

DE L'UTILISATION MEDIATIQUE DES CATASTROPHES

L'EXEMPLE DU TSUNAMI DE LA SAINT-ETIENNE 2004

PAR

GERALD ARBOIT¹

Le 26 décembre 2004, un violent séisme sous-marin déclenche un déferlement massif des eaux sur les côtes occidentales de l'Asie du Sud-Est et orientales d'Asie du Sud. L'Indonésie et le Sri Lanka sont les deux pays les plus touchés. Ce tsunami, dont les médias s'emparent dans un contexte de fêtes de fin d'année fait plus de deux cent mille morts et crée une émotion mondiale. «*Manifestation de l'autre mondialisation*» pour certains², «*catastrophe providentielle*» pour d'autres³, le déferlement médiatique qui l'a accompagné a été révélateur d'une constante de la mondialisation de l'information.

Loin de refléter une solidarité mondiale, puisque les autres déchaînements de la nature de l'année 2005 – tremblement de terre dans le sud-est de l'Iran le 22 février, sur l'île indonésienne de Nias le 28 mars et à Atjeh les 4 et 5 octobre, au Cachemire pakistanais le 8 octobre, cyclones dévastateurs de la zone Amérique-Caraïbes entre le 5 juillet et le 25 octobre... – ne rééditèrent pas cette mobilisation, ce que les médias ont alors appelé «le tsunami» rejoint le 11 septembre 2001 au rang des catastrophes majeures, qui abolissent les règles classiques de la couverture médiatique – unité de crise, rapport morts/ kilomètres – pour laisser la place à la stupéfaction d'une société occidentale qui a oublié le risque, qu'il soit naturel ou humain. La mise en avant du touriste, victime et acteur de la médiatisation, grâce à la technologie numérique, est révélatrice de cet étourdissement occidental-centriste. Dès lors, il devient possible de tenter de modéliser le rôle de la médiatisation des catastrophes majeures en fonction des positions de ses acteurs, les médias, les organisations humanitaires et les Etats.

UNE MOBILISATION MEDIATIQUE CLASSIQUE

En dépit des différences évidentes entre les multiples crises humanitaires, une comparaison du rôle des médias et de leurs interactions avec le public révèle des thèmes communs. Ceux-ci, rangés sous deux règles, l'une propre aux crises en général, l'autre aux crises humanitaires, incluent la capacité des médias à «créer» un événement, à contribuer aux opérations de secours, à soulager ou à exacerber la situation d'urgence, à nuire aux résultats de l'événement et – finalement – à exagérer ou privilégier le sensationnalisme des informations.

Les médias et les crises

L'intervalle de temps entre le déclenchement de la crise et l'arrivée des médias est un facteur variable selon l'accessibilité et l'époque de l'événement. La période de Noël, dans le cas du tsunami, et celle de l'été, comme pour la série noire aérienne traitée succinctement par les médias⁴, voient «*l'information sérieuse ou réputée telle*»⁵ céder le pas à une actualité plus légère⁶, couverte par moins de journalistes, vacances obligent. Parfois, ces derniers se trouvent sur les lieux de la catastrophe, comme ce fut le cas d'un journaliste d'Europe 1 à Phuket et peuvent témoigner à l'antenne. La plupart du temps, faute de correspondants mobilisables sur place, les médias étrangers se trouvent dépendants de l'information traitée localement par les radios et les télévisions nationales ou fournie par les autorités. Ainsi, dans le cas du tsunami, la radio indonésienne Elshinta et les images de Metro TV ont alimenté les premières dépêches d'agence, reprises ensuite internationalement. D'un point de vue technique, les nouvelles se propagent rapidement. La BBC et CNN, qui disposaient de correspondants sur place, ont été les premières télévisions

¹ Chercheur au Centre d'études et de recherches interdisciplinaires sur les médias en Europe (CERIME) de l'Université Robert Schuman (Strasbourg, France) et rédacteur en chef de la revue *Renseignement et opérations spéciales*.

² Dominique WOLTON, *Le Figaro*, 10 janv. 2005; Zaki LAÏDI, «La mondialisation tsunami», *Libération*, 14 janv. 2005.

³ Philippe BOISNARD, *Libération*, 24 janv. 2005.

⁴ Dans *Le Monde*, le crash du Canadair, le 1^{er} août, et du Tracker, le 20 août, de la sécurité civile française et du biplan de la MidAir le 16 (7 articles), des vols Air France du 2 août à Toronto (1), Tuninter au large de la Sicile le 6 (2), Hélios à Athènes le 16 (3), West Caribbean au Venezuela le 17 (21), Tans en Amazonie le 23 (2), ne donnèrent lieu à aucune couverture particulière, le quotidien du soir se contentant généralement de reprendre des dépêches d'agence, à l'exception notable des victimes françaises du vol vénézuélien.

⁵ Pierre VEILLETET, «Marronniers et immortelles», *Médias*, n° 5, juin 2005, pp. 30-35.

⁶ Daniel PSENNY, «Le temps des marronniers», *Le Monde*, 31 déc. 2005.

occidentales à couvrir l'événement, juste deux heures après qu'il eut eu lieu. Les médias français ne furent, de ce point de vue, opérationnels qu'après quarante-huit heures, une fois des équipes dépêchées sur place. Cela n'a nullement empêché une hyper-médiatisation du tsunami, qui n'était pas sans rappeler celle des attentats de New York du 11 septembre 2001. Toutes les chaînes de télévision, toute la presse, toutes les radios ont consacré une large place à l'événement. Pendant dix jours, du 27 décembre 2004 au 5 janvier 2005, la catastrophe a représenté 85% du temps des journaux télévisés de TF1 et France 2 – lesquels se sont allongés de dix à vingt minutes – avec même des pointes à 98% le 30 décembre, pour la première chaîne, et à 100% le 3 janvier, pour la deuxième. L'engouement s'est prolongé jusqu'à la fin du mois de janvier, moins à travers les éditions d'information, qui ont réduit de moitié dès le 3 janvier, puis au tiers le 7, que dans des émissions de reportage, comme «Thalassa» (France 3), «Zone interdite» (M6) ou encore des émissions spéciales animées par des présentateurs vedettes des chaînes – Jean-Pierre Foucault pour TF1 et Michel Drucker pour France 2⁷.

