



VICTIMES

DE L'IMAGE

FABRIQUE, REPRISE & CRITIQUE
DES CLICHÉS

Victimes de guerre, de catastrophes naturelles, d'épidémies...

Les victimes civiles ont envahi depuis un demi-siècle notre quotidien. Nous les voyons dans les journaux, à la télévision, sur des affiches dans la rue, dans le métro. Leurs représentations sont devenues en quelque sorte banales, provoquant parfois l'inverse de l'effet souhaité... Elles sont conçues pour nous émouvoir, pour nous faire réagir rapidement, l'espace de ces quelques secondes où notre regard se porte sur elles. Elles empruntent des codes et des stéréotypes déjà enregistrés dans notre mémoire culturelle pour représenter la violence radicale, la terreur, l'horreur, le Mal.

Mais ces images dont on sature maintenant notre champ visuel représentent-elles vraiment les victimes ? Un simple cliché surligné d'un slogan, comme toute publicité, ne masque-t-il pas une réalité différente ? Les moyens journalistique, publicitaire et/ou humanitaire ont-ils le pouvoir d'expliquer ces situations et ces événements extrêmement violents auxquels ils font référence ?

Cette exposition a pour but d'amener à réfléchir sur le pouvoir et le sens des représentations contemporaines.

Ce qu'elles permettent de comprendre ou ce qu'elles font voir sans nous faire comprendre, mais aussi ce qu'elles cachent ou ce qui leur échappe.

La fabrique des clichés



Aujourd'hui, les victimes civiles de violences collectives, qu'elles soient dues à des catastrophes naturelles, des épidémies, des guerres ou des génocides sont presque toutes rapidement présentées comme des victimes qu'il faut sauver et dont on devra se souvenir.

Cela paraît évident à tous de devoir les secourir au plus vite comme de ne pas laisser dans l'oubli ceux qui ont souffert d'injustices. On défend des valeurs morales, des actions d'assistance. On entretient les mémoires pour que ça ne se reproduise jamais plus. On critique aussi les médias qui inondent nos écrans d'images de souffrance.

Mais s'est-on rendu compte que, en terme de perception, la représentation des victimes était aussi importante que la victime elle-même ?

Cette représentation se fait suivant des codes et avec des références qui, la plupart du temps, n'ont rien à voir avec la victime réelle dont il est question. Reste à savoir quelles sont ces images qui se sont imprimées sur notre rétine.



1 Mauthausen (Autriche). Printemps 1942.

CAMPS & CORPS

17 avril 1945. Camp de Bergen-Belsen (Allemagne).



© United States Holocaust Memorial Museum

La répétition à travers la circulation, de façon directe ou indirecte, des clichés photographiques est un des mécanismes majeurs par lesquels s'est construite la mémoire concentrationnaire. Ce mécanisme est moins simple qu'il n'y paraît. Il consiste en citation, transposition, stylisation, voire détournement.

Cette répétition permet l'inscription de ces images dans la mémoire du visiteur ou du spectateur ; c'est ainsi qu'il est possible de les reconnaître et, en les reconnaissant, d'éprouver des sentiments à l'égard des victimes. Mais la reconnaissance et les sentiments permettent-ils la connaissance ?

Quand ces représentations des victimes n'existent pas, elles se créent. Certains stéréotypes sont ainsi nés de la Seconde Guerre mondiale et des camps de concentration. C'est le cas des bulldozers. Avant les années 1940, ils symbolisaient la modernité au même titre que ces machines qui rendent de fiers services aux hommes en réduisant la pénibilité du travail tout en procurant efficacité et rendement. Au même titre que le train, vecteur de progrès. Ces impressions positives ont été radicalement renversées après la propagation des images des bulldozers transportant des centaines de cadavres. La machine est alors devenue le symbole de l'inhumanité : charriant les morts et les écrasant au passage. Les bulldozers prennent un autre visage et leur utilisation à des fins similaires



1 Camp de Bergen-Belsen, 1945.

© Collection Imperial War Museum

sera systématiquement reprise par les photographes, journalistes, publicitaires, artistes pour illustrer la barbarie. Combien de fois a-t-on déjà vu le bulldozer de Bergen Belsen dans des documentaires sur les camps ?

La représentation des camps de concentration s'est constituée sur la base des reportages effectués lors de leurs découvertes par les forces alliées. Durant la débâcle des derniers mois de la guerre, ils sont devenus des mouroirs où la maladie et la malnutrition rivalisaient avec les assassinats.

Ainsi, ce sont des amoncellements de cadavres que les armées ont découverts et ce sont ces charniers que les reportages ont documentés. D'un côté, on s'est retrouvé devant des spectacles insensés. De l'autre, il fallait répondre à l'impératif d'informer.

Certaines photos se sont conformées à des stéréotypes déjà fortement présents dans la culture occidentale. Un Christ en croix. Une vision infernale. Un mendiant. D'autres, sidérantes et inédites, se sont constituées en stéréotypes. Un corps collé aux barbelés. Un bulldozer charriant des cadavres. Ces images deviennent des modèles du genre que reproduiront nombre des photoreporters amenés à couvrir l'actualité des guerres et des massacres, et de ce que l'on nomme bientôt les « catastrophes humanitaires ».

1 Camp d'Ebensee (Autriche). Mai 1945.



© Collection FNDIRP

© Collection FNDIRP

“ Une photo qui informe sur la détresse qui sévit dans une zone où on ne la soupçonnait pas ne fera pas la moindre brèche dans l'opinion publique, en l'absence de sentiments et de prises de position qui lui fournissent un contexte adéquat. ”

Susan Sontag, romancière.

