

Journalistes AIDER À Y VOIR CLAIR

par Richard Werly *

Soumis à de fortes contraintes, les journalistes peuvent toutefois contribuer à favoriser la solidarité.

Khao Lak, Thaïlande : 29 décembre 2004. Envoyé spécial du *Temps*, je débarque sur les plages transformées en cimetières par les vagues tueuses du tsunami. Autour de la préfecture de Phuket transformée en quartier général pour les ambassades étrangères et la presse internationale, une centaine de journalistes tendent leurs micros aux représentants des consulats et du gouvernement thaï. Mon téléphone portable sonne. Au bout du fil, un confrère d'un quotidien belge tout juste débarqué à Aceh, la province ravagée de l'extrême nord de Sumatra. Nous devons travailler en duo. Lui couvrira l'Indonésie, moi la Thaïlande. Problème : sa rédaction en chef lui a suggéré une autre priorité. « Je dois tout de suite localiser un village de pêcheurs que nos lecteurs pourront parrainer, m'explique-t-il. La couverture de l'actualité passera après... »

L'anecdote est révélatrice de la confusion ambiante des genres, aujourd'hui, lorsque survient une catastrophe naturelle de l'ampleur du tsunami. Plutôt que de rester dans leur rôle traditionnel d'observateurs, de plus en plus de médias deviennent acteurs de l'aide humanitaire. Hier, seule la presse chrétienne ou militante – *La Vie, La Croix, Le Pèlerin, l'Humanité...* – sollicitait régulièrement la générosité de ses lecteurs au profit d'œuvres d'entraide en général liées à l'Église, ou aux patronages laïques de son choix. Ces appels, récurrents, font même partie du patrimoine génétique de ces publications, nées pour porter un message militant et solidaire. Or, aujourd'hui, le fait d'appeler aux dons est devenu une banalité. Dès qu'une catastrophe survient, les chaînes de télévision ouvrent spontanément des comptes, soit au profit d'organisations caritatives, soit, plus rarement, au profit de leurs propres œuvres humanitaires. Il ne s'agit plus seulement d'informer. Il s'agit de mobiliser, de surfer sur la vague.

Les conséquences de cette « générosité » médiatique se font sentir sur le terrain. Parce qu'ils se profilent comme des acteurs humanitaires à part entière, les médias estiment avoir des comptes à rendre à leurs lecteurs sur l'efficacité de l'aide. Les journalistes se retrouvent donc vite à assumer trois rôles : celui de témoin, celui de juge, et celui de procureur. Ce fut le cas dans les zones dévastées de l'Océan Indien. Les premiers reporters à débarquer, fin décembre et début janvier, envoyèrent à leurs rédactions des témoignages de victimes occidentales ou locales.

* Chef de la rubrique internationale du *Temps* (Genève)



Les équipes suivantes, à partir du 20 janvier – après la controverse déclenchée par la décision de Médecins sans frontières d'interrompre sa collecte – commencèrent à s'interroger sur le bien fondé de l'aide et la réalité des besoins. La troisième relève, à partir de la fin de la période d'urgence (close début avril par les autorités indonésiennes) a commencé à brandir les chiffres et le calendrier. Combien d'argent en caisse ? Combien de maisons déjà reconstruites ? Deux émissions de télévision diffusées fin juin, « Complément d'enquête » sur France 2 et « Le Droit de savoir » sur TF1 ont focalisé sur ces interrogations. « J'avais l'impression de devoir me justifier à chaque fois que je rencontrais un journaliste, donc, je les évitais » m'avouait en avril un volontaire américain de *Catholic Relief Services*.

