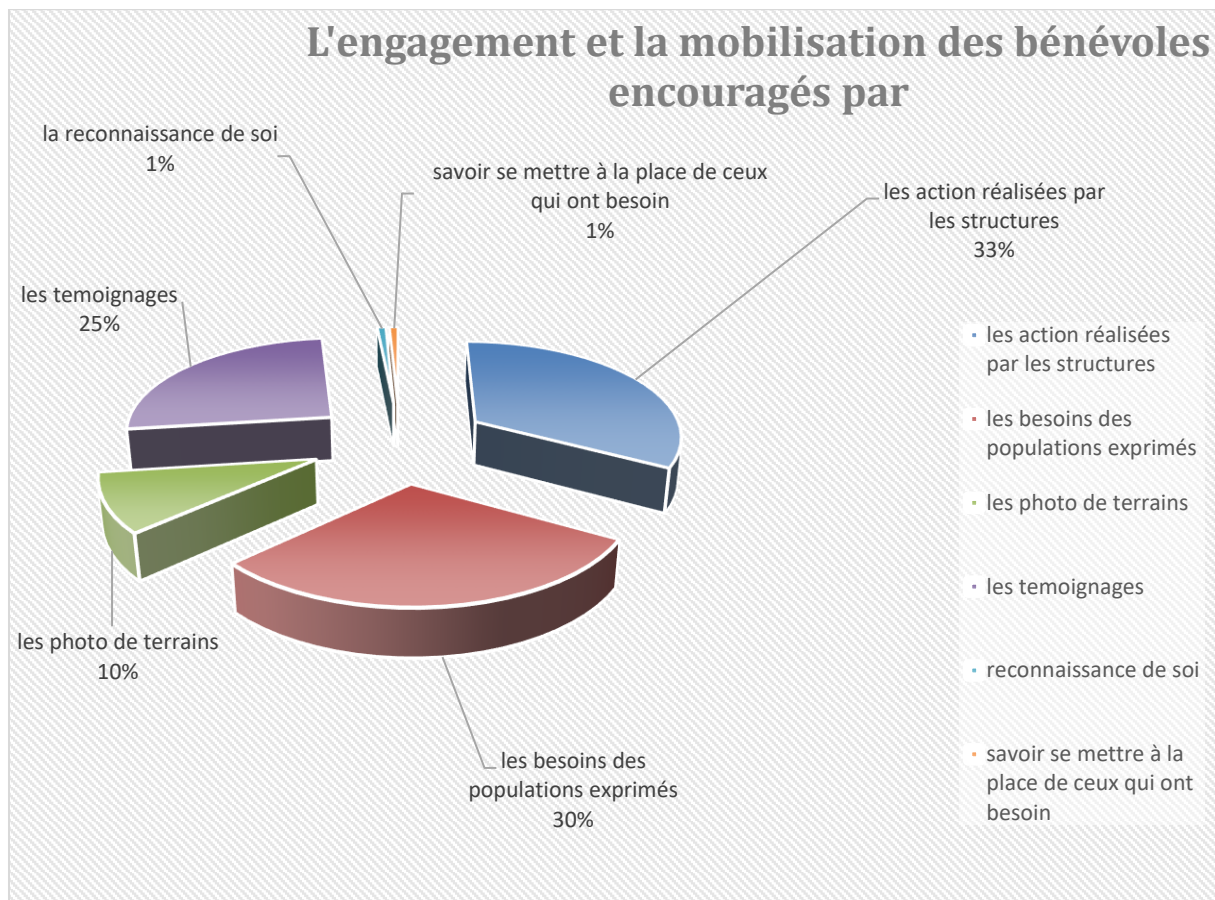


Figure 27 motivations personnelles

L'enquête sur les médias sociaux numériques révèle que la plupart des actions de communication à travers les RSN concerne le **développement** à 67,3%; le **social** à 32% et enfin **l'humanitaire** à 27%.

La communication de certaines ONG est essentiellement faite en langue française. L'exemple du colloque IA avec le développement des technologies sur les langues locales reste une initiative nouvelle qui va à l'encontre des pratiques jusqu'aujourd'hui développées.

Si l'on se réfère à la situation en Europe sur l'utilisation des RSN, celle-ci reste bien loin de l'utilisation qui est faite en Afrique.

A titre comparatif, **Facebook est utilisé à 81,8%** par les ONG internationales en **Europe** tandis **qu'en** Afrique, Facebook est utilisation à 21,4%. Les communications sont essentiellement constituées de photos et d'actions de terrain.

Les tendances semblent identiques pour les Twitter qui connaît une utilisation de 66,1% en **Europe** contre 5,4% en Afrique. Dans ce réseau social, il faut noter que les tentatives de recrutement sont basées sur l'alerte et opinion politique

En s'intéressant au réseau de Youtube Europe, on peut noter qu'en niveau de l'Europe les ONG l'utilise à près de 76,8%. Cependant, en Afrique, l'utilisation de Youtube n'est que de 17,9%. Les messages et autres éléments de communication s'articule autour des témoignage, action de terrains, mobilisation.

Que cela soit pour Facebook ou pour YouTube, on peut noter une forte augmentation de l'utilisation des RSN.

Entre 2014 => 2020 : pour Facebook, on peut noter près de 50,5% d'augmentation.

Entre 2014 => 2020 : pour YouTube il est également noté près de 28,3% de hausse.

En faisant l'état des lieux, on peut signaler à la fois la forte progression de l'utilisation des RSN et une variation dans leur utilisation.

Quelques éléments récapitulatifs pour mieux appréhender les enjeux des l'utilisation des Réseaux sociaux numériques.

- Facebook en 2016 : + de 410 634 Likes soit une augmentation relative de **50,5%**
- Twitter en 2016 : +de 158 355 abonnés soit **39,3%**
- LinkedIn en 2016 : + de 48 009 abonnés presque le double du nombre d'abonnés soit **98,6%**
- YouTube : 4 423 333 de vue soit **28,3%**

La communication des ONG à travers les réseaux sociaux montre une forme d'Hyperactivité sur les sujets et questions liés à la politique. Les thèmes abordés par les ONG tournent autour du climat, développement (faim) politiques, besoins des populations et défense des plus faibles. L'idée de mobiliser les populations passe aussi par le développement de concept sur le sport (mardi sans frontière), la culture, la jeunesse. Plusieurs types de supports multimédias participe à la défense des causes et parfois à l'appel à une implication des acteurs.

Dans l'étude de la relation d'aide ou de l'aide à la personne et/ou le don, nous avons fait le choix d'étudier cette question de l'aide en lien la manière dont la communication est pensée et mise en œuvre. Il est important de rappeler que la place de la communication dans la relation reste une obligation qu'elle soit verbale ou non verbale.

L'étude montre une différence de pratique dans la relation d'aide d'un continent à un autre et pour les mêmes acteurs qui interviennent. Les ONG internationales comme les travailleurs sociaux en Europe savent que la communication, la recherche d'adhésion, le recueil des besoins

passent par un processus codifié en adéquation avec la législation. Mais pourquoi ces mêmes acteurs ne se sentent pas obligés de se soustraire aux mêmes pratiques qu'en Afrique.

Plusieurs situations concourent à expliquer ce positionnement. Dans un premier temps on peut affirmer que la communication est axée sur un **changement de comportement, la promotion des modèles importés** qui ne semblent pas tenir compte des préoccupations des bénéficiaires. Ce qui place souvent les ONG dans une posture de dicter ce qu'il faut faire, ce que la réalité doit être dans un environnement parfois méconnu.

Par ailleurs, il faut dire que la communication **est axée sur les innovations technologiques** qui souvent semblent manquées en milieu rural voire inexistant. Ces technologies manquantes sont parfois du fait de l'inexistence des infrastructures complémentaires au niveau local.

En continuant dans la liste des différences de pratiques, on peut noter que la promotion d'un modèle de développement qui ne prend pas en compte les besoins des populations peut expliquer l'échec de la communication des ONG internationales. A ce titre, Mutabazi Evalde parle de l'échec des modèles importés qui n'est plus à démontrer. Deux autres personnalités abondent dans le même sens. En effet, Kizerbo déclare « *on ne développe pas, on se développe* », tandis que Abdoulaye Wade (ancien président de la république du Sénégal) critique vivement les décisions qui émanent des sièges en affirmant que : « *les sièges sont trop loin des cœurs des problèmes et l'envoi d'experts coûteux. Tout ceci constitue un gouffre d'argent* ». Les résultats sur cette enquête laissent penser qu'en Afrique, la communication des ONG en direction des bénéficiaires reste une option.

Les ONG internationale semblent être dans une attitude ou une impression d'être dans un terrain conquis où la promotion des idées nouvelles et des désirs de répondre au cahier de charge des financeurs semblent plus important que la communication avec les populations bénéficiaires.

L'ensemble des résultats est développé ci-après.

Les résultats obtenus sont ainsi présentés sur cette partie et permettent de comprendre la vision globale ci-haut livrée.

I.1. Enquête auprès des ONG et bénéficiaires sur les obstacles liés à la communication.

Au vu des résultats obtenus, on peut aisément constater que le manque de communication et la non prise en compte de la culture locale figurent en bonne place dans le classement des obstacles liés à la communication des ONG

Cette étude a pour objet de ré-contextualiser la place de la communication Internationale des ONG mais aussi de montrer toute la difficulté de mettre en œuvre cette dernière. Si l'on considère que les ONG locales bénéficient d'une meilleure maîtrise du contexte local, celles internationales n'ont pas les mêmes avantages. Il s'agit pour nous, de démontrer toute la difficulté d'une intervention au plan international qui nécessite des moyens supplémentaires pour faire transmettre des messages avec un feedback pour mesurer l'impact.

Il est important de montrer, comment les ONG internationales qui interviennent au Sénégal communiquent avec les différents acteurs, devant jouer un rôle dans le développement. Cette communication pour le développement a toujours été le champ privilégié des acteurs au vu de son importance et de ses méthodes de mise en œuvre.

Comme en témoigne cette définition produite en 2004 à Rome lors de la Neuvième Table ronde des Nations Unies sur la Communication pour le développement « *la communication pour le développement est un outil puissant qui contribue à la réduction de la pauvreté et de la faim tout en encourageant des processus démocratiques et des changements sociaux dans de nombreux pays, particulièrement dans les secteurs de l'agriculture et du développement rural* ⁶⁵⁶ ». Il est question de voir comment les ONG impliquent les populations dans leur processus de prise de décisions, leurs rôles en tant qu'acteurs....

Le dernier objectif de recherche serait d'attirer l'attention des responsables d'ONG sur les obstacles à la communication à travers les résultats obtenus et qui émanent du questionnaire auquel elles ont bien voulu répondre.

Si certaines ONG se sont penchées sur les différents obstacles qu'elles rencontrent, d'autres l'affirment, « *pas d'obstacles* ⁶⁵⁷ ». S'agit-il d'un refus de répondre, d'une méconnaissance des obstacles ou du moyen de dissimuler les évidences ? Ce diagnostic établi montrera les différentes réponses des représentants d'ONG, des chargés de communication et des consultants en communication ayant participé à l'enquête.

⁶⁵⁶ John Monyo, Neuvième Table ronde des Nations Unies sur la Communication pour le développement [en ligne], septembre 2004 Rome, Italie, disponible sur http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm, consulté le 22/07/2013.

⁶⁵⁷ <https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AtTv5pH81PWmdENKMGtTSDQ3SnlHaHlINlhKRHdsS0E#gid=0>
Questionnaire : Enquêtes sur « les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique : le cas du Sénégal 2013 ».

I.1.1. Enquête sur les obstacles liés à la communication auprès bénéficiaires, journalistes, relais, étudiants

ENQUETE N°1

Voici l'analyse des différents résultats obtenus. 44 réponses

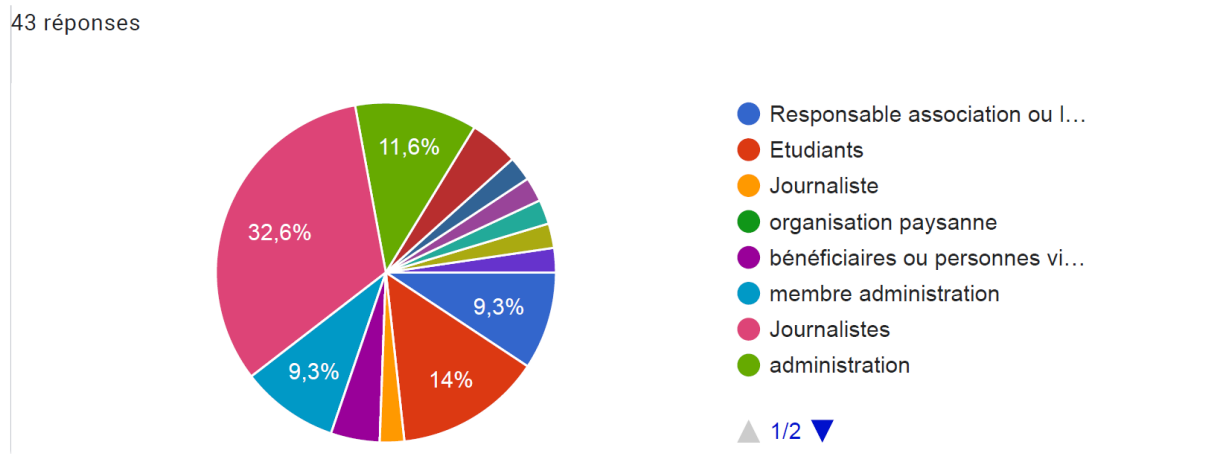


Figure 28 répondants obstacles ONG

On peut à travers ce graphique observer la spécificité des répondants. On y retrouve une pluralité d'acteurs avec des statuts parfois différents mais complémentaires. Entre autres, cette liste offre une idée précise des répondants et parfois de leur fonction :

En observant de près le graphique, l'on peut remarquer que les pourcentages entre les différents répondants diffèrent. Les responsables d'associations au niveau local qui participent aux actions des ONG internationales représentent 9,3%. Leurs rôles semblent très importants puisque qu'ils soient aussi des leaders d'opinion et constituent un maillon important en termes de relais pour ces ONG internationales.

D'autres acteurs ont été sollicités pour répondre à l'étude. Il s'agit des étudiants vivants dans les zones d'interventions des ONG internationales. Ils représentent ainsi 14% des répondants. Leur choix était motivé par le fait qu'ils soient alphabétisés, observateurs et parfois sollicités par les ONG pour leur étude. Ils deviennent ainsi des relais.

Au-delà des représentants des organisations paysannes et bénéficiaires, les acteurs qui se sont beaucoup illustrés dans cette enquête sont les journalistes. Ils représentent 32,6% des répondants soit 15 personnes. Leur présence est justifiée à la fois par le fait qu'ils sont régulièrement invités par les ONG internationales pour la couverture médiatique, mais aussi par le fait qu'ils constituent le socle de la stratégie de communication mise en place par les ONG.

En sus de ces répondants cités ci-haut, il est important de noter que le taux

Les spécificités des répondants, permettent de voir les profils des répondants et parfois leurs rôles auprès des ONG Internationales. La liste suivante offre des idées des personnes qui ont bien voulu répondre aux questionnaires proposés.

Liste des profils ayant répondu à l'enquête et on peut citer entre autres acteurs un (e) :

- Journaliste ayant couvert des événements des ONG
- Vétérinaire des IRSV
- Après recensement des sites et des maisons je suis tenu de les archiver en vue d'une éventuelle distribution de don ou vidange des fosses etc.....
- Conseiller technique ayant longtemps travaillé avec des ONG de développement
- J'ai travaillé avec CPI et une ONG dénommée CISV dans le cadre d'un Programme de formation
- Animation et exécution de projets et programmes
- Je suis responsable de la planification, du suivi évaluation dans le projet
- Prendre en charge les enfants issus des maisons inondées
- J'ai eu à couvrir un nombre incalculable d'activités menées par les ONG sur toute l'étendue du territoire national
- J'ai fait un stage de 7 mois dans l'ONG World Vision Sénégal en qualité Engagé volontaire.
- Formateur
- Journaliste spécialiste des questions environnementales
- Je suis journaliste. J'ai été correspondante régional pendant plus de 8 ans et j'ai assisté à la venue de beaucoup d'ONG dans les régions de Fatick et Kaolack
- Journaliste ayant couvert les activités de l'ONG Tostan
- Chef de projet
- Secrétaire général de l'association AND WALLU SUNU GOX
- Inspecteur départemental de l'élevage
- Prendre en charge les personnes et familles en difficultés sans logement pendant l'hivernage
- En coopération au sein de l'éducation
- Représentant croix rouge
- Inspecteur départemental
- Des ONG intervenaient régulièrement dans mon village natal pour des projets de développement
- Agent de l'État travaillant dans le domaine des collectivités locales.
- Professeur de collège en même temps j'interviens administrativement dans un projet qui s'intitule Sokali sa gokh "changer mon terroir" c'est un projet de lutte contre la pauvreté en quelque sorte qui aide à l'auto-crédation d'emploi. Les secteurs d'activités sont l'élevage, la transformation des fruits et légumes. Ses activités sont pilotées par l'ONG henken qui est une ONG italienne.
- Association chrétienne et de quartier
- Manager
- Responsable d'établissement scolaire de 1997 à 2009, j'ai travaillé avec des ONG espagnoles et d'autres nationales.

L'ensemble de ces acteurs constitué de divers corps de métiers constitue le socle des répondants. En partant du Vétérinaire de l'IRSV en passant par le formateur, le Chef de projet, le représentant de la croix rouge et enfin un responsable d'établissement scolaire ; l'étude a recueilli les points de vue des acteurs indispensables et observateurs des actions des ONG internationales sur le terrain. Pour la plupart, le monde des ONG internationales ne constitue plus un mystère puisque certains d'entre eux ont pu faire la communication dans des moments spécifiques de l'évolution des ONG sur le terrain.

Localité ou zone d'intervention où vous avez observé l'action des ONG

Il était important de connaître les différentes localités des répondants puisque cette information permet de mesurer l'étendue de l'étude sur le territoire national sénégalais. Cela permet aussi de visualiser les différentes localités dans lesquelles il était possible d'observer les actions des ONG internationales. Les caractéristiques des différentes régions offrent aussi la possibilité de comprendre les enjeux et les choix favorisent l'établissement des ONG dans telles ou telles autres localités.

Au-delà du fait que Dakar est la capitale du Sénégal, cette région concentre le maximum des sièges sociaux des ONG internationales. La concentration de personne au niveau de cette région explique la forte densité liée à l'exode rurale, mais aussi les choix pour permettre des facilités d'accès par le fait de la présence des infrastructures, des moyens de communication, de la disponibilité des transports mais aussi de la présence d'un réseau d'acteurs (leaders d'opinion) qui travaille ou accompagne ces structures.

Ce graphique illustre les différents répondants et leur lieu d'expérimentation ou d'observation de l'action des ONG internationales. L'on peut noter que la région de Dakar s'est illustrée avec près de 25 répondants.

Les régions de Kolda, Tambacounda, Fatick, Ziguinchor se suivent logiquement. La présence d'un nombre important d'ONG dans la région de Kolda s'explique certainement par le fait que c'est la région la plus pauvre du pays « avec 77, 5% de pauvres ⁶⁵⁸ ».

⁶⁵⁸ Lejecos, 2020 « Pauvreté au Sénégal : Kolda, région la plus pauvre avec 77,5 » ; En ligne : https://www.lejecos.com/Pauvrete-au-Senegal-Kolda-region-la-plus-pauvre-avec-775_a17890.html

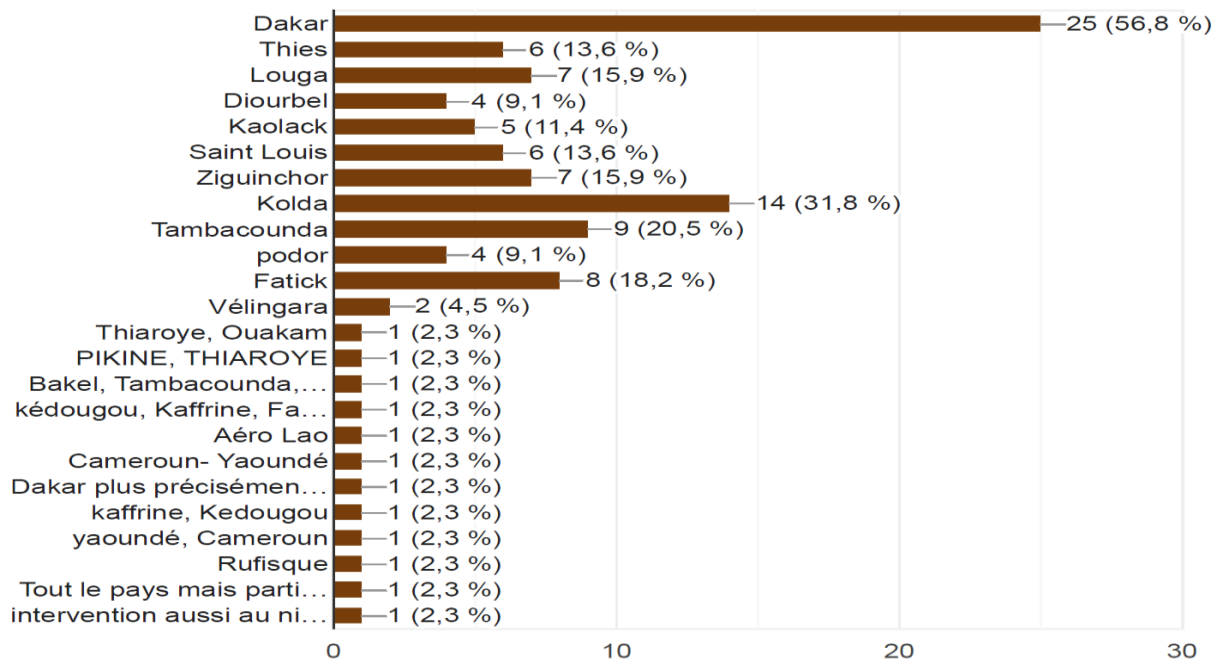


Figure 29 régions qui ont participé à l'enquête

La région de Dakar et celle de Kolda couvrent à deux le plus grand nombre de répondants. Les deux localités couvrent près de 80% des répondants. 12 régions ont participé à l'enquête ce qui fait la richesse de ce travail de recherche puisse que les acteurs de terrains se sont tous mobiliser pour apporter leurs contributions à la construction de ce travail de recherche.

Types d'activités proposées par les ONG

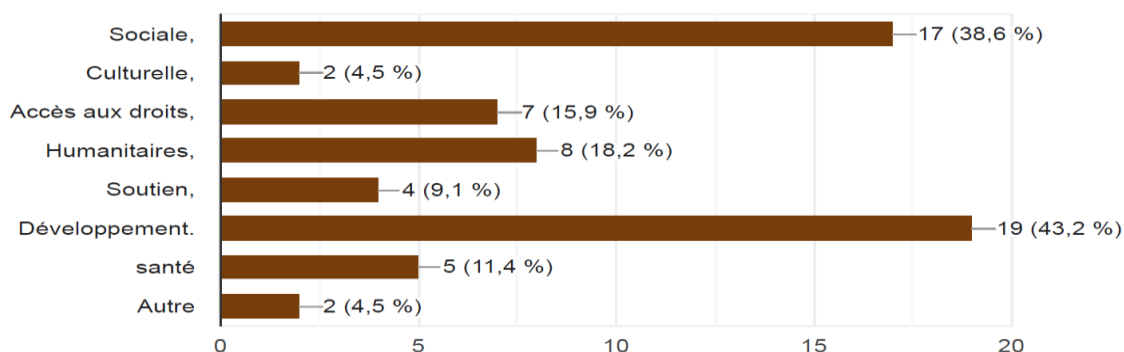


Figure 30 activités des ONG

Si les ONG internationales s'activent sur le terrain, il est important d'indiquer que la majeure partie de ces dernières interviennent dans le domaine social et le développement comme le

stipule ce graphique ci-dessus. D'autres domaines sont comme la culture, la santé, le droit, l'humanitaire...viennent compléter la liste des domaines d'intervention des ONG Internationales.

A quelles activités de communication participez-vous ?

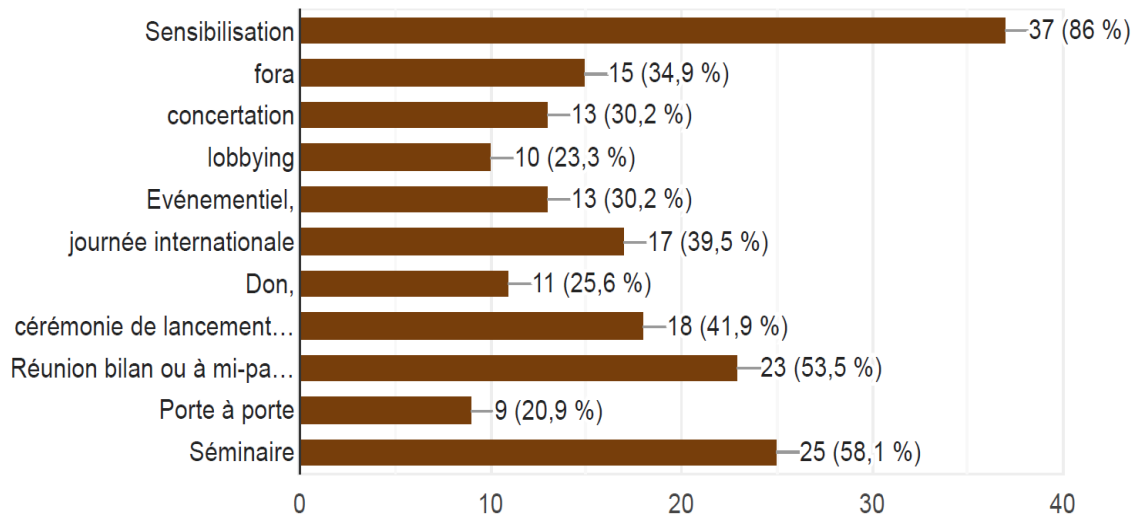


Figure 31 participation aux activités de communication

86% des activités des ONG internationales en Afrique tournent autour de la sensibilisation. Le graphique montre une importante part de séminaires, de journées internationales célébrées et de réunion bilan dans la communication des ONG internationales en Afrique.

En cumulant les trois actions de communication, on peut montrer que ces dernières occupent grandement la communication proposée. Cependant elle indique clairement les stratégies de com dont les ONG internationales conçoivent l'accompagnement et la communication qu'elles proposent.

Même s'il y a une part d'interactions à travers les foras, le choix de ce support reste marginal par rapport à d'autres supports privilégiés par les ONG dans leur communication internationale.

Panorama de la communication des ONG au Sénégal pour voir au-delà des activités de communication proposées par les ONG

Pour ce qui est du Sénégal, l'étude sur les obstacles liés à la communication, révèle que 57% des actions de communication se font : dans les ateliers, les séminaires, les réunions, les concertations, les foras et les sensibilisations.

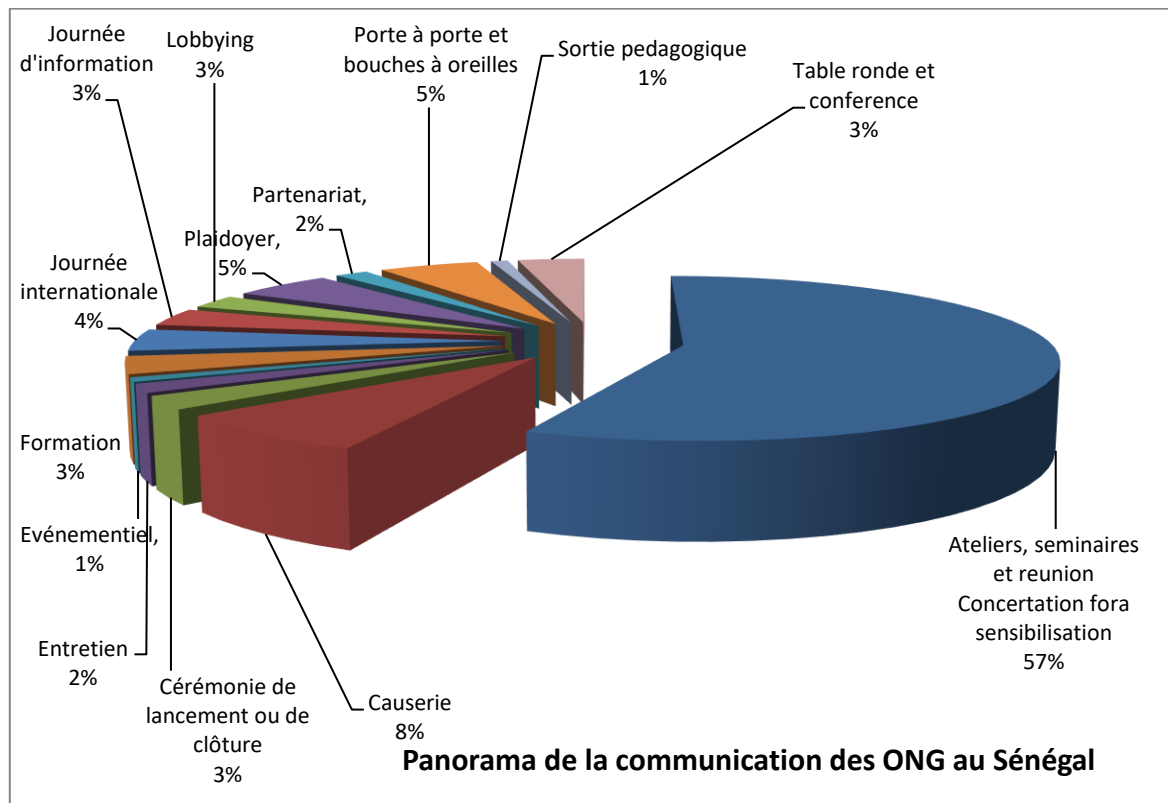


Figure 32 Panorama : Moyens, canaux et supports de communication des ONG Internationales au Sénégal

Si l'on se réfère aux résultats (panorama de la communication des ONG) ci-dessus, on peut considérer que 57% des activités des ONG correspondent à une communication directe dite interpersonnelle. Mais il y a ici une possibilité de montrer que les paradoxes cachés par ce chiffre et ce concept sont nombreux : cette communication certes dite interpersonnelle se passe essentiellement en milieu urbain (Dakar), à travers les médias, séminaires et loin des vrais bénéficiaires.

Cette forme de communication se traduit surtout par une juxtaposition de séminaires et de conférences budgétivores ici dénoncées par l'ancien Président du Sénégal, Me Abdoulaye Wade, lors de son intervention au siège des Nations Unis en 2009. Cette critique ouverte à l'égard de la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) pour ses nombreux séminaires et experts trop couteux pour l'Afrique « *doivent cesser* (Rts 2009) ». Elle pose en même temps le problème de l'implication des populations bénéficiaires dans les

décisions qui les concernent. Il conclut en effet en disant « *ne nous ramenez pas une institution qui va faire ses essais pendant 8 ans ou 10 ans pour qu'on dise ça n'a pas marché ; consultez-nous [...] et demandez-nous ce que nous proposons...* (Rts 2009) ».

En effet, l'hyperactivité des ONG dans les médias, peut cacher bien d'autres motivations et des stratégies. Parmi ces dernières, on peut citer, l'influence des leaders d'opinion, la construction de représentations, le renforcement des stéréotypes et l'importation de modèles et normes occidentaux dans un contexte africain...

A quel rythme ?

Il était important de déterminer la périodicité des la communication des ONG. En effet si 81,4% des communication se font de manière ponctuelle, l'on peut se demander si l'absence de régularité ne pose pas un problème de cohérence.

Dans le principe toutes formes de communication qui souhaitent apporter des changements de comportements devraient s'inscrire dans une régularité au vu des nombreuses résistances qui existent et se renforcent souvent au gré des incompréhensions grandissantes.

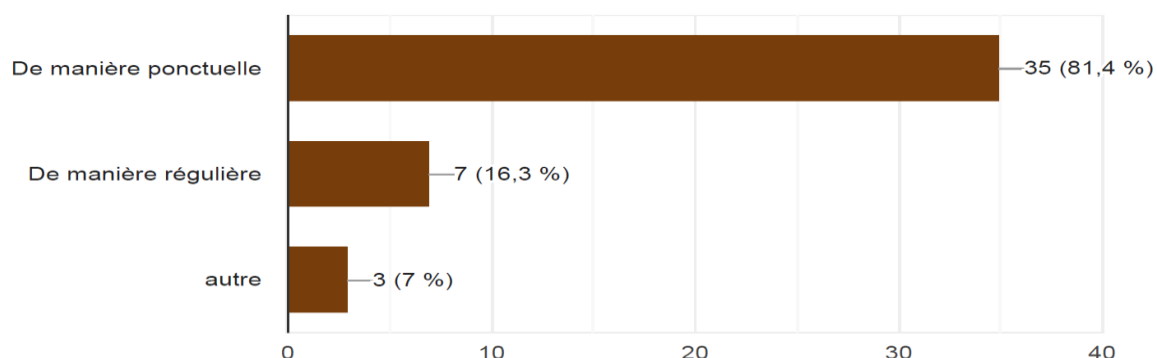


Figure 33 régularité des actions de communication

Le choix de communiquer de manière ponctuelle semble interroger. Cependant ce résultat continue à conforter les choix opérés par les ONG dans leur communication d'être présent dans l'évènementiel plutôt que dans une interaction dynamique.

Les différentes journées internationales (journée de la femme, journée de l'enfant...) sont devenues des marronniers qui structurent la communication des ONG internationales sur le terrain. L'occasion reste un moment de communication les problématiques, de lancer des alertes et de renforcer leur notoriété et leur visibilité.

Ces moments semblent être des étapes privilégiées pour un repositionnement sur le terrain mais aussi d'affirmation des valeurs défendues.

Quel est leur rayon d'action sur le territoire ?

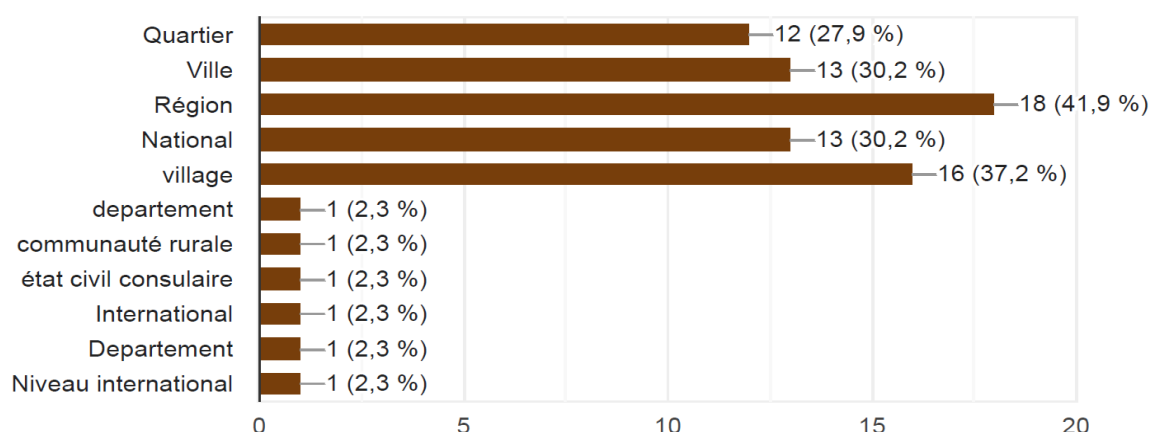


Figure 34 Territoires des Communications

Les activités des ONG tournent souvent selon les résultats au niveau de la région. Les villages semblent privilégiés dans la communication du fait qu'ils constituent souvent le terrain d'application des programmes et projets proposés.

Le choix des villes s'explique en partie par l'existence de moyens et de commodités susceptibles de faciliter la vie des acteurs transnationaux souvent.

Préciser les personnes qui s'occupent de la communication dans ces ONG ?

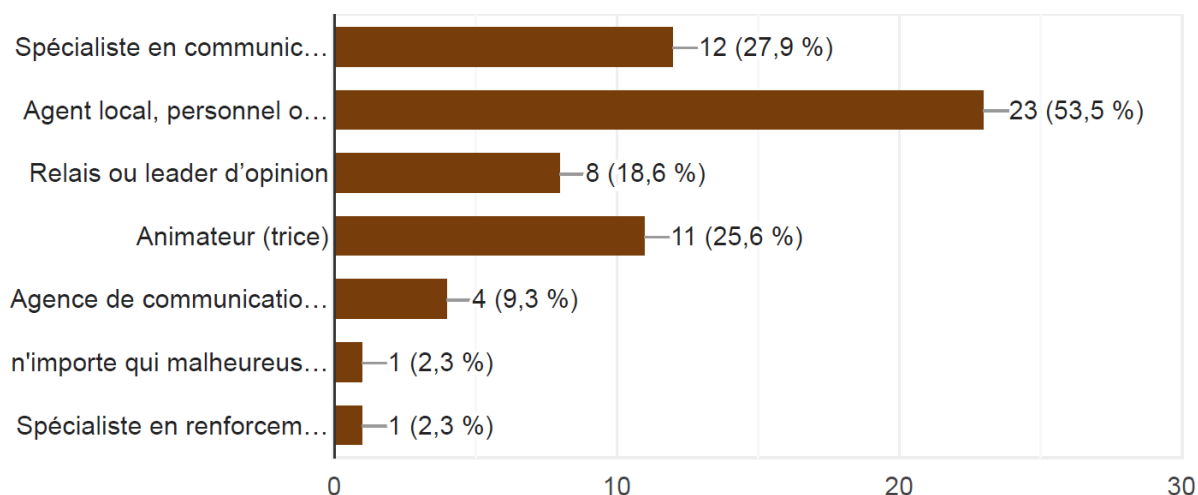


Figure 35 personnes qui s'occupent de la communication des ONG

La communication des ONG est généralement gérée par les agents locaux ou le personnel de l'ONG. La particularité reste le fait qu'ils n'ont pas souvent d'agent spécialisé en communication du fait de l'absence de formations.

Si non ? préciser qui s'occupe ?

- Une équipe parfois composée du Responsable du Projet et de ses quelques collaborateurs directement concernés par le Thème
- Il faut préciser que tous ces acteurs cités participent à relayer l'information chacun sur son terrain d'action.
- Spécialiste en communication et Leader d'opinion
- Secrétaire et le secrétaire Général adjoint
- L'équipe est composée d'une spécialiste en communication et de deux journalistes mais qui ont aussi des notions en communication
- il y a en plus les relais
- Louma si kham? Tout ce que je sais c'est qu'elles intervenaient
- Toute l'équipe

Comment se déroulent les activités de communication ?

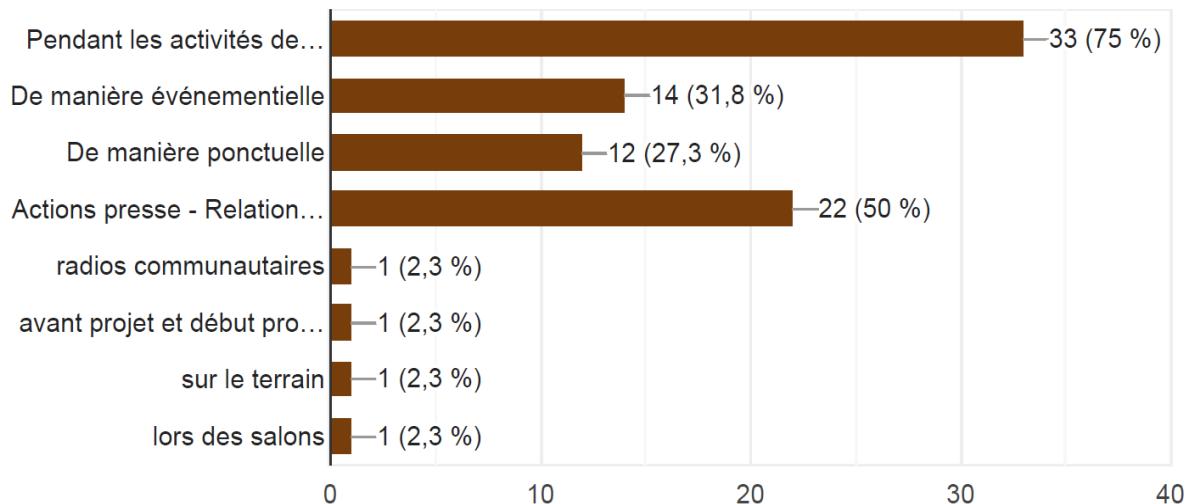


Figure 36 déroulement des activités de communication

Les activités se déroulent principalement pendant les actions proposées ou événements organisés par les ONG internationales. 75 % des répondants estime que les activités se font particulièrement pendant les activités du projet c'est qui inscrit une forme de ponctualité dans le temps mais qui ne nécessite pas forcément de régularité puisque les activités dépendent des événements que vous vivrez l'organisation.

Il faut noter que les actions de presse sont principalement privilégiées dans le cadre de la communication.

Près de 50 % des activités passent par la relation presse.

Les répondants précisent le déroulement des activités de communication

- Les activités de communication sont généralement motivées par la menace externe qui pèse sur le système ou les avantages de la corporation.
- Contractualisation avec des consultants/prestataires, insertions publicitaires dans la presse, spots télévisés etc.
- Si elles ont un événement, en plus des publicités dans les médias, il y a les demandes de couverture envoyées aux rédactions entre autres.
- Journées
- Il s'agit d'activités de plaidoyer ciblées
- Toutes les activités se déroulent selon un plan d'actions établi
- A l'approche d'un événement ou une tournée avec un artiste, l'équipe de communication invite la presse pour une conférence. Durant les projets, des spots radios ou télé sont lancés.
- Sur le terrain la communication est continuelle dans ces différentes phases.
- Sans une réelle implication des publics concernés.

Quels sont les obstacles qui se posent à la communication ?

Concernant les obstacles à la communication des ONG internationales, on peut noter que 53 % des répondants estiment que la méfiance des populations reste le plus grand obstacle.

Si cet obstacle majeur est reconnu comme un handicap par rapport à la communication des ONG, il faut noter que le manque d'implication des populations et la non-prise en compte de la culture locale estimés à 46 % constituent les deux plus grands obstacles à la communication de ces organisations.

La culture reste un élément important à la fois dans la prise en compte des besoins mais aussi dans la compréhension des bénéficiaires et des choix à proposer pour une meilleure prise en compte des problèmes de terrain.

À cela s'ajoute le manque de communication sur le terrain c'est-à-dire la faiblesse des interactions avec les populations bénéficiaires. Il faut noter que le choix des supports est un obstacle à la communication, puisque celle-ci est parfois inadéquate voire inappropriée.

Deux éléments importants clôturent cette partie puisqu'il s'agit de noter la faible implication des populations mais aussi de l'esprit d'entreprise dans lequel les ONG opèrent et qui ne semble pas être en adéquation avec les modes de fonctionnement et de pensée des bénéficiaires. Le manque d'implication des populations est estimé à 23% tandis que l'obstacle généré par l'esprit d'entreprise et de pensée est évalué à hauteur de 11% des répondants.

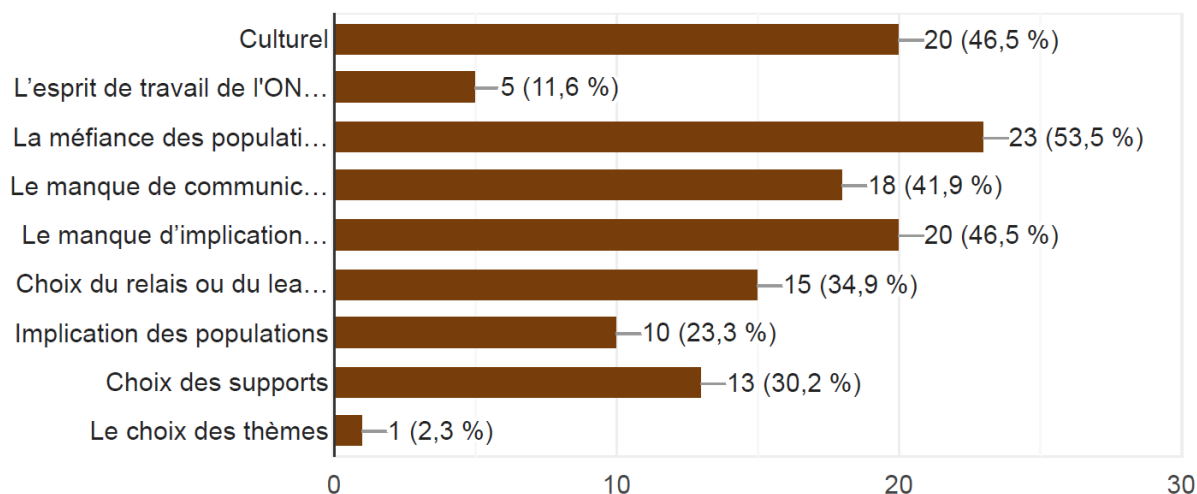


Figure 37 obstacles à la com

Précisez d'autres obstacles que vous avez identifié ?

- Beaucoup d'ONG tentent parfois d'imposer leur vision des choses aux populations sans tenir compte de leurs spécificités socio-culturelles. Des thèmes comme l'arrêt des mariages précoces, la planification familiale sont sensibles chez certaines populations. Or certaines ONG ont tendance à les aborder frontalement et les populations ont tendance à se renfermer.
- Favoritisme vis à vis de la population
- La constance de la communication. Il ne faudrait pas attendre qu'une filière, qu'un secteur soit menacé (par exemple le foncier et le projet Senhuile/Senethanol ou encore la demande d'ouverture des frontières aux importations de poulets américains ou brésiliens) pour mener la contre-offensive. Autrement dit, la communication doit être proactive.
- Parfois les manières dirigistes et le manque de maîtrise de la sociologie du terroir par les animateurs et même des Responsables
- Généralement les obstacles sont financiers
- Le choix du prestataire ou consultant et des thèmes de communication
- A la première venue les populations ne croient pas trop aux promesses des ONG car disent-elles la plupart des ONG passent pour faire des enquêtes et puis plus rien. C'est pourquoi maintenant les ONG ont tendance à s'accompagner des agents de l'administration pour crédibiliser leurs actions
- Je trouve que parfois, les ONG ont tendance à s'attacher les services de personnes qui ne maîtrisent pas trop les réalités du terrain. Par exemple, pour une intervention en zone rurale, ils vont prendre des citoyens qui vont se retrouver dans une zone qu'il ne maîtrise. Même s'ils arrivent à s'intégrer, de mon point de vue ils ne pourront pas saisir tous les enjeux. On peut facilement leur cacher des informations importantes, les induire en erreur, etc.
- Les populations intègrent difficilement la réalité que leur communique l'ONG : la pérennisation du développement est de leur ressort.
- Non identifié

- Fiabilité dans la distribution des denrées par le manque de communication sur la façon de distribuer
- La dispersion de l'habitat rural associée à la faiblesse des moyens de communication (certains endroits mal desservis
- Beaucoup d'ONG tentent parfois d'imposer leur vision des choses aux populations sans tenir compte de leurs spécificités socio-culturelles. Des thèmes comme l'arrêt des mariages précoces, la planification familiale sont sensibles chez certaines populations. Or certaines ONG ont tendance à les aborder frontalement et les populations ont tendance à se renfermer.
- Le manque d'implication des populations est lié souvent par leurs croyances culturelles, traditionnelles ou religieuses.
- Manque d'organisation
- Langues et supports utilisés. Inadéquation et inadaptation.
- Non recrutement de professionnel de la communication
- Non prise en compte des us et coutumes des populations locales
- Des obstacles conjoncturels liés à des conflits (l'exemple de la Casamance).

Pourquoi les ONG ne réussissent pas leur communication en Afrique ?

Dans la logique de la question précédente, on peut noter que 3 raisons expliquent l'échec de la communication des ONG internationales en Afrique.

La première raison est l'analphabétisme des populations bénéficiaires. En effet 63,6% des répondants estiment que l'analphabétisme favorise l'échec ou l'impossibilité de mener une communication avec les populations. Si l'on considère que la plupart des supports sont édités en Français alors que le plus grand nombre de bénéficiaires est analphabète, il fallait des lors adapter la communication pour permettre un échange adéquat.

La deuxième raison est le manque de concertation (56,8%) avec les populations bénéficiaires. Elle est révélatrice du fonctionnement des ONG internationales qui préfèrent avoir des interlocuteurs qui ne sont pas souvent représentatifs ou mandatés par les populations. En considérant la vision que les ONG ont des leaders d'opinion, elles dénaturent les relations et les contacts possible pour une prise en charge au près des questions de terrains. Cette situation montre que les ONG considèrent que certains acteurs comme des représentants légaux sans prendre la mesure de vérifier s'ils ont réellement représentatifs.

En ne corrigeant pas ce fonctionnement, il encourage les courtiers du développement à prendre des rôles, des missions et des places que les vrais bénéficiaires auraient pu occuper légitimement.

La troisième raison est celle de la non prise en compte de la culture locale. 59,1 % des répondants estiment que la culture des bénéficiaires n'est pas prise en compte dans les actions d'aides. Ce qui explique en partie la faible participation des populations aux actions proposées.

Ce graphique ci-après montre aussi d'autres points qui favorisent l'échec de la communication en direction des populations bénéficiaires : l'imposition de projets sans demander l'avis des bénéficiaires (47,7%), l'intervention des ONG auprès des mêmes cibles et la non-prise en compte des aspirations de la population estimées à 43,2%, la focalisation des actions de communication au niveau de la presse à 34,1%, le manque de concertation entre les différentes ONG sur le terrain à 56,8% et la faible participation des populations (52,3%)

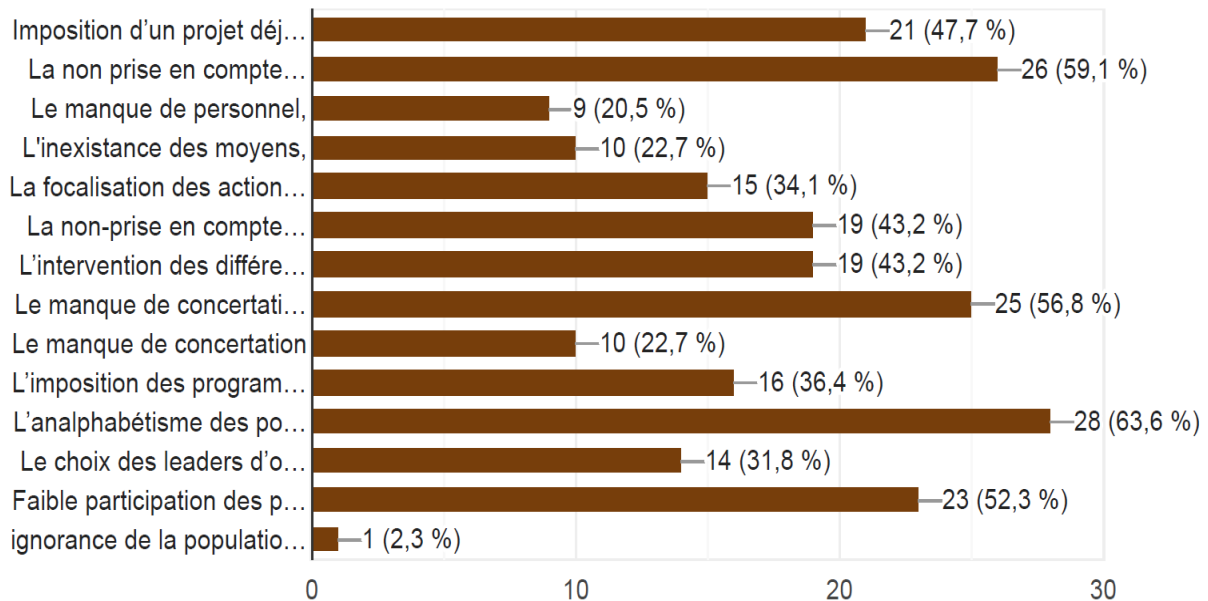


Figure 38 raisons de l'échec des ONG

Autres facteurs d'échec précisés par les répondants :

- Bon nombre d'ONG ont tendance à chercher à vaincre les populations cibles et non à les convaincre.
- La communication n'est pas importante pour les ONG : ce qui les intéresse est de lever des fonds et de les utiliser... sans devoir rendre compte à l'état ou à leurs bailleurs. Ce sont de véritables courtiers du sous-développement
- Problème de discrédit, plusieurs projets sont mis en marche et ils n'arrivent pas au bout, bref un problème de crédibilité et de cohérence entre ce qu'ils proposent ce qu'ils disent et ce qui se fait après.
- Le manque de budget dédié à la communication et au plaidoyer
- Les leaders d'opinion (étant le plus souvent engagés sur le plan politique) mélangent bien souvent leur rôle humanitaire avec des actions politiques ce qui jouent le plus souvent en défaveur de la réussite des objectifs des ONG.
- L'absence d'études, d'enquêtes préalables avant le lancement du projet
- Les intermédiaires entre les ONG et les populations

- Souvent ce sont des nostalgiques de l'Afrique qui arrivent sans leurs casses coloniaux avec un ego surdimensionné Ces gens-là n'ont aucune envie et aucun moyen humain de se mettre à la portée des populations pour ne serait-ce qu'écouter.
- L'accaparement des moyens de communication par des non-spécialistes.
- Le contrôle
- Manque de suivi des projets antérieurement réalisés.
- Manque de suivi-évaluation

Dicte-t-elle des valeurs et une conduite à tenir ?

Cette question mérite une lecture particulière puisqu'il intègre des dimensions différentes, une vision et des pratiques différentes. Cette situation qui indique les ONG à 86% dicte des valeurs et des conduites découlent du fait qu'elles sont à la fois détenteur des aides et dons mais aussi de la manière dont cet apport devrait être utilisé. Ces valeurs, bien que parfois universelle se confrontent à la réalité culturelle et locale différentes.

Cependant près de 20% pensent qu'elles ne dictent pas des valeurs. Ce résultat semble confirmer la capacité d'adaptation de certaines ONG internationales dans un terrain culturel différent.

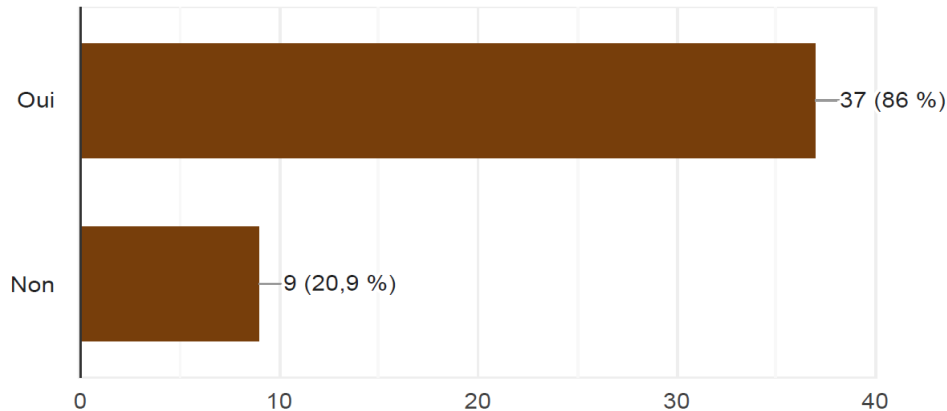


Figure 39 valeurs véhiculées par les ONG

Précisez les conduites à tenir

- Bien qu'ils ne font pas siennes ces valeurs !!!
- En voulant dérouler un programme que ne s'approprient pas les populations
- La transparence est de mise, tout projet qui est mis en marche est supervisé par deux personnes de l'ONG. Les réunions de feedback sont très importantes.
- Qualité des actions, des produits ou services
- Le plus souvent ce sont des thèmes développés
- Les ONG aiment se poser en donneur de leçons, ce qui peut provoquer un rejet

- Mais les leaders d'opinion au sein des communautés sont les relais des ONG auprès des populations. Cependant ils sont très souvent prêts à faire des détournements d'objectifs pour atteindre leur desseins politiques.
- Gestion inclusive
- Bonne gouvernance
- L'utilisation du matériel offert, donneur de leçons
- Je ne comprends pas la question
- Un vecteur de changement doit apparaître comme le premier élément de démonstration par son attitude et son exemple pour susciter le désir de changement
- Le manque de confiance envers les populations surtout du côté financier et matériel. Pour faire prospérer la culture d'intendance, il faut y aller doucement ce que beaucoup ne comprennent pas. Ce n'est pas l'argent qui va pousser certains notables à adhérer aux politiques des ONG
- Proposition d'activité sans concertation avec les populations
- On sent toujours que tout n'est pas dit.
- Elles donnaient des consignes à respecter assez souvent
- Oui : édicition de conduites à tenir. Non : Absence de suivi."
- Les Règles de transparence qui ne s'adaptent pas toujours forcément avec le contexte local
- Le devoir de rendre compte, les contrôles.
- La bonne gestion et la transparence sont devenues des paradigmes très importants pour les ONGI dont les financements par des Etats, fondations ou tierce personne sont assujettis à ces conditions.
- La gestion rigoureuse des fonds impartis est toujours de mise. Ils sont trop regardant la déçu avec des justifications de l'ensemble des dépenses effectuées
- Implication des populations, la reddition des comptes la redevabilité
- Les mêmes valeurs et les conduites qu'en Occident.

S'adaptent-elles au contexte local ?

Sur cette question les réponses semblent montrer un équilibre puisque 52% des répondants estiment que les ONG internationales s'adaptent au contexte local.

Cependant 50% estiment qu'elles ne s'adaptent pas. Et cela laisse penser à une forme de feuille de route à dérouler sans forcément qu'un retour soit attendu. Cela implique que les ONG estiment ce qui est bien pour les populations et qu'elles doivent l'amener sans difficulté.

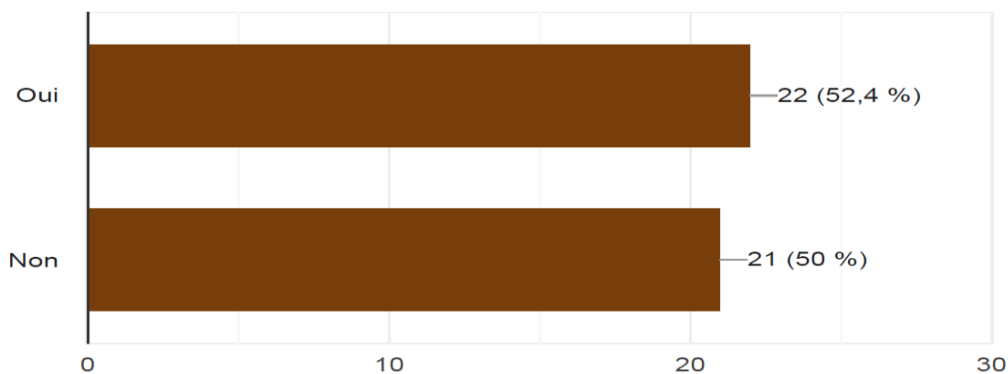


Figure 40 adaptation au contexte local

L'adaptation au contexte local devrait être une nécessité pour tous les acteurs du développement y compris les ONG internationales. La démarche incluse permet à la fois de comprendre les difficultés, les faiblesses mais surtout les attentes de bénéficiaires.

Cette démarche permet aussi d'établir une interaction et des échanges constructives dans le but de continuer à proposer un bien-être et dans le but de continuer à être dans une posture collaborative.

Quelle est la perception ou l'image que les populations ont des ONG ?

L'image d'une ONG est souvent associée à sa notoriété, ses actions. L'ensemble des activités auprès des bénéficiaires permet d'affiner l'image acquise. En effet 67,4% reconnaissent le caractère humanitaire de leur action. Cependant, près de 51% des répondants estiment que les ONG Internationales sont des donneurs de leçon. Ce qui conforte le résultat ci-dessus qui indiquent qu'elles ne semblent pas s'adapter au contexte local.

Elle arrive avec un savoir-faire qui ne facilite pas la remise en question, les questionnements,

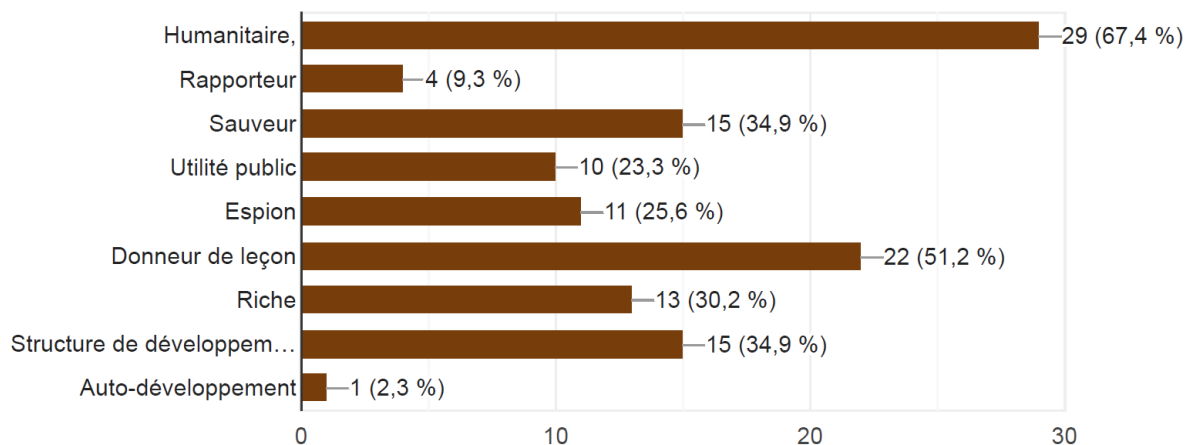


Figure 41 perception des populations

La qualification de riche et de structures de développement est aussi attribuée aux ONG Internationales. A cela une connotation négative : celui « d'espion » ou de « rapporteur ». A travers ces deux vocales, l'on peut s'imaginer l'augmentation de la méfiance que cela peut apporter même si l'image d'une structure d'utilité public est accordée aux ONG internationales.

Les répondants précisent leurs perceptions des ONG internationales

- Les ONG sont en Afrique pour s'enrichir elles-mêmes mais ne développeront pas l'Afrique !
- Elles profitent de la pauvreté et de la misère, c'est souvent la conclusion des populations
- Etant dans la promotion et le développement des produits agricoles et agroalimentaires, l'ONG est perçue par les populations comme une structure d'appui au développement.
- Les ONG nous observent comme des animaux, nous espionnent, donnent une mauvaise image, nous infantilisent entre autres. Elles ont beaucoup d'argent qu'elles doivent à tout prix dépenser. On pense que c'est cela leur but. Les gens veulent être impliqués juste pour avoir des sous
- Elle voit les ONG comme des porteurs de changements.
- Philanthropes
- Les ONG sont perçues comme des sauveurs car elles ne trouvent aucune stratégie de lutte contre la pauvreté sur le terrain.
- Éducatif
- Si les blancs s'intéressent à nous c'est qu'ils ont échoué avec les leurs, alors nous on fait semblant pour le respect mais au fond ce n'est pas nous qu'ils servent, c'est leur ego et leurs intérêts "Parole de mali durant mon séjour au Mali.
- Au début, les populations sont méfiantes parce que les ONG sont vues comme des espionnes envoyées par l'occident. L'autre aspect, est que les ONG sont là pour pousser les populations à abandonner leur culture ou mœurs ou piller les biens naturels, etc.
- Je parle des populations de mon village natal. Sinon beaucoup de mes amis, à tort ou à raison, voient dans les ONG occidentales des néocolonialistes habillés en humanitaires.
- Les populations ont une bonne perception sauf qu'elles veulent souvent trop en profiter.
- Les interventions des ONGI dans les domaines de la santé, du développement, etc. sont jugés bénéfiques par les populations qui après des expériences réussies peuvent adhérer aux interventions de ces dernières. Cependant, il peut parfois y avoir des obstacles liés au manque d'information ou à des rumeurs négatives véhiculées par des personnes qui soit n'ont pas bien compris, soit ne sont pas directement intéressées par le projet
- Parce Qu'elles n'ont qu'un soucis leur survie.

Selon vous les maux liés à la perception négative peuvent-ils se résoudre avec la communication ?

La communication est considérée comme une solution puisqu'elle semble pouvoir corriger les perception négative.

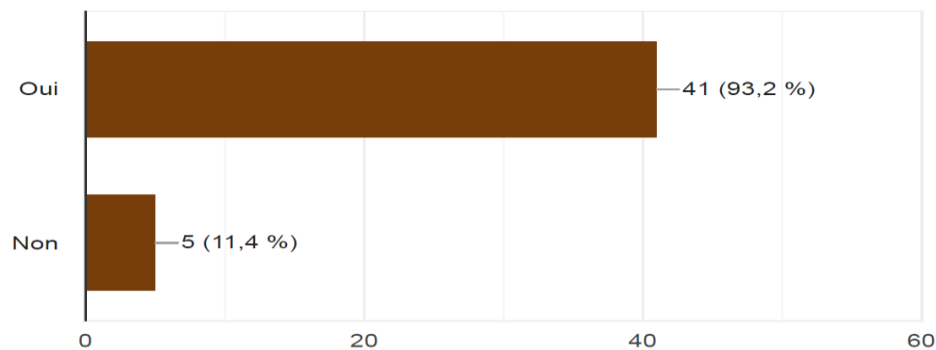


Figure 42 maux liés à la perception négative

Autres résolutions pour prévenir la perception négative.

- Meilleure communication, meilleure implication et responsabilisation des populations en vue d'une autonomisation et une pérennisation
- La communication mais surtout la réorganisation des ONG mêmes dans leur fonctionnement.
- En partie seulement pour améliorer la perception qu'en ont les cibles mais je pense que c'est par l'audit externe par une entité indépendante que leurs actions seront mieux évaluées !
- Une bonne communication est la clé de réussite de tout Projet de développement en Afrique. Seulement, le rythme d'exécution des activités devra être programmé par les populations elles-mêmes
- La communication est la clé pour résoudre beaucoup de problème, il suffit de savoir l'utiliser tout simplement et certaines ONG s'en sont rendu compte.
- Par la concertation et l'amélioration de la communication vers les cibles
- Une bonne communication élaborée par des professionnels peut aider à résoudre la perception négative qu'ont les populations vis à vis des ONG
- La communication est la base tout
- Si les ONG faisaient preuve d'un peu plus d'humilité, et enrobez les critiques qu'elles font diplomatiquement, elles peuvent assurément avoir des préjugés plus favorables.
- Car c'est de cette façon que les non-dits et les incompréhensions diminueront.
- Participation des communautés à l'identification des activités à mener pour une meilleure appropriation de ces dernières
- Les populations rurales ont juste besoin d'être impliquées pour cela des rencontres régulières avec les leaders sociaux sont à privilégier.
- Simplicité, humanité, compétence

- En communiquant mieux après adaptation du discours au contexte local et en se comportant comme un exemple (i.e., le personnel)
- La communication mais surtout la réorganisation des ONG mêmes dans leur fonctionnement.
- Il faut responsabiliser certains habitants de la localité après avoir détecté les leaders d'opinion. Il faut d'abord rencontrer les chefs de village, de quartier et guides religieux ou chefs coutumiers
- Une bonne communication et des échanges sur les désirs des populations
- Il faut une plus grande implication des ONG par l'action, changer d'approche
- Si elle n'est pas inscrite dans la culture locale elle est inutile.
- Oui et non. Tout dépend de l'interlocuteur.
- Mais ce sera très difficile. Les populations n'ont que des idées arrêtées et des attitudes et comportements difficiles à changer.
- L'un des objectifs de la communication est surtout de jouer sur les perceptions. il est important de travailler à implémenter une perception positive du projet soumis aux populations. La communication doit travailler ainsi à ressortir les aspects positifs du projet ainsi que le gain que pourrait tirer la population dans l'effectivité du projet.
- La communication est primordiale pour accorder les violons dans ce domaine. Une bonne communication balise le terrain en ce sens que les incompréhensions sont levées dès le début et l'image de l'institut est réhaussée
- Quand on a une perception négative de soi, on a du mal à se projeter.

Quels supports les ONG utilisent dans le cadre de votre communication ?

Plusieurs supports sont utilisés pour communiquer avec les populations. Les brochures et dépliants (81%) semblent déterminer le choix du modèle de communication des ONG internationales. Ce choix d'utiliser ce support écrit face à une population analphabète interroge beaucoup puisque les messages contenus dans ces documents semblent inaccessibles pour les populations bénéficiaires. Le deuxième choix porte sur la presse. En effet 54,8% des répondants indiquent que ce support est utilisé par les ONG.

Les réseaux sociaux et les sites web qui sont deux supports numériques semblent être dans la liste des supports les plus utilisés pour communiquer. Ils servent souvent de moyens de présentation des missions, des convictions, des motivations et des objectifs.

Quant aux réseaux sociaux numériques, ils servent souvent dans le recrutement et la vulgarisation des actions réalisées.

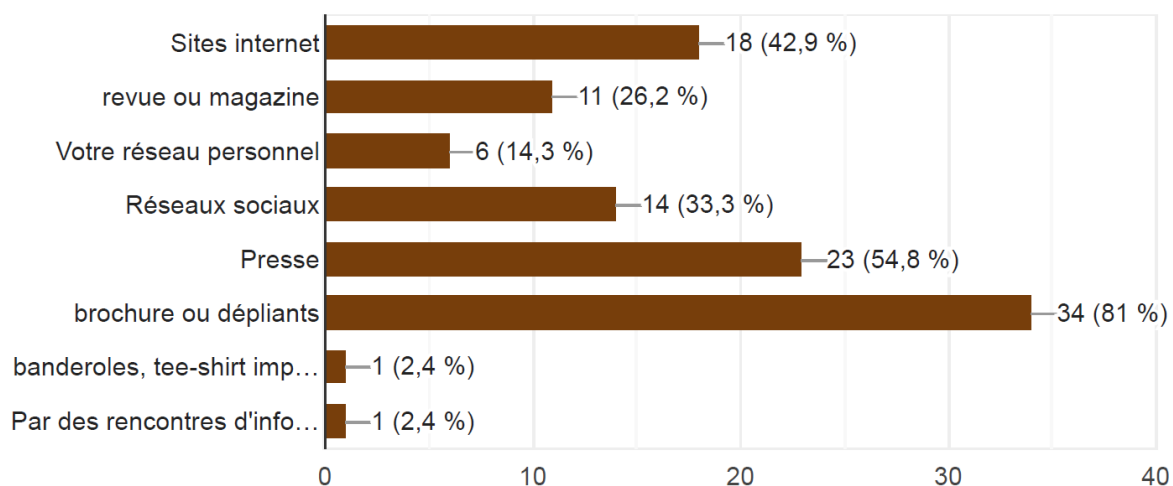


Figure 43 supports utilisés par les ONG

D'autres supports sont utilisés dans la communication des ONG internationales.

- Campagne avec banderoles, T-Shirts, Casquettes, et autres objets publicitaires
- Télévision
- Affiches
- Rencontres avec les Relais Sociaux (Imams, Chefs coutumiers, etc)
- Fora et rencontre dans les quartiers
- Organiser dans émissions dans les radios communautaires, danses traditionnelles. Favoriser la mise sur pied d'amicales d'étudiants et d'élèves ou clubs d'enfants
- Bouche à oreille
- Radios communautaires, télévision
- La culture

ENQUETE N°2

I.1.2. Les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique : le cas du Sénégal

33 réponses

Cette seconde enquête est menée auprès de professionnels de la communication mais aussi d'acteurs avertis de la société qui analysent souvent les situations au-delà de ce qui est montré ou aperçu. Dans c'est dans sens que les chargés de communication et les directeur ou chefs de projets occupent une place importante dans cette enquête. Ils étaient principalement visés puisqu'ils peuvent apporter des éléments concrets de leurs pratiques, de leurs difficultés... l'étude permet aussi de comprendre leur choix mais aussi les limites observables.

