

Guerre et Paix- Rendons la paix plus captivante que la guerre



« L'Homme ne cessera jamais de créer, il ne cessera jamais de raconter : comment il le fait et pourquoi il le fait, déterminera cependant son futur. » Honey Al Sayed, Directrice de l'Initiative « Arts et médias pour la paix », GCSP

En 2004, le leader d'Al-Qaida, Ayman al-Zawahiri, déclarait:

“ Plus de la moitié de la lutte a lieu dans les médias... nous sommes au cœur d'une bataille médiatique dans la course pour gagner les esprits et les cœurs de notre Oumma (Communauté musulmane)”¹

Alors que l'incitation à la violence est largement connue du grand public, un autre pan entier de la stratégie de communication djihadiste l'est beaucoup moins : l'utilisation de la poésie, de la musique ou encore de la narration comme vecteur de son idéologie, notamment au travers de plateformes en lignes.²

La pieuvre artistique et médiatique mise en place par l'État Islamique depuis sa création lui a permis d'exploiter toutes les possibilités du web. Que ce soit à travers la publication de revue et communiqués ou encore la production de vidéos et photos, tous les volets de la stratégie de l'État Islamique ont eu pour cœur opérationnel internet et ses milliers de fenêtres qu'il ouvre vers le reste du monde.³ Ainsi, l'Etat Islamique est actif en ligne sur tous les fronts : diffusion de son idéologie, levée de fonds, recrutement de sympathisants, coordination et revendication de ses attaques, etc.

¹ Selb, Philip (2017) *Mainstream media outlets are dropping the ball on terrorism coverage*. The Conversation.

<https://theconversation.com/mainstream-media-outlets-are-dropping-the-ball-with-terrorism-coverage-78442>

² <https://www.theguardian.com/world/2017/jul/23/the-culture-that-makes-a-jihadi-thomas-hegghammer-interview-poetry-militancy>

³ Koerner, Brendan (2016) *Why ISIS is winning the social media war*. Wired.

<https://www.wired.com/2016/03/isis-winning-social-media-war-heres-beat/>

De surcroît, la propagande djihadiste n'est pas la seule à trouver audience sur les réseaux sociaux et malgré le nombre croissant de mesures prises pour les contrer, les exemples prolifèrent. Les parties prenantes aux conflits ont depuis longtemps compris que les espaces d'expression novateurs et créatifs comme les médias en ligne peuvent être une des clés de leur succès. Ces derniers permettent d'amplifier leurs messages, leurs donnant accès à une large audience afin de gagner le cœur des populations.

Nous sommes tous des êtres sociaux, émotionnels et imaginatifs; on estime même que 70% des comportements humains sont basés sur les émotions- non la raison.⁴ Ainsi, les médias et expressions artistiques détiennent une capacité souvent sous-estimée d'attiser la haine en captivant l'imagination et en motivant les comportements violents; mais à l'inverse ces éléments peuvent aussi s'avérer être de formidables vecteurs de paix, que ce soit dans les phases de prévention et limitation des conflits, comme de reconstruction.

Sur la scène internationale, nous observons une augmentation du nombre des régimes autoritaires,⁵ et les violences intra-étatiques ont aujourd'hui surpassées de loin les violences inter-étatiques.⁶ Quand des modes de gouvernance abusifs émergent, la répression des milieux artistiques et médiatiques est trop souvent un des premiers signes avant-coureurs d'une catastrophe éminente.

Les arts et les médias font souvent partie des premières victimes de guerre.

Malgré cela, le rôle potentiel des arts et médias dans la prévention des conflits et la promotion de la paix est encore largement sous-estimé par la communauté internationale. À l'inverse de certains processus de dialogue, médiation ou négociation n'impliquant qu'un nombre limité de personnes, les approches artistiques permettent d'atteindre des centaines voire des milliers, de personnes,⁷ et les médias de masse ont le potentiel d'atteindre les 4 milliards d'utilisateurs de médias sociaux dans le monde, dont plus de la moitié sont des femmes.⁸

Depuis les années 2000, les technologies de l'information ont rendu le partage d'images, vidéos, fichiers audio, et notes écrites à la portée de toute personne disposant d'un téléphone mobile. En 2016, 84% de la population mondiale disposait d'une couverture réseau, dont 67% dans les zones rurales.⁹ En parallèle, les prix de la téléphonie ont drastiquement diminué, et en dépit des disparités persistantes entre les pays développés et ceux en développement, l'accès à la téléphonie continue d'augmenter de manière globale.¹⁰

L'exemple de la Syrie: 2012-2015

Durant les trois premières années de la guerre civile en Syrie, plus de 100 organes de presse ont vu le jour et plus de 300 000 vidéos ont été mises en ligne sur YouTube. Pour chaque nouveau jour de la guerre, 400 nouvelles vidéos documentant les événements sur le terrain- représentant plus d'heures de films que d'heures de batailles. La Syrie est devenue le conflit le plus documenté de l'histoire de l'Homme. Certain de ces documents ont été utilisées pour produire des films documentaires tel que « Eau argentée, Syrie autoportrait » de Oussama Mohammed et Wiam Simav Bedrixa qui a été présenté pour la première fois au Festival de Cannes de 2014.