La découverte des camps de concentration (camps de travail forcé où l'on mourait de mauvais traitements, de malnutrition et de maladies) et des camps d'extermination (camps où tout était organisé pour assassiner les populations cibles pour les nazis : les Juifs) s'est faite à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Les camps d'extermination ont généralement été assimilés à des camps de concentration et représentés à travers les images de ceux-ci.

Quelques images et quelques témoignages sont apparus, rares, sur les camps d'extermination, principalement celui d'Auschwitz II Birkenau, qui était aussi un camp de concentration. Il faudra attendre plusieurs dizaines d'années avant que ces images aient vraiment un impact et une reconnaissance. Mais il y a en réalité peu d'images. Aussi, des clichés ont été réunis pour pallier cette pénurie et l'incapacité de trouver des représentations significatives de la violence génocidaire. Nombre de ces clichés se sont eux-mêmes transformés, à force d'être répétés, en stéréotypes, comme le très connu portail d'Auschwitz.

Le portail d'Auschwitz est l'un de ces clichés, symbole fort à l'aspect monstrueux, Moloch des temps modernes dans la gueule duquel s'engouffraient les convois entiers des Juifs qui allaient être gazés.



© DR

LE PORTAIL D'AUSCHWITZ



L'INNOCENCE DE L'ENFANT

L'enfant est un symbole par excellence de l'innocence. De fait, l'enfant est souvent « utilisé » pour représenter la pureté et signifier de manière forte des sentiments d'injustice. C'est ainsi que Victor Hugo présente, dans son roman *Les Misérables*, deux figures majeures de l'innocence qui vont faire le tour du monde et illustrer cette représentation de l'enfant victime : Cosette, fillette abandonnée et élevée par le couple Thénardier qui l'exploite et a mis à la rue son propre fils, Gavroche, archétype du gamin de Paris et symbole de la révolte. L'image de l'enfant innocent est largement montrée dans les conflits auxquels les enfants sont mêlés parmi les victimes civiles.

L'enfant du ghetto de Varsovie fait partie de ces clichés qui ont été largement repris depuis sa publication. Cette photo est devenue un des symboles de la persécution des Juifs et de la barbarie des nazis : comment ne pas s'émouvoir devant ce petit garçon probablement voué à mourir dans les jours qui suivent ?



➤ The Kid, Charlie Chaplin, 1921.



➤ Cosette, Les Misérables, 1862.



© Laurent Beesol



© Collection CDJC

➤ Ghetto de Varsovie, 1943.

La fabrique des clichés

INVISIBILITÉ

Ces images, rares, ne sont pas celles que nous retenons pour le génocide des Juifs effectué pendant la Seconde Guerre mondiale. Et pourtant...



Sélection des juifs hongrois à Auschwitz, août 1944.

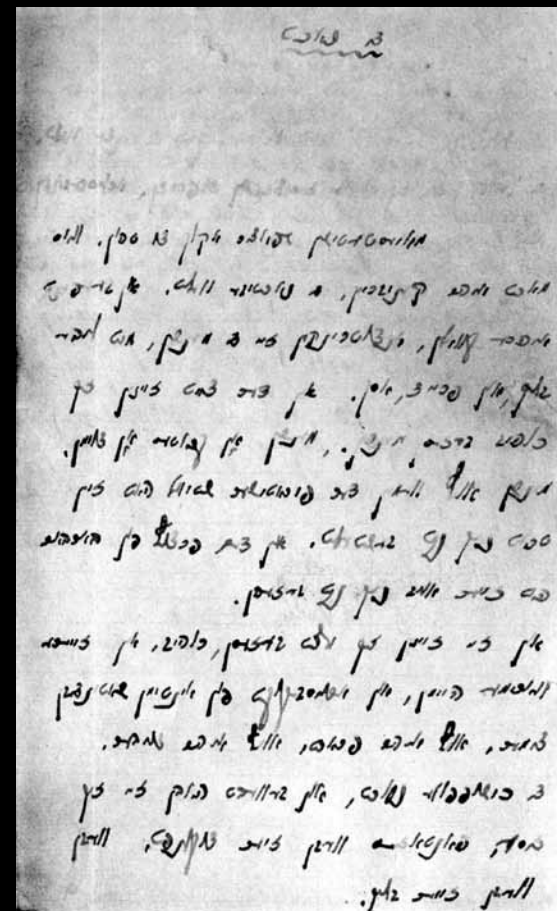


Photos: CDJC / Coll. Comité International d'Auschwitz



Photo prise clandestinement par un Sonderkommando.

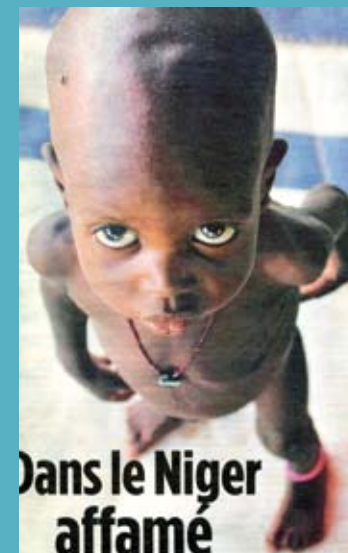
La plupart de ceux qui ont été gazés avait conservé une apparence quasi normale. Serrant bien leur baluchon, les gens s'accrochaient aux quelques effets qu'ils avaient sauvés, le regard était inquiet. Peu de documents attestent de cela. Certains convois étaient liquidés dans l'heure qui suivait leur arrivée. Une seule photographie dévoile la sortie des cadavres des chambres à gaz : elle a été prise clandestinement par un *Sonderkommando* (nom donné à Auschwitz-Birkenau aux prisonniers, en majorité juifs, recrutés de force par les SS pour les opérations d'extermination des Juifs et des autres détenus non valides pour le travail).



