

NON-VU ET NON-DIT DANS LA MÉDIATISATION DE L'ACTUALITÉ INTERNATIONALE

UNE APPLICATION DE LA «SPIRALE DU SILENCE»

PAR

GÉRALD ARBOIT (*) ET MICHEL MATHIEN (**)

Si la «*spirale de silence*», selon l'expression que l'on doit à la sociologue allemande Elisabeth Noelle-Neumann, désigne une réalité observable dans les comportements sociaux, elle n'est pas non plus absente des pratiques médiatiques en général. *A fortiori* dans les modalités du suivi de l'actualité internationale.

Observatrice de la formation des processus constitutifs de l'opinion publique, Noelle-Neumann avait fondé son analyse sur un double constat à propos des élections fédérales allemandes de 1965 (1). Le premier était qu'il existait un décalage empiriquement vérifiable entre la répartition effective d'une opinion et son expression en public. D'où le second : la pression pour se conformer à l'opinion perçue comme majoritaire entraîne un changement de comportement en faveur de cette opinion. La sociologue allemande a ainsi suggéré la relation entre communication de masse, communication inter-individuelle et perception individuelle par rapport aux opinions des autres membres de la société. Le principe fondateur de sa théorie est que les personnes, redoutant en principe l'isolement social, expriment des opinions qu'ils considèrent comme admises par la majorité; en même temps, ils censurent celles qu'ils sentent impopulaires, renforçant l'opinion de la majorité au détriment de celle de la minorité et créant ainsi une «spirale du

(*) Chercheur au Centre d'études et de recherches interdisciplinaires sur les médias en Europe (CERIME) de l'Université Robert Schuman (Strasbourg III, France) et directeur de recherche au Centre français de recherches sur le renseignement (Paris, France).

(**) Professeur en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Robert Schuman (Strasbourg III, France), où il dirige le Centre d'études et de recherches interdisciplinaires sur les médias en Europe (CERIME), et titulaire de la chaire UNESCO en communication, «Pratiques journalistiques et médiatiques. Entre mondialisation et diversité culturelle».

(1) Elisabeth NOELLE-NEUMANN, *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung-Unsere soziale Haut*, Piper, Munich, 1980 (trad. angl., *The Spiral of Silence: Public Opinion. Our social Skin*, University of Chicago, Chicago, 1984; Elisabeth NOELLE-NEUMANN, «The theory of public opinion: the concept of the spiral of silence», in J.A. ANDERSON (dir.), *Communication Yearbook*, 1991, vol. XIV, pp. 256-287; C. SIMPSON, «Elisabeth Noelle-Neumann's 'spiral of silence' and the historical context of communication theory», *Journal of Communication*, 1996, vol. XLVI, n° 3, pp. 149-173. Cf. aussi J.C. GLYNN/J. MCLEOD, «Public opinion du jour: an examination of the spiral of silence», *Public Opinion Quarterly*, 1984, vol. XLVIII, n° 4, pp. 731-740; J.C. GLYNN/F.A. HAYES/J. SHANAHAN, «Perceived support for ones opinions and willingness to speak out: a meta-analysis of survey studies on the 'spiral of silence'», *Public Opinion Quarterly*, 1997, vol. LXI, n° 3, pp. 452-463.

silence». Toutefois, la perception des autres n'est qu'un facteur dans un processus plus complexe, dans lequel, selon Noelle-Neumann, les médias d'information ont leur part de responsabilité, tant ce qui devient l'opinion dominante est souvent suggéré par eux.

Rapporté à l'actualité internationale, ce constat apparaît encore plus évident. Ainsi, jusqu'aux premiers jours d'octobre 2002, les conversations en France étaient alimentées par les incertitudes quant à l'engagement français contre l'Iraq et la menace que représentait Saddam Hussein, ne laissant aucune place à une opinion contraire. Après la décision du président Jacques Chirac de ne pas suivre les Etats-Unis, les «va-t-en guerre» de l'été devinrent les pacifistes de l'hiver... Toutefois, pendant que la France, à l'instar du reste du monde, se passionnait pour le conflit annoncé, combien de sujets d'actualité internationale et même nationale étaient abandonnés dans une «*spirale du silence*», celle qui alimente les médias et non plus l'opinion? Dès lors, ce silence n'est plus celui qui contraint l'opinion minoritaire à se taire, mais bien celui qui maintient dans l'ignorance les faits jugés de peu d'importance en regard de la demande d'information supputée par les médias. Et de s'interroger sur la façon dont ces derniers interprètent l'actualité internationale (2). Plus encore, l'observation du silence conduit à revoir le processus «contraint» de communication qui induit cette distorsion du réel nommé information (*news*). Et dans la contrainte résident les conditions de formation des «faits médiatiques», c'est-à-dire des «constructions» répondant aux logiques des acteurs du marché de l'information.

CAUSES ENDOGÈNES

L'évolution récente des technologies de l'information et de la communication a créé l'illusion d'un monde interconnecté en permanence. Suivant l'analogie du «*village global*» forgée par Marshall McLuhan (3), les médias en seraient la «place publique» où se débattraient les affaires du monde. Las, le traitement de l'information internationale reste conditionné à des comportements limitant son ampleur.

