

## Congrès AFSP Toulouse 2007

### Table Ronde 4

## "La médiatisation du politique. Regards croisés. Regards comparés"

### Session 1

GATIEN Emmanuelle (IEP de Toulouse),  
[egatien@cegetel.net](mailto:egatien@cegetel.net)

### L'impact des stratégies de communication militaire sur la production de l'information en temps de guerre

« Il n'est plus question de se demander si les médias vont couvrir des opérations militaires » (*"There is no longer a question of whether the news media will cover military operations"*)<sup>1</sup>, affirmait un officier du « Army War College ». La question, désormais, serait plutôt : comment ?

L'armée a appris à « faire avec » les médias et les médias à composer avec l'armée. Les militaires ont intérêt à ce que leur action soit relayée dans les médias pour la légitimer aux yeux de l'opinion, aussi ont-ils intégré la nécessité de communiquer. Mais la communication ne s'inscrit véritablement dans les structures qu'à partir de 1991, lors de dysfonctionnements liés à la couverture de la guerre du Golfe. Dès lors, des officiers de presse (« interface entre deux mondes »<sup>2</sup>) gèrent la médiatisation des opérations, voire contribuent à leur mise en scène, permettant à l'armée d'anticiper et de concilier ses intérêts avec les intérêts journalistiques. Poursuivant ce mouvement amorcé en 1991, l'armée se dote peu à peu de spécialistes et professionnalise ainsi sa communication. La mise en place de ces dispositifs de communication spécifiques pose alors la question de ses conséquences sur le travail des journalistes. Quels ont été les effets de la professionnalisation de la communication militaire sur les pratiques des journalistes ?

Les médias doivent à la fois tenir compte de ces stratégies communicationnelles pour obtenir des informations et tenter de s'en affranchir. Tout est une question d'ajustement : ajustement des uns à la pratique des autres et ajustement du journaliste par rapport à sa propre pratique. L'information, y compris en temps de guerre, reste l'enjeu d'une compétition pour sa définition, compétition pour avoir le droit de définir ce qui est digne d'intérêt et ce qui ne l'est pas. Cependant la « newsworthiness » (la valeur ou grandeur journalistique) ne peut être le fait d'un seul de ces acteurs : sources ou journalistes. Elle est produite à partir des interrelations entre médias et sources, par un jeu d'interdépendances complexe (car il n'est pas toujours délibéré ni même anticipé). Or, le champ militaire demeurant relativement autonome, les sources sont souvent surdéterminantes dans la relation médias-armée. Les correspondants de guerre – en particulier lorsqu'ils sont embarqués – sont tributaires des informations que leur délivre l'armée<sup>3</sup>, ce qui pose question quant à la distance critique à

---

<sup>1</sup> Cité dans RID Thomas, « War 2.0 », Policyreview.org, février 2007. (Traduction effectuée par nos soins).

<sup>2</sup> Le lieutenant-colonel Georges Neyrac définit ainsi son métier qui consiste à assurer les relations de l'armée avec la presse [Neyrac, 2004].

<sup>3</sup> « Quand on est *embedded*, on ramène quelque chose mais ce sont des images qui sont sous contrôle. On est dans un point de vue, le point de vue des gens qui acceptent de vous prendre avec eux. Ce qu'on voit, c'est les

l'événement (la logique du direct ne favorise pas non plus le recul), mais aussi quant aux rapports de force entre ces deux logiques (militaire et médiatique) et sur ce que ces rapports de force entraînent en terme de production de l'information.

Pour tenter de définir l'impact de la communication militaire sur le travail des journalistes, l'étude se base sur l'observation ethnographique du prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre (observation des délibérations et de la remise de prix) ainsi que sur une cinquantaine d'entretiens avec des grands reporters, cinq entretiens avec des militaires (volontiers disposés à évoquer leurs relations avec les médias). L'analyse est complétée par une étude des contenus d'articles de journaux portant sur le conflit du Darfour pendant l'été 2006<sup>4</sup>.

Il s'agit ici de retracer la genèse des transformations des structures de communication de l'armée afin de mieux pouvoir appréhender par la suite leurs incidences sur les pratiques journalistiques.

## **I. Transformations et professionnalisation de la communication militaire à destination des médias**

*« Nous considérons les médias comme une caractéristique environnementale du champ de bataille, un peu comme la pluie. S'il pleut, vous travaillez trempé ». (Officier breveté-chef Eric Carlson)<sup>5</sup>.*

*« Partout où les commandants vont, ils devraient prévoir CNN. Comme le temps, nous serons toujours là – juste une autre donnée sur le terrain du champ de bataille ». (Jamie McIntyre, correspondant du Pentagone pendant la guerre du Golfe)<sup>6</sup>.*

Etudier les effets des dispositifs militaires sur l'activité des journalistes implique d'abord d'analyser le processus de professionnalisation de la communication de l'armée en tant que tel : comment et pourquoi la communication militaire change-t-elle ?

Deux tournants majeurs dans la communication de l'armée sont repérables : l'un en 1991 et l'autre en 1997. Ils vont se traduire progressivement par une professionnalisation de sa communication.

---

gens avec qui on est qui meurent et, de fait, on prend fait et cause. Ça suscite une empathie ». Entretien téléphonique avec Jean-Luc Moreau Deleris, photo-reporter, 19 juin 2007.

<sup>4</sup> Une dizaine d'articles ont été analysés : ceux produits par Nicolas Ballet pour *Le Progrès de Lyon* et ceux écrits par Catherine Simon pour *Le Monde*. Ces deux journalistes s'étant trouvés dans le même camp de réfugiés et ayant mené sur place des interviews en commun (d'après Nicolas Ballet, entretien téléphonique avec le journaliste), une comparaison du traitement du conflit au sein de ces deux journaux était possible (bien que minime, la couverture du conflit portant sur une courte période).