Manuscrit d'un *Sonderkommando* trouvé après la libération du camp d'Auschwitz.

On a toujours su que ce serait l'absence de traces plutôt que la profusion d'images qui caractériserait cet événement. C'est pourquoi des déportés, au plus près des chambres à gaz et des fours crématoires, ont laissé des écrits. Ils savaient qu'ils n'y survivraient pas.

La reprise des clichés



Fillette brûlée au napalm, Viêt Nam, 1972.

© Nick Ut / Collection AFP

La représentation de la victime civile se généralise à partir des années 1970.

Elle intègre alors la culture concentrationnaire. La situation commence à changer durant la guerre du Biafra (1968-1971) quand une véritable campagne de communication inonde les écrans de petits africains le ventre gonflé par la faim. Au même moment, les dénonciations politiques de la guerre du Viêt Nam, portées par les reportages des journalistes, retournent l'opinion publique contre les forces impérialistes.

Mais, en quelques années, l'argumentation spécifiquement politique des journalistes devient humanitaire. Alors, les corps des déportés que nous avons vus et revus deviennent un des standards

aussi bien de la mémoire que de l'humanitaire. Ils subissent pour cela comme des mutations exotiques et accompagnent d'autres standards construits notamment à partir de l'enfance malheureuse pour composer le grand paysage de la souffrance du monde.

« Sans image, pas d'indignation : le malheur ne frappe que les malheureux. La main de secours et des fraternités ne peut alors se tendre vers eux. L'ennemi essentiel des dictatures et des sous-développements reste la photographie et les sursauts qu'elle déclenche. Acceptons-la sans nous y résigner : c'est la loi du tapage. Servons-nous d'elle. »

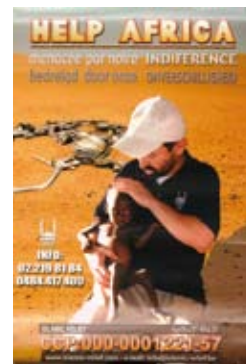
Bernard Kouchner, fondateur de Médecins sans Frontières

Servons-nous d'elle ? – dit Bernard Kouchner.
Doit-on vraiment se servir de l'image ? N'est-ce pas ce qui constituait la propagande ? N'assiste-t-on pas à de nouvelles formes de propagande ?

La reprise des clichés



Exposition de Médecins sans Frontières à Paris, 2005.



« Une photographie n'est nullement terrible en soi, et [...] l'horreur vient de ce que nous la regardons du sein de notre liberté [...] il ne suffit pas au photographe de nous signifier l'horrible pour que nous l'éprouvions. »

Roland Barthes, essayiste.

L'HUMANITAIRE

Le spectacle humanitaire de la victime se généralise à partir des années 1980. Très vite, les ONG alliées à la presse, le journalisme télévisuel et le show-business interpellent les Occidentaux et lancent des appels aux dons. En moins de dix ans, les humanitaires se transforment, se présentant comme les indispensables sauveurs d'un monde lointain qui les attend. Leurs principaux outils de communication : l'affiche placardée sur les murs des villes avec son image réduite à la fonction illustrative du slogan, le mailing avec ses annonces déchirantes, l'encart « publicitaire » dans le journal ou le magazine.

Les représentations humanitaires des victimes, de même que les publicités ordinaires pour des objets de consommation, fonctionnent sur la reconnaissance d'images déjà vues et de référents déjà inscrits dans notre savoir collectif. Sur l'image ci-dessous, Handicap international fait référence explicitement aux monticules de chaussures qui étaient stockées à Auschwitz.

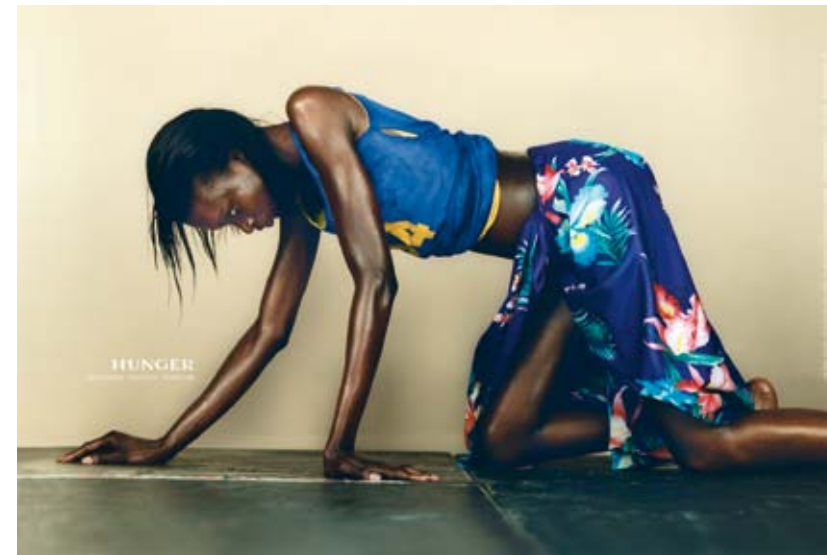
Exposition de chaussures de déportés, généralement juifs, au musée d'Auschwitz I.



Montagne de chaussures collectées pour Handicap International.



LA FEMME



Avec l'aimable autorisation de Springer et Jacobi.



Collection Fondation-Auschwitz

La victime civile est le centre de l'action des organisations humanitaires sur le terrain comme sur les écrans. Chaque ONG se représente avec un type de victime qu'elle secourt : l'enfant, la mère et l'enfant, ou la femme seule – toujours des symboles de la vulnérabilité extrême.