Cette extrême couverture médiatique, qui n'est pas sans créer une confusion des genres entre information et spectacle – une déviance déjà entrevue pour le 11 septembre, mais également pour les guerres contre l'Iraq, du moins dans les premiers jours – laisse la place à une scénarisation de la crise. Dans quelle mesure les médias, au lieu de simplement rapporter la nouvelle, ne jouent-ils pas là un rôle de «création» de l'événement? Bien sûr, ils ne peuvent être tenus pour responsable des tremblements de terre, ni des ouragans et autres raz de marée. Toutefois, ils confèrent à ces frasques de la nature le statut de crise ou de «catastrophe naturelle». Et il peut être admis que l'ampleur de la couverture a permis de faire passer un événement naturel majeur, doublé d'une urgence sociale, pour une crise humanitaire⁸.

L'utilisation d'images amateurs, qui va en se développant, sur fond de «crise» latente du photojournalisme⁹, à mesure que les techniques numériques et de communication avancent, permet de rendre plus spectaculaire le drame humain¹⁰. Ainsi, le numéro du 30 décembre 2004 de *Paris Match* était presque exclusivement le fait de touristes ayant donné, voire vendu, leurs clichés aux agences ou aux magazines. Inévitablement, les unes des journaux s'emparent de «la» photo la plus représentative, qu'elle ait été faite par des professionnels ou pas. La plupart du temps, la même tourne tout autour du monde. Un enfant désemparé, son regard, une femme en larmes, une mère... Les compositions photographiques, cherchant à se démarquer du flot d'images des télévisions, se font alors symboliques, utilisant des codes hérités de la peinture, jusqu'à devenir de véritables icônes modernes. La «pietà indienne» du tsunami, premier prix du World Press Photo 2005 dû à Arko Datta¹¹, rejoint la petite martyre d'Armero d'Omayra Sánchez¹², filmée en novembre 1985, la «pietà du Kosovo» de Georges Mérimon primée en 1991 et la «madone de Bentalha» de Hocine Zaourar en 1998. Ensuite sont présentées les images de dévastations, toujours les mêmes... Les inondations d'Europe de l'Est à l'été 2002, couvrant les plaines, submergeant les routes, remplissant les routes, sont en tout point similaires aux images d'Asie du Sud post-tsunami ou de Louisiane post-Katrina. Comme les récits miraculeux, les images de détresse sont interchangeable... L'iconographie vient renforcer les discours des centaines de touristes, témoins et acteurs, que les journalistes, sur place ou depuis leurs rédactions, façonnent à l'attention de leurs publics. Aussi faut-il d'autres chiffres pour différencier ces catastrophes. La «fameuse loi médiatique de la constante du

⁷ Jean-François JULLIARD, «Le raz de marée a envahi puis fait flotter les télé», *Le Canard enchaîné*, 12 janv. 2005; Robert SOLE, «Après le déluge...», *Le Monde*, 9 janv. 2005.

⁸ Babette STERN, «Un désastre humain énorme, un impact économique limité», *Le Monde*, 11 janv. 2005; Rony BRAUMAN, «Une indécente surenchère victimaire», *Le Figaro magazine*, 15 janv. 2005. Cf. également les propos de Rony Brauman dans un numéro de l'émission «Arrêts sur images» sur le thème «Tsunami : tous solidaires... et après?», 9 janv. 2005, dans l'émission «C dans l'air» centré sur le «Trésor de guerre du tsunami» (France 5), 3 juin 2005, et au cours du «12/14» de France 3, 26 déc. 2005.

⁹ Michel GUERRIN, «Photoreporters, les illusions perdues», *Le Monde*, 6 sept. 2000.

¹⁰ Isabelle NATAF, «Nous sommes tous des 'citizens reporters'», *Le Figaro*, 1^{er} déc. 2005.

¹¹ Paule GONZALES, «L'icône du tsunami», *Le Figaro*, 8 juin 2005. Cf. aussi Laurence GIRARD/Daniel PSENNY, «Les images d'amateurs au cœur de la couverture du tsunami», *Le Monde*, 5 janvier 2005; Michel GUERRIN, «Lire et comprendre les images du tsunami», *Le Monde*, 6 janvier 2005; Dossier «Images d'actualité : le regard du témoin contre celui du professionnel», du *Monde*, disponible sur le site Internet le 21 février 2005. Cf. également «Rôles et fonctions des images de cadavres dans les médias. L'actualité permanente du 'massacre des saints innocents'», *Annuaire français de relations internationales*, vol. III, 2004, pp. 828-848.

¹² Romero LANGLOIS/Pascale MARIANI, «Armero, vingt ans après», *Le Figaro*, 12 nov. 2005.

coefficient morts/kilomètres»¹³ joue ici à plein. Toutefois, si elle a tendance à s'affranchir de la distance, elle se nourrit de caractéristiques socio-ethniques. Bien sûr, le nombre de morts marque les esprits, mais c'est parce que ceux-ci sont en majorité occidentaux que les médias vont s'accaparer cette nouvelle.