<sup>5</sup> "We regarded [the media] as an environmental feature of the battlefield, kind of like the rain. If it rains you operate wet." (Chief warrant officer Eric Carlson). [Rid, 2007]. Traduction effectuée par nos soins.

<sup>6</sup> "Wherever commanders go, they should plan for CNN. Like the weather, we'll always be there — just another feature on the battlefield terrain." (Jamie McIntyre, Pentagon correspondent in the Gulf War). [Rid, 2007]. Traduction effectuée par nos soins.

## ***La prise de conscience de 1991***

La communication de l'armée s'organise graduellement à partir de 1945 (onze services d'information se succèdent jusqu'en 1969). Créé en septembre 1969, le SIRPA (Service d'Information et de Relations Publiques des Armées)<sup>7</sup> a pour vocation de stabiliser les liens entre les Armées et la nation via ses missions d'information. Parmi ses fonctions notamment : « l'information du grand public visant à promouvoir en permanence l'image de crédibilité et d'efficacité de nos moyens de défense »<sup>8</sup>. En 1987, le SIRPA est divisé en quatre antennes (Terre, Air, Mer et Gendarmerie) chapeautées par un SIRPA central qui assure la cohésion des actions. Cette dualité des cellules de communication (un SIRPA central basé à Paris et une cellule du SIRPA détachée sur place, en Arabie Saoudite) explique une partie des difficultés de l'armée à gérer sa communication lors de la première guerre du Golfe.

Le général Roquejeoffre, qui dirigeait alors l'opération « Daguet », se souvient : « La seule chose qui m'embêtait, c'est que je ne maîtrisais pas la communication sur place ». En effet, dans la première phase du conflit<sup>9</sup>, la cellule locale du SIRPA n'est pas rattachée à son état-major, à Riyad, la coordination avec son commandement est donc inexistante. Ainsi, le général se trouve en présence de journalistes auxquels il ne sait pas toujours comment répondre<sup>10</sup> sans se retrancher derrière des propos convenus<sup>11</sup>, ce que ne manquent pas de remarquer les journalistes, comme cette journaliste du *Nouvel Observateur* qui lui assène : « écoutez, vous n'y connaissez rien en interview [...] C'est pas comme ça qu'il faut répondre. Vous avez besoin de cours en communication ». De plus, le SIRPA central « court-circuite » en quelque sorte la cellule locale de Riyad, en tenant, de Paris, des conférences de presse sur ce qui se passe dans le Golfe, au point que les rédactions parisiennes sont informées de la situation avant leurs correspondants sur le terrain. Le mécontentement des journalistes face aux défaillances d'organisation s'amplifie. Le 17 janvier 1991 débute l'opération « Tempête du Désert ». Dans cette deuxième phase du conflit, le nombre de journalistes présents dans le Golfe passe d'une vingtaine à deux cents<sup>12</sup>. La gestion de l'information se complexifie encore et le général Roquejeoffre doit prendre des mesures pour y faire face. Il demande le rattachement de la cellule du SIRPA à son commandement afin de pouvoir conduire la communication opérationnelle, ce qui lui est accordé par le ministre de la Défense, Pierre Joxe, non sans pourparlers : le ministre de la Défense, ses conseillers et le général Germanos (alors chef du SIRPA central) doivent se rendre sur place pour aplanir la situation. Ils prennent alors la mesure de l'erreur commise et décident non seulement de décentraliser la communication<sup>13</sup> mais également de sélectionner les journalistes qui feront partie des *pools*<sup>14</sup>.

---

<sup>7</sup> Remplacé en 1998 par la DICOd (décret du 27 juillet 1998).

<sup>8</sup> Missions du SIRPA au début des années 90 d'après une plaquette de présentation. [Maurin, 1992, p. 198].

<sup>9</sup> Déploiement des troupes françaises en Arabie Saoudite pour prévenir une éventuelle invasion irakienne. Cette première phase s'étale de septembre 1990 au 17 janvier 1991. La guerre est déclenchée le 17 janvier, c'est l'opération « Tempête du Désert ».

<sup>10</sup> Bien qu'il ait été formé à l'Institut des Hautes Etudes de Défense Nationale (IHEDN) et au Centre des Hautes Etudes Militaires (CHEM), où il a pu bénéficier des cours de communication qui y étaient alors dispensés par des journalistes et des communicants. Entretien avec le général Michel Roquejeoffre, le 27 juin 2007 à Pamiers.

<sup>11</sup> Le général relate une anecdote au sujet d'un article le citant à son détriment : « une phrase imbécile qui a été reproduite et je suis passé pendant très longtemps comme quelqu'un qui maniait la langue de bois. [...] La phrase, c'est : "on ira s'il faut y aller, quand il faut y aller et le jour où il faudra y aller". Voyez, quelque chose comme ça qui était l'évidence même. Tout ça parce qu'il commençait à me casser les pieds en voulant que je lui dise quelque chose que je ne savais pas, d'ailleurs ». Entretien avec le général Michel Roquejeoffre, le 27 juin 2007 à Pamiers.

<sup>12</sup> Chiffres fournis par le général Roquejeoffre.

<sup>13</sup> La cellule locale du SIRPA est placée sous le contrôle de l'état-major à partir du 5 février 1991.

Un porte-parole, le général Gazeau, est adjoint à l'état-major afin d'assurer les relations avec la presse. Ces dispositions semblent améliorer la situation. Le général Roquejeoffre note un changement significatif : « Les relations avec les journalistes n'ont pas été les mêmes dans les deux phases ».

L'armée tire les enseignements de ce dysfonctionnement et prend conscience de l'importance d'une communication mieux structurée. A dater de cet épisode, des officiers de presse<sup>15</sup> seront donc chargés des relations avec les médias et de leur gestion logistique sur les théâtres d'opération. Ils reçoivent une formation spécifique au travers de stages afin de se familiariser aux techniques et aux besoins des médias.

