

Les médias et l'humanitaire

Réflexions à partir de la lecture d'un ouvrage récemment paru sur les médias, la guerre civile et l'action humanitaire¹

« Nous les avons nourris, hébergés, informés, nous les avons laissés utiliser notre téléphone par satellite, nous leur avons tenu la main, nous avons tout fait pour eux... et pas une ligne, pas une allusion, rien ! » Ces mots, expression assez claire d'une rancœur et d'une frustration refoulées, sortaient récemment de la bouche d'un chef de délégation du CICR. Jusqu'alors, lui et ses collègues s'étaient acquis une magnifique réputation auprès des médias, à l'échelon international. Mais là, quelque chose s'était cassé. Les journalistes étaient devenus une perte de temps, d'argent et d'énergie. Dans l'esprit de ce chef de délégation, le travail de la presse était réduit à un simple échange : « Nous donnons, vous montrez » (sous-entendu : « ce que nous voulons bien que vous montriez »).

Malheureusement, ce genre d'échange marche rarement. Trop de « bonnes nouvelles » engendrent l'ennui, et les récits de type promotionnel ne sont pas crédibles. Or, la crédibilité est l'axe autour duquel s'articulent tous les programmes de communication institutionnelle. Le CICR ne fait pas — et ne peut pas faire — exception à la règle.

La visibilité à tout cran n'est cependant que l'un des deux pièges séduisants qui attendent les travailleurs de l'humanitaire chargés de s'occuper du « mal nécessaire » qu'est la presse. L'autre, beaucoup plus pernicieux, consiste à croire que nous pouvons — et que nous devons — séduire les représentants de la presse au point d'en faire des alliés objectifs et dociles dans notre action en faveur des victimes. Les accents mielleux de nos chants de sirènes sont d'autant plus doux à nos oreilles que plusieurs journalistes de renommée mondiale ont remis en question le fon-

¹Larry Minear, Colin Scott, Thomas G. Weiss, *The news media, civil war, and humanitarian action*, Lynne Rienner Publishers, Boulder/London, 1996, 123 pages

dement éthique de *leur* travail. Certains ont même abandonné le journalisme pour rejoindre des organisations humanitaires ou même faire de la politique. D'autres gravitent autour d'entreprises telles que le Centre international de reportage humanitaire (CIRH), basé à Genève, dans l'espoir d'améliorer ce qu'ils considèrent comme une convergence d'intérêts objective entre journalistes et humanitaires.

Initiative très louable; mais est-ce que cela peut tenir la route?

Souhaitant trouver la réponse à cette question, trois analystes des médias travaillant pour le *Thomas J. Watson Jr Institute for International Studies, Brown University* (États-Unis) ont entrepris de définir la nature de la relation triangulaire qui s'établit, notamment en situations de crises, entre les groupes d'acteurs concernés: médias, humanitaires et gouvernements. Pour ce faire, les auteurs ont examiné les facteurs qui affectent et influencent chaque composante de ce qu'ils qualifient de « triangle de crise » (*crisis triangle*). Prenant comme point de départ six études de cas (évaluations tripartites de l'interaction des composantes au Libéria, dans le nord de l'Irak, en Somalie, en ex-Yougoslavie, en Haïti et au Rwanda), ils se sont efforcés de distiller les contours des relations de cause à effet à partir d'une masse de données qui, de prime abord, ressemblerait davantage à un formidable — mais souvent mortel — jeu de mikado.

L'étude adopte, dans l'analyse de ces relations, une approche visant l'essentiel. À chaque pas, pourtant, les auteurs reconnaissent être confrontés à une série de points d'interrogation, de paramètres variables, de conditions d'entrée... Se servir des médias, faire du trafic d'influence, n'est pas une science exacte. C'est un exercice pour lequel il n'y a pas de stratégies de communication toutes faites.

Si un fil conducteur traverse l'ouvrage, cependant, il peut se résumer en un mot: clarté. Les auteurs ne cessent à aucun moment d'insister sur l'absolue nécessité pour tous les acteurs concernés de comprendre ce que les autres composantes peuvent, ou plus utile encore, ne peuvent pas faire. Chaque élément du triangle doit avoir une connaissance parfaite des contraintes structurelles des autres, de leur but dans la vie et dans la société, de leurs priorités et de leurs responsabilités. Une clarté absolue dans les programmes et les démarches est l'élément essentiel de toute entreprise de communication efficace. Pourtant, il semble que c'est là plus un vœu pieux qu'autre chose, car, souvent, il se trouve quelqu'un, quelque part, ayant à son ordre du jour le sabotage des projets d'autrui (version moderne d'un *Kriegspiel*?).