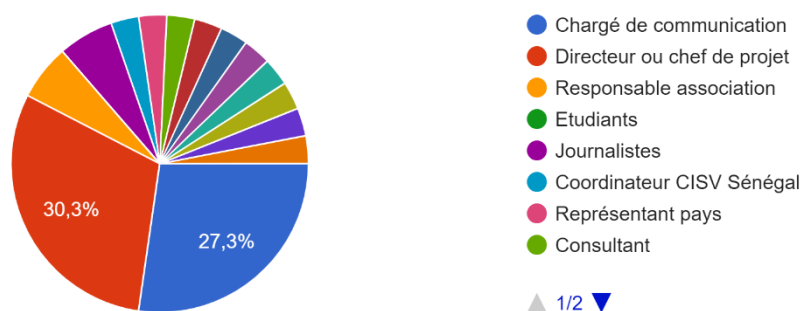


Figure 44 répondants obstacles

• CISV	• Sunugal Sénégal	• Vétérinaires Sans Frontières
• GRET	• Village Pilote	• ISDBC (Initiative Sénégalais pour la Distribution à Base Communautaire)
• Aminou DIOP	• Aide et Action	• MAIS
• Renken	• Plateforme ANE	• VECO WEST AFRICA-DAKAR
• Handicap International	• O.M.S	• Agronomes et Vétérinaires sans frontières (AVSF)
• Rencontre des médecines	• YMCA Sénégal	• CPS (Communauté Promotion et Développement)
• CADIP/F	• YES Sénégal	• Association Eau Vive
• EAU VIVE	• Ircod	• Alliance Nationale Contre le Sida (ANCS)
• MédiaDevAfrica	• Anonyme	• Pharmacie Nationale d'Approvisionnement
• ADG	• Fahamu Africa	• All Africa Global Médias

• ASODIA	• Gorée Institute	• Coordination Nationale des Organisations Paysannes du Mali (CNOP MALI)
----------	-------------------	--

Tableau 7 ONGT étudiées

Nombre de salariés

Il faut noter que la plupart des ONG internationales a un personnel réduit. En effet, 60% d'entre elles comptent entre 1 à 20 salariés. Tandis que les 30% des répondants travaillent dans des structures qui ont entre 20 et 100 personnes.

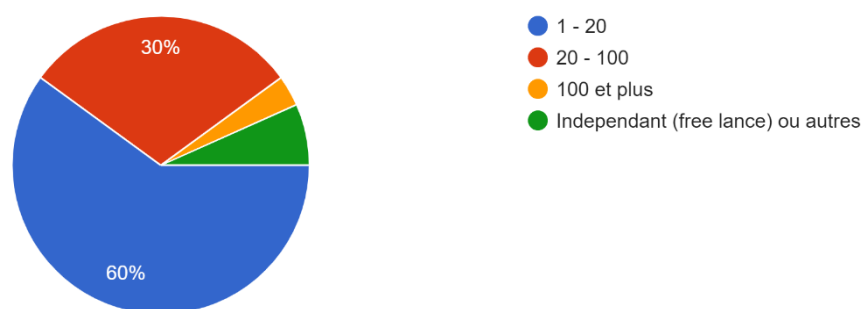


Figure 45 nombre de salariés

Types d'activités proposées

Une grande majorité œuvre dans le développement à hauteur de 51% et 30,3% interviennent dans le domaine du social. Cependant la question de la santé occupe une place importante et inconditionnelle.

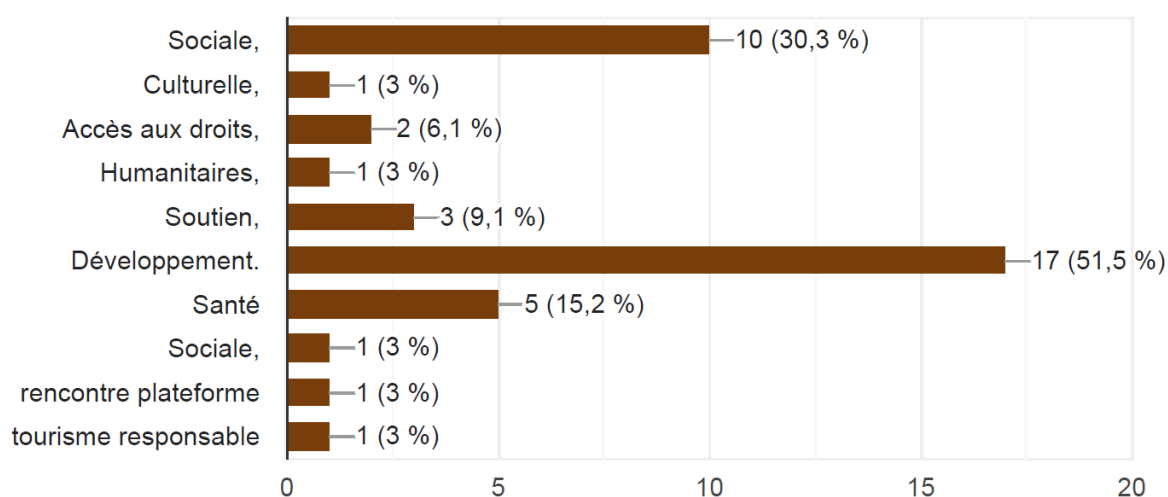


Figure 46 types d'activités proposées

Sur l'ensemble des structures répondants, un grand nombre intervient dans les régions du Sénégal et en particulier dans les régions étudiées. En citant quelques-unes, on arrive à montrer la répartition territoriale qui existe à travers les données suivantes.

A cet effet on peut noter par exemple de réponses proposées par les répondants sur la présentation de leur organisation :

- La CISV œuvre au Sénégal depuis 1988. Intervient dans les régions de Louga, Saint Louis, Fatick et Ziguinchor avec des programmes d'appui aux organisations de bases.
- Action de solidarité internationale recouvrant des expertises courtes. Etudes et des projets de terrain. Le Gret possède également des éditions et publie régulièrement des ouvrages en ligne.
- Lutte contre le VIH sida et les IST. Elle Utilisation de la communication comme moyen d'action et d'information à l'action Activités d'information et de sensibilisation afin de faire comprendre, faire adhérer et faire agir
- Sécurité alimentaire, éducation, coopération décentralisée, agriculture saine et durable.
- L'association intervient sur l'éducation, alphabétisation et genre, scolarisation des jeunes en déperdition scolaire, pire forme des talibés, centre d'écoute et formation professionnel des talibés
- Réflexion sur les politiques public, renforcement de capacités, plaidoyer
- ONG Belge basée au Sénégal depuis 1990 intervenant dans le domaine du développement des filières agricoles durables (filières Riz, Sésame, Fonio, Banane)
- Santé et réadaptation auprès des personnes handicapées (PH), - Insertion sociale et professionnelle auprès des PH, Plaidoyer pour les droits, l'égalité et la citoyenneté des PH, Plaidoyer auprès des institutions pour un développement local inclusif, Activités d'enquêtes non techniques et techniques en Casamance pour une cartographie des zones minées.
- Santé, développement socio culturel, Médecine traditionnelle sociale
- Soutien aux enfants, santé sociale, la formation de base et professionnelle, tourisme responsable
- Nous voulons impulser le développement à la base par le canal de l'information et la communication de masse. A ce propos nous avons **créé deux radios communautaires** à linkinger fouladou fm 87.7 et à wassadou pathiana fm 91.4 ; Aider à conscientiser les masses. Nous menons des activités de sensibilisation auprès des population sur la préservation de la nature, la lutte contre la déforestation, la protection des droits humains, le leadership féminin, l'approche genre
- YES a lancé une campagne décennale 2002 2012 pour mettre la question de l'emploi des jeunes à l'ordre du jour de l'agenda mondial. Il s'efforce à aider les jeunes à avoir un emploi décent.
- Les principaux domaines d'intervention d'Eau Vive sont : l'hydraulique (eau potable), l'assainissement, le renforcement des capacités locales, la santé, l'éducation, la production.
- Eau Vive a pour objet de soutenir le développement des collectivités locales du Sahel dans leurs projets concernant l'approvisionnement en eau et son utilisation,

- Notre mission Renforcer les capacités du secteur communautaire (ONG, OCB, GPF, Associations de PVVIH et Organisations de la société civile) engagé ou désirant s'engager dans la lutte contre le Sida au Sénégal.
- Coopération décentralisée
- Communication pour le Développement
- Recherche sur la population
- Développement et information
- Soutien des mouvements sociaux pour la justice sociale
- Agriculture
- Gorée Institute œuvre pour la Démocratie, le Développement et la Culture en Afrique

Public touché par votre action ou les différents partenaires avec lesquels vous travaillez régulièrement.

Les ONG travaillent souvent avec les populations rurales (84%), les associations (65%) et les collectivités rurales (65%). Cet ancrage ici démontre la place qu'occupe les personnes en difficultés dans les stratégies de communication des ONG. On peut aussi dire que l'intervention des ONG dans des domaines spécifiques comme l'université et les structures culturelles est à relever.

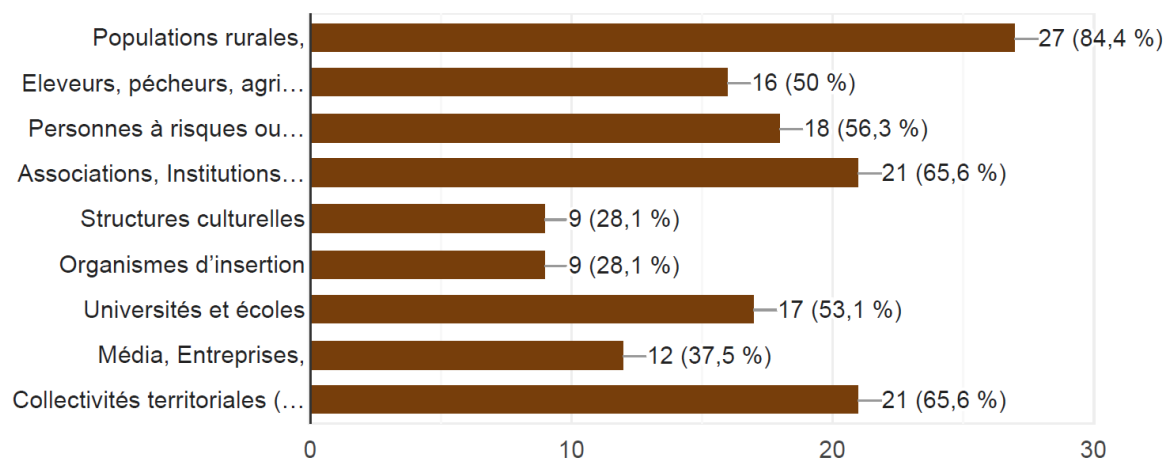


Figure 47 publics touchés

La description ci-après des cibles montre la diversité des profils et du public touché

- « Nous travaillons sur les personnes vulnérables dans un contexte de post conflit
- Capitalisation des actions entreprises par Etat et par les organisations socio professionnelles en directions de différentes cibles, publics notamment les femmes et les jeunes, les producteurs spécialisés dans telles ou telles spéculation
- L'association travaille avec des conventions de partenariat avec des structures
- Organisations professionnelles, syndicat, ONG et fédérations des plates formes et organisations

- Touristes (pour le traitement anti-paludisme), Journée médicale gratuite
- Focus sur les jeunes
- Dans le domaine des activités liées au tourisme responsable et intégré coopérer avec le GIE du territoire. En ce qui concerne les projets en cours sont impliqués d'autres partenaires au niveau institutionnel.
- Le réseau Yes est composé par les parties prenantes qui travaillent à résoudre la question du chômage des jeunes. L'état, les ONG, les associations de jeunes le composent.
- Au Sénégal, Eau Vive appuie en particulier les Communautés rurales
- Au Sénégal, Eau Vive a appuyé plus de 300 communautés villageoises appartenant à huit (8) régions du pays (Louga, Thiès, Diourbel, Fatick, Kaolack, Kaffrine, Tambacounda et Kédougou) avec plus de 300 actions de développement portant essentiellement sur le renforcement des capacités des acteurs locaux et sur la réalisation de puits, de forages et systèmes d'exhaure, de châteaux d'eau, d'adductions d'eau, de latrines, de cases de santé, de salles de classe, l'installation de moulins à céréales, le micro-crédit, la mise en place de jardins maraîchers, etc.
- Fahamu contribue à la Formation en offrant des cours aux universitaires Fahamu soutient l'insertion et les droits des groupes marginalisés (VIH, etc) Pambazuka, pilier information de Fahamu, est la partie la plus connue de l'organisation »

A quelles activités de communication participez-vous ou menez-vous ?

Sur une proposition de quatre éléments où l'interaction est recherchée (Sensibilisation, fora, concertation, lobbying), l'étude a tenté de savoir si de manière régulière, les ONG tenaient leurs activités de communication dans une dynamique ponctuelle ou régulière.

L'étude révèle que ces activités citées se tiennent de manière régulière par les ONG internationales. Elles déclarent participer à ce mouvement interactif sur la base d'activités de communication dans leur domaine ou secteur d'intervention.

Pres de 67,7% des ONG sont concernées. Cette présence s'explique parfois par le refus de laisser le terrain à d'autres organismes susceptibles d'apporter des changements réels sur le terrain.

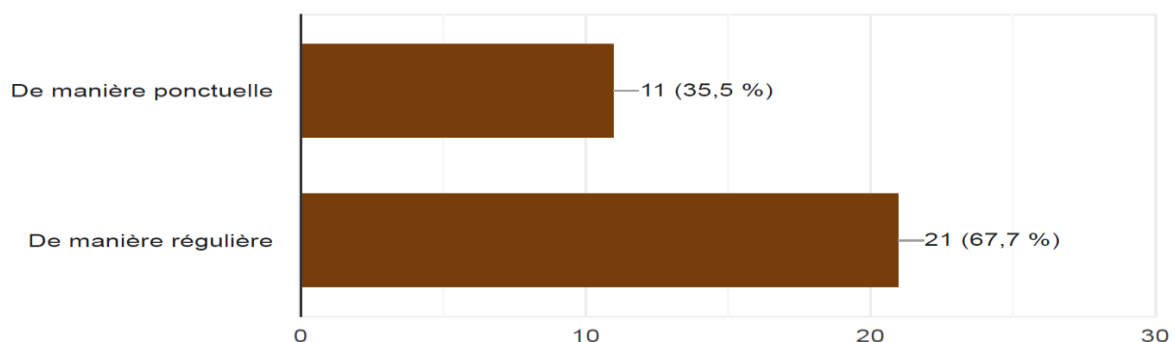


Figure 48 activités proposées

Événementiel, journée internationale

Concernant les activités de type journée ou les maroniers, sous forme d'évènementiel comme les journées internationales, il faut noter qu'elles se font de manière ponctuelle.

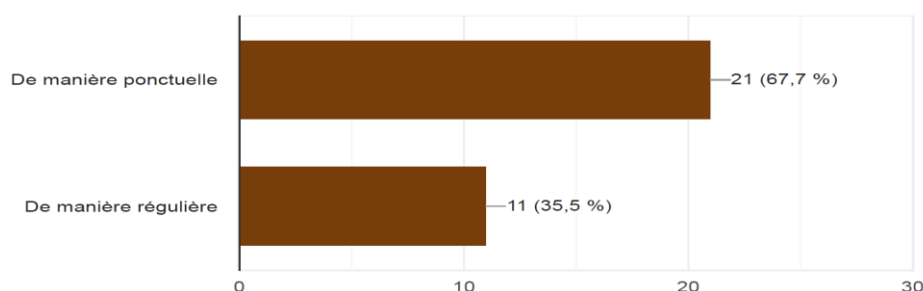


Figure 49 évènement proposé

Don, cérémonie de lancement ou de clôture

Comme on peut s'y attendre, les dons et autres cérémonies se tiennent de manière ponctuelle. En tenant compte des activités dites régulières l'on se rend compte que 60,7% des répondants estiment qu'ils font leurs activités de manière ponctuelle. Le besoin de répondre à une demande vient illustrer ce choix.

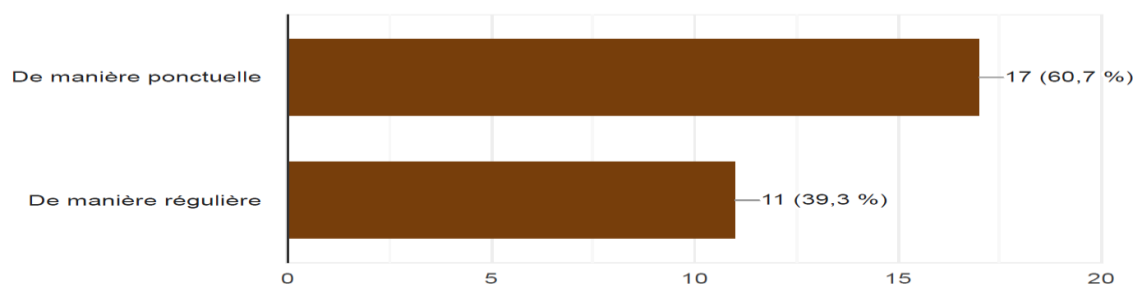


Figure 50 don et activités

Réunion bilan ou à mi-parcours

Les résultats ci-haut laissaient entendre l'importante place qu'occupe les rencontres types réunions au sein des ONG.

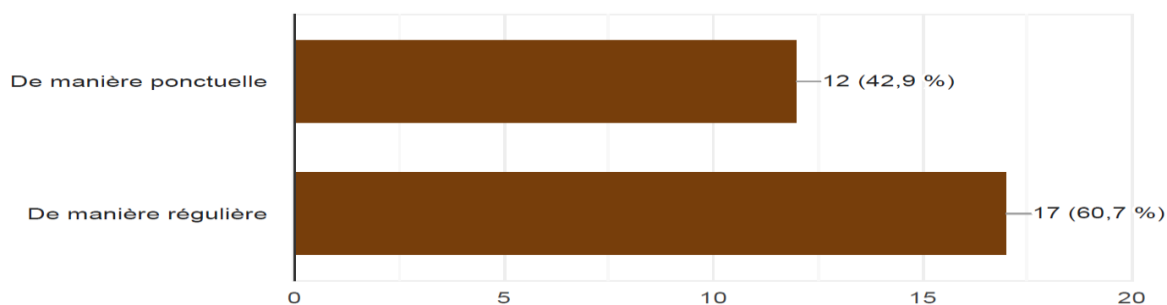


Figure 51 réunions et bilans

La plupart des ONG organise des séminaires, colloques pour partager leurs points de vue, divergences, idéologie...

Quelques soit l'importance de de ces actions, il faut noter que ces rencontres sont souvent le fruit d'une pratique où les ONG et les leaders d'opinion cherchent à travailler ensemble, à harmoniser les besoins ainsi que les demandes. Ces rencontres sont aussi le moment privilégié des faire du lobbying lors des foras, ateliers ou les tables rondes.

Chaque organisation répondante tente ainsi de préciser le ou les types d'activités de communication mise en place

- Nous avons un bureau de communication, promotion et fund raising centralisé en Italie (voir site web). Au Sénégal, nous participons à tout événement lié à nos secteurs stratégiques.
- Pour le moment (j'ai commencé à travailler à février) la communication est focalisée sur le site web et le rapport avec un' agence de presse. Je prends contact avec institutions, à travers le réseau que j'ai créé pendant ma permanence au Sénégal, pour faire connaître les activités de Sunugal Sénégal et pour possibles développements en partenariats et collaborations
- Sensibilisation, Formation & recyclage presque quotidiennement
- La communication est assurée par projet ou par thématique. Il est très rare que le Gret au Sénégal communique de manière globale sur l'institution. La plupart des actions de communication conduite concerne des activités réalisées et capitalisées.
- Activité de capitalisation comme indiqué plus haut mais sous tenue par la spécificité suivante : je suis dans un professionnel de développement
- Activité de sensibilisation à travers les partenaires de base et réseaux sociaux.
- Internet et téléphone
- Atelier d'information, forum, missions d'informations
- Communication interne avec les partenaires limitrophes (organisations paysannes) et les partenaires stratégiques (ONG, société civile) sur les activités dans les filières agricoles. Communication externe envers les bailleurs, les autorités nationales et le grand public en général
- HI essaye d'être présent dans la plupart des cadres de concertations avec les institutions. Les communications sont ponctuelles et sont importantes lors de Journée spécifique Mondiale ou d'événements organisés.
- Atelier
- Ateliers, séminaires foire. Nous ne faisons pas de sensibilisation et lobbying,
- Sensibilisation et causerie sur le VIH, sur les questions de santé Plaidoyer sur les droits des jeunes. Mobilisation sociale.
- Ça dépend de projets qui sont en cours et du budget qui est mis à disposition par le bailleur au niveau du tourisme. On a un blog et une mailing-list
- Sensibilisation, fora, nous organisons des journées d'intégration, des antennes décentralisées, des tables rondes.
- Souvent l'activité consiste à organiser une table ronde sur la question du chômage des jeunes. Lors des journées internationales ou une personne ressource vient débattre du sujet.

- Les activités de communication d'Eau Vive sont axées sur l'animation d'un site web, la publication d'un bulletin d'information (Eau Vive Actualités), la couverture médiatique d'événements divers (fora, séminaires, lancement et clôture de projets.). Nos activités de communication se limitent à la couverture d'événements exceptionnels (lancement de projet, cérémonie d'inauguration); La diffusion d'un bulletin d'information trimestriel sur l'ensemble de l'activité d'Eau Vive (tous les pays) - le site internet d'Eau Vive (tous les pays) - l'organisation d'émissions radiophoniques dans le cadre de programmes où une ligne budgétaire d'émissions radiophoniques est prévue. Dans un proche avenir, Eau Vive Sénégal entend initier la publication d'un bulletin d'information en interne comme cela se fait au Burkina Faso et au Niger
- « Nos approches dans le cadre de la lutte contre le sida
 - Renforcement des capacités des acteurs
 - IEC/CCC et prévention participative du VIH/SIDA
 - Promotion de l'intégration du Genre dans les politiques et programmes VIH/SIDA. Promotion des approches novatrices et des meilleures pratiques de lutte contre le VIH/SIDA. Promotion de la distribution à base communautaire de préservatifs masculins et féminins.
 - Approche communautaire avec les collectivités locales et les districts sanitaires.
 - Partenariat avec les **médias communautaires**.
 - Partenariats avec le CNLS, les CRLS, CDLS, CLLS, CTR et Partenariat avec le secteur privé.
 - Prise en charge psychosociale, économique et nutritionnelle des PVVIH et des Orphelins Enfants Vulnérables.
 - Prévention positive chez les Personnes vivant avec le VIH.
 - Réseautage et Mobilisation de ressources.
 - Plaidoyer et dialogue politique ».
- Plaidoyer pour la diffusion d'émission sur les changements climatiques, Formation des journalistes Diffusion et échanges de programmes radio entre radio communautaire.
- Etudes et publication de résultats de recherche à travers plusieurs revues scientifiques.
- Journées de partage et d'informations sur notre cœur de métier qu'est l'approvisionnement avec la presse en vue de mieux les former pour une meilleure connaissance de notre rôle et mission, ce que signifie l'approvisionnement, la pyramide sanitaire comment elle est structurée au Sénégal, Journées portes ouvertes Rencontres de partages avec les Grossistes privés en médicaments Rencontres de partage avec les clients comme les Districts sanitaires, hôpitaux Journée de retrouvailles en vue de redynamiser l'esprit d'entreprise, tisser les liens sociaux etc.
- Informer à temps réels les leaders des médias et les organismes qui soutiennent la liberté de la presse et le droit à l'information ; accompagner certaines organisations dans leur campagne de sensibilisation et d'information
- Fahamu est une organisation Pan africainiste avec un penchant pro féministe. Ainsi, l'information traitée et diffusée en tant qu'organisation pour la justice sociale est: - les questions du développement et de la politique en Afrique - le rôle et le droit des femmes - les actions des mouvements sociaux - etc.
- Sensibilisation, concertation, plaidoyer/lobbying

Votre activité de communication se tient :

Les activités se font ici de manière régulière. 64,5% des répondants estiment que la communication doit se tenir de manière régulière contre 35,5%.

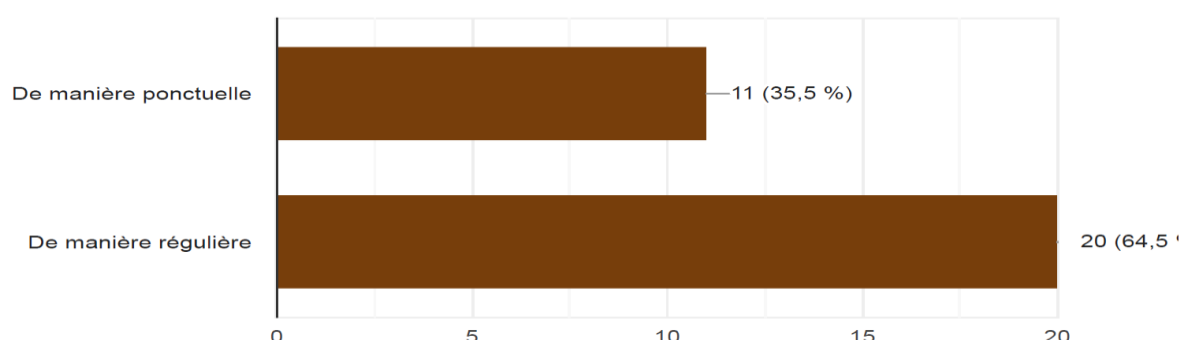


Figure 52 périodicité

Quel est votre rayon d'action sur le territoire

Selon les résultats, la communication des ONG Internationales se passe niveau national et à hauteur de 72,4%. Elle constitue le premier niveau de communication avec le public pour les ONG. S'en suit le niveau régional avec près de 62,1%.

Cette configuration confirme bien que la communication des ONG internationales est bien descendante. Elle se caractérise par ces différentes strates soulignées dans les autres sphères.

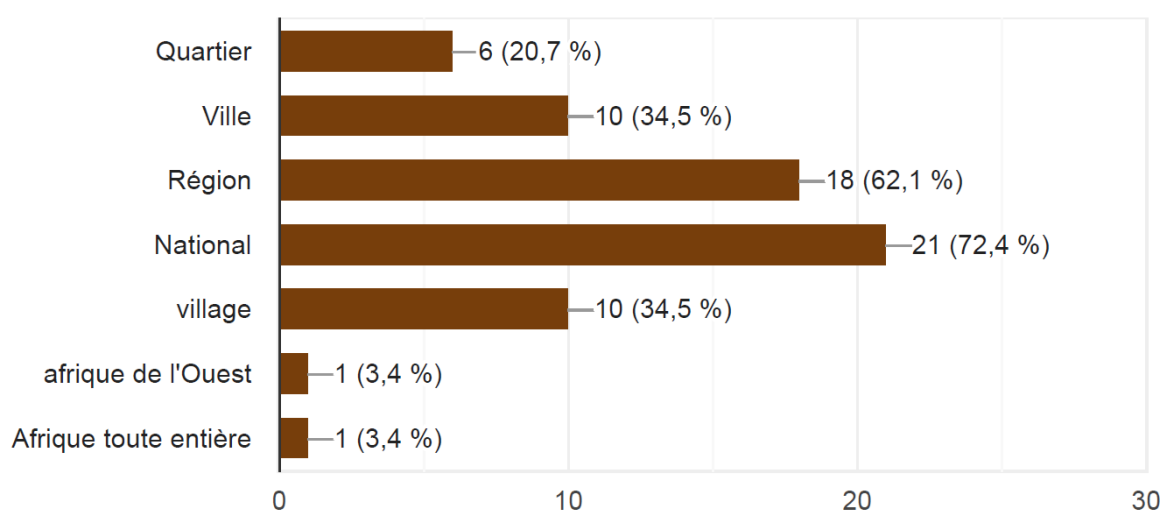


Figure 53 rayon d'action

La communication des ONG internationales passe du national au régional en descendant graduellement vers la ville et les quartiers. Cette configuration est le propre de la communication descendante. Les pourcentages montrent graduellement la régression. Plus on se retrouve dans les quartiers moins on est en communication avec les ONG

Disposez-vous d'une cellule de communication ou d'un(e) responsable de communication ?

La plupart des ONG dispose de cellule de communication. En effet 54,8 % des répondants affirment que les ONG ont une cellule de communication. Cependant 45 % disent ne pas en disposer.

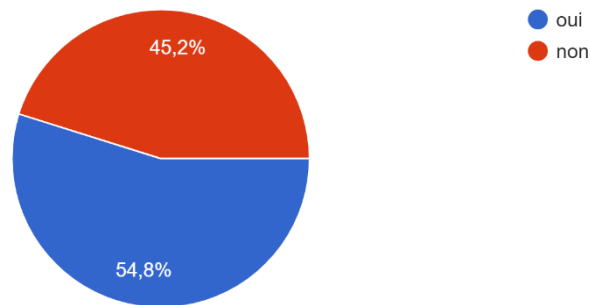


Figure 54 cellule de communication

À préciser les membres qui la compose :

Les cellules de communication sont composées de plusieurs acteurs aussi divers les uns les autres. On y retrouve : des spécialistes en communication (50%), des agents locaux et des membres de l'équipe du projet parfois sans formation en communication (16,7%) mais aussi et surtout d'agences de communication et de consultant (16,7%). Le reste des membres des cellules de communication sont constitués de relai, de leaders d'opinion.

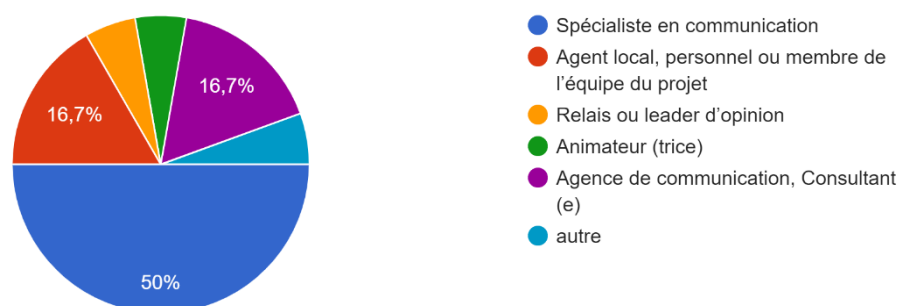


Figure 55 membres de la cellule de communication des ONG

On peut parfois constater que la diversité des membres de la cellule de communication ou des individus qui s'occupent de la communication :

- Tout en participant à des programmes de diagnostic de la communication dans les programmes et projets de développement initiés par l'Etat. Je conduis, en partenariat

avec des médias audiovisuels publics des activités qui débouchent sur la production d'émissions radiophoniques ou de télévisions.

- Les responsables des projets financés ou les représentants de la structure
- Secrétaire permanente
- "Le Directeur de Programme. Néanmoins, l'équipe du projet régional DECISIPH (www.proadiph.org) comporte une Chargée de communication (travaille au niveau régional sur 8 pays)."
- Sous la responsabilité du chargé de la promotion de la santé
- Directeur et les chefs de projets
- Secrétaire général, il anime le blog et le site
- Le membre s'occupe de la com au niveau de l'organisation des événements
- Un Assistant technique, socio-économiste s'occupe des questions de communication. Il est appuyé par les Chargés de communication à la Direction générale d'Eau Vive (1 à Montreuil en France et 1 autre au bureau Afrique de la Direction générale basé à Ouagadougou au Burkina Faso)
- La Responsable de la mobilisation sociale et du plaidoyer s'occupe pour le moment de la communication. Par contre, au niveau du siège en France, Eau Vive compte un agent en charge de la communication.
- Dossier transversal assuré par un chargé de mission
- Tous les profils sont des profils de communicant

Disposez-vous d'un budget de communication ?

Le budget de communication reste un élément important dans les actions et stratégies de communication à mettre en œuvre. Cependant on peut dire que plusieurs cellules de communication locales ou régionales n'en disposent pas. L'illustration offre des éléments de compréhension. Seules 46,9% disent en posséder.



Figure 56 budget de communication

A quel niveau se décide et/ou se trouve le budget de communication ?

Si les organisations locales ou démembrements peuvent se réjouir d'avoir des cellules de communication pour s'occuper de leur propre structure, il faut noter que 73,1% des répondants nous informe que les budgets sont gérés à l'international par les sièges de ces mêmes organisations.

Cette situation donne à comprendre la non-prise en compte des préoccupations locales puisque la gestion de la question de l'image peut souvent occulter les problématiques nationales et locales.

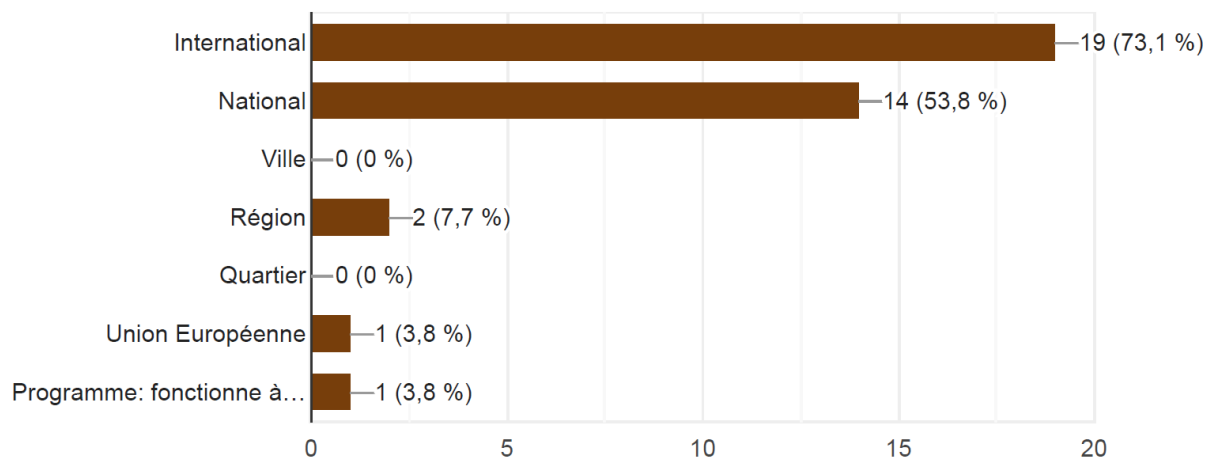


Figure 57 définition de la communication vue par les bénéficiaires

Pour plusieurs organisations, les budgets sont organisés parfois de manière très hétérogène. Voici quelques précisions sur le budget de la part des répondants des ONG internationales.

- Normalement tous les projets ont un budget pour la communication. EN outre, la CISV Italie coordonne des actions de communication internationale.
- On décide selon les projets, s'il y a un budget pour la communication. Si non on s'utilise l'argent disponible dans la caisse de l'Association
- Les actions de communication par projet sont toujours décidées avec un suivi de la chargée de communication au siège (Paris). Les communications sont suivies au niveau national par le représentant.
- Un budget est proposé par le niveau national mais il est validé par le niveau régional (Afrique)
- Siège de l'organisation basée à Turin dispose de cellule de communication et d'information
- Budget programme Union Européenne
- Suivant les budgets projets et les lignes financières de visibilité, nous pouvons affecter certains fonds pour des opérations de communication spécifique. Nous sortons de manière régulière des documents de référence que nous diffusons largement. Nous pouvons aussi ponctuellement affecter quelques fonds propres pour de la communication.
- Notre budget est sur une forme de ligne budgétaire et porte le nom de visibilité.

- Dans tous les projets souvent il y a une ligne de crédit par la communication
- De manière ponctuelle lors de célébration la structure mère envoie un petit budget pour appuyer les organisations. Le partenariat avec les démembrés de l'État prend aussi en charge une partie du budget de communication lors d'une collaboration.
- Une partie du budget de communication provient des programmes mis en œuvre par Eau Vive et une autre, sur fonds propres d'Eau Vive.
- La communication est plutôt gérée au niveau de notre siège en France
- Nos partenaires techniques et financiers (bailleurs)
- "Fahamu est représenté en Afrique de L'Est (Siège à Nairobi), en Afrique de l'Ouest (Dakar) et en Europe (Oxford). Il y a un budget pour tout le département communication. Pour rappel Fahamu a 4 départements, dont PAMBAZUKA (mot swahili qui signifie soleil levant ou lumière) qui est le département communication/information"
- Nous intervenons dans le cadre de programme de coopération qui prévoient des budgets pour la communication. Les budgets sont donc prévus dans les dossiers déposés auprès des bailleurs de fonds.

Comment se déroulent les activités de communication ?

Les activités de communication se déroulent souvent pendant les activités du projet. Une situation qui se déroule exclusivement lors des événements organisations. Ce choix laisse penser à l'inexistence de plan de communication qui prend en compte les spécificités de chaque localité concernée.

Très peu d'activités sont initiées par les cellules de communication locale. Cependant beaucoup d'action de communication passent par la presse ou de manière ponctuelle comme l'étude l'a souligné dans les résultats notés ci-haut.

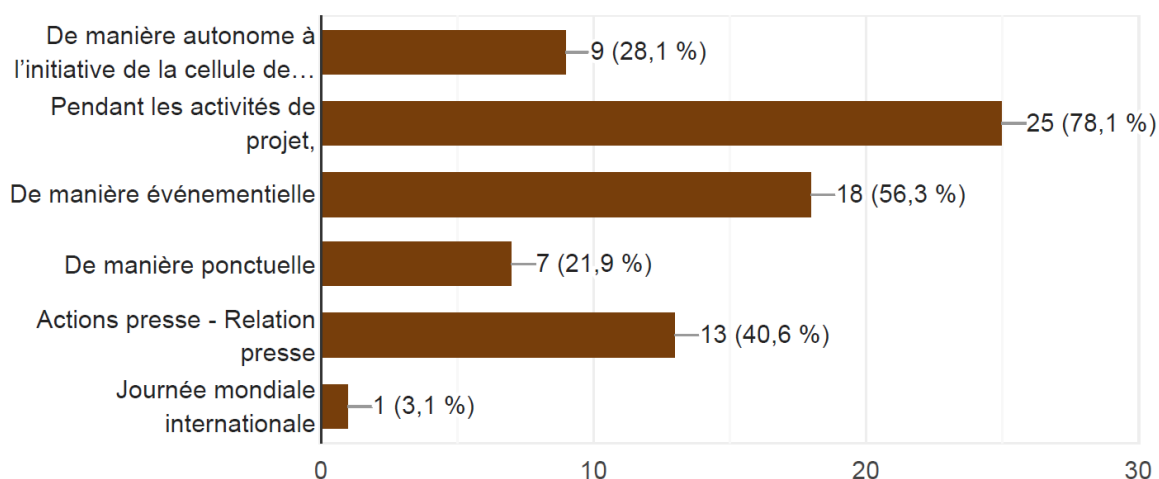


Figure 58 déroulement activités de com

Précisez le déroulement de l'activité de communication

- Nous participons à des fora. Chaque projet déroule des activités dites de visibilité au niveau des territoires d'intervention.
- Partenariat avec presse audio scripto visuelle pour la production et la diffusion d'articles (presse écrite, radio télé)
- Selon le planning, selon parfois certaines opportunités
- La cellule de communication et d'information du MAIS (Siège) s'occupe principalement de la promotion et de la communication sur ces projets à travers son site web
- Nous avons un chargé de communication
- La communication interne est régulière. Le Bureau dispose d'un document de cadrage dans lequel il définit des objectifs de communication. Une bonne partie de la communication est basée sur les expériences capitalisées. Utilisation du site Web, de certains journaux spécialisés dans l'agriculture (AGRIDAPE, AGRI INFOS), utilisation de la presse locale (journaux) et les radios communautaires
- Nous pouvons mobiliser des journalistes lors d'un événement sportif par exemple. Nous pouvons être interviewé par une radio lors d'une Journée Mondiale de la Lutte contre les Mines...
- Nous travaillons sous la tutelle du ministère de la santé du Sénégal
- Média internationale,
- Nous proposons un plan d'action annuelle que nous allons démultiplier en plan d'action mensuelle.
- Souvent le headquarter utilise le site web pour relayer un événement. La presse aussi qui est souvent associée contribue à relayer les événements lors d'invitation a la veille d'un événement.
- En dehors de la publication d'Eau Vive Actualités, les activités de communication se déroulent de manière ponctuelle (lancement et clôture de projet, fora, séminaires...)
- Toutes les activités des projets comportent des activités de Com
- Événements, couverture médiatique
- Mais en restant dans les principes et valeurs de l'organisation. Les équipes des différents bureaux se concertent chaque semaine avant de faire une publication commune

Votre personnel

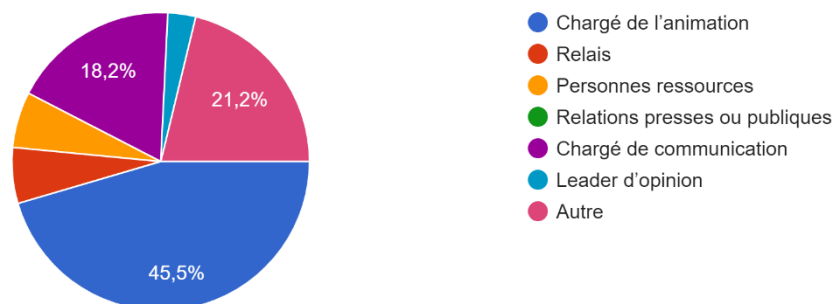


Figure 59 répondant enquête 1

En observant le graphique ci-dessus, l'on peut noter qu'au niveau de la base (locale) la communication a bien des ressemblances avec l'animation. En effet, 45,5% des membres des cellules de communication sont chargés de l'animation. Les relais et les personnes ressources très peu nombreux, complètent la liste des acteurs chargés de l'animation.

Si beaucoup d'acteurs semblent apprendre le métier par l'observation, on peut souligner les 18,2% d'individus sont issus du métier ou de la formation de communication. Ces éléments constituent ainsi la base du maintien de la communication dans son apogée.

21, 2% constitue les autres fonctions de personnes chargées de la communication et qui sont ici précisées

- Nous n'avons pas un chargé de communication au Sénégal, mais nous avons des personnes ressources en Italie. Au Sénégal, le coordinateur national, l'administrateur national et chaque chef de projet gèrent en harmonie l'aspect communication, selon les différentes exigences.
- Nous utilisons à la fois des relais, des agents de terrain et des leaders d'opinion pour faire passer notre message
- Pas de personnel attitré à la com au Sénégal. Chargée de communication au siège en France
- Assister le chef de projet dans la coordination et le pilotage du projet
- Le représentant est chargé d'animer en cas de besoin de l'animation avec les projets financés
- Secrétariat de communication
- Secrétaire permanente
- Il est en contact avec les partenaires/institutions/bénéficiaires de nos projets.
- Chargé de la promotion de la santé
- animateurs, consultants de manière partielle
- Consultant
- Souvent une personne volontaire s'occupe de la communication à cause du manque de financement. Souvent les bailleurs participent peu ou presque pas au budget de communication.
- Agent technique chargé de développement
- "Responsable de la mobilisation sociale et du plaidoyer Agent technique de développement
- Coordonnateur Général
- Responsable de l'information et de la communication, s'occupe de l'information événementielle du site web. Intervient dans la publication des revues scientifiques. Gestion de l'information et de la liste de diffusion.
- Chef du Bureau Communication
- Responsable du bureau
- Ce sont tous des hommes de média (livre, presse en ligne, presse écrite ...). Ce sont donc des chargés de programmes avec chacun un assistant dans son pays
- Chargé des Relations Publiques et de la Communication

Depuis combien de temps, l'animateur travaille-t-il dans votre structure ?

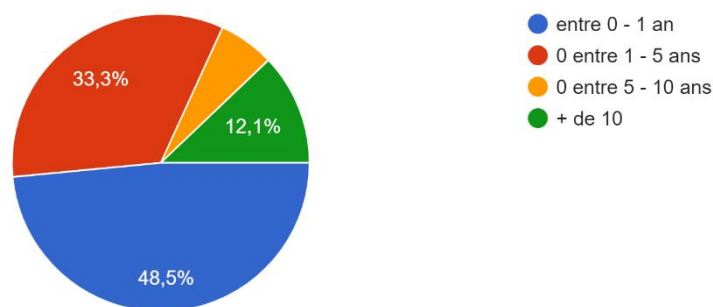


Figure 60 nombre d'année de présence dans l'ONG

En observant le graphique ci-dessus, on peut noter que les 48,5 % sont des individus qui ont vécu dans la structure moins d'un an. Ils sont soutenus par les anciens membres qui sont près de 33%.

Il travaille

Une grande majorité de personnes travaillent en temps plein. 64,3% sont concernées

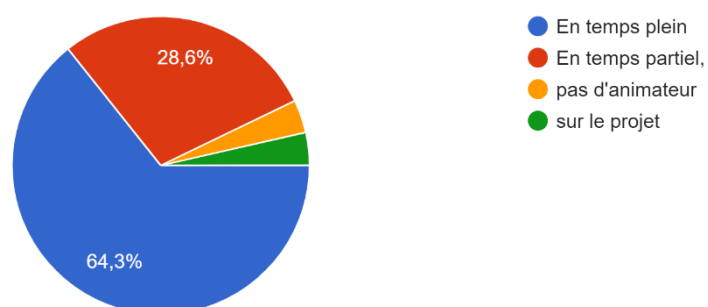


Figure 61 type de contrat de travail

Précisez le contrat

Il existe plusieurs animateurs affectés dans divers projets

- CDI
- CDD
- 35H

A-t-il des connaissances et compétences en communication ?

L'on peut observer que presque 42,4% des personnes qui s'occupent de la communication ont soit des notions, soit aucune connaissance soit elles utilisent la communication de manière basique.

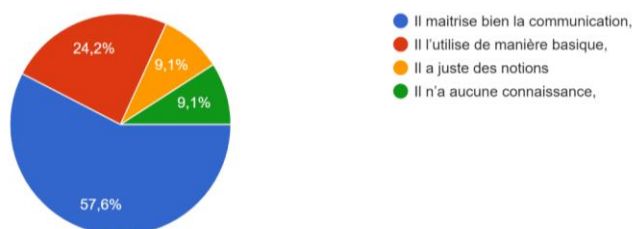


Figure 62 connaissances et compétences en communication

Quels sont les obstacles qui se posent à la communication ?

Les représentants d'ONG qui ont acceptés de répondre à cette question ont indiqué que **le manque de formation** reste le principal obstacle à la communication. Selon eux, le nombre important de personnes sans connaissances et formations suffit à créer des obstacles. Cela se traduit par le manque de communication puisque les agents ne sont pas formés aux rudiments de la communication.

Comme tous les autres acteurs ou observateurs, la question culturelle constitue un obstacle majeur à la communication des ONG internationales. Les différences culturelles liées à la langue, au mode de vie, à la pratique culturelle et l'ancrage de l'Afrique à la culture rendent les tâches souvent. Il s'en suit parfois l'absence de communication, la méfiance des populations et enfin la dimension culturelle.

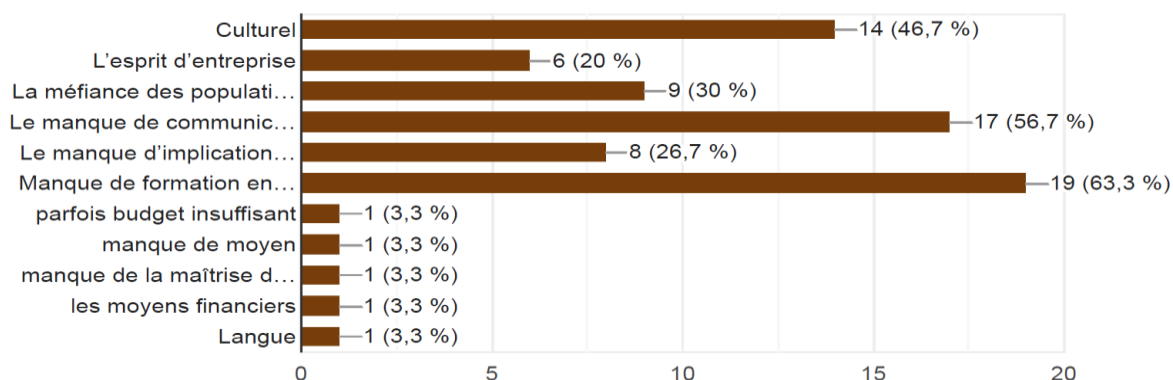


Figure 63 obstacles liés à la communication/ ONG

D'autres obstacles identifiés par les ONG internationales sont précisés

- La difficulté des relations entre l'association mère en Italie et l'association gêmeaux au Sénégal. Ainsi le manque du personnel donc la nécessité d'utiliser des consultants, sans avoir un budget établi
- Pas d'obstacles
- Organisation en restructuration, diminution des fonds de l'Association au Sénégal, budget alloué à la communication institutionnelle particulièrement insuffisant.
- Décentraliser la cellule de communication au Sénégal et travailler à son autonomisation
- Cultures des organisations et la façon dont les projets sont élaborés Les ONG arrivent avec des solutions toutes faites, ce qui fait qu'elles n'emballent pas les populations Pas de stratégie Solutions : ils doivent s'appuyer sur le personnel local et leur donner la liberté d'agir.
- Faible taux sur les études de diagnostic et de recherche préalable avant la mise en œuvre du programme La faible communication sur les applications et les nouvelles technologies avant leurs mises en œuvre Les obstacles liés aux NTIC par rapport au niveau de vie des populations Le manque de prédisposition à la communication des chefs de projets Le manque de communication au début des projets et programmes le manque de concertations et de partenariat entre les acteurs le manque de communication en amont dans le cadre des programmes de vaccination (conséquence: les populations préfèrent aller voir le guérisseur que le médecin) l'inadéquation des supports face aux populations (supports en Français pour les populations de fongolenbi analphabètes.)
- Productions d'outils pas du tout pertinent pour les bénéficiaires
- L'instinct de domination des blancs dans les relations La méfiance Le doute de la compétence
- Souvent le manque d'un budget spécial pour la communication peut être un frein. Souvent aussi les bailleurs donnent un peu de financement pour la communication.
- Faiblesse des ressources financières
- Les moyens financiers pour porter les campagnes de com
- la cible est trop restreinte
- Du fait de la barrière linguistique, leur travail peu accusé de petits retards. En effet pour l'anglais, le français et e temps en temps le portugais....., il y a de petites difficultés
- Le temps, les moyens financiers

Pourquoi les ONG ne réussissent pas leur communication en Afrique ?

A cette question, les réponses semblent multiples. Plusieurs réponses semblent se regrouper et constituer une suite logique dans la démarche de communication des ONG internationales. Des binômes semblent ainsi créer suites logiques.

En effet, la focalisation des actions dans la presse 56,7%, se justifie par l'absence de moyens qui es aussi de 56,7%. Le manque de concertation se justifie par la non prise en compte de la

culture locale. La logique semble tout trouver puisque l'absence de concertation 46,7% empêche la prise en compte de la culture locale qui est aussi au même taux 46,7%.

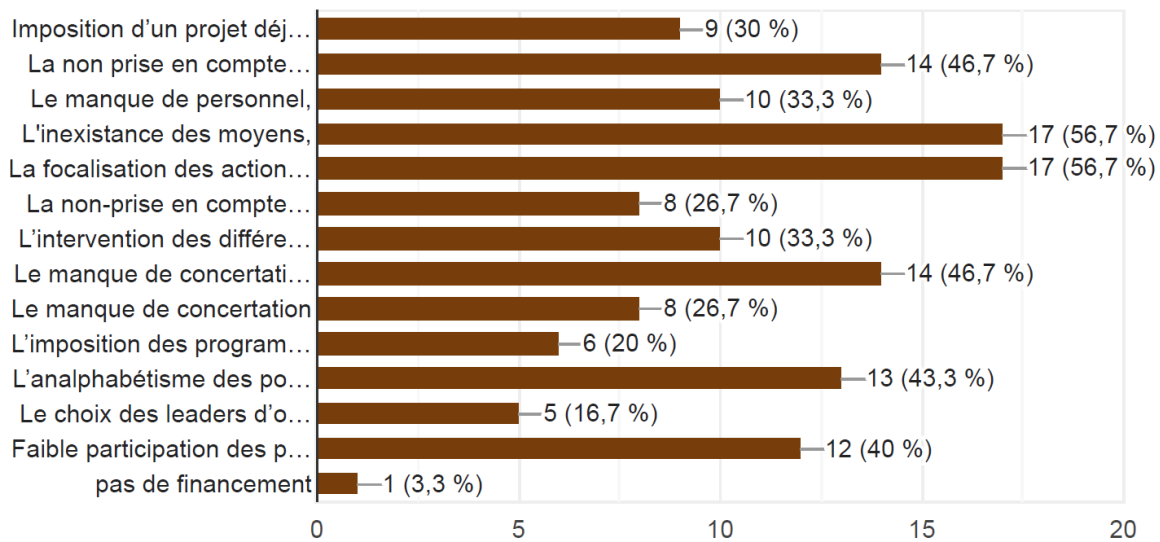


Figure 64 échec de la communication vue par les ONG

Ces sortes de binômes confirment les postures observées des ONG. Par exemple le manque de concertation qui se conjugue avec la non prise en compte des aspirations des populations sont évalués tous les deux à 26,7%. On peut aussi remarquer que l'imposition des projets déjà élaborés est notée dans les raisons de l'échec et elle est évaluée à hauteur près de 30%. A cela s'ajoute la faible participation des populations locales aux projets et l'intervention de différentes ONG auprès des mêmes cibles ou populations bénéficiaires.

Autres facteurs d'échec précisés par les répondants.

- Je me permets de remarquer que la question donne pour escompter que l'interviewé pense que les ONG ne réussissent pas leur communication en Afrique. Je pense que cela n'est pas toujours le cas. Parfois les ONG arrivent à très bien communiquer leur message.
- D'abord, il faut dire qu'il est des ONG qui réussissent leur communication en Afrique. Tout dépend dès lors de l'adéquation entre les ambitions et les moyens à mettre en place (budget, ressources humaines, dispositifs, mécanisme, suivi évaluation, etc)
- Focalisation sur la presse elle constitue 1% du travail de communication
- La concurrence entre les ONG. Le bénévolat, l'inexistence de cadre réglementaire (l'excision est la parfaite illustration et le blanchissement d'argent)
- Cibles pas tout à fait bien identifiées
- L'inaccessibilité des OSC aux médias plutôt intéressés par des questions politiques. La confusion entre journalisme et communication Le manque d'intérêt des bailleurs pour des projets communication des OSC.
- Les gens veulent être informés, mais les donateurs ne mettent pas beaucoup d'argent sur cet aspect

- En ce qui nous concerne, nous avons la communication que nous souhaitons avoir. Ni plus, ni moins. Je ne suis pas sûr que les ONG ne réussissent pas leur communication. Elles ont peut-être tout simplement la communication qu'elle souhaite avoir.
- La langue : Anglais pour des francophones ne le comprennent pas, Français pour des populations analphabètes entre autres

La communication globale est-elle définie au niveau local ou à l'international ?

Il est clairement indiqué par les acteurs des ONG que la communication des ONG auprès des populations bénéficiaires est définie à partir des sièges internationaux. Pres de 70,8% des répondants confirment cette pratique. Il faut noter que ce type de communication risque de ne pas aider à atteindre des objectifs puisque l'IEC comme la CCC ou la communication pour le développement partent souvent des réalités de terrains pour apporter une solution ou une réponse adéquate. Visiblement, il y a très peu d'ONG qui définissent leur communication à partir du niveau local. Seuls 7 répondants estiment que la communication internationale des ONG internationales est définie à ce niveau

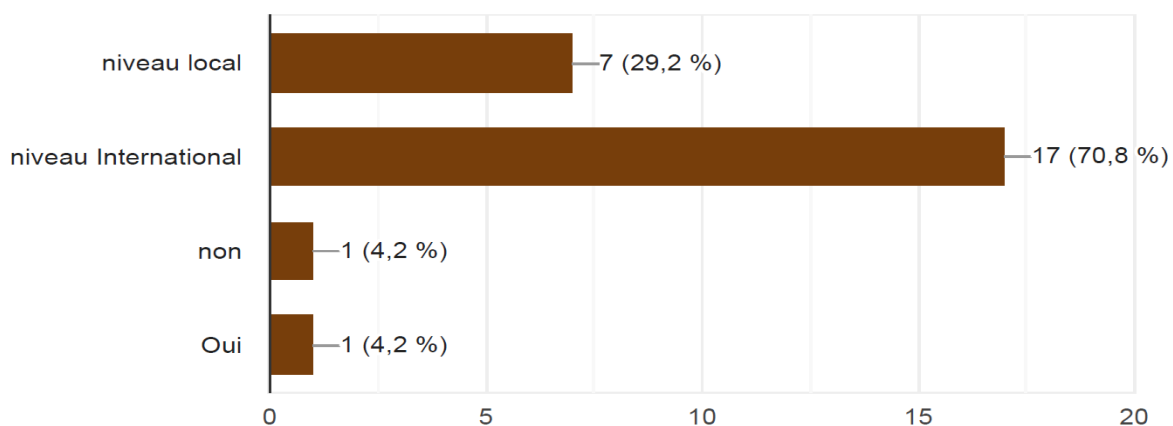


Figure 65 définition de la communication globale

En demandant quelques précisions, les répondants estiment qu'elle se définit :

- Principalement au niveau local, seulement au niveau international quand se rapporte à l'association mère en Italie
- "Question pas précise ! La communication globale est définie au niveau international mais pas de staff communication au niveau terrain"
- "On adapte au niveau local les discours généraux du siège et du monde du développement. De même des discours naissent du local vers le global. On peut soit répété les discours généraux type UN soit construire son propre discours. Une ONG a pour mission de présenter une vision différente du monde que la vision unique promue par les UN et les Etats. Chaque ONG doit construire sa communication."

- Quelques lignes directrices notamment sur la charte au plan international mais la communication est définie par chaque pays. Une politique de communication internationale est en cours de définition avec la création récente de la Direction de la Communication (basée à Genève).
- Mais au Sénégal on utilise le site du siège et ne dispose pas d'accès direct
- Définit au niveau international
- Avec encrage ministérielle
- Mais au niveau de chaque pays nous avons des notes stratégiques qui assure une autonomie locale. Cependant le respect de la charte graphique est important.
- J'évite qu'on me dicte des choses
- Dans le cadre de YES souvent les stratégies viennent de là-haut. Pour les organisations d'événement souvent il y a un type de canevas à suivre pour organiser un événement.
- La communication à Eau Vive est aujourd'hui reste encore peu définie principalement en Afrique
- Elle se définit au niveau local
- Au niveau des instances de gouvernance de l'organisation
- Les types de communication sont généralement définis au niveau international pour venir l'imposer au niveau local. Ce qui pose un problème de décalage
- Fahamu travaille pour l'Afrique, ainsi l'activité à portée transfrontalière est priorisée
- Elle est définie et par la base et par l'international compte tenu des obstacles évoqués et qui sont remontés au niveau international

S'applique-t-elle du sommet à la base ?

Plusieurs ONG tentent d'appliquer ou de faire appliquer leur communication du sommet à la base. Sans doute pour des raisons de cohérence dans la communication, d'identité visuelle (charte graphique) mais aussi pour continuer à bénéficier de la notoriété de l'image acquise par l'ONG au niveau international. Ce qui laisse dire que 53,6% des répondants estiment que la communication s'applique du sommet (sièges) à la base (bénéficiaires).

Même si la question de la cohérence visuelle semble important à tout point de vue, l'adaptation de cette stratégie au niveau local semble plus que nécessaire.

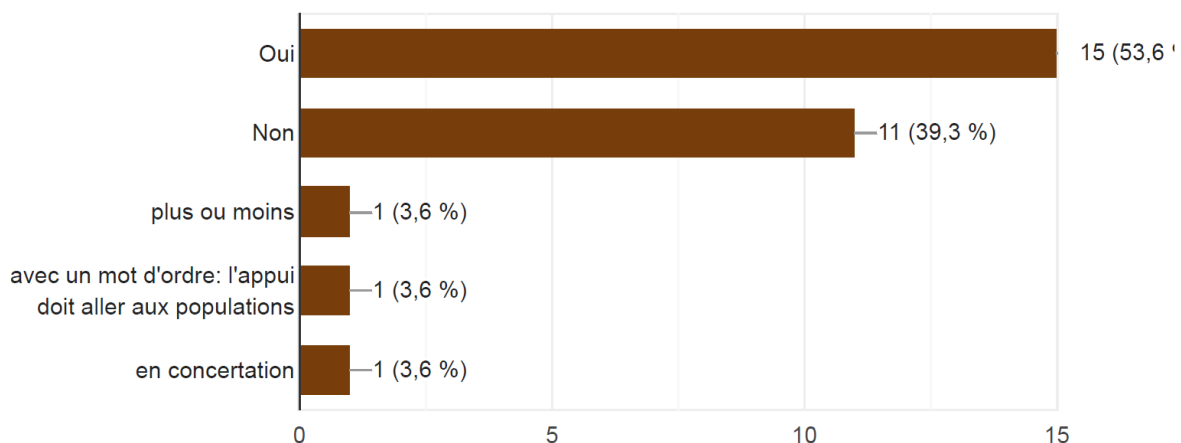


Figure 66 s'applique-t-elle du sommet à la base

Dicte-t-elle des valeurs et une conduite à tenir ?

Les ONG internationales dans leurs réponses estiment qu'elles dictent des valeurs et des conduites à tenir. Cela laisse penser à la question de la transformation de l'environnement local avec des valeurs importées qui ne correspondent pas souvent à la pratique de la culture locale. Cette réponse renforce l'idée de Daniel descendre qui semble critique sur la stratégie selon lui déjà imaginée pour dénaturer la société africaine à travers l'intervention des ONG qui mettent en place des projets et programmes visant à apporter des changements de comportements. Or ce que peut être observée ou pratiquée d'une culture à une autre peut changer radicalement du point de vue où l'on se trouve. Ici 65,5% des répondants estiment que les ONG internationales dictent des valeurs et des conduites à tenir et confirment ainsi la stratégie de pénétration ou de modifications des pratiques locales. Et l'on peut se demander en quoi les valeurs locales seraient t'elles néfastes au point de proposer un changement ou un remplacement de celles-ci par d'autres.

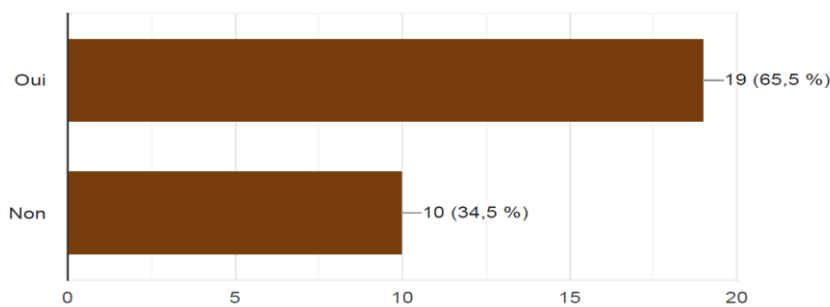


Figure 67 les ONG Internationales dictent des valeurs et des conduites à tenir

Selon vous l'esprit d'entreprise doit-elle s'appliquer partout ?

Pour les ONG, l'esprit d'entreprise s'applique partout. 76,7% des répondants estiment que cette pratique participe à la cohérence de l'identité de l'ONG.

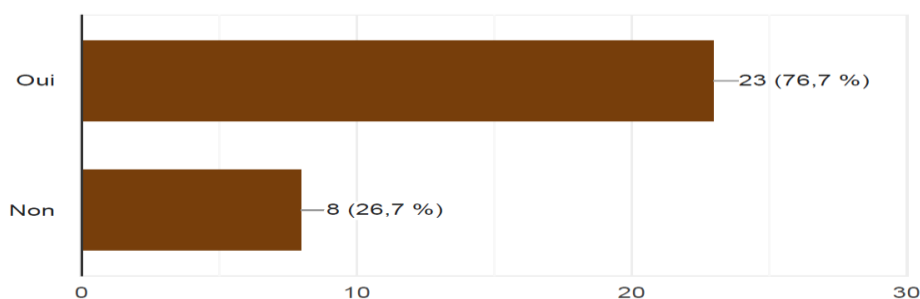


Figure 68 l'esprit d'entreprise doit-elle s'appliquer partout

Il faut noter que certaines valeurs ne sont pas néfastes pour la population. En effet quand elles indiquent clairement l'obligation et le respect de la culture locale et sa prise en compte

prioritaire dans les décisions, cela à tendance à apporter de la confiance dans les actions à mener.

Il faut noter que parfois certaines valeurs protègent

Précisez l'esprit d'entreprise

- Notre ONG est une association communautaire. Cela ne signifie pas oublier l'esprit d'entreprise, mais seulement ne pas l'appliquer partout.
- L'esprit d'entreprises est valable quand on intervient dans le domaine économique, mais il vaut veiller à renforcer le communautaire pour les questions sociales et les questions de droit
- Nous sommes différents et tous égaux, il suffit de l'adapter selon la réalité du milieu et du contexte.
- Selon les cas l'adaptation doit se faire. Exemple : atelier qui devrait commencer 15h à débiter finalement à 18h.
- Au-delà de l'esprit d'entreprise, la responsabilité sociale doit être promue et les organisations doivent être tenues de communiquer à ce sujet.
- Processus au niveau de l'OMS : organisation de retraite pour évaluer les démarches initiées avec autocritique du personnel en interne. Formation en communication et au leadership pour mieux encrer le social living.
- Inculque, dicte une vision et les valeurs d'AVSF interdit de se substituer aux compétences locales accord d'entreprise et règlement intérieur.
- Je pense que l'esprit d'entreprise ou d'entreprendre doit s'appliquer à toutes les sphères de la vie. Il est la base de toute réussite dans le cadre de la bonne marche organisationnelle.
- A quel niveau que ce soit (même dans le milieu des ONG) l'esprit d'entreprise est nécessaire pour arriver à une bonne gestion administrative et financière
- Parce qu'il impulse une dynamique d'ensemble qui engage tout le monde
- Pour Fahamu, les peuples doivent s'autodéterminer. Ainsi chacun est source de changement ; d'où l'esprit entreprise requis et encouragé

S'adapte-t-il au contexte local ?

L'universalité des valeurs fait que parfois, elles peuvent s'adapter au contexte local. Ce qui laisse dire à 74,1% des répondants que les valeurs peuvent s'adapter au niveau local.

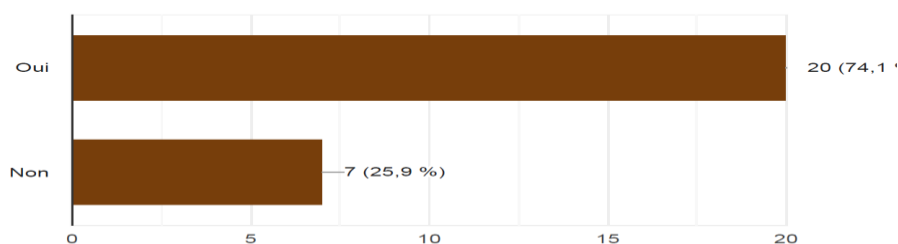


Figure 69 S'adapte-t-il au contexte local ?

La communication globale définie par le siège, s'applique-t-elle au niveau local ?

Les résultats montrent que la communication globale de l'ONG internationale définie au niveau des sièges en Europe pour la plupart s'applique un niveau local. Pour 61,5% des répondants, un avis favorable est noté. Cependant 38,5% pensent que la communication globale ne peut pas s'appliquer du sommet à la base. Par ailleurs certains répondants pensent que sur le plan des valeurs et des institutions l'application peut se faire. Cependant sur les programmes, l'application semble plus complexe voir impossible.

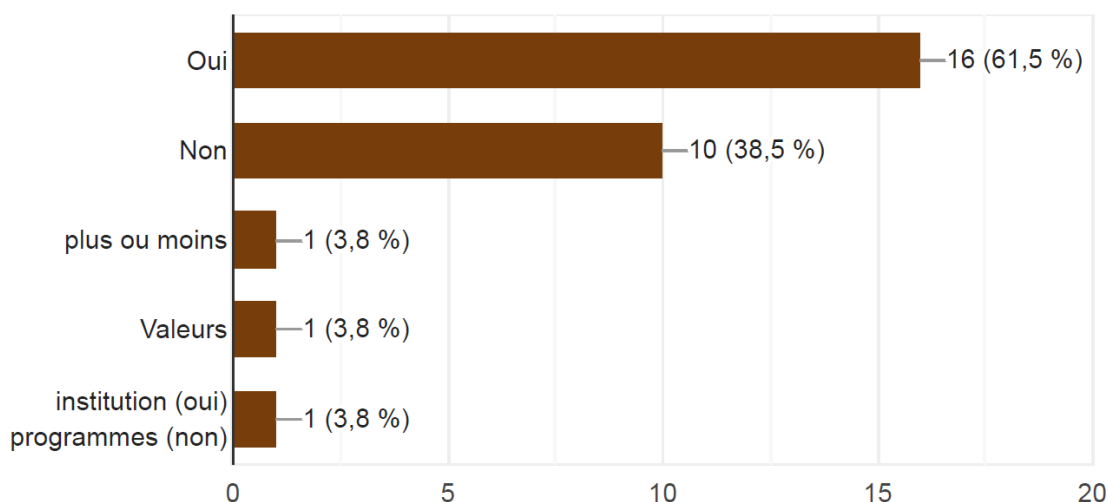


Figure 70 La communication globale définie par le siège, s'applique-t-elle au niveau local

Quelle est la perception ou l'image que les populations ont des ONG ?

A cette question, plusieurs questions s'offrent à nous. Les ONG parlent de la vision qu'elles ont auprès des bénéficiaires. En effet, elles indiquent qu'elles sont identifiées comme : structures de développement à 61,3%, utilité publique à 61,3%, humanitaire à 51,6%, riche à 51,6%, sauveur à 25,8%, donneur de leçon et espion à 12,9% respectivement.

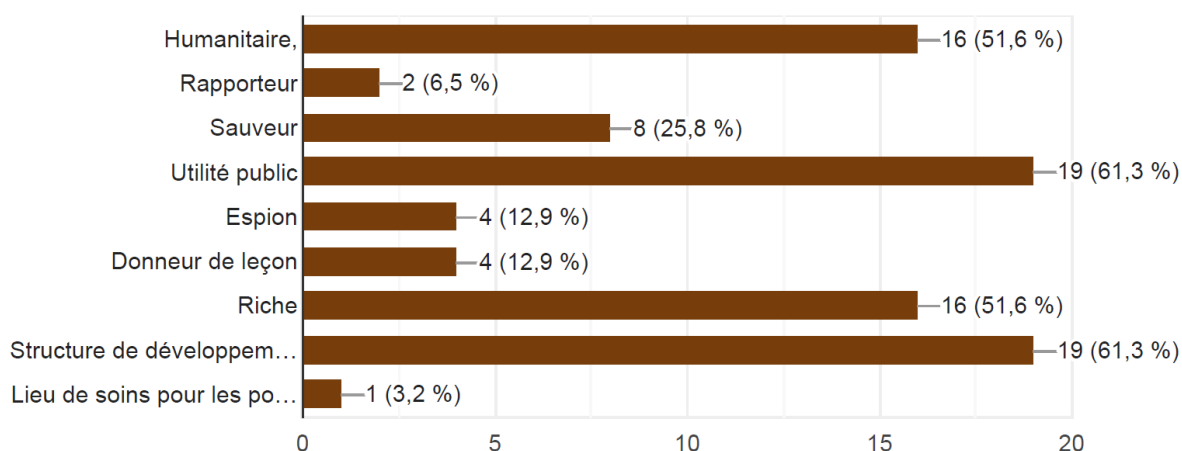


Figure 71 la perception ou l'image que les populations ont des ONG

La dimension riche ici notée s'apparente aux matériels et patrimoines que possèdent les ONG internationales (véhicules, sièges sociales, infrastructures, moyens de fonctionnement).