La réorganisation structurelle de 1991 amorce ainsi un premier tournant dans la stratégie de communication de l'armée. L'armée poursuit sa restructuration pour mieux répondre aux besoins du terrain, notamment au travers d'une sélection plus pointue et donc une technicité accrue du personnel en charge de sa communication<sup>16</sup>.

### *Une formation spécifique à la communication à partir de 1997*

Le deuxième tournant intervient avec la professionnalisation de l'armée engagée en 1997. Pour le secteur communication, la professionnalisation est l'aboutissement d'un long processus. Avant le début des années 1980, il n'existe pas de véritable professionnalisme en matière de communication. Les parcours des différents dirigeants du SIRPA explorés par Caroline Ollivier-Yaniv [Ollivier-Yaniv, 2000] le montrent :

« [...] force est de constater que, parmi l'ensemble des officiers appelés à diriger le service, un seul avait fait le choix de se spécialiser en Relations publiques. Si sa nomination a pu être déterminée par son expérience des activités du service, elle a également été permise par une conjoncture de crise. [...] Il en est certes ainsi en vertu d'effets générationnels : les premiers chefs du SIRPA ne pouvaient être spécialisés en communication pour la simple raison que de telles formations n'existaient pour ainsi dire pas avant le début des années 80. L'argument ne vaut plus pour les vingt ans qui suivent et il devient alors évident qu'une compétence formelle en matière d'information et de communication ne représente pas une condition d'accès à la direction du SIRPA ».

Avant les années 1980 existait simplement un brevet technique en Relations publiques. L'enjeu de la professionnalisation de l'armée en 1997 est de trouver des personnels contractuels qualifiés. Le militaire est devenu un technicien, les compétences exigées étant de plus en plus élevées, elles requièrent un niveau de formation spécifique. Aussi l'armée recrute

---

<sup>14</sup> Des *pools* avaient déjà été mis en place pendant la première phase de la guerre du Golfe mais étaient « hétéroclites et non représentatifs, à la fois trop encadrés et insuffisamment sélectionnés ». Entretien avec le général Michel Roquejeoffre, le 27 juin 2007 à Pamiers. La création de *pools* répond à une logique de sécurisation des journalistes.

<sup>15</sup> La fonction existait déjà, mais essentiellement à usage interne.

<sup>16</sup> La nécessité de se familiariser avec les médias pour mieux les « pratiquer » se traduit par un certain mimétisme. Caroline Ollivier-Yaniv évoque ainsi (sans la dater) la féminisation du SIRPA en réponse à celle de la profession journalistique : « Ainsi la féminisation du champ journalistique apparaît-elle au détour d'un entretien comme ayant contribué à féminiser sinon l'armée elle-même, du moins son service central de communication ». Un général d'armée interrogé par ses soins explique « – Avant même cette loi sur la parité [...], j'ai fait venir beaucoup de femmes [au SIRPA] : j'avais 40 % de femmes. Je savais que dans un certain nombre de fonctions, de liens avec la presse, il fallait des femmes. [...] Il fallait négocier dans le monde des médias, où il y a beaucoup de femmes ». [Ollivier-Yaniv, 2000, p. 12].

des professionnels spécialisés dans certains domaines d'activité, notamment les relations publiques<sup>17</sup>. La formation des communicants de l'armée a donc changé, comme l'explique Marianne Guillemain, responsable communication à l'antenne Midi-Pyrénées de la DICOd (Délégation à l'Information et à la Communication de la Défense)<sup>18</sup> :

« [...] avant, donc, on a organisé des formations pour des gens qui étaient des militaires, qui n'avaient aucune formation à la com', donc on leur expliquait comment faire un dossier de presse. On apprenait à des militaires à avoir un vernis de communicants. Depuis 99-2000, l'armée a changé, elle recrute des spécialistes. Elle recrute des gens qui ont un cursus de communicants, qui sont sous contrat. Et ces officiers de communication sont des spécialistes, ils sont là pour faire bénéficier leur unité de leur compétence. Y a toujours des formations, mais ce sont plus les mêmes. En revanche, ce dont ils avaient besoin c'est d'une approche de la communication institutionnelle. Comme dans toute entreprise, c'est l'esprit maison, quoi. Donc y a des sessions de communication qui sont organisées à la Dicod et à Lille »<sup>19</sup>.

L'armée, en tant qu'institution, cherche en effet à contrôler son image. Aussi a-t-elle mis en place des structures spécifiques dédiées aux relations presse afin de prévenir les attentes des journalistes et de parer à toute éventuelle demande... gênante. Sur le théâtre des conflits, les officiers de presse ont donc à leur disposition des « éléments de langage », sorte de vade-mecum fournissant des arguments pour étayer leur discours en fonction du type de situation (« [...] sur plein de sujets, on a des bases d'éléments de langage conséquentes qui nous donnent le cadre de parole et que nous-mêmes on met à jour sans arrêt en liaison avec Paris », explique l'ancien officier de presse Georges Neyrac). Lorsque les arguments font défaut, la communication rime avec « temporisation » :

« [...] ils veulent absolument avoir des informations mais le temps de l'entreprise n'est pas le temps des médias. On n'a pas à ... C'est un truisme. C'est du bon sens. [...] La temporisation, faire patienter, c'est aussi, ce sont aussi des techniques que l'on doit revendiquer »<sup>20</sup>.