En soi, et cela ne surprendra personne, le rapport qui s'établit entre les différentes composantes du triangle est caractérisé — du moins dans

les sociétés démocratiques occidentales sur lesquelles porte implicitement l'étude — par l'interdépendance et une certaine désinvolture. Chaque composante sent ou sait absolument qu'elle a besoin (ou risque d'avoir besoin un jour) des deux autres, tout en voulant jalousement garder une indépendance propre, farouchement réaffirmée à chaque occasion donnée. On peut donc déduire de ceci que la réciprocité triangulaire est déterminée autant par l'opportunisme des divers acteurs que par des principes plus ou moins universellement reconnus. La question est donc: doit-il, et devrait-il, toujours en être ainsi ?

L'observation la plus pertinente qui, dans cette recherche, nous touche en tant qu'institution humanitaire est peut-être le fait que la couverture médiatique intensive d'une crise, surtout si elle est relayée par la télévision, n'influera sans doute pas sur la politique d'un gouvernement (pour autant que ce gouvernement ait une politique). Effectivement, une telle couverture médiatique est, presque par définition, réductrice quant aux causes profondes de ladite crise et émotionnelle dans sa forme. Tout au plus, dit l'étude, une représentation imagée et simplifiée d'une crise parviendra-t-elle à augmenter la pression intérieure et pourrait peut-être influencer le calendrier ou la portée des intentions — secrètes ou déclarées — d'un gouvernement naviguant à vue.

Dans les rares occasions, illustrées par le cas de la Somalie, où la « tyrannie de l'image choquante » a pu dicter une politique à suivre à un gouvernement lointain, les conséquences ont été désastreuses. Depuis la débâcle somalienne, non seulement les gouvernements ont appris à résister aux diktats émotionnels des couvertures médiatiques populaires, mais se dotent de moyens plus ou moins efficaces pour les maîtriser, notamment en projetant une image de l'assistance humanitaire-alibi : « les gens veulent que nous soyons là-bas, alors, qu'ils nous voient là-bas, en train d'aider les victimes ». Du point de vue d'un certain humanitaire, la visibilité est devenue synonyme de financement et, de ce fait, les gouvernements occidentaux sont devenus, ou sont en train de devenir, politiquement immunisés contre les cirques caritatifs à forte expression visuelle, à la Goma. Faire étalage de T-shirts et de logos peut faire entrer de l'argent dans les caisses des organisations, mais en termes d'influence politique, le résultat est nul.

Certes, l'expérience a montré qu'un gouvernement saisi d'une crise humanitaire ne peut plus se permettre des erreurs de jugement ou de communication. Ceci signifie qu'il incombe aux gouvernements et aux administrations d'inclure la gestion de crises humanitaires dans leurs objectifs politiques généraux. Ainsi, une fois que le cap politique a été

établi dans le sillon d'une crise à composante humanitaire, les médias graphiques ne serviront qu'à suivre et illustrer les programmes d'aide mis en place. Dans de telles circonstances, les médias, et surtout la télévision, deviennent au mieux une sonde de l'opinion publique nationale, au pire ils contribueront au désormais fameux « facteur CNN ». Conséquence vraisemblable de cet état de choses : les gouvernements donateurs et ceux qui ont les moyens d'agir en vertu des mandats de maintien de la paix, etc., deviendront de plus en plus insensibles à l'expression émotive de préoccupations humanitaires.