L'autre conséquence de cette confusion des rôles, dans l'exercice de notre métier, est la focalisation sur les secours d'urgence en provenance de l'étranger. La question n'est plus, sur le terrain des catastrophes « que peut-on faire ? » mais « il faut faire ». La solidarité en provenance des pays riches est toujours mise en avant. À l'inverse, tout intervenant humanitaire qui s'interroge ou doute est présumé défaillant. Il faut agir sous les caméras ou sous l'œil des appareils photos pour exister, avec ce que cela suppose de logos reconnaissables, de signes identitaires. D'où la difficulté rencontrée, en matière de communication, par les associations d'aide au développement et, plus encore, par les associations d'entraide locale. J'ai passé toute une partie de mon séjour au Sri Lanka aux côtés des équipes de volontaires de Sarvodeya, l'une des plus grandes organisations caritatives de l'île. Dès le premier jour, Sarvodeya et son réseau de volontaires ont approvisionné en eau, matériel, vêtements et nourriture les populations côtières sinistrées. Or combien de journaux étrangers ont mentionné dans leurs articles le militantisme déployé par cette fondation sri lankaise ? Plus généralement, combien d'articles, sur les milliers écrits sur l'aide humanitaire post-tsunami, se sont attardés sur l'extraordinaire élan de générosité nationale constaté dans tous les pays touchés ? Seuls les secours dispensés par la population thaïlandaise aux touristes étrangers ont bénéficié d'une couverture médiatique importante.

Il en va enfin des médias comme des États. Ils agissent tard, sous pression. Un excellent reportage publié dans *Télérama* (28 septembre 2005) attirait notre attention sur le sous-traitement journalistique de la catastrophe alimentaire survenue au Niger. Il a fallu attendre, raconte le journaliste, que des personnalités médiatiques comme Bernard Kouchner commencent à soulever le couvercle de l'indifférence pour que les choses bougent. Là encore, tant que l'urgence... Sauf qu'en la matière, les États ne se comportent pas mieux. Jan Egeland, le secrétaire général adjoint des Nations Unies en charge de l'aide humanitaire rappelait, à la veille de la conférence des donateurs sur le Pakistan le 26 octobre 2005 à Genève, son vain plaidoyer pour la création

d'un fonds mondial pour les secours aux catastrophes, doté de 500 millions de dollars. M. Egeland rappelait que 9 millions de dollars auraient permis de financer l'épandage d'insecticide pour tuer, début 2005, les larves de criquets en Afrique Sahélienne. Alors que six mois plus tard, l'acheminement d'une importante aide alimentaire au Niger, pour faire face aux pénuries provoquées par ces mêmes criquets, a coûté plus de 100 millions de dollars, soit dix fois plus.

En matière humanitaire, la myopie médiatique est à l'unisson de la myopie politique. Et l'exemple du tsunami a ceci de paradoxal qu'il n'incite pas à réfléchir : vu l'afflux massif des dons, beaucoup pensent que chacun – médias, gouvernements, ONG – a correctement fait son travail. Ce que contredisent, sur le terrain, les ratés de la reconstruction. La vérité est que l'humanitaire, nouveau porte fanion des libertés, n'a pas engendré son contre-pouvoir. Au lieu de faire preuve de vigilance à leur égard, comme ils le font envers les pouvoirs publics ou les entreprises, les journalistes accompagnent les grandes organisations non gouvernementales qui, souvent, les transportent d'une catastrophe à l'autre. Il est temps de passer à une autre étape. Des reporters spécialisés dans l'investigation humanitaire doivent trouver leur place dans les services étrangers des rédactions. Sans tomber pour autant dans le piège facile du « combien ça coûte ? », leur rôle, aux côtés d'organisations humanitaires souvent engagées dans l'urgence, doit être d'indiquer les écueils, de soulever le voile sur les enjeux de pouvoir que cache la distribution de l'aide, d'interroger les populations locales sur leurs aspirations et leurs besoins.

Les journalistes sont à leur place dans les avions qui acheminent les premiers secours aux quatre coins du monde. Mais ils ne doivent pas se contenter d'en raconter les soutes. Ils doivent aussi aider les pilotes à y voir clair.

Richard Werly (1)

(1) Auteur de *Tsunami, la vérité humanitaire*.
Éd. du Jubilé. Décembre 2005 ;
richard.werly@letemps.ch