Ce n'est pas un hasard si Georges Neyrac assimile ici l'armée à une entreprise : communicant de formation, ancien officier de presse de l'armée française<sup>21</sup>, il intervient depuis 2006 en entreprise comme consultant formateur en « risque médiatique et communication de crise »<sup>22</sup>. Georges Neyrac est emblématique des nouveaux communicants dont s'entoure l'armée pour

---

<sup>17</sup> Les officiers de communication sont désormais recrutés à bac +3 minimum (avec une limite d'âge fixée à moins de 30 ans) pour un contrat d'un an qui peut être renouvelé pour cinq ans. Une « formation universitaire en communication ou une école de communication » est exigée (site de l'armée de Terre dédié au recrutement : <http://www.recrutement.terre.defense.gouv.fr/ficheMetier.do?id=707>). Une trentaine d'officiers de communication sont recrutés chaque année, selon le capitaine Caron, responsable du recrutement et des formations au CIRAT (Centre d'information et de recrutement de l'armée de Terre) de Bordeaux. « Ça reste les mêmes attributs que les chargés de communication en entreprise, avec des spécificités qui sont notamment le devoir de réserve », explique le capitaine Caron. Entretien téléphonique avec le capitaine Caron.

<sup>18</sup> Le parcours de Marianne Guillemain semble significatif de ces évolutions : elle mentionne avoir travaillé auparavant comme chargée de communication pour Dassault.

<sup>19</sup> Entretien avec Marianne Guillemain, 15 mai 2007.

<sup>20</sup> Premier entretien avec Georges Neyrac, à Lyon, 1<sup>er</sup> juin 2007.

<sup>21</sup> Georges Neyrac a été envoyé comme officier de presse sur divers théâtres d'opération : en Bosnie (1996,1998), au Kosovo (1999-2000), en Afghanistan (2002-2003), en Côte d'Ivoire (septembre 2003 à janvier 2004).

<sup>22</sup> Source : curriculum vitae de Georges Neyrac.

contrôler son image. Rôlé aux méthodes de communication, il sait l'utilité de différer, parfois, certains messages, même face à des journalistes souvent pressés.

Même sans avoir les fonctions d'officier de presse, « les militaires font du média training »<sup>23</sup>. Significativement, les militaires emploient un vocabulaire militaire pour évoquer leurs relations avec les médias : il est question de « gestion », de « discipline », de « maîtrise »... Marianne Guillemin, responsable communication à l'antenne Midi-Pyrénées de la DICOd (Délégation à l'Information et à la Communication de la Défense), affirme ainsi : « Il faut que les journalistes aient un minimum de discipline »<sup>24</sup>. Le général Roquejeoffre, évoquant son expérience de commandant des forces françaises lors de la première guerre du Golfe, souligne à plusieurs reprises : « on ne maîtrisait pas la communication »<sup>25</sup>.

Pour l'armée, l'objectif est de « vulgariser » tout en contrôlant l'image. Sur les théâtres de conflits, comme en Afghanistan, des points presse sont donc organisés régulièrement pour faire un état des lieux sur la situation, des communiqués sont fournis aux journalistes au Centre de presse sur place (en alimentant régulièrement les médias en informations calibrées (c'est-à-dire adaptées aux formats journalistiques<sup>26</sup>), l'armée cherche à imposer l'agenda) et un programme est même parfois conçu pour les journalistes « embedded », c'est-à-dire intégrés, ce qui ne laisse pas d'interroger sur les opportunités réelles d'échappées libres.

Il faut signaler que l'intégration des journalistes et le recours à la communication n'est pas spécifique à l'armée. Sur le terrain sont parfois présentes des ONG, qui mettent aussi en pratique l'encadrement des journalistes. Nicolas Ballet, envoyé spécial du *Progrès de Lyon*, a couvert le Darfour sous l'égide d'Action Contre la Faim (ACF). Il raconte :

« Après, ce qui est lourd, c'est qu'on a toujours eu quelqu'un d'Action Contre la Faim qui était avec nous. Au début, on avait l'impression qu'ils nous suivaient pour contrôler les questions qu'on posait. Mais sans ça, moi, mon journal aurait jamais accepté sinon, j'aurais jamais eu les visas [...] »<sup>27</sup>.

Afin de ne pas mettre en danger sa mission, l'ONG tente de prévenir tout commentaire malavisé à l'égard des autorités du pays où elle intervient<sup>28</sup>, y compris en supervisant le travail des journalistes, ce que déplore l'envoyé spécial du *Progrès de Lyon* :

« Ensuite, quand on était sur place, ils voulaient nous attirer à tout prix là où la bouffe était distribuée pour qu'on montre ça. C'est une guerre dans la guerre. On essaie de faire valoir ses options sur celles de l'ONG mais... [...] Aller passer du temps avec les réfugiés, ça a plus d'intérêt, c'est mille fois plus évocateur qu'un reportage sur comment sont distribués les sacs de riz. Et ça, ils le comprennent pas. Eux, ils pensent que le message passe si on met Action Contre la Faim quinze fois »<sup>29</sup>.

---

<sup>23</sup> Entretien téléphonique avec Jean-Luc Moreau Deleris, photo-reporter, 19 juin 2007.

<sup>24</sup> Entretien avec Marianne Guillemin, 15 mai 2007. (Marianne Guillemin mentionne avoir travaillé auparavant comme chargée de communication pour Dassault). L'enquêtrice nous a reçu dans son bureau au Palais Niel, antenne Midi-Pyrénées de l'armée de Terre, ce qui a pu influencer symboliquement le choix de son lexique.

<sup>25</sup> Entretien avec le général Michel Roquejeoffre, le 27 juin 2007 à son domicile à Pamiers. Le fait que l'entretien se soit déroulé dans le bureau du général, portant les marques de sa carrière militaire (photographies, décorations, drapeaux, etc.) peut peut-être expliquer en partie la mobilisation d'un registre lexical militaire.

<sup>26</sup> Techniques de relations publiques largement répandues, qu'il s'agisse d'entreprises, de l'armée ou des ONG.

<sup>27</sup> Entretien téléphonique avec Nicolas Ballet, 21 juin 2007.