Quelques précisez sur la perception que les populations ont des ONG

- « D'une manière générale les ONG ont une bonne presse en milieu accessibilité et leur sens d'écoute, à côté d'une administration étatique procédurière entre le plus souvent non conviviale
- C'est selon les types de publics. Le nom d'Aide et Action prête également à confusion, Aide renvoie facilement à humanitaire, caritatif !
- En Afrique projet ou ONG est considéré comme souvent
- En Afrique, les ONG sont souvent perçues comme des mines d'or. Au Sénégal, avec l'alternance et le rôle de certaines associations de la société civile, les ONG ont dérangés et sont de plus en plus perçue comme des empêcheurs de tourner en rond.
- Conseils, expertise Défenseur sur le prise en charge des besoins en santé des populations à travers leurs déclarations, leurs logos...).
- Parce que tout le monde à envie de travailler dans une ONG aux vues du train de vie
- Parfois est difficile d'expliquer la différence entre une organisme qui s'occupe de développement (comme on souhaite) et une qui s'occupe de l'assistance simplement
- Comme des messies qui viennent pour régler définitivement les problèmes des populations
- C'est vrai que les populations les voient comme des organisations d'utilité publique. Mais d'autre part elles les voient comme des structures riches à cause de l'apparence et du matériel. Dans certaines zones elles participent carrément au développement des populations et à leur autonomisation.
- Une autre perception que se fait une certaine franche de la population : les ONG mettent en avant leurs propres intérêts financiers avant ceux des populations les plus nécessiteuses
- Certaines populations pensent que les ONG les utilisent pour capter des fonds surtout que beaucoup d'ONG consacrent près de 80% de leur budget au fonctionnement »

Selon vous les maux liés à la perception négative peuvent-ils se résoudre avec la communication ?

Si la question semble offrir un espoir sur le rôle que peut jouer la communication dans les maux liés à la mauvaise perception des ONG Internationales. Cet espoir est souhaité par près de 86,7% des répondants. Plusieurs solutions sont notées par exemple : l'utilisation des canaux de communication pour échanger et communication peut contribuer a changer la perception négative mais aussi l'utilisation de la communication interpersonnelle, des focus groups ou des forum.

L'adaptation des discours et slogans, l'utilisation des langues locales dans les radios communautaires de base peuvent être aussi une solution pour corriger la perception négative.

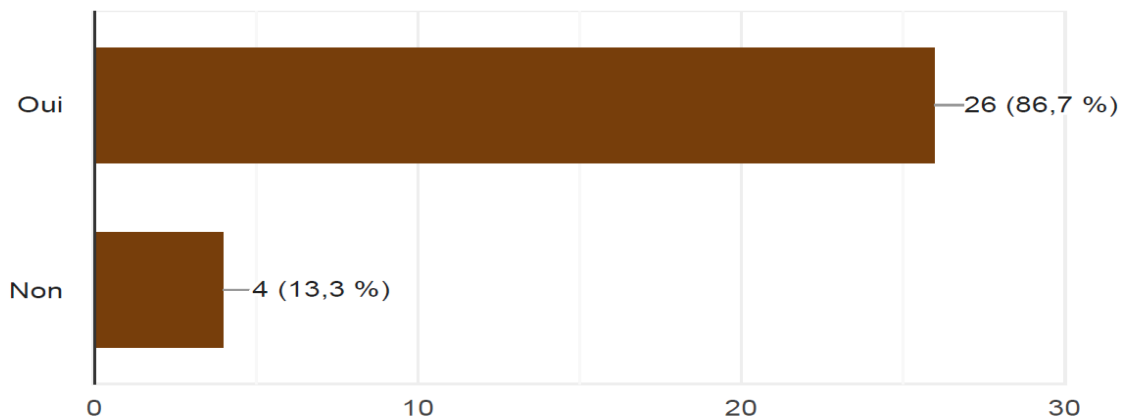


Figure 72 les maux liés à la perception négative peuvent-ils se résoudre avec la communication

Précisez les maux

- La perception change dans les actes pas les discours
- Changement de stratégie on peut dire Oui
- En partie. Le slogan "l'éducation change le monde" y contribue. Mais un travail de réflexion plus profonde devrait être faite sur la marque.
- "Par l'utilisation des canaux, par l'utilisation des canaux interpersonnels, focus groups, forum
- Utiliser les médias en fonction des cibles. Travailler par exemple avec les radios communautaires dans les zones éloignées et communiquer dans les langues locales des zones
- Une meilleure communication et plus fréquente permettrait aux populations de mieux comprendre nos actions.
- Parce Que tout dépend de la communication. Souvent la relation communicative fait défaut, c'est ce qui amène cette perception négative.
- Arriver à toucher les populations à la base pour qu'elles puissent bien connaître la mission des ONG
- En faisant comprendre aux populations l'utilité des interventions sur les populations
- Souvent pas toujours
- Les choses sont beaucoup plus complexes mais la communication peut jouer un grand rôle pour lever les équivoques et effacer les à priori

Quels supports utilisez-vous dans le cadre de votre communication ?

Si l'on observe le graphique ci-après, il est clair que les sites web sont les principales sources d'informations sur les ONG internationales. Pres de 84,8% des répondants estiment que le

principal moyen de communication reste le site web. En restant dans le domaine du numérique, les réseaux sociaux numériques occupent une place importante selon 48,5% des répondants et que le réseau social construit à partir des connaissances personnelles occupent 54,5%.

Cette situation pousse à faire une distinction entre le réseau social et le réseau social numérique puisque beaucoup d'ONG ne sont pas présentes sur les réseaux sociaux numériques en Afrique. Ici le réseautage détient tout son sens surtout dans un contexte de lobbying ou de CCC.

Comme pour les bénéficiaires, les réponses apportées ici semblent identiques. En effet, la presse constitue le deuxième moyen pour les ONG internationales de communiquer avec le public.

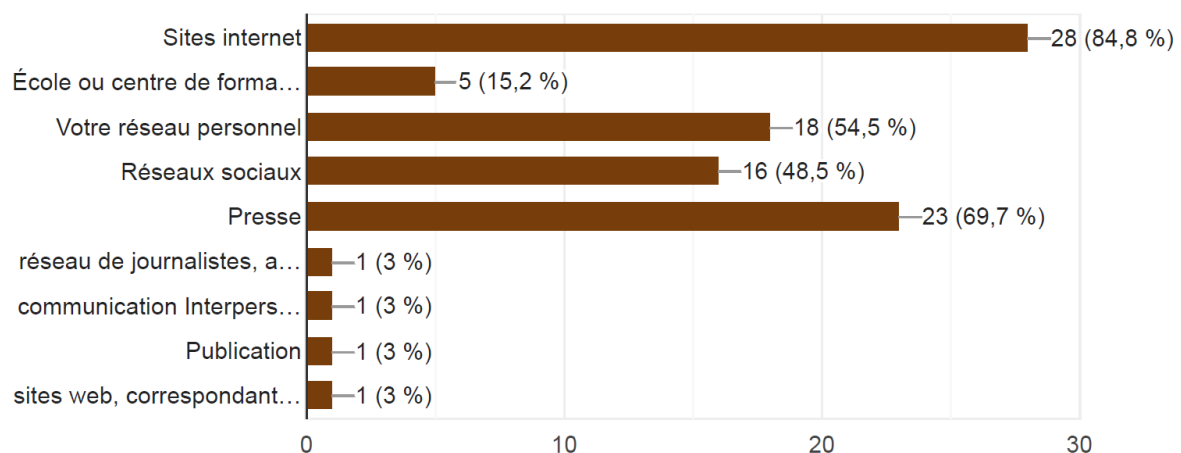
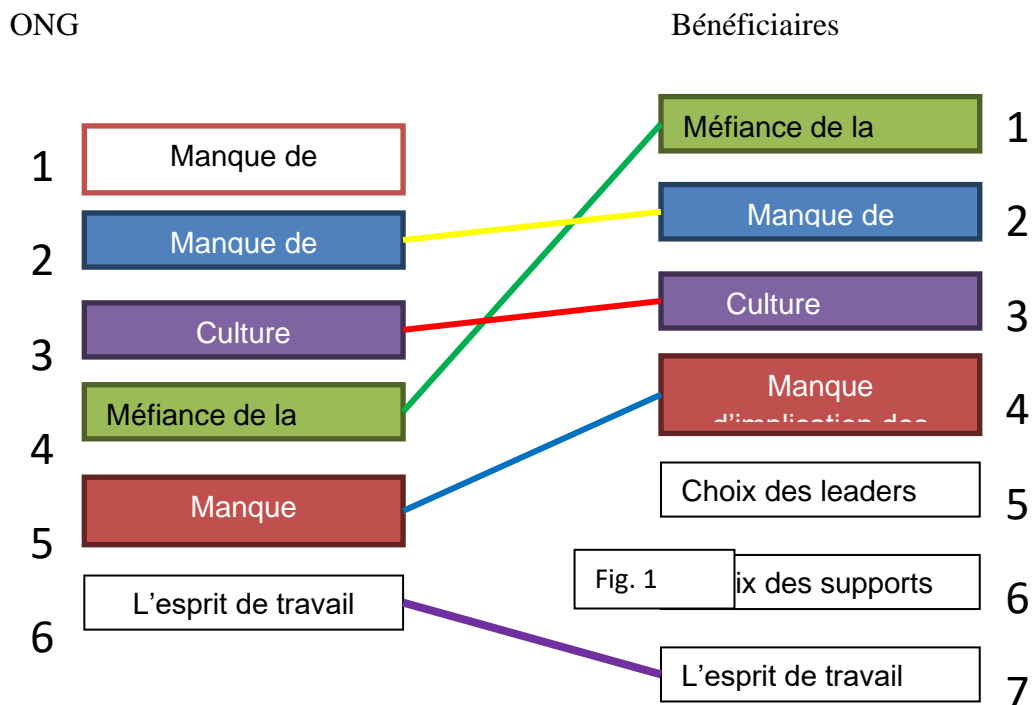


Figure 73 supports utilisez-vous dans le cadre de votre communication/ONG

Précisez d'autres supports utilisés.

- Le site de la structure n'est pas utilisé sur le terrain mais plutôt à un niveau plus élevé
- Des fiches projets, des plaquettes, affiches...qui servent à présenter les actions. Et des capitalisations (livrets) permettant de faire connaître les processus de développement.
- Réseaux sociaux encore plus récents et de façon timide pour le niveau national. Par contre pour Aide et Action international cela intégré depuis longtemps notamment pour les bureaux de Genève et Paris. Le hors médias et la gestion des relations publique sont également usités (affiches, dépliants, plaquettes, rapports d'activités, rapport de projet, brochures, plateforme collaborative, rencontres, etc.)
- Rapport, Site web, Dépliant, Concertation
- Blog, rapports institutionnels, leaders d'opinion, institutions internationales, locales et régionales.
- Pas encore dans les réseaux sociaux
- Relais désignes dans les cadres des projets
- Les flyers, brochures et affichage. La radio est aussi un autre medium qui aide beaucoup
- Plaquettes sur des projets en phase de démarrage ou en cours d'exécution
- Affiches, banderoles, agenda, tee-shirts....Dépliants, banderoles
- Panneaux sur lieu de réalisation des actions de développement, lettres d'informations avec envois ciblés, flyers, dossier communication, film, vidéo...
- Brochures, publications, kakemonos, goodies...

I.1.3. Synthèse des obstacles liés à la communication des ONG en Afrique



Cette non-prise en compte de la culture locale est la conséquence directe de la méfiance que les populations développent vis-à-vis des ONG. Cependant pour pallier ces manquements et corriger cette méfiance, certaines ONG ont opté d'utiliser d'autres moyens de communication comme la presse (écrite et Tv) et le web pour s'adresser aux bénéficiaires. Ces moyens sont principalement les médias traditionnels ce qui réduit de manière drastique les possibilités d'un échange ou d'une communication interpersonnelle face à une société où la culture de l'oralité dépourvue de cette technologie (presse et web) reste la marque de fabrique (cf. : graphique 2).

I.1.4. Enquête auprès des ONG du conseil de l'Europe

Répondants :

- OIEC, office international pour l'enseignement catholique
- FIACAT
- CER CONFERENCE OF EUROPEAN RABBIS
- ENAR - European Network Against Racism
- Dynamo International

Pensez-vous que le nombre croissant d'ONG, peut-être lié à « l'extrême méfiance des bailleurs internationaux vis-à-vis de certains gouvernements qu'ils jugent corrompus ?

Pour les ONG du conseil de l'Europe, l'extrême méfiance des bailleurs n'a rien à voir avec le nombre croissant d'ONG internationales. 80% des répondants estiment qu'il n'y a pas de rapport entre les deux éléments.

Cependant, elles estiment que le lien social, le développement peuvent expliquer cette situation. L'explication qui semble correspondre à cette situation réside sur cette déclaration. En effet les répondants affirment : « *il s'agit également d'une utilisation des OING en raison de leur rapidité d'action dans le cadre de l'aide public au développement* ».

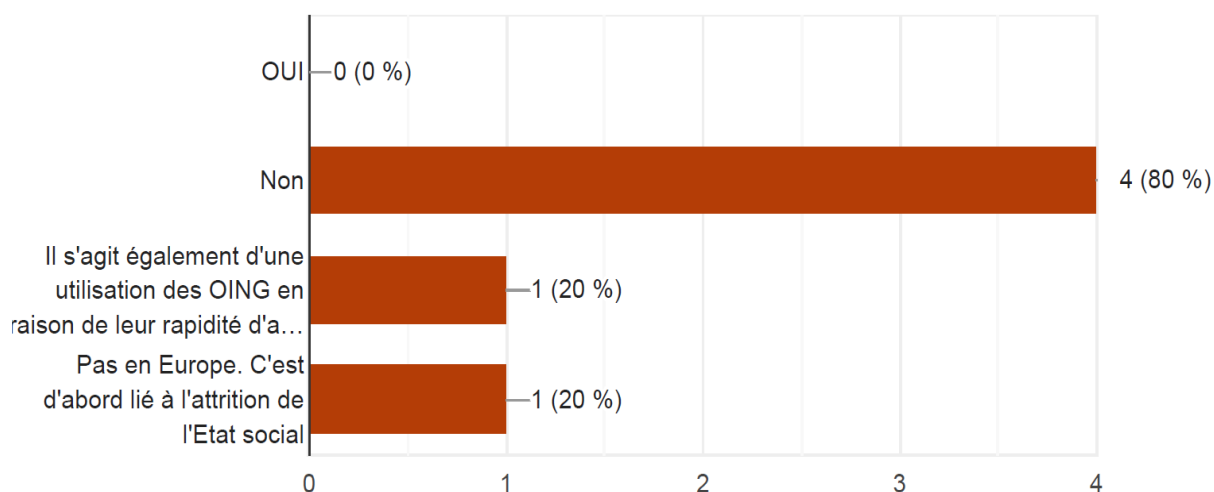
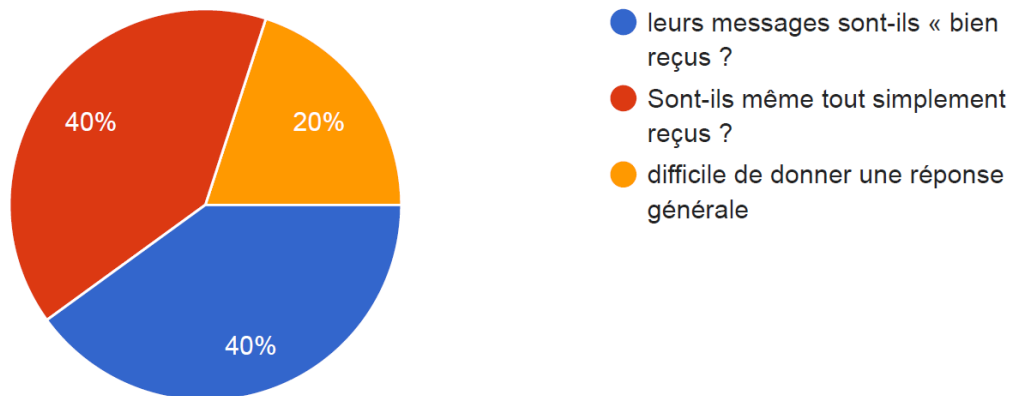


Figure 74 raisons du nombre croissant d'ONG en Afrique

Malgré leur importance, la plupart des ONG sont confrontées à des obstacles dans leur manière de communiquer :



Certains acteurs ou membres d'ONG estiment que les messages sont parfois reçus même si certaines estimes que la réponse semble plus complexe que la réalité.

Pourquoi des personnes étrangères s'estiment devoir s'investir dans les pays tiers : Quelles sont leurs stratégies ?

Les raisons d'un engagement peuvent être multiples. En effet, beaucoup d'ONG internationales au nom de la démocratie, du droit international, de la lutte contre certaines pratiques dégradantes pour l'homme ou la nature s'engagent à changer des situations avec des motivations diverses et variées.

A ce titre l'ONG international FIACAT à travers son répondant déclare : « *la FIACAT est une fédération qui n'agit que dans les pays où elle a un membre et en soutien à celui-ci ou à sa demande. Il ne s'agit donc pas à proprement parler d'une action dans un pays tiers même si la FIACAT est enregistrée en France. La motivation est avant tout juridique (pour anticiper la réponse suivante), les Etats prennent des engagements juridiques et les ONG ont un rôle à jouer dans le respect de ces engagements (dénonciation, accompagnement dans des réformes, sensibilisation, co-construction... ».*

Dans cette réponse proposée, l'on entend que l'universalisme des droits dépasse largement les frontières. Il est à noter que d'autres ONG Internationales militent pour la « *globalisation de la solidarité* ».

Leurs motivations sont-elles ?

Elles sont surtout d'ordre humanitaires 75% des réponses et ensuite religieuse ou politique à 50%. Les questions économiques et touristiques 25%.

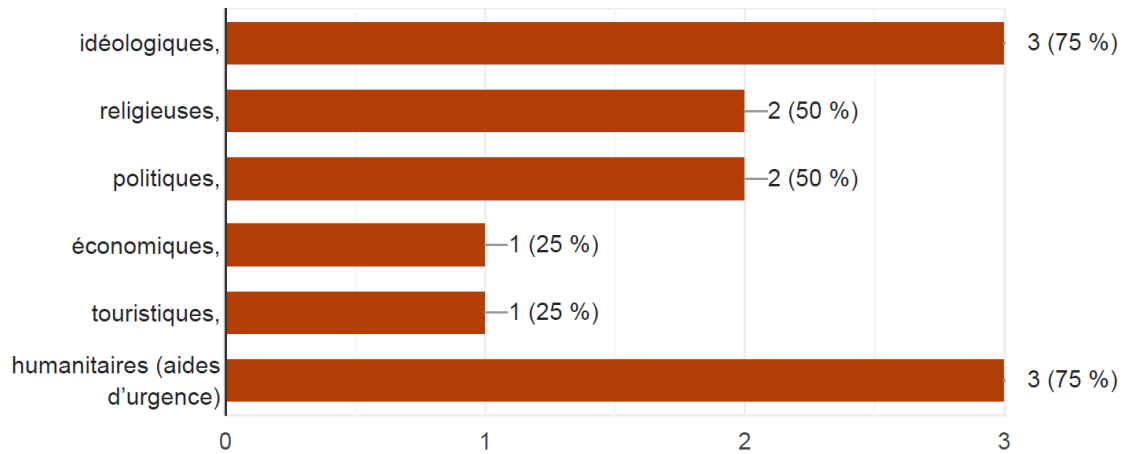
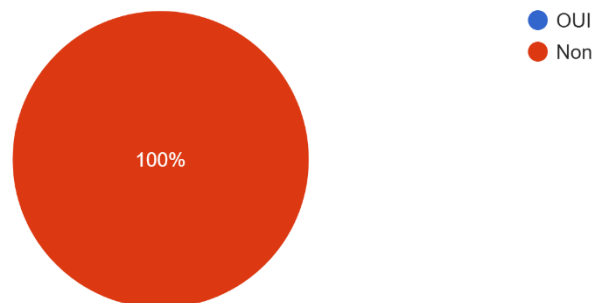


Figure 75 Leurs motivations des ONG

Les promesses d'améliorer les difficiles conditions de vie des populations : sont-elles suffisantes pour établir une communication avec les locaux ?

La réponse est à 100% négative.



Que pensez-vous de cette affirmation ? : « la prestation totale n'emporte pas seulement l'obligation de rendre les cadeaux reçus, mais elle en suppose deux autres aussi importantes : obligation d'en faire d'une part, obligation de recevoir, de l'autre ».

Les réponses suivantes émanent des représentants d'ONG Internationales. L'idée était de comprendre la place du don à travers les questions et l'influence que cela pouvait avoir sur les relations interpersonnelles. L'expression « **obligation d'en faire d'une part, obligation de recevoir** » fait penser à la question de la communication et l'utilisation de la communication dans des actions d'aide et de relation d'aide.

En même temps cette situation laisse penser que culturellement certaines populations semblent être dans l'obligation de recevoir. A travers le concept de Téranga Sénégalaise⁶⁵⁹ le refus d'un don peut être considéré comme un signe d'une inhospitalité.

Ce qui est contraire aux valeurs d'accueil, de courtoisie et respect qui fondent le fonctionnement de la population Sénégal dans sa globalité.

Globalement cette citation laisse penser au concept de « don et contre don » de M. Mauss.

Pour d'autres l'incompréhension du concept renvoi à ceci :

- « Pourquoi ne pas poser plus clairement la question de la corruption ? je n'ai pas compétence à répondre à cette question qui n'est pas -à grande échelle du moins- le souci 1er de l'enseignement catholique mondial
- Ça me fait penser à Thomas Sankara
- Dans le cadre de l'investissement bénévole, ceci n'est pas une obligation
- Je trouve bizarre cette question et ce principe de faire des cadeaux ».

Quelle est la posture des bénéficiaires par rapport aux dons et actions des ONG ?

La question de la posture semble importante pour comprendre les enjeux de cette interaction. A priori, le don devrait mettre les deux acteurs (donateur et receveur) au même niveau. L'avis des ONG est ainsi recueilli à partir de leurs observations de l'attitude des bénéficiaires qui reçoivent des dons. Elles déclarent que les populations ont ou ressentent de « la gratitude des établissements scolaires recevant soutien et aides ».

Pour l'ONG l'action est structurée à partir de la demande du bénéficiaire. En effet le répondant déclare que « la FIACAT n'agit qu'à la demande de ses membres de terrain, la posture est donc positive en règle générale même si parfois des difficultés sont rencontrées pour des questions financières ». D'autres acteurs pensent à leur tour que « les dons servent aux co-financements des actions de coopération ».

La question de l'argent laisse penser à deux éléments : la gestion et l'utilisation. La problématique que rencontre les ONG réside dans le fait que soit l'argent déséquilibre les relations soit les questions de détournement ne n'est jamais loin.

⁶⁵⁹ Hospitalité sans condition, un accueil sans condition. Une obligation de bienveillance vis-à-vis des étrangers sans distinction d'origines, de couleurs ou de religion.

Les raisons de ces actions sont-elles dictées par la globalisation avec une possibilité d'homogénéité et d'adaptation ?

- Non. La globalisation est seulement un paramètre à prendre en compte.
- Oui. L'interdit de la torture est une règle absolue de droit internationale mais les actions doivent être menées en tenant compte des besoins des bénéficiaires et des spécificités culturelles de chaque pays.
- La motivation des agents peut avoir parfois des raisons diverses
- Je ne pense pas

Dans ce contexte de globalisation, la culture, l'organisation et la société viennent sérieusement compliquer la communication des ONG

- L'impression lère serait plutôt celle de la facilitation
- Oui
- Au contraire, les ONG peuvent aujourd'hui communiquer plus facilement
- Je ne pense pas non plus

Pourquoi certaines ONG peinent-elles à faire connaître leurs objectifs et missions ?

Les réponses portent souvent sur l'absence de moyens.

- Pas compétent pour répondre à cela. Les difficultés de communication de l'OIEC sont plutôt d'origine interne -à lui-même et à l'enseignement catholique en général-. Le développement actuel des communications (visa conférences en particulier) est très grandement facilitateur.
- Les ONG de défense des droits de l'homme ont des budgets limités qui ne permettent pas toujours l'embauche de personnel en charge de la communication.
- Parfois, car leur objectif n'est pas compréhensible
- Faute de moyens de communication

Quelles sont les difficultés qu'elles rencontrent pour faire adhérer les populations à leurs différentes initiatives ?

Ici, les problèmes de valeurs traditionnelles et la question de la participation sont évoquées

- L'OIEC accompagne les établissements scolaires beaucoup plus qu'il n'offre d'initiatives
- Les thèmes défendus sont parfois en contradiction avec des valeurs traditionnelles ou religieuses ou une opinion publique supposée contre (exemple de l'abolition de la peine de mort)
- La marginalisation de l'action ou des motivations
- S'il y n'y a pas de stratégie de réappropriation et de participation au départ

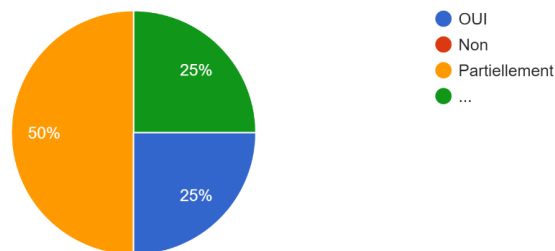
Quel est le regard des populations locales sur des ONG internationales qui interviennent en Afrique ?

Ici encore les réponses semblent diverses. En effet, les répondants déclarent :

- Doublement impossible pour moi de répondre : le Conseil de l'Europe a certes beaucoup de liens avec l'Afrique depuis sa fondation (déclaration Schumann en ce sens) mais ce n'est quand même pas 1er. Surtout l'OIEC n'est pas directement en lien avec les populations locales si ce n'est pas les Institutions scolaires et leurs cadres.
- Ça dépend fortement des modes d'action et de leur préparation. Il est primordial de travailler en amont avec les groupes cibles et les bénéficiaires pour bien connaître les besoins du terrain et ne pas se substituer à des actions locales ou aux obligations des Etats.
- Faudrait leur demander
- Je ne sais pas

Preennent-elles en compte sérieusement la culture locale ?

Les répondants indiquent ici que la culture locale est partiellement prise en compte.



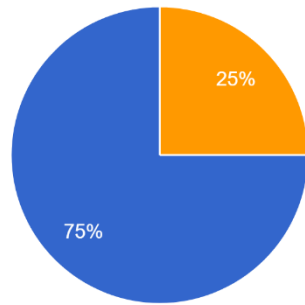
Aujourd'hui quels sont les facteurs bloquants à la communication ?

Plusieurs facteurs bloquants sont évoqués ici :

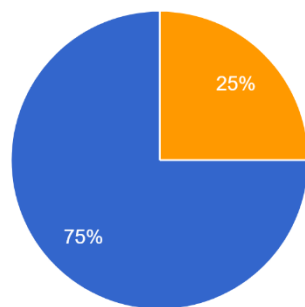
- L'urgence locale. Les chefs d'établissements ou autres responsables travaillent souvent "le nez dans le guidon" et se préoccupent essentiellement de l'urgence, trop peu du moyen et du long terme.
- L'accès à Internet, la communication en langues vernaculaires
- Aucun
- Moyens insuffisants

La boîte à outils pour la pratique du dialogue interculturel : toolkit serait-elle une porte d'entrée ?

Les ONG internationales estiment que la boîte à outil sur la pratique interculturelle est une porte d'entrée. La non-prise en compte de la culture locale susceptible d'engendrer la méfiance chez les populations

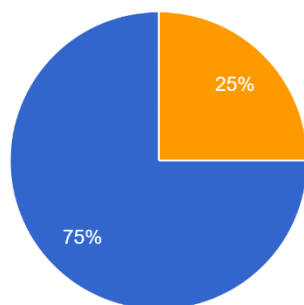


- Oui
- Non
- c'est une priorité de l'OIEC, en commun avec le conseil de l'Europe de puis longtemps et un but en soi : pas spécialement un moyen d'entrer en communication.



- Oui
- Non
- position spécifique de l'enseignement catholique sur ce point, toujours à la fois d'ici et d'ailleurs. Une question qui est aussi théologique

La non-prise en compte des connaissances endogènes dans l'élaboration des programmes et projets a-t-elle des conséquences sur le fonctionnement de l'ONG ?



- Oui
- Non
- serait-elle même seulement possible si vous ouvrez une école quelque part...?

ENQUETE N°3

I.1. Les ONG internationales dans les réseaux sociaux numériques (RSN)

56 réponses. Ces différentes ONG ont été étudiées ainsi que leurs activités sur les RSN.

Acting For Life	Association pour le Développement Economique Régional	AGRISUD International
Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières	Aide et Action	Aide Médicale et Développement
AIDES	Apiflordev	Apprentis d'Auteuil – Direction International et Prospective
ATD Quart Monde	Centre International d'Etudes pour le Développement Local	Collectif des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations – Rhône-Alpes (COSIM Rhône-Alpes)
Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement	Comité de Suivi du Symposium sur les Sénégalais de l'Extérieur	Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations
Comité Français pour la Solidarité Internationale	Coopération et Formation au Développement	Délégation Catholique pour la Coopération
Eau Vive	Eclaireuses et Eclaireurs de France	Elevage sans frontières
Electriciens sans frontières	Entraide Médicale Internationale	Environnement, Développement, Action
Fédération Artisans du Monde	Fédération Léo Lagrange	Frères des Hommes
France Volontaires	GESS – Récosol France Europe Afrique	Grdr – Migration-Citoyenneté-Développement
Groupement des Retraités Educateurs sans Frontières	Guilde Européenne du Raid	HAMAP
Handicap International France	Ingénieurs Sans Frontières	Institut Belleville
Institut de Recherche et d'Applications des Méthodes de développement	La Voute Nubienne	Max Havelaar France
Médecins du Monde	Ordre de Malte France	Organisation PanAfricaine de Lutte pour la Santé
Oxfam France	Plan France	Première urgence – Aide médicale internationale
Samusocial International	Santé Sud	Secours Islamique France

Secours populaire français	Service de Coopération au Développement	Sidaction
SOLIDARITÉ	Solidarité Laïque	Solidarité SIDA
Terre des Hommes France	Union Nationale des Maisons Familiales Rurales d'Education et d'Orientation	

Disposez-vous d'un site web ?

96,4 % des répondants indiquent que les ONG internationales possèdent des sites web. Ici l'outil devient un support indispensable pour échanger, communication et créer une visibilité.

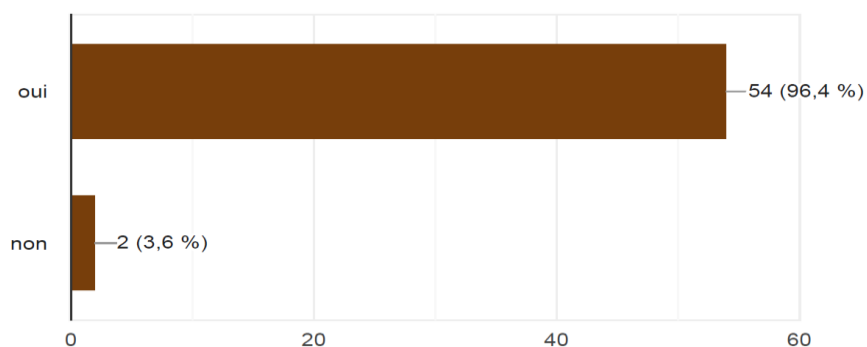


Figure 76 disposez-vous d'un site web

Langue Utilisée pour le site web

Le français reste la langue dominante dans cette étude sur les sites web. Cela est liée au fait que la majorité des organisations étudiées sont françaises. 100% des sites sont en langue française. Cependant on peut noter que 42% de ces sites ont une traduction en anglais contre 20,4% en langue espagnole.

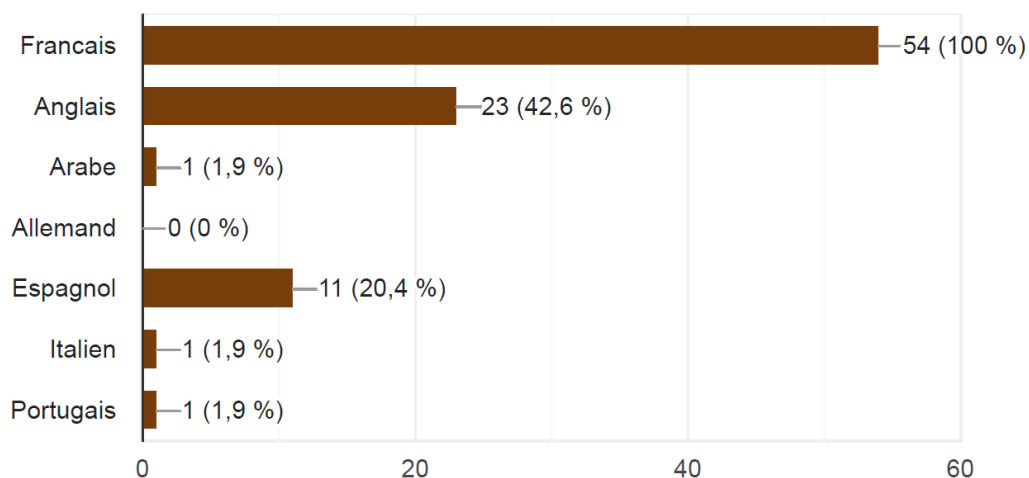


Figure 77 langues utilisées au niveau des sites web des ONG

Nombre de salariés

50% des ONG internationales ont entre 1 et 20 employés.

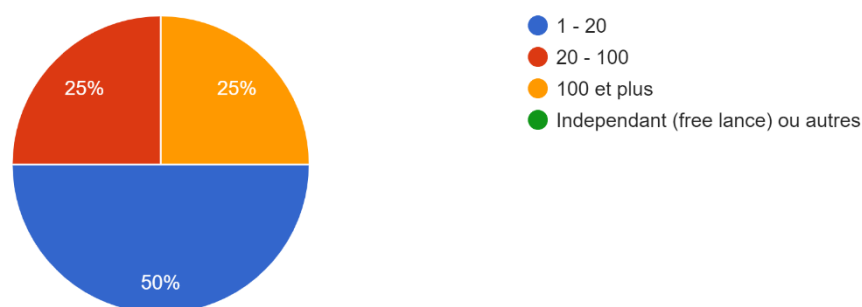


Figure 78 nombre de salariés

Types d'activités proposées

On peut noter que la majeure partie des ONG internationales interviennent dans le domaine du développement à hauteur de 67,3% contre 32,7 % pour les ONG internationales qui interviennent dans le social.

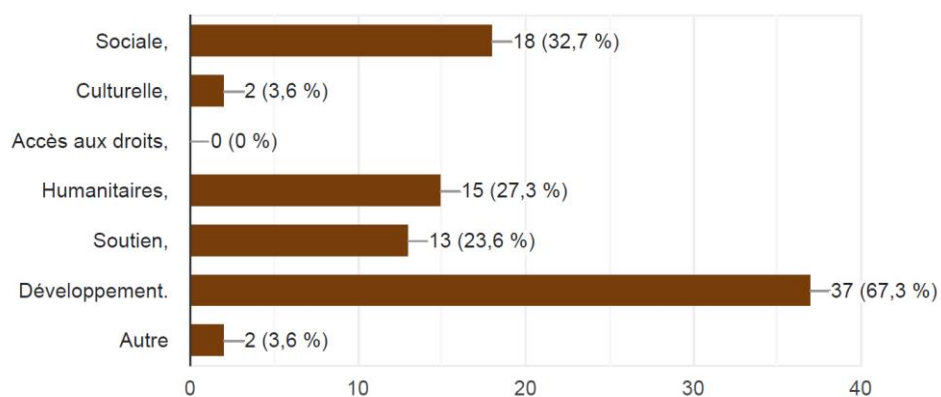


Figure 79 types d'activités proposées

Disposez-vous d'une page Facebook Europe ?

81,8% des ONG internationales ont une page Facebook en Europe. Cependant sur la liste ci-haut, il y a 18,2% des ONG qui ne possèdent pas de page Facebook.

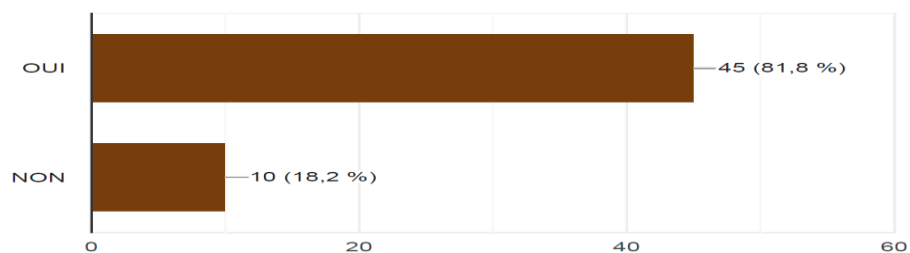


Figure 80 Disposez-vous d'une page Facebook Europe

Date création de la page Facebook Europe

La plupart des ONG sont présentes sur les réseaux sociaux numériques.

Cependant l'étude concerne les pratiques des ONG internationales en Europe et en Afrique.

Dans l'étude on peut noter, les différentes modifications apportées par les ONG elles-mêmes pour se conformer à des dates qui ne semblent pas forcément correspondre à la réalité au moment de la création. Si on peut noter une timide début en 2005, on peut constater que 2010 et 2011 constitue un point culminant de la création des pages Facebook.

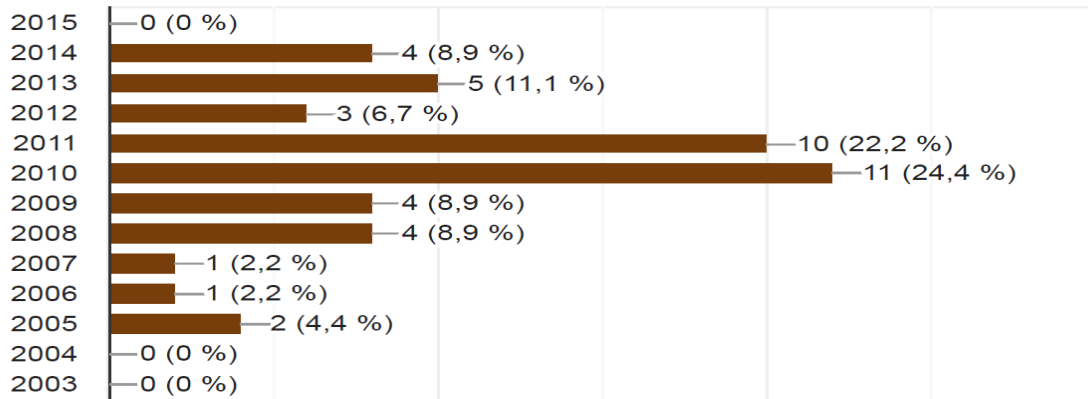


Figure 81 Date création de la page Facebook Europe

Nombre de like de la page Facebook Europe

Les nombres de likes se situe entre 500 et 50 000 likes. La plupart des likes se situe entre 1100 et 2000 soit 17% des ONG étudiées. Très peu d'ONG arrivent à 50 000 likes soit 7% et seules deux ONG arrivent à 100 000 likes au total

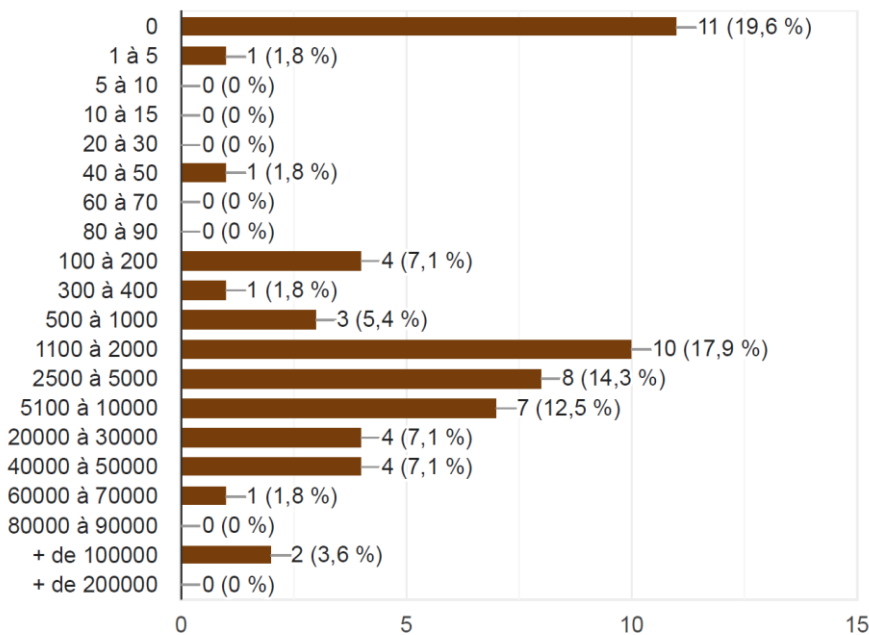


Figure 82 Nombre de like de la page Facebook Europe

Disposez-vous d'une page Facebook Afrique ?

En comparaison de ce qui se passe en Europe, on peut noter que 78,6% de mêmes ONG ne disposent pas d'une page Facebook en Afrique. La communication se fait à partir des réalités extérieures qui ne prennent pas en compte les activités locales. Quelques ONG internationales ont réussi à passer le cap. En effet près de 21,4% possèdent des pages Facebook locales

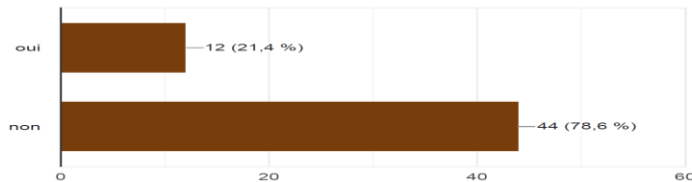


Figure 83 Disposez-vous d'une page Facebook Afrique

Date création de la page Facebook Afrique

La plupart de ces pages sont créés en 2010 contrairement aux pages européennes qui sont créés en 2005 début de l'expansion des RSN. Seules 11 ONG disposent de page Facebook locale.

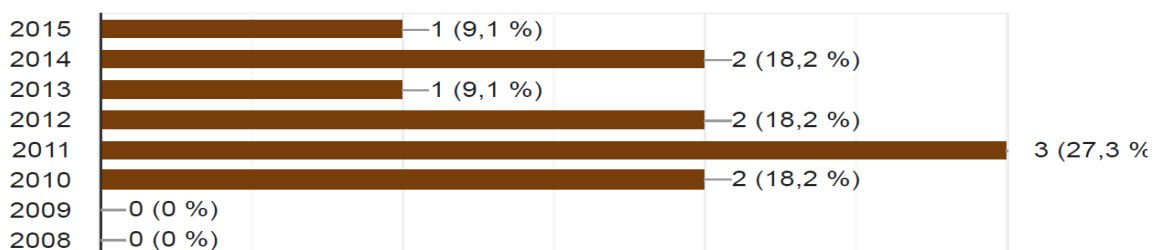


Figure 84 Date création de la page Facebook Afrique

Nombre de like de la page Facebook Afrique

Le nombre de like tourne autour de 20 à 2000 likes. Seules 3 ONG internationales arrivent à obtenir 2000 likes.

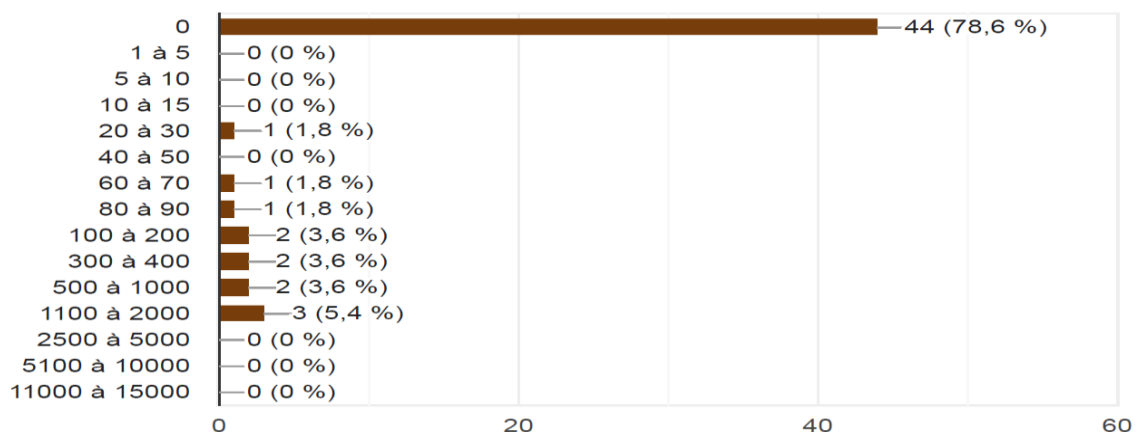


Figure 85 nombre de like de la page Facebook Afrique

Disposez-vous d'une page Twitter Europe ?

66,1% des ONG disposent d'une page Twitter. Il faut noter que ce support est un élément incontournable pour dénoncer des situations, alerter et faire de la veille.

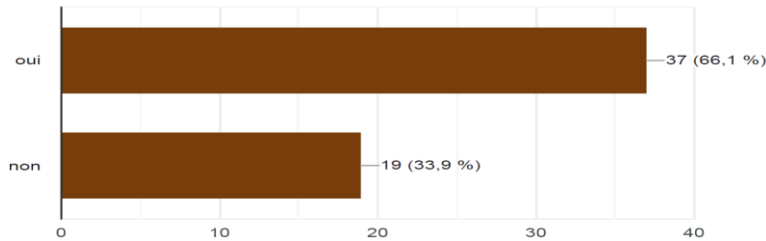


Figure 86 Disposez-vous d'une page Twitter Europe

Date création de la page Twitter Europe

Le début timide de la création des pages twitter s'est fait en 2007 pour les ONG européennes. Il faut noter que de 2000 à 2006 aucune page twitter n'était créée par les ONG internationales.

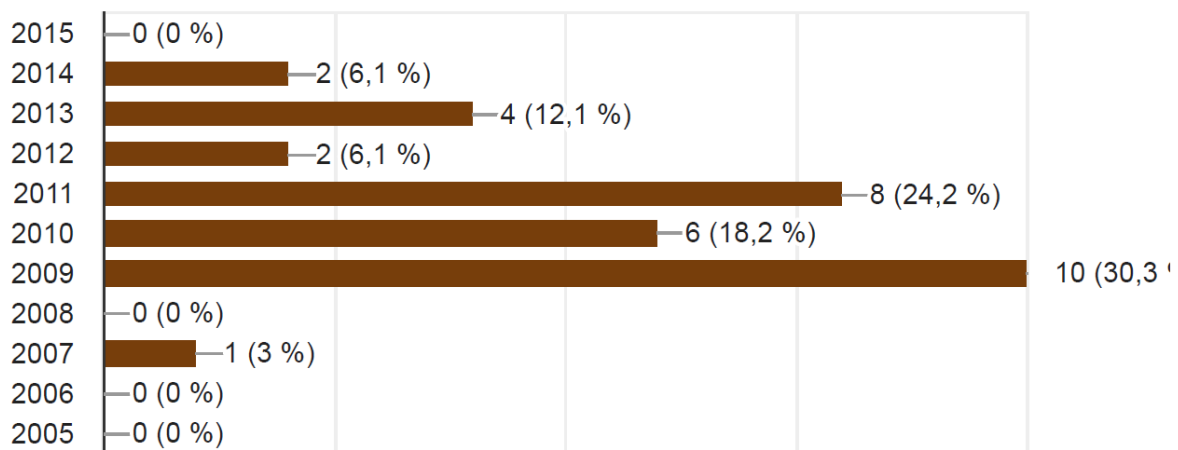
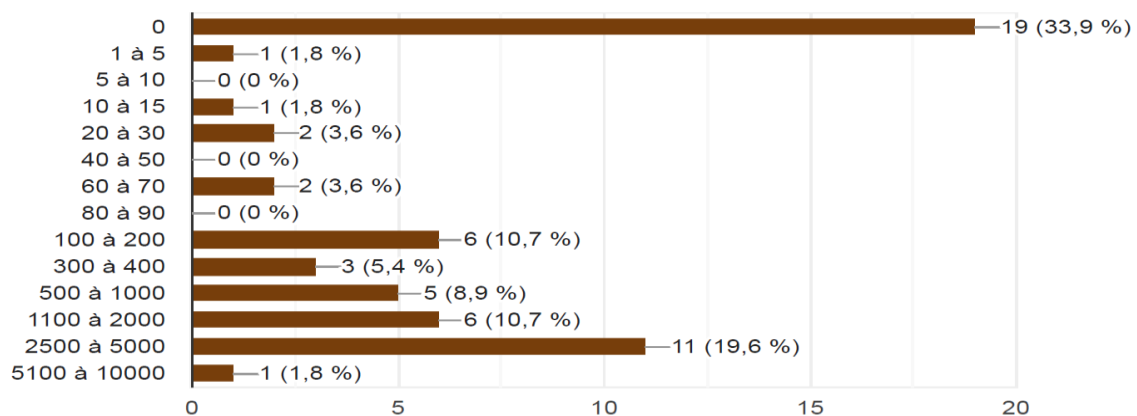


Figure 87 Date création de la page Twitter Europe

Nombre de Tweets Europe

Depuis leurs créations certaines ONG ont twitter entre 2500 et 5000 twitter soit 19% des ONG.



Nombre d'abonnements Twitter Europe

Plusieurs ONG se sont abonnées aux pages d'autres structures (autres ONG internationales, influenceurs et des personnalités politiques). Le plus grand nombre d'ONG (12) ayant fait ces abonnements s'élève à 21,4%.

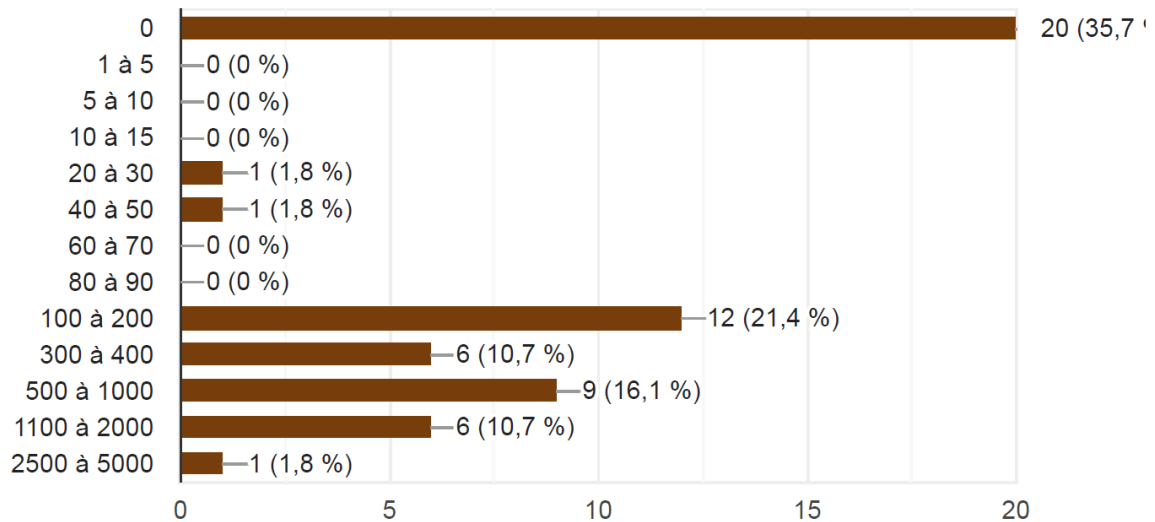


Figure 88 Nombre d'abonnements Twitter Europe

Nombre d'abonnés Twitter Europe

La même tendance s'observe sur le nombre d'abonnés.

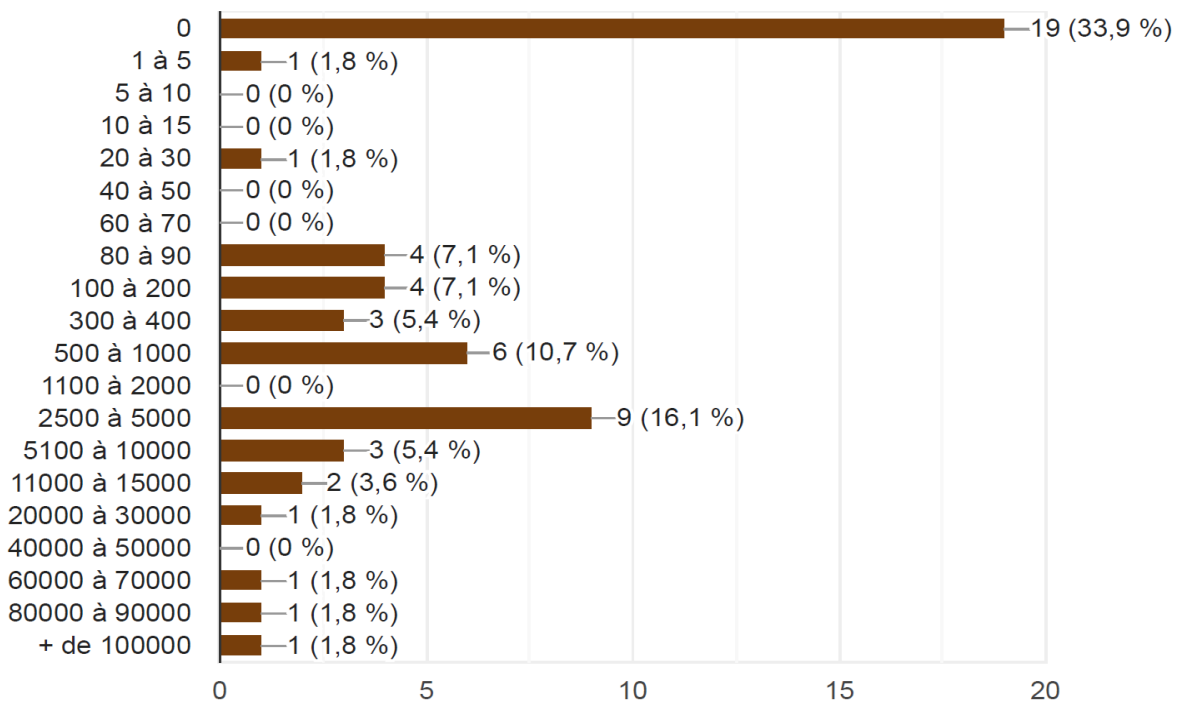


Figure 89 Nombre d'abonnés Twitter Europe

Disposez-vous d'une page Twitter Afrique ?

Pres de 94,6 % des ONG internationales n'ont pas de pages locales en Afrique

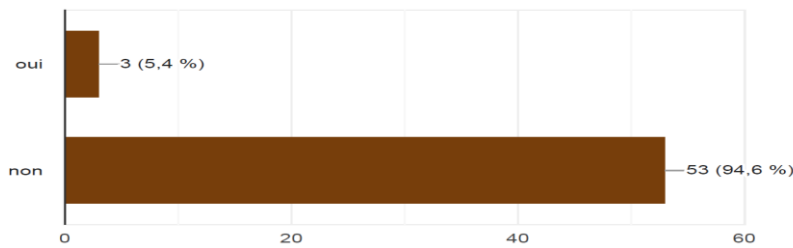


Figure 90 Disposez-vous d'une page Twitter Afrique

Date création de la page Twitter Afrique

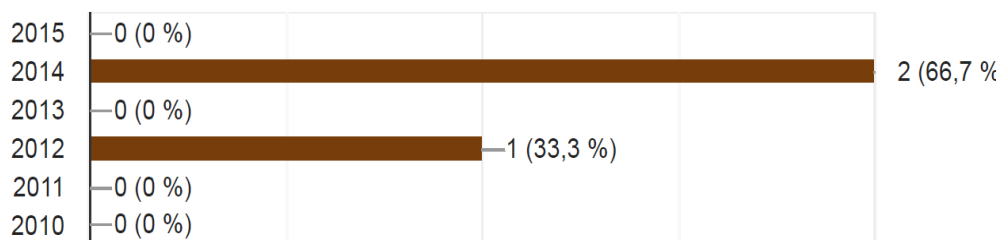


Figure 91 Date création de la page Twitter Afrique

Nombre de Tweets de la page Twitter Afrique

Trois pages locales semblent actives. Elles ont twitté respectivement entre 20 et 30 fois ; entre 80 et 90 fois et enfin entre 500 et 1000 fois. Ces faibles chiffres montrent la faiblesse de l'activité proposée de ONG dans leur page locale en Afrique.

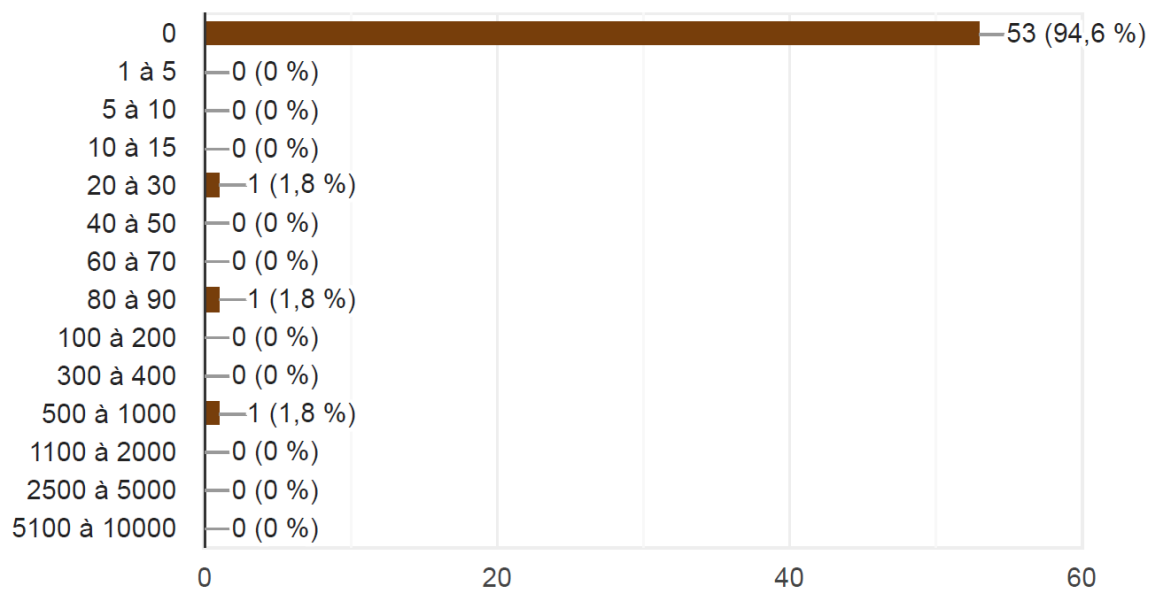


Figure 92 Nombre de Tweets de la page Twitter Afrique

Nombre d'abonnement de la page Twitter Afrique

On peut noter le faible nombre d'abonnement des pages locales. Cela dénote de l'absence de maîtrise de l'outil et peut être de son fonctionnement.

L'absence d'abonnement aussi montre la méconnaissance de l'outil malgré l'utilisation forte de certaines ONG pour s'exprimer sur l'actualité, alerter ou informer rapidement.

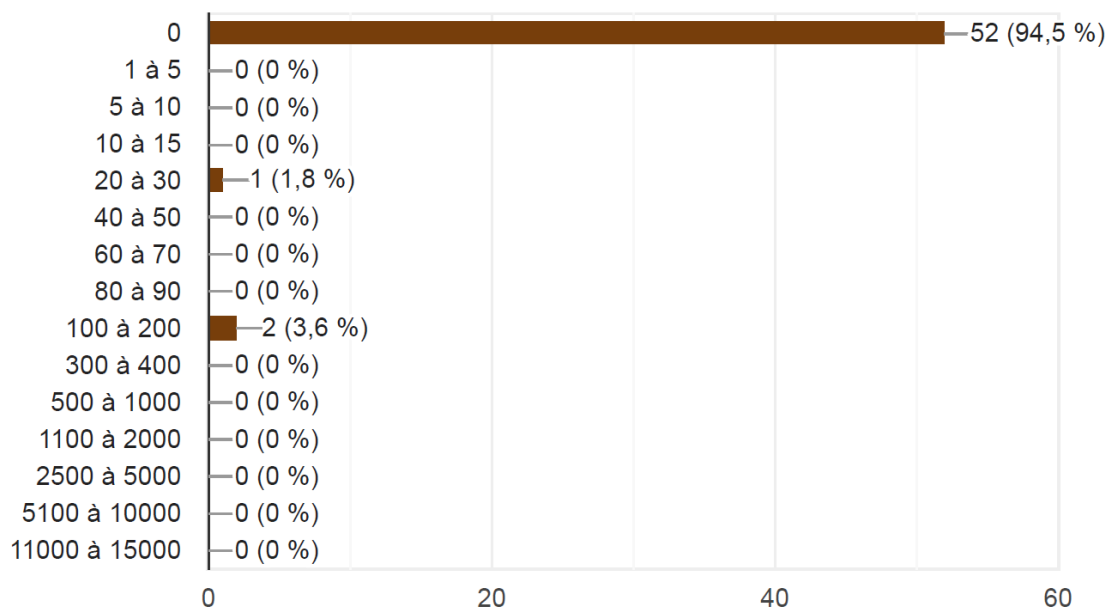
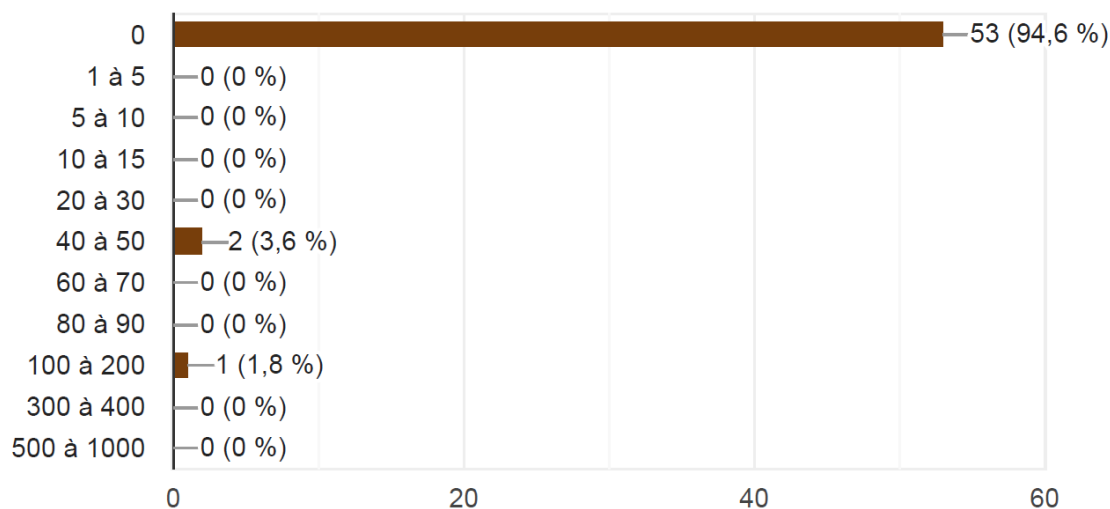


Figure 93 Nombre d'abonnement de la page Twitter Afrique

Nombre d'abonnés de la page Twitter Afrique

Seules trois ONG internationales ont des pages locales qui ont entre 40 et 50 abonnés et une seule qui a entre 100 et 200 abonnés.



Disposez-vous d'une page LinkedIn Europe ?

Au niveau de LinkedIn, l'activité n'est pas la même que sur twitter. 44% des ONG disposent d'une page LinkedIn surtout utilisée dans le cadre du recrutement et de la mise en relation.

Plus de 55,4% indiquent ne pas avoir de pages LinkedIn.

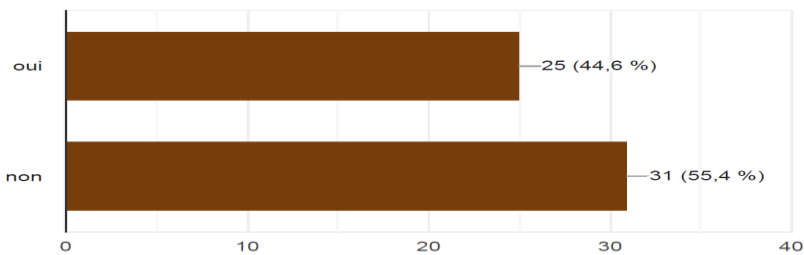


Figure 94 Disposez-vous d'une page LinkedIn Europe

Ces pages constituent un lien de relations entre les différents professionnels de l'humanitaire. Elles restent principalement des pages d'offres d'emploi.

Contrairement à twitter, l'outil est un moyen de promotion personnelle et professionnelle.

Nombre d'abonnés de la page LinkedIn Europe

Pres de 25 pages comptent des abonnés. En effet le plus grand nombre d'abonnés concerne près de 7 pages. Le nombre d'abonné est entre 100 et 200 personnes.

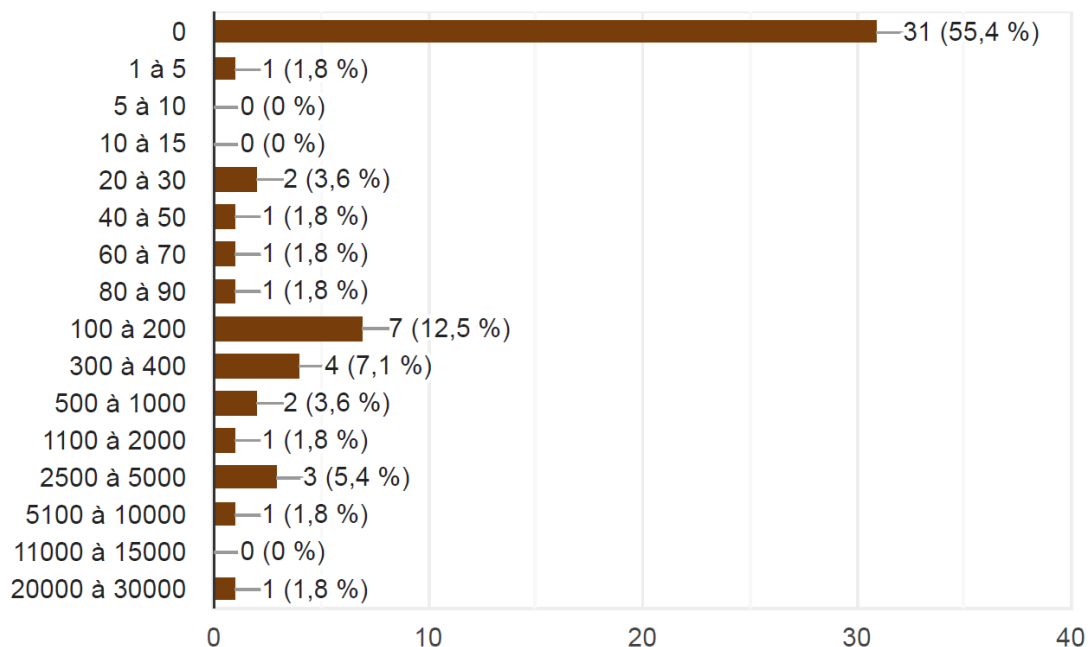
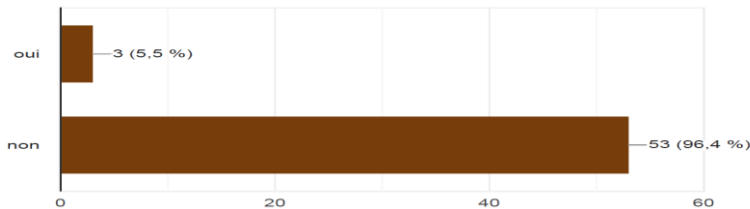


Figure 95 Nombre d'abonnés de la page LinkedIn Europe

Disposez-vous d'une page LinkedIn Afrique ?

Contrairement à l'Europe, LinkedIn ne semble pas être un support de promotion personnelle. 96,4% ne possèdent pas de pages dans ce réseau social. Juste trois ONG internationales ont des pages LinkedIn en Afrique.

La faiblesse de l'investissement de ce réseau reste une constante.



5,5% possèdent une page qui semble très peu animée

Nombre d'abonnés de la page LinkedIn Afrique.

La faiblesse de l'utilisation de ce réseau social se voit dans le graphique. Seules deux structures ont des abonnés avec un chiffre très faible qui tournent autour de 10 à 15 abonnés ou 100 à 200 abonnés



Disposez-vous d'une Chaine YouTube Europe ?

Si l'activité des ONG internationales semblent faibles dans les autres réseaux sociaux, ce n'est pas le cas de YouTube.

En effet, il faut noter que c'est le principal outil de communication des ONG internationales. Des vidéos de sensibilisation, des lancements, des appels à mobilisation... sont lancés de manière régulière.

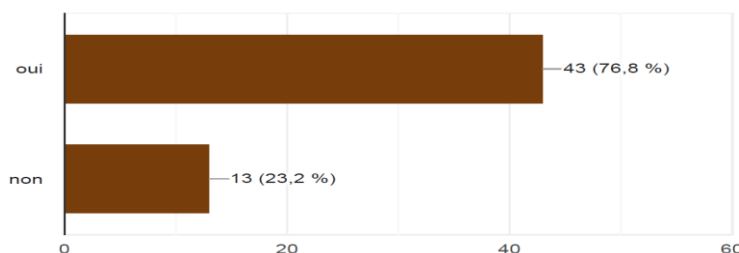


Figure 96 Disposez-vous d'une Chaine YouTube Europe

76,8 % des ONG étudiées ont des pages youtube. Seules **23,2** % n'en possèdent pas et n'utilisent pas ce réseau social. Les différents thèmes abordés contribuent à l'appel à la mobilisation, au changement de comportement et parfois à la présentation des organismes.

Année de création de la chaîne YouTube Europe

2011 est l'année d'apogée de ce réseau social. Près de 27,9% des ONG ont pris l'initiative de créer cette année une page youtube. Cependant il faut noter que 2006 a été le début d'une mobilisation de l'utilisation du réseau social.

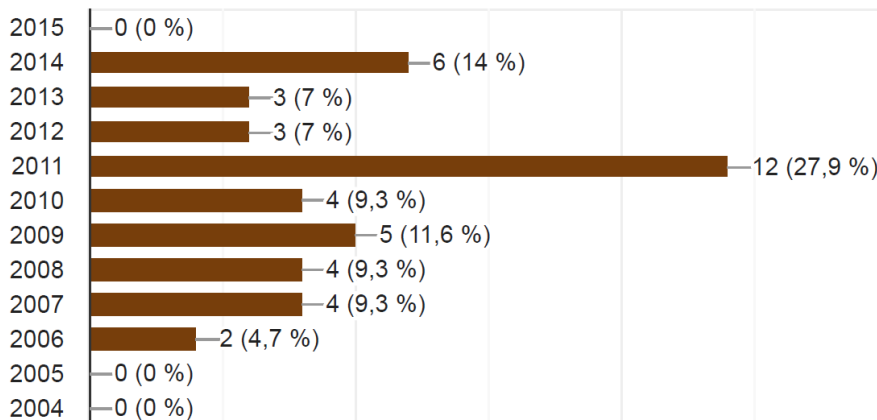


Figure 97 Année de création de la chaîne YouTube Europe

Nombre d'abonnés de la chaîne YouTube Europe

Les nombres d'abonnés des chaînes semblent être en hausse. Cependant le nombre d'abonnés n'excede pas 10 000 abonnés.

