

Humanitaire et médias LES PROBLÉMATIQUES D'UN RAPPORT INCESTUEUX

*par Antoine Vaccaro **

Le tsunami a révélé, plus que jamais, des relations complexes entre action humanitaire et médias, entre médias et action humanitaire. Un décryptage est nécessaire.

Le tsunami a été un accélérateur de l'histoire de la générosité. Par les sommes collectées, jamais égalées en si peu de temps pour une même cause ; par les techniques mobilisées ; et par le fait que l'actualité de la catastrophe a été très vite reléguée au second plan. L'essentiel du débat, après les premiers jours, a porté sur les records de générosité qui se sont succédés sous l'impulsion des médias. Faute d'avoir initié l'événement, ces derniers se sont ensuite mobilisés pour l'influencer.

Une relation ambivalente

Cette question du rapport des médias aux catastrophes et à l'action humanitaire est centrale et de plus en plus problématique. Il n'y a pas, en effet, d'action humanitaire privée sans médias. Les événements dramatiques qui préfigurent les grandes interventions médiatico-humanitaires « font de l'audience ». Et ceci à double titre, tout d'abord au moment le plus chaud de la crise, puis à froid dans le procès souvent fait aux ONG sur l'utilisation des fonds.

Cette évolution a une genèse. L'action humanitaire privée de grande échelle est enfant des médias. La presse, puis la radio et enfin la télévision ont favorisé l'enfantement de cette forme d'action, reposant sur la mobilisation de citoyens, librement regroupés, décidés à agir au profit des plus démunis. Enfant turbulent qui n'a de cesse de réclamer son indépendance mais qui, dès la survenance d'une catastrophe, en appelle à la mobilisation des médias. Une image, ce sont mille mots et une victime médiatisée vaut toutes les statistiques du monde (1).

Ainsi, les grandes ONG entretiennent-elles avec les médias un rapport incestueux, que commence, tout juste, à dénoncer Médecins sans Frontières, leur enfant prodigue et chéri. L'appel de MSF à l'arrêt des dons, dans les jours qui ont suivi le tsunami, est un acte déterminant pour la suite de l'épopée médiatique humanitaire. Il est nécessaire d'en comprendre les raisons et la signification.

MSF, née dans cette complicité entre média et humanitaire, est sans doute l'organisation la plus à même de comprendre com-

** Président du CerPhi (Centre d'étude et de recherche sur la Philanthropie), vice-président de TBWA\CORPORATE, et co-fondateur de \NON PROFIT
antoine.vaccaro@tbwa-corporate.com*

(1) Une photo « sortie » d'Éthiopie et reprise par la BBC déclencha l'une des plus grandes mobilisations humanitaires de la fin du siècle dernier. Et de la même façon, les images poignantes d'une petite Colombienne se noyant dans une fosse envahie d'eau, à la suite de l'éboulement d'Armero, remua les entrailles de millions de donateurs.



bien cette proximité peut être mortelle. Face à l'extravagance de l'événement et du mouvement de générosité qui s'en est suivi, il est probable que les responsables de MSF aient voulu se protéger de l'emballement de la machine médiatico-humanitaire. Mais on peut s'interroger, dans le même temps, sur la signification de cette dérobaude. Quel type d'apogée représente cette posture ? Et la polémique qu'a déclenché cette décision est-elle une véritable polémique ? N'est-elle pas au fond le signe que MSF est devenue l'institution absolue, celle qui reflète le consensus du moment et la posture dans l'air du temps, la posture du pseudo-rebelle qui, en même temps exprime une indignation et en récupère les fruits ? N'annonce-t-elle pas le début du déclin ?

L'acte de solidarité, liberté sous influence ?

Mais on peut s'interroger aussi sur les raisons de cette surcharge affective et cette débauche d'indignité qui s'abat sur les ONG.