<sup>28</sup> La charte d'ACF stipule que l'ONG « oeuvre dans le respect d'une stricte neutralité et impartialité politiques et religieuses ».

<sup>29</sup> Entretien téléphonique avec Nicolas Ballet, 21 juin 2007.

Pour l'ONG, la communication sur ses actions est primordiale. Sylvain Trottier, chargé de communication d'ACF, ne s'en cache pas :

« Pour le Darfour, on a facilité le travail des journalistes. Le but était qu'ils venaient pour traiter uniquement la situation humanitaire et le discours d'ACF. [...] C'est un but pour nous de faire entrer les journalistes pour parler de la situation humanitaire et d'ACF. C'est un but de communication »<sup>30</sup>.

Afin de s'assurer des retombées médiatiques, Action contre la Faim aide les journalistes en effectuant les démarches pour l'obtention des visas. Ce faisant, elle assure ainsi la promotion de son action caritative (la visibilité médiatique est indispensable afin de relayer son action et de recueillir des fonds). L'ONG peut ainsi constituer pour les médias une véritable sentinelle avancée dans une région où elle est implantée et où elle dispose de réseaux de contacts. Les journalistes sont accompagnés sur place par des chargés de communication, qui, là aussi, ont reçu une formation à la communication. Comme l'armée, les ONG exercent en effet une sélection de plus en plus ciblée de leur personnel depuis les années 1990<sup>31</sup>. Sylvain Trottier après des études d'histoire, a ainsi intégré une école de communication où il a reçu des cours dispensés par des journalistes<sup>32</sup>. ACF est une source d'informations et une ressource précieuse : elle fournit aux journalistes une logistique sécurisée pour leur permettre de se rendre sur le terrain et des moyens financiers. Le correspondant du *Progrès de Lyon* au Darfour évoque les implications de cette dépendance financière :

« Ensuite, le voyage était pris en charge entièrement par Action Contre la Faim. *Le Monde* a remboursé le voyage de Catherine Simon, ce que *Le Progrès* n'a pas fait. Donc j'avais intérêt à m'associer à Catherine Simon car j'étais moins aliéné. Mais si j'avais été tout seul au milieu, j'aurais été moins libre »<sup>33</sup>.

Conscient des effets possibles de son intégration, le journaliste a donc pris le parti de réaliser des interviews en binôme avec la journaliste du *Monde* afin de s'assurer une indépendance relative. Malgré cela, l'un de ses articles, « Darfour : Action contre la faim en terrain "miné" »<sup>34</sup>, axé sur les difficultés de l'ONG sur le terrain, a pour seule source Action Contre la Faim<sup>35</sup>, ce qui va à l'encontre de la norme de confrontation des sources. Confiné dans le camp de réfugiés géré par Action Contre la Faim, Nicolas Ballet ne pouvait sans doute pas faire beaucoup mieux que répéter ou confirmer les informations délivrées par ACF et avoue sa frustration à ce sujet. La dépendance financière aux

---

<sup>30</sup> Entretien téléphonique avec Sylvain Trottier, juin 2007.

<sup>31</sup> « [...] une des caractéristiques du monde des ONG dans les années 1990 est une tentative croissante de contrôle des politiques de recrutement. [...] Deuxième axe des politiques des ONG à l'égard de leur personnel : mieux former volontaires et salariés. D'où la mise en place de stages de préparation au départ [...], de formations spécifiques à certaines fonctions médicales, etc. ». [Dauvin, Siméant, 2004].

<sup>32</sup> Des cours d'écriture journalistique essentiellement. L'une de ses collègues est titulaire d'un DESS de communication et une stagiaire du service est issue de l'Institut supérieur de communication et de publicité de Paris (ISCOM). Entretien avec Sylvain Trottier et discussion avec une stagiaire chargée de communication d'ACF, juin 2007.

<sup>33</sup> Entretien téléphonique avec Nicolas Ballet, 21 juin 2007.

<sup>34</sup> *Le Progrès de Lyon*, 21 septembre 2006.

<sup>35</sup> Au contraire des articles de Catherine Simon, parus dans *Le Monde* à la même période (août/septembre 2006), et où les sources apparaissent plus diversifiées. Il est à noter que, si les deux journalistes ont effectué certaines interviews en commun, le rendu est très différent. Les articles de Catherine Simon s'attachent plus aux aspects politiques du conflit et à ses enjeux tandis que ceux de Nicolas Ballet, plus descriptifs (référence à de nombreux détails « visuels » (« une antique Peugeot 304 »), emploi de nombreux adjectifs...), racontent essentiellement le quotidien du camp de Gereida et des déplacés. Nicolas Ballet évoque d'ailleurs cette différence de traitement entre presse régionale et nationale : « Donc on a fait des interviews ensemble. Alors, elle avait toute une partie qui concernait le politique, ça m'intéressait moins parce que je pouvais pas le traiter pour le *Progrès*, mais je restais, ça m'intéressait. Forcément, j'étais obligé de me limiter à des choses plus essentielles et c'est frustrant ».

sources rend plus difficile la distanciation face au discours officiel. Ce qui intéresse la communication des sources en présence sur le terrain n'intéresse pas forcément les journalistes.

Le dispositif déployé par l'armée et les ONG pour gérer les médias réduit les marges de manœuvre des journalistes. Il s'agit donc à présent d'interroger les effets de ce dispositif : comment cette professionnalisation de la communication des sources se répercute-t-elle en pratique sur l'exercice de la correspondance de guerre ?