Les médias et les catastrophes humaines

Les médias remplissent de prime abord un rôle de relais dans les situations d'urgence qui font suite à une catastrophe. Le tsunami de 2004 ne se distingue pas d'autres événements du genre, comme les ouragans dans les Caraïbes, en Haïti en 2004 et régulièrement dans le sud des Etats-Unis, comme Katrina le 29 août 2005, comme les tremblements de terre autour de la plaque eurasiatique, à l'instar de celui du 8 octobre 2005 au Cachemire, comme les attentats dans une capitale occidentale, à Londres le 7 juillet 2005 notamment. Par le biais de leur couverture, les médias ont la capacité de fournir une grande masse d'informations sur l'urgence, notamment pratique. Les radios et, surtout, les télévisions peuvent informer le public et communiquer directement avec les victimes et leurs familles, sans l'intermédiation des équipes de sauveteurs. Depuis le deuxième opus de la guerre américano-iraquienne, les *blogs* sont devenus de véritables suppléments des journalistes, quand ils ne sont pas tout simplement, particulièrement en période de crise, leurs suppléants : ils multiplient les ressources, les photos et les témoignages en provenance des zones touchées. Cela a été le cas immédiatement après le tsunami¹⁴, cela l'a également été pendant Katrina¹⁵.

Face à une catastrophe naturelle, où la solidarité gouvernementale internationale est amenée à se manifester – généralement par l'envoi d'équipes spécialisées en sauvetage ou d'une aide de première urgence – les médias influent généralement sur les décisions des autorités. Celles-ci n'ayant pas forcément de politiques préétablies, leur première estimation des moyens à déployer se fait souvent au vu des images des télévisions. Dans ce cas, il est encore possible de parler d'«effet CNN», comme aux lendemains de la première guerre américano-iraquienne, lorsque les populations kurdes étaient accrochées à leurs montagnes ou les enfants somaliens en proie à la famine¹⁶.

Une mauvaise information initiale, voire la plus totale absence de médiatisation peut conduire à laisser se pérenniser des situations d'urgence. L'absence de touristes conjuguée à une ignorance géographique a empêché, depuis sa première révélation médiatique à l'été 2004 jusqu'à aujourd'hui, toute médiatisation du génocide en cours au Darfour, province occidentale du Soudan, ou de la famine au Niger. Pourtant, les occasions n'ont pas manqué. Eric Fottorino s'est ainsi exclamé, dans *Le Monde* du 11 janvier 2005 : «*tous ces morts n'ont pas crié. Ou, s'ils ont crié, on ne les a pas entendus. Il n'y a pas de plages dans le sud [sic] du Soudan, pas de complexes hôteliers de luxe pour touristes en quête de soleil et de mer chaude. Pas plus qu'il n'existe de cité balnéaire dans le Darfour*». Et le 18 août, le démographe Jean-Pierre Guengant constatait, dans le quotidien du soir, que «*les appels lancés à la communauté internationale dès décembre 2004 n'ont pas été entendus!*»¹⁷ Ceux du Cachemire, sinistré à l'entrée de l'hiver 2005, ne le furent pas plus...

La médiatisation peut ainsi produire une solution comme le pire oublié. On sait depuis la catastrophe d'Armero, comme le note le journaliste colombien German Santamaria, que «*mettre un visage sur cette catastrophe a permis d'en montrer l'ampleur, et a suscité un grand élan de solidarité internationale*»¹⁸. Cependant, ainsi que le remarque une journaliste

¹³ Laurent GERVEREAU, *Inventer L'actualité. La construction imaginaire du monde par les médias internationaux*, La Découverte, Paris, 2004, p. 73.

¹⁴ Ludovic BLECHER, «La blogosphère en première ligne», *Libération*, 29 déc. 2004; Laurent GERVEREAU, «Blogs : l'heure du décryptage», *Le Figaro*, 12 janv. 2005.

¹⁵ F. N.-L., «L'ouragan en direct des blogs», *Le Figaro*, 1^{er} sept. 2005; Judith RUEFF, «Katrina bouleverse la blogosphère», *Libération*, 1^{er} sept. 2005.

¹⁶ Piers ROBINSON, «Global television and conflict resolution : defining the limits of the CNN effect», in Eytan GILBOA (dir.), *Media and Conflict. Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinions*, Transnational Publishers, Ardsley, 2002, pp. 175-191.

¹⁷ «Niger : combien de famines encore?», *Le Monde*, 18 août 2005. Cf. aussi Christian LOSSON, «Les secours tardifs au Niger affamé», *Libération*, 22 juil. 2005.

¹⁸ Romero LANGLOIS/Pascale MARIANI, *op. cit.*

de l'Hebdo (RTBF), «l'info est un cercle vicieux; si CNN parle d'un fait, tout le monde va se mettre à en parler, si personne ne commence à dénoncer, personne ne suivra l'info». Il convient ici de souligner une dérive des médias, perceptible depuis les critiques qui ont accompagné leur suivisme lors de la première guerre américano-iraquienne. Jusqu'à présent, c'était systématiquement le cas pour les guerres. Depuis le tsunami, cette pratique a gagné l'humanitaire. Les journalistes ont tendance à observer les opérations de secours comme s'ils étaient à la fois juges et jurés. Non que les causes oubliées passent soudain sur le devant de l'actualité, mais ils appliquent simplement leur comportement de «chiens de garde» (*Watchdog*). L'ampleur des dons, largement sollicités par les médias¹⁹ – tous supports confondus, de l'encart dans la presse au bandeau sur Internet en passant par les incrustations «*Tous solidaires*» et «*Solidarité Asie*» – a semblé leur donner un droit de contrôle des dépenses à trois, six mois, un an²⁰. Après le passage de Katrina, le gouvernement américain a ainsi aussitôt été attaqué pour son incurie, ce qui a tranché avec la docilité des médias américains lors du déclenchement de la seconde guerre américano-iraquienne²¹.

UNE INSTRUMENTALISATION HUMANITAIRE

Le traitement particulier que les médias accordent aux crises, notamment aux crises humaines, répond à une mutation des sociétés dans lesquelles ils s'inscrivent. Depuis la disparition de la menace idéologique en 1989, les questions humanitaires ont trouvé une nouvelle audience auprès des opinions²². Si elle ne bouleverse pas les fondements de la geste humanitaire, cette évolution n'en produit pas moins une lourde perte de sens de son idéal fondateur.

Une geste humanitaire...