Les causes humanitaires font désormais partie des marques « stars » au même titre que Danone, Total, ou Lance Armstrong et Michael Jackson. La geste de ces « marques » est tantôt magnifiée, tantôt montrée du doigt avec, comme résultante, l'accroissement de l'audience et des ventes qui y sont liées. « Le gros intestin médiatique » digère tout. Jeux olympiques, Coupe du monde de football, canicule meurtrière, tsunami, ouragan Katrina, tremblement de terre au Cachemire, attentats à Madrid et à Londres, mais aussi faits divers en tous genres et *reality shows*, tout est ramené au même niveau et vaut le même GRP (2) en terme de cerveaux pré-conditionnés de badauds médiatiques.

De ce fait, dans le cas du tsunami, l'objet de l'actualité se déplace. En effet, ce n'est plus tant la catastrophe qui importe, que les records de générosité battus successivement et la polémique qui naît des déclarations du président de Médecins Sans Frontières. Ce qui, au départ, est vécu comme une entrave à la digestion de l'événement par le système médiatique finit par en augmenter et prolonger l'exposition.

Cet événement met aussi en lumière une nouvelle réalité médiatique. Grâce à la convergence numérique et la mise à la portée généralisée d'outils de prise de vue et de diffusion audiovisuelle, « Monsieur tout le monde » devient : reporter, chroniqueur, agitateur public. *Libération* titrait l'été 2005 « Tous reporters » ; on pourrait rajouter : tous paparazzi, voire réalisateurs.

Dépassés par un phénomène hors norme, les journalises ont essayé de le remettre dans leur grille d'interprétation. Croyant encore que c'est à eux de dire quand et à qui donner, alors que le public ne les attend plus pour ça. Situation inédite en France

(2) *Gross Rating Point*
(Point de couverture brute)
Indice de pression d'une campagne publicitaire sur une cible définie. Il s'agit du nombre moyen de chances de contacts d'une campagne publicitaire rapporté à 100 personnes de la cible étudiée. Plus précisément, le GRP est calculé à l'aide de la formule suivante : taux de couverture (ou taux de pénétration) multiplié par la répétition moyenne.

MÉDIAS : UNE OCCASION MANQUÉE

Opinion

L'émotion a sa place dans l'information. Elle fait partie de la vie. Rien à redire, donc, à ce que la couverture médiatique du tsunami ait fait appel, au début, aux sentiments. Mais très vite, il nous revient à nous journalistes, même au prix de douloureuses contorsions intérieures, de retrouver la tête froide, d'expliquer, et pas simplement montrer, de garder un regard critique sur les réalités. Et là, manifestement, nos médias, écrits et plus encore audio-visuels ont, dans l'ensemble, failli.

En Belgique (1), les infos et images ont été d'abord focalisées sur les touristes (2), notre prolongement occidental, en quelque sorte : combien d'Européens manquaient à l'appel ? La couverture médiatique aurait-elle été semblable si des Européens, nos semblables, n'avaient été concernés ?

Puis, il y eut le flot de correspondants dépêchés d'urgence sur le terrain (3). Et cette logorrhée d'images d'amateurs, et ces vagues mille fois montrées. Et « nos » équipes de secours, gouvernementales ou non, qui devaient sans doute surtout nous rassurer sur nos capacités à aider. Et ces opérations de récolte de fonds, organisées par des médias eux-mêmes. Il n'est jamais bon, pour des observateurs, de se muer en acteurs ; c'est le regard critique qui y perd à tous les coups. *A fortiori* quand des informations sont tues pour ne pas décourager les donateurs.

Beaucoup de confrères du Sud sont restés avec l'impression désagréable d'une méconnaissance, de la part de journalistes, de ce qu'est un pays du Sud, vu de l'intérieur. En témoigne le long débat sur l'installation d'un système d'alerte au tsunami. Qui servira quand ? Tous les 100 ans ? Va-t-on aussi installer un système d'alerte pour les bateaux de pêche industriels qui, en permanence, privent les pêcheurs locaux de poissons ? Va-t-on

avertir rapidement lorsqu'une multinationale fait breveter, à usage privatif, une plante cultivée depuis des siècles par des communautés paysannes qui en vivent ? Va-t-on mettre en place un système de prévention des dégâts que le tourisme sexuel entraîne pour les enfants ?

