

Wei

Etudes qualitatives

FONDATION
DE
FRANCE



Six mois après : le Tsunami toujours présent à l'esprit des Français

Juin 2005

Six mois après le Tsunami en Asie, l'Observatoire de la Fondation de France et Alain Mergier, directeur de l'institut Wei, proposent une étude sur les représentations des Français à ce sujet.

L'événement et ses conséquences ainsi que la perception de la générosité qu'il a suscitée ont fait l'objet de deux investigations de natures différentes :

- une interrogation de type qualitatif, à partir de trente entretiens réalisés par l'institut Wei,
- une interrogation quantitative par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1000 personnes, réalisée par l'institut Louis Harris.

Résultats de l'étude qualitative :

Six mois après le Tsunami les Français ne gardent-ils que le souvenir estompé d'un événement lointain ? « Cette histoire là » n'aura-t-elle été qu'une irruption d'affect collectif produite, gérée et relayée par les médias ? N'aura-t-elle laissé aucune trace dans les représentations des Français ? En somme, n'en aurions-nous finalement rien appris ?

Telles sont les interrogations que l'Institut Wei et l'Observatoire de la Fondation de France ont confrontées aux représentations du public, à cette date anniversaire.

Or, les hypothèses selon lesquelles les Français n'auraient rien gardé de l'événement et seraient résolument passés à autre chose sont erronées.

Le Tsunami est toujours présent à l'esprit des français, mais sous une forme nouvelle.

Revenons à la façon dont les Français rendent compte aujourd'hui de cet événement. Ce qui a été vécu lors du Tsunami ne peut en aucun cas se réduire à un spectacle médiatique prenant la bonne conscience des populations en otage. Les Français ont vécu une **expérience** à la fois individuelle et collective d'une intensité et d'une profondeur telles que le Tsunami fera date, non seulement dans leur sensibilité mais également dans leur vision du monde.

Pour bien saisir la nature de cette expérience, il faut comprendre qu'elle comporte deux dimensions qui, pour être liées, n'en sont pas moins distinctes dans leur nature et dans leur sens : la confrontation à une catastrophe naturelle d'une part et un élan de solidarité se traduisant par une collecte massive de dons d'autre part.

Ces deux phénomènes sont les deux pans complémentaires de l'expérience des Français. Les personnes que nous avons rencontrées évoquent le Tsunami, en tant que catastrophe naturelle, comme une confrontation à quelque chose dépassant l'imagination humaine. Autrement dit, une confrontation à **l'inhumain**. Ce qui dépasse l'humain, c'est ce qui dépasse les capacités de contrôle de l'humain tant sur la nature que sur l'humain lui-même. C'est pour cette raison que les personnes que nous avons interrogées dans la première quinzaine de janvier 2005 aussi bien que les personnes que nous venons d'interroger fin juin, restent sur une perception identique : le Tsunami appartient à une échelle événementielle qui est celle d'Hiroshima Nagasaki et du 11 septembre 2001.

Cette confrontation brutale, sans fard, incontournable, à l'inhumain rend manifeste la précarité de la condition humaine : « *on se rend compte que nous sommes pas grand-chose que l'on peut être emporté comme un fétu de paille* », « *ce qui est fou c'est de voir ces gens heureux insouciant puis en quelques secondes tout bascule dans la mort et l'horreur* ». **Ce rappel à l'ordre de la précarité de l'humanité** n'a rien de nouveau. Cependant, il est entré en résonance avec le sentiment très actuel de la vulnérabilité croissante des individus face aux menaces qui planent sur la planète : réchauffement climatique, délocalisations, chômage, en passant par le terrorisme et la violence urbaine.

Cette résonance a provoqué, sur le moment, ce que nous avons décrit comme une « **micro crise individuelle vécue collectivement** » : les individus se sont sentis perdre toute capacité d'action sur le monde, sur leur destin, sur leur vie. Le don est alors apparu comme la possibilité de redevenir acteur : bien entendu, on a donné pour les victimes du Tsunami mais, ce faisant, on s'est rétabli au moins provisoirement dans **une position d'acteur**.

C'est à partir de là que le second événement constitutif du Tsunami, est apparu. L'ampleur du don a alors été vécue comme une expérience à part entière. Bien entendu on a approuvé cette générosité car on l'a jugée utile pour les pays dévastés par le raz de marée, mais en même temps cela nous a rassuré sur l'humanité.

L'expérience dont les Français nous parlent aujourd'hui est donc celle de la réponse de l'humain (le phénomène du don) à l'inhumain (la catastrophe naturelle). L'enjeu n'est pas moindre que cela.