Dans le cadre des réponses humanitaires, l'information joue un grand rôle. Selon la Croix-Rouge, elle «est aussi nécessaire que l'eau, la nourriture, les abris et les médicaments pour sauver des vies en cas de catastrophe»²³. Cette reconnaissance du rôle des médias en tant que source de secours et d'aide doit se comprendre comme un moyen d'alerter le plus grand nombre de personnes dans les zones de crise et non comme un encouragement à leur médiatisation. Pourtant, depuis le milieu des années 1980, médias de masse et organisations humanitaires ont mis au point un «protocole compassionnel», pour reprendre la définition de Rony Brauman. Ce «protocole» se décompose en quatre conditions nécessaires : la puissance émotionnelle, la non-concurrence, la médiation et l'innocence. Ce registre sert de communication au mouvement humanitaire depuis sa double prise de conscience, à l'occasion de son intervention en Ethiopie en 1984-1985. D'une part, la compassion cimentait mieux le consensus que toute considération critique et la vitesse de l'agenda médiatique s'en accommodait parfaitement. D'autre part, «ce que le sentimentalisme médiatico-humanitaire avait contribué à occulter pouvait et devait être dévoilé par les humanitaires et grâce aux médias»²⁴.

Cinq ans plus tard, l'espoir d'un nouvel «ordre international» imposait le modèle des *charities* anglo-saxonnes. Celles-ci, nées à l'occasion des deux guerres mondiales pour venir en aide aux populations européennes sinistrées, ont aujourd'hui un poids économique considérable. L'apport de budgets importants, notamment du fait d'organisations internationales, comme les agences des Nations Unies et l'Union européenne, a permis à l'humanitaire de revendiquer sa

¹⁹ Cf. l'article du *Figaro magazine*, 15 janv. 2005, consacré aux «ONG en questions», notamment pp. 23-24 sur les dons.

²⁰ Marc-Antoine PEROUSE DE MONTCLOS, «Après le don, l'évaluation», *Le Figaro*, 12 janv. 2005; Marie-Estelle PECH/Samuel TILLIE, «Tsunami : les deux tiers des dons français pas encore dépassés», *Le Figaro*, 26 avr. 2005; Karim NEDIARI, «Tsunami : deux tiers des dons n'ont pas été utilisés», *Le Parisien*, 12 mai 2005; Pierre PRAKASH, «Six mois après, le tsunami omniprésent», *Libération*, 25 juin 2005; Arnaud RODIER, «Tsunami, six mois et huit cents chantiers», *Le Figaro*, 6 juil. 2005. Cf. aussi les émissions de télévision, dont «Complément d'enquête», France 2, 20 juin 2005; «Europa Reviews», Euronews, 20 août 2005; «Le Droit de savoir», TF1, 22 nov. 2005.

²¹ G. F., «Les médias attaquent le gouvernement», *Le Figaro*, 5 septembre 2005; Alain SALLES, «La fronde des médias contre George Bush», *Le Monde*, 8 sept. 2005.

²² René BACKMANN, «Information et sensation», in Rony BRAUMAN/René BACKMANN, *Les Médias et l'humanitaire*, CFPJ éditions, Paris, 1996 p. 95.

²³ AFP, «L'information est vitale en cas de catastrophe, rappelle la Croix-Rouge», 5 oct. 2005.

²⁴ «La pitié dangereuse», in Rony BRAUMAN/René BACKMANN, *op. cit.*, pp. 40-51. Cf. aussi Rony BRAUMAN, «Génocide, information et bons sentiments», *Agora, Le désordre humanitaire*, n° 36, aut. 1995, pp. 53-54.

«professionnalisation», révoquant l'amateurisme initial des *French doctors* de Médecins sans frontières (MSF) et le transformant en économie de l'offre. Dès lors, assurée d'un financement, la sensibilisation qu'elle ambitionnait cinq ans plus tôt se transforma en marketing, où la publicité, l'image et le slogan passaient avant l'action elle-même²⁵. La propension des médias à s'engager dans la voie du sensationnalisme est généralement admise. Les photographies et les images télévisées appartiennent au genre informationnel. Même si elles ne sont pas sans poser question quant à leur impact dans différents contextes, elles ont toujours pour effet de faire vendre journaux et magazines ou de faire envoler l'audimat à la télévision. Avec ce passage à une économie de l'offre, la couverture médiatique entre dans le registre humanitaire. Elle permet de marquer l'opinion, génératrice de dons dont l'utilité pour le financement des opérations est à prouver aujourd'hui, mais également de démarquer les organisations entre elles, notamment dans leur accès aux médias. Le recours, de plus en plus courant, à la médiation de stars de la musique, du cinéma, du *business*, de la politique, du sport et de la mode, ambassadeurs de bonne volonté des organisations des Nations Unies et de la Croix-Rouge ou «*célébrités utiles*», pour reprendre le mot de l'acteur Michael Douglas, en est une des expressions les plus évidentes. Le phénomène n'a pas attendu Bob Geldoff, son rock activisme et le controversé «Live Aid» pour l'Éthiopie²⁶, dont 2005 a vu les cérémonies du vingtième anniversaire de «We are the World» couplées avec la trentième édition du G8 et les échos du tsunami... Il est né avec la conversion de l'acteur Danny Kay aux valeurs de l'UNICEF. La princesse «des cœurs» Diana a elle-même prêté son concours à la cause de la Campagne internationale pour l'interdiction des mines²⁷. Avec le tsunami, les anciens Présidents américains George H. Bush et Bill Clinton se sont reconvertis dans l'aide humanitaire. L'utilisation de mythes, comme celui qui veut que les cadavres transmettent des maladies, devient également une ressource de communication. A la suite du tsunami, qui a fait plus de morts que de blessés, l'Organisation mondiale de la santé n'a pas hésité à utiliser ce genre d'argument, s'attirant la foudre des autres organisations humanitaires et de la Croix-Rouge. D'autres utilisent l'idée selon laquelle seuls les secours internationaux sont de vrais secours, qu'ils sont là pour l'urgence et le long terme... D'autres enfin dénoncent le système en pleine lumière, comme MSF, suspendant, le 3 janvier 2005, sa collecte sur l'urgence en Asie du Sud. L'objectif n'était pas de briser l'élan de générosité, mais d'obéir au principe juridique d'affectation..., qui confère le privilège de l'aide aux seules victimes médiatiques.