## **II. Les effets de la professionnalisation de la communication militaire sur les pratiques journalistiques**

Il s'agit donc de voir à présent dans quelle mesure la professionnalisation de la communication des sources a pu avoir une incidence sur le travail des journalistes. La production de l'information en temps de guerre passe par une gestion appropriée de la « double dépendance » entre médias et militaires dont les intérêts divergent. La complexité de cette relation est en effet celle d'« associés-rivaux »<sup>36</sup> [Neveu, 1999]. Dépendant les uns des autres pour informer de la manière dont ils le souhaitent (avec des visées différentes pour chaque protagoniste), les acteurs ont intérêt à coopérer. Journalistes et militaires s'accordent d'ailleurs à dire qu'ils entretiennent « un rapport de confiance ». La professionnalisation de la communication de l'armée s'est en effet traduite par un échange de compétences qui leur a permis de se familiariser : les uns au cours des sessions de formation mises en place par l'armée (les journalistes peuvent suivre des stages d'« aguerrissement »<sup>37</sup> sur des bases militaires), les autres en donnant des cours de communication aux militaires<sup>38</sup>. Un jeu de réciprocité semble donc s'être installé mais les sources restent surdéterminantes. Les contraintes imposées par l'armée régissent le travail des journalistes.

### ***Le devoir de réserve***

*« Alors que le journaliste a envie de tout savoir, eh bien le militaire, il n'a pas à tout dire ». Georges Neyrac<sup>39</sup>.*

Certaines informations, considérées comme stratégiques, ne sont pas forcément communiquées aux journalistes, devoir de réserve oblige. Georges Neyrac évoque ainsi les « questions embarrassantes [*posées par les journalistes*] dont je détenais les réponses souvent incommunicables ». Les journalistes sont alors obligés de s'en remettre aux seules informations distillées par les militaires pour réaliser leurs articles. Des articles qui prennent parfois la forme de compte-rendus. Si les mots « censure » ou « propagande » sont bannis du vocabulaire, l'armée entend tout de même que soit relayée une image de l'institution en adéquation avec celle qu'elle souhaite véhiculer. Un ancien officier de presse explique ainsi :

---

<sup>36</sup> Pour caractériser cette relation d'« associés-rivaux », il faudrait également pouvoir mettre en rapport les ressources sociales des protagonistes : de par leur origine et leurs positions sociales, généraux et officiers supérieurs (issus, pour la plupart, de « grandes » familles et d'écoles prestigieuses), sont sans doute socialement plus « dotés » que les journalistes, d'où aussi une inégalité de relation.

<sup>37</sup> Liste des services proposés par l'Association des Journalistes de Défense. <http://www.ajd-info.fr/>.

<sup>38</sup> « L'armée, ils nous ont demandé de faire les faux journalistes et d'interroger les officiers pour voir les erreurs des officiers. On faisait comme si on n'était pas accrédités et on posait des questions qui les embêtaient. C'était assez amusant ». Entretien téléphonique avec Pascal Martinet, journaliste au *Progrès de Lyon*, le 22 juin 2007.

<sup>39</sup> Premier entretien avec Georges Neyrac, ancien officier de presse, Lyon, 1<sup>er</sup> juin 2007.



« Plus je vais préparer ma communication, plus mon discours sera rôdé, précis, plus les moyens pour faciliter le travail du journaliste seront là, plus j'ai des chances que le discours du journaliste soit conforme à ce que j'ai voulu lui dire, et que mon message à moi soit restitué »<sup>40</sup>.

Il s'agit donc d'anticiper sur tout dérapage potentiel en passant l'information au filtre de la communication, ce dont les journalistes ne sont pas dupes. Pascal Martinet, envoyé spécial pour *Le Progrès de Lyon*, déclare :

« Alors, bien évidemment, eux, ils effectuent un contrôle en amont en sélectionnant ce qu'ils peuvent montrer ou pas, en nous mettant avec quelqu'un qui est plutôt communicant »<sup>41</sup>.

Toutefois, certains journalistes s'appuient volontiers sur les officiers de presse, selon Marianne Guillemin :

« Souvent par exemple, je vois, la presse de province, la PQR, ils m'appellent en disant : « est-ce que vous avez un officier de presse à tel endroit ? ». Ce qui veut dire qu'en vingt ans, pour les journalistes les officiers de presse font partie du paysage du conflit et pour les militaires, les médias font aussi partie de leur paysage. Et ça, c'est la guerre du Golfe qui a été vraiment le détonateur »<sup>42</sup>.

Les journalistes ont intégré la communication dans leurs pratiques et sollicitent les militaires. Ce qui semble s'apparenter à une situation de routine peut-être relié aux compétences techniques détenues par l'armée.

### ***L'expertise technique***

Les militaires ont professionnalisé la communication sur leurs activités, officieusement, pour garder prise sur la représentation qui sera donnée de l'armée, officiellement, afin de « faciliter le travail des journalistes »<sup>43</sup> en mettant à leur disposition leur compétence technique. « En effet, ils disposent d'une légitimité fondée sur l'expertise, qui leur permet d'influencer le discours journalistique », souligne Marc Hecker [Hecker, 2003]. La compétence technique de l'armée lui permet de garder l'initiative et donc la main-mise sur la diffusion d'informations parfois complexes à décrypter (évaluation des situations, identification des forces en présence...). Forte de ces prérogatives, l'armée déploie des stratégies de communication qui lui permettent d'avoir une certaine maîtrise sur l'information, notamment l'embarquement des journalistes :

« Moi j'ai eu des journalistes qui ont passé un certain nombre de jours avec nous, ils étaient plutôt intéressés. Parce que nous derrière, c'est un avantage aussi, on se dit que si jamais ça se passe bien, si on les nourrit, les loge, si on les habille, si on les abrite, eh bien dans une

---

<sup>40</sup> Entretien avec Georges Neyrac, ancien officier de presse, à Lyon, 1<sup>er</sup> juin 2007.

<sup>41</sup> Entretien téléphonique avec Pascal Martinet, le 22 juin 2007.

<sup>42</sup> Entretien avec Marianne Guillemin, responsable communication à l'antenne Midi-Pyrénées de la DICOd, 15 mai 2007.