Du point de vue humanitaire, le CICR a également ses raisons de vouloir tenir à longueur de bras ce genre de journalisme. En effet, les couvertures médiatiques lourdement chargées d'émotion peuvent provoquer des erreurs humanitaires pour le moins embarrassantes. L'exemple type : la vague des candidats (occidentaux) à l'adoption qui a suivi la projection d'un film TV dramatique sur des orphelins, ou d'enfants présentés comme tels. Ce genre de portraits entraîne, parfois, non seulement des séparations de familles, mais aussi un étrange racisme humanitaire : les médias de l'Ouest se mobilisent pour qu'un enfant « adopté » puisse rester dans sa famille adoptive, et donc loin de ses parents biologiques (« quelque part en Afrique... »), parce que ceux-ci, cela va en principe sans dire mais est répété à l'infini, ne peuvent pas vraiment (!) s'en occuper convenablement. Le parent naturel, biologique, quant à lui, est calomnié par la presse pour les raisons les plus humainement louables : le désir de donner à l'enfant une chance de réussir sa vie... Ce n'est pas là un style de reportage humanitaire que le CICR veuille encourager, éthiquement ou pratiquement. Pourtant, les humanitaires doivent faire attention de ne pas dénigrer de telles manifestations de sincérité. Simplement, il faut les canaliser. On le peut en concevant l'édification de sociétés dans lesquelles les considérations humanitaires seraient adoptées en tant que principes politiques directeurs, conçus pour permettre l'aménagement d'un environnement social favorable à l'éclosion de la générosité humaine.

Les auteurs de *The news media, civil war, and humanitarian action* voient une autre forme de pression s'exercer sur des médias plus ou moins accommodants — pression qui a eu, et continuera d'avoir, des répercussions sur le travail humanitaire. Ainsi, et personne ne les contredira, lorsqu'ils disent que, parce qu'on manque d'espace rédactionnel et que le temps d'antenne est compté, reportages et articles doivent être courts et simples. Les journalistes professionnels, que ce soit dans le milieu de la presse écrite ou de l'audiovisuel, s'adaptent vite à cette exigence. De ce fait, presque par définition, un manichéisme plus ou moins contourné se trouve placé au cœur du reportage humanitaire : il y a le

« bon » et le « mauvais ». Il y a les « bonnes victimes » et (il peut y avoir) les « mauvaises victimes ». Ce manichéisme provient souvent du besoin, à en croire les journalistes et les rédacteurs en chef (que Minear qualifie à juste titre, avec les nababs des médias, de « gatekeepers » — de « portiers » ou « gardiens ») qu'il y aurait de lier dans le fil d'un récit le public aux politiciens, les politiciens à la politique et donc, en fin de course, tout reportage, surtout s'il a pour sujet une catastrophe humanitaire, à des fonds de culpabilité réelle ou supposée. Le lecteur ou spectateur doit être psychologiquement capable d'évaluer le jeu des responsabilités, ne serait-ce que pour considérer le drame en cause comme quelque chose de véritablement « étranger ». Les médias deviennent ainsi, plus ou moins volontairement, des véhicules de stéréotypes. La couverture par la presse des événements de l'ex-Yougoslavie et de la région africaine des Grands Lacs en est un bon exemple.

L'impression que retire le lecteur de la toile d'araignée qui s'est ainsi tissée entre médias, humanitaires et autorités est qu'il est confronté à un enchevêtrement de désir d'aider, d'impuissance, de méfiance, de programmes divergents, de cynisme et — déclarés ou non — d'objectifs politiques à court, moyen ou long termes. La conclusion logique de ceci est que si une organisation comme le CICR veut influencer elle-même la politique des gouvernements (ou des multinationales), à partir de ressources légitimes, elle doit le faire en amont des médias. De même, notre apport en matière d'information et d'influence licite doit avoir pour objet final la perspective d'une société sereine dans laquelle les principes humanitaires sont intégrés comme règles de gouvernement. En attendant, ne vaut-il pas mieux que le CICR réserve ses mines d'information et le produit de sa réflexion pour ceux, représentant certes une élite, capables de les absorber? Si oui, on en vient à l'adoption, par une institution de type CICR, d'une politique de communication axée sur les différents publics auxquels elle a affaire.

J'ai tiré une autre conclusion de l'étude — ou, plus exactement, du tissu complexe et confus des contacts entre médias, gouvernements et humanitaires : tous, humanitaires, journalistes, gouvernements, et même les victimes, en matière de communication, sont en plein apprentissage. Il n'y a jamais eu d'âge d'or des systèmes d'influence applicables aux médias, il n'existe aucune expérience confirmée pouvant être appelée à la rescousse, aucun grimoire auquel on puisse se référer. Il en va de même pour les médias aux prises avec des technologies toujours plus nouvelles et qui doivent aussi jauger en permanence les goûts de nouveaux publics définis selon des paramètres économiques et éducationnels divers. En cette fin de XX^e siècle, des systèmes de communication s'édifient de manière empirique. Ceux qui

apprennent le plus vite sont probablement ceux qui sont le plus sous pression, c'est-à-dire les gouvernements élus et ceux qui cultivent un « problème d'image » ou qui s'en sont vu imposer un.