... en perte de sens

L'engouement humanitaire n'était pas sans responsabilité dans cette évolution. En marge de l'inclusion et de la participation effective des acteurs non étatiques dans les conférences et événements onusiens, à compter de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement de Rio, en 1992, se développe une «société civile», fondée sur des organisations non gouvernementales²⁸. Plusieurs Etats insistaient depuis de nombreuses années pour que cette inclusion se fasse de manière plus complète et transparente. Certains facteurs d'importance – mondialisation des marchés, requêtes répétées pour une reconnaissance claire des droits économiques et sociaux, conscientisation mondiale à la pauvreté – ouvraient la voie à une présence plus active de la société civile aux Nations Unies. Les Etats membres prirent la décision en 1993 de réviser les règlements relatifs à l'inclusion des organisations non gouvernementales au sein du système onusien, règlements qui dataient à l'époque de 1968. La révision a

²⁵ Sylvie BRUNEL, «Humanitaire. Crise de croissance ou d'identité?», *Ramsès 2003*, Dunod, Paris, 2002, pp. 272-273; l'entretien de Rony BRAUMAN, «L'image avant l'action», *MCS Info*, mai 2003.

²⁶ Cf. Rony BRAUMAN, «La pitié dangereuse», *op. cit.*, pp. 37-46.

²⁷ Afsané Bassir POUR, «Stars de l'humanitaire», *Le Monde*, 7 nov. 2004.

²⁸ Le Secrétaire général décrit l'émergence d'une nouvelle ère mondiale où la société civile a un rôle de plus en plus important aux côtés des institutions officielles, communiqué de presse SG/SM/6638, 14 juil. 1998, disponible sur le site Internet www.un.org/french/partners/civil_society/brazil.htm. Cf. également S. KILNANI, «La société civile, une résurgence», *Critique Internationale*, n° 10, janv. 2001, pp. 38-50; Gerald ARBOIT/Alain KIYINDOU/Michel MATHIEN, «Société civile», in Commission nationale française pour l'UNESCO, *La «Société de l'information» : glossaire critique*, La Documentation française, Paris, 2005, pp. 129-131.

été complétée en 1996. A la même époque, l'Union européenne suivait la même évolution²⁹ et se dotait d'un Office humanitaire de la Communauté européenne (ECHO), pour superviser et coordonner ses opérations d'aide humanitaire dans les pays tiers.

Dès lors, le nombre d'associations, issues de la mouvance du «sans-frontiérisme», du «tiers-mondisme»³⁰ ou initiées par des entreprises, des collectivités locales, des Etats, voire des sociétés militaires privées, n'a cessé de croître. Alors qu'il n'y en avait que deux mille au milieu des années 1990, elles sont plus de trente mille dix ans plus tard. Quelque cent quatre-vingts sont déjà recensées par les services d'ECHO. Par cette inflation, l'aide humanitaire est devenue un marché, dont le client semble être le donateur, public ou privé, et le donneur d'ordre ce média universel qu'est devenue la télévision. Il s'agit là d'un renversement total de l'esprit des *French doctors*, non plus guidé par le besoin de celui qui souffre et le devoir d'être présent là où personne n'est, mais par l'offre de dons qui détermine à la fois la couverture médiatique et le déclenchement de l'aide. Expliquant pourquoi elle suspendait sa collecte pour le tsunami, MSF notait que les campagnes de dons pour le tremblement de terre de Bam, le 26 décembre 2003, ne rapportèrent en France que six cent mille euros et, pour le Darfour, pendant deux mois l'été suivant, six cent cinquante mille euros. La couverture du *Monde* pour Bam se limita à vingt-quatre articles entre le 27 décembre et le 22 janvier 2004, avec des pics les 28 – 7 articles – et 31 décembre – 4 articles – et celle du Darfour s'étendait, depuis la dénonciation par l'ONU du désastre humanitaire, le 8 mai 2004, aux prémices de la couverture de la campagne présidentielle américaine, le 21 septembre.

Dans cet environnement, deux écueils apparaissent. Le premier est la scénarisation de l'action humanitaire, de façon qu'elle corresponde à l'agenda médiatique. Le second est la sous-traitance des Etats et des agences d'aide. Le premier explique l'ampleur de la trentaine de crises oubliées, faute d'intérêts géostratégiques ou de nationaux, touristes, expatriés ou humanitaires menacés, et les campagnes régulières d'organisations en mal de communication. Ainsi, le 19 mai 2005, Médecins du monde (MDM) lançait une campagne de sensibilisation, baptisée «Nous soignons ceux que le monde oublie peu à peu». Le second explique l'existence de régions «sur-humanitarisées», nanties de gros budgets, et le besoin de communication institutionnelle qui en découle. D'autant que cette dernière rejoint celle des entreprises donatrices, jouant autant la carte de l'implication sociétale que de la mondialisation économique³¹.

L'attrait des budgets conduit certaines organisations non gouvernementales à devenir supplétives des gouvernements. Pour leur part, les collectivités locales et les Etats ont eux aussi créé leurs propres structures humanitaires. La démarche la plus aboutie est sans conteste américaine. Dès 1997, la directive présidentielle 56 institutionnalisait un processus inter-agences pour ses interventions à l'étranger, impliquant le Département d'Etat, le Pentagone et l'Agence américaine pour le développement international (USAid). L'intégration des systèmes civils et militaires permettait une programmation, dans le temps et l'espace, des interventions américaines, depuis les phases d'urgence au rétablissement de la paix, à la reconstruction et au développement. Le contrôle, laissé aux militaires, subordonnait totalement les acteurs civils et politiques. En octobre 2001, le Secrétaire d'Etat Colin Powell a déclaré que les ONG américaines constituaient des «*multiplicateurs de force*» et étaient des

29

«La Commission et les organisations non gouvernementales : le renforcement du partenariat», *Avis du Comité économique et social sur le document de discussion de la Commission européenne*, juil. 2000, p. 5.