Plus informés mais pas mieux

Depuis le martyre en gros plan d'Omayra Sánchez, filmée se noyant dans les boues d'Armero qui s'écoulaient du volcan Nevado El Ruiz, du 14 au 16 novembre 1985, à celui de La Nouvelle-Orléans, submergée par l'ouragan

(2) Cf. le numéro de la revue *Hermès* consacré aux «Événements mondiaux. Regards nationaux», n° 46, 2006, en particulier les contributions de Jocelyne ARQUEMBOURG, «De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale», pp. 13-22, et d'Arnaud MERCIER, «Logiques journalistiques et lecture événementielle des faits d'actualité», pp. 23-36.

(3) Marshall McLuhan/Quentin FIORE, *War and Peace in the Global Village*, Bantam, New York, 1968 (trad. franç., *Guerre et paix dans le village planétaire*, Robert Laffont, Paris, 1971).

Katrina, le 29 août 2005 (4), en passant par l'illusion de la « guerre en direct », en cinq semaines et cent heures, durant l'hiver 1990-1991, dans les sables d'Arabie saoudite et du Koweït, et les attentats contre le World Trade Center et le Pentagone, le 11 septembre 2001, l'actualité internationale semble n'être dominée que par des événements majeurs. Souvent malheureux, avec leur cortège de décès plus ou moins violents, comme l'assassinat du président égyptien Anwar al Sadate, diffusé en *prime time* lors du journal télévisé de 20 heures d'Antenne 2, le 6 octobre 1981, ou l'agonie du pape Jean-Paul II, en avril 2005 (5), ces faits offrent l'impression de relier le monde dans une communion informationnelle universelle. Comme les événements parfois heureux, ainsi qu'en attestent la litanie des célébrations princières en Eurovision, depuis la référence que fut, le 2 juin 1953, le couronnement d'Elizabeth II, et les compétitions sportives mondiales (olympiades, coupes et championnats, courses terrestres et maritimes). Chacun peut accéder à l'immédiateté de cette actualité mondiale. Cette impression se trouve renforcée depuis la dernière décennie du XX^e siècle par les opportunités offertes par les technologies de l'information et de la communication (TIC). Les photos des prisonniers iraqiens humiliés d'Abu Grahib ont montré comment la conjonction des téléphones portables et des *blogs* peut renforcer le mythe de « l'information pour tous » et « par tous ».

Avec l'instantanéité vient l'hyper-information. Celle-là est le résultat de la diffusion planétaire des médias de masse, à commencer par la radio et la télévision. En terme de consommation, elle permet une véritable agglomération mentale des humains, après que la révolution des transports, autre événement majeur du XX^e siècle, a déjà permis leur rapprochement physique. L'avènement des TIC apparaît ainsi comme le pendant industriel d'une mutation dont l'origine se trouvait à l'époque de la Renaissance, avec ses grandes découvertes et l'invention de l'imprimerie. La différence entre ces deux moments tient à l'ampleur que cette évolution génère : loin de n'être réservée qu'à une élite, elle offre avec l'Internet la possibilité d'une multidiffusion de masse, dont la croissance exponentielle de ses pages comme de son débit ne cessent d'apporter, plus vite, plus loin, malgré la persistance (ou l'apparition) de zones non couvertes, l'« information » dans toutes les parties du monde.

Il s'agit pourtant d'une apparence d'abondance. Bien sûr, entre janvier 2004 et janvier 2006, la « blogosphère » a vu sa taille se multiplier par seize (6). Bien sûr, les manifestations du 15 février 2003 contre l'engagement de l'Europe dans la guerre des États-Unis contre l'Iraq sont apparues

(4) Cf. Gérard ARBOIT, « De l'utilisation médiatique des catastrophes naturelles. L'exemple du tsunami de la Saint-Etienne 2004 », *Annuaire français de relations internationales*, vol. VII, 2006, pp. 118-132.

(5) Cf. Philippe BLANCHARD, « La mort du pape Jean-Paul II dans les médias français. 'Totus tuus... sed cum mora!' », *ibid.*, pp. 102-117.

(6) « Un blog européen sur trois est français », disponible sur le site Internet www.lemonde.fr, 17 nov. 2006.

à Jürgen Habermas et à Jacques Derrida «*comme le signal attestant la naissance d'un espace public européen*» (7). Cependant, cette mobilisation reste avant tout virtuelle, dans le sens où les mots d'ordre antiguerre ont émané d'une multitude d'horizons (politiques, philosophiques et géographiques), qui se sont fédérés dans un bruit médiatique permis par les possibilités offertes par l'Internet et, dans un second temps, les moyens audiovisuels. Autrement dit, l'opposition au conflit annoncé permettait un amalgame que de rares «actualités internationales» permettent. La «*spirale du silence*» s'est nourrie de l'extrême redondance des informations, engendrée par la multiplication des pages sur la Toile et la logique de transmission instantanée des informations, conjuguée à une offre de nouvelles fortement limitée. Sous cette apparente profusion émerge une vision formatée du monde, où tous les pays ne sont pas égaux, voire contraints d'occuper des «niches» spécialisées (sport, famines, guerres...). Le tropisme chinois est ainsi devenu tellement fort, sur-médiatisant la façade maritime où se développe une économie de marché attractive, mais ignorant la Chine continentale toujours vouée aux affres de soixante années de communisme... En principe, une Rolls-Royce à Shanghai primera toujours sur une crue désastreuse du Yang-Tse-Kiang, entre Jiujiang et Jianli...