Bien sûr, là, on touche à des mécanismes dont les responsabilités sont humaines, pas naturelles. Des terrains sur lesquels on peut agir avant une catastrophe ; mais qui s'y intéresse, dès lors qu'ils sont « politiques » ? Yolande Mukagasana, rescapée du génocide rwandais, s'interroge : « Est-ce plus facile d'intervenir lors d'une catastrophe naturelle, car personne ne se sent ni responsable ni coupable ? En Asie, ce ne sont pas des humains qui ont provoqué la mort des autres humains. »

Alors, quand un journaliste télé belge demande au commissaire européen Louis Michel si l'aide permettra aux régions touchées de redevenir un « paradis », on frise l'écoeurement. Un paradis pour qui, cher confrère ? Pour les touristes, encore ? L'émotion du journaliste peut transparaître dans les reportages, mais pas au point de les écarter de l'essentiel de leur rôle : aider à comprendre, au-delà de l'apparent. Dans des situations comme celle-ci, nous sommes les seuls à le faire auprès du grand public. L'occasion a été manquée (4).

André Linard

Journaliste, InfoSud - Belgique (5)

(1) Comme sans doute en France, en Suisse et ailleurs.

(2) Jusqu'à donner la parole, sans contre-point, à un touriste belge se plaignant de la non disponibilité immédiate d'un membre de l'ambassade en Thaïlande.

(3) Parfois pour leur faire dire en direct qu'ils ne voyaient pas grand-chose, les communications étant évidemment difficiles.

(4) Voir le dossier « Raz de marée médiatique », dans *Médiatiques*, trimestriel du département de Communication de l'Université catholique de Louvain, n° 36, printemps 2005, pp. 27 à 34.

(5) Agence de presse spécialisée sur les pays du Sud.



et facteur de confusion supplémentaire, la presse audio visuelle et papier intervient sur le sujet tsunami, autant en tant qu'entreprise engagée qu'en tant que rédaction soucieuse de garantir sa neutralité.

En effet, alors que, dans les premiers jours, les médias et les institutions en général ont paru totalement débordées par le phénomène, MSF les remet dans le jeu en leur donnant du grain à moudre et, finalement, leur permet de jouer les prolongations. Entre janvier et juin 2005, on a plus parlé de générosité et de fonctionnement des ONG que de la catastrophe et des souffrances qu'elle a engendrées, d'argent que d'humanité.

Ainsi l'objet monstrueux, le phénomène star, c'est la générosité des donateurs, qui sont pris d'un désir irrésistible de donner et qui, même lorsqu'on leur dit que c'est assez, continuent à verser leurs dons, encouragés, il est vrai, par ces mêmes médias qui répercutent, dans le même temps, les appels à l'arrêt des dons de MSF. Pourquoi ce paradoxe ? Peut-être, comme l'écrivait Descartes, parce que le don est un besoin primaire et non pas un luxe.

Voici une dizaine d'années déjà, après la crise du Rwanda, Étienne Mougeotte (3) expliquait que l'humanitaire, comme support d'audience, c'était fini. En fait non, car la générosité est une des passions fondamentales de l'âme comme l'admiration, la jalousie, la haine. Donner, c'est essayer de montrer sa libéralité avec le souhait de n'en manquer jamais. Pour le donateur du tsunami, c'est une façon de participer, de voter, de faire, de dire quelque chose face à un événement sidérant (4).

ONG, refuges menacés ?

Avec le tsunami, les Français, comme d'autres téléspectateurs et internautes dans le monde, ont vécu une expérience inédite, qui les marque et s'inscrit dans le crescendo des fléaux mondialisés qui se succèdent depuis la tempête de 1999. Sidérés par un événement qu'ils comparent à Hiroshima (5), ils répondent par une avalanche de dons à la Croix Rouge, qu'ils assimilent à une ONG, symbole du secours en temps de guerre ou lors de cataclysmes. En même temps, ils prennent conscience de leur force, dès lors que l'ampleur médiatique et la rapidité numérique leur confèrent le pouvoir de court-circuiter leurs élites en exprimant leur opinion individuelle dans un cadre collectif d'ampleur exceptionnelle.