³⁰ La dichotomie qui prévalait en France entre ces deux tendances se fonde progressivement dans un *continuum* «Urgence Réhabilitation Développement» (URD). Cf. P. RYFMAN, «Urgence et développement : spécificité française et préfiguration d'une communauté d'ONG», *ONG et développement. Société, économie, politique*, Karthala, Paris, 1998, pp. 47-60.

³¹ Laurence GIRARD, «La médiatisation du drame a été le moteur des donations faites par les sociétés», *Le Monde*, 6 janv. 2005; Sophie PETERS, «Asie : pourquoi communiquer sur sa générosité», *Les Echos*, 7 janv. 2005. Cf. aussi Emmanuel DOLLET, *Responsabilité sociale des entreprises et coopération internationale. Panorama 2003*, ministère des Affaires étrangères, Direction générale de la coopération internationale et du développement, nov. 2002, disponible sur le site Internet www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Responsabilite_sociale_des_entreprises_et_cooperation_internationale.pdf.

«agents de la politique étrangère américaine» et «des instruments de combat contre le terrorisme»³².

UNE OPPORTUNITE POLITIQUE

La crise de sens de l'action humanitaire tient donc moins aux conséquences de sa médiatisation qu'à la puissance des enjeux politiques qui la sous-tendent. Le statut d'acteurs diplomatiques que les organisations humanitaires ont obtenu, loin de refléter l'entrée de la société civile dans les affaires internationales, ne fait que témoigner de leur instrumentalisation politique et de la militarisation qui en découle...

Un instrument de diplomatie publique

Longue tradition diplomatique américaine, mais réellement mise en application depuis la présidence de Ronald Reagan³³, la diplomatie publique apparaît comme le pendant politique du syndrome vietnamien des militaires. Profondément liée à l'offensive conservatrice américaine, elle génère une communication spécifique, qui n'est que le prolongement de la communication politique³⁴. Comme telle, elle fait grand usage des officines de relations publiques et de la télévision. Depuis 1999, militaires et diplomates réclament une meilleure coordination des diverses agences et Départements œuvrant à la *public diplomacy*, au service d'une stratégie mieux définie³⁵.

La télévision est à la «diplomatie publique» ce que la radio était à la Seconde Guerre mondiale, un accès au public le plus large possible. Cette position d'intermédiaire indispose généralement les responsables politiques et militaires. Trop préoccupés par leur souci de plaire à leurs opinions publiques, ils se sentent inhibés par cet œil critique informant en temps réel. Dans le même temps, ils savent aussi, comme le vainqueur de la guerre du Golfe, le général Colin Powell³⁶, que «la couverture en direct ne modifie pas la politique, mais crée un environnement dans lequel la politique devient possible». Le 29 décembre 2004, le lancement d'une «coalition internationale d'aide humanitaire immédiate et pour les efforts d'assistance et de reconstruction à long terme», dont la terminologie rappelait plutôt la guerre en cours en Iraq, faisait écho aux propos agressifs contre la France du directeur d'USAid. Il annonçait étrangement l'espoir de Colin Powell, le 5 janvier suivant, de voir s'*«améliorer l'image des Etats-Unis dans le monde musulman»* et la «merveilleuse occasion» de la future Secrétaire d'Etat du Président réélu, Condoleezza Rice, le 19 janvier, pour manifester au monde, en particulier musulman, leur «*générosité de cœur*»...

Les chaînes d'information en continue, constamment à la recherche d'une photographie «historique» et d'éditions spéciales³⁷, n'ont fait que répercuter ces objectifs diplomatiques gouvernementaux. La constante recherche de l'audience maximale impose alors des choix dans la couverture qui facilitent la pression des gouvernements. La crise du Darfour, comme avant elle celle du Rwanda, peine à entrer dans l'agenda des médias par défaut d'intérêt politique, malgré un début d'implication américaine. Ces questions ont peu d'intérêt stratégique dans la «*guerre humanitaire*», diagnostiquée par le «journaliste-chercheur» en relations internationales Ali Laïdi, dans *Le Figaro* du 5 janvier 2005, mais apparue dès 1991.

³² Isabelle BERCO, «La militarisation de l'action humanitaire en Afghanistan», *GRIP*, 9 mai 2005, disponible sur le site Internet www.grip.org/bdg/g4572.html#_ftnref15; Sami MAKKI, «Militarisation de l'humanitaire? Le modèle américain de l'intégration civilo-militaire, ses enjeux et ses limites», communication présentée lors du colloque GRIP-ECHO, Bruxelles, 17 nov. 2004.

³³ La *National Security Decision Directive* n° 77, du 14 février 1983, pose les principes du «*management of public diplomacy relative to national security*». Elle est réorganisée par le Président Clinton en 1999 par la *Presidential Decision Directive* n° 68, portant création d'une agence civilo-militaire d'International Public Information.

³⁴ Sur cette question, cf. Michel MATHIEN, «L'emprise de la communication de guerre. Médias et journalistes face à l'ambition de la démocratie», *La Revue internationale et stratégique*, n° 56, hiv. 2004-2005, pp. 90-91.

³⁵ Cf. les rapports de la Commission consultative de diplomatie publique de septembre 2004 et du US Government Accountability Office d'avril 2005, sur l'«US public diplomacy. interagency coordination efforts hampered by the lack of a national communication strategy».

³⁶ Thomas McNULTY, «Television's impact on executive decisionmaking and diplomacy», *The Fletcher Forum of World Affairs*, n° 17, 1993, p. 80.

³⁷ Howard TUMBER, «Sources, the media and the reporting of conflict», in Eytan GILBOA, *op. cit.*, p. 148.