Le poids des agences internationales d'information

De ces «niches» découle une géographie médiatique largement dépendante du format de la circulation planétaire des flux d'information. En effet, les TIC ont amplifié le maillage de correspondants déployés à travers le monde. Sur ce plan, il est encore possible de parler de «*village global*», tant les différents médias paraissent branchés en permanence sur la moindre actualité internationale. Le succès des chaînes d'information en continu tournées vers l'international, comme CNN, Al Jazeera, BBC World, Deutsche Welle, France 24, TV5, Sky News, Arte, RTR Planeta, CCTV4..., semble même en attester. Pourtant, des quelque deux cents agences de presse qui pourraient les alimenter, seules les quatre majeures, l'anglaise Reuters, l'Agence France Presse (AFP) et les américaines Associated Press et UPI, sont en mesure d'offrir une couverture vraiment transnationale grâce à un réseau de bureaux et de correspondants attitrés couvrant la planète. Bien que présentes mondialement, la russe Itar-Tass et Xinhua (Chine nouvelle) n'ont pas réussi à s'imposer sur le marché mondial de l'information. Et pour cause, pourrait-on dire, car toujours sous dépendance directe du pouvoir politique! Cette concentration de l'offre de nouvelles s'affirme encore avec la segmentation accrue du marché. Ainsi, bien que de diffusion mondiale,

(7) «Les manifestations du 15 février 2003 contre la guerre d'Iraq ont dessiné un nouvel espace public européen. Europe : plaidoyer pour une politique extérieure commune», *Libération*, 31 mai 2003. A opposer à l'entretien accordé au *Figaro*, 15 juil. 2002, par le philosophe Jean-Marc FERRY sous le titre : «Il n'existe pas d'espace public européen»!

la jeune agence américaine Bloomberg, créée en 1981, se limite à l'actualité économique et financière, domaine de prédilection de son fondateur, Michael Bloomberg, l'actuel maire de New York (8).

En d'autres termes, les réalités discutées dans le passé à propos du «Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication» (NOMIC) qui, suite aux débats suscités par le rapport de Sean MacBride en 1980 (9), avaient entraîné le retrait des Etats-Unis et du Royaume-Uni de l'UNESCO en 1984 (10), sont aussi demeurées dans une «*spirale du silence*». Or, cet affrontement culturel mondial encore ancré dans la «guerre froide», dont les séquelles diplomatiques se sont certes estompées depuis, n'en reste pas moins une réalité actuelle dans le contexte de la «société de l'information».

L'intermédiation des agences dominantes porte en elle trois conséquences majeures. Face à la surabondance de nouvelles qui, développées par les TIC, provoquent une saturation des capacités d'analyse, ces agences agissent – à l'instar de n'importe quelle entreprise médiatique – tels des filtres sélectifs assurant théoriquement un contrôle sur les contenus des dépêches et autres prestations offertes (photos, vidéos...) (11). Depuis leur émergence au XIX^e siècle, leurs choix se fondent toujours sur les attentes de leurs clients que sont les médias et non pas des publics, usagers ou citoyens. Cette intermédiation accentue la segmentation de l'actualité mondiale, non pas en fonction de thématiques mais des aires géographiques. Ainsi, l'Amérique latine, l'Océanie et l'Afrique sont très souvent mises sous un cône de silence par les médias occidentaux, qui privilégient leurs propres aires nationales et leur principale région économique. La querelle ethnique rwandaise entre Hutus et Tutsis, dont les médias européens ont dénoncé l'horreur de la réalité génocidaire à partir de la seconde quinzaine de mai 1994, n'avait commencé ni avec l'assassinat de dix Casques bleus belges le 7 avril, ni, la veille, avec ceux des présidents rwandais, Juvénal Habyarimana, et burundais Cyprien Ntaryamira, mais datait déjà de l'offensive du Front patriotique rwandais (FPR) d'octobre 1990 : les autorités rwandaises avaient alors mené une double stratégie leur permettant de se défendre militairement contre l'agression du FPR et de «liquider» tous les Tutsis de l'intérieur; elles perdirent la guerre civile, mais atteignirent en revanche leur objectif génocidaire contre les Tutsis. Cependant, l'impact international

(8) Sur ce sujet, cf. Michel MATHIEN/Catherine CONSO, *Les Agences de presse internationales*, PUF, Paris, 1997.

(9) *Voix multiples, un seul monde. Vers un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication plus juste et plus efficace*, Documentation française/Nouvelles éditions africaines/UNESCO, Paris, 1980.

(10) Le Royaume-Uni a réintégré l'organisation en 1997 et les Etats-Unis le 1^{er} octobre 2003. Sur cet événement et son contexte, cf. Divina FRAU-MEIGS, «Le retour des Etats-Unis au sein de l'Unesco», *Annuaire français des relations internationales*, vol. V, 2004, pp. 860-877. Sur l'enjeu de l'époque et ses suites, cf. par exemple Antoine CHAR, *La Guerre mondiale de l'information*, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 1999.

(11) Sur la notion de «filtre commandé» appliquée aux médias, cf. Michel MATHIEN, *Le Système médiatique. Le journal dans son environnement*, Hachette-Université, Paris, 1989.

fut maigre et l'ONU ne put qu'envoyer une Mission des Nations Unies pour l'assistance au Rwanda (MINUAR)... en octobre 1993.