La publicité humanitaire montre peu d'hommes, sauf quand ce sont des malades ou des vieillards, décharnés – analogie souvent intentionnelle avec les camps de concentration. La femme est trop représentée. Pourquoi trop ? Parce que ce sont rarement les seules et uniques victimes des conflits ou de la famine. Pire, comme dans les publicités commerciales, elle est souvent représentée comme soumise ou comme un modèle traditionnel de fragilité maternelle et passive.

« Leïla délivrée, 100 F. plus tard », ressemble à une couverture de magazine. Debra Show – le top model américain – s'est engagée volontairement pour séduire le public jeune auquel s'adresse la campagne de World Vision. À quatre pattes, elle prend la pause comme un animal blessé, mais sexy.

La dignité de l'image passe-t-elle par la surexposition de l'humiliation ?



Avec l'aimable autorisation d'Action contre la faim



LES LIEUX COMMUNS

Non content d'interpeller le passant par le biais des images pour qu'il fasse appel à sa mémoire des stéréotypes, les associations humanitaires renforcent leur propos avec des lieux communs.

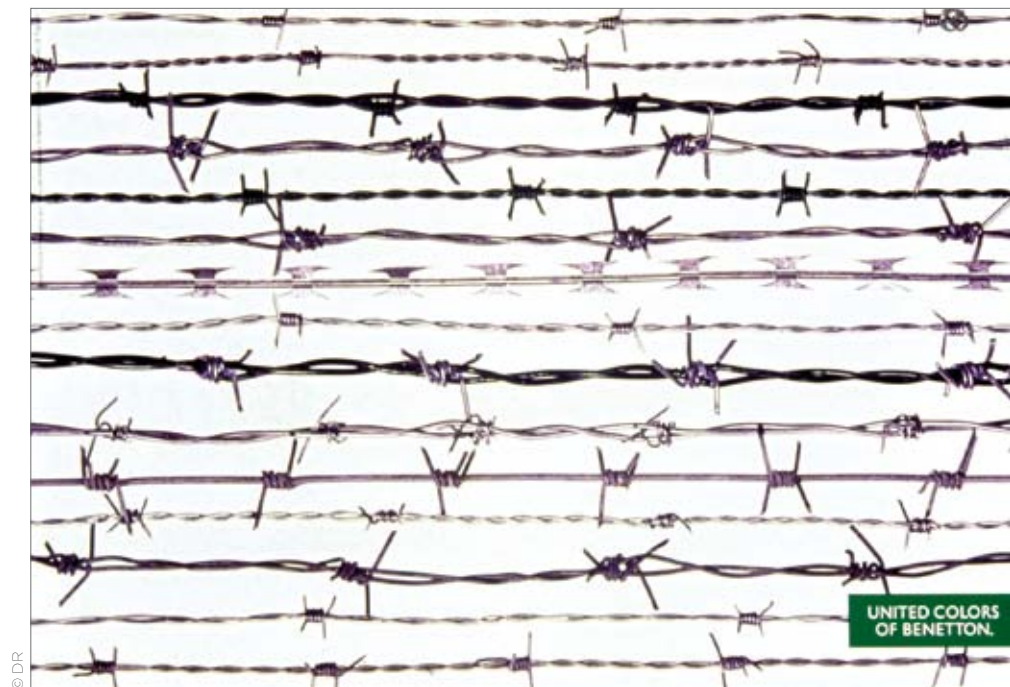
Sur ces deux affiches, les renvois aux photos des camps de concentration (corps squelettiques, barbelés) sont manifestes. Médecins du Monde renforce encore l'effet recherché en montrant un mirador de camps d'Auschwitz et en présentant les deux photos en noir et blanc comme si les deux provenaient d'images d'archives. « Un camp où l'on purifie des ethnies, cela ne vous rappelle rien ? » La référence aux camps nazis de ce slogan est évidente, mais les victimes montrées sont supposées être bosniaques.

L'affiche d'Action contre la faim double aussi son évocation iconographique (les corps décharnés) des persécutions nazies avec ce slogan « On ne peut pas dire qu'on ne peut rien faire » qui renvoie à l'idée culpabilisante que l'on n'a rien fait pour empêcher le fonctionnement des camps nazis.

Mais y a-t-il un rapport entre ces enfants qui souffrent de la faim et les victimes des camps de la Seconde Guerre mondiale ?