Cette «guerre», opération de diplomatie publique, n'est pas uniquement le fait des seuls Etats-Unis. Le tsunami était aussi une «catastrophe providentielle»³⁸ pour de nombreuses nations qui cherchaient à modifier la façon dont elles sont perçues sur la scène internationale. A commencer par les puissances régionales, qui se livraient une concurrence âpre. Se rapprochant de la coalition américaine, l'Inde refusait toute aide internationale et se précipitait au secours du Sri Lanka sinistré. Il s'agissait autant de se débarrasser de son image de pays mendiant que de s'imposer face à la Chine et au Japon, dans la perspective d'un siège permanent au Conseil de sécurité des Nations Unies. La Chine en profitait même pour organiser, via l'hebdomadaire *Nanfang Zhoumuo*, le 6 janvier, sa réponse «aux critiques d'une certaine presse occidentale, comme le Washington Post, qui avait douté de la capacité chinoise à aider les pays sinistrés».

Comme l'Iran quelques jours après l'arrivée des premiers secours à Bam, en décembre 2003, ou immédiatement après le tremblement de terre peu médiatisé de février 2005, l'Indonésie cherchait à obtenir un retrait rapide des troupes et des humanitaires étrangers dans la région d'Atjeh. Dans un cas comme dans l'autre, la médiatisation de la catastrophe naturelle bouleversait la situation politique préexistante. Dans le premier cas, l'Iran gardait «le goût amer de Bam» et de ses promesses non honorées, une fois l'attention médiatique passée. Le Président Muhammad Khatami, évoquant l'offre d'aide américaine, s'était contenté de relever que «cette affaire ne [devait] pas être parasitée par des considérations politiques, ni de leur part ni de la nôtre»³⁹. Cependant, la présence massive d'armées et de médias étrangers était toujours politique. En demandant leur départ, l'Indonésie cherchait à marquer sa désapprobation contre la décision américaine de suspendre son aide militaire en 1999 en raison des exactions commises par les troupes de Jakarta au Timor oriental⁴⁰. La diplomatie américaine, bien décidée à conforter le nouveau Président Susilo Bambang Yudhoyono face à son armée, reporta ce départ au mois de mars 2005 et obtint un règlement du conflit sécessionniste d'Atjeh...

Une opération militaire autre que la guerre

La manifestation la plus médiatique de la diplomatie publique reste l'utilisation des forces armées. Non seulement celles-ci disposent du matériel permettant d'acheminer dans les endroits les plus inaccessibles l'aide d'urgence, mais en outre elles offrent, par leur déploiement, un moyen de véhiculer médias et humanitaires au plus près de l'événement et, donc, l'assurance de belles images. Il y a des moments où le fait d'être «*embedded*» ne se refuse pas... Cet emploi renforce l'efficacité politique du discours humanitaire. Notamment, il le légitime auprès d'opinions publiques peu enclines à la chose internationale. L'implication militaire, qu'elle ait un but humanitaire ou de maintien de la paix, laisse supposer un intérêt de puissance et, passant, suscite un soutien populaire. Sinon, l'ambivalence l'emporte toujours face aux images de souffrance et d'atrocités que présente la télévision. Cette vision de civils martyrisés interpelle régulièrement l'opinion, mais pas au point d'engendrer, ni d'expliquer, une mobilisation. En 1993, l'engouement pour la Somalie, qui conduit pour la première fois les armées à une intervention d'ordre humanitaire, s'explique autant par l'émotion des images de populations affamées que par le contexte euphorique qui suit la victoire de l'ordre des Nations Unies sur la violation iraquienne du droit international⁴¹. Onze ans plus tard, le tsunami offre une alternative à la guerre contre le terrorisme par la présence de touristes occidentaux en péril... D'un point de vue militaire, l'intervention en Somalie a été fondatrice à bien des niveaux.

³⁸ Philippe BOISNARD, *op. cit.*. Cf. Jacques AMALRIC, «Tsunami et faux amis», *Libération*, 20 janv. 2005.

³⁹ «Le bilan du séisme en Iran s'alourdit, mais Téhéran ne sollicite pas d'aide extérieure», *Le Monde*, 23 fév. 2005.

⁴⁰ AFP, «L'Indonésie veut le départ des forces étrangères participant aux secours», *Le Monde*, 12 janv. 2005.

⁴¹ Jérôme SAINTE-MARIE, «L'opinion française et les malheurs du monde : l'exemple bosniaque», *Enquêtes Louis-Harris 1995*, Denoël, Paris, 1995; Samy COHEN, *L'Opinion, l'humanitaire et la guerre. Une perspective comparative*, Fondation pour les études de défense, Paris, 1996, pp. 18-22.

D'une part, elle a entraîné une réévaluation du «maintien de la paix»⁴², notamment par les Etats-Unis. Précurseurs en matière stratégique depuis le lancement de leur Révolution dans les affaires militaires, ces derniers ont établi un nouveau concept opérationnel, appelé «opérations militaires autres que la guerre»⁴³. En rupture totale avec les principes dominants, il apporte une réponse rapide aux changements stratégiques de l'après-Guerre froide, impliquant de plus en plus largement les acteurs civils. Seize types d'opérations étaient définis, dont l'assistance humanitaire⁴⁴. Cette doctrine s'est diffusée rapidement, se trouvant notamment incorporée aux capacités de défense européenne, en particulier en Grande-Bretagne et en France.

L'autre innovation découlant de l'affaire somalienne a été la multiplication des interventions militaires à but humanitaire, l'impression répandue étant que la protection des populations menacée par de sévères violations des droits de l'homme et des conventions humanitaires était devenue une priorité de la communauté internationale. L'OTAN et l'Union européenne ont adopté les mêmes schémas de corps de réaction rapide et organisé leur interopérabilité dans le cadre de missions de gestion de crise – article V du Traité de Washington pour l'OTAN, missions de Petersberg pour l'UE. De son côté, l'Union africaine a accru ses capacités de soutien de la paix. D'autres pays, comme la Suisse⁴⁵, le Canada, l'Australie, le Japon ou le Brésil ont réorganisé leurs forces armées afin de leur donner des capacités de projection pour des opérations de maintien/renforcement de la paix⁴⁶. Le passage à l'assistance aux populations en proie à une catastrophe naturelle, comme en Asie du Sud, en décembre 2004, n'est qu'un prolongement de cette conception opérationnelle.