A ce «silence», imposé par la hiérarchie de fait des informations relevant des rapports interactionnels entre agences et clients, s'ajoute celui du «marché des images» construit par les principales entreprises audiovisuelles. L'intérêt de l'information repose de plus en plus sur sa «visibilité», c'est-à-dire sur les images disponibles pour témoigner des faits. Depuis toujours, elles sont gages de véracité, quand bien même elles ouvrent sur toutes les manipulations et permettent toutes les propagandes. Leur absence contraint à minorer des événements, à défaut de les oublier. A son origine, l'accident nucléaire de Tchernobyl du 26 avril 1986, avec ses conséquences sur la santé publique, a reçu un traitement médiatique anecdotique. Quant aux débats du Forum de Tchernobyl, fondé par l'Agence internationale de l'énergie atomique (AIEA), à compter de 2005, ils ont été accueillis par un silence des médias, peu sensibles aux controverses opposant essentiellement l'AIEA et l'Organisation mondiale de la santé (OMS) à des organisations non gouvernementales comme Greenpeace et plusieurs chercheurs indépendants. On pourrait en dire tout autant de la démarche de l'ONU sur les deux phases du Sommet mondial sur la société de l'information (Genève, 2003, et Tunis, 2005), qui n'ont eu de grands échos qu'en Suisse et en Tunisie (12).

La troisième conséquence induite par l'intermédiation des agences relève des agences elles-mêmes. Respectivement anglaise, française et états-unien-nes, les quatre premières mondiales stipulent un point de vue occidental de l'actualité internationale : non seulement elles ne vont rapporter que les événements susceptibles d'intéresser leurs principaux clients, à savoir les médias occidentaux, mais elles vont le faire selon des perspectives *a priori* nationales, voire européennes. Le discours de Benoît XVI sur les relations entre foi et raison, devant les universitaires de Ratisbonne, n'avait donné lieu qu'à une couverture *a minima* des médias couvrant le voyage pontifical en Allemagne et un silence quasi général dans les journaux télévisés. Pourtant, l'exploitation de la dépêche de l'AFP du 12 septembre 2005 par Al Jazeera, télévision arabe d'information en continu opérant selon des critères occidentaux, et la montée de la rue des Musulmans après la «crise des caricatures de Mahomet» du printemps, le sortit du silence médiatique à partir du 14 septembre...

(12) Cf. Gérard ARBOIT, «La médiatisation du Sommet mondial sur la société de l'information. Quelle mobilisation de l'opinion publique?», in Michel MATHIEN (dir.), *Le Sommet mondial sur la société de l'information et «après»? Perspectives sur la Cité globale*, Bruylant, Bruxelles, 2007, pp. 75-92.

La «dictature» de l'opinion?

Cette sélectivité de l'offre internationale d'information est certes contrebalancée par la diffusion en temps réel, l'accent étant mis sur le direct. Cependant, ce «*sentiment illusoire de maîtriser notre rapport au temps et de mieux appréhender le monde qui nous entoure*» (13) est corrélé par une consommation sélective de l'information par l'audience. L'expansion des émissions d'actualité multidiffusées et des décrochages/numéros spéciaux pour tout événement exceptionnel non seulement conduit à une saturation spatiale des supports médiatiques, limitant d'autant la possibilité d'une offre de nouvelles internationales alternative, mais entre en concurrence avec la multiplicité des possibilités de s'informer. Il en résulte un butinage, passant d'une écoute de la radio à la lecture d'un quotidien, puis à la consultation d'Internet et de la télévision. Cette nouvelle forme de consommation a engendré l'adaptation de l'offre d'informations, combinant inévitablement affectivité et simplification. Les élans et autres drames planétaires collectifs deviennent ainsi encore plus visibles, reléguant dans un silence assourdissant les événements d'importance majeure, mais de dimension locale (14). Ainsi, la guerre civile au Népal, entre 1996 et 2006, est largement passée inaperçue; elle n'a ressurgi dans les médias qu'à l'occasion des négociations de paix d'avril 2006 – dans *Le Monde*, ce retour correspondait à 20 % de la couverture du quotidien du soir...

De la même façon, le sort d'Ingrid Betancourt, enlevée le 23 février 2002 par les Fuerzas armadas revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo (FARC) alors qu'elle était en campagne présidentielle, ne donne lieu à des commentaires que de manière fortuite. Elle appartient à la catégorie de cette actualité sans images. Le *New York Times* ne lui consacre que trente articles depuis sa disparition; il lui en avait assuré trois sur son activité politique depuis 1997. Là encore, elle n'émerge du silence, qui se rajoute à la privation de parole infligée par ses ravisseurs, qu'en de brèves occasions : enlèvement, 43 %; médiation franco-vénézuélienne de 2007, 30 %. Elle devient, dès lors, l'objet de la construction d'un «quasi-feuilleton», genre qu'affectionne particulièrement la presse depuis son essor avec l'ère industrielle, mais qui cadre également et de plus en plus avec les procédés audiovisuels visant à la captation de l'audience maximum à des fins économiques. En France, elle est ainsi ressortie de l'anonymat au moment de la captivité iraquienne de la journaliste Florence Aubenas (15), puis des relations personnelles de sa famille avec le nouveau Président de la République, Nicolas Sarkozy.

(13) Rémy RIEFFEL, *Que sont les médias? Pratiques, identités, influences*, Gallimard, Paris, 2005, p. 97.

(14) Eric DARRAS, «La force supposée des *hard news*», *Les Nouveaux Dossiers de l'audiovisuel*, 2006, n° 10, p. 57.

(15) Gérald ARBOIT, «Le journaliste est l'otage dans l'information de guerre», *Annuaire français de relations internationales*, Vol. VII, 2006, p. 1 025.