Avec l'aimable autorisation d'Action contre la faim

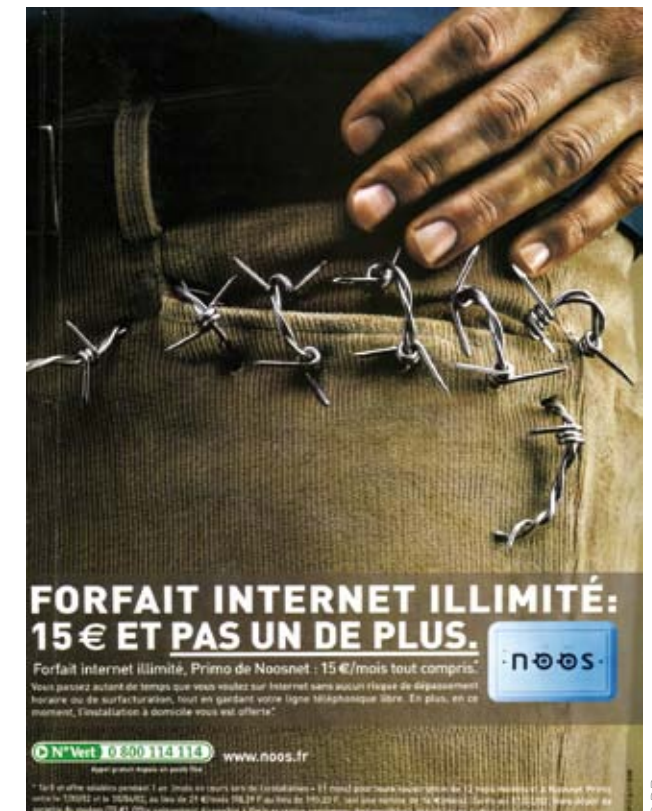


LA PUBLICITÉ

Quel rapport entre les camps de concentration et les barbelés qui les entouraient et la marque de vêtements Benetton ou le fournisseur d'accès à Internet Noos ? Aucun, naturellement.

Dans les années 1980, l'entreprise Benetton décide de communiquer sur des valeurs et non plus sur des produits. Il s'agit notamment de présenter leur engagement en faveur des Droits de l'Homme. Les affiches qui apparaissent alors sur les murs des villes n'ont plus rien à voir avec les vêtements que vend la marque. L'affiche présentée ci-dessus, montrant seulement des barbelés, se situe à l'extrême de la reprise de clichés : aucun humain, aucun slogan ne sont nécessaires pour faire passer un discours : celui de la protection des hommes qui se retrouvent enfermés, emprisonnés, soumis potentiellement à des violences.

La démarche n'est pas la même pour l'entreprise Noos qui, elle, communique sur ses produits. L'utilisation des barbelés sert alors dans le contexte de leur publicité à établir un raccourci dans le cerveau de leur public : barbelés = prisonniers, Noos = liberté... Mais liberté de consommation !



“ Nous percevons toujours ce qui est nouveau chaussé de nos lunettes du passé et notre vue s'y déforme. ”

Jacques Séguéla, publicitaire.

L'HUMANITAIRE... PUBLICITAIRE!



© Hocine Zaourar / Collection AFP

Les campagnes d'affichage des organisations humanitaires, parce qu'elles servent de nobles causes, tendent à nous faire oublier qu'elles sont identiques aux autres... c'est de la publicité ! Le but d'une affiche humanitaire n'est pas, dans un premier temps, de sauver les victimes que l'on voit, mais de se faire connaître du public et reconnaître comme une association fiable financièrement, hors de soupçons de malversation.

Ainsi, quand les ONG envoient des lettres pour demander des dons, les destinataires savent tout de suite « qui » leur écrit. Bien sûr, le second but est de récolter de l'argent. Pour sauver les victimes ? Pas encore... Il faut d'abord régler tous les frais liés à la campagne d'affichage (agences de communication, emplacements publicitaires, etc.).

« Lorsque nous donnons 15 euros à une association, une partie ira forcément aux frais liés à la publicité, mais aussi à la gestion de l'entreprise alors que le texte publicitaire tend à nous faire croire que nos 15 euros seront intégralement versés aux victimes », déclare un responsable d'une ONG française.



© Photos : Collection Fondation Auschwitz

LA PRESSE

Comme pour l'humanitaire, les journaux se concentrent sur les portraits de victimes vulnérables susceptibles de nous émouvoir : les femmes et les enfants.

Ainsi, l'histoire de cette photographie d'une femme effondrée, pleurant, saisie après le massacre de Bentalha, en Algérie. Elle a fait la une de la presse du monde entier, surnommée la Madone (elle aurait perdu ses huit enfants), symbole parfait d'une *Mater Dolorosa*, symbole religieux et artistique pourtant étranger à cette mère, à sa culture. Cette femme a été choquée par l'utilisation faite par les médias de son image, de son surnom chrétien, et de l'erreur sur les personnes qu'elle pleurait (des proches et non ses enfants). Elle attaquera en justice le photographe et l'agence de presse pour atteinte au droit à l'image et informations mensongères. Ce n'était pas la photo la plus représentative des massacres, mais la plus reconnaissable par le public occidental et, par extension, mondial.

Ainsi, c'est celle-ci qui a fait le tour du monde.



“ Comme si la mort invisible à laquelle fait face le visage d'autrui était mon affaire, comme si cette mort “me regardait” [...] ”

Emmanuel Levinas, philosophe.

La reprise des clichés INVISIBILITÉ

C'est entendu, les représentations de victimes proviennent de clichés destinés à nous émouvoir vite pour vite nous faire réagir. On peut déjà se demander si la représentation des victimes par des clichés immédiatement reconnaissables est justifiée et si elle est plus efficace.

Dans la mesure où c'est pour une bonne cause – nous informer, sauver des vies innocentes, etc. – est-ce pour autant critiquable ? Les médias, les humanitaires, servent-ils ou desservent-ils les causes qu'ils mettent en avant ?

Les images choquantes des bulldozers charriant des cadavres sont devenues comme des modèles reproduits par nombre de photojournalistes qui couvrent l'actualité des guerres et des massacres.

Mais ce à quoi ces images se réfèrent – un génocide – ne collent pas toujours à la réalité des photos prises, induisant ainsi en erreur le lecteur/spectateur qui les regarde et les interprète.

C'est le cas des photos de charniers qui ont été réalisées et produites dans la presse au moment du génocide des Tutsis, au Rwanda, en 1994.

La photo représente un bulldozer poussant des cadavres faisant inmanquablement penser



© DR

au génocide qui se déroule dans le pays. Vision horrible de massacres perpétrés contre un peuple ? Pas du tout, ces images ont été prises lors de l'épidémie de choléra qui est survenue dans les camps de réfugiés au nord du Zaïre où avaient été regroupés des Hutus et où, parmi eux, des milices génocidaires profitaient de l'aide humanitaire.