Or, s'il est loin d'être effacé au bout de six mois, cet enjeu est vécu sur un autre registre. Au mois de janvier, il s'était exprimé fortement sur le mode de l'émotion, de l'expérience, de l'immédiateté du don, de l'urgence de l'intervention. Rien de tel aujourd'hui.

La catastrophe a été vécue comme la **destruction** de régions entières. Les personnes que nous avons interrogées font très bien la différence entre les secours d'urgence qui se devaient d'être immédiats, et l'action de reconstruction qui, par définition, s'inscrit dans la durée. Aujourd'hui donc, elles estiment que l'on est entré dans une phase de rationalisation de l'action qui nécessite du temps et de la patience « *il y en a en bien pour 3 ou 5 ans pour remettre un pays debout* ».

Cette phase suscite des attentes en termes d'information sur la situation actuelle, sur ce qui a été fait et ce qui reste à faire... Sur ce point le public se dit très insatisfait.

D'une part **le public est dépourvu de repères pour se représenter la reconstruction**. Contrairement à l'urgence humanitaire, la reconstruction n'est associée à aucune image symbolique, à aucun imaginaire. Capable d'émettre des idées sur cette réalité, le public exprime le besoin de se les voir confirmer par des faits.

D'autre part, pour lui tout se passe comme si, après les « *moments forts d'émotion et de générosité pendant lesquels* » il « *était sollicité sans cesse 10 fois par jour* », il n'était plus considéré comme pouvant s'intéresser à ce qui se passe sur place. Le public suppose aussi que les médias, assimilant urgence et spectaculaire, ne sont plus motivés par le suivi de l'action sur place. **La déception en termes d'information se double donc d'un sentiment de déconsidération personnelle qui crée un malaise chez les donateurs.**

La demande d'information s'adresse concrètement aux médias : parce que les médias sont considérés comme des partenaires de l'expérience vécue au moment du tsunami.

Ils ont en effet rempli trois fonctions : la couverture de l'événement par l'envoi de reporters sur place, la visualisation du travail des associations sur le terrain et la promotion du don. Les français souhaitent aujourd'hui que les médias restent des partenaires : qu'ils « *ne nous laissent pas imaginer tout seul la suite* ».

Pour les nouveaux donateurs, c'est à dire ceux qui ont donné pour la première fois pour le tsunami (les jeunes en particulier), l'attente en terme d'information sur la reconstruction est encore plus grande que pour les donateurs réguliers. En effet, leur acte de don n'était pas ancré dans une conviction construite : en donnant, ils ont surmonté leur réticence, leur méfiance.

Alors que les donateurs réguliers, peuvent imaginer, par habitude, qu'ils auront un jour ou l'autre un bilan de l'action en Asie, les nouveaux donateurs sont toujours dans l'attente du « résultat » de leur premier don...

Ce malaise est accentué par la seule information qui a véritablement été mise en scène après le mois de janvier : la thèse selon laquelle il y aurait une disproportion entre les dons effectués et les besoins des pays touchés.

Cette affirmation diffusée par certains, mais que rien ne prouve aujourd'hui, choque les donateurs. L'équation qui sert de base d'évaluation aux Français est simple : « **à catastrophe démesurée, dons démesurés** ». La disproportion paraît donc incohérente.

Si cette disproportion apparaissait, cela signifierait que les médias et les associations ont construit une illusion. Pour les donateurs cela serait ressenti comme une brutale dévaluation de l'acte de don dans lequel ils avaient investi un sens et un enjeu forts (« l'humain face à l'inhumain »).

Le public accepte l'idée d'un « trop de dons » en ce qui concerne l'urgence uniquement. Il ne l'accepte pas au sujet de la reconstruction. La diffusion d'une telle information suscite des interrogations et des suspicions. Elle amène le public à se poser des questions sur les associations : ont-elles les compétences requises pour engager la reconstruction ? Savent-elles coordonner leurs actions et répartir les fonds recueillis ? Sont-elles prêtes à mettre en œuvre entre elles la solidarité dont elles se réclament ?

Dans ce contexte, les attentes en termes d'information sont aujourd'hui explicites et fortes. Elles s'adressent aussi bien aux médias qu'aux associations : quel est le bilan de l'action d'urgence ? Quelle est la progression de la reconstruction ? Quels modes de contrôle de l'action et de l'utilisation des fonds ? Quelles sommes ont été utilisées et pour quelles réalisations ? Quels programmes, quelles perspectives à deux ou trois ans ?

La capacité de réponse à ces interrogations constitue dès aujourd'hui et pour quelques années sans doute, un enjeu important pour les associations. C'est en donnant une information régulière sur les actions de reconstruction qu'elles consolideront la confiance qui leur a été accordée spontanément au moment du don.