Dans cette logique, l'actualité internationale se nourrit aisément de cette tendance à la «personnalisation», conséquence du primat de l'image imposé par les journaux télévisés. Elle fait émerger une grille de lecture simplificatrice, qui néglige les véritables enjeux et réduit les affaires mondiales à un théâtre d'ombres d'où n'apparaissent à la lumière que quelques stars, comme les inévitables présidents américains et russes, que rejoignent parfois quelques habiles communicants. Faute de pouvoir accéder aux médias actifs et dominants, la majeure partie des acteurs sociaux reste dans une zone de silence plus ou moins durable.

L'Afghanistan est une illustration de ces pays qui n'ont d'existence médiatique que ponctuelle. L'invasion soviétique du 28 décembre 1979 l'a mis sous les feux de l'actualité dans un climat de «guerre froide». Pendant dix ans, la résistance afghane va recevoir un soutien médiatique équivalent à l'engagement de l'Occident. Le second cesse brutalement avec la chute du Mur de Berlin, entraînant inévitablement le premier. Le silence s'est alors rabattu sur l'Afghanistan; il ne fut levé qu'en de rares occasions, lors de l'entrée des Talibans dans Kaboul et de l'assassinat de l'ancien président communiste Mohammed Najibullah, les 27 et 28 septembre 1996, puis à l'occasion de la destruction des Bouddhas de Bâmiyân en mars 2001 et, enfin, après le 11 septembre 2001. Ce front de la «guerre contre le terrorisme» n'a pourtant pas permis de retour médiatique. Si les Talibans avaient banni tout usage iconographique, se fermant aux journalistes, les opérations militaires visant à éradiquer leur présence se prêtent mal à la production d'images. Aussi le sort médiatique de l'Afghanistan est-il renvoyé à sa capacité de produire des événements susceptibles d'être rapportés internationalement. Il s'agit alors soit d'images de troupes occidentales manœuvrant ou en cantonnement, soit d'attentats sanglants contre les mêmes. Dans tous les cas, elles sont transposables à d'autres situations de conflits et n'apportent guère d'informations supplémentaires à la réalité locale. Cependant, les aspects positifs et négatifs de la présence de ces troupes ne sont guère mis en évidence; quant à leur échec on en parle peu, alors que, dans ce pays, la culture soignée de l'opium est à nouveau en essor et dépasse les 6 000 tonnes par an!

Si la personnalisation est un facteur de décontextualisation et d'oubli des problèmes réels, elle est également porteuse de construction événementielle. La Corée du Nord attire ainsi l'attention du monde par des fourberies médiatiques. Le pseudo-essai nucléaire du 6 octobre 2006 était un exemple parfait de *media diplomacy*, puisque son annonce visait plus à renouer des contacts avec Washington qu'à assurer une meilleure information sur le pays. Pendant que les médias occidentaux l'interprétaient comme un anti-pathique «message de bienvenue» de la part des autorités de Pyongyang au nouveau Secrétaire général des Nations Unies, le Sud-Coréen Ban Ki-moon, la révélation du subterfuge est passé totalement inaperçue.

CAUSES EXOGÈNES

La personnalisation à laquelle les médias se livrent montre combien l'information est tributaire d'apports extérieurs. Par le biais des dépêches d'agences et des échanges sur le marché des images, l'actualité internationale est disponible pour peu que l'attention des médias soit attirée vers elle par des acteurs à même de se mobiliser dans ce but.

Le choix des annonceurs

Le premier de ces acteurs est évidemment l'«annonceur» ou l'«agent central du marché publicitaire» (16). On pourra toutefois l'étendre largement à tous les intermédiaires qui ne sont pas des journalistes et qui concourent à la médiatisation de l'actualité. En effet, l'annonceur a pour rôle de faire coïncider une offre avec la demande des organes de presse et des chaînes audiovisuelles : il peut ainsi s'ériger en véritable censeur (17). Logique marchande et impératif publicitaire déterminent de nos jours leur fonctionnement dans tous les domaines, et non plus uniquement celui du divertissement. *L'infotainment*, ce style rédactionnel mixant information et divertissement forgé au début des années 1980, est devenu une réalité fonctionnelle : s'il est souvent critiqué comme un relâchement de la méthode journalistique tant il risque d'alimenter la confusion entre enquêtes et spectacles, voire entre journalisme et propagande, il témoigne du fonctionnement courant des médias des pays occidentaux, en particulier les chaînes généralistes de télévision. Dans ce cadre, les journalistes des grands médias privés sont ainsi de plus en plus souvent confrontés à des experts en communication, agissant en relais et/ou en soutien à des «sources», ainsi qu'à des annonceurs chargés de présenter la réalité sous un jour favorable à leurs commanditaires, avec lesquels ils sont plus ou moins contraints de travailler au quotidien (18). Cette exigence touche aussi bien les magazines d'actualité, présents et à venir, que le fonctionnement des journaux télévisés.

Ces derniers sont dès lors suivis comme n'importe quel produit commercial, sous couvert de leurs taux d'audience, puisque de leurs résultats dépendront les tarifs des écrans publicitaires. Des études de marchés préalables à leur lancement cherchent à connaître les attentes supposées des consommateurs potentiels. Ainsi, pour arracher au groupe France Télévisions la Coupe du monde de rugby 2007, qui se passait en France, TF1 a dû déboursier 108 millions d'euros et s'engager à diffuser la prochaine édi-

(16) Jean GABSZEWICZ/Nathalie SONNAC, *L'Industrie des médias*, La Découverte, Paris, 2006, p. 45.