Au moment de la guerre d'Irak, dix ans après la guerre du Golfe, Don McCullin publie un cahier spécial dans The Guardian : « The unseen Gulfwar » (unseen, littéralement : non vue). Le titre renvoie aux images véhiculées heure par heure par les médias du monde entier donnant l'impression de couvrir l'actualité alors qu'on ne voyait que des éclairs de tirs au loin. Montrer les dommages humains n'était pas autorisé. Pourtant, certains de ces nouveaux héros du visible que sont les photoreporters ont su capturer ce que ni les écrans ni la presse ne voulaient montrer. Ils en ont soigneusement conservé les clichés. L'invisibilité de la violence ne provient ainsi pas toujours des images elles-mêmes, mais de l'absence d'images, de la censure politique et/ou journalistique.

Paradoxalement, le grand commerce de l'image est demandeur de « photos-chocs », à condition que le choc que ces « photos » produisent ne nuise pas à leur image de marque !



© Nachway / DR

La critique des clichés

Dans les années 1990, les humanitaires, photographes et journalistes commencent à critiquer cette mise en scène spectaculaire de la victime en danger.

Ils s'interrogent : peut-on se passer d'images ? Le public sait-il lire ? Ces remises en question aboutissent parfois à de nouveaux comportements, de nouvelles manières d'agir.



Veillée funèbre au Kosovo, 1990.

© Georges Ménilon / Collection Gamma



LES PHOTOGRAPHES



“Prendre une photo, c’est s’associer à la condition mortelle, vulnérable, instable d’un autre être (ou d’une autre chose). C’est précisément en découpant cet instant et en le fixant, que toutes les photos témoignent de l’œuvre de dissolution du temps.”

Susan Sontag, romancière.



Dessin de Vauro, paru dans L'Unità, 1999.



“Souvent, les responsables en image des différents médias (télévision, web) utilisent la photo pour endormir les gens. « Coco, tu me mets une belle tache rose et là, tu me mets un peu de bleu ; tu me rajoutes un titre fadasse et ça part à l'imprimerie ! » Ils ne savent pas eux-mêmes à quel point ils endorment les citoyens. Pas de vagues : c'est comme ça que notre société n'est pas du tout prête à réfléchir sur le sens des écrits ou des images. Je trouve que ce serait intéressant d'enseigner dans les écoles le rôle de la responsabilité des images. Cela nous permettrait de ne pas nous endormir dans cette démocratie qui oublie parfois de réagir quand les libertés sont menacées.”

Plantu, dessinateur de presse.

LES ARTISTES



Maus, Art Spiegelman, 1991.

Ne peut-on pas compléter cette critique en soulignant que si la presse cherche à utiliser des images qui choquent, cette utilisation est si abondante et sensationnaliste qu'elle finit par banaliser ce qu'elle exhibe ?

LES HUMANITAIRES

AFGHANISTAN

Faut-il des images pour vous convaincre que les Afghans ont besoin d'aide ?

Depuis plus de 20 ans, les Médecins Sans Frontières portent secours au peuple afghan. Plus que jamais nous avons besoin de votre soutien. Aidez-nous à les aider.

Adressez vos dons à
Médecins Sans Frontières Afghanistan
 BP 2000 - 75011 Paris

ou appelez tout de suite **N° Indigo 0 825 832 832**

MEDECINS SANS FRONTIERES AGIR EN TOUTE INDÉPENDANCE
 www.paris.msf.org

Les images montrant la souffrance sont partout autour de nous. Dans les années 1990, les associations humanitaires, conscientes de participer à un étalage souvent malsain des victimes les plus effrayantes, tentent de trouver une autre manière de communiquer.

En 1998, L'association Action contre la faim, prépare une campagne d'affichage avec son slogan « La faim est une arme qui fait 30 millions de victimes par an ». En visuel, aucune victime, mais une boîte de sardines remplie de balles. Ce visuel demande une réflexion de la part des spectateurs pour qu'ils puissent identifier le rapport entre les sardines et les balles (nourriture = vie ; balles = mort). Des tests sont commandés à un institut de sondage pour vérifier son impact sur les spectateurs et leurs dons éventuels. Le test est négatif, la nouvelle affiche montrera deux corps d'enfants décharnés... Plus efficace !

Médecins sans frontières, par exemple, a organisé des expositions mobiles pendant lesquelles des bénévoles expliquent leur quotidien, en évitant le voyeurisme d'images choquantes. L'association met également au point des affiches qui, sans avoir le même impact au niveau des dons, ne montrent pas de victimes.

La prise de conscience est maintenant intégrée. Ainsi, le CCFD (Comité catholique contre la faim) développe un nouveau concept avec ce slogan, antithèse de ces précédentes campagnes publicitaires: « **Le Sud mérite mieux que des clichés** ».



© Avec l'aimable autorisation du CCFD.



© Avec l'aimable autorisation du CCFD.

Les assemblages publicitaires poussent à montrer des images fortes de la souffrance, à hauteur des images fortes de la beauté et du bonheur.



© Photos : Collection Fondation Auschwitz



Pourquoi sommes-nous émus devant telle ou telle image ?

Parce que nous y reconnaissons une souffrance à laquelle notre éducation, au sens large, et notre culture - notre éducation culturelle - ont déjà donné une signification avant même que nous voyions telle ou telle image de souffrance. Parce que nous ne sommes pas indifférents aux victimes que l'on nous montre (comment ne pas l'être quand il s'agit de femmes et d'enfants : des êtres vulnérables).