Méthodologie :

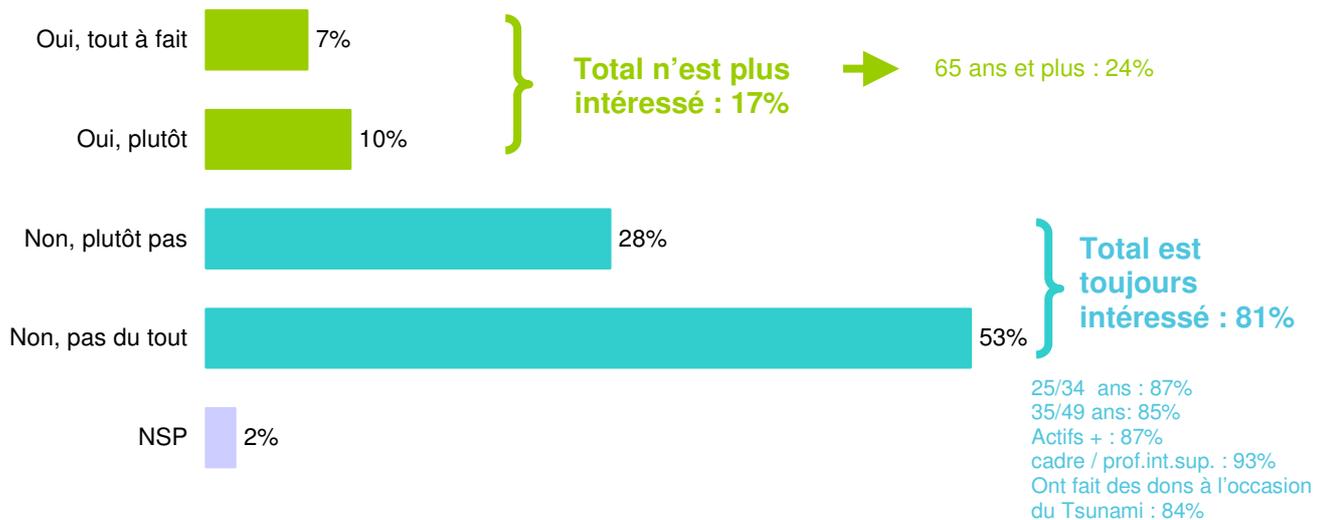
Echantillon : 30 entretiens qualitatifs individuels de 45 minutes réalisés du 18 au 23 mai 2005.

Entretiens réalisés dans 3 régions : Tours et ses environs, Ile de France, Région de Bordeaux auprès des donateurs réguliers et de donateurs ayant donné pour la première fois pour le Tsunami.

Résultats détaillés de l'étude quantitative :

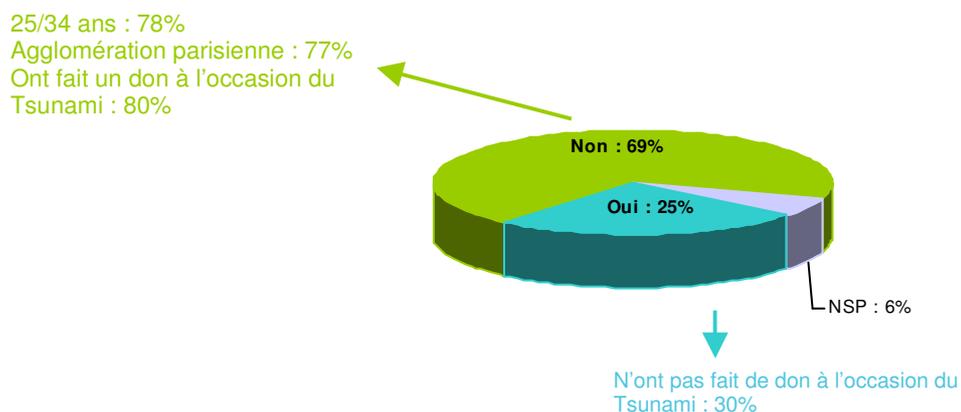
Une grande majorité des Français (81%) s'intéresse encore aujourd'hui au Tsunami, un intérêt plus fortement ressenti chez les plus jeunes (moins de 35 ans : 84%), les actifs + (87%) et les personnes ayant fait un don pour cette occasion (84%).