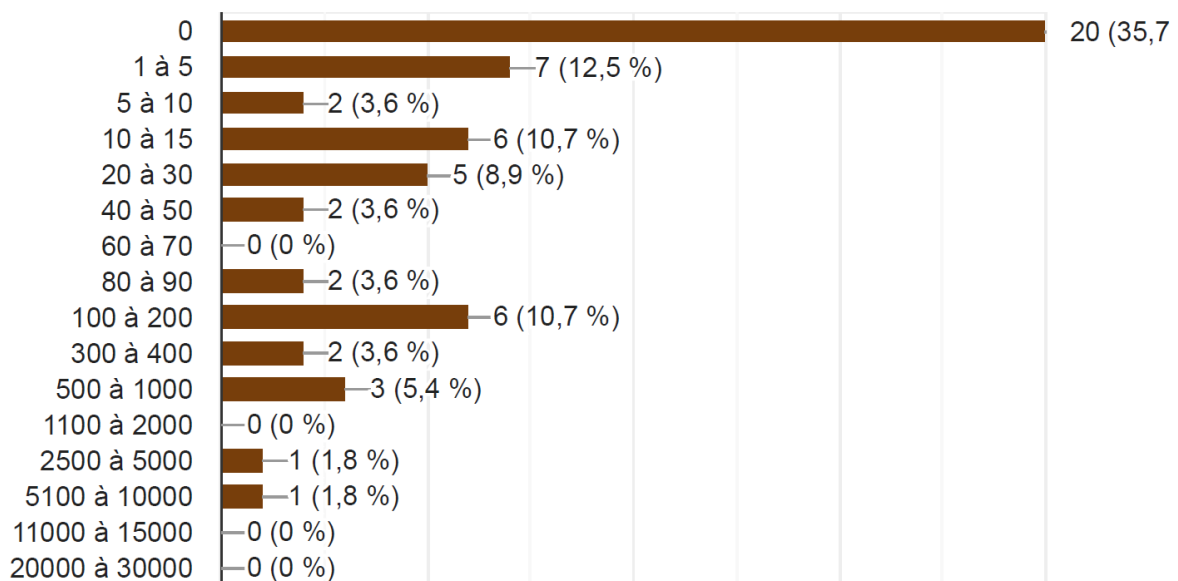
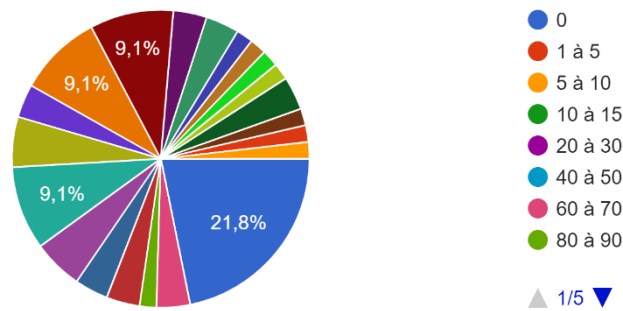


Figure 98 Nombre d'abonnés de la chaîne YouTube Europe

Nombre de vue de la chaine YouTube Europe



Disposez-vous d'une Chaîne YouTube Afrique ?

Plusieurs chaînes sont créées par les ONG internationales en Afrique. Cependant plus de 82,1% ne possèdent pas de chaînes youtube.

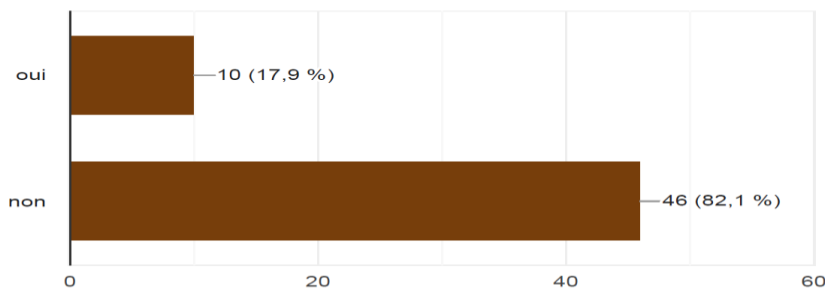


Figure 99 Disposez-vous d'une Chaîne YouTube Afrique

Année de création de la chaîne YouTube Afrique

2007 est l'année où 3 ONG internationales se sont lancées dans la création de chaîne YouTube. Cette situation a connu une accalmie avant de reprendre entre 2011, 2012 et 2013.

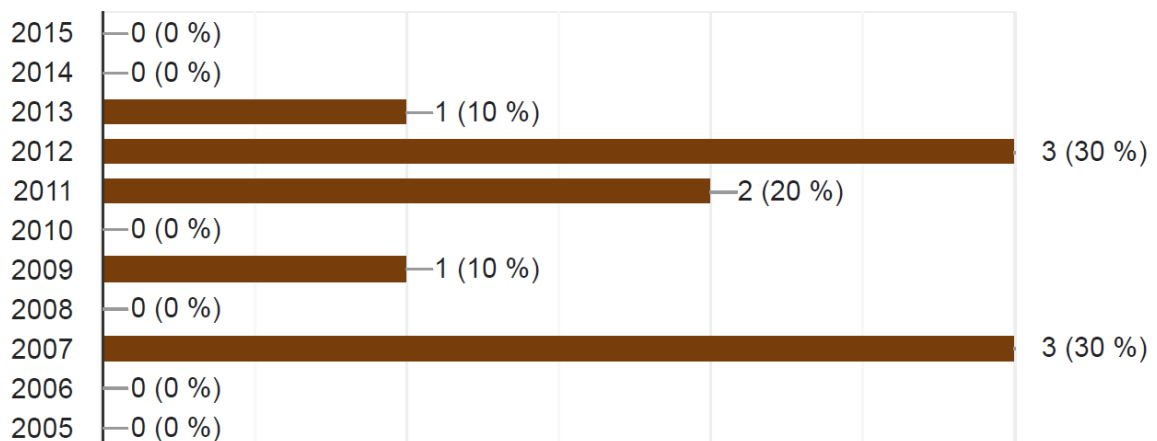


Figure 100 Année de création de la chaîne YouTube Afrique

Seules 10 ONG ont fait le premiers dans la création de page YouTube.

Nombre d'abonnés de la chaine YouTube Afrique

On peut noter que le nombre d'abonné est très faible.

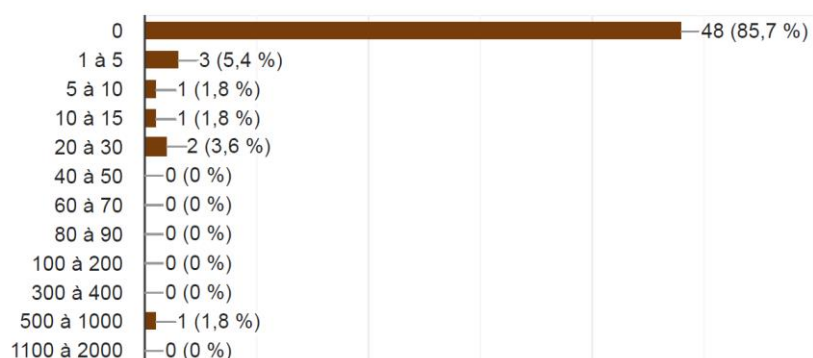
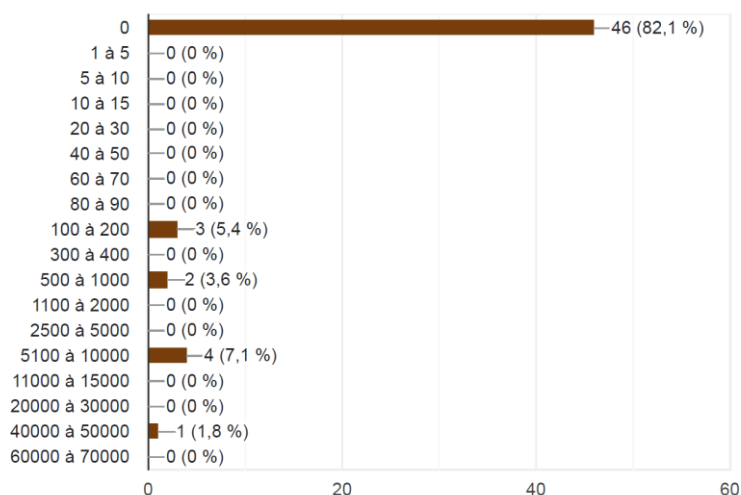


Figure 101 Nombre d'abonnés de la chaine YouTube Afrique

Nombre de vue de la chaine YouTube Afrique

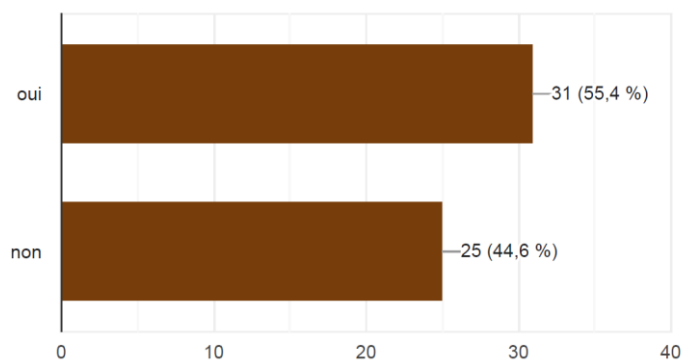


C'est le même constat que le schéma précédant. Seules 8 ONG ont un nombre de vues conséquents.

Figure 102 Nombre de vue de la chaine YouTube Afrique

Disposez-vous d'une Chaine Dailymotion Europe ?

55,4% dispose d'une page dailymotion.



Nombre d'abonnés de la chaine Dailymotion Europe

Pour les ONG internationales, elles n'acceptent pas plus de 70 abonnés.

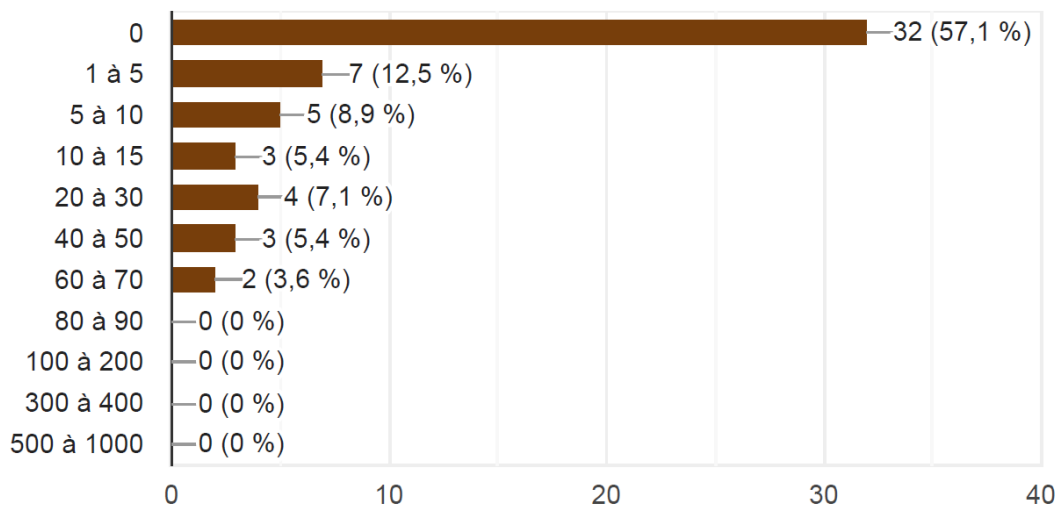


Figure 103 Nombre d'abonnés de la chaîne Dailymotion Europe

Nombre de vue de la chaîne Dailymotion Europe

Le nombre de vue obtenues par les ONG n'excèdent pas 30 000 vues. Seules deux ONG ont obtenu 100 000 vues ; deux autres ont totalisé entre 60000 et 90000 vues.

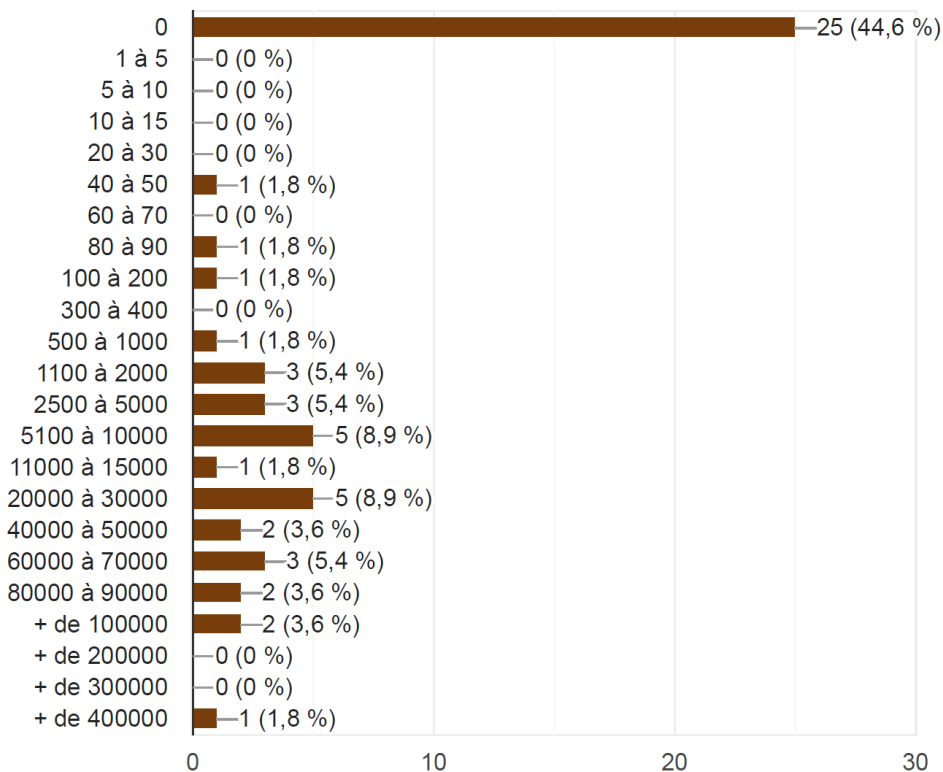
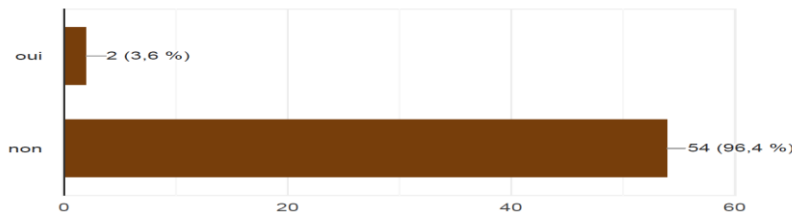


Figure 104 Nombre de vue de la chaîne Dailymotion Europe

Disposez-vous d'une Chaîne Dailymotion Afrique ?

96,4 des ONG internationales n'ont pas de page Dailymotion.



Nombre d'abonnés de la chaîne Dailymotion Afrique / Nombre de vue de la chaîne Dailymotion Afrique

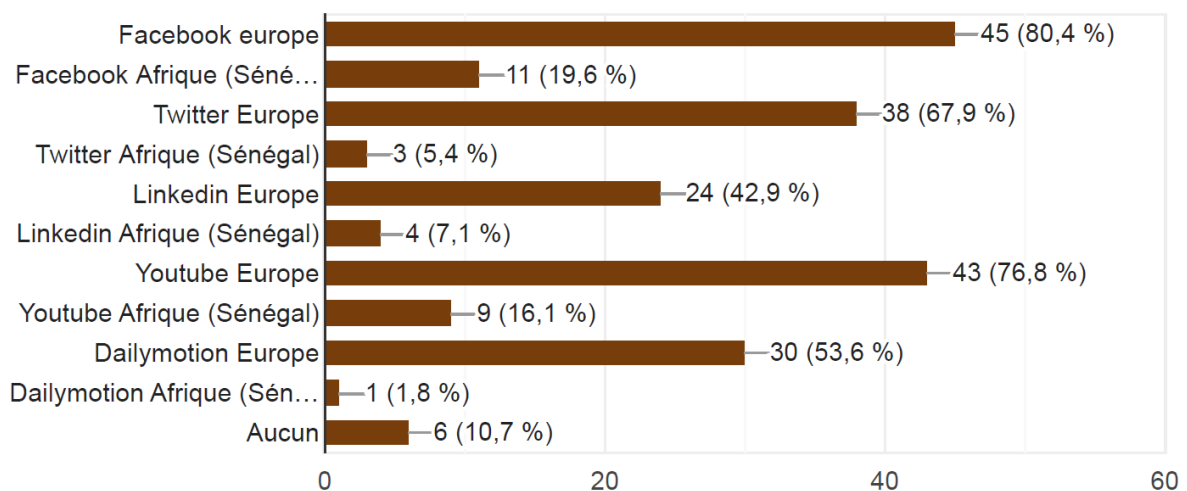
Le nombre d'abonnés et le nombre de vue n'excedent pas 10 abonnés.



Disposez-vous d'un réseau social cité ci-après ?

En essayant de faire une comparaison sur la présence des ONG dans les réseaux on peut constater les différences importantes entre l'utilisation des RSN en Europe et en Afrique.

Les chiffres montrent que l'appropriation des réseaux sociaux en Europe ne pose pas de problèmes.



Disposez-vous d'un budget

L'ensemble des ONG internationales détienne des budgets de communication.

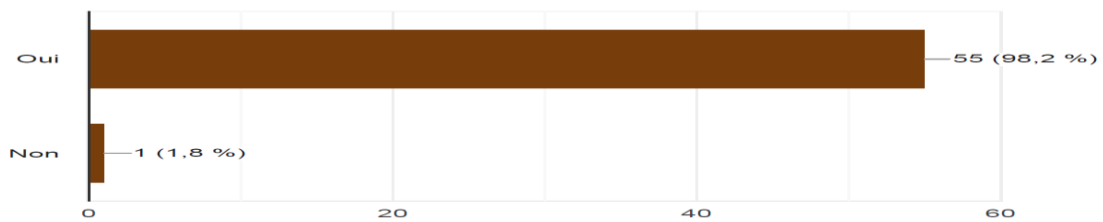


Figure 105 budget de communication

I.1.1.1. Les ONG dans les médias : Graphique 2

Les ONG internationales se retrouvent dans différents médias, on peut noter entre autre une grande 37% de couverture médiatique, 13% d'émissions radiophoniques en sus de la communication auprès des télés et radios. Si la production audiovisuelle qui est estimée à 9% alimente principalement les plateformes audiovisuelles, il faut noter que les antennes décentralisées (15%) servent de relais à la communication des ONG internationales.

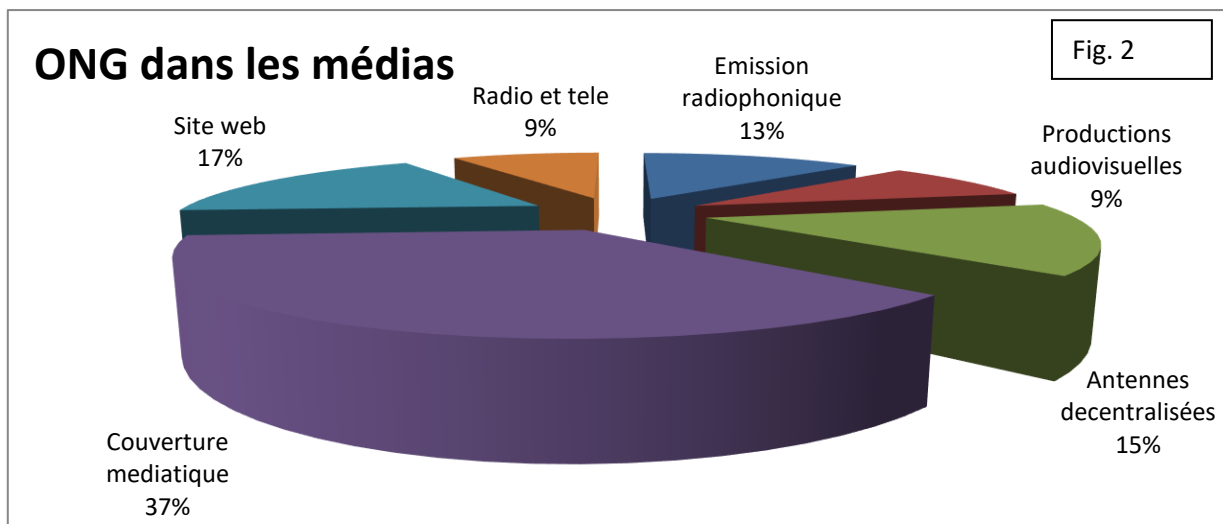


Figure 106 Principaux canaux et supports de communication des ONG Internationales au Sénégal

Contrairement à certaines ONG locales qui utilisent les antennes décentralisées et les émissions radiophoniques, la majorité des Organisations internationales possède un site web ; seul moyen d'informer pour le public, les bailleurs de fonds ou les donateurs sur leurs activités et réalisations. Mais on peut se demander : si le monde rural (pauvre), principal bénéficiaire de

ces programmes est en phase avec cette technologie nouvelle proposée ? Ce mode de fonctionnement des ONG traduit une forme d'organisation de la communication qui peut impacter positivement ou négativement sur les résultats attendus.

I.1.2. Quelle est la place dans les médias et les réseaux sociaux numériques de la communication des ONG ?

La stratégie de communication des ONG en Afrique repose essentiellement sur la communication de masse. D'après une enquête du « *journal Le Monde Afrique* » sur le journalisme africain, « Certaines organisations aiment rameuter le plus de « *journalistes* » possibles, croyant que plus la salle sera pleine, mieux l'opinion sera informée (Le Monde Afrique, Dakar, 2015). L'option d'user de cette technique est très ancrée dans les pratiques des Organisations au Sénégal, car c'est une « *aubaine pour les ONG et projets en tout genre, qui communiquent ainsi à peu de frais* » (Maguette Gueye le Monde Afrique' 2015). Mais constitue-t-elle une alternative plausible pour l'audience qu'elle veut atteindre ? Si l'on sait qu'il y a parfois très peu de retour dans la presse au lendemain de l'activité. Mais pourquoi les médias occupent-elles une place aussi importante dans la communication des ONG malgré les problèmes d'éthique et de déontologie comme l'octroi de « *perdiems* » aux journalistes... ? Si les ONG se sentent obligées de jouer le jeu avec la presse par crainte « *de disparaître du paysage médiatique...* » (Maguette Gueye, 2015) ; les intérêts pécuniaires de part et économiques risquent de pénaliser les bénéficiaires ? N'y-a-t'il pas d'autres formes de communication plus adéquates pour informer les bénéficiaires ? L'utilisation des médias tant sur le plan international que local peut laisser entrevoir un décalage énorme entre l'image acquise par les ONG et l'image réelle que les populations ont de ces dernières. **L'on peut se demander si l'acquisition d'une image positive dirigée vers les donateurs, bailleurs...est une question essentielle de survie pour les ONG ?**

Au-delà de ce questionnement, on peut penser que globalement « *la communication y est médiatisée par les représentations que les cultures se font les unes des autres* » (E. Lipiansky, 1989) ce qui enlève toute la substance liée au naturel, mais aussi défavorise le contact interpersonnel.

Certaines stratégies de communication de masse sont amplifiées par des modèles d'information comme le « *two step flow*⁶⁶⁰», et malgré ses limites attestées, elles continuent à être utilisées

660 «Two-step flow Theory» (1955 – Katz et Lazarsfeld) travaux portent sur l'influence qu'exercent les médias sur la décision des électeurs, L'influence des médias s'opère selon un processus à deux niveaux : les leaders d'opinion (personnes

sans se soucier de la notion de feedback. Ce qui fait dire que la notion de communication dans ce contexte, n'est pas approfondie.

Profitant de l'importance et du pouvoir de la télévision en milieu rural, les ONG fabriquent des messages standardisés, issus des modèles occidentaux et qui sont relayés par les leaders d'opinion, les chefs de villages, les enseignants recrutés comme relais, les responsables d'organisation parfois analphabètes. Ceci passe très souvent par la construction de liens particuliers avec les personnes citées ci-dessus. On peut noter entre autres : le rétablissement et le renforcement exclusifs du pouvoir des autorités locales, les débriefings soutenus et répétés, les techniques de persuasions sur le bien-fondé du projet et enfin l'implication à la prise de décisions du chef local. Tous ces éléments renseignent sur la manière de procéder des ONG. La place des leaders d'opinion ici pose le problème du choix et de la légitimité de ces derniers dans la diffusion de l'information « *récepteur (passif) et émetteur (actif)* ». Philippe Viallon (1990) souligne la capacité d'influence de la télévision qui est aujourd'hui utilisée par les ONG dans les pays du sud pour se faire connaître. Il confirme ainsi que « *le message télévisuel est profondément conditionné par les canaux qui le portent* ».

Si en Europe ses « *caractéristiques sont utilisées selon les besoins de l'émetteur : rapidité ou lenteur de la communication, clarté ou obscurité du messenger etc.* » (Ph. Viallon, 1990) ; en Afrique cette préoccupation d'influencer le public est moins visitée. Avec le développement et l'avancé des technologies, l'éveil des consciences, le développement d'internet et des réseaux sociaux, la communication est devenue un élément essentiel et très interactif pour les projets des occidentaux. Cependant si ces technologies (internet, réseaux sociaux...), ne sont pas intégrées dans la démarche de communication des ONG internationales en Afrique, l'alternative media traditionnel (griot, foras, cérémonie traditionnelle, conseil du village...) serait-elle efficace pour atteindre la population ?

Au vu du développement des TICs, il était important de mener une enquête sur **les ONG dans les réseaux sociaux**. Elle concerne en effet 56 ONG toutes basées en France et qui interviennent au Sénégal. Parmi elles : Handicap international, médecins du monde, le secours populaire, plan international et action contre la faim... Elles interviennent principalement dans le secteur du développement avec 44,6% des ONG étudiées, suivi du social et de l'humanitaire avec

qui, par leur comportement ou leur position, ont une emprise sur leur entourage) filtrent l'information et pèsent sur l'opinion des individus. Et les groupes de référence (famille, collectivité de travail...).

respectivement 18% et 15 %. L'étude montre que la présence des ONG dans les réseaux sociaux en France est assez développée mais presque inexistante au Sénégal.

Seules 12 ONG sur les 56 étudiées ont une page Facebook, ce qui globalement représente un nombre de 8284 abonnés au Sénégal contre 812511 en France. Cette situation reste identique pour LinkedIn 3/56 ONG possède une page au Sénégal ; même résultat pour Twitter avec 298 abonnés contre 402221 en France. En ce qui concerne YouTube, seules 10/56 ONG internationales possèdent une chaîne et totalisent globalement 77094 abonnés au Sénégal contre 15578563 en France.

Ces maigres résultats qui sont en porte à faux avec la dynamique de développement des TICs et des réseaux sociaux en Afrique sonnent comme un manque de volonté, de vision ou une méconnaissance de l'intérêt de ces technologies dans la communication des ONG. Mais y-a-t-il une politique pour adéquate pour pallier ces manquements ?

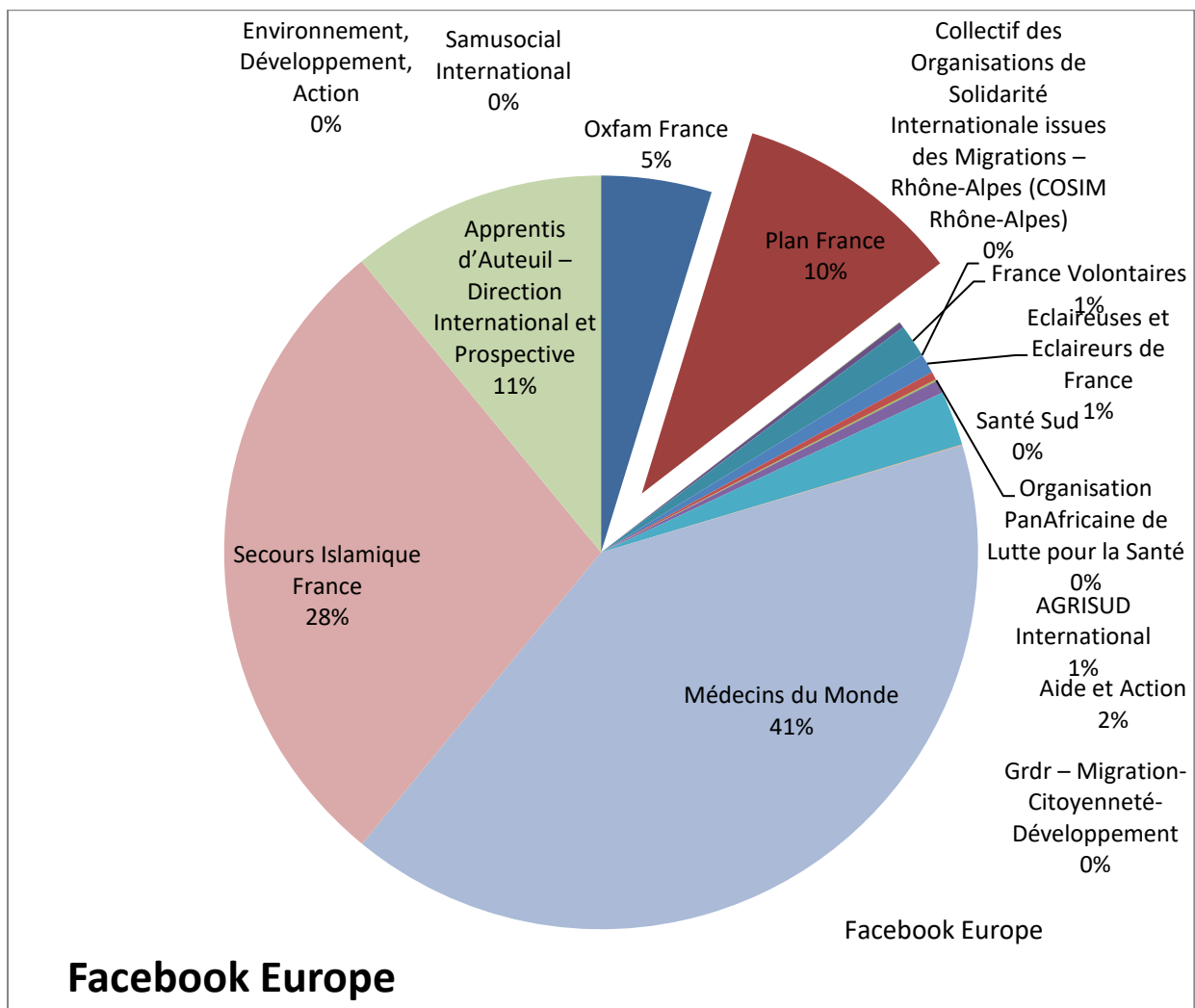
Brotcorne Périne, Valenduc Gérard, (2009) déclarent : « *si l'on veut que l'intégration des TIC, en particulier d'internet, dans la société serve des objectifs de justice sociale, il est essentiel d'articuler les politiques d'inclusion numérique à des réformes sociales et éducatives plus fondamentales. Si cela n'a pas lieu, la diffusion accélérée des TIC aura comme effet non pas de rétablir davantage de justice sociale, mais au contraire de prolonger, voire d'amplifier les inégalités sociales existantes* ⁶⁶¹ » (Les Cahiers du numérique 1/2009 (Vol. 5). Cette prise en compte du social implique, identification et une mise en avant des aspirations de l'acteur ou du bénéficiaire (forces et faiblesses) par l'ONG. Cette dimension participative projette cette étude vers un questionnement tout à fait légitime : malgré toutes les belles potentialités qu'offre l'Afrique, pourquoi les réseaux sociaux, véritables moyens de communication pour lier les peuples et les hommes, ne sont-ils pas pleinement utilisés en Afrique ? Y'a-t-il une réelle tentative de contrôler l'information à partir des sièges sociaux des ONG pour éviter une mobilisation sociale ?

⁶⁶¹ Brotcorne Périne, Valenduc Gérard, « Les compétences numériques et les inégalités dans les usages d'internet. Comment réduire ces inégalités ? », *Les Cahiers du numérique*, 2009/1 (Vol. 5), p. 45-68. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-1-page-45.htm>

I.2. « Les ONG dans les réseaux sociaux : état des lieux. »

Dans le paysage socio-économique sénégalais, beaucoup d'acteurs (ONG Internationales) agissent pour défendre des causes, lutter contre des fléaux, ou simplement développer une localité. Aujourd'hui « *les ONG peuvent se rapprocher plus que jamais des communautés locales et être la voix de peuples privés de leurs droit* ». Mais qu'en est-il réellement de leur présence dans les réseaux sociaux ? Ces résultats offrent une vision exacte de la relation ONG et populations bénéficiaires et de l'activité des ONG dans ces réseaux...

I.2.1. Panorama de la communication des ONG Européennes sur Facebook : Graphique 3



Plusieurs ONG Internationales interviennent sur Facebook comme l'indique ce graphique ci-après. 13 ONG ont été étudiées.

En effet, en étudiant certains ONG internationales, l'on peut constater que l'ONG Médecins du monde comptabilise près de 41 % des parts. Le secours islamique cumule 28% ainsi que l'association apprenti d'Auteuil 11%.

I.2.2. Panorama de la communication des ONG Européennes au Sénégal sur Facebook : Graphique 4

Ce panorama de la communication montre la place importante qu'occupe Oxfam France au Sénégal, plan France et l'ONG environnement développement action.

Les autres ONG internationales se partagent le reste du public. En effet, France volontaires, le Samu social ainsi que l'ONG des éclaireurs de France. Ils cumulent entre 7% et 1%. Les activités de ces structures apportent une information non-négligeable sur le RSN au Sénégal.

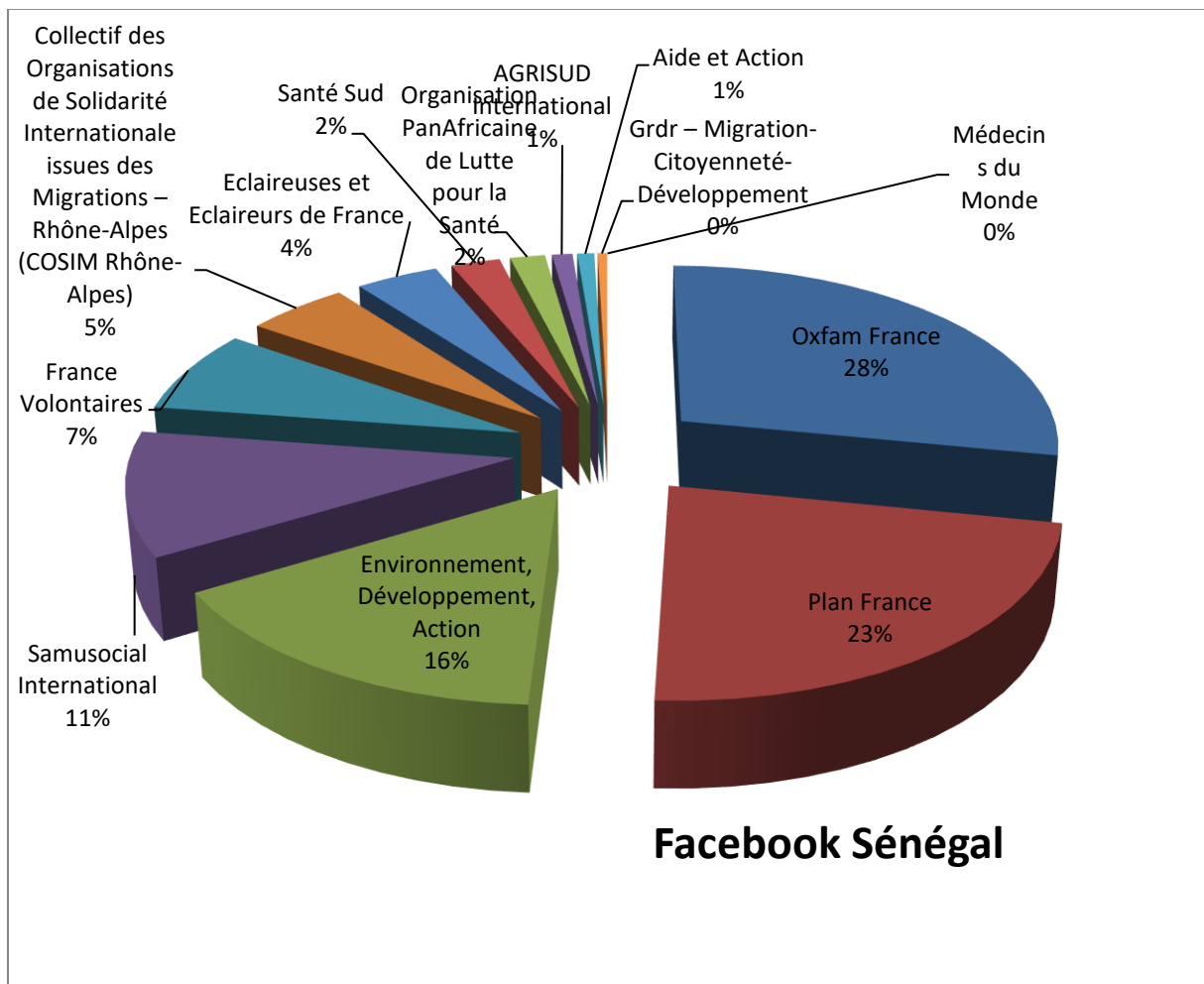


Figure 107 Facebook Sénégal

I.2.3. Panorama de la communication des ONG dans les réseaux sociaux en France : Graphique 5

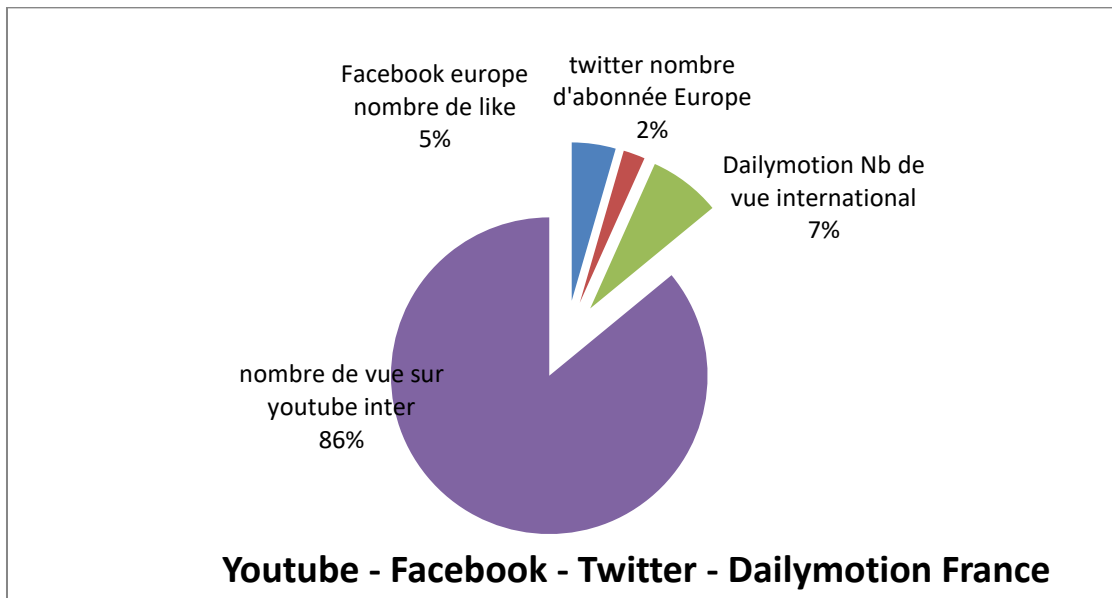


Figure 108 ONG dans les réseaux sociaux en France

En comparant les différents réseaux sociaux, l'on se rend compte que YouTube constitue le premier support de communication des ONG internationales en Europe. Elle représente près de 86% des parts. Ce réseau est suivi par Dailymotion qui représente 7%. Il est suivi de Facebook puis de twitter qui représente 2%

I.2.4. Panorama de la communication des ONG dans les réseaux sociaux au Sénégal : Graphique 6

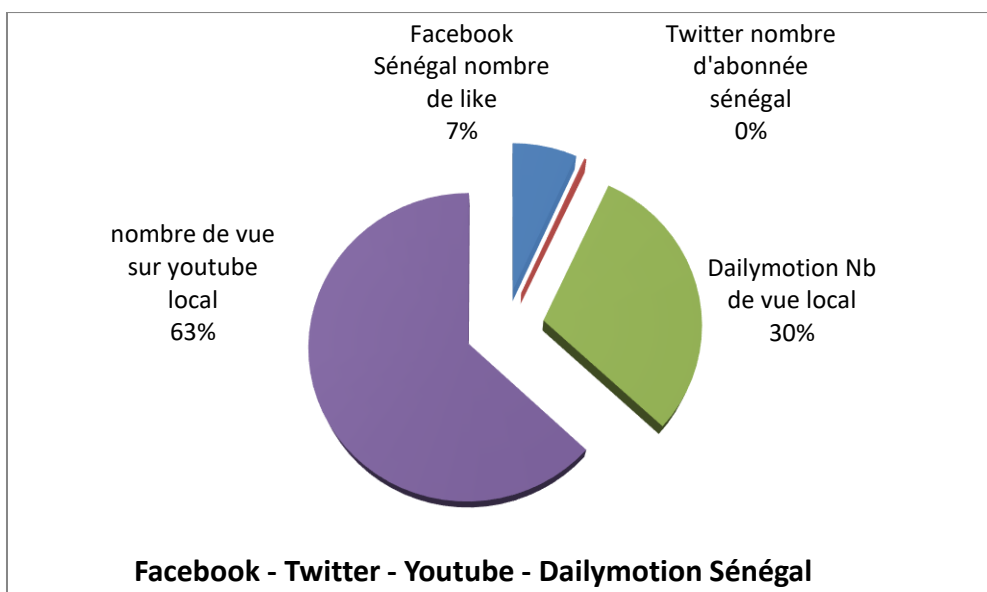


Figure 109 ONG dans les réseaux sociaux au Sénégal

Au niveau de l’Afrique, on remarque les mêmes tendances qu’en Europe avec des proportions moins importantes. On peut noter pour le réseau YouTube : 63% ; Dailymotion 30% ; Facebook 7%.

En plus des résultats d’une étude préliminaire qui a vu la participation de 32 ONG inter. et 25 interlocuteurs /bénéficiaires⁶⁶², il a fallu se baser sur un questionnaire portant sur les obstacles liés à la communication des ONG⁶⁶³ pour étudier l’importance de la communication des ONG dans les réseaux sociaux. Les premiers résultats montre qu’il y a une forte présence des ONG dans les réseaux sociaux en européen (France), cependant en Afrique (Sénégal) on est loin du compte. Le classement ci-dessous offre un aperçu de la question.

I.2.5. Classement des ONG dans les réseaux sociaux en France et au Sénégal : Graphique 7

Les 8 meilleures ONG dans les RSN

Facebook Europe	Facebook Afrique	Twitter Europe	Twitter Afrique
Médecins du Monde	Oxfam France	AIDES	Environnement, Développement, Action
Secours Islamique France	Plan France	Oxfam France	Samusocial International
Handicap International France	Environnement, Développement, Action	Max Havelaar France	Plan France
Sidaction	Samusocial International	Médecins du Monde	AIDES
Apprentis d’Auteuil – Direction International et Prospective	France Volontaires	Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement	Oxfam France
Plan France	Collectif des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations – Rhône-Alpes	Secours populaire français	Max Havelaar France
Secours populaire français	Eclaireuses et Eclaireurs de France	Sidaction	Médecins du Monde
Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement	Santé Sud	ATD Quart Monde	

Figure 110 Meilleures ONG dans les RSN

662 Anda TENDENG, 2013, « Les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique: le cas du Sénégal » <https://docs.google.com/spreadsheet/gform?key=0AtTv5pH81PWmdENKMGtTSDQ3SnIHaHIINihKRHdsS0E&gridId=0#chart>.

663 Anda TENDENG, 2013 « Questionnaire sur les obstacles liés à la communication des ONG : le cas du Sénégal », en ligne <https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dENKMGtTSDQ3SnIHaHIINihKRHdsS0E6MQ> consulté le 7 janvier 2013.

I.3. Enquête sur les RSN et bénévolat chez les ONG

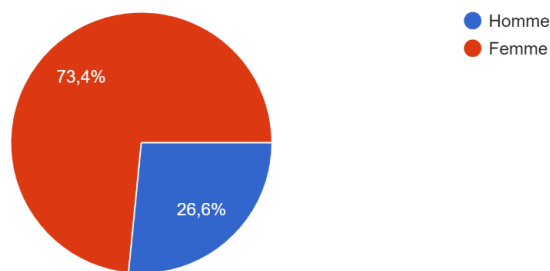
Le bénévolat reste le secteur de régulation et de baisse des dépenses. En effet en 2012 leur nombre ne cesse de croître. Cependant les modes de recrutement des ONG changent d'une structure à une autre, tant sur la démarche que sur la procédure de recrutement. Cette étude montre comment les ONG à travers l'internet et les réseaux sociaux recrutent, tente de créer des lanceurs d'alerte ou des acteurs actifs.....

ENQUETE N°4

I.3.1. Enquête auprès des bénévoles

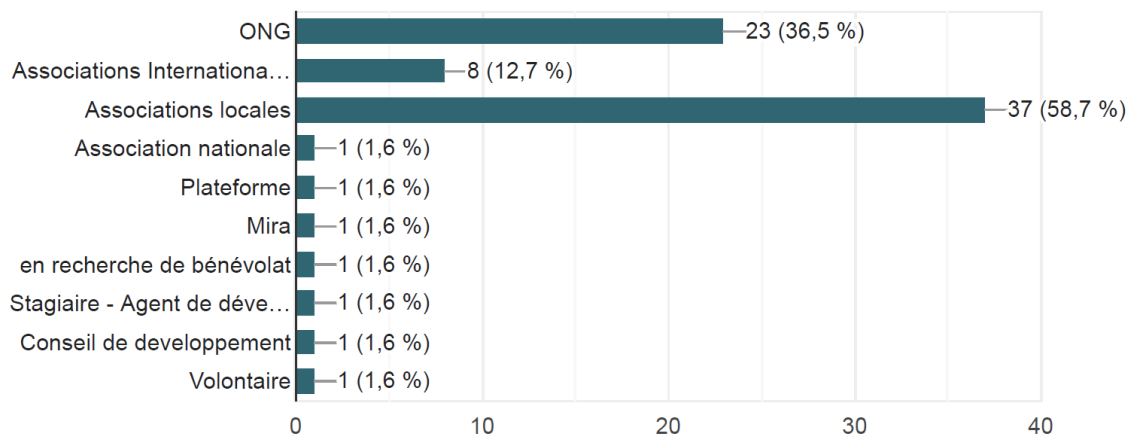
64 réponses

Vous êtes ?



73,4% de femmes bénévoles et 26,6 hommes bénévoles

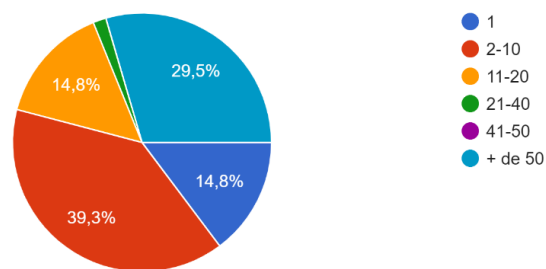
Etes-vous bénévole dans une ? :



La plupart des bénévoles interviennent dans les associations locales et les ONG internationales.

Nombre de bénévoles accomplis

Les bénévoles ont accompli près Entre 2 et 10 bénévoles, soit 39,3%



Quelles sont vos motivations ?

En lançant l'enquête auprès des bénévoles, l'étude montre plusieurs motivations. On peut noter les différentes raisons qui poussent les bénévoles à s'engager s'illustrent sur ce graphique. Les mots clés ci-après tournent autour des verbes : Aider, Apporter, se Sentir utile, Aimer, Rencontrer. L'ensemble de ces verbes donne un sens à leur engagement.

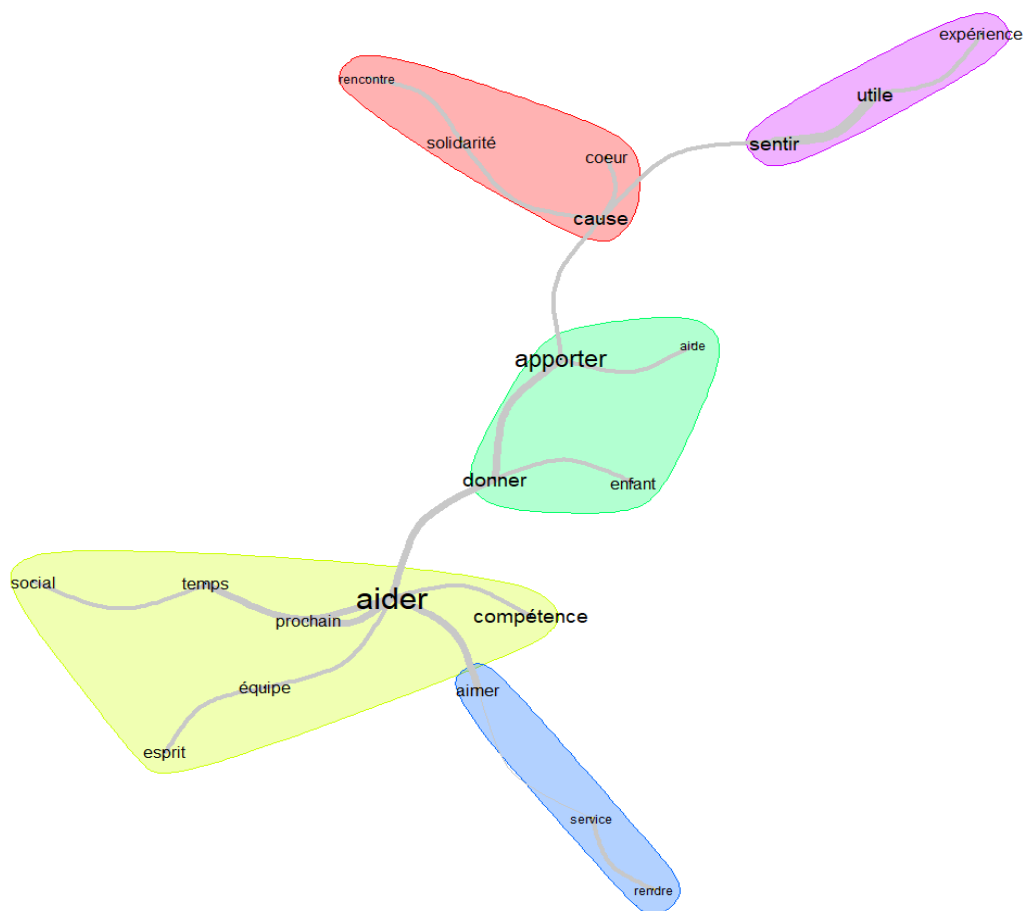
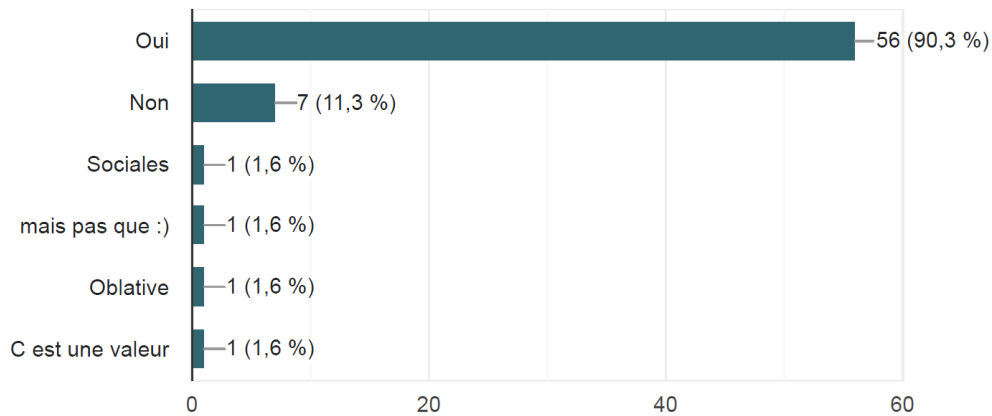


Figure 111 motivations des bénévoles

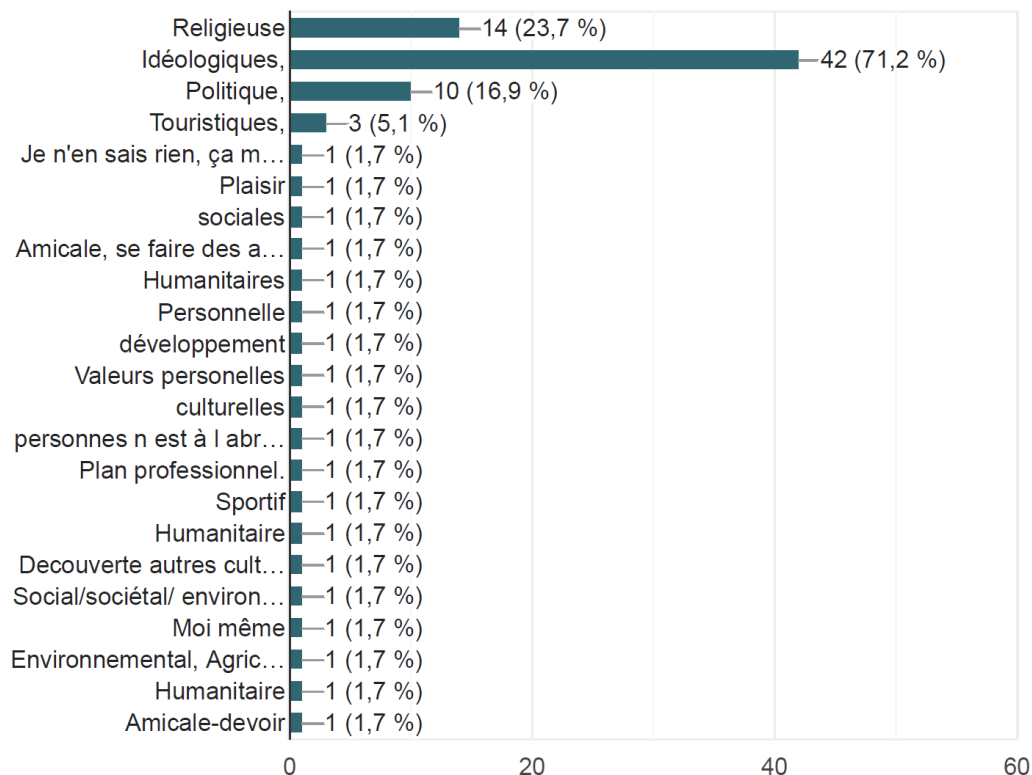
Sont-elles des motivations personnelles ?

La grande majorité des motivations sont personnelles. Ceci est une affirmation de près de 90,3 % des répondants. Des précisions sont apportées pour mieux comprendre l'engagement. En effet certains parlent de raisons sociales, de valeur ou d'une attitude oblatrice.



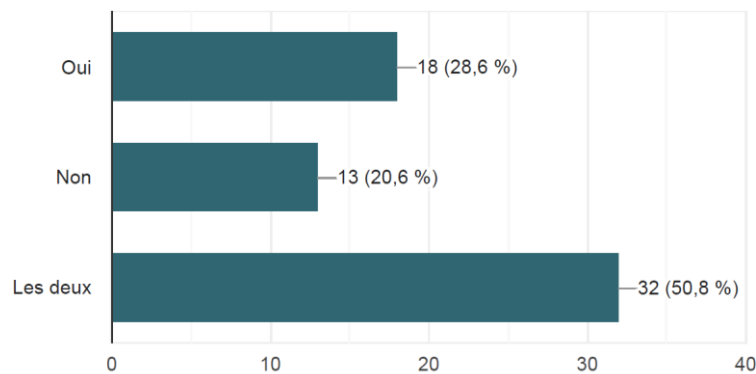
Vos motivations sont-elles d'ordre ?

Parmi les nombreuses motivations, on peut noter que les plus marquantes sont les motivations idéologiques 71,2%, religieuse 23,7% et politique 16,9%. D'autres raisons insoupçonnées sont notées.



Pensez-vous que la satisfaction morale des bénévoles est plus importante que le devoir accompli ?

Si les motivations sont identifiées, il était important de comprendre l'impact sur les bénévoles. A ce titre, la question de la satisfaction morale est interrogée en lien avec le devoir accompli. Et à ce titre les bénévoles estiment que les deux concepts sont importants même s'ils pensent que la satisfaction morale est plus importante que le devoir accompli.



Selon vous, pourquoi les ONG et associations font-elles recours au bénévolat ?

Différentes raisons sont évoquées pour expliquer le recours des ONG internationales au bénévolat. Ainsi, le manque de moyens, la baisse des dotations, le coût élevé des salaires et une réponse à une demande ciblée. Ces réponses comportent entre 20% et 71,4% de choix.

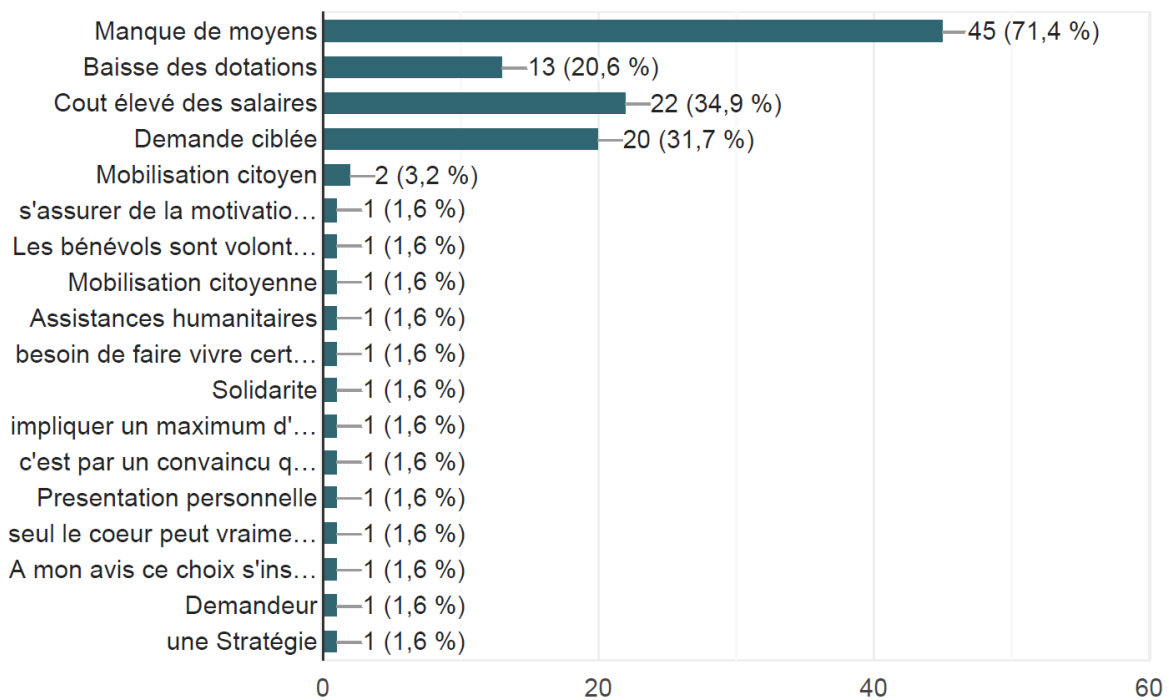


Figure 112 pourquoi les ONG et associations font-elles recours au bénévolat

On peut rajouter aussi la mobilisation citoyenne, la solidarité

Quels sont les moyens les plus utilisés par les ONG et associations pour contacter les bénévoles ?

Pour rentrer en contact avec les bénévoles l'utilisation des moyens de communication semble nécessaire. En effet, les réseaux sociaux sont privilégiés même s'ils sont complétés mais des e-mails et des contacts directs. Le courrier, le sms, l'évènementiel, les forums complètent la liste.

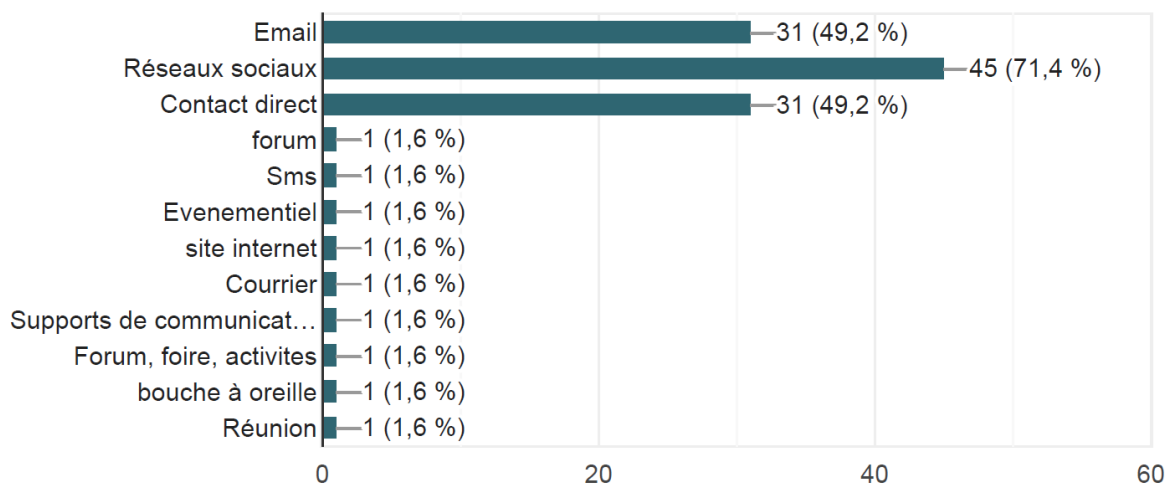


Figure 113 les moyens les plus utilisés par les ONG et associations pour contacter les bénévoles

En tant que bénévole, vos recherches de postes se font à travers : ?

Pour s'engager, les bénévoles font leurs recherches sur les sites web des ONG et vont à la rencontre de ces derniers. Ces deux activités constituent des éléments de recueil d'informations sur les réalisations des ONG internationales mais aussi sur leurs projets. Au-delà de la question de la recherche effectuée sur les réseaux sociaux pour accomplir des tâches de bénévolats (40,3%), il faut noter que d'autres types d'interactions viennent s'ajouter à la liste à savoir : le bouche à oreilles, la mise en relation ou voir une participation.

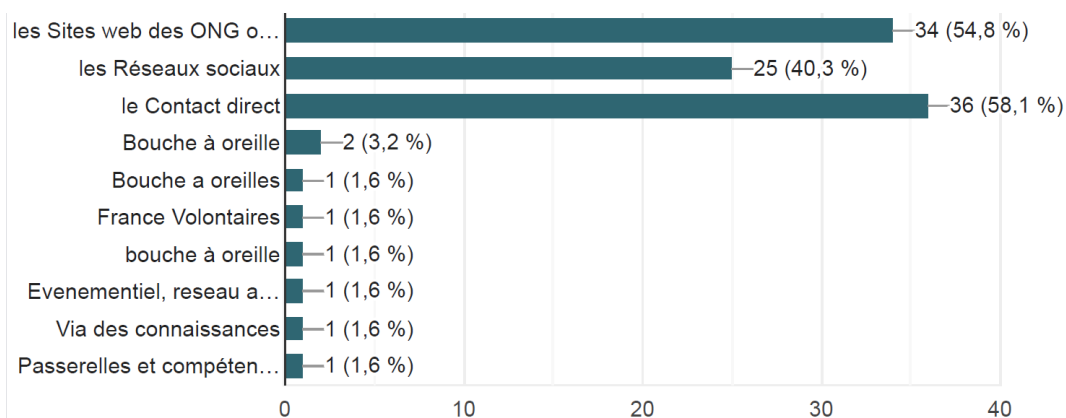
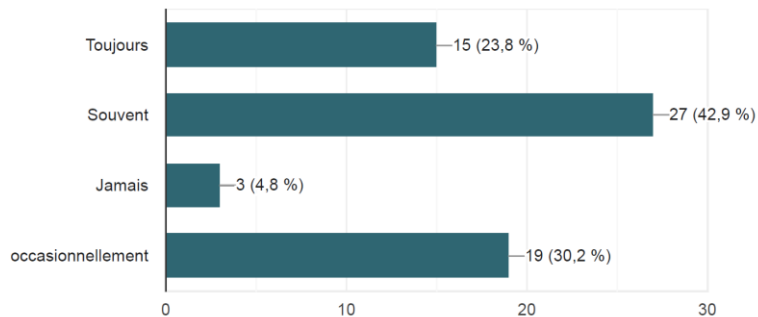


Figure 114 moyens de recherche des actions de bénévoles

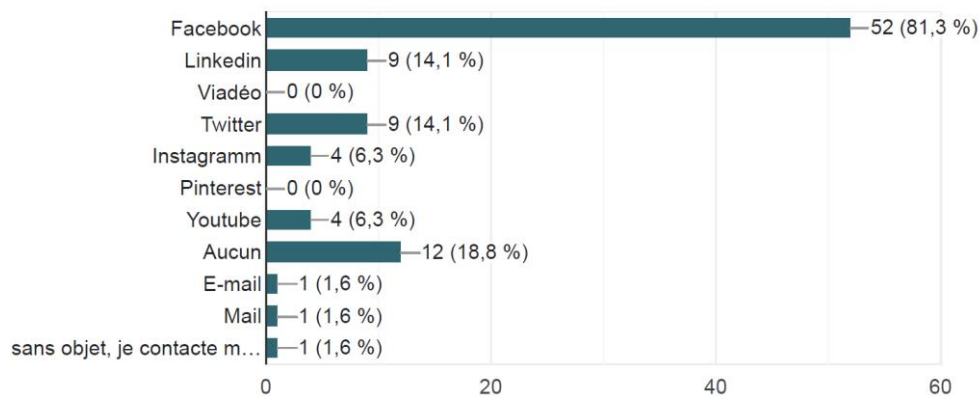
A quelle fréquence ?

Cette technique de recherche est souvent utilisée par les bénévoles avec 42,9% des réponses. D'autres modèles sont indiqués sur le graphique.



Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés pour vous contacter ?

Ici Facebook reste le réseau privilégié de bénévoles dans la recherche d'actions bénévoles.



Qu'est ce qui encourage l'engagement et la mobilisation des bénévoles ?

Pour attirer les bénévoles, les ONG internationales peaufinent leur communication pour attirer plus de personnes. Les bénévoles sont attirés ainsi par les actions réalisées, les besoins des populations, les témoignages mais aussi les photos de terrain.

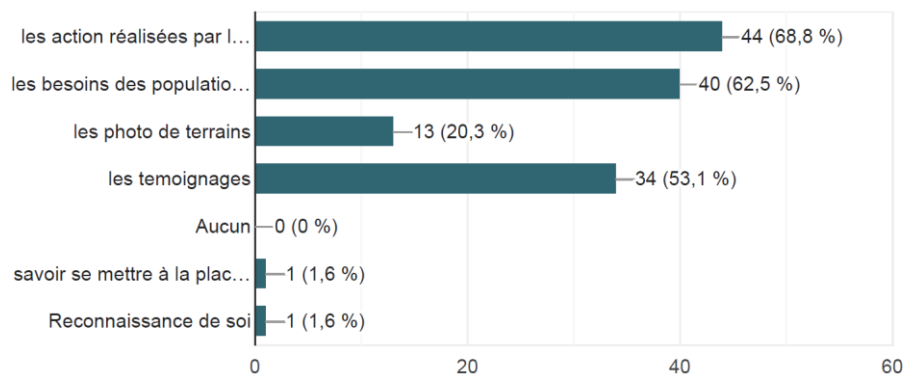


Figure 115 l'engagement et la mobilisation des bénévoles

Comment se fait la mobilisation des bénévoles à travers les grands projets : par ?

Les liens humains et les services participent à mobiliser les bénévoles. Le besoin de faire des découvertes et d'avoir un enrichissement personnel sont évalués à 53,2%. Ces deux raisons sont complétées par la mise en avant de la dimension interculturelle.

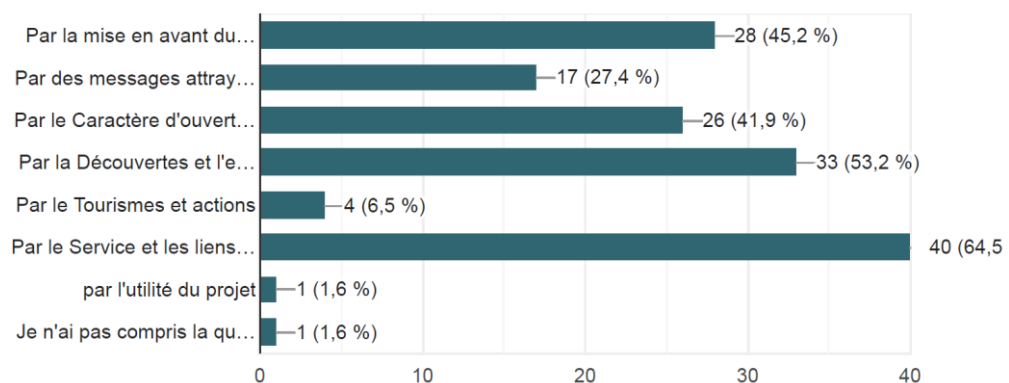


Figure 116 mobilisation des bénévoles à travers les grands projets

L'interculturel est-il un moyen de ?

Si les ONG internationales usent de différentes techniques de communication, il faut noter que l'interculturel occupe une place de choix puisqu'il devient un moyen de mobilisation auprès des bénévoles. Ainsi, il devient un moyen de réussite de la mobilisation, stimule la participation et favorise l'adhésion à 50%.

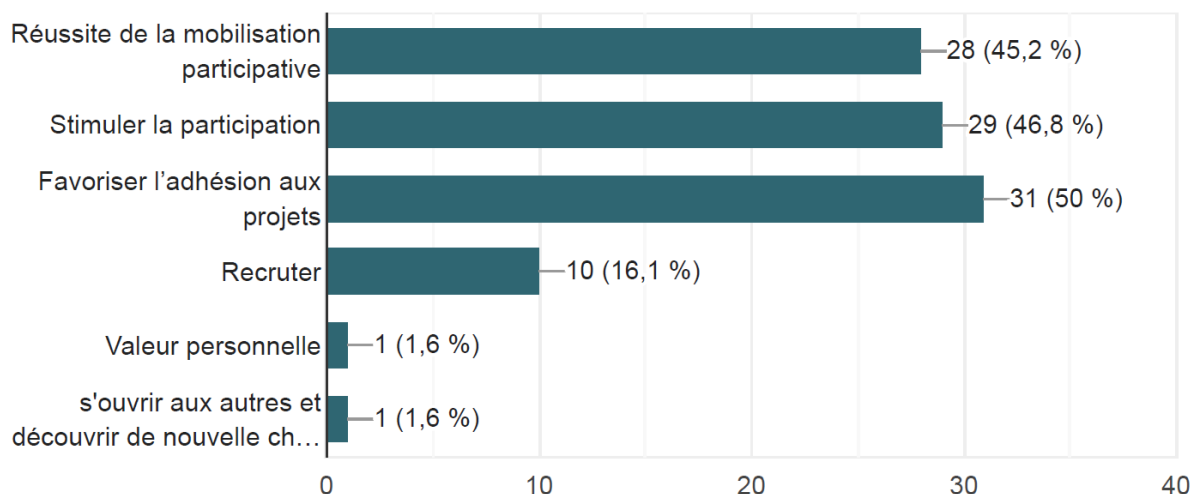


Figure 117 L'interculturel comme moyen de mobilisation

Quel est votre rôle dans le recrutement de futurs bénévoles ?

Les bénévoles semblent jouer un rôle déterminant dans le recrutement des futurs(es) bénévoles. Ils prennent ainsi la fonction de relais, de recruteurs, d'ambassadeur et excellent dans la recherche d'autres bénévoles.