<sup>43</sup> Entretien avec Marianne Guillemin, responsable communication à l'antenne Midi-Pyrénées de la DICOd, 15 mai 2007.

bonne proportion, ils feront des bons sujets. Ce qui est vrai et faux en même temps parce que le journaliste, il dit ce qu'il veut. En général, on n'a pas de mauvais sujet »<sup>44</sup>, affirme l'ancien officier de presse, Georges Neyrac.

Lorsqu'ils sont « embarqués », les correspondants de guerre sont tributaires des informations que leur délivrent ces sources particulières. Mais sur certains conflits, le système du *pool* est le seul recours pour obtenir l'autorisation ou les moyens financiers de s'y rendre.

### *Aide logistique et sécurité*

Etre aux côtés de l'armée peut apparaître comme doublement providentiel pour le journaliste qui, non seulement, y trouve à portée de main des informations d'expert mais qui y puise aussi une aide logistique précieuse. L'armée peut par exemple donner aux médias accès au théâtre d'opérations en les emmenant à bord d'hélicoptères ou en leur fournissant des véhicules.

La sécurité est aussi un argument très utilisé par les militaires pour justifier le système d'embarquement dans des *pools*. Sur ce point, l'armée invoque notamment sa responsabilité :

« Quand ils sont dans une patrouille, on en a la responsabilité quand même. Donc il peut pas faire ce qu'il veut. Ou il accepte la règle du jeu ou il accepte pas mais dans ce cas-là, il vient pas »<sup>45</sup>.

La sécurisation des journalistes devient un moyen de contraindre. Les déplacements des journalistes peuvent ainsi être soumis à autorisation ou à restriction.

Le principe des *pools* est décrié par une partie des journalistes<sup>46</sup> qui dénoncent une information aux ordres ou un certain consensualisme. Plusieurs études [Knightley, 2000 ; Robertson, 2004 ; Kristensen, Ørsten, 2007]<sup>47</sup> montrent en effet un traitement consensuel de l'information sur les guerres avec une prédominance des sources militaires et le relie à la couverture « embarquée » de la guerre<sup>48</sup>. Arnaud Mercier, décryptant le conflit en Afghanistan en 2002, indique que l'embarquement des journalistes favorise la reprise du discours militaire [Mercier, 2004] :

« [...] à force de côtoyer les soldats, de vivre avec eux, d'être en situation de leur devoir leur sécurité, il y avait bien des chances pour que les journalistes en viennent rapidement à partager le point de vue de leurs hôtes [...] ».

---

<sup>44</sup> Deuxième entretien avec Georges Neyrac à Lyon, 15 juin 2007.

<sup>45</sup> Deuxième entretien avec Georges Neyrac à Lyon, 15 juin 2007.

<sup>46</sup> Voir notamment l'article au titre éloquent du grand reporter Jean-Paul Mari : « Fuck the Pool ! », *Nouvel Observateur*, 13 février 2003, p. 24.

<sup>47</sup> Robertson démontre un « usage aveugle des sources militaires » (« *unquestioning use of military sources* »). [Robertson, 2004, pp. 457-482]. Kristensen et Ørsten remarquent : « la couverture de la guerre était en réalité dominée par les sources officielles militaires et politiques [...], les journalistes, la perspective quotidienne et le public international devinrent tous « embarqués » dans la version coalisée de la guerre ». (... *the war coverage [...] was in reality dominated by official military and political sources from the coalition [...] the journalists, the everyday perspective and the international public all became "embedded" in the coalition version of the war*). [Kristensen et Ørsten, 2007].

<sup>48</sup> « C'est précisément ce système de *pool* qui a posé problème durant la guerre du Golfe, et qui a probablement contribué à la formation du consensualisme dans le traitement de l'information, entre autres par les hebdomadaires français » [Hecker, 2003, p. 75].

La proximité avec les sources peut susciter l'empathie et, par conséquence, un certain conformisme dans le traitement de l'information. Un grand reporter s'insurge ainsi contre la connivence avec les sources que peut susciter l'intégration :

« Il existe l'Association des Journalistes de Défense. C'est la plupart du temps des journalistes ratés qui sont arrivés à un certain niveau mais qui sont plafonnés et la Défense devient leur beurre, ils ont un carnet d'adresses et alors eux, ils sont totalement embedded, totalement instrumentalisés. Le pire de tous, c'est X, rédacteur en chef adjoint de la tranche week-end sur France 3 – alors voyez, l'enjeu – c'est un véritable général de corps d'armée ! »<sup>49</sup>.

L'embarquement suscite parfois une identification avec l'institution militaire<sup>50</sup>. Mais les médias ne conscientisent pas toujours ces effets. Les contraintes générées par ce rapport aux sources ne sont pas toujours objectivées. Les relations entre militaires et journalistes sont parfois envisagées sur un mode enchanté.

### *Des relations enchantées*

Les rapports conflictuels ne sont pas forcément perçus comme tels mais plutôt vécus sur le mode enchanté. La confiance est indifféremment invoquée par les militaires et les journalistes dans les entretiens comme primordiale. Dans un contexte où les journalistes sont dépendants de l'armée pour obtenir certaines informations ou pour se faire véhiculer, des relations de sympathie peuvent se développer, d'autant plus que journalistes et militaires se côtoient au quotidien, voire partagent les mêmes hôtels<sup>51</sup>. Toutefois, ces relations sont loin d'être toujours objectivées. Ainsi, Pascal Martinet, accrédité défense pour *le Progrès de Lyon* et membre de l'Association des Journalistes de Défense (AJD)<sup>52</sup>, n'émet aucune réserve quant à la couverture de la guerre au sein des unités de l'armée :

« Etre membre de l'Association des Journalistes de Défense, ça permet d'avoir des relations encore plus étroites avec le ministère de

---

<sup>49</sup> Entretien téléphonique avec Jean-Luc Moreau Deleris, photo-reporter, 19 juin 2007.