« Le Tsunami c'était il y a cinq mois, est-ce que vous êtes d'accord avec la phrase suivante :
Ça ne m'intéresse plus aujourd'hui ? »



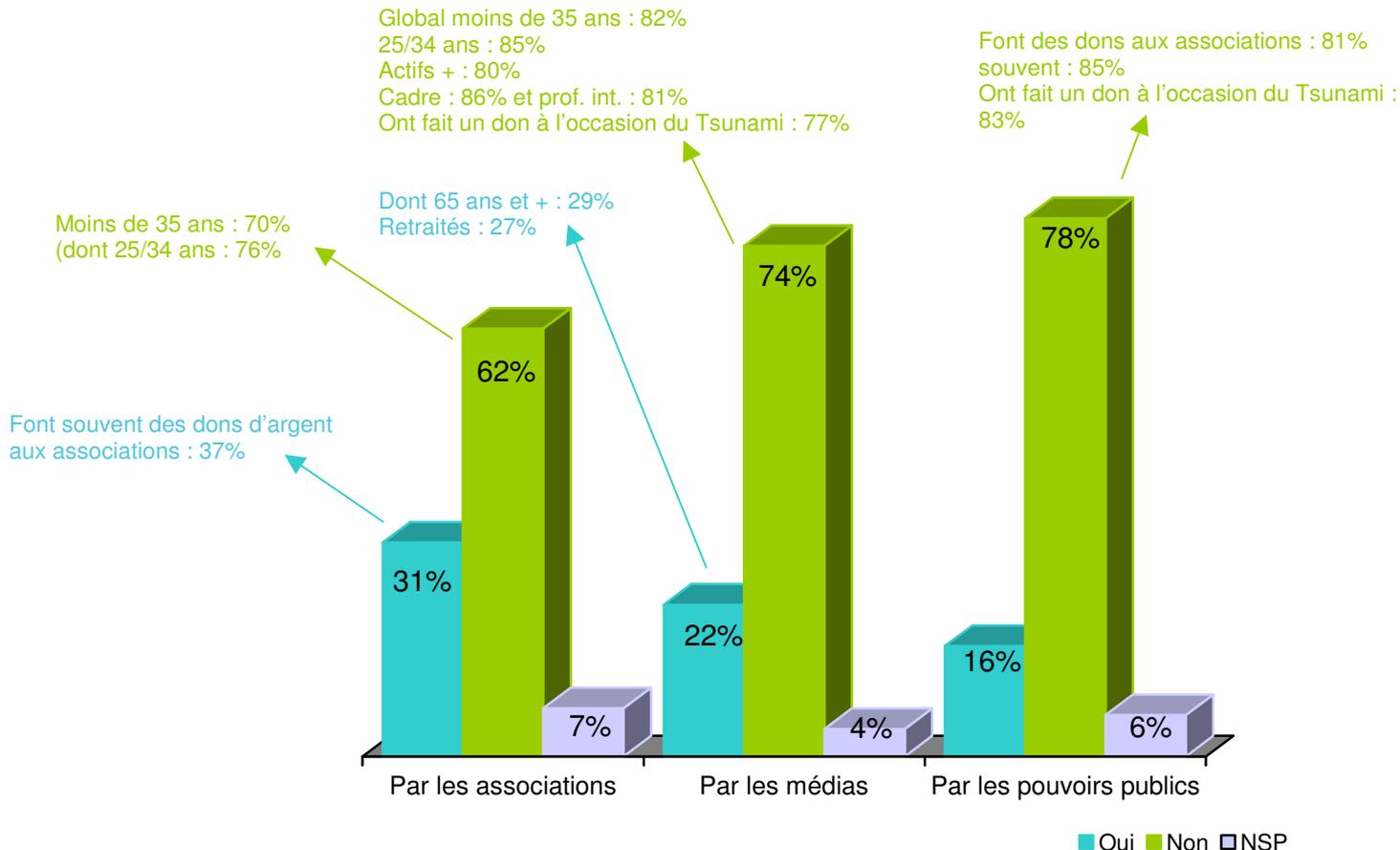
7 français sur 10 estiment qu'il n'y pas eu trop d'argent pour venir en aide aux pays touchés par le Tsunami et plus particulièrement les plus jeunes (moins de 35 ans : 78%) et les personnes ayant fait un don à cette occasion (80%).

« Pensez-vous qu'il puisse y avoir trop d'argent pour venir en aide aux pays du Tsunami ? »



Les Français ne se sont pas satisfaits de l'information donnée sur la reconstruction des pays touchés par le Tsunami (62% ne sont pas satisfaits de l'information donnée par les associations, 74% par les médias et 78% par les pouvoirs publics), une insatisfaction sur l'information principalement ressentie par les plus jeunes et par les actifs +.

« Etes-vous satisfait de l'information donnée aujourd'hui sur la reconstruction des pays Tsunami ? »



Méthodologie :

Etude quantitative menée dans le cadre du Harris Top, omnibus téléphonique de Louis Harris, réalisé toutes les semaines auprès d'un échantillon de 1003 individus de 18 ans et plus représentatif de la population française selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille, après stratification par région de résidence et catégories d'agglomération).

Les interviews ont été réalisées les 27 et 28 mai 2005.