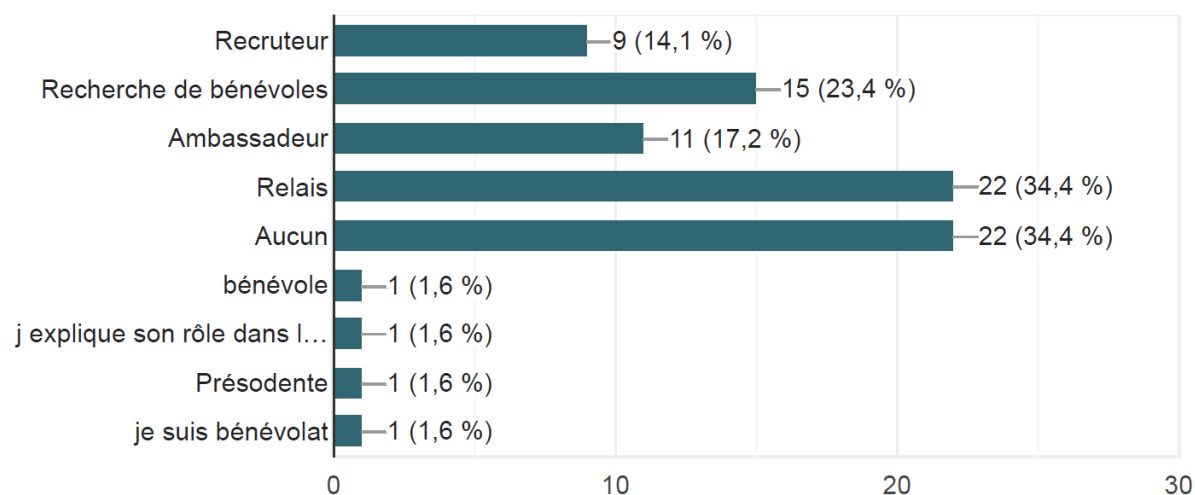


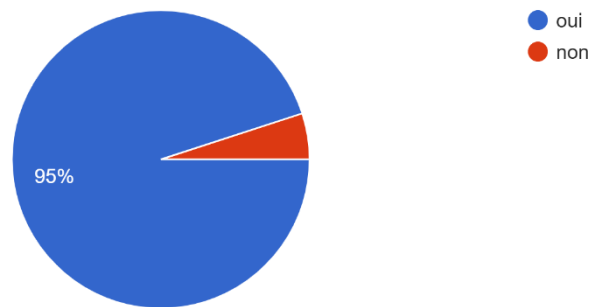
Figure 118 rôle dans le recrutement de futurs bénévoles

ENQUETE N°5

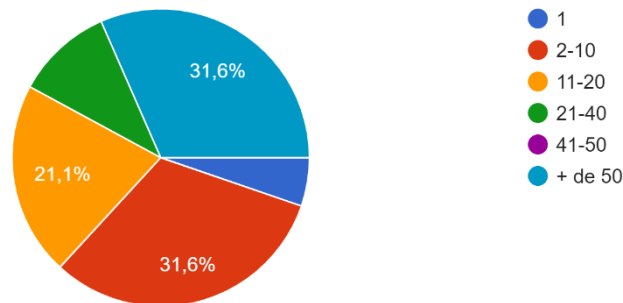
I.3.2. Enquête sur les bénévoles auprès des ONG internationales

20 réponses

Avez-vous des bénévoles ?



Nombre de bénévoles



Quelles sont leurs motivations ?

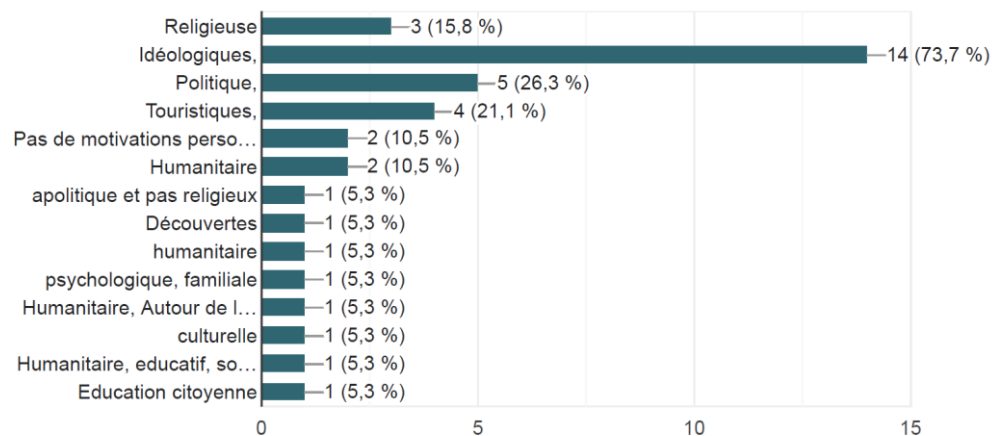
Quelques actions sont ainsi retenues dans le cadre des motivations exposées par les ONG. Les bénévoles déclarent vouloir :

- « Vivre un engagement dans l'église. Donner de leur temps : permanence dans l'église. Plaidoyer défendre des idées et conviction. Mettre en pratique la parole de l'évangile/ Voyage, découverte/ Religieuse, aider/ Réaliser un projet un projet par an, rapidité dans l'exécution. / Engagement citoyen pour le secourisme, aide à la personne, investissement humain
- Connaissance et amitié. / Aider, pratique culturelle/ Aider partage de valeurs

- Faire connaître l'association et récolter des fonds/ Actions, rencontres aider les autres/ Défendre un idéal de justice sociale/ Le but de l'association défini / Se rendre utile/ Sentir utile, faire le bien, donner, partager, à la suite d'une séparation familiale/ Bonne action, aider l'autre, passetemps donner et recevoir
- Action des associations, ouverture et animation culturelle, nostalgique de la visite du pays qu'ils ont visité, échange culturel
- Intéressée par le commerce équitable, continuité dans la vente en tant que bénévoles, devenir vendeur (se)
- Partage, Solidarité, Pérennisation des actions de l'association ».

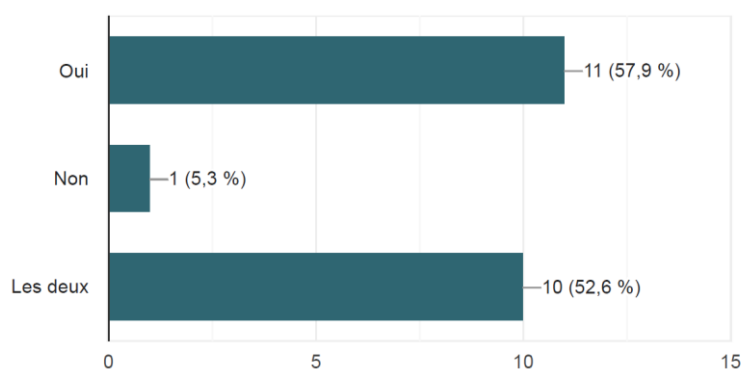
Sont-elles des motivations personnelles ?

Comme dans l'enquête précédente, la motivation est renforcée par une idéologie incarnée par les membres des ONG. Cela laisse penser que la motivation des bénévoles est toujours couvert du seuil d'une conviction personnelle à défendre.



Pensez-vous que la satisfaction morale des bénévoles est plus importante que le devoir accompli ?

57,9% des répondants estiment que la satisfaction est plus importante que le devoir accompli. Ce qui laisse entendre que l'engagement est plus personnel avec la recherche de satisfaction individuelle ; plutôt qu'une forme d'engagement désintéressé



Pourquoi les ONG font-elles recours au bénévolat ?

Le recours au bénévolat se fait sur des demandes ciblées de l'ONG internationale à hauteur de 57,9%. L'absence de moyens aussi était aussi relevée de même que les baisses de dotations. En observant le graphique, on peut se rendre compte de l'étendue des raisons de ce recours au bénévolat par les ONG internationales.

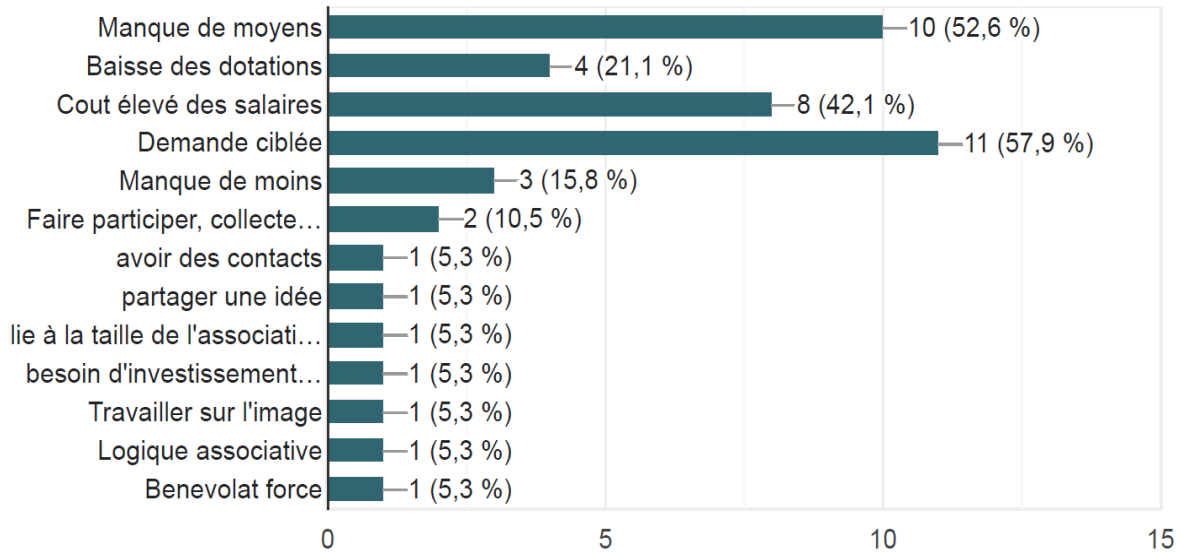


Figure 119 Pourquoi les ONG font-elles recours au bénévolat

Quels sont les moyens les plus utilisés pour contacter les bénévoles ?

Les différentes ONG utilisent les emails (68,4%) les contacts directs (68,4%), les réseaux sociaux (52,6%) pour contacter les bénévoles.

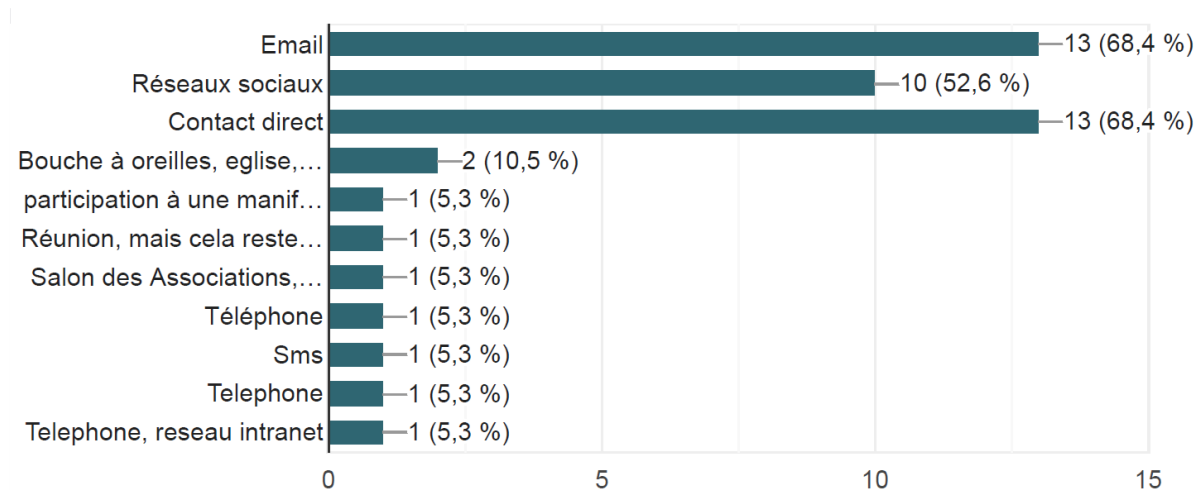
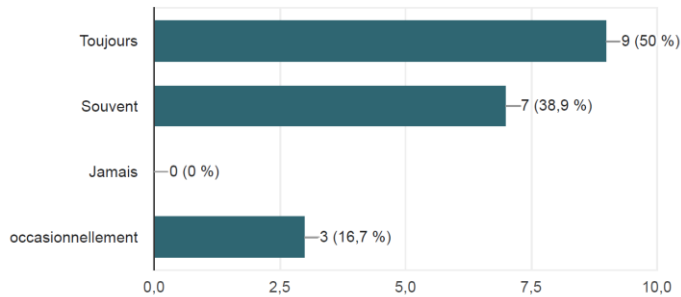


Figure 120 moyens les plus utilisés pour contacter les bénévoles

A quelle fréquence ?

Cette pratique semble être respectée puisque ces trois modes de communication bénéficient toujours de cette approche.



Sur les réseaux sociaux quels sont ceux qui sont les plus utilisés ?

Comme dans la précédente enquête, Facebook reste le réseau le plus utilisé par les ONG pour contacter les bénévoles. Twitter occupe ainsi la deuxième page avec 36,8%)

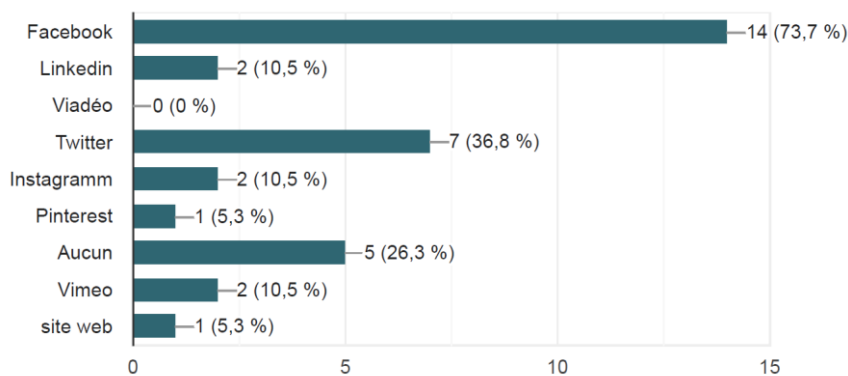
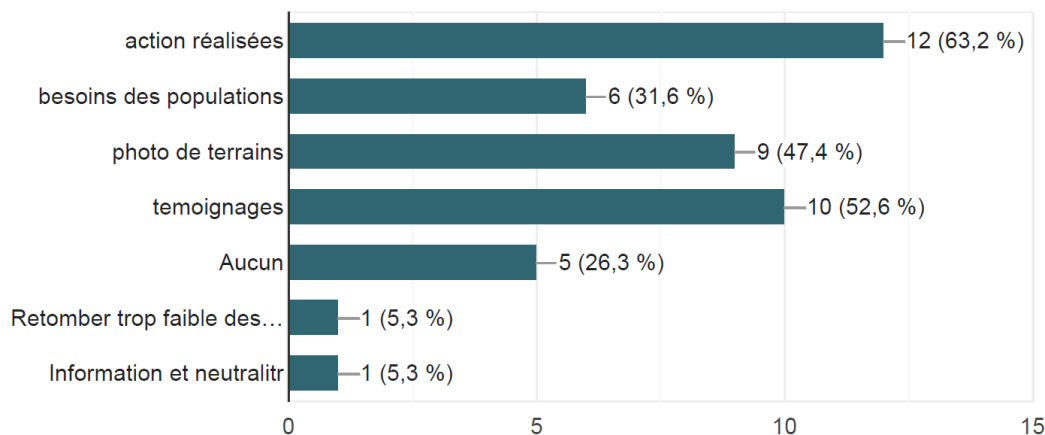


Figure 121 les réseaux sociaux quels sont ceux qui sont les plus utilisés

Quels contenus dans les RSN qui encouragent la mobilisation des bénévoles ?

Plusieurs contenus contribuent à mobiliser les bénévoles. Entre les actions réalisées et les témoignages, il faut dire que les photos de terrain et les besoins des populations viennent compléter les contenus destinés à encourager l'engagement bénévole.



Comment se fait la mobilisation des bénévoles à travers les grands projets ?

Les découvertes et l'enrichissement personnel sont les principaux moyens de mobilisations personnelles. Les ONG internationales font usage de messages attrayants, tout en mettant en avant le caractère interculturel.

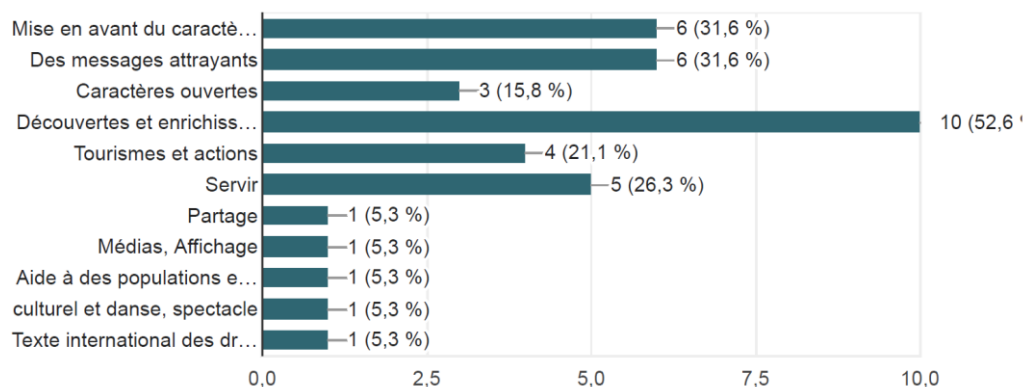
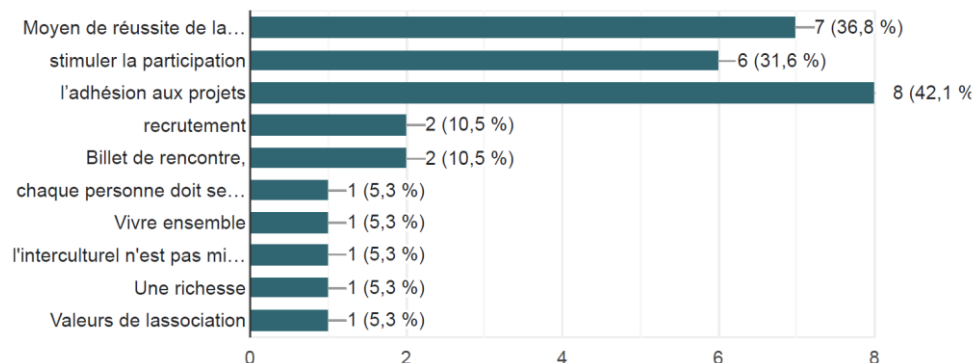


Figure 122 mobilisation des bénévoles à travers les grands projets

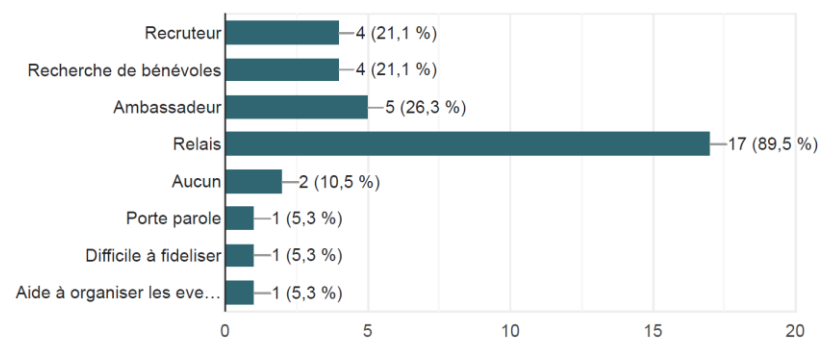
L'interculturel est-il un moyen de ?

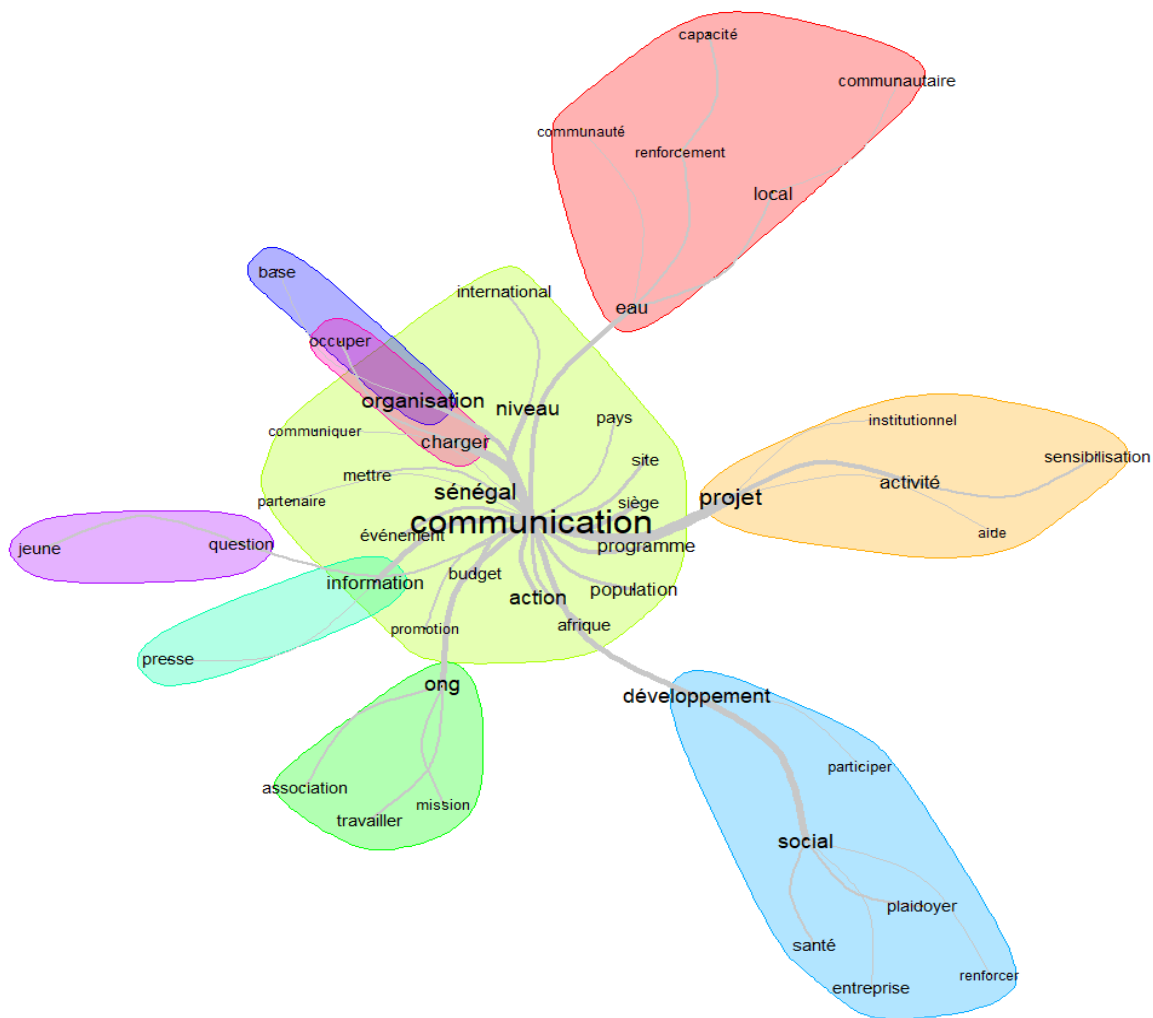
L'étude montre que l'interculturel est un moyen de faire adhérer aux projets proposés et stimule la participation. 42,1% concerne l'adhésion aux projets, 36% la mobilisation et 31% la participation.



Quel est le rôle des autres bénévoles dans le recrutement de futurs bénévoles ?

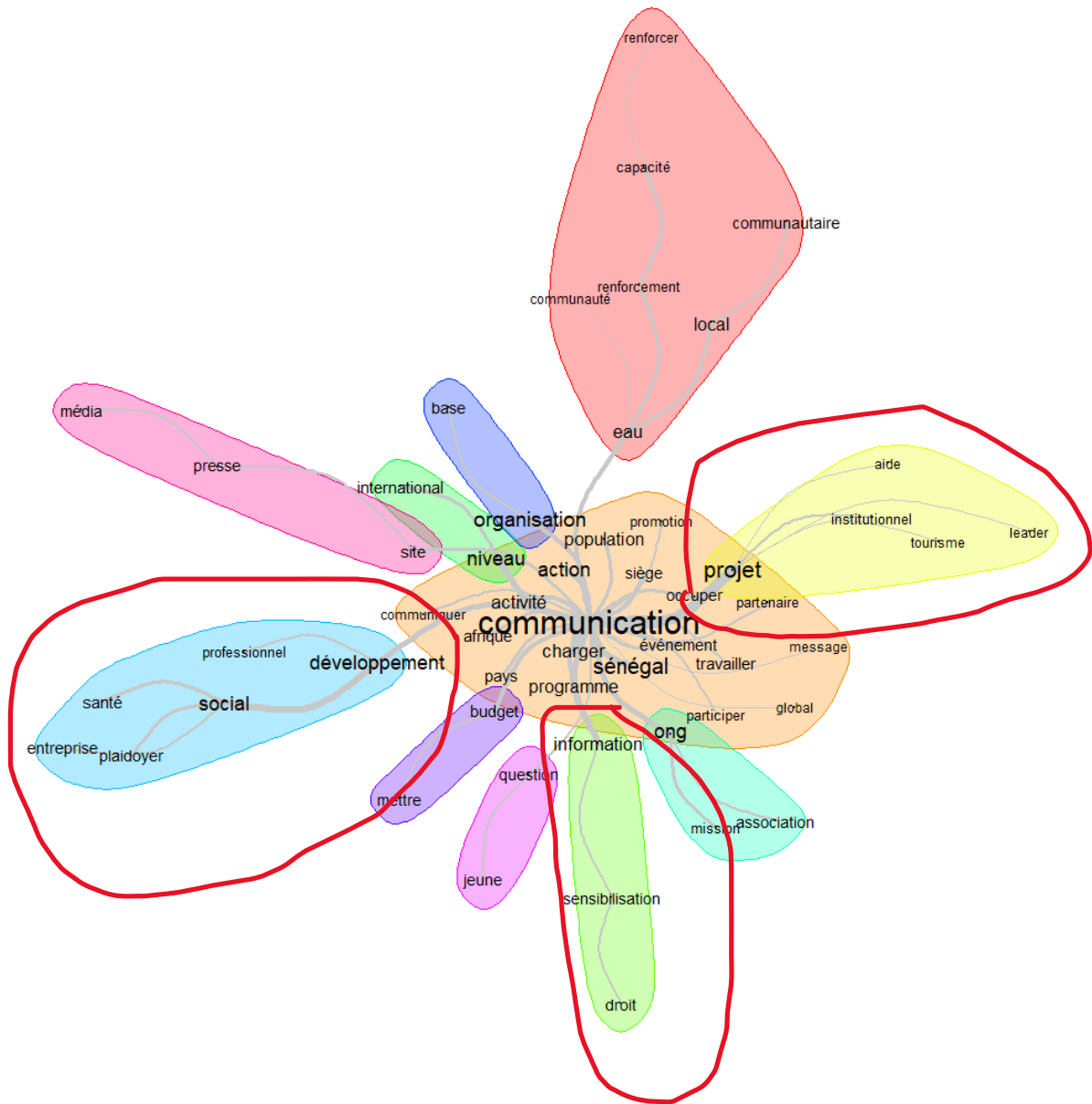
Les bénévoles ont principalement un rôle de relais des actions de terrains en vue de recruter d'autres.





Cependant, en observant l'illustration ci-contre, on peut noter l'absence de lien marqué entre les différents secteurs : développement, projet. Dans le discours des ONG internationales, la question du développement local occupe tout sa place. Cependant l'analyse discursive montre une dissociation entre la communication et le développement ; la communication et les projets. Par ailleurs, on peut constater une forte imbrication entre la communication et l'information qui questionne la place de la presse.

La communication reste un élément central dans l'analyse lexicale. Elle démontre plusieurs axes qui parfois sont dissociés.



En augmentant les variables dans cette étude on peut noter que les différents Projets ont un lien avec une communication axée sur les leaders d'opinion et en lien avec le tourisme. Cela confirme l'idée que la plupart des projets de développement proposée par les ONG partent d'un constat ou d'une idée d'individus ayant visité une localité soit dans le cadre d'un tourisme. Si on prend la question de l'Information, l'étude renseigne sur la place de la presse, de la sensibilisation, des médias et des supports comme les sites web et les questions de droit. L'analyse du développement montre l'utilisation du plaidoyer par des professionnels qui véhiculent l'esprit d'entreprise. Les similitudes montrent que la posture des ONG semble centralisée et laisse apparaître l'absence de lien marqué entre les différents secteurs : populations, associations et l'esprit d'entreprise. La place de presse dans l'analyse lexicale n'est

plus à démontrer. En effet, les résultats montrent que la communication proposée suite à la production de rapport d'enquêtes semble s'accélérer et parfois agressive. Elle parle et évoque souvent avec les leaders des ONG internationales les différentes atrocités, violences, crimes constatés lors des missions confiées. Commence ainsi une période de communication axée sur les alertes, les crises, les plaidoyers. Tout ceci est ponctuée par des chroniques qui maintiennent en effet la pression et l'opinion publique en haleine.

Plusieurs critiques sont en direction de ces types de pratiques communicationnelles des ONG internationales. Bernard Dagenais (2002) dans son article « *les discours sur la diversité culturelle occultent des guerres d'intérêts* » déclare que « *leurs discours de victimes cachent parfois des intérêts économiques, parfois des intérêts politiques et parfois alimentent aussi des préoccupations sincères sur l'intégrité de la culture. Mais trop souvent, même si le discours des organisations insiste pour démontrer qu'elles s'ouvrent sur la culture des autres, dans les faits, elles la méprisent* ⁶⁶⁴ ». L'auteur semble sans être sans complaisance sur les intentions de ces dernières, sur leur pratique et l'absence de la prise en compte de la dimension culturelle locale des populations aidées. Il rajoute à cet effet que « *le discours sur les bienfaits et les méfaits de la communication transnationale est donc un discours teinté a priori des intérêts et de l'idéologie de celui qui le pratique ou qui en discute. La querelle sur les effets positifs et négatifs de cette mondialisation en témoigne (Featherstone et al, 1995)* ⁶⁶⁵ . **Pour les tenants de la libre circulation des biens et services, apporter aux peuples de la terre les produits de la civilisation avancée**, c'est leur faire partager les progrès de l'humanité. Pour ceux qui subissent cet apport « *humanitaire* », il s'agit d'une invasion⁶⁶⁶ ».

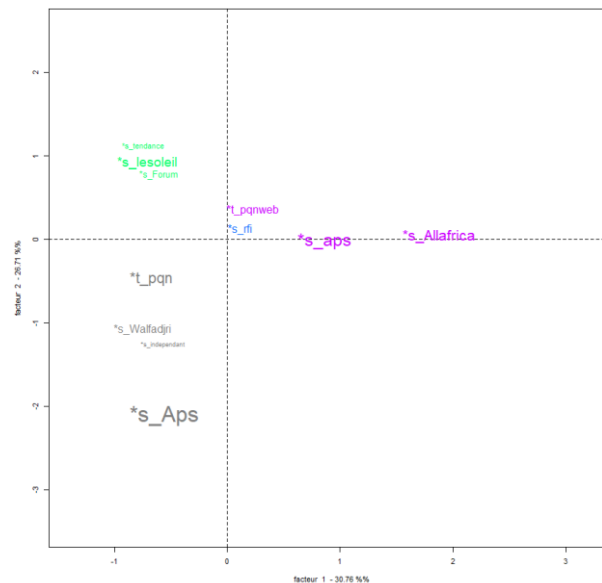
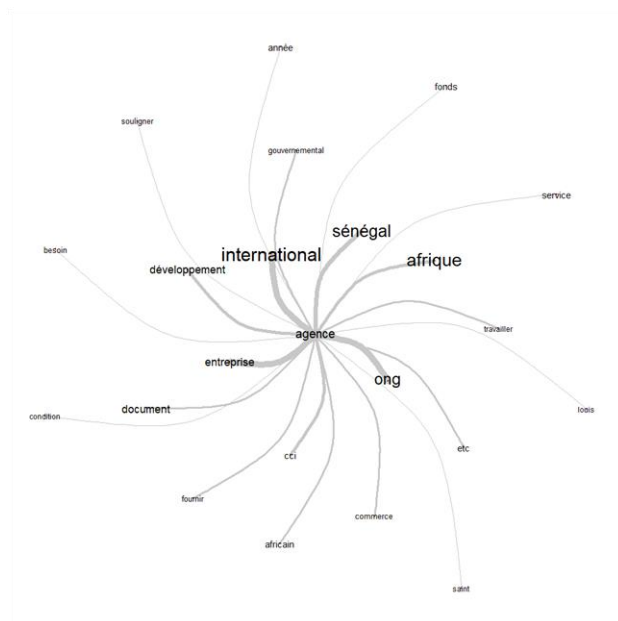
Ce message fort lancé par l'auteur laisse un regard critique sur l'organisation en général et sur ses pratiques communicationnelles en particulier.

La non-prise en compte de la culture locale dans l'élaboration des plans de communication et la mise en œuvre directe des orientations à partir des sièges internationaux laisse penser qu'il y a un maillon qui manque considérablement à la communication celui de l'implication réelle des populations bénéficiaires.

⁶⁶⁴ Bernard Dagenais, « Les discours sur la diversité culturelle occultent des guerres d'intérêts », *Communication et organisation* [En ligne], 22 | 2002, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 30 janvier 2015. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/2757>

⁶⁶⁵ Ibid.

⁶⁶⁶ Ibid.



En tentant de faire le lien ou les relations étroites entre les ONG et les agences de communication, il est possible d'affirmer que ces dernières sont un élément fondamental de la communication des ONG internationales. En comparant les thèmes et l'information traitée dans l'analyse lexicale, on peut s'interroger sur certaines similitudes dans les thèmes abordés par les agences et les ONG internationales. Les alertes et thèmes sont parfois identiques. Les exemples suivants montrent des similitudes entre la communication de l'Agence française de presse (AFP) et l'ONG Amnesty international.

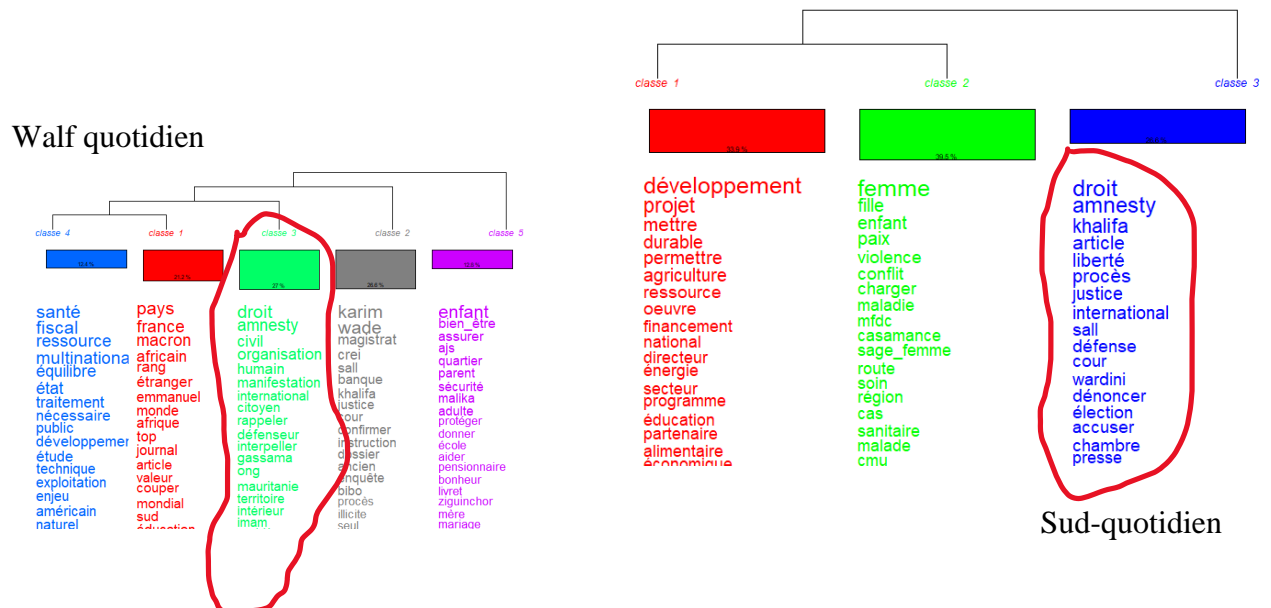
Cette analyse lexicale va plus loin et montre même une similitude des classes et dans le traitement de l'information des Agences de celui des ONG internationales

- APF Classe 1 : élection – Afrique – condamnation politique – opposition
- AI : classe 1 : droit humain – politique – rapport...
- APF Classe 2 : crime – Habré – Amnesty international – liberté presse
- AI classe 2 : manifestation – lutte
- APF Classe 3 : éducation - enfant talibé
- AI classe 3 : loi – sensibilisation – fait social
- APF Classe 4 : victime – exaction – torture – chambre d'accusation
- AI classe 4 : victime – enrichissement illicite...

Au sein de l'agence africaine de presse (APA) cette même similitude est notée avec une ressemblance discursive très évidente. Les classes sont presque identiques :

- Classe 1: développement et changement - Classe 2: sensibilisation - Classe 3: lutte pour les droits et la liberté.

Les similitudes se retrouvent dans la presse locale. En effet au Sénégal le quotidien Walf et Sud quotidien montrent les mêmes similitudes dans la classe 3. Cela interpelle sur l'organisation et l'importance de la relation presse menée par les ONG internationales auprès de la presse à la fois internationale et locale.



Ceci des auteurs comme Jean René Ravault (1996) et Hamid Mowlana (2019) semblent être en accord sur le fait que « l'exposition aux médias n'apporte pas nécessairement l'effet souhaité. Les médias ne fonctionnent pas en vase clos ; de nombreux éléments critiques ont malheureusement été négligés dans l'étude des effets, tout simplement parce que nous n'intégrons pas, dans notre équation, plusieurs facteurs culturels, tels que les canaux de communication traditionnels, les questions d'autorité et de légitimité des dirigeants et des médias, la confiance de l'individu dans un ou plusieurs canaux de communication ⁶⁶⁷».

Ces déclarations posent déjà la question de l'adéquation de l'outil auprès de la population bénéficiaire et interroge réellement sur les vraies cibles des ONG. A qui s'adresse t'elle quand elle s'appuie sur les agences de presse pour communication.

Sur les projets, on peut noter que la plupart des initiatives tournent autour de ces thèmes. L'analyse lexicale montre les grandes actions qui préoccupent les ONG et leur communication.

⁶⁶⁷ Hamid Mowlana et Christian Agbogli, « Et si la communication internationale m'était contée ? De quelques échanges sur ses spécificités, ses enjeux, ses théories et ses méthodes », *Communiquer*, 25 | 2019, 99-110

La démarche permet d'affirmer que les ONG informent plus qu'ils ne communiquent avec les bénéficiaires. Dans ce contexte le médium reste la presse ou le leader d'opinion, ce qui laisse entendre que le modèle de Lazarsfeld sur la théorie du « *two step flow* » occupe encore une place importante et se maintient dans le temps avec quelques améliorations que l'on peut noter de temps à autre.

L'analyse lexicale a aussi révélé la place du plaidoyer. En effet, l'utilisation du plaidoyer reste liée à quatre prismes qui sont : le développement, la santé, le social et le droit.

Sur la question du droit, l'étude montre que les questions liées au droit de l'homme sont privilégiées et cela malgré les différences constatées avec les pratiques culturelles locales. Celles-ci ne sont pas prises en compte puisqu'elles représentent des obstacles à l'atteinte des objectifs des ONG internationales. Parfois ces pratiques culturelles sont même la cible des ONG Internationales qui ont tendance à promouvoir un modèle importé et à changer les modèles culturels locaux existants.

Ces situations conduisent souvent à des conflits liés aux tentatives de contrôles des ONG de l'espace public. Les exemples semblent nombreux et montrent que ces conflits surgissent très souvent après la publication d'un rapport accablant.

Dans le cadre du traitement de l'information, on peut constater des différences notoires entre le positionnement des agences africaines et celles européennes.

Voilà une grille qui permet d'observer les différents thèmes traités par la presse et le décalage parfois entre le local et l'international.

Classes	APA PRESS	SOLEIL	AFP	Amnesty international	WALFADJRI
Classe 1	Développement,	Régional, Don, impact investissement	Droit et politique Liberté de la presse	Droit humain	France – étrangers. Le rôle de ces derniers dans le sous-développement
Classe 2	Changement climatique	Faits de société en lien avec la Famille. Dénonciation en lien avec les ONG internationales	Election et lutte : vulgarisation de condamnation politique	Lutte et manifestation	Politique
Classe 3	Changement de comportement	Secteur d'intervention des ONG et synergie avec l'état : vulgarisation de la collaboration état ONG lors des ateliers et conférences.	Enfants talibés et éducation	Education et sensibilisation	Economie
Classe 4	Sensibilisation	Développement économique et système	Tribunaux, torture, chambre d'accusation	Victime, enrichissement illicite,	Thématique
Classe 5	Lutte pour les droits et libertés	Politique et relations internationales	Victimes	Afrique	

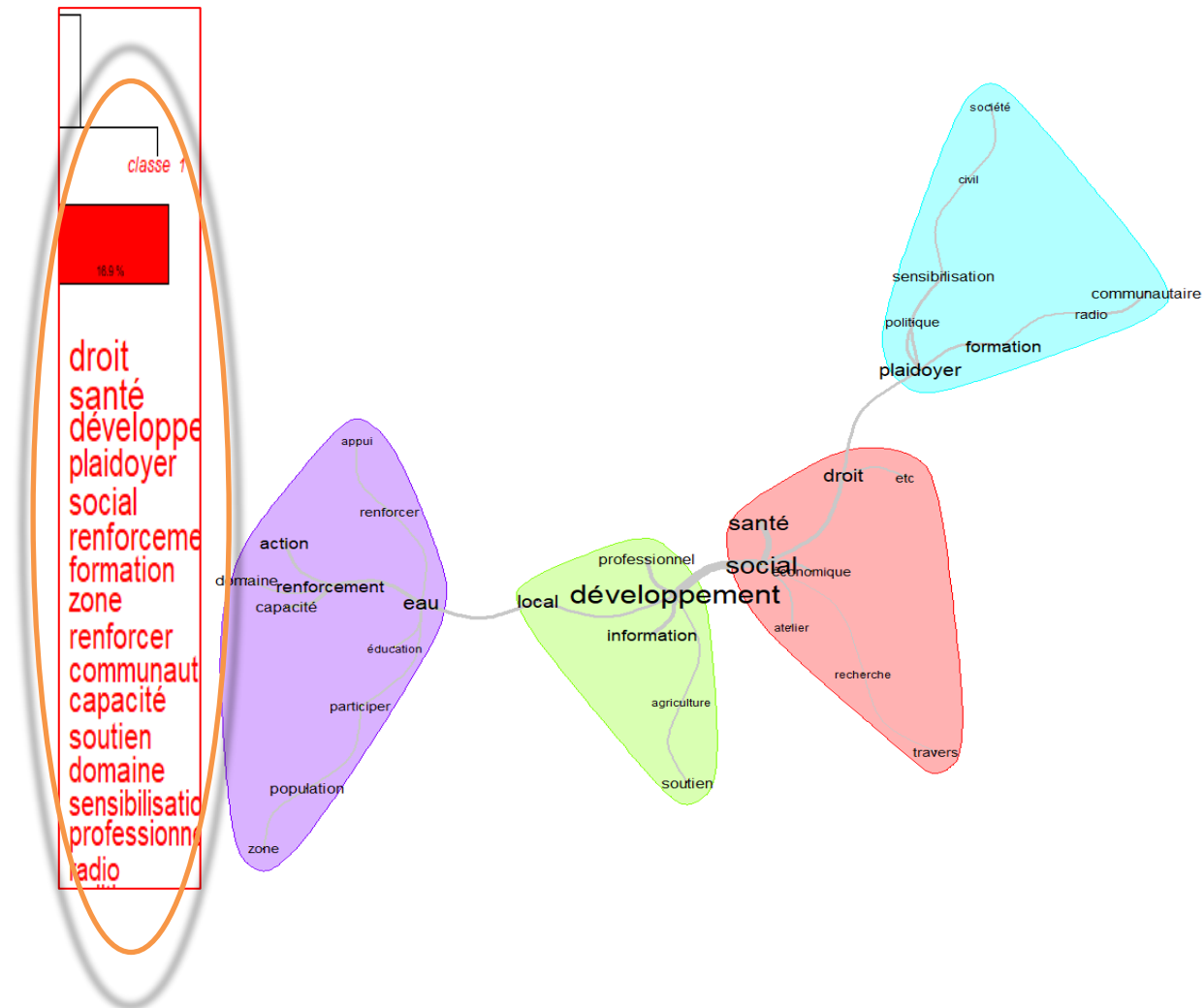
Le premier enseignement est la collaboration marquée entre ces agences ou organes de presse qui en fonction des situations peuvent servir de canal de vulgarisation ou de tribunes à des opposants et/ou des antisystèmes.

Malgré ces différents thématiques traités en lien avec les ONG, on peut affirmer qu'un fort lien s'est créé avec les organisations non gouvernementales qui sont très critiques à l'égard des actions des états.

Le deuxième enseignement est que les ONG internationales sont souvent dans une logique de dénonciation des multinationales sous le couvert de la protection des intérêts des communautés bénéficiaires.

Le troisième enseignement est la vulgarisation de nouveau thème qui semblent combattre la culture locale et impose de plus en plus des situations très peu privilégiées ou rejetées par les populations locales.

Cette analyse a permis d'apporter des réponses sur les différents thèmes, mais aussi à comprendre les enjeux communicationnels ou informationnels. En essayant de comprendre d'avantage cette classe, on peut comprendre rapidement les interactions existantes. Chaque sujet ici apporte des éléments de compréhension plus précis à l'analyse comme dans cet exemple ci-après.



Le développement est associé à l'information, l'agriculture, au local, au professionnel et enfin au soutien. Si l'on s'intéresse au terme social, il est associé à plusieurs vocales : santé, au droit, à l'économie et la recherche. Quant au plaidoyer, il est associé à la formation, à la politique et en direction de celle-ci, à l'information à travers les radios communautaires pour être clos sur la question de la société civil,

III. Analyse des différents modes de communication des ONG Internationales en direction des populations bénéficiaires

L'analyse suivante permet de revenir sur l'ensemble des questionnements posés tout au long de la thèse. Pour rappel, l'étude s'inspire sur ces deux affirmations singulières de Robert Glasser (2008), secrétaire de care internationale et de Mirella von Lindenfels (2013) ancienne directrice d'Amnesty international chargée des programmes média et audiovisuel qui affirment respectivement :

« *Aujourd'hui les ONG internationales peuvent se rapprocher plus que jamais des communautés locales et être la voix de peuples privés de leurs droits* » (Robert Glasser, 2008).
et

« *pour sensibiliser le grand public aux causes qu'elles défendent, les organisations non gouvernementales doivent leur assurer une couverture médiatique efficace, seul moyen de toucher un public nombreux, d'attirer son attention et de mettre les autorités face à leurs responsabilités* ». (Mirella von Lindenfels, CSF, 2013)

Ces deux affirmations confirment la multiplicité des stratégies de communication des ONG internationales mais aussi les possibilités qui existent pour une meilleure communication ou une utilisation meilleure de communication afin d'améliorer vie des populations bénéficiaires. Les auteurs montrent qu'une communication entre les ONG internationales et les populations bénéficiaires reste possible mais surtout dans des proportions où les moyens et techniques de communication le permettent. L'on se demande si cette simplicité dans la vision ressemble fort bien à la réalité ?

La notion de « *représentants des populations victimes* » incarnée par les ONG internationales ou que l'on attribue à ces organisations semble présente puisque ces derniers peuvent faire usage des technologies pour « *alerter et/ou dénoncer* » parfois des situations d'aide. Le paradoxe arrive quand tous ces éléments, y compris la communication n'arrivent pas à changer la vie des populations locales malgré les moyens utilisés, les efforts consentis et la communication mise en œuvre.

Cette situation a poussé à poser une problématique et un questionnement qui tournent autour de la réception et la compréhension d'une part et d'autre part sur la difficulté des populations bénéficiaires à adhérer au processus proposé par l'ONG internationale.

Pour la plupart de ces dernières, **l'intervention en Afrique se justifie par le fait que l'Afrique** est considérée comme un continent pauvre du **fait du faible revenu par tête d'habitant**. La **mondialisation** a aussi facilité la **libre circulation des personnes et des biens** par conséquent favorisé l'installation des ONG dans les différents continents. Cependant si ces situations ont nécessité la présence des ONG il faut noter que les mauvaises politiques de certaines institutions ont accéléré le processus et l'appauvrissement des populations à travers les programmes structurels ou les dévaluations de monnaie surtout en Afrique.

A cela s'ajoute, les catastrophes naturelles et autres crises (politiques, économiques... ont poussé les ONG à s'installer durablement en Afrique pour y mener des actions de secours et d'aide à la personne.

Même si ces facteurs semblent visibles, la difficulté parfois réside dans la difficulté à cerner l'aide, les motivations diffuses et leurs impacts malgré les nombreuses interventions.

L'on croirait que le système aurait pris le déçu sur la possibilité d'avoir des actions efficaces et qui améliorerait le quotidien des populations qui sont assistées. Il faut rappeler que l'objectif dans la plupart des actions humanitaires **ou actions de développement, au-delà de ces aspects protocolaires, certaines interventions visent à apporter un changement de comportement auprès des bénéficiaires. Ces interventions sont parfois faites sous le couvert de motivations** parfois politique, religieuse, culturelle, humanitaire, personnelle, touristique ou par devoir.

Yao Assogba nous renseigne sur la mission parfois civilisatrice qui pourrait justifier des actions éducatives, de promotions de la santé et du droit...

Le Sénégal des années 1990 qui a connu les programmes d'Ajustement structurel imposé par la banque mondiale et la dévaluation du francs cfa n'a pas résisté au choc économique, à la récession et aux conséquences qui sont une pauvreté grandissante et qui touche principalement les zones urbaines et rurales. Cela a contribué à la fois l'exode rurale massive et principalement vers la capitale du pays : Dakar.

La concentration des populations dans les zones urbaines est synonyme à la concentration de problèmes à la fois de santé, d'hygiène, d'alimentation, de chômages, de violence...

Si la présence des ONG n'était pas nouvelle pour les populations africaines, leur présence s'est accentuée et fait suite à une colonisation⁶⁶⁸ qui a duré quelques siècles et qui a débuté en 1850

⁶⁶⁸ <https://www.geo.fr/histoire/l-afrique-au-temps-des-colonies-par-la-ruse-et-par-la-force-161065#:~:text=1850%20D%C3%A9but%20de%20la%20colonisation,protectorats%20avec%20les%20chefs%20noirs.>

pour la France. L'intervention de certaines organisations dites humanitaires à la guerre civile de Biafra qui a débuté en 1967 a donné ou ouvert un nouveau tournant à l'action de venir en aide à des populations en difficultés. Les historiens parlent ainsi de « *l'avènement de l'humanitaire à la française* ⁶⁶⁹ ».

Si cette période est marquée par les premières actions des humanitaires, la suite à laisser place à une organisation et des structures qui se spécialisent dans le domaine rendant leurs actions de plus en plus professionnelles. Les difficultés rencontrées par ces organisations lors des différentes interventions sur le terrain et la nécessité de communiquer avec des populations locales a permis aux disciplines humaines de s'intéresser davantage à la question de la sociologie, de la communication.

L'intérêt d'aborder la question sur le prisme de la communication internationale est d'arriver à répondre aux différentes interrogations mais aussi aux pratiques communicationnelles des ONG internationales. La difficulté de mise en œuvre des actions d'aides ou humanitaires se justifient parfois par l'importante place que devrait occuper la culture et les valeurs locales dans la communication des ONG mais qui est parfois réduite à une simple formalité non essentielle au fonctionnement ou à la réussite de l'action.

Dans ce contexte, la communication ne devient plus une option mais une obligation puisqu'elle permet d'établir le contact, de favoriser les échanges et d'améliorer les interactions. Une prise en compte de l'espace local est nécessaire et permet d'aborder la question sur le prisme de l'interculturel. Sa non-prise en compte à favoriser l'échec de la communication des ONG internationales

Si les concepts nous ont permis de comprendre la place de la communication, un retour sur la place des rites et rituels semblent nécessaire pour comprendre les choix limités des ONG à les intégrer dans leur stratégie globale.

Pour communiquer avec les bénéficiaires malgré les différences culturelles, les ONG utilisent plusieurs techniques de communication comme le montre le panorama de la communication des ONG internationales pour véhiculer des messages....

Ainsi, elles mobilisent différentes formes de communication pour une communication dite interactive et mobilisatrice. Les organisations globalement mobilisent différentes formes de communication puisque les éléments de différences sont souvent très nombreux et nécessite d'avoir une vision globale sur ce qui doit se faire en terme de communication en interne, en

⁶⁶⁹ [https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/08/23/il-y-a-cinquante-ans-au-biafra-l-avenement-de-l-humanitaire-a-la-francaise_6049677_3212.html#:~:text=%C2%AB%20La%20guerre%20au%20Biafra%20marque,D\)%20et%20C3%A0%20l'universit%C3%A9](https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/08/23/il-y-a-cinquante-ans-au-biafra-l-avenement-de-l-humanitaire-a-la-francaise_6049677_3212.html#:~:text=%C2%AB%20La%20guerre%20au%20Biafra%20marque,D)%20et%20C3%A0%20l'universit%C3%A9)

externe, avec les mass-média, de manière interpersonnelle, interculturelle. L'ensemble pour un meilleur accompagnement des populations sur les questions de développement.

Face à l'illettrisme, les ONG utilisent des différents supports de communication pour avoir une visibilité auprès des populations locales, des institutions ou des acteurs politiques. Entre l'établissement d'une liste énumérative de supports qui compile : « logo, affichage publicitaire et mass-média, les ONG internationales semblent souvent maîtrisées les techniques de communication et les théories mais semblent souvent se tromper sur les stratégies à mettre en place en présence face à des populations locales dont on ignore souvent les modes de fonctionnement.

Ce qui doit permettre une réflexion sur le lien entre les choix de communication et les objectifs de la communication poursuivis.

Les entretiens exploratoires ont montré certes une maîtrise des processus mais la difficulté de trouver une adéquation entre l'objectif et la cible est souvent présente. On peut ainsi affirmer que si les ONG internationales comprennent souvent le système de communication internationale ; la difficulté de le mettre en œuvre et de l'adapter dans un contexte différent semble présente. Ce qui pousse à affirmer que l'analyse de la communication proposée permet de révéler les erreurs de conception, de stratégie et de manques de perspectives culturelles.

Les entretiens avec les spécialistes en communication et autres acteurs montrent une maîtrise des process en Europe. Or, le constat semble simple. Plusieurs ONG internationales éditent parfois des supports qui interrogent beaucoup sur la cible.

L'expérience vécue au niveau du Sénégal a permis de constater que la majeure partie des supports édités pour une action de communication en milieu rural peut servir d'objet de décoration sans que le but premier ne soit celui-ci.

La campagne de sensibilisation contre la grippe aviaire dans sa stratégie a fait le choix d'utiliser des illustrations pour faire passer le message cependant, lors de la campagne de communication l'équipe s'est rendu compte de la difficulté d'agir dans un monde où l'illettrisme devient un problème majeur. Dans ce contexte la sollicitation d'une personne scolarisée ou instruite devient une nécessité. L'inversion de la démarche communication qui consiste à échanger, recueillir les besoins, identifier les problèmes contribue de manière importante à dire qu'elles utilisent la même stratégie de communication dans la plupart de leurs interventions puisse qu'elles tentent de répondre au même process pour être conforme aux attentes.

Sonia Couprie (2012) affirme à cet effet que « *lorsqu'on envisage l'implantation internationale des ONG indispensable à leur fonctionnement, on s'aperçoit qu'elles sont soumises aux mêmes*

impératifs que les entreprises multinationales en termes d'efficacité, de professionnalisme et d'adaptation aux différents contextes économiques, politiques, législatifs et culturels des pays dans lesquels elles interviennent ». Dans notre propre expérience, l'on note que la communication des ONG internationales en Afrique semble répondre à un cahier de charge à exécuter plutôt qu'à une démarche où l'on considère les bénéficiaires comme acteurs de leur propre développement.

Au-delà de l'Édition des supports papiers, la relation presse occupe une place prépondérante dans le développement des stratégies de communication. Ici la question de la cible interroge dans la stratégie de communication souvent mise en œuvre par les ONG internationales. Le fait de privilégier la communication de masse pose essentiellement la question des cibles des ONG internationales. L'inadéquation des supports peut laisser entendre que les ONG internationales suivent un processus global qui est centré sur la production d'articles de presses, de reportages, d'interview, de témoignages et de rapports finaux pour faire le bilan des actions menées durant l'année. Le but pour ces organisations est de montrer des réalisations, mais aussi de fidéliser les donateurs. Cependant la précaution prise pour intégrer les demandes des donateurs ne semblent pas être au même niveau que la préoccupation d'associer les bénéficiaires à travers une approche inclusive.

Les résultats semblent confirmer cette tendance à ne pas prendre en compte les réalités locales, les connaissances endogènes dans leur stratégie de ciblage. Les observations et l'analyse sémiologique des supports permettent de confirmer l'absence d'une démarche inversée et inclusive du fait certainement de la complexité de la question de la culture et des obstacles culturels. Cela s'avère une entrée intéressante puisque certains indicateurs de la culture sénégalaise sont parfois inadéquats au regard de l'esprit qui a fondé ou pensé l'action de terrain. La prise en compte du contexte local devient une nécessité.

Problématiques de la communication pour le développement

Plusieurs ONG internationales ont lancé des campagnes de communication sur des faits ou pratiques culturelles qu'elles jugent inappropriés ou qui ne respectent pas l'intégrité des personnes. Mais il faut noter que ces pratiques culturelles font partie de l'organisation sociale avec des cérémonies qui pouvaient mobiliser sans contrainte les populations locales. La lutte contre l'excision a fait l'objet de plusieurs campagnes de communication où les stratégies se sont pour la plupart heurtées la résistance culturelle des populations locales qui la pratiquaient.

Cette situation a conduit certaines ONG comme Tostan à changer de stratégie en compensant les revenus des organisateurs (exciseuses) et parfois en les rémunérant pour qu'elles renoncent à faire le métier d'exciseuse.

Les résultats étaient vains et ont montré les limites de la communication, puisqu'à chaque fois que les exciseuses ne sont retrouvées sans ressources des ONG, elles ont repris le travail d'exciseuse. Les ONG ont fini par installer ce rapport qui semble tourner vers l'argent avec les personnes sensibilisées. La communication n'a pas réussi à opérer un changement de comportement auprès de ces populations locales culturellement enracinées dans leurs pratiques. Il faut noter que d'autres thématiques bénéficient d'une autre stratégie d'influence et de lobbying pour arriver à des changements de comportement.

Daniel descende (1999) revient sur ces pratiques dans son livre sur « *l'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires* ». En effet l'auteur explique les méthodes d'influences utilisées par les ONG pour introduire des idées importées dans une société ouest-africaine traditionnellement enracinée dans sa culture. Il décrit des méthodes plus proches d'une influence par l'exemple plutôt qu'un travail de communication qui émane d'une réelle interaction.

De manière plus large Boris Petric (2012) explique dans son livre « *la fabrique de la démocratie : ONG, Fondations et Organisations Internationales* » la manière dont le « *pouvoir transnational s'impose à l'échelle mondiale* » et qui est aussi utilisée par les ONG comme acteur ou véhicule des messages de ce nouveau monde.

Les ONG n'évoquent pas souvent leurs échecs comme l'évoque Bruno Cazenave (2020). En effet, l'auteur déclare que les « *ONG n'évoquent que les succès, ne relève jamais les échecs* ». il fustige la posture des ONG qui sont souvent dans une logique de « *sauveur qui occultent le regard critiques sur les actions* » B. Cazenave (2020).

Cette posture ne coïncide pas avec les attentes et les règles définies selon Bertrand Cabedoche pour la communication Internationale. Le développement de ce concept en France permet de comprendre la nécessité de respecter certaines règles indispensables à l'implication des acteurs dans la construction des situations. La dimension pluridisciplinaire reste un marqueur important pour le concept de la communication internationale. Cette même approche concerne aussi la communication institutionnelle, la communication interpersonnelle, la communication relationnelle, fonctionnelle et participative.

L'outil souvent utilisé par les ONG dans leur communication ou dans leur stratégie de communication reste le lobbying.

En parlant du Lobbying, François Rubio (2007) déclare :

« Le deuxième cas de figure ressemble davantage à ce que Kaufman appelle la « diplomatie de conférence » : le travail de lobbying des ONG se fait dans les couloirs. Les représentants d'ONG démarchent, en effet, les délégations nationales, argumentaires juridiques à l'appui, pour les plus spécialisés et experts d'entre eux. A charge ensuite de ces délégués de reprendre ou non à leur compte les propositions des ONG. C'est par ce biais indirect que s'exprime l'influence des ONG qui demeure très difficile à mesurer : quelle part revient véritablement à l'ONG qui a su convaincre, quelle part aux positions et convictions personnelles des délégués nationaux ? Ce cas de figure vise à expliquer les négociations du droit conventionnel aujourd'hui sur des sujets relevant, comme les droits de l'Homme – par exemple les négociations portant sur un chapitre du Statut de Rome de la Cour pénale internationale – des « biens communs de l'humanité »⁶⁷⁰».

Source : Académie de Géopolitique de Paris (2016)

Il faut noter que l'absence de communication facilite parfois l'utilisation du lobbying pour arriver à changer le comportement des populations locales sans forcément permettre une expression large et libre d'une majorité d'acteurs.

Cette pratique est encouragée par les ONG du sud. Ces dernières deviennent parfois les succursales et même les exécutants des programmes des ONG. Bien au fait des réalités locales, ces ONG locales font des ONG internationales des financeurs. Leur posture fait d'elles des relais et parfois facilitateur dans l'implantation des ONG internationales en Afrique.

Comme l'indique Daniel Descendre, ces organisations locales devraient être dans le rempart des populations locales avec un questionnement qui permet aux organisations internationales de ne pas imposer leurs visions, de ne pas favoriser l'acculturation voire préserver les identités culturelles existantes en imposant une adaptation et les limites à ne pas franchir.

L'on peut dès lors au vu des constats faits, l'on peut penser que la plupart des ONG du sud considèrent les ONG internationales comme des « *sous bailleurs des bailleurs* » et que leurs financements permettent d'atteindre les objectifs poursuivis par ONG internationales. A ce titre certaines organisations du sud deviennent des succursales du développement et tentent d'obtenir les financements quelques soient le thème proposé. Elles deviennent ainsi des accélérateurs de pensée puisqu'elles vulgarisent les idées, les changements de comportement

⁶⁷⁰ Académie de Géopolitique de Paris (2016) <http://www.academiegeopolitiquedeparis.com/les-ong-et-leur-influence-dans-les-relations-internationales/>

demandés sans se soucier réellement des motivations et des idéologies véhiculées et la correspondance avec les valeurs et pratiques culturelle locales.

Plusieurs exemples montrent ce type de comportements parfois surprenante. Dans la société diola qui vit au sud du Sénégal ; l'organisation est telle que les questions d'égalité hommes et femmes ont trouvé une réponse acceptée de tous et de toutes.

Ce fonctionnement définit ainsi les rôles de chacun sans reléguer les membres de cette société au rang inférieur comme on peut l'observer dans d'autres organisations sociétales. Les hommes comme les femmes ont des droits et l'organisation consensuelle fait que les hommes ne peuvent pas décider à la place des femmes et ne peuvent pas aussi décider sans les femmes. La méconnaissance de ce fonctionnement a conduit des organisations à venir imposer des questions de droit de la femme dans cette société où l'organisation semblait plus avancée que les modèles patriarcaux européens.

Plusieurs organisations locales sous financement d'ONG internationales sont venues dans ces localités (à l'image de la description faite par Daniel descendre sur les stratégies de pénétration) imposer ces thèmes d'égalité dans une société où la question était réglée par le fonctionnement de tous et de toutes.

Pour rappel dans cette société les femmes organisent seules leurs cérémonies d'initiation sans les hommes et dans une temporalité qu'elles définissaient elles-mêmes. la question qui nous revient c'est : pourquoi parler de droit des femmes dans une société où la pratique est déjà acquise ? Une telle activité aurait du sens dans une société où la domination masculine s'exerce véritablement. Ce qui n'est pas le cas de la société casamançaise diola. Cette pratique des ONG internationale qui par l'intermédiaire des ONG locales proposent, financent, soutiennent et font du lobbying pour atteindre leurs objectifs laissent penser à une forme d'homogénéisation des concepts là où même le besoin n'existe pas.

Cette pratique est souvent accentuée par la presse ou la vulgarisation de ces thèmes dans la presse. Cependant l'on se demande si : la communication de masse est-elle adaptée aux relations entre les ONG internationales et les populations locales ?

Si l'on considère que le message est destiné à la population rurale, force est de constater le niveau d'équipement risque finalement de ne favoriser l'atteinte de cet objectif. Le développement des radios communautaires de base vient réduire la fracture dans ce sens sans pour autant régler le problème. A ce titre, l'étude s'inspire de Colin et Villet (1994) qui affirment que « *l'utilisation planifiée des techniques et activités de communication et des médias met au service de la population des outils puissants pour faire l'expérience des*

*changements et même pour les diriger*⁶⁷¹». Cette affirmation laisse entrevoir la stratégie des ONG internationales qui participe activement au processus de mondialisation, d'uniformisation et de globalisation des modèles sociétales au détriment des connaissances endogènes.

Même si cette forme de communication peut avoir des limites par rapport aux populations locales, elle ne limite pas les influences à long terme puisque celle-ci est combinée avec d'autres techniques de communication, d'influences et de lobbying pour permettre un changement rapide des comportements des populations locales. A la question suivante : cette forme de communication est-elle efficace auprès des populations bénéficiaires ? l'on peut dire qu'à elle seule les effets escomptés peuvent être à long terme. Cependant, la jonction entre les différentes techniques qui pourrait offrir une efficacité certaine auprès des populations locales et plus précisément chez les leaders désignés ou autoproclamés.

Reste à savoir si la majeure partie de la population est dans cette logique. Plusieurs éléments nous laissent penser le contraire puisse que **certaines ONG peinent à faire connaître leurs objectifs et missions**. La raison de ces échecs s'explique par les problèmes de stratégies, la méconnaissance de la cible, la place des relais et leaders d'opinion mais aussi surtout dans la manière dont l'organisation de la communication est pensée.

Ces postures confirment que les ONG internationales adoptent dans leur communication en direction des populations bénéficiaires les mêmes procédés managériaux et de communication que certaines multinationales en Afrique. Une communication essentiellement menée par voie de presse qui réduit considérablement les possibilités d'interactions avec les bénéficiaires.

L'absence parfois d'interlocuteurs directs, représentatifs et les différents intermédiaires constituent parfois un frein à la communication entre les populations et les ONG internationales. La liste des difficultés qu'elles rencontrent pour faire adhérer les populations aux différentes initiatives est nombreuse. Le premier élément reste un problème de conception.

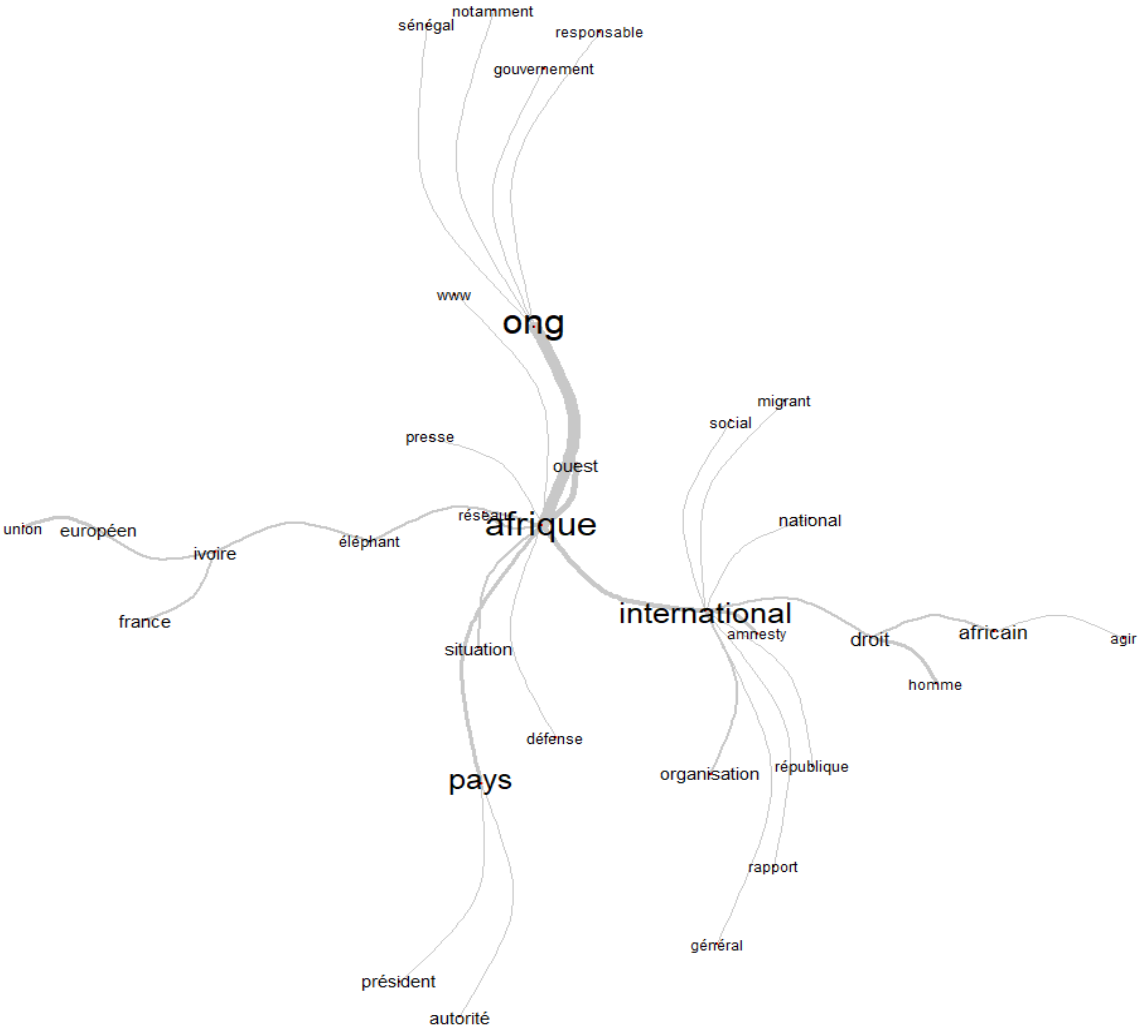
Si la plupart des projets démarrent sur des initiatives personnelles, la méconnaissance des bénéficiaires et de leur culture reste un handicap majeur pour la poursuite des objectifs définis. Un choix particulier est opéré par les ONG internationales intervenant au Sénégal de s'adresser particulièrement aux gouvernements et autres responsables.