Mais ne nous trompons pas, l'émotion n'est pas négative en soi. Elle est même fondamentale pour l'équilibre de nos relations avec nos semblables, notre sociabilité, notre humanité. Elle est un vecteur qui nous permet de penser en nous rapprochant de ce à quoi l'on pense. Les problèmes commencent quand elle devient une finalité : se sentir débordé par les pleurs qui viennent, dans ce cas, obscurcir tout jugement. Ou bien lorsqu'elle tente de nous manipuler, moyen classique de la publicité.



© Collection Fondation Auschwitz

Voici quelques propositions pour mener à bien la visite de l'exposition, des pistes de travail, facultatives. Toutes les réponses se trouvent dans les textes accompagnant les visuels de l'exposition et de ce catalogue.

Avant la visite de l'exposition, quelques questions préliminaires peuvent être posées aux élèves afin d'effectuer un diagnostic de leurs connaissances.

Elles pourront être de nouveau posées à la fin de la visite.

- > Quelle est la différence entre un camp de concentration et un camp d'extermination ?
- > Sous quel(s) régime(s) de terreur ces types de camp ont-ils fonctionné ?
- > Qu'est-ce qui caractérise un génocide ?
- > Citez plusieurs génocides ayant eu lieu au XX^e siècle.
- > Qu'est-ce qu'un ghetto ?
- > Décrivez des images fortes, qui vous ont marqué et ce qu'elles représentaient.
- > Pensez-vous qu'une photographie puisse mentir sur ce qu'elle montre ? (sans qu'il y ait eu de retouche ou de montage)
- > Quelles sont, en général, les principales victimes des conflits : militaires, femmes, enfants et vieillards ou populations civiles dans leur ensemble ?
- > Quelles sont les victimes qui vous émeuvent le plus : militaires, femmes, enfants, vieillards ? Pourquoi ?
- > Y a-t-il, durant ces terribles événements, malgré les morts et les humiliations subies, des héros ? Qui sont-ils ?

Suite à la visite, d'autres questions peuvent être posées afin de tester la compréhension de l'exposition et, éventuellement, ouvrir un débat sur notre rapport aux images.

- > Comment expliquez-vous le fait que l'on se souvienne moins des photos provenant des camps d'extermination que des camps de concentration ?
- > Quelle(s) population(s) ont-elles été majoritairement et systématiquement assassinée(s) dans les camps nazis ?
- > Quelle est selon vous l'image devenue un cliché que vous avez vue dans l'exposition, la plus reprise et réutilisée ?
- > Y a-t-il d'autres images-clichés susceptibles de vous émouvoir ?
- > Quel est le danger de ne pas montrer des images correspondant à la réalité des faits ?
- > Pensez-vous que les photographies soient indispensables pour illustrer une affiche, un article de journal ?
- > Quel est le but d'une affiche humanitaire ?
- > Pourquoi les femmes et les enfants sont-ils surreprésentés dans la presse ou la publicité ?
- > Pensez-vous que la reprise des clichés, l'étalage de photos-chocs, est un mal nécessaire lorsqu'il sert de nobles causes ?

Pour réfléchir encore sur ce sujet, voici quelques livres, textes et sites utiles