Et vers qui se tournent-ils ? Vers le seul type d'organisations qui apaise leur angoisse, leur inquiétude : les ONG, les « nouveaux gladiateurs », derniers bastions du système de représentation qui aient encore suffisamment de crédit, de confiance et d'efficacité, pour pousser des millions de donateurs à leur envoyer un don. Ne serait-ce pas là le vrai scoop en définitive, alors que nombreux sont ceux qui prophétisent la fin de la cré-

(3) Directeur de l'information sur TF 1.

(4) Une analogie pourrait être proposée entre ce tsunami de générosité, précédant de quelques mois une « réplique » : le « non » au référendum pour la constitution européenne ; en faisant un don face au tsunami, je m'affirme en tant qu'individu, face à une fatalité, tout en agissant avec d'autres pour les populations victimes ; en votant « non », je m'affirme en tant qu'individu dans le refus collectif d'accepter une certaine fatalité du « oui » prôné par la plupart des dirigeants du pays.

(5) Lire également l'analyse d'Alain Mergier p. 26.

dibilité des ONG ? Dououreux d'accepter, pour bon nombre de leaders d'opinions, le magistère des ONG et la confiance dont elles bénéficient en cas de catastrophe humanitaire.

Et pourtant, dans une époque d'effondrement des instances de médiation et de représentation, de crise du politique, du syndical, du religieux, de l'État..., vers qui d'autre peut se tourner le « conso-individu » de plus en plus libre, mais aussi de plus en plus isolé ? Vers ces émanations de la société civile qui agissent au plus près et parent au plus urgent. Pour l'instant, leur *aura* est inoxydable. Rien n'y fait, pas même les médiatisations d'« affaires », parfois fondées, le plus souvent montées en épingle, qui secouent de temps à autre le secteur.

Mais voici qu'approche l'anniversaire du tsunami. L'heure des comptes ! Il y a fort à parier que toutes sortes de détracteurs vont tenter de démontrer que décidément ces ONG ne méritent pas l'honneur que leur font les millions de donateurs. Les articles sont déjà écrits : il n'y manque plus que les noms et les exemples.

Il faut enfin reconnaître que les médias ne sont finalement que le miroir de nos propres travers, car ce donateur vertueux que tout le monde chérit, respecte, dont les désirs sont des ordres, n'est pas non plus totalement « pur » : pour lui aussi, il y a des malheurs plus empathiques que d'autres.

Depuis le tsunami, il est survenu d'autres catastrophes : Katrina qui a ravagé la Louisiane et jeté à la rue des milliers de personnes, mais n'a entraîné aucune réaction des donateurs, à l'exception des Américains eux-mêmes. En octobre 2005 le Pakistan, dans la région du Cachemire, est frappé d'un violent tremblement de terre, 50 000 morts, des centaines de milliers de blessés et de sans abris..., encéphalogramme plat du donateur. Dans un cas, cela concerne la riche et méchante Amérique, elle n'a qu'à s'occuper de ses pauvres ; dans l'autre cas, la terre a tremblé dans un pays perçu comme un véritable nid de guêpes ! Il est vrai aussi que le coup de cœur extatique du tsunami peut avoir affaibli, pour quelque temps, la capacité caritative des donateurs.

Pourquoi ne pas faire l'hypothèse d'une loi, selon laquelle une crise humanitaire ne permet de battre de nouveaux records de collecte qu'à certaines conditions, dont l'espacement entre chacune de ces crises – au moins tous les cinq ans –, son caractère inédit, le nombre et la « qualité » des victimes, la façon dont le fatum a frappé.

« Le malheur est aveugle et la générosité injuste », dit le sage ; c'est non seulement vrai, mais caricatural.

Antoine Vaccaro