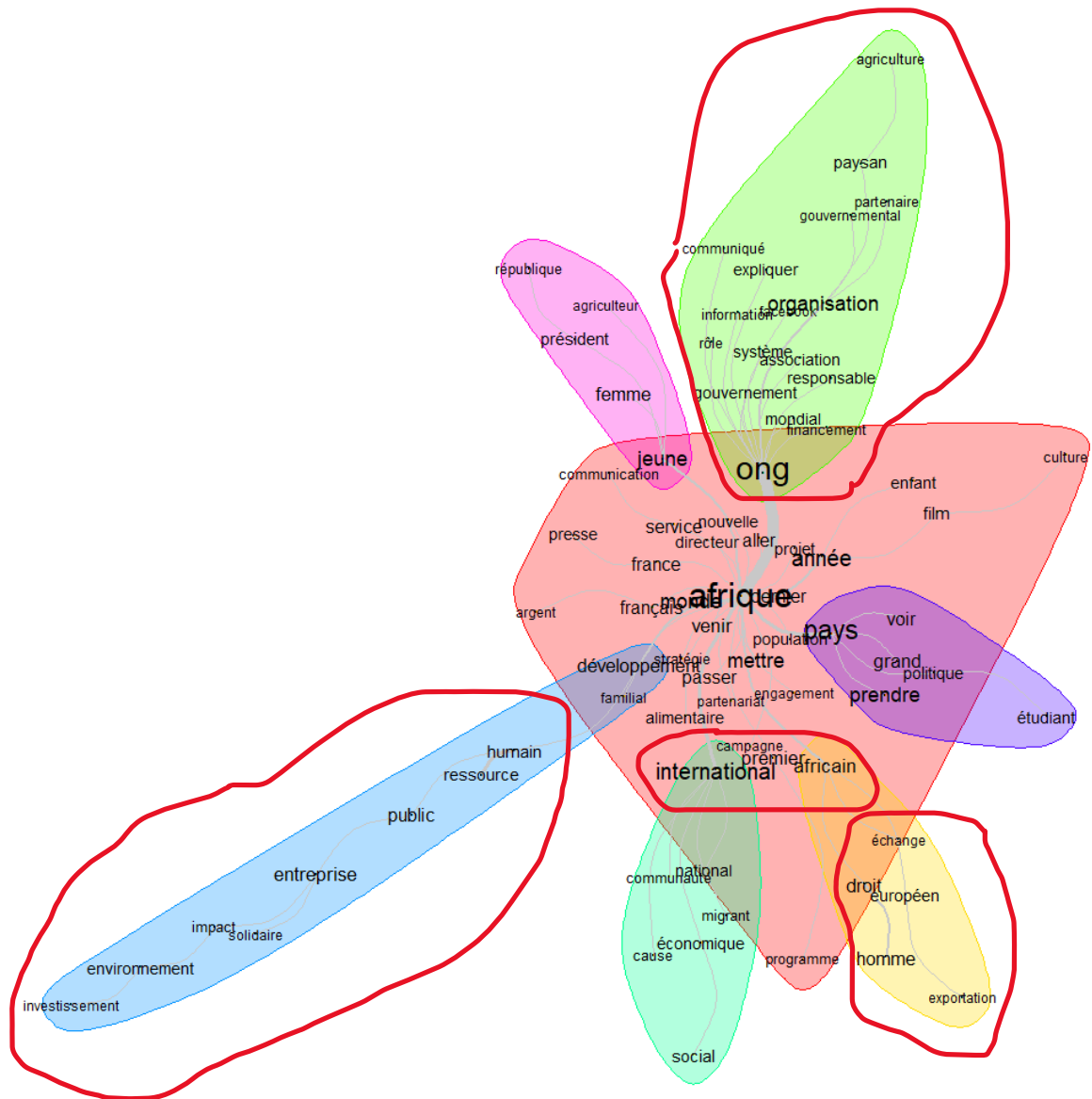
671 Colin Fraser et Jonathan Villet (1994) cités par James Deane, Communication : un élément clé du développement humain [en ligne] in 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement, FAO, Rome, septembre 2004, disponible sur http://www.fao.org/sd/dim_kn1/docs/kn1_040701a10_fr.doc.

Cette posture semble particulièrement influencée par le mode de fonctionnement de la société sénégalaise qui à la fois peut répondre positivement à l'appel ou à une consigne d'un chef religieux ou marabout qui ne prend pas forcément la peine de recueillir un avis.

Les ONG internationales en Afrique : en cherchant à analyser la dimension de la communication internationale en partant de l'Afrique, on peut noter un lien prononcé avec les autorités des pays mais aussi une influence notoire de la situation internationale qui est souvent régis par le droit, le social, les migrants...

Dans un autre registre (graphique ci-contre) il est facile de constater que dans ce continent les ONG internationales cherchent à construire un système, de développer des techniques pour aussi mettre en valeur les donateurs. La France à travers l'AFD concoure souvent à s'offrir une image positive auprès de l'opinion publique sénégalaise ou auprès des populations bénéficiaires.

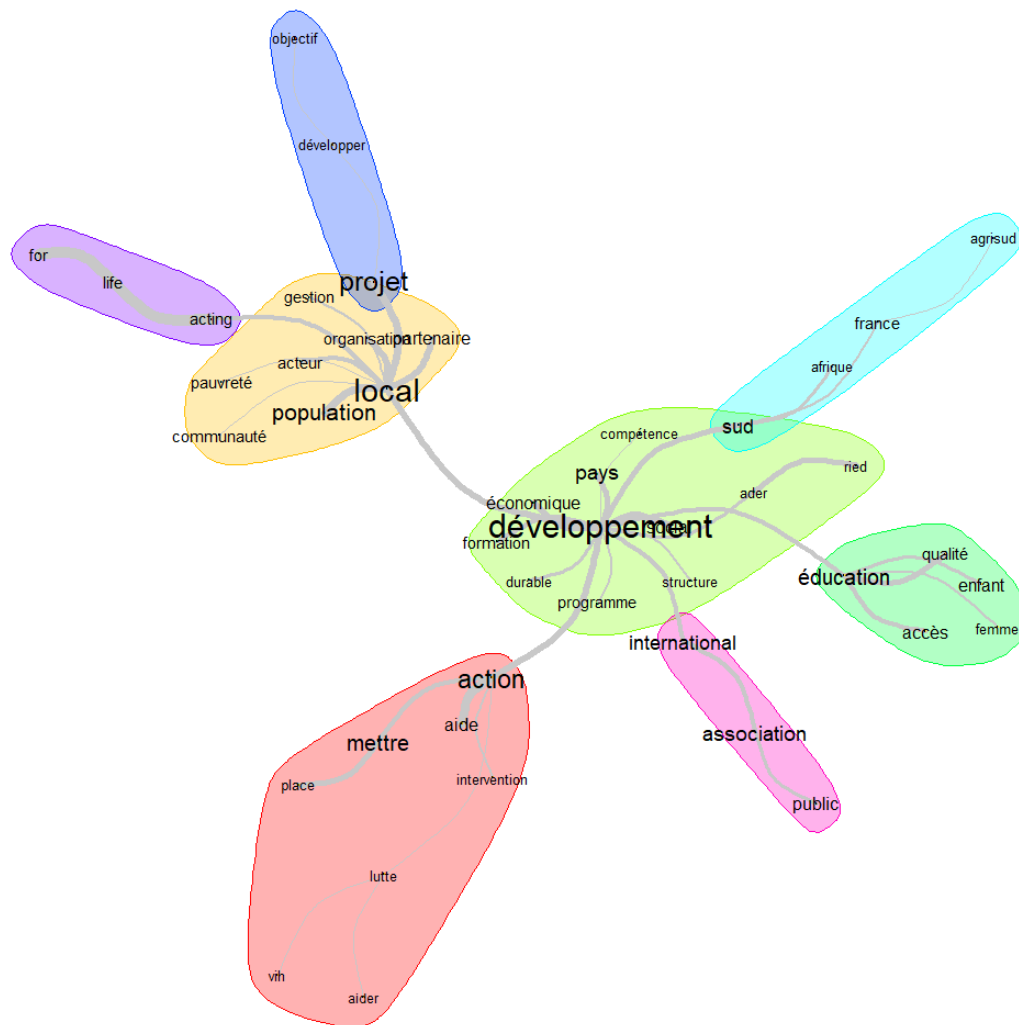




Ce graphique montre qu'autour des ONG internationale en Afrique, se pose la question du financement mondial mais aussi du rapport avec les responsables associatifs et gouvernementaux. Les gouvernements deviennent ainsi des partenaires même auprès du monde agricole. Le mode de communication se fait souvent sous la forme de communiqué ou de point d'informations pour offrir les explications nécessaires à la compréhension de leur situation. Par ailleurs, le développement humain pour les ONG internationales passe par le développement humain, entrepreneuriat...un fort accent est mis sur la question de l'impact de l'environnement et des investissements.

Pour terminer la dimension internationale se caractérise par les campagnes économiques, sociales sur différents thématiques y compris sur la question des migrants.

Si ces questions occupent le champ médiatique et l'opinion publique internationale, force est de constater que ces thèmes et ces éléments de langages de la nouvelle communication des ONG internationales ne suffisent pour établir une communication avec les populations locales « *jugées pauvres* ». Ils sont parfois loin des préoccupations des populations bénéficiaires.

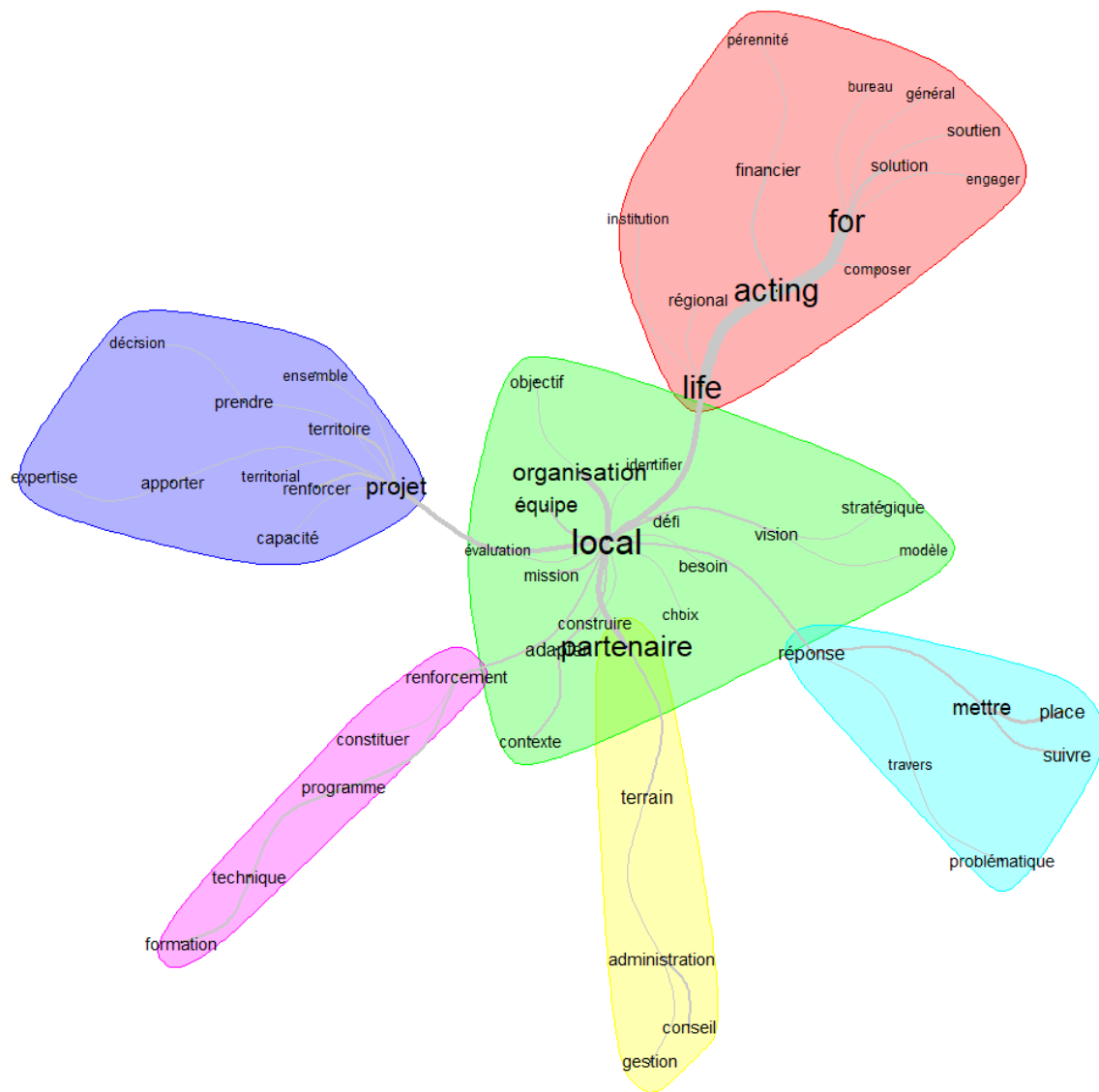


Cependant, la dynamique d'une adaptation créée autour des projets, de la gestion, de la lutte contre la pauvreté est un objectif centré dans le développement à travers les programmes et les renforcements de capacité. L'éducation et les actions ponctuelles de lutte contre les maladies sont parfois le langage accessible pour comprendre le discours et le vocabulaire des ONG dans leur communication avec les bénéficiaires.

Dans ces situations, l'action permet de créer des interactions mais ces éléments ne suffisent pas pour comprendre leur message au niveau local.

En s'interrogeant sur la manière dont **les ONG Internationales communiquent avec les acteurs institutionnels, les leaders d'opinions, le grand public et les bénéficiaires au niveau local**, il est important d'analyser ce graphique qui tourne autour de la question du partenariat.

Ce concept de la communication tourne autour des projets, de problématiques de terrain et de renforcement de capacité.



Plusieurs supports de communication sont utilisés (voire panorama des supports) par les ONG internationales pour communiquer avec les différents partenaires. Le site web semble privilégié et constitue le premier élément de la communication avec les cibles et partenaires voire les populations en général.

A ce titre, dans sa présentation l'ONG internationale Aide&action déclarait que « *dans notre réseau international nous continuerons à améliorer nos mécanismes de redevabilité et de transparence cela est essentiel non seulement pour nos bénéficiaires donateurs et partenaires mais aussi pour nos membres salariés et bénévoles* ».

Ici la communication est axée principalement sur la transparence afin d'assurer une pérennisation de l'action de l'ONG.

Cette affirmation est complétée par la pratique de l'ONG Internationale Apiflordev qui explique dans leur communication en direction du grand public « *nous voulons une alimentation et une santé à mettre à la disposition des populations villageoises et périurbaines un produit naturel local donc peu onéreux et accessible sans difficultés* ».

Cette communication qui tourne autour du service à moindre prix avec une qualité à préserver montre l'importance de se rendre aux besoins des cibles.

Une autre ONG internationale « *eau pour la vie* » déclare en direction du grand public : « *ces activités ont pour objectif d'informer et de sensibiliser aux problématiques de l'eau. Ces animations, qui peuvent être proposées en réponse à des appels d'offres, sont un moyen pour l'association de trouver des financements pour ses actions sur le terrain*⁶⁷²».

Si sensibiliser est un moyen de rester en contact, elle est aussi un moyen d'avoir une visibilité pour à la fois l'image mais aussi la pérennisation des actions de l'ONG.

En multipliant les techniques de communication, les ONG internationales multiplient les chances d'arriver à une communication susceptible d'offrir un service au plus près des partenaires.

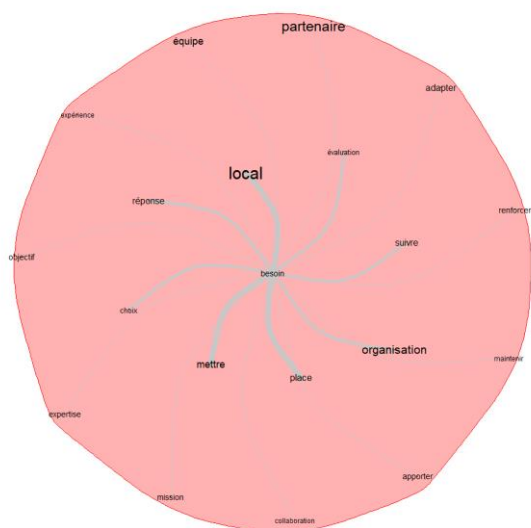
Cela nous pousse à apporter des réponses à la question suivante : **comment intègrent – elles ou prennent-elles en compte un certain nombre de facteurs comme la langue, la culture, les traditions, les besoins, l'organisation sociale dans un contexte de mondialisation ?**

Si la recherche a montré que la prise en compte de la culture reste timide voire faible, les autres facteurs bénéficient probablement d'un traitement plus conséquent. Parlant de la langue, il faut noter que des efforts sont consentis pour utiliser les langues locales afin de créer une dynamique plus inclusive. Cependant, il est important de montrer que si c'est l'idée qui est acceptable et recevable, il faut se demander si dans la réalité ce choix d'utiliser les langues locales est viable. Le taux d'analphabétisme important pourrait rendre difficile la poursuite de cet objectif.

⁶⁷² <https://www.eaupourlavie.org/nos-actions/en-france/sensibilisation-grand-public/>

L'analyse lexicale montre une autre stratégie pour prendre en compte un certain nombre de facteurs. En partant du besoin exprimé ou identifié l'on se rend compte que l'ONG ou les ONG tentent de mettre en place des stratégies, de se baser sur des expertises mais aussi de s'appuyer sur des partenaires et des équipes susceptibles de répondre aux besoins de terrain.

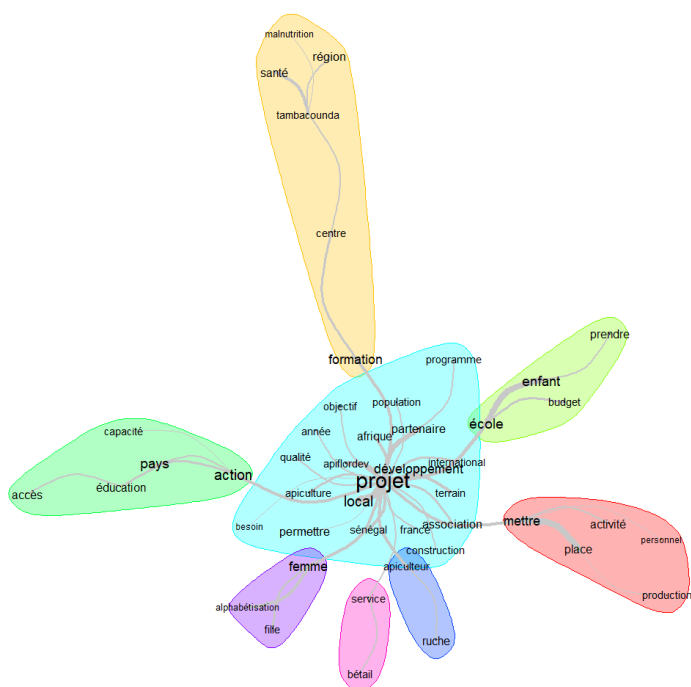
Le graphique suivant complète la réponse sans forcément indiquer la manière utilisée.



En multipliant les collaborations et/ou en partant des besoins exprimés, les ONG tentent en effet d'apporter des réponses à travers différents stratagèmes comme l'expérience, la formation des équipes, l'évaluation et la collaboration stratégique tout en adaptant le besoin.

Le graphique ci-après montre une forme de stratification qui passe par des items comme : la formation, les femmes, les actions, les écoles, les

associations... le tout dans une dynamique de projet local et de développement.

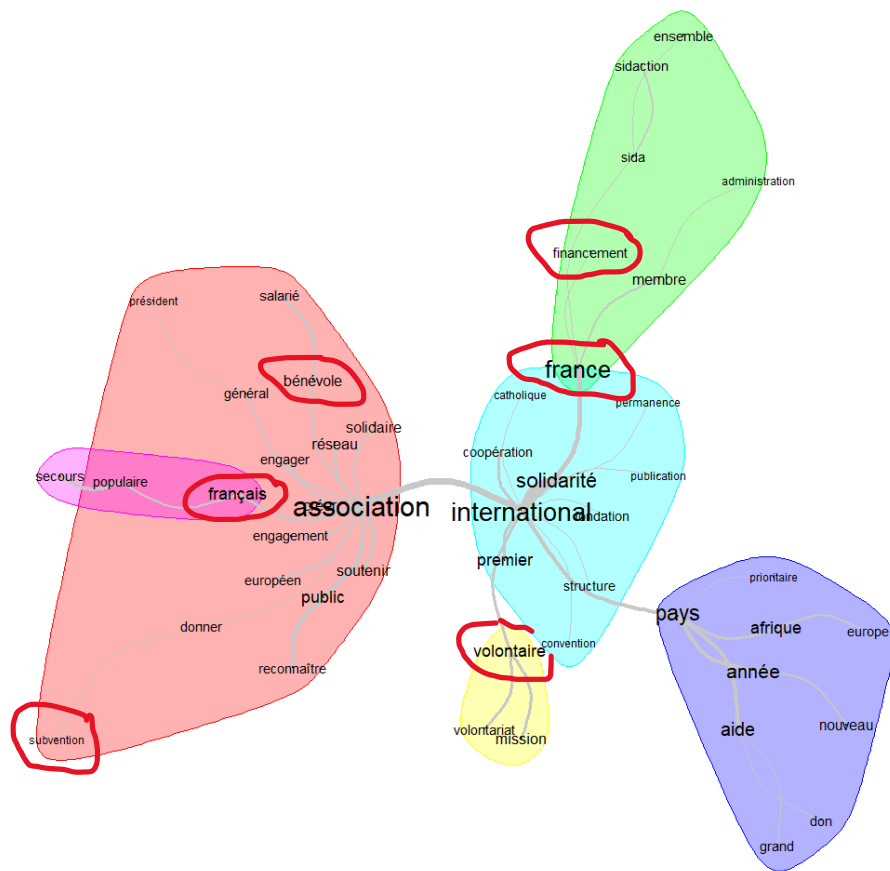


Ce système de stratification ne semble pas différents des concept développer par Daniel Descendre qui indiquait que dans la stratégie des ONG internationales et dans leur objectif d'induire un changement. Les femmes constituent une cible privilégiée selon l'auteur qui évoquait des initiatives pour plus de droit et liberté sans se poser la question si ce combat initié par les ONG internationales était une réelle préoccupation.

En se focalisant sur les ONG françaises, l'étude a pu montrer le choix de la France de continuer l'aide à travers la dynamique associatives. En effet, à travers la solidarité internationale, la France organise avec des volontaires, l'église une présence sur le terrain à travers des mission d'aide et parfois des subventions.

Malgré le discours basé sur « *le terme nouveau* », on peut noter qu'il y a toute une communication basée sur la rupture avec le temps ancien : celui de la colonisation. Il est difficile d'affirmer que les similitudes ou passerelles créées par la colonisation ; la globalisation ; l'adaptation et/ou la mondialisation participent à faciliter l'adhésion, mais la communication sur la nouvelle solidarité tente d'effacer ce passé qui pourrait éventuellement créer des doutes sur la volonté d'apporter de l'aide aux populations en difficultés.

L'Etat français et certaines associations françaises s'activent grandement pour se faire reconnaître auprès du public comme aidant avec des subventions, des réseaux et des engagements susceptibles de renforcer la coopération avec les pays qui reçoivent l'aide.



Ces deux graphiques illustrent les interventions françaises à travers les ONG internationales en Afrique, les stratégies existantes et les formes d'organisations qui accompagnent cette politique.

Lors des enquêtes menées pour comprendre l'utilisation des réseaux sociaux numériques dans la communication des ONG avec le développement grandissant des technologies, l'étude a montré qu'il y a une grande différence de traitement dans l'utilisation des RSN en Europe par rapport à l'Afrique. Malgré le développement des NTIC en évolution les ONG internationales ne semblent pas en faire un support privilégié pour communication avec les populations alors qu'ils sont essentiellement utilisés pour convaincre, fédérer, recueillir des dons et communiquer sur la transparence dans leur gestion financière afin de fidéliser les donateurs.

En découvrant le modèle de transmission d'information des « *Bassaris* » (ethnie vivant dans la région de Tambacounda), il est souhaitable pour les ONG de s'y adapter pour parfaire leur communication. Le modèle stipule une communication basée sur une pratique culturelle qui permet de transmettre les informations aux membres de la famille tout en faisant la promotion d'un modèle éducatif et culturel. Cette pratique va à l'encontre de la communication de masse. Elle correspond plutôt à une communication de groupe qui contribue à fédérer le groupe, à former les générations et à consolider des pratiques sociales et culturelles.

Dans notre observation, l'ONG Internationale espagnole Sunugaal, (1999) qui intervenait dans la localité cherchait à mettre un environnement lettré dans une zone qui était maîtrisée par les populations. Cette démarche ne serait utile que les personnes étrangères et qui avait besoin de retranscrire l'environnement habituel européen dans un contexte local qui ne semble pas être un besoin exprimé. Cela rappelle l'échec des projets de latrines évoqués dans ce travail de thèse du fait que l'absence de correspondance entre l'offre et la demande des populations locales.

Cette situation pose encore la manière de recueillir les besoins des populations, le sens de l'intervention des ONG internationales et leurs impacts auprès des sociétés où elles interviennent.

La mondialisation et la généralisation des besoins trouvent ainsi leur sens puisque la nécessité de demander et de mettre en place des projets à partir des besoins des populations reste une obligation morale et imposée par la démarche de développement.

Comme dans la relation d'aide, l'adhésion doit être recueillie. Ce qui suppose a priori que la démarche reste inclusive. La démarche cache plusieurs choses : soit une méconnaissance de besoins, soit une démarche volontaire qui cache des objectifs inavoués.

Dans ce sens certains panafricanismes y voient le retour vers un néocolonialisme. D. Descendre (1991) va plus loin et affirme « *Au-delà du gaspillage d'argent et d'énergie, ces projets sont parfois néfastes parce qu'ils déstructurent les embryons d'organisations paysannes qui se mettent sur pied ou parce qu'ils mettent celles-ci sous tutelle ou appuient une politique d'État*

qui assujettit le paysan Africain sur le plan social et économique ». Certains ONG internationales se disent contre ces types de pratiques d'autres ONG internationales et s'affichent comme étant les vraies défenseuses des intérêts des populations locales. *SOS Faim, (2005) affirme lors du 11e Forum social mondial que « face à l'ordre néolibéral, la résistance civile s'organise ».*

Sylvy Jaglin (2001) dans son article *« des ONG dans les villes africaines. Le partenariat »* évoque un outil d'autoreproduction Elle parle d'une stratégie de communication des ONG basée sur la dénonciation des manquements étatiques. Elle affirme *« s'auto-définissant comme des organisations de base, proches des populations, les ONG revendiquent leur légitimité dans l'espace de la coopération au nom de valeurs universelles (la solidarité, le désintéressement, le rapprochement des peuples, la confiance) que, du fait de leur « empathie » avec les populations et de l'échelle limitée de leurs actions ».*

Pour rappel, ces pratiques ne sont ni conseillées par les spécialistes en communication, ni par l'éthique du métier. En effet Sana Safiatou (2020), Assistante technique du PA-EESSA de déclarer à propos de la communication pour le développement que c'est *« un processus de dialogue qui permet aux populations de définir qui elles sont, ce qu'elles veulent et comment y parvenir »⁶⁷³.*

Par ailleurs, l'auteur fustige la pratique citée ci-haut en indiquant que *« l'approche basée sur la communication à sens unique consistait à informer les populations pour tenter ensuite de les persuader de modifier leur comportement afin d'obtenir leur adhésion. En clair, les communicateurs étaient très sûrs de militer pour la cause d'une couche sociale donnée qu'ils ne prenaient pas soins de recueillir leur avis »⁶⁷⁴.* Cette façon de procéder interroge surtout pour des aidants où l'obligation de recueillir l'adhésion en Europe n'est pas facultative.

Ce qui rend parfois difficile la communication entre les populations africaines bénéficiaires et les acteurs des ONG internationales reste parfois la question de la langue, de l'interlocuteur mais aussi est surtout de l'approche que l'ONG se propose de mettre en place. Aujourd'hui la place des technologies semble irréfutable et la communication plus facile à mener qu'autrefois avec la présence des réseaux sociaux numériques à tous les niveaux de la vie. Le développement de ces technologies même dans les campagnes devient une réalité comme le rappelle Robert Glasser (2008) et Mirella von Lindenfels (2013).

⁶⁷³ http://laboress-afrique.org/ressources/assets/doc/Document_N01097.pdf

⁶⁷⁴ Ibid.

La place des bénéficiaires n'est pas soulignée fortement puisque parfois la logique de réaliser une action semble plus importante que la démarche pour y arriver.

Au vu des différentes observations, l'étude peut indiquer que les lignes budgétaires semblent prendre le dessus sur l'approche inclusive qui devait déterminer toutes les actions de terrain.

La manière dont les ONG internationales mènent leur communication en Afrique laisse penser qu'un accent particulier est accordé à la collecte de dons, à la recherche de label certifiant d'une gestion saine et rigoureuse en Europe plutôt qu'à la défense des causes défendues.

La communication cible exclusivement un public occidental, principal donateur. L'usage répété des techniques marketing vient renforcer nos recherches et l'idée selon laquelle la communication est plus accentuée du côté des donateurs plus que du côté des receveurs.

Si certains éléments ne semblent pas expliquer le choix des ONG internationales de privilégier la communication en direction de donateurs ; il est possible de se poser la question suivante : l'influence de la culture française sur les anciennes colonies permet-elle de s'imaginer une connaissance parfaite de la culture locale des bénéficiaires ?

La réponse reste négative puisque l'approche ne permet pas de comprendre toutes les facettes culturelles existantes et évolutives. Cependant, elle permet d'établir des passerelles entre la population locale et les acteurs transnationaux à travers parfois la langue et l'échange d'information.

Il faut noter qu'**aujourd'hui les médias** (radio et télévision internationale, presse écrite, journal et reportage en ligne et chaînes multimédias, RSN) jouent un rôle important dans la communication entre les ONG internationales et les populations locales. Ils contribuent aussi à la construction et au renforcement des représentations collectives et stéréotypes cultivés⁶⁷⁵.

Leurs places et rôles semblent incommensurable dans la construction de ces images et le renforcement de ces normes.

Pour arriver à une communication qui prend en compte les règles élémentaires d'une bonne stratégie de communication, il faut que les éléments suivants restent centraux : l'interaction pour une meilleure prise en compte des besoins des bénéficiaires ; la prise en compte de la mondialisation et globalisation ; l'intégration des réseaux sociaux numériques (RSN) et leur utilisation (mondial et Sénégal) mais aussi le respect des traditions et des connaissances endogènes. Ainsi la résistance sera moins prononcée et l'on serait tenté de faire moins appel aux techniques de lobbying

675 « *Quand Edgar Quinet oppose une France civilisée et civilisatrice incarnant la république face à l'Allemagne barbare [...]. Quand Victor Hugo oppose dans le même esprit une France dépositaire des valeurs républicaines de l'avenir à l'Allemagne incarnant le passé monarchique [...] et dépassé* » p.245

Pour terminer cette partie, il est important de noter la différence de traitement dans la communication entre les ONG internationales et les populations bénéficiaires. Parfois pres de 25% des budgets sont consacrés à la communication pour la collecte de dons tandis qu'en Afrique les moyens de communication avec les bénéficiaires restent faibles ou souvent centralisés au niveau des sièges sociaux des ONG. Cela conduit à avoir une communication descendante plutôt qu'interactionnelle.

Malgré cette posture certaines populations africaines se sentent redevables de l'aide et parfois obligé de respecter les us et coutumes locales. La Téranga sénégalaise va à l'encontre d'une hostilité contre les étrangers. D'où le développement de ce concept culturel et sa vulgarisation. Les populations semblent parfois répondre aux valeurs humanistes en mettant en œuvre le concept de Téranga et en réponse au don reçu. Marcel Mauss rappelle la nécessité du « *don et contre don* ».

Si la communication ne semble pas systématique avec les populations bénéficiaires dans le cadre de l'intervention des ONG internationales, il faut noter que la majeure partie de ces ONG internationales accordent une place prépondérante à la communication institutionnelle entre les bailleurs, les états et les donateurs.

IV. Modélisation de la communication des ONG : 7 Schémas proposés

La tentative de modélisation de la communication des ONG internationales en Afrique est une représentation de mes connaissances et de mes expériences sur le terrain. C'est aussi le fruit de mes observations sur les différentes phases de construction de la communication des ONG, des problèmes et des interrelations qui existent dans les différentes phases de la communication avec les populations, acteurs.). Chacun de ces modèles sera réétudié et analysé.

Cette tentative de modélisation permettra de mieux comprendre l'approche communicationnelle entre les ONG et les populations. Les sept schémas proposés traitent respectivement des situations dont les ONG sont confrontées dans leur communication ; de l'organisation de la communication ; de la pratique des ONG en question ; des problèmes interculturels ; des interactions au sein des ONG internationales ; des motivations et don ; enfin de la dimension interculturelle.

Ces différentes approches ne partent pas de nos représentations mais d'une réalité de terrain observée sur le fonctionnement des ONG au Sénégal.

A développer

Enfin des schémas calqués sur des modèles de communication existants comme celui de Shannon ont été élaborés et adaptés au problème du développement, de l'interculturel, de l'organisation de la communication, de la relation entre les différents acteurs et enfin de la dimension interculturelle. Cette tentative de modélisation de la pensée permettra non seulement d'expliquer de manière simple les faits mais d'analyser et d'identifier les faiblesses de ces modèles. Ceci permet de donner une vision claire et d'hiérarchiser la question dans toute sa complexité.

Modélisation de la communication des ONG : 7 Schémas proposés sur la communication des ONG

Schéma 1 : problèmes de développement

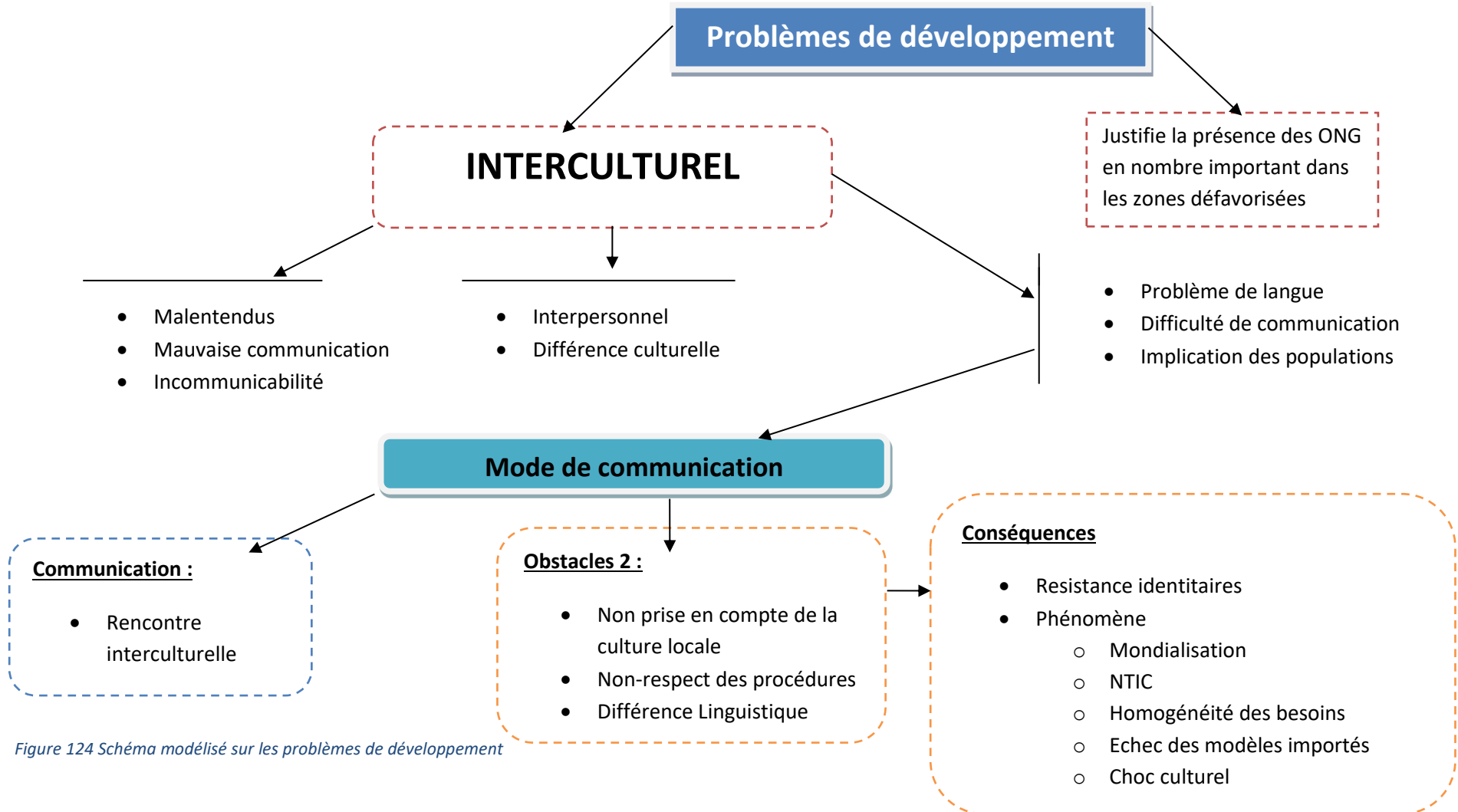


Figure 124 Schéma modélisé sur les problèmes de développement

Schéma de modélisation 1 : problèmes de développement

Le problème de développement justifie ainsi l'intervention des ONG. L'état des localités où interviennent ces ONG est tellement frappé par la pauvreté que l'obligation pour ces ONG leur semble nécessaire.

L'intervention d'une ONG se justifie généralement par l'identification d'un problème de développement. Ces problèmes de développement sont généralement liés à une question sociale, culturelle, de pauvreté, de précarité, de valorisation de la richesse, de santé ou toute autre fragilité. Les questions environnementales, commerciales (commerce équitable), éducative, sanitaire (santé publique et lutte contre les handicaps), religieuse, ne sont pas en reste dans l'intervention des ONG. Il est important de noter que les problèmes de développement justifient la présence des ONG en nombre important dans les zones défavorisées.

Une fois le problème identifié, il se pose la question de la dimension interculturelle puisque la majorité des ONG étrangères ne résident pas dans le pays où elles mènent leur action. Cela constitue le début des malentendus entre les différents acteurs. La mauvaise communication et l'incommunicabilité accentuent la barrière de la langue et à la question des échanges entre les différents acteurs (population et responsable d'ONG). À cela s'ajoute les questions interpersonnelles et les différences culturelles.

Ces questions interpersonnelles placent l'individu au cœur du processus d'interaction. Ce qui permet de rapporter la dimension humaine ou juste stade d'échange et d'interactions entre les différents acteurs. Cependant la diversité et la différence culturelle permettent à leur tour soit de renforcer les liens entre les différents acteurs ou soit d'être associé à des problèmes de communication et d'interaction.

Par conséquent le schéma ci-après sur les ONG confrontées à la communication internationale a pour point d'entrée les problèmes de développement. Cette situation déjà identifiée, permet de justifier la présence des ONG sur le terrain. Ce justificatif implique une rencontre entre les populations et les membres de l'ONG. Il lance ainsi le début d'un long processus de communication où l'interculturel occupe une place prépondérante. Venant souvent de l'étranger, le personnel des ONG Internationales s'installe dans des nouvelles localités avec leur culture, leur philosophie, leur esprit d'entreprise. Cette façon d'être, de penser et de vivre est généralement très différentes des réalités de terrains et des pratiques des populations

locales. Cette importante place qu'occupe la dimension interculturelle devrait pour les ONG le principal objectif car elle permet d'établir le contact avec les populations locales et de comprendre l'organisation locale, la culture, les pratiques, la langue...

L'échec de la prise en compte de cette dimension interculturelle conduit nécessairement vers des malentendus liés à la mauvaise communication et à l'incommunicabilité. Si les problèmes de langue constituent le premier obstacle pour les ONG, on peut noter que ces derniers placent aussi la dimension interpersonnelle et culturelle au cœur des premiers actes à poser dans une démarche de construction d'un projet de développement. Le non-respect de cette étape indispensable comme le montre ce schéma, engendre des difficultés de communication, la faible implication des populations aux projets identifiés ou à la résolution des problèmes de développement en sus de celles citées ci-dessus. Ce constat qui par de l'identification du problème à sa résolution passe nécessairement par la dimension interculturelle. Cependant l'enquête sur les obstacles liés à la communication des ONG montrent que beaucoup d'ONG ne prennent pas en compte la question interculturelle. Ces obstacles sont liés au culturel (44,8%), à l'esprit d'entreprise (20,7%), à la méfiance des populations (34,5%), au manque de communication (58,6%), au manque d'implication de la population (27,6%), et enfin au manque de formation en communication du personnel (62,1%). Ces forts taux confirment simplement cette nécessité de prendre en compte la place de la culture et de l'interculturel et oblige les ONG à adopter des modes de communication.

La prise en compte de la dimension culturelle lors d'une rencontre avec les populations permet ainsi de prise en compte de la culturelle locale, le non-respect de la démarche inclusive dans la cadre d'un projet de développement et la différence linguistique sont autant de facteurs qui conduisent : à la résistance identitaire, le choc des cultures...

Aujourd'hui la place si importante de l'interculturel semble changer de niveau à cause de mondialisation et du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ces deux phénomènes ont tendance à faire oublier la culture locale et à laisser place à l'homogénéité des besoins. Ce qui conduit inlassablement à l'échec des modèles importés et à redonner à la culture et l'interculturel sa place d'avant.

Pour finir il faut retenir que les problèmes de développement ont un lien avec la question interculturelle et l'adaptation des modes de communication pourrait être un moyen de réduire les problèmes de communication sur le terrain dans une logique inclusive.

Schéma 2 : Organisation de la communication des ONG

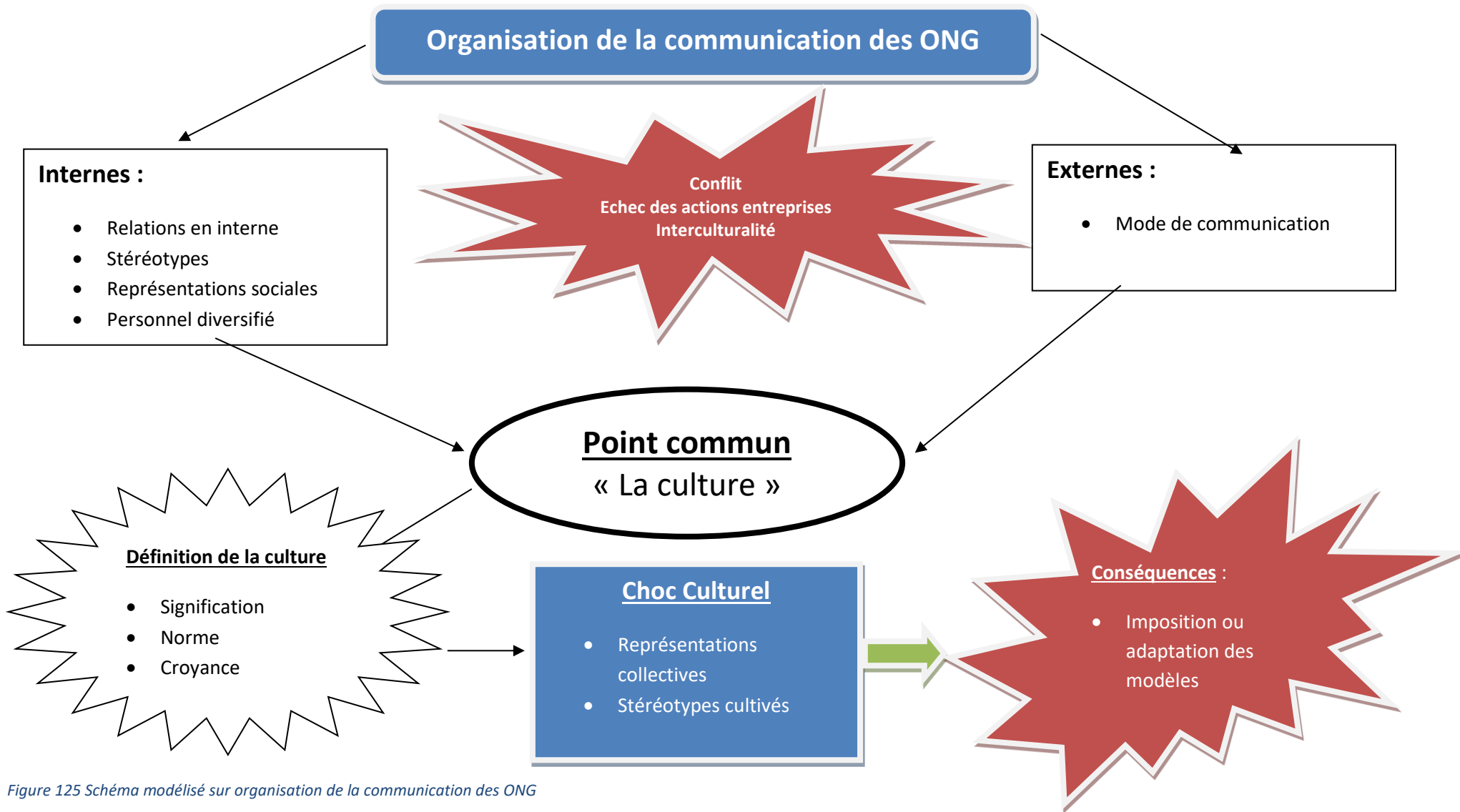


Figure 125 Schéma modélisé sur organisation de la communication des ONG

Schéma de modélisation 2 : Organisation de la communication des ONG

Les différentes observations participantes, analyses de contenus, entretiens et enquêtes menées sur le terrain ont permis de comprendre le fonctionnement de certaines ONG qui interviennent dans le développement, le droit, l'éducation et l'humanitaire. Dans ce contexte, l'organisation de la communication des ONG internationales se fait à deux niveaux. Le premier est la communication interne et le second la communication externe.

Dans le cadre de la communication interne, plusieurs paramètres sont notés : la relation interne entre les acteurs transnationaux et les acteurs locaux, les interactions entre des travailleurs de cultures différentes et enfin les représentations sociales. En abordant la question des relations internes entre les acteurs transnationaux et locaux, on se rend compte de la différence de vision qui n'est point lié à une question de compétence mais plutôt de fonctionnement. Par ce biais les éléments de non-ressemblances ont tendance à être qualifié ou traités de manière différente. Cela accentue les stéréotypes et les idées reçues et renforce chaque partie dans la détention de la connaissance. L'ancrage prononcé des stéréotypes dans une organisation renforce les positions entre les aidants sur les aidés ou vice versa. Les retards des salariés de l'organisation ne sont pas acceptés par les uns (es) ou les autres qui parfois ne se soucient pas des pratiques culturelles qui peuvent être associées à ce retard. De la même façon, la séparation de la vie privée et professionnelle n'est pas aussi délimitée dans la culture sénégalaise. Il peut sembler étonnant dans le cadre d'un échange de noter l'intérêt d'une des parties de chercher à avoir des informations sur la famille de la personne en face sans que cela ne soit un acte de curiosité.

La culture française ne semble laisser des écarts qu'en a des questions sur la vie privée et familiale. Un questionnement dans ce sens peut être très mal interprété.

Revenant sur la communication externe ; le mode de communication essentiellement centré sur la presse avec une communication de masse et des réunions-bilan pour stimuler la participation, pose ainsi les limites d'une communication optimale sans tension.

Cette communication externe a rencontré des difficultés de communication sur des questions de développement comme l'insémination artificielle ; des difficultés de communication sur des questions sociétales comme la place de la femme et/ou l'excision.

Quand la communication externe tente de se moderniser avec la technologie, il est important de l'adapter avec les pratiques locales comme chez les Bassaris de la région de Tambacounda

où le système de transmission de l'information et de la communication intergénérationnel résulte de l'organisation sociétale qui doit être prise en compte dans l'organisation de la communication internationale ;

Comme dans le modèle de Lazarsfeld (1955), l'absence d'interaction entre les acteurs constitue la limite identifiée de ce modèle. L'absence de feed-back contribue aussi à nourrir les incompréhensions, les conflits et l'échec des actions entreprises. L'interculturalité n'arrive pas ainsi à être une solution dans ce contexte de communication.

Il faut noter que les deux modes de communication ont un point commun : celui de la culture. A cet effet, pour illustrer le dialogue parfois impossible entre les ONG et les bénéficiaires, l'étude s'inspire des propos de Bernard Dagenais, (2002) qui dans son article sur « les discours sur la diversité culturelle occultent des guerres d'intérêts » explique les opinions des uns (es) sur les autres dans ce type de contexte et qui rend la communication ou la situation presque incompréhensible et/ou non réconciliable.

Pour comprendre cette situation, il est possible de repenser l'organisation en définissant la culture, les significations, les normes et les croyances.

Cela permet d'éviter de renforcer les représentations collectives, les stéréotypes cultivés, l'échec de la communication interne et externe, la faible participation avec une absence d'implication, la résistance aux changements et enfin les modèles de développement imposés.

A travers ce schéma, on peut retenir l'organisation de la communication internationale doit prendre en compte les spécificités du terrain pour réussir ses interactions en interne comme en externe. Si l'adaptation doit être un facteur déterminant d'adhésion, elle doit prendre en compte les connaissances endogènes des populations bénéficiaires.

Elle doit aussi éviter l'inversion de la pyramide quant à la mise en place des activités de communication. Ici la communication doit précéder l'action.

Dans l'organisation de la communication, le point de vigilance reste la prise en compte de la culture pour que la dimension interculturelle ne puisse pas constituer un obstacle à la communication avec les bénéficiaires et/ou les institutions partenaires.

Schéma 3 : Les ONG en question

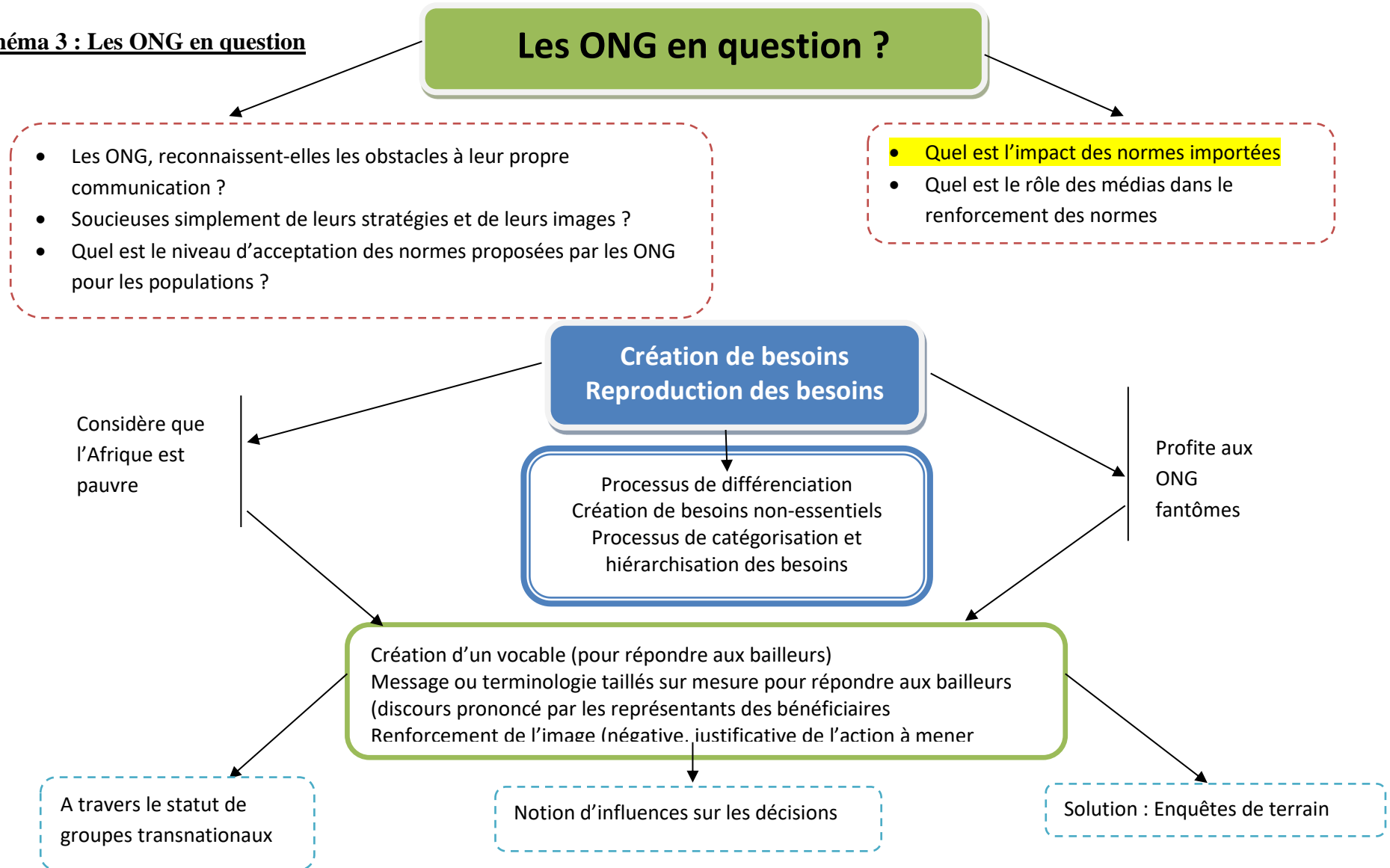


Figure 126 Schéma modélisé sur les ONG en question

Schéma de modélisation 3 : Les ONG en question

Pour comprendre la communication des ONG on peut partir d'un questionnement simple pour en définir le contenu. En effet, si l'on s'interroge sur ces points c'est parce que tout au long de l'enquête, les éléments qui apparaissent parfois constituent un point de tension dans les différents échanges avec certaines ONG.

Pour la plupart des ONG internationales la question de la communication internationale ou les problèmes de communication relève surtout de l'absence de moyen, de la place de la culture et des incompréhensions qui peuvent exister entre les bénéficiaires et les acteurs transnationaux. Cependant les questions de démarches inclusives, la place du bénéficiaire et des besoins qu'il peut exprimer ne sont pas cités dans l'échec qui structure la communication internationale. Or la question de la non-prise en compte de la culture locale ne relève pas de l'absence de moyen mais plutôt d'une démarche stratégique non inclusive et qui présage d'une connaissance des besoins de l'autre sans forcément l'interroger. Ce qui nous laisse penser que les ONG, ne reconnaissent pas les obstacles à leur propre communication.

Le deuxième élément d'analyse porte sur la question de la stratégie et de l'image. Une ONG internationale qui acquiert une notoriété semble oublier que cette notoriété n'est pas universelle. En partant d'un contexte local différent, la communication ne pourrait pas en soi être transposable et adaptable avec des modifications mineures.

Ce qui laisse penser que la décision de mener des actions de communication ou d'en définir à partir du siège constitue visiblement une erreur stratégique et pousser à penser que les ONG sont simplement soucieuses de leurs stratégies et de leurs images acquises. Après plusieurs analyses, on peut noter que le niveau d'acceptation des normes proposées par les ONG aux populations n'est pas souvent évalué. Parfois la multiplicité des problèmes de terrain et le quotidien difficile des populations locales participent parfois à créer ces omissions et à généraliser les approches.

A partir de simples observations de la société africaine, de visites de terrain ou d'évènements tragiques ; plusieurs projets naissent et mise en œuvre selon les normes des donateurs. Cependant, quel est l'impact des normes importées et le rôle des médias dans le renforcement des normes. Ils créent ainsi une forme d'homogénéisation des fonctionnements et pratiques.

L'étude interroge ainsi la manière de procéder des ONG internationales et surtout sur la manière dont la **création de besoins se fait et la reproduction des besoins**. Cette création des besoins est une réalité puisqu'elle prend sa source sur les thèmes suivants : pauvreté de l'Afrique, sous-développement, catastrophes, violences, guerres... tout cela dans un processus

de différenciation, de création de besoins non-essentiels ou de processus de catégorisation et hiérarchisation des besoins. Cette façon de procéder à pour conséquence : la prolifération des ONG internationales sur le sol africain et le profit aux ONG fantômes.

Cette situation se renforce avec la création d'un vocable (pour répondre aux bailleurs), la diffusion de messages ou de terminologies taillés sur mesure pour répondre aux bailleurs (discours prononcé par les représentants désignés ou autoproclamés des bénéficiaires) et enfin le renforcement de l'image (négative, justificative de l'action à mener).

Ce travail est mené très souvent par les groupes transnationaux, la notion d'influences sur les décisions. Pour renverser ainsi la manière de procéder, il semble important pour les ONG internationales de s'inscrire dans une dynamique active en réalisant des enquêtes de terrain auprès des populations pour ne pas répéter les erreurs du passé qui consistait à penser le bonheur de ces populations à leur absence.

L'illustration qui montre la faible implication voire l'absence parfois des acteurs essentiels dans la réflexion ou l'apport de solution est ici décrite lors d'un atelier organisé par l'ONG « Aide&action » sur les programmes éducatifs. En effet Mamadou Ndoye explique que : « *le Sénégal et beaucoup de pays africains n'ont pas encore conçu un modèle de politique éducative totalement en rupture avec celui hérité du système colonial ou éloigné du modèle issu des premières années d'indépendance. Jusqu'ici, nos politiques éducatives sont faites de correctifs* ». Si l'on constate que la démarche de rupture dans la manière d'apporter de l'aide n'est pas totalement ancrée, l'auteur regrette « *qu'une frange importante des acteurs de la vie active soit laissée en rade dans la recherche de solutions pour l'amélioration des politiques en matière d'éducation et de formation professionnelle* ⁶⁷⁶».

Cette affirmation constitue ainsi l'illustration d'un fonctionnement pensée du sommet vers le bas sans implication de toutes les parties prenantes.

⁶⁷⁶ Journal Lesoleil, 2017 « Education : Déconnecter le système de l'héritage colonial » Ndoye. I. SANE et P. C. NGOME

Schéma 4 : Problèmes Interculturels rencontrés par les ONG Internationales

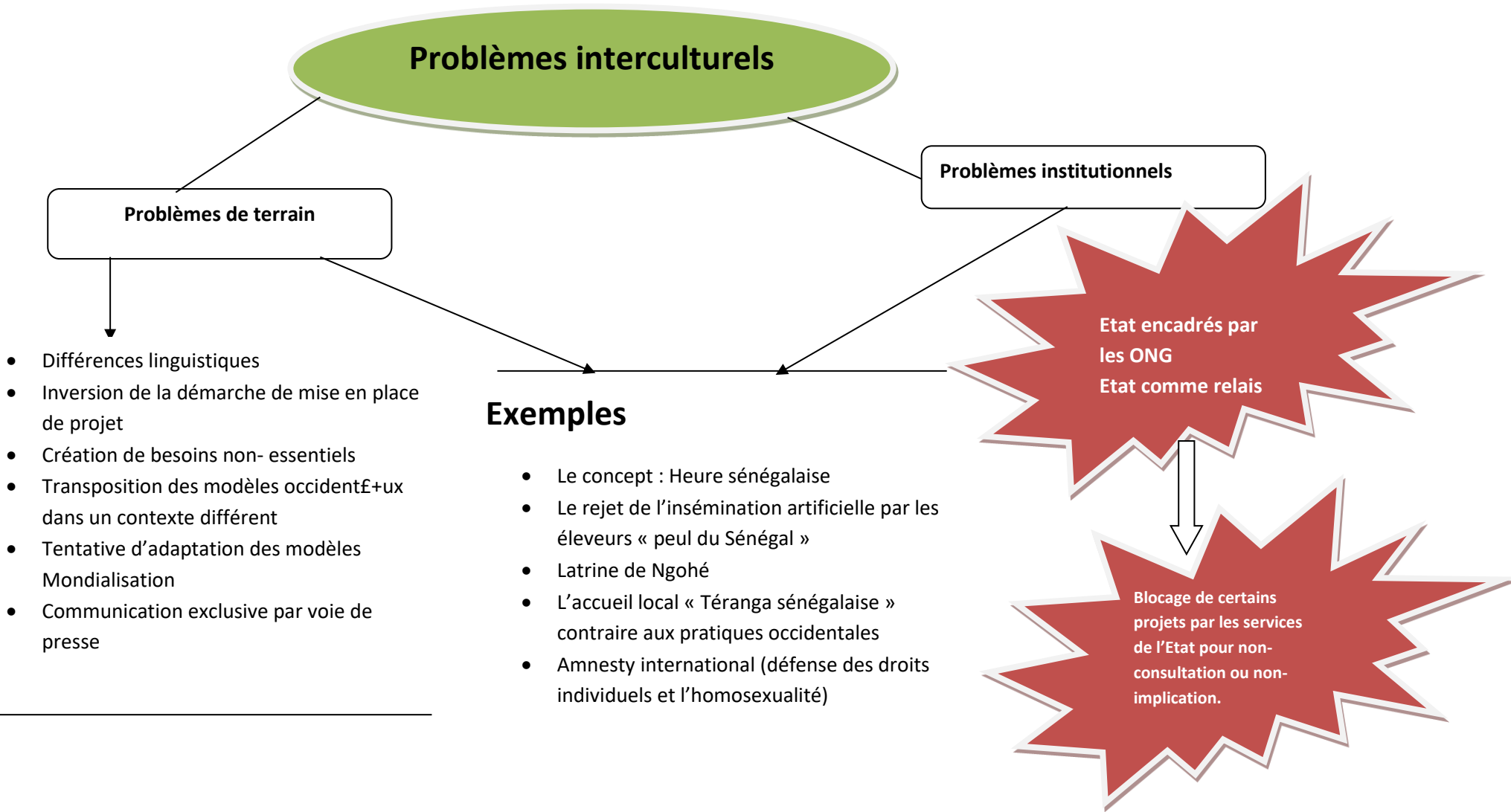


Figure 127 Schéma modélisé sur les problèmes interculturels

Schéma de modélisation 4 / Problèmes interculturels rencontrés par les ONG internationales.

Problèmes interculturels

Le terrain est par essence un lieu de rencontre d'échanges, et de concertation. Il est aussi le lieu de la rencontre interculturelle qui permet en même temps de constater les problèmes qui en découlent.

Problèmes de terrain

Plusieurs problèmes de terrain sont liés à la question interculturelle. Si les premiers sont clairement identifiés en l'occurrence la langue, la culture ; d'autres semblent causés par les méthodes et les stratégies de développement utilisées. Ainsi on peut citer les principaux problèmes identifiés : Les différences linguistiques ; L'inversion de la démarche de mise en place de projet ; La création de besoins non-essentiels ; La transposition des modèles occidentaux dans un contexte différent ; La tentative d'adaptation des modèles de mondialisation ; Communication exclusive par voie de presse

Au-delà de ces problèmes identifiés, il est noté d'autres problèmes dites institutionnels.

Problèmes institutionnels

Les différents problèmes institutionnels sont souvent liés à des différences de vision. En effet, la production de rapports, les alertes surtout à charge qui créent les différents voir les conflits entre, les ONG et les Etats. Les dénonciations des ONG ne sont jamais du goût des états qui souvent réfutent les déclarations faites par ces dernières à travail leur observation. L'impact de leurs déclarations semble tellement important que parfois le conflit est inévitable. La dénonciation des crimes de guerres, les situations de famines, l'immixtion parfois dans le champ politique, la question des droits de l'homme, la protection des enfants et des femmes sont autant de choses qui contribuent à créer des problèmes de communication, de mécontentement...

Ce qui nous laisse penser à la possibilité de « l'Etat encadré par les ONG ». Cet encadrement peut parfois être mal vécu par les états puisque la liberté d'agir devient encadrée. Dans ces situations non seulement le conflit devient public, mais très souvent l'état peut passer par le blocage de certains projets par les services de l'Etat pour non-consultation ou non-implication. Dans un autre cas, on peut être dans la situation où l'état devient un relais. Cela se produit souvent quand la problématique devient préoccupante et que le sujet suscite un intérêt général.

Quelques exemples pour illustrer les situations évoquées ci-haut.

- Le concept : Heure sénégalaise pose un problème interculturel puisque la ponctualité reste un élément d'achoppement entre les acteurs transnationaux et les populations bénéficiaires. Le respect de l'heure semble être un signe de bonne éducation pendant que le retard pour les locaux reste une question d'habitude.
- Le rejet de l'insémination artificielle par les éleveurs « peul du Sénégal » constitue un deuxième élément qui illustrent les problèmes de communication.
- En effet l'ensemble de la communication est basé sur la production de viande et de lait sans se soucier de la vision ou de la question culturelle voir même de la pratique de l'élevage au niveau locale. Il est important de noter que face à une promotion de modèle intensif, un mode d'élevage différent de celle dite traditionnel (élevage pastoral) ; la stratégie de communication ne s'est pas adaptée au contexte local ce qui crée un rejet de ce projet auprès des populations locales. Cette situation d'échec ou de problèmes de communication aussi s'illustre dans le projet de latrine de Ngohé évoqué ci-haut. Le même constat est fait sur la question de l'accueil local communément appelé « Téranga sénégalaise » contraire aux pratiques occidentales
- Si dans les cas cités le problème interculturel apparait, il faut noter que dans d'autres la difficulté ne réside même plus sur la question interculturelle mais intègre un fonctionnement sociétal qui semble presque interdit d'aborder dans l'espace public. La lutte de l'ONG Amnesty international sur défense des droits individuels et de l'homosexualité rencontre beaucoup de difficulté. En effet, l'organisation de la société, la forte présence de la religion, l'influence des autorités morales et religieuses et le fonctionnement en lien avec celle-ci, fait que certains sujets comme l'homosexualité bénéficie d'un autre vocable qui permet de ne pas créer une polarisation sur le mot « homosexuel » qui semble avec une connotation très négative au Sénégal. Dès lors, les organisations préfèrent dans leur communication parler de « personnes de même sexe » ou de relater des faits de violences sans condamner les actes. Dans leur communication la question semble très difficile à aborder et s'illustre ainsi : *« Des personnes LGBTI ont été attaquées physiquement et publiquement à Dakar et à Ziguinchor au cours de l'année, et un grand nombre de ces attaques ont été filmées par les agresseurs. En mai, plusieurs groupes conservateurs ont organisé une grande manifestation à Dakar pour réclamer la criminalisation de*

*l'homosexualité dans le Code pénal sénégalais*⁶⁷⁷ ». Cette déclaration qui figure sur le site de l'ONG internationale ne ressemble point à une indignation ou à condamnation. La prédominance des religions et des autorités morales sénégalaises, le refus des autorités politiques de se positionner sur la question (enjeux électoraux) font perdre toutes possibilités de condamnation par peur de voir la population stigmatiser l'ONG qui voudrait porter la lutte. Une lutte pour les droits des personnes homosexuelles est considérée comme une forme de promotion et de vulgarisation du mouvement LGBT ce qui reste une crainte et un risque pour les ONG internationales.

En 2014, la fiche de l'OFPPRA sur la situation des personnes homosexuelles au Sénégal indique que c'est un « *sujet sensible, instrumentalisé politiquement* » ou parle de « *la négation de tout problème par les autorités*⁶⁷⁸ ». A travers cette fiche, l'OPPPRA évoque la question de la communication et rajoute que « toute visibilité, tout affichage se révèlent impossible ⁶⁷⁹ ». la question reste un « Tabou absolu » et la communication ne semble ni être portée par les autorités politiques, ni par la société civile, ni par la communication des ONG internationales par peur d'être considéré comme une agence de promotion et de vulgarisation.

Globalement, l'étude montre deux éléments spécifiques :

Le premier est que l'intégration de la culture dans toutes démarches de communication semble nécessaire et incontournable pour une adhésion et une participation.

Le deuxième est que la communication n'arrive pas à tout résoudre et qu'une culture peut constituer un vrai frein à la communication surtout sur des sujets très sensible et parfois délicat à aborder dans une société qui cherche à protéger ses valeurs en se référant à la religion ou la morale. Si la communication interculturelle a pu montrer dans beaucoup de situations un apport considérable et incommensurable, elle peut parfois être un frein à sa propre communication.

⁶⁷⁷ <https://www.amnesty.fr/pays/senegal>

⁶⁷⁸ Ofpra, 2014 « *situation actuelle des personnes homosexuelles au Sénégal* ». En ligne https://www.ofpra.gouv.fr/sites/default/files/atoms/files/didr_fiche_thematique_senegal_la_situation_actuelle_des_personnes_homosexuelles_ofpra_15.05.2015.pdf

⁶⁷⁹ Ibid.

Schéma 5 : Schéma de Shannon appliqué à la communication des ONG Internationales

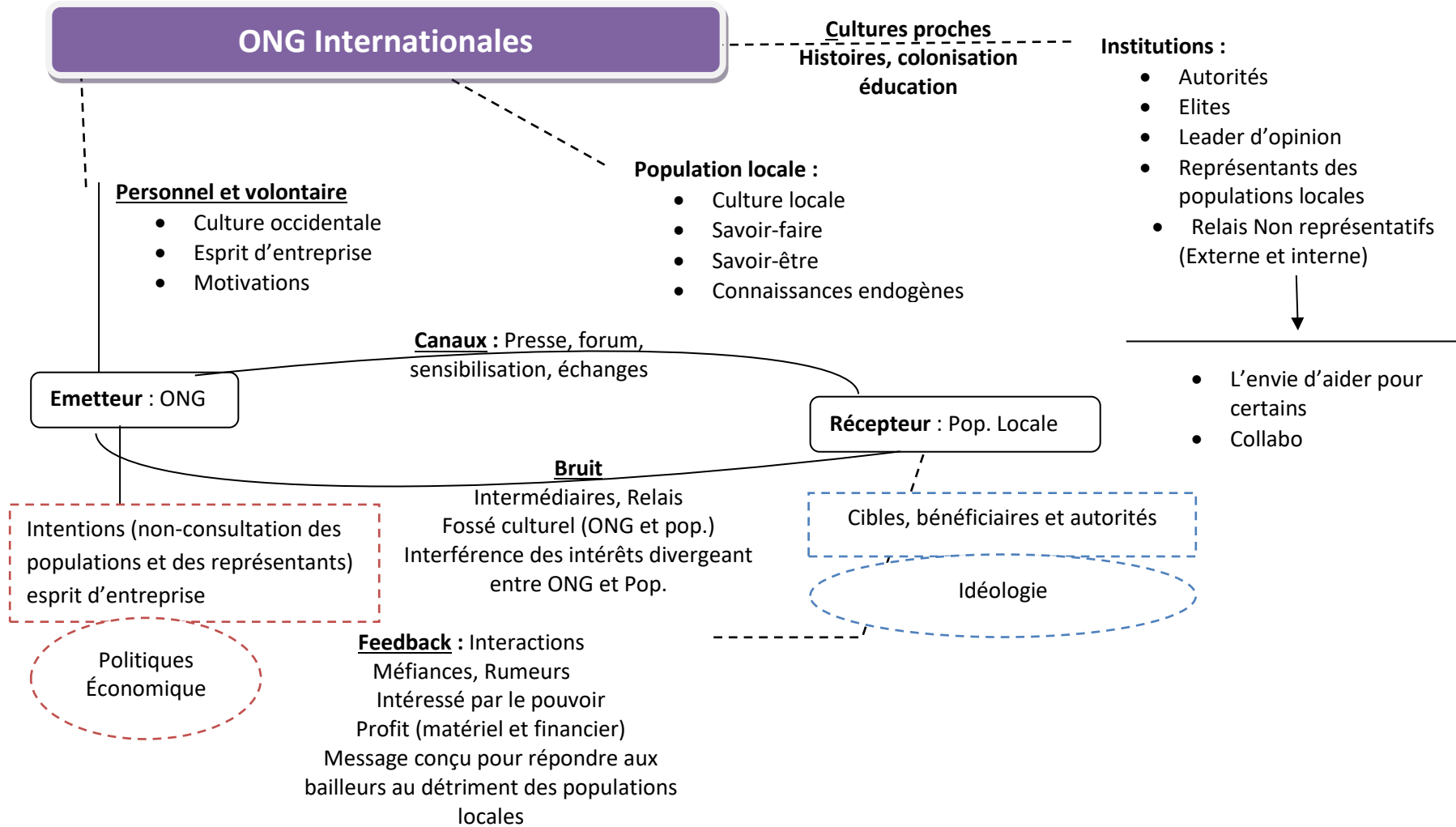


Figure 128 schéma de Shannon appliqué à la communication

Schéma de modélisation 5 : Schéma de Shannon appliqué à la communication des ONG Internationales

En s'inspirant du modèle de communication de W. Shannon, l'étude a souhaité s'inspirer de ce travail pour mieux expliquer la communication internationale des ONG internationales en Afrique. Trois portes d'entrée s'ouvrent ainsi dans la communication.

On peut noter que le premier point de communication est en direction du personnel et des volontaires. Le deuxième point est celui de la communication en direction de la population locale et enfin le troisième point est celui de la communication en direction des institutions.

Concernant le premier point : la place de la culture occidentale, de l'esprit d'entreprise et des motivations semble très importante. Il faut noter que la communication internationale des ONG internationales est souvent accès sur ces différents points. Dans le recrutement des bénévoles la question des motivations reste centrale puisque les ONG internationales doivent proposer une offre qui répond aux attentes des personnes qui souhaitent s'engager. Il y va de même pour la question de l'esprit d'entreprise. Il vient stimuler ainsi la culture du don qui est un trait de la culture occidentale.