Ce processus signifie également que les médias eux-mêmes doivent trouver un équilibre respectable entre ce qu'on pourrait appeler « l'info-variétés » (tendance que l'on trouve surtout, mais pas exclusivement, dans le reportage télévisé) et un véritable rôle d'information. La plupart des journalistes, livrés à eux-mêmes, se complairaient dans le rôle de démolisseurs d'idoles, que celles-ci proviennent de la « jet-set society », du monde humanitaire ou politique. Pourtant, même le plus iconoclaste des journalistes doit composer avec la réalité, à savoir la loi et son salaire. Ceci nous concerne dans la mesure où il est objectivement dans notre intérêt que les médias restent, comme nous, aussi indépendants qu'il est économiquement et politiquement possible de l'être.

Ce dernier problème est probablement un de ceux qui affectent le plus les organisations humanitaires. Les médias ont besoin d'argent pour fonctionner, et l'argent vient de la publicité, des subventions de l'État et du secteur privé dit, par euphémisme, « éclairé »... Dans tous les cas, l'accès au financement est déterminé par ce que les publics veulent lire, entendre et voir — ou de ce que d'autres pensent qu'ils doivent lire, entendre et voir. Les journalistes aimeraient être entièrement indépendants et pouvoir dire ce qu'ils estiment devoir dire de la façon qu'ils jugent être la plus appropriée. Mais quelles que soient les formes, dans quelque cas que ce soit, le mode communication ne peut être qu'éphémère. Le reportage comme produit a évolué ces dernières décennies, il y a donc une instabilité structurelle au cœur du métier qu'il est presque impossible de saisir.

Les médias obéissent cependant à quelques règles, et il existe de nombreuses théories sur ce qu'ils devraient faire et la manière dont ils devraient le faire. Les moins pertinentes sont souvent celles qui viennent de l'extérieur. Représentez-vous les médias, et vous verrez moins une science qu'un art. On ne peut comparer le journalisme à la médecine mais on le pourrait à la musique : la catégorie la plus modeste des communicateurs sonores joue sur les trottoirs, alors que les plus prestigieux honorent les grandes salles de concert, quand ce n'est des auditoriums restreints et élitaires épris de musique de chambre. Telle est la profession de journaliste, et ainsi doit-elle rester. Satisfaisons-nous de ce qui existe, et je ne crois pas que nous devrions ne serait-ce qu'essayer d'envisager d'y changer quoi que ce soit.

Trop de gens veulent changer ou contrôler les médias. Des gens que nous ne connaissons pas, et en lesquels nous n'avons pas confiance. Si

nous voulons que les principes et les pratiques humanitaires se développent et soient respectés, nous devons pouvoir non seulement les expliquer, mais mettre en évidence leur utilité. L'un des outils dont nous disposons pour y parvenir est la presse, une presse crédible. Nous ne devons pas rejoindre les rangs de ceux qui, pour quelque raison que ce soit, honorable ou pas, cherchent à corrompre sa mécanique interne. Nous ne pouvons pas faire de la presse l'alliée naturelle de l'action humanitaire, nous ne pouvons en faire que la porteuse, soucieuse de vérité, de nos histoires et de nos sentiments. Comme le disait l'énergique patron d'un média britannique, « Je n'ai rien à faire de fans équipés de machines à écrire ». Effectivement, un journaliste qui s'implique trop dans un reportage perd son indépendance d'esprit et d'expression. J'ai peur que toute tentative visant à attacher la presse à une convergence d'intérêts quelque peu ténue finisse par subordonner et, à terme, discréditer ceux qui doivent par définition toujours être libres de demander à n'importe lequel d'entre nous — individu ou institution — de rendre compte de ses actes, de ses dépenses et de ses déclarations. C'est grâce à cette liberté que la presse demeure crédible et, si nous faisons correctement notre travail, nous aussi. C'est précisément l'intérêt des victimes. Et, enfin, pour répondre au chef de délégation en colère, cité au début de cet article, à propos d'un sujet que Larry Minear, Colin Scott et Thomas G. Weiss n'ont pas traité, je dirai : « Patience, tout vient en son temps ». Le simple fait que les journalistes utilisent notre institution signifie qu'ils la reconnaissent comme une composante efficace du « triangle de crise ».

Kim Gordon-Bates
Rédacteur, CICR NEWS