BIBLIOGRAPHIE

- > ABELLES, Marc, *Les Nouveaux riches. Un ethnologue dans la Silicon Valley*, Odile Jacob, 2002.
- > ARENDT, Hannah, *Essai sur la révolution* (1963), Gallimard, 1967. *Le Système totalitaire*, Gallimard, 1972.
- > BOLTANSKI, Luc, *La Souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*, Métailié, 1993.
- > BOLTANSKI, Luc, CHIAPELLO, Ève, *Nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, 1999.
- > BOUCHET-SAULNIER, Françoise, *Dictionnaire pratique du droit humanitaire*, La Découverte, 2006.
- > BRAUMAN, Rony, *Le Crime humanitaire. Somalie*, Arléa, 1993. – *Devant le mal. Rwanda. Un génocide en direct*, Arléa, 1994. – *L'Action humanitaire*, Flammarion, 1995.
- > BUTAUD, Emmanuelle, *La politique humanitaire de l'Union Européenne*, Centre Européen de la Culture / Actes Sud, 2002.
- > CAHILL, Kevin Michael, *Le secours humanitaire*, Nil, 2006. – *Au fondement de l'action humanitaire*, Nil, 2006.
- > CHAPPUIS, Raymond, *La solidarité. L'éthique des relations humaines*, PUF, 1999. – *Critique de la raison humanitaire*, Le Cavalier Bleu, 2006.
- > DORAY, Bernard, *L'inhumanitaire ou le cannibalisme guerrier à l'ère néo-libérale*, La Dispute, 2000.
- > DAVIS, Mike, *Late Victorian Holocausts. El Niño Famines and the Making of the Third World*, Londres, Verso, 2001.
- > FASSIN, Didier, RECHTMAN, Richard, *L'Empire du traumatisme*, Flammarion, 2007.
- > FASSIN, Didier, *La raison humanitaire. Une histoire morale du temps présent*, Seuil / Gallimard, 2010.
- > FOUCAULT, Michel, *Surveiller et punir*, Gallimard, 1975.
- > GUTMAN, Roy, RIEFF, David (dir.), *Crimes de guerre. Récits, témoignages, expertises : le droit international humanitaire face aux conflits contemporains*, Autrement, 2002.
- *Humanitaire : la Politique du moindre pire ?*, (coord.) Ph. Mesnard, avec la coll. de R. Brauman, Mouvements, éd. La Découverte, n°12, novembre-décembre 2000.
- *Humanitaire*, Institut de l'humanitaire et Médecins du monde, n°1, novembre 2000.
- *L'Humanitaire en discours*, (coord.) J. Siméant et P. Dauvin, Mots. Les langages du politiques, ENS éditions, n°65, mars 2001.
- > KOUCHNER, Bernard, *Le Malheur des autres*, Odile Jacob, 1991.
- > KOUCHNER, Bernard et L'abbé PIERRE, *Dieu et les hommes*, Laffont, 1993 (Pocket 3269).
- > LECHERVY, Christian, RYFMAN, Philippe, *Action humanitaire et solidarité. Les ONG*, Hatier, 1993.
- > LOUDON, Margracia, *Philanthropic Economy ; or the philosophy of happiness, practically applied to the social, political, and commercial relations of Great Britain*, Londres, Churton, 1835.
- > MERCIER, Michèle, *La marche du crabe. L'humanitaire du XX^e siècle, arbitre des contradictions*, Centre Européen de la Culture / Actes Sud, 2002.
- > MESNARD, Philippe, *Consciences de la Shoah. Critique des discours et des représentations*, Kimé, 2000. – *Les médias dans le conflit yougoslave*, (coord.) S. Bonnafous, P. Fiala, A. Krieg, Mots. Les langages du politique, n°47, juin 1996.
- > PECH, Thierry, PADIS, Marc-Olivier, *Les multinationales du cœur. Les ONG, la politique et le marché*, Seuil, 2004.
- > RANCIERE, Jacques, *La Mésentente*, Galilée, 1995.
- > RIEFF, David S., « Le bazar humanitaire », in : *Après-guerre(s). Années 90, chaos et fragiles espoirs*, dirigé par Rémy Ourdan, éd. Autrement, coll. Mutations, n°199-200, janvier 2001. – *L'humanitaire en crise*, Le Serpent à plumes, 2004.
- > RUFIN, Jean-Christophe, *L'Empire et les nouveaux barbares. Rupture Nord-Sud*, Lattès-Pluriel, 1991. – *L'Aventure humanitaire*, Gallimard, 1994.
- > RYFMAN, Philippe, *La Question humanitaire. Histoire, problématiques, acteurs et enjeux de l'aide humanitaire internationale*, Ellipses, 1999.
- > SONTAG, Susan, *On Photography*, New York, Anchor Doubleday, 1989.

- > WACQUANT, Loïc, *Les Prisons de la misère*, Raisons d'agir, 1999.
- > ZELIZER, Barbie, *Remembering to forget. Holocaust memory through the camera's eye*, Chicago-Londres, University of Chicago press, 1998.
- > ZIMET, Joseph, *Les ONG : multinationales de la solidarité*, Autrement, 2006.

SITOGGRAPHIE

Humanitaire

- > CICR (Comité international de la Croix-Rouge) : www.cicr.org/fre/
- > Médecins sans frontières : www.msf.org/ – www.msf.be/fr
- > Oxfam international : www.oxfam.org/fr
- > Care International : www.carefrance.org
- > ACF (Action contre la faim) : www.actioncontrelafaim.org
- > Coordination Sud : www.coordinationsud.org (organisation de coordination nationale des ONG françaises de solidarité internationale) :
 - CRID (Centre de Recherche et d'Information pour le Développement) : www.crid.asso.fr/spip.php?rubrique1
 - CLONG (Comité de Liaison des ONG de Volontariat) : www.clong-volontariat.org
 - CNAJEP (Comité pour les relations nationales et internationales des associations de jeunesse et d'éducation populaire) : www.cnajep.asso.fr
 - FORIM (Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations) : <http://cluster011.ovh.net/~forim/>
- > ASAH (Association au service de l'action humanitaire) : www.collectif-asah.org

Droits de l'Homme

- > Human Rights Watch : www.hrw.org/fr
- > Amnesty International : www.amnesty.org/fr
- > ATD Quart Monde : www.atd-quartmonde.org/

Cette exposition est une adaptation et une synthèse dans un but pédagogique de l'exposition originale « Prisonniers de l'image » (commissaire : Philippe Mesnard) présentée au Centre d'histoire de la résistance et de la déportation (CHRD) de Lyon entre octobre 2005 et janvier 2006.

Nous remercions le CHRD et sa directrice Isabelle Rivé, Laure Piaton, le Mémorial de la Shoah, la FNDIRP, Médecins sans Frontière et Médecins du Monde, Action contre la Faim et World Vision, le Secours catholique, Benetton et Noos, Brot für die Welt, les magazines *Stern*, *Die Zeit*, *le Guardian 2*, *L'Unità*, *Télérama* et *Le Nouvel Observateur*, le quotidien *Libération*, l'agence Springer et Jacobi, Georges Mérillon et Art Spiegelman, un grand merci à la revue *Contrejour*.

Commissaire : Gwenaëlle Aznar

Supervision : Philippe Mesnard

Conception graphique :

WakeUp Design

Impression : Hayez (www.hayez.be)

Une exposition présentée par



La Fondation Auschwitz met à disposition du public des expositions pédagogiques. Celles-ci traitent de questions relatives à la mémoire et au témoignage des violences politiques des XX^e et XXI^e siècles, en général, et, plus particulièrement, du génocide des Juifs et de la terreur concentrationnaire nazie. Chaque exposition est accompagnée d'un catalogue qui reprend ou développe les événements, thèmes ou aspects présentés par les visuels.

Contact :

Fondation Auschwitz

65, rue des Tanneurs

1000 Bruxelles

02.512.79.98

info@auschwitz.be - www.auschwitz.be