Concernant le deuxième point : il est important de convoquer la place de culture locale, du savoir-faire, du savoir-être et des connaissances endogènes. Si la communication s'adapte à la culture locale, s'inspire du savoir-faire et du savoir-être ou cherche à impliquer les populations locales en prenant en compte les connaissances endogènes, il paraît clair que la communication ne serait qu'une question de formalité puisque l'inversion de la pyramide qui consiste à vouloir le bien de l'autre sans l'impliquer ne semble pas fonctionner ou du moins rencontrera des difficultés pour réussir la mobilisation.

Concernant le troisième point : plusieurs acteurs sont concernés par cette communication. On peut citer : les autorités locales, politiques, morales ou coutumiers. S'en suit les élites, les leaders d'opinion et les représentants de populations (élus, désignés ou auto-proclamés). Cette communication essentiellement externe prend sa source sur la Culture, son histoire et son éducation. Dans ce cas précis l'histoire de la colonisation reste un marqueur important pour les relations.

Revenant sur la comparaison avec le modèle de Shannon, il est important de rappeler les fondamentaux de ce dernier. Il y a la notion d'émetteur, de récepteur de feedback et la notion de bruit qui peut contribuer à rendre difficile la communication.

On peut dire que dans ce contexte l'ONG devient **émetteur**. Elle envoie des informations vers le **récepteur** (population locale) en se focalisant particulièrement sur les intentions, sur les changements souhaités et à l'esprit d'entreprise. Ces messages peuvent être d'ordre politique, de défenses des intérêts d'une minorité... et/ou d'ordre économiques.

Ensuite les messages passent un canal : presse, sensibilisation, fora, interpersonnel et échanges. Ici le récepteur est la population locale, principale cible de la communication. Cette population est sensibilisée à l'idéologie qui est véhiculée et permet de répondre soit à la demande soit à la question posée.

Le **feedback** constitue ici l'élément qui marque la communication puisqu'à l'issue des interactions, plusieurs situations peuvent se développer : la méfiance, les rumeurs dans un premier temps et dans un second temps cette situation peut laisser place à des individus intéressés par le pouvoir de chercher à faire des profits (matériel et financier) ou à concevoir des messages conçus pour répondre aux bailleurs ; cela même au détriment des populations locales.

Dans la communication, le processus émetteur - canal - récepteur est toujours simplifier l'absence de **bruit** qui rend la communication simple ou peut se complexifier du fait de la présence d'un bruit trop important qui pourrait rendre la communication difficile. Dans le cadre de cette situation, le bruit peut être : les intermédiaires, les relais, la fossé culturel (ONG et population locale) ou les interférences des intérêts divergeant entre les ONG et les populations bénéficiaires.

Si le schéma apparaît simple, elle implique une bonne connaissance de ce processus et des réalités de terrains qui contribuent finalement à rendre difficile la communication entre les ONG internationales et les populations bénéficiaires.

Le schéma suivant illustre la complexité de ces relations.

Schéma 6 : Relations entre les ONG et les populations locales : motivations et conséquences.

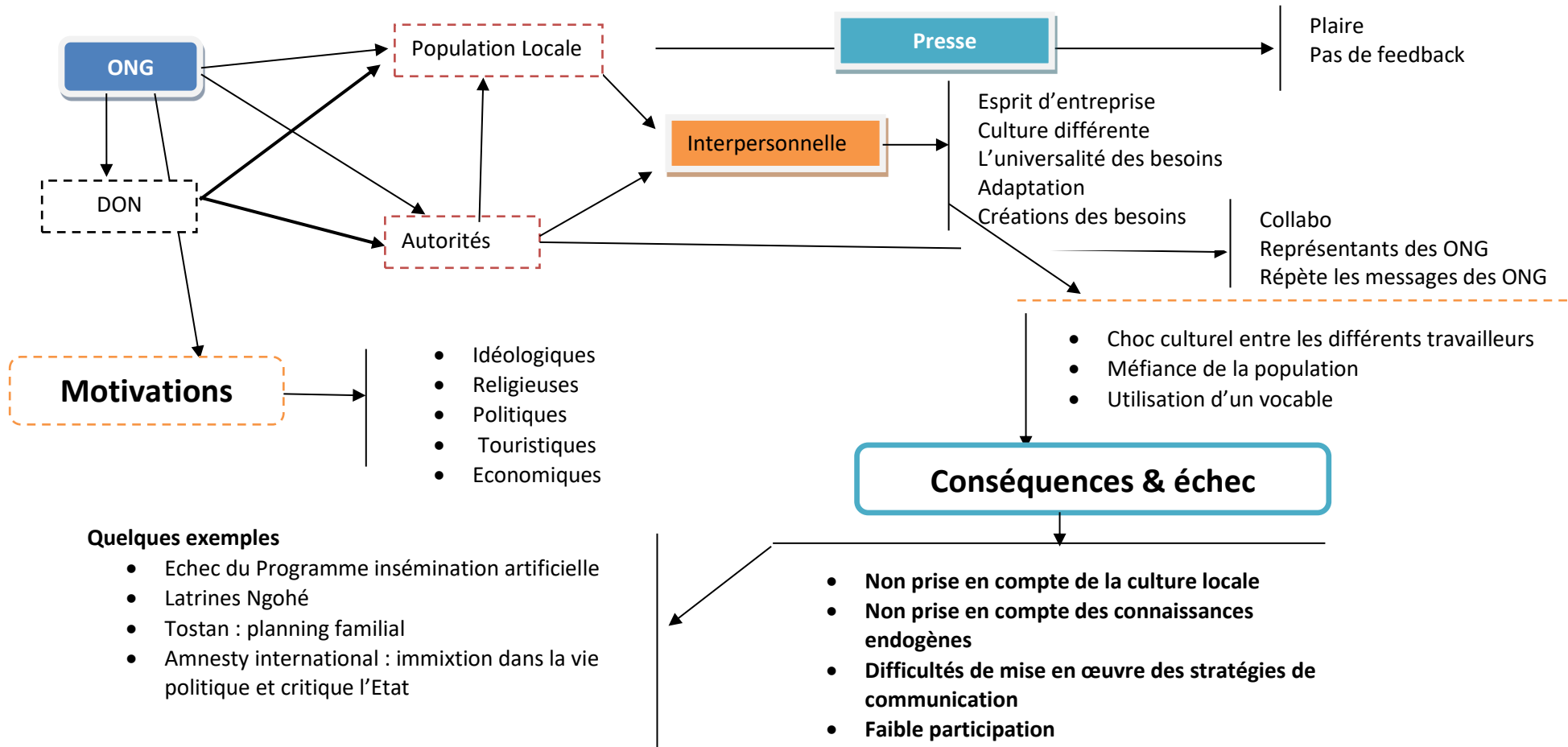


Figure 129 Schéma modélisé sur les relations ONG & populations locales

Motivations : pourquoi certaines personnes s'estiment devoir s'investir dans un pays tiers et quelles sont les stratégies ?

Hypothèse : la communication révélatrice des erreurs de conceptions, de la stratégie et du manque de perspective interculturelles des ONG.

Don : est ce que les ONG veulent réellement aider ou non si l'on sait que le don appelle une contrepartie « Marcel Mauss ».

Schéma de modélisation 6 : Relations entre les ONG et les populations locales : motivations et conséquences.

La relation entre les ONG internationales et les populations locales sont structurées par deux choses : la communication et le don.

Avant de développer cette partie, il est important de rappeler le mode communication des ONG internationales. En effet celle-ci est descendante au vu des résultats de nos enquêtes.

Le schéma s'articule comme suit : les ONG s'adressent aux populations locales et aux autorités locales afin d'y mener des activités et apporter de l'aide. Cette communication passe par l'interpersonnel dans un premier temps et dans un second temps par la presse.

Concernant la dimension interpersonnelle, il faut noter que l'esprit d'entreprise, la différence culturelle, l'universalité des besoins, l'adaptation et la création des besoins sont les différents points qui structurent la communication.

Cela conduit souvent : au choc culturel entre les différents travailleurs, à la méfiance de la population et l'utilisation d'un vocable à véhiculer. La dimension de la **presse** contribue en sus des éléments cités ci-après à avoir une communication distanciée, qui cherche à faire aimer et qui ne nécessite pas un feedback.

Si la mobilisation des populations peut sembler plus complexe, les ONG introduisent souvent la question du don pour faire adhérer à leur projet. Les autorités politiques ou coutumières constituent la principale cible des ONG. Elles privilégient parfois cette relation pour permettre une forte mobilisation. L'échec ou la réussite de cette stratégie peut entraîner soit une posture de relais pour les autorités (répète les messages des ONG) soit une posture de collaboration ce qui discrédite la fonction de représentants.

L'introduction du don peut se cumuler avec les différentes motivations qui sont à la fois : idéologiques, religieuses, politiques, touristiques et économiques.

Les conséquences sur cette modélisation s'illustrent par la non-prise en compte de la culture locale, la non-prise en compte des connaissances endogènes, les difficultés de mise en œuvre des stratégies de communication, la faible participation des populations aux activités de l'ONG Internationale.

Ce travail a participé à valider l'hypothèse suivante et à confirmer que : la communication est révélatrice des erreurs de conceptions, de la stratégie et du manque de perspective interculturelles des ONG.

Schéma 7 : Dimension Interculturelle

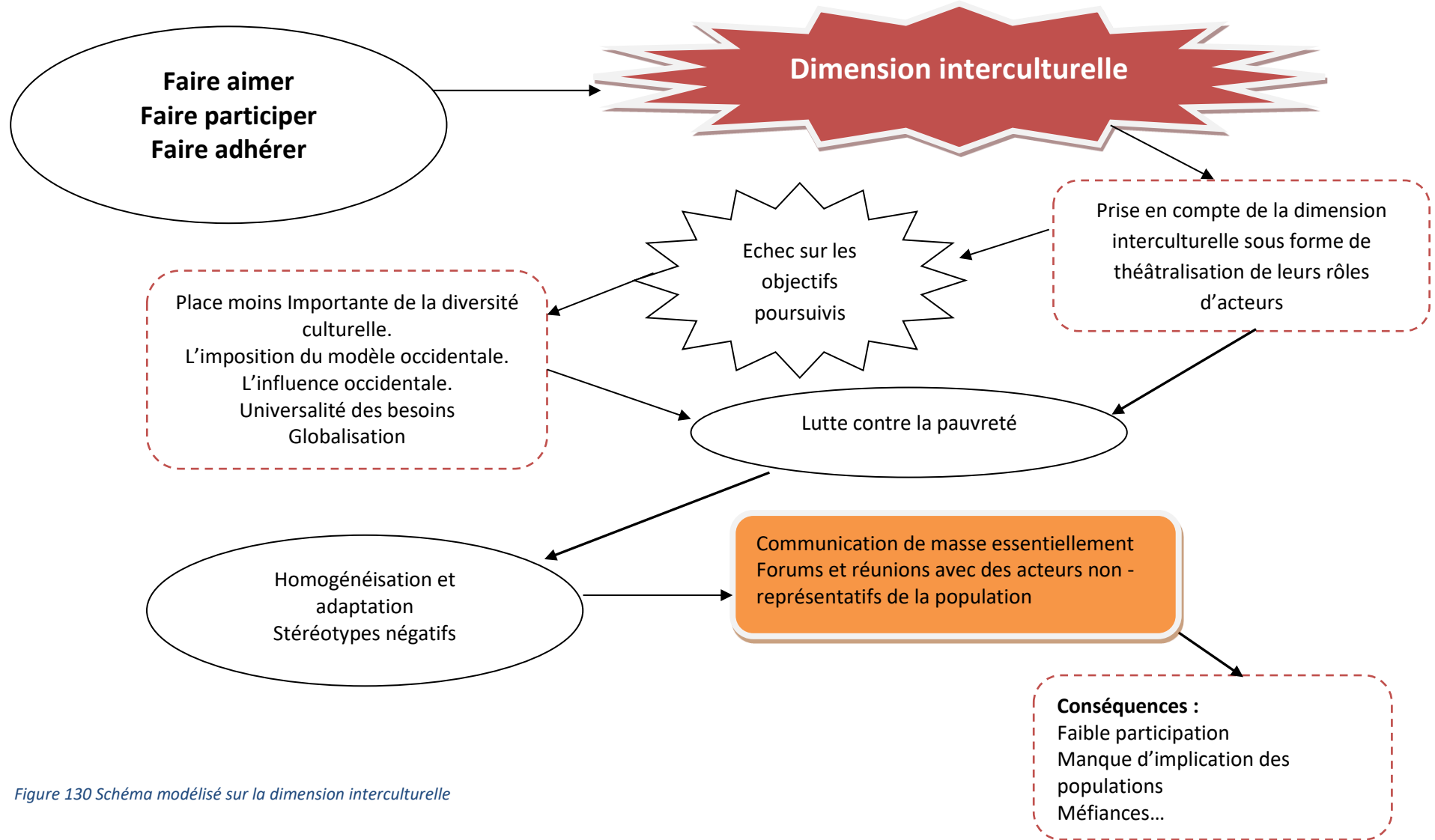


Figure 130 Schéma modélisé sur la dimension interculturelle

Schéma de modélisation 7 : Dimension Interculturelle

Le dernier schéma de la modélisation porte sur la dimension interculturelle. L'objectif des ONG internationales sur le plan de la communication est ainsi faire aimer, faire participer et faire adhérer.

Dans le cadre de la lutte contre la pauvreté, la tentative de prendre compte la dimension interculturelle semble présente dans les discours mais dans la réalité, la difficulté de cette prise en compte requiert parfois pour les ONG des efforts considérables. Cependant, on peut dire que la prise en compte de la dimension interculturelle peut aussi se faire sous une forme de théâtralisation avec un jeu de rôles tenu par des différents acteurs.

Dans plusieurs actions lancées par les ONG internationales on découvre que certains acteurs locaux, à force de côtoyer les acteurs transnationaux répètent le discours de ces derniers, le vocabulaire, l'argumentaire et les solutions proposées. Ils deviennent ainsi des relais et même des acteurs de premiers plans puisque les ONG tentent de s'effacer dans ces moments pour montrer cette adhésion aux messages et aux projets.

En réalité, certains de ces acteurs offrent un autre discours quand ils sont isolés ou interrogés seuls. Le plus surprenant c'est qu'ils affirment qu'à force de participer ou d'être présents aux côtés des ONG « ils finissent par s'approprier leur discours sans forcément s'interroger ». Il faut noter que les acteurs sont souvent des chefs de village, des représentants de collectivités, des présidents de mouvement d'éleveurs, des représentants des groupements de femme...

Toutes ces personnes ont des relations parfois étroites avec les membres de l'administration qui œuvrent ou interviennent dans cette localité. Ces membres de l'administration en poste dans les zones rurales sont parfois des directeurs de centre, des inspecteurs régionaux et départementaux, des administrateurs qui incarnent le pouvoir et entretiennent une relation d'autorité auprès des populations locales. Ils incarnent aussi le pouvoir qui faussent la communication.

Les ONG internationales invitent souvent ces différentes autorités dans leurs missions pour à la fois montrer l'ancrage territorial mais aussi montrer qu'elles agissent sous l'autorité de ces représentants. Pour comprendre le discours des populations locales, il est nécessaire de comprendre les liens et les relations qu'elles entretiennent avec les populations locales. Leurs

positions influent sur le rôle et les discours des populations mais aussi l'appropriation qu'elles peuvent en faire.

Ce qui n'empêche pas souvent d'avoir des échecs sur les objectifs poursuivis. Cette posture des représentants locaux ne permet pas de voir la place accordée à la diversité culturelle.

Les discours encouragent la vision des ONG, leurs influences recherchées et laisse entrevoir une imposition du modèle occidentale. Cela passe par l'universalité des besoins et leur globalisation sur tout dans un contexte de lutte contre la pauvreté.

Les ONG internationales œuvrent souvent sur l'homogénéisation des pratiques et l'adaptation sur le terrain mais aussi la vulgarisation pensée ou pas des stéréotypes négatifs.

Dans ce contexte, la communication de masse devient essentielle et elle est accompagnée par les forums et les réunions avec des acteurs souvent non -représentatifs de la population.

Les conséquences de telles pratiques sont souvent : la faible participation, le manque d'implication des populations et la méfiance sur les intentions.

Validation des hypothèses

Au vu des résultats obtenus au cours de l'étude, il est nécessaire d'indiquer que les deux hypothèses sont validées.

En effet, la première hypothèse était formulée ainsi : la communication des ONG internationales est révélatrice d'erreurs de conception, de stratégie et de manque de perspectives interculturelles. Au cours de l'étude, les résultats ont pu apporter des réponses sur les erreurs de conception, de stratégies mais aussi de l'absence de perspectives interculturelles de la communication avec les populations locales.

La première hypothèse s'est confirmée à travers l'étude sur les obstacles liés à la communication et les réponses obtenus dans l'enquête sur la relation d'aide et les méthodes d'accompagnement mise en place.

Ici la dimension culturelle et sa prise en charge ont montré combien des erreurs de conception pouvait rendre difficile la communication internationale des ONG en Afrique.

Après la première phase explorative, ponctuée par des pré-enquêtes et l'observation des pratiques. L'étude a usé des méthodes quantitatives pour garantir la fiabilité des résultats. La population globale qui a participé est issue du terrain, connaît le sujet et les pratiques. Les réponses obtenues semblent objectives.

La comparaison et la référence aux différents théories de la communication de Shannon et Weaver (1949), de Wiener (1948) avec son modèle circulaire ; de Joël de Rosnay avec le schéma de rétroaction et d'interaction ; de la théorie de l'école de Palo Alto, de H.C. Lasswell (1948) en lien avec la règle des 5 W et enfin de la théorie de Lazarsfeld (1952) sur la communication internationale ; ont permis de conforter et de confirmer la dimension scientifique de l'étude.

Il faut noter aussi que le registre des formes de communication est convoqué pour répondre à cette hypothèse.

- De l'ensemble des réponses, se dégage globalement la validation de l'hypothèse 1,

La deuxième hypothèse était formulée ainsi : l'institution du don est une arme qui fausse la communication, freine la libre pensée et laisse place à une situation de dominants - dominés déterminée par des modèles importés.

Cette deuxième partie s'est confirmée à travers un large retour sur la dimension culturelle. En effet, les résultats ont permis de montrer les fonctionnements différents entre les « *entités donateurs* » et les « *entités receveurs* ».

Après les CST (comité de suivi de la thèse), une préconisation a été faite et l'option de proposer une démarche qui prend en compte la difficulté de terrain a été adoptée.

L'étude a choisi une population de référence : 50 travailleurs sociaux (47 femmes et 3 hommes). Un choix raisonné avec quelques variables a été fait et il s'est porté sur des personnes qui travaillent dans l'action sociale, des personnes qui apportent de l'aide et donne de leur temps, des personnes qui apportent des dons. En soumettant un questionnaire à cette population de référence, les résultats obtenus ont permis de comparer les pratiques en Europe (France) par rapport connaissances sur les pratiques en Afrique, sur l'apport du don, sur la communication, sur la recherche de l'adhésion et enfin sur la place du bénéficiaire et sa participation dans les décisions qui le concerne. Globalement, dans l'accompagnement et la relation d'aide en Europe, les avis doit être recueilli avant toutes actions ou aides même dans un contexte de don.

L'on peut noter que les ONG internationales semblent être en terrain conquis en Afrique. Elles ne mettent souvent pas en œuvre les règles élémentaires en matière de communication, de recueil d'adhésion. Si en sus de cela la question du don vient culturellement bouleverser les hiérarchies, l'on peut comprendre qu'une communication ou une interaction équitable serait difficile à obtenir entre les deux parties. Ce qui pousse les ONG à faire le choix de passer par des leaders d'opinion dont elles ne vérifient pas la représentativité.

- Hypothèse 2, Validée (après discussion avec le CST)

L'étude a pu se baser sur les approches systémique et constructiviste pour la validation des hypothèses. La compréhension de l'approche systémique à travers la modélisation, l'analyse des éléments du système, la communication non-verbale et l'analyse des interactions a permis de confirmer en partie les deux hypothèses.

En se référant sur la deuxième approche dite **constructiviste**, l'étude a complété la validation à travers une analyse des principes faibles qui sont : la construction de la connaissance à partir de la réalité ; la connaissance inachevée, la convenance de la connaissance plausible (légitimité de l'intervention et la consonance (impact).

L'analyse s'est poursuivi avec les principes forts et à travers : la téléologie (construction d'une connaissance dans le but de favoriser ou de justifier l'action) avec Jean louis Le Moigne (2007) ;

l'expérimentation de la connaissance (connaissance du terrain et favoriser une mondialisation des pratiques avec Christian Le Moenne, (2010) ; la connaissance par l'interaction (mode de vie, coutumes, cultures, langues avec Sandra Charreire, (2001) et enfin de la récursivité de la connaissance (feedback et travail vers l'autonomie)

Durant toute l'étude, la participation du bénéficiaire à la construction ou au repérage de ces représentations est restée un repère pour évaluer la communication internationale des ONG internationales.

Cette approche constructiviste a permis à la fois à l'étude de se construire sur les **bases d'une recherche à partir des observations du chercheur (Sénégalais qui connaît le terrain et qui connaît les modes de pensée européens)** et à la fois de se **détacher autant de la construction des représentations** qui peuvent être le fruit d'une observation spécifique et non généralisée voire construite par les médias.

Conclusion

Dans ce travail de recherche, il s'agissait de démontrer dans un contexte d'étude comparative que les ONG Internationales proposent une communication à l'international essentiellement identique à celle utilisée dans leur milieu d'origine (occidental). En partant de la problématique traitée ci-haut, l'on peut noter que la communication basée sur une approche mass-média ne semble pas appropriée pour créer une interaction durable avec les populations bénéficiaires. Cela ressemble bien à un transfert d'un concept importé et d'un mode de fonctionnement supposé convenable et adaptable d'une zone à une autre. Mais malgré les tentatives d'adaptation, les différents contextes qui englobent en leur sein une multitude de différences (sociologique, culturel, linguistiques et organisationnel) concourent véritablement à l'échec de certains programmes initiés par les ONG internationales en Afrique. En effet, ce qui est valable pour la France ne l'est pas forcément pour le Sénégal, même si la tendance des ONG aujourd'hui reste une forme d'homogénéisation des actions de communication pour une meilleure lisibilité de l'action de l'ONG international. D'autant plus que certaines décisions sont issues des sièges sociaux d'ONG qui sont à l'international et qui souhaitent voir leurs stratégies s'appliquer au niveau de la base et sur les bénéficiaires. Par exemple l'insistance sur le maintien d'une charte graphique pour le siège d'une ONG internationale peut être loin des préoccupations des populations locales qui souhaitent résoudre la difficulté à laquelle elles font face. Si la communication n'est pas par essence applicable à toutes les échelles et de la même façon, il est difficile dans un contexte nouveau de répondre à toutes les attentes en interne, en externe, avec la presse, en interpersonnelle, en interculturelle et dans le domaine du développement.

A cet égard, l'analyse des stratégies de la communication internationale des ONG laisse apparaître une nécessaire prise en compte de la langue, de la culture locale, des connaissances endogènes...qui pourraient offrir une véritable légitimité aux stratégies et méthodes qui lui sont liées. Malgré l'utilisation de stratagèmes comme le don et/ou les choix des leaders d'opinion comme relai des ONG (membre de la société d'élite non représentatif de la population et choisi de manière arbitraire), des problèmes de terrain comme l'interculturel ne manquent pas de ressurgir, puis de s'accumuler et ensuite de se renforcer avec d'autres facteurs. Cela pose le problème des vrais acteurs et des vrais bénéficiaires.

La validation des hypothèses à partir des registres de la communication, des enquêtes, des entretiens et une étude comparative a permis de comprendre le fonctionnement, les erreurs, les choix et la place des acteurs comme les leaders d'opinion et bénéficiaires.

Même si les études suivantes : obstacles liés à la communication des ONG » et « la communication des ONG dans les réseaux sociaux (Tendeng, 2013, 2018) et relation d'aide ; offrent une perspective à ce travail de thèse, il est important de souligner que les résultats donnent une vue d'ensemble approfondie tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

Toutefois, la non-prise en compte de la culture locale, les erreurs dans l'exécution des programmes, l'organisation de la communication et la définition de la stratégie de communication, ainsi que la construction de représentations collectives et stéréotypes cultivées pour des raisons méconnues et enfin la place des médias et réseaux sociaux dans la communication des ONG ; sont approfondis dans ce travail de thèse. Il s'agissait de comprendre : comment les ONG internationales légalement constituées en Europe (administrativement), conduisent-elles ou se confrontent-elles à la communication face à des peuples différents et des cultures différentes en Afrique ?

Le premier enseignement est que la communication internationale des ONG est descendante. L'obstacle à cette forme de communication est que l'interaction reste faible et les stratégies d'adaptation des plans de communication en direction des populations bénéficiaires restent nombreuses.

Pour la plupart des ONG internationales, **l'intervention en Afrique se justifie par le fait que l'Afrique** est considérée comme un continent pauvre. L'expansion des idées d'un monde **mondialisé** a participé à **la libre circulation des personnes et des biens** par conséquent favorisé l'installation des ONG dans les différents continents. A cela s'ajoute, les catastrophes naturelles, les crises politiques, les conflits et autres crises (politiques, économiques) ... qui ont poussé les ONG à s'installer durablement en Afrique pour y mener des actions de secours et d'aide à la personne. **Au-delà de ces aspects, certaines interventions ou actions de développement visent à apporter un changement de comportement auprès des bénéficiaires. Mais il est important de noter que ces interventions sont faites sous le couvert de motivations** parfois politique, religieuse, culturelle, humanitaire, personnelle, touristique ou par devoir.

Ce qui nous laisse penser que les ONG internationales peuvent parfois se sentir redevables à ces populations ou animées de valeurs humanistes. Cependant, les résultats des différentes études montrent que parfois les propositions des ONG peuvent être très loin des préoccupations des populations locales d'Afrique.

Revenant sur la question de la communication interculturelle, il est possible de retenir la définition du professeur Hamid Mowlana qui rappelle que « *la communication internationale consiste en un échange d'informations, d'opinions et d'attitudes entre et parmi les peuples, les nations et les cultures ; cela implique également l'étude de la structure qui rend ce processus possible* ». Cette structure peut être comparée à un système.

Dès lors, l'étude de l'ONG comme « système » implique et nécessite de faire appel aux approches systémique et constructiviste pour mieux apporter des éléments de réponses.

La première reste une approche interactionnelle et multidisciplinaire qui peut contribuer à la réalisation de modélisations à travers les réalités et sur des situations observables. Elle

a permis en effet de modéliser la communication des ONG internationales à travers des situations observables (voire modélisation). **Cependant, l'on note que cette communication est exclusivement basée sur la relation presse.**

La deuxième permet d'analyser les logiques d'actions et les pratiques d'intervention. Un accès majeur est mis sur la participation et la construction avec le bénéficiaire. L'approche a permis de comprendre **la faible implication** des bénéficiaires mais aussi une stratégie basée sur l'adaptation plutôt que dans l'interaction. En étudiant la question de la relation d'aide, ce travail a pu montrer que les pratiques ne sont pas transposables et que d'une part le respect de certaines notions est indispensable et d'autre part la réalisation de l'action à tout prix semble primordiale

Le prisme d'analyse de la communication interculturelle semble offrir d'autres ramifications et touche plusieurs domaines. En insistant sur la dimension inter-culturelle, on peut noter qu'elle est revêtue d'un caractère indissociable de l'humain malgré la dimension internationale. Même si la dimension internationale peut donner l'impression d'être dans une sphère plus globalisante, elle peut être constituée de l'approche **idéaliste-humaniste souvent utilisée par les ONG.**

Si l'état de la recherche montre une disparité dans la manière d'aborder les questions de communication internationale, il faut noter que s'agissant de celle-ci, il y a une timide exploitation du concept au niveau des Sciences de l'information et de la communication.

La connaissance du Sénégal et des pratiques culturelles ont permis de faire des constats de terrain pour répondre à la problématique. Ainsi, les résultantes de la colonisation, les expansions de la langue française et l'envie de dominer les mondes ouvrent ainsi des batailles à travers des modèles politique et des visions économiques différents. En effet, Mory Camara déclare que « beaucoup d'actions au niveau national ou institutionnel ne sont pas comprises au niveau de la base⁶⁸⁰ ». En soulignant la timide communication ou les initiatives des ONG internationales qui ne sont pas comprises, on souligne aussi l'absence de communication avec la base.

Tout comme cette étude, il est important de se baser sur les recommandations de l'ONG Tostan international pour proposer des ruptures dans la démarche de la communication.

L'auteur propose ainsi une observation des pratiques sociales et des connaissances. Ensuite il souhaite qu'il y est une rupture en servant de lien entre la base et le sommet. En sus de cela, il est nécessaire de créer une dynamique à partir de la base et d'amener les communautés à être plus active, plus impliquée dans les différentes initiatives. Finalement comme pour en faire les

⁶⁸⁰[Tostan: Communities Bridge Boundaries at Peace and Security Project Launch – YouTube](#)

miennes, il est nécessaire d'attirer l'attention des organisations et autres institutions sur l'apport et les connaissances des communautés de base.

La manière dont est menée la communication internationale par les ONG en Afrique ne semble pas offrir les garanties d'une prise en compte des connaissances endogènes ou d'une expansion large.

A ce titre, ce travail de recherche a un apport considérable puisqu'il ne s'agit pas d'étudier le **processus d'internationalisation** de la communication, mais plutôt son application auprès des acteurs locaux qui ne semblent pas utiliser les mêmes codes d'analyse que les acteurs transnationaux.

Il permet de comprendre la communication des ONG internationales à travers l'étude sur les RSN et l'analyse lexicale sur leur discours entre 2015 – 2019 (analyse discursive avec Factiva). Cela a permis de recueillir les avis et le regard des bénéficiaires sur l'appréciation qu'ils peuvent avoir de la manière dont les ONG internationales mènent leur communication.

Si au niveau de la base, la présence des ONG internationales est souhaitée, on peut noter que cet engagement pour Tom Seck (chercheur) doit être au profit des ONG du sud. L'auteur propose « *un désengagement des ONG du nord en faveur des ONG du sud* ».

Le problème dans cette proposition ou forme de pensée panafricaine c'est que l'étude a montré que près de 80 ONG du sud qui émergent sur le terrain vivent ou fonctionnent à partir des fonds des ONG internationales. Elles deviennent ainsi des sous-traitants des ONG internationales.

Dans l'étude on peut noter aussi que les sièges des ONG internationale sont loin des cœurs des problèmes.

Par ailleurs, le fait de privilégier une autre forme d'organisation plus singulière semble raisonnable puisque le directeur d'une ONG locale appelle à la révolution dans la démarche et à faire confiance aux communautés rurales dont il juge qu'elles sont en capacité pour développer les localités où les conseillers vivent ou interviennent.

Même si la réduction des budgets annuels impact considérablement la mise en œuvre des actions de terrain ; la faiblesse de l'aide au développement vient non seulement créer des disparités mais pousse finalement les ONG internationales à revoir sur leurs propres objectifs du fait du non-respect des Etats (pays) respectifs de leurs propres engagements qui est de 0,7% du PIB. Cette situation conduit à interroger les logiques d'adaptation, de transparence et de légitimités.

A travers la question de départ, l'étude a évoqué les bases théoriques mais aussi les angles de traitement de la question. En effet, la communication, les RSN, les cultures et les langues sont les principaux points d'entrée pour aborder les questions de cette recherche.

Les résultats de cette recherche ont permis d'affirmer : l'échec des politiques de communication, la faible participation des populations du fait de l'absence d'implication et de démarche inclusive. La faible mobilisation peut s'expliquer aussi par la résistance au changement, l'inadéquation des programmes et la tentative de mobilisation de la population dans un contexte d'illettrisme et de corruption.

En définitive malgré la stratégie de communication mise en place, il faut noter que les 4 éléments qui la composent semblent représentatifs. On peut noter ainsi la place importante de la communication visuelle à travers les supports suivants : logo, autocollant voiture, publicités, banderoles... Cependant l'adaptation de ces supports sur le terrain est primordiale

La communication des ONG internationales a permis de comprendre l'importance de l'alerte et la veille dans le processus de communication. L'importance de la communication de la crise à travers alerte et veille ; l'importance de la communication de masse qui se passe essentiellement auprès des agences de communication et enfin l'importance de la communication institutionnelle semblent être les marques des différents résultats.

Si tout cela semble harmonisé, l'observation participante a permis de constater probablement la forte motivation des donateurs qui tentent : d'apporter de l'aide ; d'intervenir en urgence ; d'être dans l'optique d'un « sans frontières » qui est né de l'obligation morale de témoigner dans l'espace commun et enfin dans la logique de lutter contre la pauvreté.

Bibliographie :

A

- Abrahma Maslow (1943) dans sa théorie de la motivation ou pyramide de Maslow »
- Action contre la faim, site de l'ONG pour le Sénégal. En ligne : <http://www.actioncontrelafaim.org/fr/content/senegal>,
- Action contre la faim, <http://www.actioncontrelafaim.org/fr/actualites/videos>,
- Addison Judith, Gabrielle Fradet, Elisabeth Maranda, Catherine Mireault-Germain et Emilie Turner, 2014, « *L'adhésion au traitement : Ce que devrait faire un physiothérapeute face à un patient mal-adhérent* », Université de Montréal
- Agazzi Isolda, mars 2016, « *les ong dans le système onusien : vers un partenariat multi-acteurs ?* », Académie de géopolitique de paris. En ligne <http://www.academiegeopolitiqueparis.com/les-ong-dans-le-systeme-onusien-vers-un-partenariat-multi-acteurs/>
- Agbobli, Christian. « *Et si la communication internationale m'était racontée ? De quelques échanges sur ses spécificités, ses enjeux, ses théories et ses méthodes : entretien avec Hamid Mowlana, réalisé par Christian Agbobli.* » *Communiquer*, numéro 25, 2019, p. 99–110.
- Atlani-Duault L., 2014, « *les ONG à l'heure de la bonne gouvernance* ». *Autrepart*. 2005 Oct. 1 ; n° 35(3) : 3–17.
- Agbobli Christian, 2014, « *communication internationale et développement en Afrique : postcolonialité et perspectives critiques* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. En ligne : <http://rfsic.revues.org/955>
- Agbobli Christian, « *La communication internationale : état des lieux et perspectives de recherche pour le XXIe siècle* », *Communiquer*, 15 | -1, 65-84.
- Agbobli Christian, 2010, « *le rôle de la langue en communication interculturelle le cas d'un colloque scientifique international* », *Colloque ARIC, Pratiques interculturelles-Pratiques plurilingues ? Recherches et expériences de terrain*. En ligne : <http://www.montoya-romani-intercultural.ch/wp-content/uploads/2011/06/1008-ResumInterv.pdf>
- Africa24, 2015, Interview « *l'invite du jour avec Boubacar SEYE, Président de Horizon sans frontières* ». En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=kanSkod9wzA>
- Agronomes et vétérinaires sans frontières, 2014, « *dossier média agriculture paysanne et familiale* ». http://www.avsf.org/public/posts/1603/avsf_dossier_media_agriculture_paysanne_et_familiale.pdf,
- Agronomes et vétérinaires sans frontières, Chaîne Youtube, <https://www.youtube.com/user/AVSFong>
- Agence d'information, (2020) « *RDC : La communication est une arme de guerre* ». En ligne <http://lagencedinformation.com/127-rdc-la-communication-est-une-arme.html>
- Anceaux Françoise, Sockeel Pascal, « *Mise en place d'une méthodologie expérimentale : hypothèses et variables* », *Recherche en soins infirmiers*, 2006/1 (N° 84), p. 66-83. URL : <https://www.cairn.info/revue-recherche-en-soins-infirmiers-2006-1-page-66.htm>

- Arroyave Jesús, « La stratégie de communication de l'éducation par le divertissement : une autre manière d'apprendre », *Savoirs*, 2015/1 (N° 37), p. 75-98. URL : <https://www.cairn.info/revue-savoirs-2015-1-page-75.htm>
- Atlasocio.com, 2019, « classement des états du monde par taux de pauvreté », en ligne : <https://atlasocio.com/classements/economie/pauvrete/classement-etats-par-taux-de-pauvrete-monde.php>
- Attias Dominique, colloque fondation croix rouge : lien familial à l'aube du XXIème siècle : « Le rôle de l'avocat d'enfant dans le maintien du lien familial en assistance éducative et au pénal »
- Assemblée plénière de la Banque mondiale le 18 octobre 2019. *En ligne* : <http://documents1.worldbank.org/curated/en/493201582052636710/pdf/Elite-Capture-of-Foreign-Aid-Evidence-from-Offshore-Bank-Accounts.pdf>
- Association Nationale des Assistants de Service Social https://www.anas.fr/DEFINITION-DE-LA-PROFESSION-ET-DU-CONTEXTE-DE-L-INTERVENTION_a201.html
- Association Nationale des Assistants de Service Social (ANAS), 2008, « *L'aide contrainte en quelques mots* », Présentation rédigée par Laurent Puech, avec relecture critique par Guy Hardy
- Assogba Yao, 1991 « *Les ONG et le développement en Afrique ou la face cachée de la lune* » Nouvelles pratiques sociales. En ligne <https://www.erudit.org/fr/revues/nps/1991-v4-n1-nps1960/301115ar.pdf>
- Assogba, Y. (1989). Pratiques participatives des ONG en Afrique : le cas du PHV-CUSO au Togo. *Nouvelles pratiques sociales*, 2 (1), 147–164. <https://doi.org/10.7202/301035ar>

B

- Bonfils Philippe, Michel Durampart, 2013 « *Environnements immersifs et dispositifs numériques. Etudes expérimentales et approches distanciées* » http://www.essachess.com/index.php/jcs/article/download/196/209_p.118
- Badillo, Patrick-Yves. « Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « Émetteur » au modèle communicationnel », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 14/1, no. 1, 2013, pp. 19-34 URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-1-page-19.htm>
- Bahi Aghi Auguste, 2009, « *Élaboration des messages en communication pour la santé et problématique du changement de comportement* » *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°10/3, , p.82 à 97, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2009/supplement-a/08-elaboration-des-messages-en-communication-pour-la-sante-et-problematique-du-changement-de-comportement>
- Balit Silviat, (2004), « La communication pour les groupes isolés et marginalisés : Lier l'ancien et le nouveau » p.3
- Balit Silvia, 2004, 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement « *La communication pour les groupes isolés et marginalisés : Lier l'ancien et le nouveau* », p.117 en ligne <http://www.fao.org/3/a-a1476f.pdf>
- Banque Mondiale, 2019, « *vue d'ensemble sur le Sénégal* » <https://www.banquemondiale.org/fr/country/senegal/overview>

- Banque Mondiale, « Aide publique au développement nette reçue » <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/DT.ODA.ODAT.CD?end=2017&start=1960&view=chart>
- Barreyre Jean-Yves et Brigitte Bouquet, 2016 « *Nouveau dictionnaire critique d'action sociale* » Paris. Editions Bayard. 640 pages
- Blanco Ismael, « *Les jurys citoyens en Espagne : vers un nouveau modèle de démocratie locale ?* », *Mouvements*, 2001/5 (no18), p. 132-137. <http://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-5-page-132.htm>
- Blundo, Giorgio, et Jean-Pierre Olivier de Sardan (2001) « *la corruption quotidienne en Afrique de l'Ouest* », *Politique africaine*, vol. 83, no. 3 , pp. 8-37.
- Bernard Françoise, 2010, « *Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives* », *Communication et organisation*, 37 | 79-89.
- Becquemin Michèle, « Les variations de l'aide contrainte en protection de l'enfance. Éclairage socio-historique », *Empan*, 2013/1 (n° 89), p. 26-31. URL : <https://www.cairn.info/revue-empan-2013-1-page-26.htm>
- Berny, N. (2008). « *Le lobbying des ONG internationales d'environnement à Bruxelles : Les ressources de réseau et d'information, conditions et facteurs de changement de l'action collective* ». *Revue française de science politique*, 58, 97-121.
- Bessette Guy et Rajasunderam, 1996, « *la communication participative pour le développement, un agenda ouest-africain* », CRDI, Paris, p 38, <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/19387/1/104466.pdf>
- Bessette G, Rajasunderam CV., 1996, « *la communication participative pour le développement. Un agenda ouest-africain* », CRDI, Ottawa 1996 [cited 2014 Mar 15]; <http://cassandra.wordpress.com/2010/06/24/communication-participative-pour-le-developpement/>
- Beyeler Stéphanie, 2018, « *Qu'est-ce que l'approche systémique ?* ». En ligne <https://www.therapiepro.com/articles/qu-est-ce-que-l-approche-systemique.html>
- Bläser R, Soyez D., 2009, « *organisations non-gouvernementales transnationales et géographie perspective d'outre-Rhin and Geography* ». *Annales de géographie*. n° 668(4):359–81.
- Bo Shan, 2004 « *La communication interculturelle : ses fondements, les obstacles à son développement* », *Communication et organisation* [En ligne], 24 | 2004, <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2928>
- Boidin, Bruno. « *Une couverture santé universelle sans politique intégrée de la santé est-elle possible en Afrique ?* », *Revue française des affaires sociales*, no. 1, 2018, pp. 85-105.
- Bouchard, Caroline, et al. 2018, « *Communication interculturelle et internationale : contributions à un champ d'études et de recherches en mouvance.* » *Communiquer*, numéro 24, p. 1–16
- Bouillon Jean-Luc, Sylvie Bourdin et Catherine Loneux, 2007, 7-25, « *de la communication organisationnelle aux « approches communicationnelles » des organisations : glissement paradigmatique et migrations conceptuelles* », *Communication et organisation*,
- Braspenning Thierry, « *constructivisme et réflexivisme en théorie des relations internationales* », p.318-319. En ligne, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/FD001435.pdf>
- *Braspenning Thierry* « *L'interactionisme internationaliste : Constructivisme et sécurité globale* », *Studia Diplomatica*,

- Brasseur Martine, 2008, « *le rôle des stéréotypes dans le management de la diversité culturelle : le cas de l'Afrique* ». La Revue des Sciences de Gestion, n° 230, p. 61-6
- Brauman R. 2004, « *la communication des ONG : une affaire d'États ?* » Revue internationale et stratégique. N°56(4) :109–15.
- Breton, Philippe, et Serge Proulx. « 7/ Enquêtes empiriques sur le pouvoir des médias », Philippe Breton éd., *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. La Découverte, 2012, pp. 155-177.
- Breton-Le Goff Gaëlle, 2000 « *Les clés de l'influence des ONG dans la négociation de quelques instruments internationaux* ». In: *Revue Québécoise de droit international*, pp. 169-200. https://www.persee.fr/doc/AsPDF/rqdi_0828-9999_2000_num_13_2_1996.pdf
- Brotcorne Périne, Valenduc Gérard, « Les compétences numériques et les inégalités dans les usages d'internet. Comment réduire ces inégalités ? », *Les Cahiers du numérique*, 2009/1 (Vol. 5), p. 45-68. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-1-page-45.htm>
- Bächtold Manuel, « *Epistémologie et didactique de la physique : le constructivisme en question* », Tréma [En ligne], 38 | 2012, mis en ligne le 01 décembre 2012. URL : <http://journals.openedition.org/trema/2815>
- Baddache Farid, 2004, « *entreprise et ONG face au développement durable : L'innovation par la coopération* », Editions Harmattan, 250 p.

C

- Cabedoche, Bertrand, 2016, « *Communication Internationale* » et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information - communication en France », Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 17/2, no. 2, pp. 55-82
- Calame Pierre, 2004, IRG, « *les coalitions internationales d'ONG, du lobbying à la contribution à la gouvernance mondiale* ». En ligne : <http://www.institut-gouvernance.org/fr/analyse/fiche-analyse-31.html>
- Camilleri Camille, 1986, « *Anthropologie culturelle et éducation, Journal des africanistes* », Persée, Volume 56, Numéro 1, p. 186–187. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/jafr_0399-0346_1986_num_56_1_2121_t1_0186_0000_1.
- Carion Florence, 1 | 2010, « *La communication associative* », *Communication*, Vol. 28/1 | 2010, 193-206.
- Cazenave, Bruno, Emmanuelle Garbe, et Jérémy Morales. « *Introduction* », Bruno Cazenave éd., *Le management des ONG*. La Découverte, 2020, pp. 3-8
- Cazenave, Bruno, Emmanuelle Garbe, et Jérémy Morales, 2020, « *III. Vendre de manière désintéressée : le paradoxe de la communication des ONG* », Bruno Cazenave éd., *Le management des ONG*. La Découverte, pp. 53-74
- CEPID, 2011, « *l'approche systémique des organisation* », http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf
- CEMEA, 2009, « *l'interculturel, enjeu de politique éducative ; montage de document utiles à la réflexion et à l'action* ». En ligne : <https://www.cemea.asso.fr/IMG/pdf/Interculturel.pdf>
- Centre d'études européenne, 2008 « *Vers un « constructivisme tempéré* ». Le constructivisme et les études européennes ». En ligne :

<http://www.laidi.com/sitedp/sites/default/files/Séminaire%20constructivisme%20doc%20final.pdf>

- Centre d'observation de la société, 2017, « 17% de la population à un diplôme supérieur à BAC+2 » <http://www.observationsociete.fr/education/donnees-generales/14-de-la-population-a-un-diplome-superieur-a-bac2.html>
- Certu, 2007, les rapports d'étude « Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité ». En ligne <http://lara.inist.fr/bitstream/handle/2332/1431/?sequence=1>
- Certu, 2007, les rapports d'étude « Une introduction à l'approche systémique : Appréhender la complexité ». En ligne <https://fr.calameo.com/read/0007132667e5ca17f610d>
- Chaire Unesco "Pratiques journalistiques et médiatiques : entre mondialisation et diversité culturelle", 2015, Colloque « *Les réseaux sociaux numériques. Un espace de liberté à prendre ou une utopie mort-née ?* », Université de Strasbourg
- Chaoui Mohamed, 2003, « *les fiches de lecture de la Chaire D.S.O. : Alex Mucchielli, 1998 : Approche systémique et communicationnelle des organisations* ». Armond Colin. CNAM. http://mip-ms.cnam.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHER=1295877018153
- Charreire Sandra et Isabelle Huault, 2001, « *Le constructivisme dans la pratique de recherche : une évaluation à partir de seize thèses de doctorat* », Finance Contrôle Stratégie – Volume 4, N° 3, septembre 2001, p. 31 - 55. Université Paris 12-Val de Marne. p.47. En Ligne : <https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/huault.pdf>
- Cheikh Anta DIOP, 2007, « Jalons biographiques et bibliographiques ». En ligne http://www.cheikhantadiop.net/cheikh_anta_diop_biograph.htm
- Cheikh-Anta Diop (Auteur), 1954, 1979, quatrième édition, « *Nations nègres et culture : De l'antiquité nègre égyptienne aux problèmes culturels de l'Afrique Noire d'aujourd'hui* », 564p
- Claire Alet-Ringenbach, 2006, « *alternatives Economiques* », Poche n° 022 http://www.alternatives-economiques.fr/organisation-non-gouvernementale--ong-fr_art_223_31291.html
- Clanet Claude, 1984, « *vers une problématique de l'interculturel* », <http://www.minkowska.com/content/vers-une-problematique-de-linterculturel>, pp. 5-32
- Chéneau-Loquay Annie, 2000, « *enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à Internet* » Ed. Karthala, 2000 en ligne http://www.polis.sciencespobordeaux.fr/resultats/Livre_enjeux/Annied.pdf
- Chin Saik Yoon, 1996, « *la communication participative pour le développement, Un agenda ouest-africain* » CRDI, Montréal, disponible sur http://web.idrc.ca/fr/ev-30910-201-1-DO_TOPIC.html,
- Christian Joly, 1985, *Economica*, « *les Organisation non gouvernementales françaises et de développement* », p.14, En ligne <http://excerpts.numilog.com/books/9782717809077.pdf> p.14
- Cohen S., 2004, « *le pouvoir des ONG en question. Le Débat* » ; n° 128(1) : 57–76.
- Combessie Jean-Claude, 2007, « *IV. Sondages, échantillons* », dans : Jean-Claude Combessie éd., *La méthode en sociologie*. Paris, La Découverte, « Repères », p. 45-54. URL : <https://www-cairn-info.scd-rproxy.u-strasbg.fr/la-methode-en-sociologie--9782707152411-page-45.htm>

- Communication Sans Frontières, 2013 <http://www.communicationsansfrontieres.org/1-observatoire/dossiers/communication-ong-mirella-von-lindenfels-precedemment-directrice-du-programme-medias-audiovisuel-d-amnesty-international-actuellement-directrice-communications-inc-ltd/>
- CSF, 2013, En ligne: <http://www.communicationsansfrontieres.org/1-observatoire/dossiers/communication-ong-mirella-von-lindenfels-precedemment-directrice-du-programme-medias-audiovisuel-d-amnesty-international-actuellement-directrice-communications-inc-ltd/>
- Comptes rendus, 2004, « *Revue internationale et stratégique* ». N°56(4) :119–39.
- Conférence des ONG internationales (OING) du conseil de l'Europe, 2013 « *Pour une réduction des inégalités liées à la paupérisation au sein des démocraties européennes* ». En ligne <https://rm.coe.int/16802f788a>
- Conseil des organisations non gouvernementales d'appui au développement (congad), 2010, « *analyse du régime législatif et règlementaire des organisations de la société civile au Sénégal* », p, 25
- Conseil de l'Europe et de la Commission européenne, 2010, Cités interculturelles « *Vers un modèle d'intégration interculturelle L'apport des Cités interculturelles* », en ligne : <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802ff5f2>
- Convention européenne sur la reconnaissance de la personnalité juridique des organisations internationales non gouvernementales. En ligne <https://rm.coe.int/168007a683>
- Colin Fraser et Jonathan Villet (1994) cités par James Deane, « *communication : un élément clé du développement humain* », FAO, Rome, septembre 2004. En ligne : <https://www.fao.org/3/a1476e/a1476e02.pdf> et/ou <https://www.fao.org/3/t1815f/t1815f00.htm>
- Fraser Colin et Jonathan Villet (1994) cités par James Deane, Communication : un élément clé du développement humain [en ligne] in 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement, FAO, Rome, septembre 2004, disponible sur http://www.fao.org/sd/dim_kn1/docs/kn1_040701a10_fr.doc
- Couprie Sonia, 2012/3, « *Le management stratégique des ONG ou la quête de légitimité* », *Mondes en développement*, (n°159), p. 59-72. URL: <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2012-3-page-59.htm>
- Courbet Didier. 2013, « *Pour un développement raisonné des méthodes expérimentales en SIC. Quelques intérêts épistémologiques du pluralisme méthodologique. ESSACHESS – Journal for Communication Studies, ESSACHESS editors* », https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00847929/document

D

- D'Almeida, Nicole, et Yanita Andonova 2014, « *La communication des organisations* », Stéphane Olivesi éd., *Sciences de l'information et de la communication*. Presses universitaires de Grenoble, pp. 137-153.
- Da Lage O., 2004, *la communication, au cœur de la décision*. *Revue internationale et stratégique*. 2004. N°56(4) :59–62.
- Dagenais Bernard, « *Les discours sur la diversité culturelle occultent des guerres d'intérêts* », *Communication et organisation* [En ligne], 22 | 2002, mis en ligne le 27 mars 2012, En ligne : <http://communicationorganisation.revues.org/2757>

- Dauvin Pascal, 2011, « *La communication des ONG humanitaires : un récit prévisible ?* », Grotius International, En ligne, <https://grotius.fr/la-communication-des-ong-humanitaires-un-recit-previsible/#.XrD8dc5xfIU>
- Dauvin Pascal, 2010, « *la communication des ONG humanitaires*, Ed. Pepper harmattan, Paris, p. 200
- Dacheux Eric, 1994, « *les ONG sont-elles victimes des agences de communication ?* » Communication et langages. N°102, 4^{ème} trimestre 1994. pp. 93-103
- Dacheux Eric, 1994, « *la Communication persuasive intra-communautaire : communiquer autrement dans la communauté européenne de demain* » ; sous la direction de Armand Mattelart Université Rennes 2 : 1 vol. (339-[89] p. 1 vol. (339-[89]
- Dacheux Éric, 2014, « *le défi des SIC : prendre en compte la pluralité de l'économie pour rendre compte de la diversité culturelle* », RFSIC. <http://rfsic.revues.org/303>
- Dacheux Éric, 2014 « *Le défi des SIC : prendre en compte la pluralité de l'économie pour rendre compte de la diversité culturelle* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. En ligne <http://rfsic.revues.org/303>,
- Dadjou Crepin Hilaire, 2016, « *Pratiques de lobbying des ONG au Burkina Faso : une évaluation des stratégies*. *Sciences de l'information et de la communication*. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III.
- Dalrymple Charlie, 2021, « *Sohp état des lieux des métiers humanitaires 2020* », <https://www.bioforce.org/wp-content/uploads/2021/01/sohp2020-fr.pdf> Bioforce
- Dakouré Évariste, 2014, « *TIC et développement en Afrique : approche critique d'initiatives et enjeux* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* mis en ligne le 01 janvier 2014. URL : <http://rfsic.revues.org.acces-distant.bnu.fr/939d>
- Debos M, Goheneix A., 2005, « *les ONG et la fabrique de l'opinion publique internationale* ». *Raisons politiques* ; no 19(3) :63–80.
- Défis humanitaires « *Aide humanitaire mondiale 2019 : les chiffres et les tendances* ». <https://defishumanitaires.com/2019/09/23/tendances-principales-de-laide-humanitaire-mondiale-en-2019/>
- Défis humanitaires (Boinet Alain), 2018, « *les ONG humanitaires françaises à l'international : études analyses et enseignements de 10 années d'actions humanitaire face aux grands défis d'aujourd'hui* ». En Ligne <https://defishumanitaires.com/wp-content/uploads/2018/12/D%C3%A9fis-Humanitaires-dec.-2018-Les-ONG-humanitaires-fran%C3%A7aises-%C3%A0-l'international.pdf>
- Deler J.-P. - Y.-A. Fauré A. Piveteau - P.-J. Roca, 1998, « *ONG ET DÉVELOPPEMENT* » Karthala. En ligne https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_05/010016120.pdf. p.245
- Demergon Jacques et Al..., 2003, « *Interculturalités, Sur l'engagement des chercheurs, Notes de recherche* ». *Question de communication* N° 4. Ecole doctorale Perspectives interculturelles : écrits, médias, espaces, sociétés, presses universitaires de Nancy, 534 pages.
- Demorgon Jacques, 4 | 2003, « *l'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concepts* », *Questions de communication* [En ligne], mis en ligne le 16 mai 2012. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/4538>
- Diagne Yacine, 2014 « *Sociologie politique d'une expérience de démocratie participative. Le cas d'une radio communautaire au Sénégal* ». *Science politique*. Université Paris Dauphine - Paris IX,

- Diallo Ibrahima, 2013 « *Le manque de retenue porte atteinte à l'image de marque d'Amnesty International* », http://mobile.sudonline.sn/le-manque-de-retenu-porte-atteinte-a-limage-de-marque-damnesty-international_m_13971.htm
- Diallo Ba El Hadji Mouhamadou Fadilou, 2018, « *les communications des organisations à vocation sociale au Sénégal autour des enfants mendiants ou Talibés : comprendre les enjeux, analyser les dispositifs, actions et outils au service des publics vulnérables* ». En ligne : <http://www.theses.fr/2018AIXM0714>
- Diallo Mamadou Aliou, 2016, « *Kolda : Des visites prévues sur le terrain pour vérifier les interventions des Ong* », Article du journal le Soleil Sénégal du 18 juillet 2016
- Dictionnaire culturel en langue française, Alain REY, 2005, Vol.1 A-D
- Direction du développement communautaire, « *Atelier du CENTIF sur le financement du terrorisme du 18 au 20 décembre 2008 : le contrôle des ONG au Sénégal* », en Ligne : <http://www.centif.sn/MbengueFTForum.pdf>,
- Descendre D., 1991 « *L'autodétermination paysanne en Afrique : solidarité ou tutelle des ONG partenaires* » p200-201, l'Harmattan, 317 p.
- Dillière-Brooks Stéphanie, 2008, « *L'image des organisations humanitaires à l'épreuve des pratiques de communication : vers des structures hybrides* », *Communication et organisation* [En ligne], 34 |mis en ligne le 01 décembre 2011. En ligne <http://communicationorganisation.revues.org/557>
- Direction Générale du Plan, 2013, « *Enquête Myworld 2015 au Sénégal : les priorités de développement des Sénégalais*, p.26. http://www.undp.org/content/dam/senegal/docs/OMD/undp-sn-Myworld%20Senegal%202015_Rapport%20final.pdf
- Djian Jean Michel, « *Europe et communication : le poids des résistances culturelles dans la construction européenne* », *Communication et organisation* 17 | 2000, mis en ligne le 27 mars 2012, <http://communicationorganisation.revues.org/2333>
- Dolbeau-Bandin Cécile, Lochon Annie, Krebs Dr. Viola, 2017/2, « *Médias sociaux et associations : conjugaison réussie d'une communication fonctionnelle et relationnelle ?* », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 13), p. 51-74. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-51.htm>
- Donnadiou, G. & Karsky, M. (2002). *La systémique, penser et agir dans la complexité*. Paris : Editions de liaisons
- Dorier-Apprill É, Meynet C., 2005, « *les ONG : acteurs d'une gestion disputée* » des *services de base dans les villes africaines ?* ». *Autrepart* ; n° 35(3) :19–37
- Doucin Michel, 2005, « *Les organisations non gouvernementales "acteurs-agis" des relations internationales ?* ». *Science politique*. Institut d'études politiques de Bordeaux ; Université Montesquieu - Bordeaux IV,
- Drame Abibata, 2013, « *analyse des stratégies de communication pour la réduction du taux de nouvelles contaminations au vih/sida chez les femmes en côte d'ivoire* ». *Communication en Question*, n° 1 (1). En ligne : <http://www.comenquestion.com/images/numero1%20COMENQUESTION/COMENQUESTION%201%20DRAME1.pdf>
- Dubreuil Marthe, 2009/2, « *L'objet, de la relation « avec » à la relation « à », chez Freud* », *Figures de la psychanalyse*, (n° 18), p. 55-75. URL: <https://www.cairn.info/revue-figures-de-la-psy-2009-2-page-55.htm>
- Duerink, Renate 2008, « *La communication interculturelle entre Sénégalais et Néerlandais dans le cadre des ONG* », Mémoire, Université d'Utrecht Département de

langue et culture françaises, Pays-Bas 65p. <http://igitur-archive.library.uu.nl/student-theses/2009-0211-202502/Masterscriptie%20Renate%20Duerink.pdf>

- Dupont Stéphanie, 2002, « *les enjeux d'internet dans la communication des associations* », Mémoire, Université de la Méditerranée, Ecole de Journalisme et de Communication de Marseille, 126p. <http://stephanie.dupont3.free.fr/integral.pdf>
- Durand D., 1979 "Que sais-je : la systématique",

E

- Entretien avec Seydi Gassama (représentant de Amnesty international Sénégal) sur le thème de la communication des ONG internationale au Sénégal.
- Entretien avec Jean pierre ESTIVAL : membre de la conférence des ONG du conseil de l'Europe de Strasbourg.
- Erradi Mouhamed, 2016, « l'apprentissage collaboratif ». <https://www.slideshare.net/ErradiMohamed/lapprentissage-collaboratif>
- Espace Social « AEMO/AED, *Contrôle social des pauvres* » 2015 http://www.cnaemo.com/53-espace_social_mars-2015.pdf
- Ethika, 2016 « *Les nouveaux médias : quel usage pour les ONG ?* ». En ligne <https://www.ethika.ch/les-nouveaux-medias-quel-usage-pour-les-ong/>
- Evalde Mutabazi, 2006, « *face à la diversité des cultures et des modes de gestion : le modèle circulatoire de management en Afrique* », Management & Avenir, n° 10, p. 179-197.

F

- Fiche culture et médias 2030, « contexte économique et géopolitique international ». <http://www.culturemedias2030.culture.gouv.fr/annexe/03-fiches-culture2030-3-.pdf>
- Facchini F., 2008, « *culture, diversité culturelle et développement économique* ». Revue Tiers Monde ; n° 195(3) : 523–54.
- FAO rome, 2004, « la communication pour le développement 6-9 septembre », Italie. http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm
- FAO Rome, 2004, *9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement : Communication et développement durable*, Septembre 2004, Document de travail, Italie, 63p. p11,
- FAO, Jan Servaes & Malikhao Patchanee, 2007, « *Communication et développement durable* » - Sélection d'articles présentés lors de la 9ème Table ronde des Nations Unies sur la communication pour le développement, Rome, 154p. <http://dolanca.free.fr/Seminaire/COMMUNICATION%20ET%20DD.pdf>
- FAO, 2004, « *la communication pour le développement 6-9 septembre 2004* » http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm Italie,
- Firdion Jean-Marie, 2012 « 4 « *Construire un échantillon* », dans : Serge Paugam éd., *L'enquête sociologique*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2012, p. 69-92. En ligne : <https://www.cairn.info/l-enquete-sociologique--9782130608738-page-69.htm>
- Fauré Bertrand, Arnaud Nicolas, 2014, « *La communication des organisations* ». La Découverte, « Repères », URL : <https://www-cairn-info.scd-rproxy.u-strasbg.fr/--.htm>
- Fédération Nationale des acteurs de la solidarité, 2013, « *Position culture, sport, loisirs* » relative à l'article 104 sur l'exclusion sociale. En ligne <http://www.federationsolidarite.org/champs-d-action/culture/culture-positions-de-la-fnars/4193-l-action-culturelle-un-levier-pour-l-insertion-des-personnes-en-situation-d-exclusion>

- Ferenczy Zsuzsa Anna, Juin 2005, « *les ONG humanitaires, leur financement et les médias* », Mémoire, Centre International de Formation Européenne, Institut Européen des Hautes Etudes Internationales, Nice, 128p. En ligne : http://www.communicationsansfrontieres.net/documents/Memoire_ONG_financement_s%20et%20media.pdf?.
- Fiacre, Patricia, 2007, « *La parole des parents d'enfants placés dans les établissements habilités par l'ASE* », *Vie sociale*, vol. 3, no. 3, pp. 97-110
- Frère, Marie-Soleil. « Chapitre 7. Les médias d'Afrique et leurs publics », *Journalismes d'Afrique*. Sous la direction de Frère Marie-Soleil. De Boeck Supérieur, 2020, pp. 301-338.
- Fuentes Véliz Juan-Andrés. 2007 « *L'évolution du rôle des organisations non gouvernementales dans le droit de l'environnement*. In: *Revue Européenne de Droit de l'Environnement* », n°4,. pp. 401-430; https://www.persee.fr/doc/reden_1283-8446_2007_num_11_4_1980
- François Rubio, 2004, « *Dictionnaire pratique des Organisations Non Gouvernementales* », Ellipses, France, les presses de Normandie Roto Impression. 414 p.
- François RUBIO, 2007, « *Les ONG et leur influence dans les relations internationales* », <http://www.academiedegeopolitiqueparis.com/les-ong-et-leur-influence-dans-les-relations-internationales/>
- Fons Trompenaars, 1994, « *l'entreprise multiculturelle* » Edition Maxima Laurent Mesnil sur les presses de l'imprimerie de l'indépendance, château-Goutier, France, p.10, 30
- Forrester J.W., 1984, 3ème édition, *Principes des Systèmes*, Presses Universitaires de Lyon
- Forum des Médias sur le continent Africain, | 2015, « *Communiqué Final* » http://www.forummediaafrique.com/communiqueducute_final_2015.php.
- Froger Sébastien, 2005, « *la communication participative communautaire au Sénégal : Un outil pour faciliter la sensibilisation et le développement de la culture scientifique* », Mémoire, Université Stendhal Grenoble 3, Institut de la communication et des médias, [En ligne] http://www.memoireonline.com/02/09/1932/m_La-communication--participative-communautaire-au--Senegal3.html,

G

- Galibert Olivier, 2013, « *l'injonction participative au débat environnemental en ligne : imaginaires d'Internet, démocratie environnementale et communication engageante* », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2013/1 n° 14/1, p. 35-49.
- Gardère Elizabeth et Amar Lakel, 2009, « *repenser la communication des organisations publiques* », *Communication et organisation*, 35 | 7-12.
- Gardère, Elizabeth, Jean-Luc Bouillon, et Catherine Loneux. « *Le collaboratif dans les organisations : une question de communication* », *Communication & Organisation*, vol. 55, no. 1, 2019, pp. 9-22
- Gauthey Franck et Xardel Dominique, 1993, *Management interculturel*. Presses Universitaires de France/2eme édition corrigée, 118 p.
- Gauthier Stéphane « *La systémique de Palo Alto à nos jours, une révolution consciente* ». En ligne : https://youtu.be/Y_HEWuT6E2I
- Gauthier Gilles, « *Critique du constructivisme en communication* », *Questions de communication* [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 01 juillet 2003, En ligne : <http://questionsdecommunication.revues.org/7502>

- Gazeau Éric, « *La reconversion des humanitaires* », Humanitaire [En ligne], 32 | 2012, mis en ligne le 30 juillet 2012, En ligne : <http://journals.openedition.org/humanitaire/1294>
- Gérard Perroulaz, 2004, « *le rôle des ONG dans la politique de développement : forces et limites, légitimité et contrôle* », Annuaire suisse de politique de développement. En ligne, Vol. 23, n°2 | 2004.
- Gérard Winter, 2001, « *Inégalités et politiques publiques en Afrique : Pluralité des normes et jeux d'acteurs* », Éditions Karthala et IRD, Paris, p 287.
- Giordano Yvonne, Alain Jolibert, 2016, « Pourquoi je préfère la recherche quantitative. Pourquoi je préfère la recherche qualitative ». Revue Internationale PME, Editions Management et Société (EMS). En ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01230943/document>
- Giuily, Éric. « *III – Les atouts qu'offre une image corporate forte* », *La communication institutionnelle. Privé/public : le manuel des stratégies*, sous la direction de Giuily Éric. Presses Universitaires de France, 2013, pp. 39-44.
- Giuily, Éric. 2013 « *II – La communication en mode « B2B » ou quand les professionnels parlent aux professionnels* », *La communication institutionnelle. Privé/public : le manuel des stratégies*, sous la direction de Giuily Éric. Presses Universitaires de France, pp. 73-82.
- Glasser Robert, 2008, « *CARE International nomme un nouveau Secrétaire Général*». En ligne : http://www.care.org/newsroom/articles/2007/06/20070628_robert_glasser.asp»,
- Glasser Robert (2008) Europesworld, « *les ONG doivent tirer les leçons de leurs échecs* », en ligne : http://www.europesworld.org/NewEnglish/Home_old/Article/tabid/191/ArticleType/articleview/ArticleID/21028/language/fr-FR/Default.aspx
- Gnanouenon Amandine, 2008, « *Réseau de recherche sur les opérations de paix, Acteurs transnationaux* ». [En ligne] <http://www.operationspaix.net/4-resources/details-lexique/acteurs-transnationaux.html>.
- Geert Hofstede, psychologue néerlandais né en 1928. Il a été inspiré par le culturalisme. http://fr.wikipedia.org/wiki/Geert_Hofstede
- Goldbeter-Merinfeld Édith, « *Chapitre 1. Aperçu synthétique de l'approche systémique en thérapie familiale* », dans : *Le deuil impossible. Familles et tiers pesants*, sous la direction de Goldbeter-Merinfeld Édith. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, « Carrefour des psychothérapies », 2005, p. 23-34. URL : <https://www.cairn.info/le-deuil-impossible--9782804147907-page-23.htm>
- Guibert, Joël et J, Guy. « *Méthodologie des pratiques de terrain en SHS* ». Armand Collin, 1987 cités par Suzy Canivenc, 2005, « *la réactualisation de l'idée autogestionnaire dans le contexte du débat sur le renouvellement des formes organisationnelle* ».
- Guigue Michèle, et Bernadette Tillard. « Parents et professionnels du travail éducatif : une relation en tension. Regards croisés autour de vingt jeunes en difficulté », *La revue internationale de l'éducation familiale*, vol. 27, no. 1, 2010, pp. 57-80.
- Guillermou Yves, 2003 « *ONG et dynamiques politiques en Afrique* », *Journal des anthropologues* [En ligne], 94-95
- Guy Bessette et Rajasunderam, 1996, « *la communication participative pour le développement, un agenda ouest-africain*, centre de recherches pour le développement international, Paris, p 38, disponible en ligne <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/19387/1/104466.pdf>

H

- Hamid Mowlana et Christian Agbobli, « Et si la communication internationale m'était contée ? De quelques échanges sur ses spécificités, ses enjeux, ses théories et ses méthodes », *Communiquer*, 25 | 2019, 99-110
- Hardy Guy, Champ social éditions, 2017, « 31e Journées Nationales de formation sur les « Enjeux et perspectives de l'accompagnement au domicile : De l'intervention au domicile à l'accompagnement de « l'être chez soi » NIMES.
- Hommage à Camille Camilleri, 2000, « Pluralité des cultures et dynamiques identitaires », Harmattan, 123 p. Extrait en ligne : http://www.sociologie-professionnels.com/offres/file_inline_src/331/331_P_5845_1.pdf
- Hugues Hotier, 1996, « La communication internationale des organisations à l'épreuve des cultures nationales et de la culture d'entreprise », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | mis en ligne le 26 mars 2012, URL : <http://communicationorganisation.revues.org/1893>

I

- Ibrahima Sylla, 2008, « TIC et accès des ruraux à l'information », Netcom. En ligne : <http://netcom.revues.org/2073>
- Institut Bioforce Développement, 2012, « les ONG, acteurs incontournables de la Solidarité Internationale ? » En ligne : « <https://www.ritimo.org/Les-ONG-acteurs-incontournables-de-la-Solidarite-Internationale> ».
- Interview : Ismaela SOW, *Président du Conseil Nat. de la Maison des éleveurs du Sénégal* (CNMDE).
- Interview de Marine Renaudin, experte technique au Togo pour Agronomes et vétérinaires sans frontières (AVSF), <http://youtu.be/rjO4-vAHGoY>
- Initiatives et Changement (I&C) « la Boîte à outils pour la pratique du dialogue interculturel : une collaboration entre Initiatives et Changement et le Conseil de l'Europe ». <http://www.caux.iofc.org/fr/boite-a-outils-dialogue>.
- Ismaël Blanco, 2001, « les jurys citoyens en Espagne : vers un nouveau modèle de démocratie locale ? » <http://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-5-page-132.htm>,
- Ionismag, 2015, entretien avec Dominique Wolton « la communication, c'est la découverte de l'altérité ». En ligne : http://www.wolton.cnrs.fr/IMG/pdf/article_ionismag_juin_2015_dw-2.pdf
- Isabelle Laumonier, 2014, « Stratégie digitale des ONG ». En ligne <http://wethinkcontent.com/2014/strategie-digitale-ong/>

J

- Jacquier, Jean-Paul, 2008 « L'entreprise multiculturelle. F. Trompenaars & C. Hampden-Turner, Maxima Laurent du Mesnil éditeur 3^{ème} édition - 506 pages », *Sécurité et stratégie*, vol. 2, no. 2, 2009, pp. 94-95
- Jaffre Bruno, 2000, « Une ONG dans le monde des télécommunications Un espace immense pour une marge de manœuvre étroite ». http://www.polis.sciencespobordeaux.fr/resultats/Livre_enjeux/Jaffre.pdf
- Jan Servaes & Patchanee Malikhao, 2003, « conclusions et recommandations d'une rencontre internationale d'experts sur la communication pour le développement organisée par l'UNESCO à Delhi ». Université du Queensland St Lucia, Brisbane, Qld 4072 Australie.

