

# MÉDIAS SUISSES DANS LA TEMPÊTE DU DÉSERT



*Reporters Sans Frontières*  
– Association suisse –  
Case postale 162, 1010 Lausanne

DSS  
AP  
2654

TEB  
5618

LES CAHIERS DE RSF

# POUR LA RAISON JOURNALISTIQUE

*Les médias occidentaux et le nouvel ordre international*

*par Jean Widmer*



*Né en 1946, sociologue, docteur  
ès lettres, Jean Widmer dirige  
la section française de l'Institut  
de Journalisme de l'Université  
de Fribourg.*

«... maître d'un savoir dont les ingénieuses ressources dépassent toute espérance... qu'il fasse dans ce savoir une part aux lois de sa ville et à la justice des dieux...»

Sophocle: Antigone

Les militaires coalisés ont reçu personnellement les félicitations des généraux américains. Leurs contingents ont paradé à New York: dans chaque pays, la télévision retransmit fidèlement la tranche de parade qui lui correspond. Le Koweït ne se contente plus d'exécutions sommaires. Il s'en donne le droit et prononce des condamnations à mort. Les éditorialistes s'en émeuvent, mais ils sont bien seuls. Et qui se demande ce que signifient les nouvelles conditions que l'ONU a imposé à l'Irak? Encore quelques millions de dollars en facture et l'assurance que ce pays ne s'en relèvera pas. Qui se souvient de Versailles?

Piégés par les mécanismes de leur propre système, les médias ont contribué à l'immense émotion de la guerre, lui donnant la résonance que requerrait sa légitimation. Selon la même logique, ils ne peuvent maintenant braquer que des lanternes sur les conditions de la paix.

Les médias, et parmi eux avant tout la télévision, exercent un pouvoir de mise à l'ordre du jour: ils déterminent ce dont nous nous préoccupons collectivement. Mais ils ne maîtrisent pas ce pouvoir. Ils sont les jouets de leur propre puissance. Des conditions d'emploi de techniques de retransmission, des conditions de rentabilisation de ces mêmes techniques, des conditions de travail résultant de ces techniques et de leur rentabilisation. Ils ne déterminent pas l'objet de leur compétition — même si cet objet, une guerre, met en cause les conditions idéelles de leur fonctionnement, l'ordre libéral de l'information.

A mesure que passent les mois, les analyses du travail des médias durant la guerre du

Golfe me semblent plus myopes. Non qu'elles soient fausses, mais elles laissent dans l'ombre la question centrale: quel fut le but de cette guerre? En taisant cette question, il est possible d'imaginer que lors d'une nouvelle guerre, les journalistes feraient encore mieux leur travail. Sans doute. Mais qu'auront-ils fait pour éviter une nouvelle guerre, si nous ne nous interrogeons pas sur leur fonction durant cette guerre? Quelle fut leur contribution à cette guerre?

Pour ceux qui n'eurent pas de doute sur le bien fondé de cette guerre, les médias ont été certes naïfs et parfois arrogants, mais dans l'ensemble ils ont fait du bon travail<sup>1</sup>. Mais quel fut ce travail? Dans quelle mesure a-t-il consisté à transmettre un savoir, dans quelle mesure fut-il le déploiement d'un immense espace dramatique au service d'un châtement exemplaire? A-t-il informé sur la guerre ou a-t-il informé pour la guerre? L'ordre international a imposé par la force est-il souhaitable pour l'exercice du journalisme?

Comprendre l'ordre de l'information durant cette guerre suppose que l'on comprenne quel ordre il s'agissait d'instaurer par cette guerre. C'est à comprendre l'interpénétration de ces deux ordres que s'attachera cette brève réflexion<sup>2</sup>.

#### DE DEUX HYPOTHÈSES SUR LE NOUVEL ORDRE INTERNATIONAL

Cet ordre est dit nouveau en relation avec la nouvelle distribution des forces après la fin du conflit Est-Ouest. L'invasion du Koweït fut élevée au rang de cas exemplaire, sans doute parce que les pays industrialisés, les États-Unis en tête, ont fait de l'axe Nord-Sud, l'axe structurant du nouvel ordre.