Toutefois, si ces déploiements militaires s'accroissent bien de la geste médiatique, ils ne sont pas sans renforcer la perte de sens de l'action humanitaire⁴⁷. Cette dernière sert de paravent à la poursuite de la politique par d'autres moyens. Depuis «Provide Comfort» au Kurdistan, au printemps 1991, jusqu'aux «bombs-and-bread» de la «coalition militaro-humanitaire» d'Afghanistan⁴⁸, en passant par le Kosovo, avec des exceptions pour «Palister» en Sierra Leone et «Artémis» au Congo démocratique, toutes ces opérations «humilitaires», pour reprendre le néologisme formé par Jack Dion, dans *l'Humanité* du 14 avril 1999⁴⁹, ont mis en péril les populations qu'elles proclamaient sauver, soit parce qu'elles n'avaient pas les mandats politiques pour les protéger et les aider, comme en Somalie et en Bosnie, sans parler de l'Afghanistan et de l'Iraq en 2005, soit parce que les concurrences étatiques, guidées par des considérations de communication, ralentissaient leur action, comme en Albanie, pendant l'intervention au Kosovo. Lors du tsunami, l'«humilitaire» n'a suscité aucun ressentiment, «comme si, à force de se côtoyer, aujourd'hui en Asie, hier et demain en Afghanistan, en Iraq, au Darfour, au Kosovo et sur les lieux de tant d'urgences africaines, les protagonistes, militaires et humanitaires, finissaient par mieux se comprendre»⁵⁰.

* *
*

⁴² J. L. HIRSCH/R. B. OAKLEY, *Somalia and Operation Restore Hope*, United States Institute of Peace Press, Washington, 1995; Jean-Paul BRODEUR, «Maintien et imposition de la paix en Somalie (1992-1995)», *Cultures et Conflits*, n° 29-30, 1997, pp. 175-228.

⁴³ D. G. ROSE, «The effect of humanitarian operations on US army doctrine», *Small Wars and Insurgencies*, print. 2002, p. 59.

⁴⁴ *Joint Pub 3-07, Joint Doctrine for Military Operations Other Than War*, 16 juin 1995.

⁴⁵ Ludovic MONNERAT, «Comment l'armée suisse devient un atout majeur hors des frontières nationales», 3 avr. 2005, disponible sur le site Internet www.checkpoint-online.ch/CheckPint/Armee/Arm0048-OperationSUMA-T.html.

⁴⁶ Cf. Hans KÖCHLER, «Humanitarian intervention in the context of modern power politics», *International Progress Organization, Studies in International Relations*, vol. XXVI, Vienne, 2001; *Une Europe sûre dans un monde meilleur. Stratégie européenne de sécurité*, 12 déc. 2003, p. 11, disponible sur le site Internet ue.int/uedocs/cmsUpload/031208ESSIIFR.pdf.

⁴⁷ Laurent ZECCHINI, «Les 'soldats de l'humanitaire'», *Le Monde*, 24 janv. 2005.

⁴⁸ Nicolas DE TORRENTÉ, *The War on Terror's Challenge to Humanitarian Action*, ODI-HPN report, Londres, janv. 2003.

⁴⁹ Cf. aussi Cyrus PAQUES, «Humilitaire = humanitaire + militaire : le mariage contre nature», *Imagine demain le monde*, n° 28, 1^{er} nov. 2001, p. 10.

⁵⁰ Laurent ZECCHINI, *op. cit.*

Le tsunami peut apparaître comme un modèle de la médiatisation des catastrophes majeures. Il montre comment une collusion des médias, des organisations humanitaires et des Etats peut transformer un événement en opération de communication planétaire. L'information continue, le *marketing* direct et la diplomatie publique dirigent un monde de plus en plus fictionnel, où la nature devient, comme le terrorisme, le moyen de fabriquer artificiellement un nouvel «Empire du Mal»⁵¹. La révélation du chaos impose une ouverture de soi, qui se manifeste par un élan humanitaire. Elle ébranle une société occidentale qui vit dans un présent permanent depuis la fin de l'ordre bipolaire issu de la Seconde Guerre mondiale. Le basculement entre un virtuel de plaisir et de sécurité absolue dans un réel fait de catastrophes naturelles et de guerres génère une peur, mélange de perception de l'environnement, d'instinct et d'imaginaire, dont les médias ne sont que le reflet. L'effet de résonance qui en découle empêche toute idée contraire à une pensée commune qu'encouragent des organisations non gouvernementales, qui forment une «société civile» virtuelle, et des Etats en mal de légitimité. Tout concourt dès lors à ces déluges d'images émotionnelles, émanation d'un refus d'accepter toute idée de risque par une société occidentale soudainement devenue immature et irrationnelle...

La médiatisation du tsunami, comme prolongeant l'effondrement perpétuel des deux tours du World Trade Center, contribue à modifier les échelles du temps et de l'espace pour générer de nouvelles peurs, plus ou moins rationnelles. Elle contribue à rendre virtuel le risque réel, qui se manifeste par une perte partielle de conscience du risque au profit de risques mineurs ou lointains, capables de cristalliser des émotions très fortes, puisque l'homme se trouve dépourvu d'action. Fréquemment caché sous le sceau du secret et de la suspicion, le risque devient un moyen de contrôler les populations. En entretenant une société angoissée, il est possible de contrôler son imaginaire pour la détourner de la réalité.

⁵¹ Cf. Jean BAUDRILLARD, «A la recherche du Mal absolu», *Libération*, 17 fév. 2005.