(17) Cf., pour un exemple américain, Jean-Paul MARTHOZ, «Prospérité des médias et misère de l'information aux Etats-Unis», in Alain KIYINDOU/Michel MATHIEN (dir.), *Evolution de l'économie libérale et liberté d'expression*, Bruylant, Bruxelles, 2007, p. 189.

(18) Sur l'évolution du cadre de travail des professionnels de l'information, cf. Michel MATHIEN, *Les Journalistes. Histoire, pratiques et enjeux*, Ellipses, Paris, 2007.

tion de 2011 en Nouvelle-Zélande. Le double problème auquel le groupe privé était confronté consistait à l'extrême segmentation de l'audience du rugby en France et aux douze heures de décalage d'horaire avec Auckland. L'enjeu était donc de réaliser le maximum de recettes publicitaires en France, en mobilisant toutes les ressources de ses chaînes, TF1, LCI et Eurosport. A la première, les matches de l'équipe de France et des principaux acteurs du monde du rugby, à la dernière, accessible uniquement par abonnement, les rencontres jugées de peu d'intérêt. Ainsi les possibilités d'audiences et de recettes publicitaires étaient maximisées. TF1 obéissait à la logique de captation d'audience en jouant sur l'émotion et le spectaculaire.

Le regard sur l'actualité internationale est ainsi volontairement limité, mais avec la possibilité d'en orienter l'interprétation de façon à convenir au public visé. Le plus grave réside moins dans les silences que ce traitement informationnel génère, que dans le renforcement de la polarisation médiatique autour du fonctionnement télévisuel. Lors d'un événement mondial d'importance, la presse écrite n'est pas toujours en mesure d'offrir un point de vue alternatif. Elle est invitée à suivre (19).

Ce «*marketing des faits*» (20) trouve un écho dans l'action d'autres «*annonceurs*» – devenus «*acteurs*» –, dont certaines organisations non gouvernementales, comme Greenpeace ou Médecins sans frontières. Toutefois, les Etats et les organisations intergouvernementales ne sont pas en reste, utilisant eux aussi les ressorts de la médiation de stars de la musique, du cinéma, du *business*, de la politique, du sport et de la mode (21). Cette nécessité s'impose pour attirer l'attention mondiale sur des situations catastrophiques qui n'alertent pas les médias et les dirigeants internationaux. Il s'agit, là encore, d'une dimension de la *media diplomacy*. Les famines du Biafra en 1967 et d'Ethiopie en 1984-1985 ont ainsi été aussi bien révélées que mises en scène.

A contrario, l'incapacité à mobiliser ces «*annonceurs*» contraint bien des souffrances et des situations critiques au silence. Les raisons en sont multiples. Soit il s'agit d'une opposition des autorités locales, comme pour les inondations et les famines en Chine et en Corée du Nord, soucieuse d'offrir une autre image. Soit, à l'exemple de cette première grande «*guerre minérale*» que fut la «*guerre des Boers*» à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècles, les intérêts économiques en jeu sont tellement puissants, comme ceux gravitant autour de l'or d'Ituru (Congo), du diamant au Sierra Leone ou de la *wolframite* au Burundi, qu'ils suffisent à écarter la curiosité des médias. Soit la politique internationale, au nom de la non-ingérence dans les affaires inté-

(19) Laurent GERVEREAU, *Inventer l'actualité. La construction imaginaire du monde par les médias internationaux*, La Découverte, Paris, p. 44.

(20) Arnaud MERCIER, *op. cit.*, p. 28.

(21) Cf. Gérald ARBOIT, «*De l'utilisation médiatique...*», *op. cit.*, pp. 123-127.

rieures d'un Etat ou d'autres rapports de forces, enjoint de regarder ailleurs. La Palestine et la Birmanie, mais également la Tchétchénie et l'assassinat du nonce au Burundi, Mgr Michael Courtney, comme ont pu l'être par le passé le Cambodge génocidaire ou l'Angola, appartiennent à ces lourds et intermittents silences des médias. La Tchétchénie, à nouveau occupée par l'armée russe en 2000, est entrée dans la «*spirale du silence*» qui, là comme ailleurs, peut conduire à de nouvelles formes d'expression dont les actes de violence et de rébellion ne sauraient être exclus. La lutte internationale contre le terrorisme fondée sur l'exploitation du 11 septembre 2001 a bien servi d'aubaine à la Russie de Vladimir Poutine, mais ne saurait toujours faire office de trompe-l'œil pour saisir les problèmes réels d'une population (22).

Le faible intérêt pour l'international

L'autre raison de ce relatif désintérêt pour les questions internationales tient tout simplement à un manque d'intérêt généralisé pour l'actualité lointaine. Selon le principe de la proxémique, le proche l'emporte toujours sur le lointain. Et, fort de ce constat, il appartient aux médias et à tout acteur soucieux de se faire connaître – ou re-connaître –, d'inverser l'intérêt par son action de communication. La crise au Darfour, qui a éclaté en mars 2003, n'est découverte par la presse américaine qu'en mai 2004..., pour disparaître presque aussitôt, quitte à revenir de façon plus ou moins aléatoire ensuite (23). Dix ans plus tôt, lors du génocide au Rwanda, les trois réseaux américains de télévision (NBC, CBS, ABS) n'avaient consacré que trente-deux minutes à la question en avril (24). Une couverture du magazine américain d'actualité *Newsweek* sur l'international a fait chuter ses ventes de 28 %. Les seuls faits accédant à la notoriété mondiale ne sont que ceux provoquant des élans ou des drames planétaires collectifs. Eux seuls peuvent susciter personnalisation, émotion et spectaculaire. Dans le même temps, de nombreux médias, dont certains étaient réputés pour la qualité de leur couverture de l'actualité internationale, ferment leurs bureaux à l'étranger. CBS News se vantait, il y a quelques années encore, d'avoir 24 bureaux et des correspondants dans 44 pays; en 2007, il ne possède plus que 6 bureaux à l'étranger et aucun en Afrique et en Amérique latine (25).