S'agit-il d'un ordre fondé sur le droit international ou d'un ordre international fondé sur la violence? Dans le premier cas, il faut parler d'un échec au moins

partiel. Si les troupes irakiennes ont quitté le sol koweïtien, personne ne se soucie d'y faire appliquer le droit. Après quelques voyages, les États-Unis semblent se résigner à laisser Israël traiter les territoires occupés selon sa volonté. Le menacer d'un boycott économique? Trop dangereux, maintenant qu'Israël fait face à la Syrie qui a tranquillement annexé le Liban? L'Égypte et la Jordanie sont traversées de profonds remous. L'ONU est silencieuse. Après avoir cautionné la guerre, elle semble se désintéresser de la paix. Discréditée auprès de nombreux pays du Sud, et même du Nord?

Ce n'est pas le lieu de discuter en détails les deux hypothèses. Mais si l'on considère cette intervention comme un acte au service du droit, elle fut partiellement un échec, sa stratégie et ses conséquences<sup>3</sup> sont sans rapport avec ce but. C'est une hypothèse trouée d'exceptions que n'expliquent que des considérations relevant de l'hypothèse contraire.

Si l'on considère cette intervention comme un acte violent et symbolique d'instauration d'un ordre inégal, les faits s'alignent comme dans un puzzle. A commencer par la définition de l'agression irakienne comme conflit Nord-Sud — le choix d'un pays industriel comme l'Irak convient mieux pour une «leçon» que Panama ou Grenade, ce d'autant mieux que le maître de Bagdad avait fait la preuve et de sa folie meurtrière et de son ingénuité stratégique; le choix des «associés» de collaborer à la main mise sur leurs ressources énergétiques, sous peine de se voir imposer sans recours la loi du plus fort. Même l'appel au droit international, associé au discrédit de l'ONU et à l'échec des médias, trouvent une interprétation dans cette alternative puisqu'ils assurent le monopole (armé) de la définition de ces droits. Froidement,

la pire hypothèse tient mieux la route que l'autre. Et elle permet même d'intégrer les analyses du comportement des médias durant cette guerre.

#### **QU'ALLAIENT-ILS FAIRE LÀ-BAS?**

L'invasion du Koweït mobilisa immédiatement la présidence américaine. Le conflit, de bilatéral, devint immédiatement multinational, mettant en jeu le monde entier. La tentative des pays arabes de le définir comme un conflit régional qui pourrait trouver une solution régionale, fut rapidement balayée. Les troupes s'installaient dans le désert, et avec elles les équipes de télévision. Qu'allaient-elles faire là-bas?

La puissance de retransmission était à la mesure de la puissance de feu. Celle-là retransmit rapidement les images de celle-ci. Les images promotionnelles des armes étaient inévitables et les regrets de ne pouvoir retransmettre les états d'âmes des futurs combattants dérisoires. La question à poser immédiatement aurait dû être: que faisons-nous ici? Est-ce une guerre à la portée de nos caméras? La réponse est immédiate, mais la question ne fut pas posée, car si les autres chaînes sont présentes... La concurrence induit le mimétisme.

Ces caméras grandes ouvertes sur le désert, les chefs de guerre se sont chargés de les alimenter, professionnellement, comme on gave une oie.

#### **LE DIRECT À VIDE**

L'énorme appareil promettait de tout retransmettre en direct. La guerre, comme si vous y étiez. De ne pouvoir tenir sa promesse, le média jeta un moment le discrédit sur le journalisme, jamais sur la télévision.

Le direct a fait l'objet de nombreuses analyses. Il donne au téléspectateur rang de participant. Il calque la structure de la retransmission sur celle de l'objet

retransmis. S'il s'agit d'un débat loyalement organisé, c'est à un tel débat que participe le téléspectateur. S'agit-il d'une manifestation sportive, le téléspectateur participe à l'émotion du drame collectif. Le match gagné, les «supporters» à distance se retrouvent dans toutes les rues d'Europe à claxonner leur victoire – témoignant en passant du succès des médias à créer des collectivités à distance.

S'agit-il d'une cérémonie religieuse, le téléspectateur bénéficie des mêmes grâces que les participants présents sur place. Et le journaliste devient un officiant. Une cérémonie politique, et le citoyen peut participer aux rites laïques. Dans tous les cas, ce qui est transmis devient sa propre chambre d'enregistrement, et les aléas et contingences sont autant de témoignages de l'authenticité du direct.