⁴ Gallup (2017) Global Emotions Report.

⁵ Stephan, Maria and Matthew Burrows (2015) *Is Authoritarianism Staging a Comeback?* Washington, D.C., United States: Atlantic Council Press.

⁶ Melander, Erik, Thérèse Pettersson & Lotta Themnér (2016) Organized violence, 1989–2015. *Journal of Peace Research* 53(5): 727–42.

⁷ Why and When to Use the Media for Conflict Prevention and Peacebuilding (2007) Amsterdam, Holland: European Centre for Conflict Prevention.

⁸ Jackson, Susan. Militarisation of social media: strategies and challenges. SIPRI event. 25 October 2017.

<https://www.sipri.org/events/2017/militarization-social-media-strategies-and-challenges>

Syria in Focus: 2012-2015: Issa, Antoun. Syria's New Media Landscape: Independent Media Born Out of War. Middle East Institute. Policy Paper 2016-9.

⁹ Measuring the Information Society Report (2016) ITU. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-KeyFindings.pdf>

¹⁰ Ibid., 2016.

La plateforme internationale d'information proposée par internet a bouleversé la couverture des conflits en offrant une distribution de l'information décentralisée et immédiate. De surcroît, elle permet aux utilisateurs d'être les propres maîtres de leur exposition, proposant ainsi une mémoire populaire et singulière des conflits et renforçant la relation émotionnelle avec ces derniers. Internet est aujourd'hui devenu un acteur médiatique à part entière: l'opinion fait face à des histoires individualisées et humaines où la diversité des sources laisse souvent libre court à une multitude d'opinions.

Un autre élément important à prendre en compte concernant le changement du rôle des arts, des médias et de la culture dans les zones de conflits est l'évolution de l'industrie du divertissement. Hollywood n'est plus le seul exportateur de produits médiatiques, artistiques et culturels qui façonnent les attitudes et comportements à travers le monde. Le Nigeria et l'Inde, pour n'en citer que deux, sont devenus de gigantesques pôles de production avec une capacité d'audience pouvant atteindre des milliards de personnes.

De plus, le développement des technologies numériques et des médias alternatifs offrent de nouveaux outils et méthodes d'auto-expression permettant à l'individu de satisfaire directement un besoin ancestral de narration et de créativité. Cela permet notamment aux citoyens ordinaires et acteurs non-étatiques de se mobiliser et d'agir à une échelle et une vitesse sans précédent. Les nouvelles plateformes qui ont émergé grâce à ces nouvelles technologies ont amplifié le pouvoir de l'expression artistique. Que ce soit à travers la poésie, le théâtre ou encore la danse, cela a permis de promouvoir le dialogue, de changer les mentalités et comportements sociaux dans le but de renforcer le dialogue et favoriser l'empathie.

La transformation des conflits nécessite bien plus que l'engagement cognitif et rationnel qui prédomine dans nos approches traditionnalistes de résolution des conflits. Le domaine des arts et des médias fait appel à des facteurs sociaux et émotionnels comme vecteurs de changement rapides. Les moyens créatifs ont déjà prouvé leur efficacité mais ces derniers restent largement sous-utilisés comme espace permettant aux sociétés, gouvernements et secteurs privés de limiter la violence et par conséquent les conflits.



La nature des conflits est par définition évolutive- c'est pourquoi le GCSP a décidé de soutenir l'initiative "arts et médias pour la paix", dans le but de développer des procédés innovants pour façonner un monde plus sûr. Ces nouvelles approches visent à permettre d'élaborer ensemble de nouvelles solutions pour faire face aux conflits qui déchirent notre monde et soutenir un travail plus efficace et durable sur le terrain.

À travers les cinq piliers d'activité de l'initiative- *L'éducation, le dialogue, l'analyse, l'incubation et l'interactivité en ligne*- nous visons à donner la parole au pouvoir transformateur des arts et des médias pour un monde meilleur. Le GCSP se donne pour objectif de travailler avec les dirigeants de tout horizon (politiques, civiles, universitaires, organisations internationales, ONG, artistiques, secteur privé, etc.) afin d'atteindre ensemble les objectifs centraux de cette initiative.

Le GCSP s'engage ainsi à créer un espace innovant, regroupant une communauté de professionnels qui vise ensemble à explorer de nouvelles approches et développer de nouveaux outils pour garantir la paix et de la sécurité internationale. Rejoignez-nous dans cette aventure !