Cela étant, pour la première fois depuis sa création il y a vingt-sept ans, CNN a décidé, fin 2007, son plus important investissement consacré à la couverture internationale : quelque dix millions de dollars seront alloués à la création de nouveaux postes de reporters en Afghanistan, en Malaisie,

(22) Cf. l'enquête de Charles DUFOUR, «Normalisation de façade dans la capitale tchétchène», *Le Monde* 2, n° 198, 1^{er} déc. 2007, pp. 48-51.

(23) Cf. par exemple le documentaire «Darfour : autopsie d'une tragédie», de Vincent CONTE et Christophe AYAD, diffusé sur ARTE, dans l'émission *Thema*, 4 déc. 2007, 20h45.

(24) Jean-Paul MARTHOZ, *op. cit.*, p. 191.

(25) *Ibid.*; Jim BOUMELH, «Défendre le journalisme», 11 mai 2007, Amnesty international, disponible sur le site Internet web.amnesty.org/pages/315-051107-feature-fra.

aux Philippines, au Vietnam, au Nigeria et dans l'agence de presse interne, tandis que des postes supplémentaires de correspondants seraient également prévus à Pékin, Johannesburg, Jakarta, au Pakistan, ainsi qu'au siège de CNN Asie-Pacifique, à Hong-Kong. La chaîne câblée prévoit en outre de développer sa couverture et ses unités de production dans les Emirats arabes unis (26). Un paradoxe pour la doyenne des chaînes d'information en continu, mais qui correspond à une réalité planétaire.

Le réseau de correspondants à l'étranger de TFI, dont les crises liées aux départs d'Alain Chaillou et de Régis Faucon, ont montré la «*lente désaffection pour ce secteur de l'information*» (27), se limite aux six postes de Washington, de Jérusalem, de Rome, de Moscou, de Londres et, rétabli depuis les événements du 11 septembre 2001, de New York. Depuis 1996, TFI a supprimé son service de politique étrangère, fermé plusieurs postes de correspondants dans le monde, abandonné l'idée d'émissions spéciales en direct depuis divers points du globe et consacré la disparition des commentaires en studio. Certes, elle sait mieux que personne se mobiliser en fonction d'une actualité forte, comme lors des attentats de New York et Washington, du tsunami de 2004, de la mort de Jean-Paul II ou des interventions américaines en Afghanistan et en Iraq. Cependant, à voir le regard qu'elle en offre à ses téléspectateurs en termes d'information, le monde comme champ d'actualité n'est plus au sommet de sa hiérarchie dans la sélection des événements retenus (28). D'ailleurs, les récurrents problèmes financiers du mensuel français *Le Monde diplomatique*, malgré ses éditions européennes, ne tiennent pas uniquement à ses prises de position altermondialistes, mais aussi au désintérêt pour l'international.

Le succès du si décrié journal de 13 heures de TFI le confirme assez bien : le poids de l'image internationale dans les médias a significativement baissé. L'accumulation de chiffres sur la fréquence des reportages effectués hors de France ne reflète que partiellement cette réalité, si on omet de préciser que la plupart des sujets tournés à l'étranger de nos jours ne sont pas des sujets de politique étrangère. La baisse de la criminalité à New York, les péripéties sentimentales des enfants de la famille royale britannique, le goût des Allemands pour les asperges ou celui des Coréens pour le ragoût de chien ne paraît pas sortir le monde de sa «*spirale du silence*». Au contraire, ce cadrage ou angle de traitement d'une question (29) va orienter la réception

(26) «CNN va investir jusqu'à 10 millions de dollars dans la couverture internationale», AFP, 15 nov. 2007. Sur les aléas de cette chaîne de référence, cf. Michel MATHIEN, «Relations internationales et médias : CNN et les autres», *Questions internationales*, nov. 2005, pp. 115-122.

(27) Daniel SCHNEIDERMAN, «Le crime parfait», *Le Monde Télévision*, 8 juin 2002; Lettre de Régis Faucon au *Monde*, 29 juin; Réponse de Robert Namias au *Monde*, 15 juin 2002. Cf. également la charge romancée d'Alain CHAILLOU, *La Lésion étrangère. Le vrai roman d'un correspondant de télé*, Alias Etc., Paris, 2002.

(28) Gérard ARBOIT, «La chaîne française d'information internationale pour la France. Perspectives d'un projet déjà ancien», *Annuaire français de relations internationales*, Vol. V, 2004, p. 477.

(29) Shanto IYENGAR, *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, University of Chicago Press, Chicago, 1991.

de l'information internationale, donnant une étrange image de la façon dont l'étranger est perçu depuis la France. «*Ce qui limite la vérité ce n'est pas le faux mais l'insignifiant*», disait René Thom, ce mathématicien fondateur de la théorie des catastrophes...

Aussi étonnante que soit cette caricature à l'heure où le concept national est si décrié, elle s'impose partout : « *finalement, dans tous les pays, nous regardons tous des infos régionales*» (30). Et la CNN diffusé aux États-Unis n'a rien à envier à ses homologues françaises LCI, Direct 8 ou BFM TV. Même la guerre en Iraq est de moins en moins présente dans les médias américains, alors que la couverture sur la campagne électorale pour la présidentielle de novembre 2008 gagne du terrain (31).