Or la guerre se passa hors champ. Le direct ne se mua même pas en différé. L'action se passait hors de la vue, secrète et sacrée, comme dans la liturgie médiévale – un rapprochement qui correspond bien à la vassalisation des troupes associées. A heure régulière, un prêtre en uniforme informait. A heures irrégulières, un missile témoignait de l'irruption du sacré. Créer le sacré et le contenir: voilà le sacerdoce auquel se vouèrent, même malgré eux, les médias. Le vide informationnel des images créait cet énorme espace que vinrent remplir, entre deux briefings, le chuchotement des experts face au sublime ciel d'Arabie.

#### **RIEN QU'UN AMPLIFICATEUR?**

Cette énorme caisse de résonance ne fit pas seulement la part belle aux paroles militaires. L'énormité de son projecteur fit d'une guerre du droit contre le tyran, retransmise sans guillemets ni recul, une guerre exemplaire. La leçon devait être administrée à la vue de chacun,

### ***Le travail des journalistes a-t-il informé sur la guerre ou a-t-il informé pour la guerre?***

sans délai ni échappatoire, chacun devait assister au châtime-  
ment, dans le présent synchronisé par  
le direct. Avec plaisir ou avec  
dégoût. Comme jadis en Place  
de Grève. Sauf que le sang est  
banni du spectacle. Le châti-  
ment est chirurgical, profession-  
nel, précis et neutre. Même les  
chirurgiens ne trouveraient rien à  
dire de cette métaphore hardie  
qui fit de leur profession le sym-  
bole destiné à transmuier l'acte  
de tuer en acte instaurateur  
d'ordre. On pouvait même re-  
garder par le viseur: le téléviseur  
dans le prolongement de la ligne  
de tir. On voyait la cible, mais ni  
vie, ni mort. Seulement de la  
technique.

Grande ouverte sur des  
avions à l'exercice, sur des offi-  
ciers en briefings, sur des cam-  
ions jouant dans le sable, la télé-  
vision a aidé à faire voir la  
guerre comme le combat techni-  
que entre la raison et la folie, le  
propre et l'obscène, le froid et le  
chaud, le sec et l'humide, le net  
et le flou, le puritanisme et la dé-  
bauche. Toute la résonance mé-  
taphorique du nouveau rite  
transpirait des caméras. La ver-  
tu était plein champ, le vice hors  
champ: de la sorte était utilisée  
la plus forte articulation logique  
de l'image, l'opposition entre ce  
qui est montré et ce qui ne l'est  
pas. Mais cette opposition a pré-  
cisément la propriété de n'être  
pas vue. Elle doit être dite. Pour-  
quoi fut-elle si peu dite?

C'est à ce point que l'on peut  
apprécier l'élégance de la solu-  
tion utilisée pour faire taire les  
journalistes curieux: «la mani-  
pulation par inondation»<sup>4</sup>.  
L'élégance réside dans l'écono-  
mie de moyens, les mêmes  
images qui déréalisent les événe-  
ments et alimentent l'imaginaire  
collectif, sont la denrée la plus  
demandée par la télévision.

#### **POUR LA RAISON JOURNALISTIQUE**

Il est sans doute illusoire de  
chercher à influencer à moyen  
terme les techniques de produc-

tion des images, car elles sont  
stabilisées par la propriété res-  
treinte de ces techniques et par le  
système des médias qui donne  
actuellement la priorité à  
l'image télévisuelle. Il semble  
plus prometteur d'exercer son  
influence avec une stratégie aus-  
si élégante que celle dont il s'agit  
de limiter l'influence. Cette stra-  
tégie consiste à renforcer ce qui  
est déjà présent dans de nom-  
breuses rédactions et qui peut  
être résumé en un slogan: déve-  
lopper la raison journalistique.

La raison journalistique doit  
présider au choix des images.  
Elle doit justifier ce choix publi-  
quement. L'opinion publique  
est la ressource principale visée  
par la stratégie qui place la com-  
munication avant l'information.  
Cette opinion publique doit être  
comprise, et plutôt que de cher-  
cher à remonter le fleuve, il faut  
chercher à en structurer le cours.  
La communication qui ne relaie  
que des messages institutionnels  
est limitée en ressources sous  
deux aspects au moins: la pau-  
vreté de ses contenus, en parti-  
culier l'amnésie collective qu'elle  
suppose, et l'image méprisante  
du public qui est implicite dans  
son contrat de lecture.

La publicité a pu remédier  
aux effets pervers de son contrat  
de lecture abrutissant en amu-  
sant, tendant au téléspectateur  
le miroir d'une personne qui sait  
décoder, d'une personne intelli-  
gente. La communication politi-  
que ne saurait, au vu de l'impact  
existential de nombre de ses dé-  
cisions, recourir à de telles mé-  
thodes - à moins bien sûr d'en-  
visager à terme un changement  
de régime et de renoncer défini-  
tivement au modèle démocrati-  
que des institutions.