- Jean Michel Huet, 2013, « *Afrique : la téléphonie mobile, un acteur clé du développement* », Directeur Associé chez BearingPoint http://www.lexpress.fr/emploi-carriere/emploi/afrique-la-telephonie-mobile-un-acteur-cle-du-developpement_1242656.html John R. Searle, *La construction de la réalité sociale.* (Éditions Gallimard, 1998)
- Journal Le soleil, 2017 « Education : Déconnecter le système de l'héritage colonial » Ndoye. I. SANE et P. C. NGOME
- Journal le Monde, 2016 « *Ebola, une épidémie qui a tué plus de 11 000 personnes en moins de deux ans* » En ligne : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/01/14/ebola-une-epidemie-qui-a-tue-plus-de-11-000-personnes-en-moins-de-deux-ans_4847211_4355770.html
- Joxe Ludovic. 2019 « *les ressorts de l'(in)satisfaction : le cas du personnel international humanitaire* ». Sociologie. Université Sorbonne Paris. En ligne <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03281513/document>
- Julien Pansier, 2011, « *les différents modèles de communication* ». En ligne <http://bandedecom.com/les-differents-modeles-de-communication/>
- Jumageldinov Askar, (2009) « *Diversités culturelles et construction identitaire chez les jeunes appartenant aux différents groupes ethniques au Kazakhstan. Approche comparative* » chap.4 theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2009.jumageldinov_a&part=165875#Notefn127

K

- Keszler, Marie-Caroline .2010. « *Les ONG dans la concurrence internationale* ». En ligne : <http://www.dauphine.fr/globalisation/keszler.pdf>
- Ki-Zerbo Joseph, 1986, « *Histoire générale de l'Afrique, tome 1 « Méthodologie et préhistoire africaine* ». Présence Africaine Edicef Unesco p.52. 416p
- Kiyindou Alain, 2009 « *les pays en développement face à la société de l'information* », harmattan Paris
- Kiyindou Alain, 2009, « *Introduction. Réduire la fracture numérique, une question de justice sociale ?* ». Les Cahiers du numérique (Vol. 5), p. 11-17. www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-1-page-11.htm
- Kiyindou Alain, 2010, « *les médias africains à l'heure du numérique*, Annie Lenoble-Bart et Annie Chéneau-Loquay (dir.) », *Communication et organisation*, 37 | 2010, 183-184.
- Kiyindou Alain, « *Recherches sur les technologies de l'information et de la communication et le développement* », Communiquer [En ligne], 13 | 2015, URL : <http://communiquer.revues.org/1512>
- Kohler François, *Collecte de données. Généralités. Recensement / Echantillonnage. Population. Recensement* <http://www.uvp5.univ-paris5.fr/staticmed/E-STAT/statistiques/echantillonnage.ppt>
- *culturels et structuration du champ littéraire : le cas de la revue Peuples noirs, Peuples africains (1978-1991)* ». Université de Lorraine, 420p. en ligne : http://docnum.univ-lorraine.fr/public/DDOC_T_2019_0214_KOMBILA.pdf

L

- Ladmiral Jean-René - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *la communication Interculturelle*, Armand...p.3 - p.141

- Lafont Françoise, cofondateur, 2016, CTO, « *une alternative : la méthode de la boule de neige* ». En ligne : le blog de question pour les concepteurs d'enquêtes », <https://blog.questio.fr/alternative-methode-de-la-boule-de-neige>
- Loneux, Catherine, 2016, « *Chapitre 6. Politiques RH de Responsabilité Sociale des Universités et transmission de valeurs citoyennes* », Pascal Lardellier éd., *Transmission(s). La médiation en révolution* ». EMS Editions, pp. 96-106.
- Labédie Gabriel et Guy Amossé « *Le socio-constructivisme : Constructivisme ou socio-constructivisme ?* » <http://gamosse.free.fr/socio-construct/Rp70110.htm#constructivisme>
- La Conférence des Organisations internationales non-gouvernementales du Conseil de l'Europe, en ligne : <https://www.coe.int/fr/web/ingo/the-conference-of-ingos-in-a-nutshell>
- La « Boîte à outils pour la pratique du dialogue interculturel » <http://www.dialoguetoolkit.net/the-toolkit/the-toolkit-french/>
- Ladmiral Jean-R. - Lipiansky Edmond M., 1989, « *la communication Interculturelle*, Armand Colin, Paris,
- Ladmiral Jean-René - Edmond Marc Lipiansky, 1989, « *la communication Interculturelle*, Armand Colin Editeur, Paris, p.319 p.151 p.201
- Lavigne Philippe Delville, 2018 « *Faire vivre une ONG au Niger entre précarité des ressources financières et labilité des ressources humaines* ». Revue Internationale de l'Economie Sociale, Institut de l'économie sociale
- Lecompte Julien, 2018, Blog « qu'est-ce que c'est le constructivisme ? » <https://www.philomedia.be/quest-ce-que-le-constructivisme/>
- Lebourgeois Mathilde, 2010, « les stratégies de communication des ONG environnementales : le cas de Greenpeace et de WWF », Mémoire, Université lumière Lyon 2 -IEP, Lyon. http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2010/lebourgeois_m/pdf/lebourgeois_m.pdf
- Lejecos, 2020 « *Pauvreté au Sénégal : Kolda, région la plus pauvre avec 77,5* » ; En ligne : https://www.lejecos.com/Pauvrete-au-Senegal-Kolda-region-la-plus-pauvre-avec-775_a17890.html
- Leloup F, Moyart L, Pecqueur B. 2003, « *Le développement local en Afrique de l'Ouest : quelle(s) réalité(s) possible(s) ?* Mondes en développement.; n° 124(4):95–112. <http://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2003-4-page-95.htm>.
- Le Deuff Olivier, Ertzscheid Olivier, Boyd Danah et al., 2010/1, « *Une évolution des comportements* », Documentaliste-Sciences de l'Information, (Vol. 47), p. 42-55. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2010-1-page-42.htm>
- Le Devoir, 2012, « *La transmission de la culture - Une précarité persistante* » <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/360365/une-precarite-persistante>
- Le Figaro, 2013, « *les ONG de plus en plus transparentes sur l'utilisation des dons* » En ligne <http://www.lefigaro.fr/international/2013/11/12/01003-20131112ARTFIG00360-les-ong-de-plus-en-plus-transparentes-sur-l-utilisation-des-dons.php>
- Le Moigne Jean-Louis, *Les épistémologies constructivistes*. Presses Universitaires de France, « *Que sais-je ?* », 2007, 128 pages. ISBN : 9782130561040. URL : <https://www.cairn.info/les-epistemologies-constructivistes--9782130561040.htm>

- Le Moëne Christian, « *Quelques questions concernant les recherches sur les processus d'information-communication organisationnelle* », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 9 | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/2464>
- Le Moëne, Christian. « Penser l'artificialisation du monde ? Retour sur la question des constructivismes et de la transformation numérique », *Communication & Organisation*, vol. 53, no. 1, 2018, pp. 107-132
- Le Naëlou Anne, 2004, « *Pour comprendre la professionnalisation dans les ONG : quelques apports d'une sociologie des professions*. In: *Tiers-Monde*, tome 45, n°180, *ONG : les pièges de la professionnalisation* ». pp. 773-798 ;
- www.persee.fr/doc/AsPDF/tiers_1293-8882_2004_num_45_180_5528.pdf
- Le Maux, Benoît, 2014, « *statistiques, logiciels et enquête, Produire et préparer les variables* ». <http://fr.slideshare.net/Kaiogan/echantillon> ,
- Le Monde Afrique, « *Journalisme africain : le poison des « per diem »* Maguette Gueye,
- Le Monde Afrique, 2019 « *Cheikh Anta Diop, l'historien révolutionnaire* ». En ligne https://youtu.be/JeVaVtr_DCE
- Le Monde diplomatique, 1995 « *En finir avec la dépendance : Souhaitable union des économies africaines* » en ligne <https://www.monde-diplomatique.fr/1995/09/MBAYE/6600>
- Les Cahiers du numérique 2017/2, Lavoisier, « *bénévolat, lien social et numérique* » (Vol. 13), Pages : 178. En Ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2.htm>
- Les groupes transnationaux <http://www.operationspaix.net/4-ressources/details-lexique/acteurs-transnationaux.html>
- Liénard Fabien, 2018/3, « *Introduction* », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 14), p. 9-12. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2018-3-page-9.htm>
- Loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions et la loi n° 83-663 du 22 juillet 1983

M

- Maigret, Eric 2005, « *penser les Mediacultures*». Armand Colin
- Malafosse A., 2011, « *ONG d'Europe et d'Afrique, un futur commun* ». *Études*. Tome 414(2) :151–62.
- Mauss Marcel, 2012, « *essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* ». Présentation de Florence Weber, 2nd éd., Paris, PUF. p.83. p.98, 150 pages
- Martel, A. (2015). « *La participation locale comme conditionnalité de l'aide ? L'expérience des camps de déplacés en Haïti*. *Politique et Sociétés*, 34 (3), 9–36. En ligne www.icrc.org/.../publications/icrc-001-1067.pdf
- Merle Marcel, 1987, « *les acteurs dans les relations internationales*. Revue française de science politique, n° 2, pp. 249-251. Vol. 37
- Mattelart, Armand et Michèle, 2002, « *histoire des théories de la communication* », Nouv. éd., Paris, La Découverte et Syros « Repères », p92. p.21, 128 pages.
- Mattelart Tristan, 2019, « *Les pratiques médiatiques et communicationnelles au sein des foyers issus de l'immigration, entre le local et le transnational. Retour sur une enquête* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En

ligne], 17 | mis en ligne le 01 septembre 2019 URL :

<http://journals.openedition.org/rfsic/6613>

- Meier Olivier, 2006, « *Management Interculturel : stratégie, organisation, performance* », 2eme édition DUNOD.
- Missone Missone, 2010, « *enjeux et perspectives de la communication corporate dans les multinationales au Cameroun* », Mémoire, Université de Douala, Cameroun, 105p. http://www.memoireonline.com/01/12/5093/m_Enjeux-et-perspectives-de-la-communication-corporate-dans-les-multinationales-au-Cameroun.html
- Miermont Jacques, 2001, « *Le constructivisme en psychiatrie* » Act. Méd. Int. - Psychiatrie (18) n° 4, En ligne : <https://studylibfr.com/doc/2000649/le-constructivisme-en-psychiatrie>
- Monsieur I. TH, Interview : (désire garder l’anonymat), Administration (Secteur développement), Enquêtes auprès des bénéficiaires.
- Meirieu Philippe, en ligne : <https://www.meirieu.com/DICTIONNAIRE/aide.htm>
- Monyo John, 2004, « *neuvième Table ronde des Nations Unies sur la Communication pour le développement* », Rome, Italie, disponible sur http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm.
- Mucchielli Alex, 1996, *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Masson et Armand colin éditeurs, Paris, 278 pages.
 - Mucchielli Alex, « *Pour des recherches en communication* », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | 1996. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>.
 - Mucchielli, A. (1995). « *La notion de paradigme. Dans, A. Mucchielli, Psychologie de la communication* » (pp. 11-14). Paris cedex 14, France : Presses Universitaires de France.
 - Mucchielli Alex, 1998, « *approche systémique et communicationnelle des organisations* », Armond Colin, p104
 - Mucchielli Alex, 2004, « *étude des communications, approche par la modélisation des relations* » p.44
 - Mucchielli Alex, 2006, « *deux modèles constructivistes pour le diagnostic des communications organisationnelles* ». *Communication et organisation*. <http://communicationorganisation.revues.org/344298>
 - Mucchielli Alex, 2004, « *Etude des communications : l’approche systémique dans les organisations* » Armand colin, p.5
 - Mucchielli Alex, 2004, « *études des communications : approche par modélisation des relations* » Armand Colin, p10
 - Mucchielli Alex, 2011, « *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* » 3eme édition. p.35
 - Mucchielli, Alex 10 | 1996, « *Pour des recherches en communication* », *Communication et organisation* [En ligne], En ligne : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>
 - Mutabazi E. 2006, « *face à la diversité des cultures et des modes de gestion : le modèle circulatoire de management en Afrique. Management & Avenir. 2006 Dec 1; n° 10(4) :179–97.*
 - Mutabazi Evalde, 2006, « *face à la diversité des cultures et des modes de gestion : le modèle circulatoire de management en Afrique,* » *Management & Avenir*.
 - Myworldabroad « *Les ONG françaises* », en ligne <https://myworldabroad.com/node/10225>

N

- Ndiaga Loum, « Paradigme de l'interdisciplinarité, communication et développement international », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 4 | 2014, mis en ligne le 01 janvier 2014, URL : <http://rfsic.revues.org/961>
- Ndiaye Papa *et al*, 2010, « *Participation communautaire dans un projet de latrines en zone rurale sénégalaise* », *Santé Publique*, 2010/1 Vol. 22, p. 147-154, disponible en ligne : <http://www.cairn.info/revue-sante-publique-2010-1-page-147.htm>
- Nubukpo K., 2013, « *Quel futur pour l'Afrique ? Evolution des paradigmes du développement, débats méthodologiques et perspectives* ». *L'Économie politique*. n° 59(3):76–90.

O

- OCDE, 2017, <https://www.oecd.org/fr/presse/l-aide-au-developpement-reste-stable-et-les-apports-aux-pays-les-plus-pauvres-augmentent-en-2017.htm>
- OCDE, 2018, <https://www.oecd.org/fr/presse/repli-de-l-aide-au-developpement-en-2018-en-particulier-vers-les-pays-qui-en-ont-le-plus-besoin.htm>
- OCDE, 2018, « *Repli de l'aide au développement en 2018, en particulier vers les pays qui en ont le plus besoin* » <https://www.oecd.org/fr/presse/repli-de-l-aide-au-developpement-en-2018-en-particulier-vers-les-pays-qui-en-ont-le-plus-besoin.htm>
- OCDE, 2017, « agir avec l'Afrique » <http://www.oecd.org/global-relations/Agir-avec-Afrique.pdf>
- OCDE.stat « Versements d'aide (APD) vers les pays et régions ». En ligne : <https://stats.oecd.org/Index.aspx?datasetcode=TABLE2A&lang=fr>
- Ofpra, 2014 « *situation actuelle des personnes homosexuelles au Sénégal* ». En ligne https://www.ofpra.gouv.fr/sites/default/files/atoms/files/didr_fiche_thematique_senegal_la_situation_actuelle_des_personnes_homosexuelles_ofpra_15.05.2015.pdf

P

- Picard Dominique (1992) « *De la communication à l'interaction : l'évolution des modèles* » En ligne http://www.persee.fr/docAsPDF/colan_0336-1500_1992_num_93_1_2380.pdf
- Puech Laurent, « L'aide contrainte dans le champ administratif », *Empan*, 2013/1 (n° 89), p. 38-47. URL : <https://www.cairn.info/revue-empnan-2013-1-page-38.htm>

O

- Olivier Sagna, 2006, « *le Sénégal en marche vers la société de l'information (1996-2006)* ». Communication aux Rencontres africaines d'eAtlas francophone de la Société de l'Information, Dakar, 26-28 avril 2006. Cité par Ibrahima Sylla « *TIC et accès des ruraux à l'information* » Netcom. <http://netcom.revues.org/2073>
- Olivia Belin, 2007, « *une définition mixte de l'organisation : une intentionnalité théorique et méthodologique* », *Communication et organisation* <http://communicationorganisation.revues.org/196>
- Olivier Moch, 2016, « *communication de groupe et communication de masse, quelles différences ?* ». En ligne : « <http://olivier-moch.over-blog.net/article-communication-de-groupe-et-communication-de-masse-quelles-differences-74641564.html> ».
- Oboulot, « *Fiche technique : les ONG* », En ligne : <http://politique-et-international.oboulo.com/fiche-technique-ong-24957.html>

- Organisation Mondiale de la Santé (2017) « *Maladie à virus Ebola, Aide-mémoire* » En ligne : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs103/fr/>
- Ousmane Sembene, 1991, « *Guelwaar* », En ligne : <https://youtu.be/6hthcEd5mGE>
- Ousmane Sembene (1923-2007), Ecrivain, romancier, réalisateur et cinéaste Sénégalais
- Oxfam France, *page Facebook de l'ONG* [En ligne] <https://www.facebook.com/OxfamFrance>.

P

- Pädagogisches Institut für die deutsche Sprachgruppe, 2010, « socio-constructivisme » <http://www.blikk.it/angebote/reformpaedagogik/rp70111.htm>
- Patard Alexandra, 2020, « *Étude sur l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et du mobile au 1er trimestre 2020* ». <https://www.blogdumoderateur.com/internet-reseaux-sociaux-mobile-t1-2020/>
- Paugam Serge, « *La condition ouvrière : de l'intégration laborieuse à l'intégration disqualifiante* », *Cités*, 2008/3 (n° 35), p. 13-32. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-cites-2008-3-page-13.htm>
- Paugam, Serge, 2010, « *Méthodes* », Serge Paugam éd., *Les 100 mots de la sociologie*. Presses Universitaires de France, pp. 23-43
- Péliissier D., 2017, « *Initiation à la lexicométrie Approche pédagogique à partir de l'étude d'un corpus avec le logiciel* », en ligne : https://presnumorg.hypotheses.org/files/2016/04/Initiation_lexico_Iramuteq_Mars2017_v6.pdf. Université Toulouse 1 Capitole
- Peyroux Elisabeth et Olivier Ninot, 2019 « *La révolution numérique en Afrique* ». En ligne <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/38534-la-revolution-numerique-en-afrique>
- Prosad, 2006, « *module XI la communication pour le changement de comportement, Programme Santé Sexuelle, Droits Humains* », en ligne http://www.german-practice-collection.org/en/download-centre/doc_download/768,
- Nations Unies, 2015, « *Rapport 2015 : Objectifs du Millénaire pour le développement* » En ligne : « http://www.un.org/fr/millenniumgoals/reports/2015/pdf/rapport_2015.pdf ».
- Picard Dominique, 1992, « *de la communication à l'interaction : l'évolution des modèles* ». En ligne http://www.persee.fr/docAsPDF/colan_0336-1500_1992_num_93_1_2380.pdf
- Piveteau Alain, 2005 « *Entre État et marché : les ONG de développement face à la critique* ». IRD en ligne : https://www.researchgate.net/publication/278780099_Entre_Etat_et_marche_les_ONG_face_a_la_critique
- Perroulaz G. 2004, « *le rôle des ONG dans la politique de développement : forces et limites, légitimité et contrôle* ». Annuaire suisse de politique de développement. 2004 Nov. 1 ;(Vol. 23, n°2) :9–24.
- Pérouse de Montclos M-A., 2013, « *les ONG et La mesure du développement : entre performance et communication* ». *Revue Tiers Monde*. n°213(1):71–86.
- Pérouse de Montclos M-A., 2009, « *du développement à l'humanitaire, ou le triomphe de la com'* ». *Revue Tiers Monde*. n° 200(4):751–66.
- Pouillon François, « *Le texte de Mauss* », [en ligne] <http://www.universalis.fr/encyclopedie/don/1-le-texte-de-mauss>

- Pouillon François, « *Don* », Encyclopædia Universalis [en ligne], URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/don>
- Pierre Valette Florence, 1988, « *les styles de vie, Economica* ». Et Florence Kluckhorn: anthropologue.
- Pierret Régis, 2013, « *Qu'est-ce que la précarité ?* » p.303-330 <http://journals.openedition.org/socio/511#tocto1n1>
- Prof. Neils Röling, 2010, « *changement pour les nouveaux systèmes d'innovation* », BlipTV, <http://blip.tv/iied/prof-neils-r%C3%B6ling-emeritus-professor-university-of-wageningen-the-netherlands-4033410>
- Programme Santé Sexuelle, Droits Humains (PROSAD) 2006, « *module xi la communication pour le changement de comportement* », 3ème édition, En ligne https://health.bmz.de/ghpc/case-studies/Going_all_out_for_human_rights_and_sexual_health/Toolbox_1/module_11.pdf
- Pouligny B., 2001, « *la communauté internationale face aux crimes de masse : les limites d'une communauté d'humanité* ». Revue internationale de politique comparée. Vol. 8(1):93–108

Q

- Quéinnec Erwan, « *La performance opérationnelle des ONG humanitaires : une analyse en termes d'enjeux institutionnels* », Revue Tiers Monde, 2003/3 (n° 175), p. 657-681. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2003-3-page-657.htm>

R

- Radiotélévision du Sénégal (RTS), 2009, « *Abdoulaye Wade lors du Sommet de la FAO à Rome* », <https://www.youtube.com/watch?v=FyPtdvys5-M>,
- Rapport annuel 2019 du FMI « *Un monde connecté* » p.22. En ligne : <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2019/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2019-fr.pdf>
- Rapport 2018 sur la pauvreté et la prospérité partagée : compléter le puzzle de la pauvreté. En ligne <https://www.banquemondiale.org/fr/research/brief/poverty-and-shared-prosperity-2018-piecing-together-the-poverty-puzzle-frequently-asked-questions#:~:text=Dans%20toutes%20les%20r%C3%A9gions%20%C3%A0,du%20s-euil%20international%20de%20pauvret%C3%A9>
- Ravault René-Jean. Colonialisme culturel et « coerséductions » autochtones. In: Communication. Information Médias Théories, volume 8 n°1, printemps 1986. pp. 54-106; https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1986_num_8_1_1343
- Raynal S, Chedru M. 2009, « *Multiculturalité et interculturalité en management de projet. Humanisme et Entreprise* ». n° 292(2) :77–99.
- Raynal S, Ferguson LB., 2008, « *l'intégration : du multiculturel à l'intraculturel. Humanisme et Entreprise* ». n° 287(2):77–95.
- Renaud Lise et Rico de Sotelo Carmen, « *Communication et santé : des paradigmes concurrents* », *Santé Publique*, 2007/1 Vol. 19, p. 31-38. <https://www.cairn.info/revue-sante-publique-2007-1-page-31.htm>
- Renaudin Marine, experte technique au Togo pour Agronomes et vétérinaires sans frontières (AVSF), [En ligne] <http://youtu.be/rjO4-vAHGoY>
- Rérat, Patrick. « *Les migrations internes des jeunes diplômés universitaires du Jura suisse : parcours, sélectivité et motivations* », *Annales de géographie*, vol. 706, no. 6, 2015, pp. 627-652.

- Réseau de solidarité des associations messines, 2015, « *Atelier de réflexion et d'action « accès à la culture et insertion sociale »* ». en ligne : http://reseau.solidarite.free.fr/Acces_a_la_culture/2015_03_25_Problematique_acces_a_la_culture.pdf
- RFI, et Tirthankar Chanda 2019, « Les combats pour l'histoire africaine de Cheikh Anta Diop », en ligne : <http://www.rfi.fr/fr/afrique/20160207-cheikh-anta-diop-grand-defenseur-histoire-africaine-unesco-anniversaire-mort>
- Ritimo.org (2012), « *Bibliographie sur les ONG* » en ligne : <https://www.ritimo.org/Bibliographie-sur-les-ONG#intertitre0>
- Rittiner Mylène, 2017, « *L'aide contrainte dans le domaine de la protection de l'enfance* », Haute École de Travail Social – HES·SO//Valais – Wallis, en ligne http://doc.rero.ch/record/278806/files/TB_RITTINER_Myl_ne.pdf
- Rollingbox, Blog, 2015, « Top 10 des Réseaux sociaux les plus populaires au monde ». En ligne, <https://rollingbox.com/blog/reseaux-sociaux/top-10-reseaux-sociaux-octobre-2014>
- Roussel François-Gabriel, 19 | 2001, « *Vers une réalité de 3^e et de 4^e ordre ? (réflexions sur le constructivisme contemporain)* », Communication et organisation [En ligne], mis en ligne le 27 mars 2012, URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2503>
- Rubio François, 2004, « *dictionnaire pratique des organisations non-gouvernementales* ». Ellipses, France, les presses de Normandie Roto Impression. 414p.
- Rurka Anna, responsable de groupe de travail (Commission démocratie, cohésion sociale et enjeux mondiaux). Chargé du suivi du programme « Construire l'Europe pour et avec les enfants ». <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805ab948>
- Rukundo, 2010 « *Evaluation des résultats de la campagne d'insémination artificielle bovine dans le département de Mbour au Sénégal : cas du projet GOANA (Grande Offensive Agricole pour la Nourriture et l'Abondance)* », Mémoire, Université Cheikh Anta DIOP de Dakar, en ligne : http://www.memoireonline.com/05/12/5864/m_Evaluation-des-resultats-de-la-campagne-dinsemination-artificielle-bovine-dans-le-departement53.html
- Ryfman Philippe, 2014 « *les ONG* ». La Découverte/paris 2009 (2014 troisième édition),127p. (Collection Repère). p.19

S

- Saint-Amand Magali, Pronovost Gilles, 2001/1, « *Usages et usagers d'Internet : l'état des lieux* », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, (Volume 2001), p. 97-103. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2001-1-page-97.htm>
- Sankara Blandine, septembre 2010, Observateur, IIED, blip.TV, <http://blip.tv/iied/observateurs-4092995>
- Sanou Mbaye, 1995 « *L'Afrique noire face aux pièges du libéralisme* » en ligne : <http://mbaye.info/2002/07/14/afrique-noire-face-aux-pieges-du-liberalisme/462>
- *Santé Publique*, 2010/1 Vol. 22, p. 147-154, disponible en ligne : <http://www.cairn.info/revue-sante-publique-2010-1-page-147.htm>

- Scroferneker Andrade, Cleusa Maria. « Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle » dans un pays de contact ? », *Sociétés*, vol. n° 83, no. 1, 2004, pp. 79-88. https://fr.wikipedia.org/wiki/Communication_organisationnelle
- Sellenet, Catherine. « Coopération, coéducation entre parents et professionnels de la protection de l'enfance », *Vie sociale*, vol. 2, no. 2, 2008, pp. 15-30
- Serrano Yeny, « Dominique WOLTON, Informer n'est pas communiquer », Questions de communication [En ligne], 17 | 2010, en ligne le 23 jan. 2012 <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/254>
- Shan B. 2004, « *la communication interculturelle : ses fondements, les obstacles à son développement* ». Communication et organisation. <http://communicationorganisation.revues.org/2928>
- Signoré Franck, 2013, « *Interview : Chargé de mission à l'Institut Régionale de Coopération et Développement* » – IRCOD, 12 février 2013 Strasbourg – France.
- Sjur Bergan, dir. ; Jean-Philippe Restoueix, dir, 2009, « *Dialogue interculturel sur les campus universitaires* », 223p, https://liseo.ciep.fr/index.php?lvl=notice_display&id=27470
- Sylvie Jaglin, 2001 « *des ONG dans les villes africaines. Le « partenariat », un outil d'autoreproduction ?* Mouvements (no13), p. 119-126. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-1-page-119.htm>
- Sylvie Thiéblemont-Dollet, 2003 « *Interculturalités* », Questions de communication, [En ligne] : <http://questionsdecommunication.revues.org/4257>
- Sos Faim, 2012, « *le paradoxe de la faim dans le monde* » - Version actualisée, <http://youtu.be/iswD-wgR6Yg> et Interview de Marine Renaudin, experte technique au Togo pour Agronomes et vétérinaires sans frontières (AVSF), <http://youtu.be/rjO4-vAHGoY>
- Stéphanie Dupont, 2002, « *les enjeux d'internet dans la communication des associations* », Mémoire, Université de la Méditerranée, Ecole de Journalisme et de Communication de Marseille, 126p. En ligne <http://stephanie.dupont3.free.fr/integral.pdf>
- Stéphanie Dupont, 2002, « *Historique de la communication associative* », <http://stephanie.dupont3.free.fr/historique.htm>
- Sean MacBride, 1980, « *Voix multiples, un seul monde : Rapport commission internationale d'étude des problèmes de communication* ». Paris, p.43 disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>

T

- Tarik Dahou, 2003 « *Clientélisme et ONG* », Journal des anthropologues [En ligne], 94-95 |, mis en ligne le 22 février 2009, URL : <http://journals.openedition.org/jda/1993>
- Tavernier Christine, 2017, « *qu'est ce que l'approche systémique* » <https://www.formation-therapeute.com/approche-systemique/quest-ce-que-lapproche-systemique.html>
- Tendeng Anda 2015 « *Questionnaire sur les obstacles liés à la communication des ONG : le cas du Sénégal* », <https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dENKMGtTSDQ3SnIHaHII NIhKRHdsS0E6MQ>.
- Tendeng Anda, 2018 « *Enquête auprès des Travailleurs sociaux et assistants de service social sur l'aide éducative à domicile* » Conseil départemental du Bas-Rhin – UTAMS EMS SUD

- Tendeng Anda Frédéric, 2017, « enquête sur l'aide éducative à domicile dans le cadre de l'intervention d'un Assistant de service social à domicile ». <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdnYbEWfZLS0cRkaOqSONTdNDGCaSFJalPtviLxeU6SLJKP3g/viewform>
- Tendeng Anda, 2015, « *les ONG dans les réseaux sociaux ; état des lieux* ». « Présentation des résultats de recherche auprès du Laboratoire interuniversitaire des sciences de l'éducation et de la communication. EA2310 (Groupe Teck and CO). Université de Strasbourg -Université Haute alsace et Nancy.
- Trabelsi Salma. 2016 « *Développement local et valorisation du patrimoine culturel fragile : le rôle médiateur des ONG : cas du Sud-tunisien* ». Sciences de l'information et de la communication. Université Côte d'Azur
- Traverses n°37, mai 2012 « *Les ONG de développement face à l'urgence, Actes de la journée d'études du 09 février 2012* », Coordination : C. Castellonet, A. Quentin, Rédaction : C. Le Jean,
- Traverser la frontière, 2020, « *Road-trip en Afrique de l'Ouest : Une famille en voyage pendant 14 mois !* ». 19 secondes 30 – 21seconde. En ligne <https://traverserlafrontiere.com/podcast-106-famille-afrique-ouest/>
- Troube, Christian, 2009, Paris : LAROUSSE, , 128 P <https://www.ritimo.org/Bibliographie-sur-les-ONG>
- The Nomad Experiment, 2009, « *de l'échec des projets de développement au Sénégal* », <http://nomadxperiment.wordpress.com/2009/05/08/de-lechec-des-projets-de-developpement-au-senegal/>
- Tostan France, 2012, « *construire des ponts entre les communautés africaines : lancement du projet Paix et Sécurité au Sénégal* » http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=ymf2Ou5kMwA
- Techno-science, La *communication*, glossaire et définition, <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=4201>
- Tereno Susana est Docteur en Psychologie Clinique, Enseignant-Chercheur à l'Institut de Psychologie de l'Université Paris Descartes, Sorbonne Paris Cité. Article : Attachements et détachements : la trame des interactions familiales

U

- UDAF, 2016, « *Chiffres clés de la Famille 2016* » http://www.udaf42.org/sites/default/files/Chiffres_cles_2016.pdf p.15
- USAID, « *Facebook de l'ONG* », <https://www.facebook.com/USAIDSenegal>,
- Unesco, 1980, « *commission internationale d'étude des problèmes de communication* », Paris, p.6, 379p, disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>
- Unesco, 1999, « *Histoire générale de l'Afrique*, en ligne <https://fr.unesco.org/general-history-africa>
- Union internationale des associations pour la Société des Nations (Bruxelles), « *Rapports annuels des associations pour l'année 1930* » <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5705543q/f3.image>, ftp://ftp.bnf.fr/570/N5705543_PDF_1_-1DM.pdf

V

- Vacher Béatrice, « *Articulation entre communication, information et organisation en SIC* », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, (Volume 2009), p. 119-

143. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2009-1-page-119.htm>

- Verstraete Rémi (2019) « Daniel Guéguen "Le lobbying des ONG est plus efficace que celui des secteurs économiques" ». En ligne : <https://www.lecho.be/opinions/carte-blanche/daniel-gueguen-le-lobbying-des-ong-est-plus-efficace-que-celui-des-secteurs-economiques/10118895.html>
- Viallon Philippe, 1990, « analyse contrastive des discours télévisuels français et allemand : le journal télévisé » UPVM - Université Paul Verlaine – Metz, [En ligne] http://docnum.univ-lorraine.fr/public/UPV-M/Theses/1990/Viallon.Philippe_1.LMZ901.pdf
- Viallon Philippe, « Introduction. Bénévolat, lien social et numérique », *Les Cahiers du numérique*, 2017/2 (Vol. 13), p. 9-23. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-9.htm>
- Viallon Philippe, 2017/2, « Introduction. Bénévolat, lien social et numérique », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 13), p. 9-23. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2017-2-page-9.htm>
- Vrydaghs David, « Adhésion », dans Anthony Glinoeur et Denis Saint-Amand (dir.), *Le lexique socius*, URL : <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/70-adhesion>
- Vrydaghs, David. « La concurrence des adhésions. Nietzsche et surréalisme chez André Masson », *Sociologie de l'Art*, vol. opus 15, no. 1, 2010, pp. 159-185

W

- Walt Borges, 2015 *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)* « Two-step flow of communication », en ligne <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/two-step-flow-of-communication>
- Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson D., « *une logique de la communication* ». Seuil 1972 p. 48
- Wassenberg B., 2013, « *la place des ONG au conseil de l'Europe de 1952 à nos jours* ». *Relations internationales*. n° 152(4):77-92
- Wolton Dominique, « *L'autre mondialisation* », Flammarion, 2003, 211 pages,
- Wolton Dominique, 2019, « *Les défis politiques, techniques et culturels de l'information et de la communication* » congrès mondial des chaires Unesco en communication, Strasbourg ».
- Wolton, Dominique. « *Postface : Internet, un exemple d'incommunication* », *Hermès, La Revue*, vol. 53, no. 1, 2009, pp. 183-184
- Wolton (Dominique) 1997, « *Penser la communication* » - Paris : Flammarion. 410 p.
- Wolton Dominique, 2019, « Liberté d'expression à l'ère numérique de l'infox à l'intelligence artificielle », 8eme rencontre annuelle du réseau internationale des Chaires Unesco ORBICOM.
- Worldvision, 2013, « *Président World Vision International Kevin Jenkins visit to Bambey Sénégal* », en ligne « <http://youtu.be/loHNDMdfDBY> ».
- Worou Houndekon, R. (2021). « *Déterminants des pratiques du lobbying des ONG d'environnement au Bénin*. *Question(s) de management*, 31, 15-28. <https://www.cairn.info/revue-questions-de-management-2021-1-page-15.htm>
- Winter Gérard, 2001, « *Inégalités et politiques publiques en Afrique : Pluralité des normes et jeux d'acteurs* », Éditions Karthala et IRD, Paris, p 287.

- Wikim, 2009, « *laboratoire, renforcer la cohésion sociale par l'apprentissage culturel et linguistique* », <http://conseil-recherche-innovation.net/projets/wikim>

X

- XVème Congrès international de l'ARIC, 2015, « L'interculturel aujourd'hui. Perspectives et enjeux », <http://www.lisec-recherche.eu/content/xveme-congres-international-de-laric-linterculturel-aujourd'hui-perspectives-et-enjeux>

Sitographie

- https://www.ined.fr/fichier/s_rubrique/211/569.population.societes.tous.pays.monde.2019.fr.pdf
- [Coût de la vie et Prix au Sénégal en 2021, pour vivre ou voyager \(combien-coute.net\)](http://www.combien-coute.net)
- https://www.avsf.org/fr/pays_de_cooperation
- <https://www.resakss.org/sites/default/files/pdfs//senegal-caadp-brief-4-plan-national-de-dveloppement-42486.pdf>
- <https://www.coe.int/fr/web/ingo/database>
- <https://www.coe.int/fr/web/ingo/january-2016>
- <https://www.coe.int/fr/web/ingo/sessions>
- <https://www.mdas.org/agenda/le-village-des-assos/>
- <https://www.coordinationsud.org/wp-content/uploads/210416-CSUD-Liste-organisations-membres.pdf>
- <https://www.coordinationsud.org/espace-membres/liste-des-membres/?localisations=afrique>
- <https://www.coordinationsud.org/espace-membres/liste-des-membres/?localisations=senegal>
- <https://pfongue.org/-Liste-des-membres-.html>
- https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/b_fdi_03_05/010016120.pdf
- <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5705543q/f3.image>,
- ftp://ftp.bnf.fr/570/N5705543_PDF_1_-1DM.pdf »
- Philippe Ryfman <http://www.philippe-ryfman.fr/pages/index.html>
- <https://blogs.mediapart.fr/grotius/blog/120111/la-communication-des-ong-humanitaires-un-recit-previsible>
- Coordination SUD en ligne : <https://www.coordinationsud.org/>
- La communication pour le développement : accroître l'efficacité des Nations Unies [c4d-effectiveness-of-UN-FR.pdf](http://www.c4d-effectiveness-of-UN-FR.pdf)
- Secrétaire permanent pour le suivi des politiques de réformes et des programmes financiers « La communication comme outils de développement » 2009, en ligne : [La communication comme outils de développement \(togoreforme.com\)](http://www.togoreforme.com)
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Enjeu>
- Les jurys citoyens en Espagne : vers un nouveau modèle de démocratie locale ? <http://www.cairn.info/revue-mouvements-2001-5-page-132.htm>
- <https://fr.slideshare.net/salahabdessemed1/informationducationcommunication>
- [silvio waisbord - Google Scholar](https://scholar.google.com/citations?user=silvio-waisbord)
- <https://dreparvie.org/association/international/campagnes-iec/>
- [Information, éducation et communication | Afrique Avenir](http://www.information-education-communication.org)

- NHMRC, « Diffusion et communication »
<https://www.nhmrc.gov.au/guidelinesforguidelines/implement/dissemination-and-communication>
- [https://psyaanalyse.com/pdf/LA%20COMMUNICATION%20INTERCULTURELLE%20-%20COMMUNICATION%20INTERPERSONNELLE%20-%20WIKIPEDIA%20\(12%20pages%20-%20319%20ko\).pdf](https://psyaanalyse.com/pdf/LA%20COMMUNICATION%20INTERCULTURELLE%20-%20COMMUNICATION%20INTERPERSONNELLE%20-%20WIKIPEDIA%20(12%20pages%20-%20319%20ko).pdf)
- <https://cassandra.wordpress.com/2010/07/13/les-lacunes-du-journalisme-font-le-bonheur-des-ong/>
- Institut Supérieur des Sciences de l'information et de la Communication.
<http://www.issic.sn/Formations-issic>
- Fondements théoriques de l'approche systémique,
https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf
- http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf
- https://static.convergencerh.com/medias/5/Fondements_theoriques_de_la_systemique.pdf
- Théorie systémique, <https://gdlyon.pagesperso-orange.fr/070TheoSystem.pdf>
- <https://www.formation-therapeute.com/approche-systemique/quest-ce-que-lapproche-systemique.html>
- http://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf
- <https://zenitcoachinglabaule.blogspot.com/2017/09/theorie-de-la-communication-et-approche.html>
- [http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Constructivisme%20\(relations%20internationales\)/fr-fr/](http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Constructivisme%20(relations%20internationales)/fr-fr/)
- <https://odyseedoc.wordpress.com/2016/04/19/theories-et-modeles-de-la-communication/#constructivisme>
- <https://www.oecd.org/fr/cad/financementpourledeveloppementdurable/normes-financement-developpement/aide-publique-au-developpement.htm>
- Stéréotypes : <https://www.cec-ong.org/observatoire-des-stereotypes>
- Droit de l'enfant : https://www.droitsenfant.fr/cide_enfant.htm
- Dictionnaire <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9A0955>
- Aide Sociale à l'enfance : <https://sante.lefigaro.fr/social/insertion/laide-sociale/quest-ce-que-cest>
- Aide contrainte : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/contrainte/18670>
- Dictionnaire <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9A0526>
- Dictionnaire <http://www.dicolatin.com/FR/LAK/0/ADHAESIO/index.htm>
- Relation d'aide : <https://www.toutsimenon.com/assets/cache/blog/f92394-la-relation-d%27aide-selon-carl-rogers>
- La précarité : www.observationsociete.fr/travail/statuts/letendue-de-la-precarite-en-france.html
- CNLE, 2008, <https://www.cnle.gouv.fr/loi-d-orientation-du-29-juillet.html>
- Aide et action, Domaines d'intervention de l'association, en Ligne :
<https://france.aide-et-action.org/notre-association/theme-mission-humanitaire/>
- une collaboration entre Initiatives et Changement et le Conseil de l'Europe.
<http://www.caux.iofc.org/fr/boite-a-outils-dialogue>
- Base de données des ONG, en Ligne : <http://coe-ngo.org/#/ingos>

- <http://www.iramuteq.org/>
- Coordination SUD, « Répertoire des membres de Coordination SUD » en ligne : <https://www.coordinationsud.org/espace-membres/liste-des-membres/>
- *Utilisateurs actifs des Réseaux sociaux* : <https://rollingbox.com/blog/reseaux-sociaux/top-10-reseaux-sociaux-octobre-2014>
- *Afrique au temps des colonies* : <https://www.geo.fr/histoire/l-afrique-au-temps-des-colonies-par-la-ruse-et-par-la-force-161065#:~:text=1850%20D%C3%A9but%20de%20la%20colonisation,protectorats%20avec%20les%20chefs%20noirs.>
- *La guerre de Biafra* : https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/08/23/il-y-a-cinquante-ans-au-biafra-l-avenement-de-l-humanitaire-a-la-francaise_6049677_3212.html#:~:text=%C2%AB%20La%20guerre%20au%20Biafra%20marque,I%20et%20%C3%A0%20l'universit%C3%A9
- *Académie de Géopolitique de Paris (2016)*
<http://www.academiegeopolitiquedeparis.com/les-ong-et-leur-influence-dans-les-relations-internationales/>
- <https://www.eaupourlavie.org/nos-actions/en-france/sensibilisation-grand-public/>
- http://laboress-afrique.org/ressources/assets/doc/Document_N01097.pdf
- <https://www.amnesty.fr/pays/senegal>
- Echec de la communication des ONG. Exemple de [Tostan: Communities Bridge Boundaries at Peace and Security Project Launch – YouTube](#)

Sommaire

Résumé 3

Abréviation.....	5
Introduction générale.....	8
- Thème : aide au développement pour les pays du tiers monde	10
- Sujet : la communication des ONG en Afrique et au Sénégal	12
- Problématique	18
« La communication des ONG internationales en question »	18
- Hypothèses de travail.....	28
- Cadre théorique	30
- Corpus.....	35
o Etat de la recherche sur la communication des ONG en général.....	37
- Méthodologie	41
o Cadre méthodologique.....	48
Première partie.....	54
Théories et Concepts	54
I. Théories et concepts.....	55
1. Qu'est-ce qu'une ONG	56
2. De la communication comme outil du développement à la communication pour le développement.....	81
3. Le concept de communication Internationale, est-il différent de ce que Lazarsfeld proposait avant ?	86
4. Contexte international et la place de la communication dans les organisations 90	
5. Enjeux de la communication internationale en Afrique	93
6. Nouveaux paradigmes de la communication Internationale des ONG Internationales en Afrique.....	100
7. Place de la culture et des valeurs locales dans la communication des ONG internationales.	105
- Dimension Interculturelle	109
8. L'approche conceptuelle sur la communication	111
1. Premier domaine : la communication interpersonnelle.	125
2. Le deuxième domaine : la communication institutionnelle.....	126

3.	Le troisième domaine : la communication de masse.....	127
4.	Quatrième domaine : la communication pour le développement.....	129
8.4.1.	Communication et culture locale	131
8.4.2.	Evolutions des concepts de la communication diffusionniste, de masse, participative et de communication hors media dans un contexte africain.....	132
8.4.3.	Théorie sur les stratégies de communication des ONG	135
II.	Approches théoriques : Approche systémique, constructiviste	137
	Approche systémique et constructiviste.	138
1.1.	Approche systémique.....	141
1.1.1.	La notion de système du point de vue des auteurs :.....	145
1.1.2.	L’approche systémique entre interaction globalité et complexité.	147
1.1.1.	Quelques principes de l’approche systémique	151
1.1.2.	Approche systémique communication – relation	153
1.1.3.	L’approche systémique d’une organisation	154
1.1.1.	Etapes de l’approche systémique	155
1.1.4.	Intérêt de cette approche	156
1.1.	APPROCHE CONSTRUCTIVISTE	157
1.1.1.	Les différents principes de l’approche constructiviste :.....	167
1.1.1.1.	Principes dits faibles	168
1.1.1.2.	Principes dits « forts »	171
	Deuxième partie 2 :	175
I.	Contexte de l’étude et motivations	176
-	Constats sur le terrain :	180
1.	Complexité de la relation ONG et bénéficiaires	181
1.1.	Quelques éléments de la communication des ONG internationales en Afrique en général et au Sénégal en particulier.....	184
1.1.1.	L’interculturel comme problème de terrain.....	184
1.1.2.	La place de la culture locale dans la communication internationale.	187
1.1.3.	Faible participation des populations aux initiatives.	189
1.1.4.	La communication institutionnelle : une crise récurrente	192
1.1.5.	L’utilisation du don dans les relations entre ONG et bénéficiaires.....	194
1.1.6.	La culture comme premier obstacle à la communication	196

1.1.7.	L'organisation de la communication des ONG	199
1.1.8.	La mise en œuvre de la stratégie de communication est – elle inclusive participative ?	202
1.1.9.	L'impact des modèles importés et le rôle des intermédiaires	203
1.1.10.	La construction de représentations collectives et stéréotypes cultivées est-elle renforcée par les médias ?	204
1.1.11.	Importation de normes et modèles occidentaux dans un contexte africain..	206
1.1.12.	Création d'un vocabulaire pour justifier l'action des ONG	206
1.1.13.	L'influence des ONG à travers les leaders d'opinion.	207
2.	La relation d'aide dans une action sociale et envers les personnes en situation de précarité.	208
2.1.	Comparaison et point de similitude entre l'aide sociale et l'aide des ONG .	209
2.2.	La notion d'aide, d'aide sociale et d'aide contrainte : définitions.....	213
2.3.	La notion de l'adhésion : définitions	217
2.4.	La relation d'aide et relation à l'autre	220
2.5.	Comprendre « l'adhésion » et « l'accompagnement » « dans la relation à l'autre ». 221	
1.1.	L'intervention à domicile	226
1.2.	Les formes possibles d'adhésion des familles	228
1.2.1.	La dimension affective au cours de l'accompagnement et la naissance d'un lien d'attachement	230
1.2.2.	Les enjeux de l'intervention sociale d'un Assistant Sociale à domicile.....	232
1.2.2.1.	Les représentations personnelles facteur de blocage	232
1.2.2.2.	Définition de la notion de précarité qui pourrait justifier une intervention sociale. 234	
-	Précarité culturelle.....	236
	Troisième partie 3.....	239
	Approche méthodologique.....	239
I.1.	Approche méthodologique	240
I.1.1.	Retour sur cette recherche, sur le ou les évolutions et études proposées.....	240
I.1.1.1.	Vers une dynamique des Réseaux Sociaux Numériques.	242
I.1.1.1.	Une observation participante pour mieux comprendre le fonctionnement des ONG internationales	253

I.1.1.2.	Une validation avec les évènements scientifiques et une ouverture vers la méthode qualitative.	255
I.1.1.3.	Formations, outils, colloques scientifiques, entretiens et immersion dans le monde des ONG internationales.	258
I.1.1.2.	Autres méthodes, délimitation, questionnaires cette recherche	266
I.1.1.3.	Reduction de l'échantillon à étudier : le cas du Sénégal.	270
I.2.	Questionnaires	270
I.2.1.	Questionnaire sur les obstacles liés à la communication des ONG	271
I.2.2.	Questionnaires sur le bénévolat	275
I.2.3.	Questionnaire sur les ONG dans les Réseaux Sociaux Numériques (RSN). ..	277
I.2.4.	Panorama des répondants aux 4 enquêtes proposées	279
	Quatrième partie 4	288
	Résultats des enquêtes & analyse	288
	Les résultats enquêtes & analyses	289
I.	Enquêtes de terrains et résultats :	289
	Répondants de l'Enquête ONG-Bénéficiaires : Graphique 1	290
I.1.	Enquête auprès des ONG et bénéficiaires sur les obstacles liés à la communication. 302	
I.1.1.	Enquête sur les obstacles liés à la communication auprès bénéficiaires, journalistes, relais, étudiants	303
	Panorama de la communication des ONG au Sénégal pour voir au-delà des activités de communication proposées par les ONG	308
I.1.2.	Les obstacles de la communication internationale des ONG en Afrique : le cas du Sénégal 323	
I.1.3.	Synthèse des obstacles liés à la communication des ONG en Afrique	350
I.1.4.	Enquête auprès des ONG du conseil de l'Europe	351
I.1.	Les ONG internationales dans les réseaux sociaux numériques (RSN)	358
I.1.1.1.	Les ONG dans les médias : Graphique 2	374
I.1.2.	Quelle est la place dans les médias et les réseaux sociaux numériques de la communication des ONG ?	375
I.2.	« Les ONG dans les réseaux sociaux : état des lieux. »	378
I.2.1.	Panorama de la communication des ONG Européennes sur Facebook : Graphique 3 378	
I.2.2.	Panorama de la communication des ONG Européennes au Sénégal sur Facebook : Graphique 4	379

I.2.3. Panorama de la communication des ONG dans les réseaux sociaux en France : Graphique 5	380
I.2.4. Panorama de la communication des ONG dans les réseaux sociaux au Sénégal : Graphique 6	380
I.2.5. Classement des ONG dans les réseaux sociaux en France et au Sénégal : Graphique 7 381	
I.3. Enquête sur les RSN et bénévolat chez les ONG	382
I.3.1. Enquête auprès des bénévoles	382
I.3.2. Enquête sur les bénévoles auprès des ONG internationales	390
II. Les champs lexicaux des ONG qui interviennent en Afrique	395
III. Analyse des différents modes de communication des ONG Internationales en direction des populations bénéficiaires	408
IV. Modélisation de la communication des ONG : 7 Schémas proposés	429
Modélisation de la communication des ONG : 7 Schémas proposés sur la communication des ONG	430
Schéma 1 : problèmes de développement	430
Schéma 2 : Organisation de la communication des ONG	433
Schéma 3 : Les ONG en question.....	436
Schéma 4 : Problèmes Interculturels rencontrés par les ONG Internationales.....	439
Schéma 5 : Schéma de Shannon appliqué à la communication des ONG Internationales	443
Schéma 6 : Relations entre les ONG et les populations locales : motivations et conséquences.	446
Schéma 7 : Dimension Interculturelle	448
Validation des hypothèses	451
Conclusion	454
Bibliographie :	459
ANNEXE	490
Echantillonnage final	491
Motivation des bénévoles auprès des ONG	496
Liste des graphiques, figures et Schémas modélisés	498
Articles de presse traités sur Iramuteq	498
Table des illustrations	499

ANNEXE

Echantillonnage final

Nous avons choisi d'effectuer 65 entretiens pour l'ensemble des cibles citées ci-dessus nous ne considérons pas, l'échantillon, comme représentatif mais caractéristique de la population concernée.

Tableau récapitulatif de la composition de l'échantillon à interroger

NOM D'ONG	Année de création de l'ONG	Secteur d'intervention
<u>Acting For Life</u>	1970	Elevage
<u>ADER – Association pour le Développement Economique Régional</u>	1994	Développement et plaidoyer
<u>AGRISUD International</u>	1992	Agricole
<u>Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières</u>	1977	Elevage -agricole
<u>Aide et Action</u>	1981	Education
<u>Aide Médicale et Développement</u>	1988	Médecine et développement
<u>AIDES</u>	1984	médecine VIH sida
<u>Apiflordev</u>	2003	apiculture et élevage
<u>Apprentis d'Auteuil – Direction International et Prospective</u>	1866	fondation catholique
<u>ATD Quart Monde</u>	1957	Lutte contre la pauvreté développement
<u>Centre International d'Etudes pour le Développement Local</u>	2005	Formation
<u>Collectif des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations – Rhône-Alpes (COSIM Rhône-Alpes)</u>	2007	Défense de la migration
<u>CCFD</u>	1961	Education au développement et plaidoyer
<u>CSSSE omité de Suivi du Symposium sur les Sénégalais de l'Extérieur</u>	2002	immigration et accompagnement
Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations	2002	immigration et accompagnement

<u>Comité Français pour la Solidarité Internationale</u>	1960	Promotion de l'agriculture familiale
<u>Coopération et Formation au Développement</u>	1963	Solidarité et développement durable
<u>Délégation Catholique pour la Coopération</u>	1967	Volontariat de l'église catholique
<u>Eau Vive</u>	1978	Amélioration condition de vie
<u>Eclaireuses et Eclaireurs de France</u>	1911	Formation des jeunes
<u>Elevage sans frontières</u>	2001	Elevage, lutte contre la pauvreté
<u>Electriciens sans frontières</u>	1986	Accès à l'énergie
<u>Entraide Médicale Internationale</u>	1977	Santé, développement durable
<u>Environnement, Développement, Action</u>	1977	Santé
<u>Fédération Artisans du Monde</u>	1974	Commerce équitable
<u>Fédération Léo Lagrange</u>	1950	Éducation populaire et employeur de l'économie sociale
<u>Frères des Hommes</u>	1965	Agriculture, économie solidaire, démocratie citoyenne
<u>France Volontaires</u>	1965	Volontaires du Progrès Volontariats Internationaux d'Echange et de Solidarité (VIES)
<u>GESS – Récosol France Europe Afrique</u>	2012	porteurs et promoteurs des initiatives sociales et solidaires
<u>Grdr – Migration-Citoyenneté-Développement</u>	1969	migration, citoyenneté et développement
<u>Gret – professionnels du développement solidaire</u>	1976	groupe de recherche et d'échanges technologiques
<u>Groupement des Retraités Educateurs sans Frontières</u>	1990	éducatif, culturel et social
<u>Guilde Européenne du Raid</u>	1967	Aventure et de la Solidarité
<u>HAMAP</u>	1999	aide au développement

<u>Handicap International France</u>	1982	Organisation de solidarité internationale indépendante et impartiale
<u>Ingénieurs Sans Frontières</u>	1982	Développement durable, l'égalité des droits entre les populations et un exercice harmonieux des droits civils, politiques et économiques
<u>Institut Belleville</u>	1984	L'Institut Belleville est l'institut de coopération créé en 1984 par la CFDT pour mettre en œuvre sa politique de coopération internationale
<u>Institut de Recherche et d'Applications des Méthodes de développement</u>	1957	Coopération internationale
<u>La Voute Nubienne</u>	2000	Technique de construction ancestrale n'utilisant que des matériaux locaux (principalement la terre) qui permet la réalisation de maisons solides
<u>Max Havelaar France</u>	1992	Le commerce au service du développement : utiliser le commerce pour donner à des paysans et travailleurs de l'hémisphère sud les moyens de lutter eux-mêmes contre la pauvreté.
<u>Médecins du Monde</u>	1980	Soigne, intervient dans les catastrophes naturelles,
<u>Ordre de Malte France</u>	1927	LUTTE CONTRE LA LEPRE, une aide aux populations affectées notamment par la maladie, le handicap, la dépendance, les conflits, les catastrophes naturelles et toute autre détresse.
<u>Organisation PanAfricaine de Lutte pour la Santé</u>	1988	Réduire de 75% la mortalité maternelle en Afrique Subsaharienne Réduire de 2/3 la mortalité infantile en Afrique Subsaharienne. Combattre le VIH/SIDA,

		le Paludisme, la Tuberculose et autres maladies infectieuses.
<u>Oxfam France</u>	1988	Oxfam, une organisation internationale de développement qui mobilise le pouvoir citoyen contre la pauvreté. Recherche et Plaidoyer, Information et sensibilisation de l'opinion publique, Partenariats et projets terrain, Humanitaire.
<u>Plan France</u>	1993	5e ONG mondiale de développement. les besoins vitaux (santé, accès à l'eau, assainissement), l'éducation et la formation professionnelle, la protection contre la violence et l'exploitation, et la justice (afin de lutter contre les discriminations, et apprendre aux enfants à connaître et faire valoir leurs droits)
<u>Première urgence – Aide médicale internationale</u>	2011	PU-AMI a pour objectif de répondre à d'aider sur des question de santé, de sécurité alimentaire, La relance économique, Réhabilitation et construction, L'eau et l'assainissement
<u>Samusocial International</u>	1998	premier dispositif urbain d'urgence médico-psycho-sociale d'aide aux plus démunis. 4 missions : proposer aux enfants une aide médicale, un accompagnement psychosocial, une éducation préventive, et les préparer à la sortie de rue.
<u>Santé Sud</u>	1984	ONG de formation et d'accompagnement de projets. 4,4 millions de personnes ayant accès à des soins spécialisés (2,4 millions de Sénégalais et 2 millions de Maliens sont porteurs ou atteints de drépanocytose

<u>Secours Islamique France</u>	1991	Depuis plus de 20 ans, le SIF aide les plus démunis dans le respect des diversités culturelles, sans aucune distinction d'origine, de religion ou de genre.
<u>Secours populaire français</u>	1945	Le Secours populaire mène des premières actions au Sénégal pour venir en aide aux victimes de la sécheresse au début des années 1970. En 1984, l'association lance l'opération « haies vives », un projet de reboisement de 4 villages sénégalais. Celle-ci sera renforcée par l'opération « 100 000 arbres pour le Sahel » qui vise à lutter contre la désertification.
<u>Service de Coopération au Développement</u>	1959	Participe au développement par le Volontariat d'Échange et de Solidarité Internationale, dans un esprit d'ouverture et de partenariat. soutient leurs initiatives de changement social et de développement durable. le SCD recrute, forme et envoie des volontaires pour des missions de un an minimum. Il assure leur suivi sur le terrain.
<u>Sidaction</u>	1994	Sidaction a pour but le développement de la lutte contre le sida par le soutien à des programmes de recherche scientifique et médicale, de formation, de prévention, d'entraide, d'amélioration de la qualité de vie et des soins, et de soutien aux personnes atteintes par l'infection à VIH et/ou à leurs proches, en France et dans les pays en développement.
<u>SOLIDARITÉ</u>	1980	Elle appuie des initiatives en Afrique. Au Sud, travaillant exclusivement avec des organisations locales, elle encourage des

		programmes alternatifs au service des exclus afin de les aider à conquérir leur autonomie.
<u>Solidarité Laïque</u>	1956	Défendre les droits fondamentaux et particulièrement celui à l'éducation. Permettre aux femmes et aux hommes éduqués d'être responsables et libres afin qu'ils prennent en charge leur propre développement.
<u>Solidarité SIDA</u>	1992	
<u>Terre des Hommes France</u>	1963	Actions structurelles de lutte contre la pauvreté, cible les causes de la pauvreté, des injustices et des inégalités qui entraînent les situations d'abandon, de rejet ou d'exclusion sociale
<u>Union Nationale des Maisons Familiales Rurales d'Education et d'Orientation</u>	1942	depuis de très nombreuses années, un savoir-faire important en matière de coopération internationale pour répondre aux besoins des communautés paysannes dans le monde. Partager leurs savoir-faire en matière de pédagogie de l'alternance. Accroître l'organisation des groupements locaux.

Motivation des bénévoles auprès des ONG

Quelques réponses retenues sur la question de la motivation

- Bouger pour les autres, la joie du don de soi
- Servir les compatriotes étudiants avec les compétences que j'avais développé dans le cadre de mon domaine d'étude
- Venir en aide aux autres
- Apporter de l'aide à l'association dans le besoin tel que croix rouge resto du cœur
- Découvrir, Aider mon prochain, Je suis animée par l'esprit scout : "toujours prêt à servir"
- Être avec les enfants, Rendre service
- Mettre à contribution mes compétences d'expert RH au service d'une ONG
- Désir parental, Aider mon prochain, Le contact

- Parce que j'aime évoluer et participer au développement du pays, je trouve que c'est la meilleure façon.
- Organisation, Bon relationnel. Ecoute active et esprit d'équipe. Goût du challenge et dynamisme
- Développement personnel et mise en action de mes compétences pour une cause qui me tient à cœur
- Le problème de la vie humaine doit être abordé partout où elle se trouve. Donc, ma motivation est purement sociale afin d'apporter une assistance humanitaire aux personnes vulnérables.
- Partage, rencontre, solidarité, don de soi, ouverture, rencontre de l'Autre
- Implication dans des causes qui me tiennent à cœur
- Environnement
- Le partage, l'expérience, se sentir utile, Juste agir
- Me sentir utile, rencontrer des personnes avec les mêmes valeurs, refaire le monde, améliorer les choses
- L'esprit d'équipe
- Aider les autres tout apprenant d'eux et sur moi-même, acquérir de nouvelles compétences, m'ouvrir aux autres, favoriser mon employabilité, me sentir utile oui mais surtout l'être de manière concrète etc.
- Donner à ceux qui en ont besoin/ Je crois à la cause de défense des enfants/
- Appartenir au club, apporter sans contrepartie, sociale/ L'envie de faire ensemble/ Aides de proximités, occupation du temps hors études/ Acquérir de l'expérience et être solidaire/ Le travail que j'accomplis/ Le changement positif/ ça apporte beaucoup, donner en retour/ J'aime donner de mon temps libre pour aider les personnes en difficulté. Je me sens utile auprès de certains publics sensibles !
- Faire une activité extrascolaire, et aider les autres quand j'en ai le temps et la capacité.
- Aider mon prochain
- Lutter contre les discriminations (sexisme, racisme, homophobie,...), lutter pour les droits des animaux et proposer des alternatives politiques
- Rendre utile, offrir mon expérience,
- Être utile, rendre service, être impliqué dans un projet, rencontrer des nouvelles personnes
- Me sentir utile et être utile aux autres, me socialiser
- L'amour du bénévolat, Apporter mon aide, donner, apprendre, Aide au la personne
- Solidarité mobilité éducation informelle
- La cause humanitaire défendre l'égalité entre fille et garçon
- Aider les autres, soutenir
- Aider, faire découvrir le lire et aimer le livre. Aider les enfants défavorisés
- Solidarité, contact humain,
- Solidarité, entraide, Transformation sociale et progrès
- Aider, donner pour recevoir
- J'ai du Temps, vivre l'évangile, travail en équipe, richesse des rencontres
- Investissement personnel
- Adhérer le projet, Valeur commune avec l'association, altruisme,

Liste des graphiques, figures et Schémas modélisés

1. Graphique :

- **Grap1** : répondant de l'enquête à l'enquête sur les obstacles à la communication des ONG Internationales en Afrique : ONG et Bénéficiaires.
- **Grap2** : Principaux canaux et supports de communication des ONG Internationales au Sénégal
- **Grap3** : Panorama de la communication des ONG au Sénégal
- **Grap4** : Panorama de la communication des ONG Européennes sur Facebook
- **Grap5** : Panorama de la communication des ONG Européennes au Sénégal sur Facebook
- **Grap6** : Panorama de la communication des ONG dans les réseaux sociaux en France
- **Grap 7** : Panorama de la communication des ONG dans les réseaux sociaux au Sénégal

2. Figures

- **Fig1** : classement des obstacles liés à la communication des ONG internationales en Afrique
- **Fig2** : les 8 meilleures ONG dans les RSN

3. Schémas

- **Schéma 1** : Problèmes de développement : base de l'action des ONG
- **Schéma 2** : Organisation de la communication des ONG
- **Schéma 3** : Les ONG en question ?
- **Schéma 4** : Problèmes Interculturels rencontrés par les ONG Internationales
- **Schéma 5** : Schéma de Shannon appliqué à la communication des ONG Internationales
- **Schéma 6** : Relations entre les ONG et les populations locales : motivations et conséquences
- **Schéma 7** : Combat des ONGS (un idéal de vie) : différence culturelle, opportunité ou faiblesse

Articles de presse traités sur Iramuteq

Critères ou mots clés	Nombres d'articles
Articles sur les Obstacles à la communication	45
Articles sur les relations	15
Articles tirés de l'agence presse française (AFP)	139
Articles sur la communication d'Amnesty International	41
Articles tirés de l'agence presse africaine (APA)	95
Articles sur l'humanitaire en Afrique	153
Articles tirés du journal du Sénégal	46
Articles tirés du journal "le Soleil" (PQN)	393
Articles tirés de l'agence Pana press	53
Articles tirés du journal "Sud quotidien" (PQN)	121
Articles tirés du journal "Walfadjri" (PQN)	33
Articles sur le droit	15
Articles sur la motivation	136
Articles sur les ONG au Sénégal	49
Articles sur le conflit ONG-culture	9
Articles sur la présentation des ONG	11
Articles sur les projets des ONG	24
Articles sur la culture	8
Articles sur les ONG	90
TOTAL	1446

Table des illustrations

Figure 1 stratégies de Lobbying	78
Figure 2 : étapes de la démarche systémique.....	149
Figure 3 Cartographie générale d'une organisation	154
Figure 4 : Approche systémique	157
Figure 5 : tableau comparatif sur le constructivisme.....	164
Figure 6 : répondants.....	224
Figure 7 : la non-adhésion	225
Figure 8 : outils pour favoriser l'adhésion	226
Figure 9 évolution de la précarité.....	236
Figure 10 : relation franco-africaine.....	261
Figure 11 critères factiva.....	263
Figure 12 Alerte google.....	264
Figure 13 : répondants ensemble des enquêtes.....	280
Figure 14 : répondants bénévoles.....	281
Figure 15 enquête sur les obstacles liés à la communication	282
Figure 16 : obstacles répondants bénéficiaires	283
Figure 17 régions cibles	285
Figure 18 répondants ONG	286
Figure 19 répondants ONG et RSN.....	287
Figure 20 répondants obstacles bénéficiaires	290
Figure 21 obstacles liés à la communication.....	293
Figure 22 classe activités.....	294
Figure 23 comprendre les obstacles	295
Figure 24 détails classe.....	296
Figure 25 motifs de mobilisation des bénévoles	297
Figure 26 motif d'engagement par l'interculturel.....	298
Figure 27 motivations personnelles.....	299
Figure 28 répondants obstacles ONG.....	303
Figure 29 régions qui ont participé à l'enquête.....	306
Figure 30 activités des ONG	306
Figure 31 participation aux activités de communication.....	307
Figure 32 Panorama : Moyens, canaux et supports de communication des ONG Internationales au Sénégal	308
Figure 33 régularité des actions de communication	309
Figure 34 Territoires des Communications	310
Figure 35 personnes qui s'occupent de la communication des ONG	310
Figure 36 déroulement des activités de communication	311
Figure 37 obstacles à la com	313
Figure 38 raisons de l'échec des ONG.....	315
Figure 39 valeurs véhiculées par les ONG.....	316
Figure 40 adaptation au contexte local.....	318
Figure 41 perception des populations.....	318
Figure 42 maux liés à la perception négative	320

Figure 43 supports utilisés par les ONG.....	322
Figure 44 répondants obstacles	323
Figure 45 nombre de salariés.....	324
Figure 46 types d'activités proposées	324
Figure 47 publics touchés.....	326
Figure 48 activités proposées	327
Figure 49 évènement proposé.....	328
Figure 50 don et activités	328
Figure 51 réunions et bilans	328
Figure 52 périodicité	331
Figure 53 rayon d'action	331
Figure 54 cellule de communication	332
Figure 55 membres de la cellule de communication des ONG	332
Figure 56 budget de communication	333
Figure 57 définition de la communication vue par les bénéficiaires	334
Figure 58 déroulement activités de com.....	335
Figure 59 répondant enquête 1	336
Figure 60 nombre d'année de présence dans l'ONG.....	338
Figure 61 type de contrat de travail.....	338
Figure 62 connaissances et compétences en communication.....	339
Figure 63 obstacles liés à la communication/ ONG.....	339
Figure 64 échec de la communication vue par les ONG	341
Figure 65 définition de la communication globale.....	342
Figure 66 s'applique-t-elle du sommet à la base.....	343
Figure 67 les ONG Internationales dictent des valeurs et des conduites à tenir.....	344
Figure 68 l'esprit d'entreprise doit-elle s'appliquer partout.....	344
Figure 69 S'adapte-t-il au contexte local ?.....	345
Figure 70 La communication globale définie par le siège, s'applique-t-elle au niveau local	346
Figure 71 la perception ou l'image que les populations ont des ONG.....	346
Figure 72 les maux liés à la perception négative peuvent-ils se résoudre avec la communication	348
Figure 73 supports utilisez-vous dans le cadre de votre communication/ONG	349
Figure 74 raisons du nombre croissant d'ONG en Afrique	351
Figure 75 Leurs motivations des ONG.....	353
Figure 76 disposez-vous d'un site web	359
Figure 77 langues utilisées au niveau des sites web des ONG.....	359
Figure 78 nombre de salariés.....	360
Figure 79 types d'activités proposées	360
Figure 80 Disposez-vous d'une page Facebook Europe	360
Figure 81 Date création de la page Facebook Europe.....	361
Figure 82 Nombre de like de la page Facebook Europe.....	361
Figure 83 Disposez-vous d'une page Facebook Afrique	362
Figure 84 Date création de la page Facebook Afrique	362
Figure 85 nombre de like de la page Facebook Afrique.....	362
Figure 86 Disposez-vous d'une page Twitter Europe.....	363
Figure 87 Date création de la page Twitter Europe.....	363

Figure 88 Nombre d'abonnements Twitter Europe	364
Figure 89 Nombre d'abonnés Twitter Europe	364
Figure 90 Disposez-vous d'une page Twitter Afrique.....	365
Figure 91 Date création de la page Twitter Afrique.....	365
Figure 92 Nombre de Tweets de la page Twitter Afrique.....	365
Figure 93 Nombre d'abonnement de la page Twitter Afrique.....	366
Figure 94 Disposez-vous d'une page LinkedIn Europe.....	367
Figure 95 Nombre d'abonnés de la page LinkedIn Europe	367
Figure 96 Disposez-vous d'une Chaîne YouTube Europe.....	368
Figure 97 Année de création de la chaîne YouTube Europe.....	369
Figure 98 Nombre d'abonnés de la chaîne YouTube Europe.....	369
Figure 99 Disposez-vous d'une Chaîne YouTube Afrique.....	370
Figure 100 Année de création de la chaîne YouTube Afrique.....	370
Figure 101 Nombre d'abonnés de la chaîne YouTube Afrique	371
Figure 102 Nombre de vue de la chaîne YouTube Afrique	371
Figure 103 Nombre d'abonnés de la chaîne Dailymotion Europe.....	372
Figure 104 Nombre de vue de la chaîne Dailymotion Europe	372
Figure 105 budget de communication	374
Figure 106 Principaux canaux et supports de communication des ONG Internationales au Sénégal .	374
Figure 107 Facebook Sénégal	379
Figure 108 ONG dans les réseaux sociaux en France	380
Figure 109 ONG dans les réseaux sociaux au Sénégal	380
Figure 110 Meilleures ONG dans les RSN	381
Figure 111 motivations des bénévoles	383
Figure 112 pourquoi les ONG et associations font-elles recours au bénévolat.....	385
Figure 113 les moyens les plus utilisés par les ONG et associations pour contacter les bénévoles....	386
Figure 114 moyens de recherche des actions de bénévoles	386
Figure 115 l'engagement et la mobilisation des bénévoles	387
Figure 116 mobilisation des bénévoles à travers les grands projets.....	388
Figure 117 L'interculturel comme moyen de mobilisation.....	388
Figure 118 rôle dans le recrutement de futurs bénévoles	389
Figure 119 Pourquoi les ONG font-elles recours au bénévolat.....	392
Figure 120 moyens les plus utilisés pour contacter les bénévoles	392
Figure 121 les réseaux sociaux quels sont ceux qui sont les plus utilisés	393
Figure 122 mobilisation des bénévoles à travers les grands projets.....	394
Figure 123 Agences de presse	403
Figure 124 Schéma modélisé sur les problèmes de développement.....	430
Figure 125 Schéma modélisé sur organisation de la communication des ONG	433
Figure 126 Schéma modélisé sur les ONG en question.....	436
Figure 127 Schéma modélisé sur les problèmes interculturels.....	439
Figure 128 schéma de Shannon appliqué à la communication.....	443
Figure 129 Schéma modélisé sur les relations ONG & populations locales.....	446
Figure 130 Schéma modélisé sur la dimension interculturelle	448