La logique d'agenda

Ce retournement s'explique aussi bien par une baisse d'intérêt suite à une campagne militaire qui marque le pas, les attentats ne se révélant pas assez médiatiquement spectaculaire – le cône de silence sur le conflit afghan s'explique de la même façon –, que par la logique de l'agenda, qui guide la marche des médias (32). Loin de forger des événements, la presse et l'audio-visuel mettent en évidence des faits : ils peuvent ainsi définir leur calendrier et ce à quoi il convient de penser. Leur rôle apparaît essentiel pour leur capacité à concentrer l'attention collective et en hiérarchiser les priorités, mais également pour vouer d'autres réalités à l'oubli le plus total. Les critères de jugement proposés – effet d'amorçage – vont alors influencer sur l'ampleur du silence. Fin novembre 2006, le Soudan et le Tchad se sont affrontés en soutenant chacun des rébellions dans le pays voisin, tandis que le conflit du Darfour devenait un peu plus incontrôlable. Ces rébellions ont débordé en Centrafrique. De nouveau, l'Afrique centrale basculait dans la guerre et la France se trouvait en première ligne. Paris avait déjà sauvé le régime d'Idriss Déby de l'attaque rebelle d'avril. Fin novembre, les forces françaises intervinrent aux côtés de l'armée gouvernementale contre la rébellion, alors que d'autres agissaient pareillement en Centrafrique. Pendant ce temps, en France, les médias restaient silencieux, tout comme le Parlement et la ministre de la Défense d'alors, Michèle Alliot-Marie, au sujet de cette intervention militaire. L'agenda médiatique correspondait bien à l'agenda politique...

Parfois, comme dans le cas du Darfour, il y a dissonance entre les deux. Comme la guerre au Vietnam avait empêché l'apparition dans les médias de

(30) Laurent GERVEREAU, *op. cit.*, p. 29.

(31) «La guerre en Iraq moins couverte dans les médias américains», AFP, 21 août 2007. Sur le contexte médiatique général de ce conflit armé, cf. Gérald ARBOIT/Michel MATHIEN (dir.). *La Guerre en Iraq. Les médias et les conflits armés*, Bruylant, Bruxelles, 2006.

(32) Maxwell McCOMBS/Donad SHAW, «The agenda setting function of mass media», *Public Opinion Quarterly*, 1972, vol. XVI, pp. 176-187.

la famine au Biafra et la guerre du Golfe avait relégué dans l'indifférence le Liberia, la guerre contre le terrorisme retarde l'émergence du Darfour comme sujet d'actualité. Si «*une théorie de la mise en concurrence des sujets d'actualité reste à faire*» (33), il est communément admis que deux crises majeures ne peuvent être médiatisées. Depuis le 11 septembre, toute l'actualité semble dominée par des questions de sécurité. Il est étonnant de constater combien la page d'informations internationales du quotidien publié au Vatican, *L'Osservatore Romano*, reflète bien cet état d'esprit : son agenda est clairement d'offrir une information complète sur les activités publiques du Pape et de publier des éditoriaux écrits par les plus importantes sommités de l'Église catholique ; en sa page 2, s'étalent pourtant toutes les terreurs du monde contemporain (l'Iraq, le terrorisme, le changement climatique, les émeutes en France...) et, finalement, le seul fait intéressant est la présence régulière d'informations africaines.

UNE SPIRALE DU SILENCE QUI N'EST PAS
SANS RISQUES... À TERME

Le rêve de «*village global*», jadis échafaudé par Marshall McLuhan en pleine guerre du Vietnam, a vécu... Le monde construit par les médias correspond à un compromis culturel largement vide de tout sens social partagé. Il devient une «*représentation*» en creux de l'image nationale de référence, définie forcément négativement. Et ce qui n'entre pas dans ce schéma est voué au silence. Il en découle une étrange géographie mondiale où n'existeraient plus que les États-Unis, le Mexique, l'Europe, la Russie, Israël, l'Iraq, l'Arabie saoudite, l'Afghanistan, l'Inde, la Chine et le Japon. Ainsi, le reste du monde ne semble plus exister qu'en raison des catastrophes qui pourraient le toucher.

«*La médiatisation du monde a fini par produire l'exigence d'un nouveau classement : tant d'images, tant de drames nous assaillent, que des priorités doivent être attribuées*» (34). Étrangement, une telle vision tend à correspondre à la réalité économique engendrée par la mondialisation à l'œuvre depuis 1990. Par leurs divers silences, les médias accélèrent cette mise à distance du Nord avec le Sud. Plus généralement, quelle que soit leur attitude, ils se heurtent aux deux faces du même problème : d'un côté, une information pluraliste dans les médias, de l'autre, une vision du monde pluraliste à construire ...

Cela étant, indépendamment de toute appréciation allant dans ce sens, rappelons que la «*spirale du silence*» peut aussi susciter des faits nouveaux susceptibles de créer des problèmes majeurs. Du local au mondial en passant par le régional. Le retour du refoulé n'est-il pas inscrit dans les comportements humains ?

(33) Philippe BLANCHARD, *op. cit.*, p. 116.

(34) Jean-Christophe RUFFIN, *L'Empire et les nouveaux Barbares*, Lattès, Paris, 1991, rééd. 2001, p. 220.