La raison, et en particulier la  
raison journalistique, ne vit pas  
dans un vide idéal. Elle s'incarne  
dans l'organisation des rédac-  
tions, dans l'accès à l'informa-  
tion, dans la valorisation de l'in-  
vestigation, dans la vérification  
des sources. Elle s'incarne dans  
un réseau professionnel résolu-

*La question à poser  
immédiatement aurait  
dû être: que faisons-  
nous ici? La réponse  
est immédiate, mais  
la question ne fut pas  
posée... La  
concurrence induit le  
mimétisme.*

***Dans la mesure où le direct et l'information brute font du lecteur un journaliste, le journaliste renonce à exister.***

ment international, réseau permettant de comprendre les diverses perspectives sur le même événement. Le recours à un tel réseau aurait sans doute évité les dérapages constatés dans des débats sur la guerre du Golfe, débats au cours desquels les invités arabes étaient réduits au silence dès qu'ils dépassaient les limites de ce qui était compatible avec la doctrine française du moment.

Il est difficile, encore aujourd'hui, de savoir si cette guerre était évitable et, si elle ne l'était pas, s'il fallait la conduire de cette manière. Par contre, il est inadmissible du point de vue de la raison d'arguer que le seul contrôle des images par les militaires a empêché l'information du public. Rien dans ce qui s'est passé ne dispensait le pouvoir politique du respect des principes libéraux du discours public. Rien ne dispensait les journalistes de placer l'éthique de leur profession au dessus de la raison nationale.

Le slogan qui fait de l'information une ressource stratégique pour l'avenir est éliptique. L'information n'est rien si elle n'est pas interprétée, si elle n'est pas transformée en savoir. Dans la mesure où le direct et l'information brute font du lecteur un journaliste, le journaliste renonce à exister. Or, il est bien évident que la complexité des problèmes ne permet pas à chacun de structurer les informations en savoir. Le problème a été reconnu dans le domaine de la consommation: le mythe du consommateur libre de son choix a reçu la béquille des associations de consommateurs, seules à même d'établir la transparence nécessaire au libre choix des consommateurs. Il serait tout de même curieux que, dans le domaine de l'information, où existe un héritage sous la forme d'une profession vouée à la transparence de l'espace public, on aille en sens inverse.

La stratégie à développer va

donc dans le sens d'une réaffirmation du savoir journalistique, savoir qui puise dans l'information, soit, mais au même titre que la fabrication d'un produit puise dans la matière première. Mais là s'arrête la ressemblance: la tendance actuelle de l'industrie à produire sans stock ni délai ne saurait être celle des rédactions: son stock, c'est sa mémoire, sous forme d'archives et de réflexion; son délai, c'est celui qui est nécessaire pour interpréter une matière à chaque fois différente. Précisément, des nouvelles.

La réaffirmation de l'éthique et de la raison journalistiques n'est pas un impératif corporatif. Elle est une nécessité pour s'adapter aux conditions nouvelles de la communication politique. Elle est une nécessité pour une opinion publique internationale divisée, car le discours journalistique doit redevenir la plateforme où s'articulent les conflits majeurs de la planète, alors que s'estompe le crédit des institutions politiques qui en avaient la charge.

*Jean Widmer*

<sup>1</sup> Selon un sondage paru dans Newsweek, 59% des personnes interrogées ont une meilleure opinion des journalistes depuis la guerre du Golfe.

<sup>2</sup> Les analyses détaillées qui soutiennent mes propos se trouvent notamment dans le dossier Média Papers no 3, 1991, de l'Institut de journalisme et de communications sociales, Université de Fribourg. La conférence de M. Chérif, le 10 juin à ce même Institut, marqua un pas décisif dans ma réflexion sur le cadre de référence des analyses.

<sup>3</sup> Même Jean Daniel, dans un éditorial (Nouvel Obs. 6.6.91) admet que les conséquences sont désastreuses. Sur le choix de la stratégie, voir par exemple l'article de M. Peled dans Le Monde Diplomatique, juin 1991.

<sup>4</sup> Cette stratégie est expliquée dans divers ouvrages et présentée dans l'article de D. de Rudder «La grande manipulation» (Nouvel Obs. 6.6.91)