<sup>50</sup> L'identification peut être d'autant plus prégnante que certains journalistes sont aussi militaires, à l'instar de Frédéric Pons, rédacteur en chef de *Valeurs actuelles* (hebdomadaire du groupe Valmonde dont le conseil de surveillance est présidé par Olivier Dassault). Président de l'Association des Journalistes de Défense, il est ainsi directeur de recherches au Collège interarmées de défense (CID) et enseigne au Centre d'études supérieures de la Marine (CESM) et à l'Ecole militaire de Saint-Cyr. Il est également officier de réserve (avec le grade de colonel depuis mai 2007) dans les parachutistes des troupes de marine.

<sup>51</sup> « Et ils logeaient dans le même hôtel, donc en définitive, comme c'était des buffets : "Alors, mon général, qu'est-ce que vous en pensez ?" [...]. On les recevait, on déjeunait avec eux, on avait de bonnes relations. C'est une histoire de convivialité plutôt que d'organisation ». Entretien avec le général Roquejeoffre, 27 juin 2007.

<sup>52</sup> Créée en 1979, l'AJD est une association professionnelle qui « regroupe les journalistes intéressés par les questions de défense et militaires en vue de faciliter leur tâche » (statuts de l'association, article 1). Peuvent en être membres actifs les journalistes titulaires de la carte de presse et qui « assurent régulièrement des articles sur la Défense et les questions militaires dans la presse écrite, parlée, télévisée, filmée ou se sont spécialisés dans ces problèmes ou assurent un service rédactionnel à plein temps dans un organe de presse spécialisé » (statuts de l'association, article 3). En 2006, elle compte 65 journalistes adhérents (sur un total de 200 membres actifs et associés). (liste des membres 2006 à jour de leur cotisation disponible sur le site de l'association ; bulletin AJD-Infos n°21, janvier 2006). Gilles Rolle, trésorier de l'association (photographe à l'agence Réa, ancien photographe de l'armée de l'air), estime qu'un certain renouvellement des membres est assuré, notamment pour les journalistes agenciers qui sont amenés à changer de rubrique plus fréquemment. Le taux de renouvellement des « Ajidiens » est toutefois tempéré : « il y a des gens en charge de dossiers ou de rubrique qui le restent. A partir du moment où on a acquis un certain patrimoine dans un domaine, on a envie de le rentabiliser ». (Entretien téléphonique avec Gilles Rolle). La spécialisation professionnelle explique l'ancienneté de certains journalistes au sein de l'AJD, tels Frédéric Pons, président de l'association.

la Défense et des relations encore plus privilégiées avec le ministre de la Défense. Et d'ailleurs, l'Association des Journalistes de Défense a même un bureau au ministère de la Défense.

[...] Y a une vraie affinité. Ce sont des rapports qui sont assez sains dans la mesure où ils correspondent totalement à ce qui se passe dans les grandes entreprises. Par exemple, s'il y a une opération en République Démocratique du Congo, je peux demander à monter dans un avion de l'armée française, ils peuvent pas me le refuser. [...]

Bien évidemment, en retour, ils attendent d'avoir un article qui raconte ce qu'ils font sur le terrain. Si y a jamais d'articles sur ce qu'ils font, ça va pas durer longtemps. Lors du conflit au Liban, en deux jours, la DICO nous avait trouvé un bateau. Mais ils nous avaient jamais dit : « vous nous faites un papier ». Mais il est clair que nous, on allait faire un article sur les évacuations. De la même manière que si Air France vous invite pour aller à Shanghai, vous allez d'abord parler des vols avant de parler de Shanghai. Bon, là, c'est un peu moins défendable déontologiquement. Mais avec l'armée, on n'est pas dans le financier, c'est autre chose ».

Et le journaliste de conclure : « C'est une communication bon enfant entre gens de bonne compagnie ». Un discours révélateur où le journaliste balaie d'un revers de main les collusions ou les minimise en regard des dépendances financières à l'œuvre dans certains voyages de presse. Le journaliste détaille d'ailleurs son activité en faisant référence au monde de l'entreprise tout au long de l'entretien.

L'accréditation pose les journalistes en porte-parole de l'institution. Elle peut être délivrée de manière ponctuelle à un journaliste pour qu'il se rende sur un conflit donné<sup>53</sup>. Florence Haegel [Haegel, 1992] précise le principe de ce système :

« [...] l'accréditation fixe le cadre de travail des journalistes. Elle suppose une définition des interlocuteurs légitimes, associe officiellement un journaliste à son institution, et enfin, instaure une relation de confiance ».

Le pacte entre armée et accrédités est tacite : « les journalistes ont aussi besoin des militaires et des communicants »<sup>54</sup>. Chacun semble y trouver son intérêt. Certaines conventions implicites liées au « off », évoqué par les militaires et par les journalistes comme une marque de confiance<sup>55</sup>, peuvent également paraître équivoques. Le « off », quand il y en a, est accordé par les militaires aux journalistes « professionnels » :

« “Les préparatifs, les Français sont prêts à débarquer...” faut pas qu'ils le disent la veille, même s'ils le savent. Alors, le journaliste qui est en tête avec l'unité de tête, il faut pas qu'il dise quel est l'objectif de l'unité de tête. Il le dira quand l'objectif aura été atteint. Faut pas qu'il dise la veille : « demain, ils vont sauter, etc. ». Ils le disent pas, en général, le professionnel le dira pas. Mais on prendra pas un amateur »<sup>56</sup>.

Les militaires tablent sur le sens patriotique<sup>57</sup> des journalistes. Des consignes allant dans le sens de la responsabilisation favorisent l'autocensure des médias qui ne relaient donc que le

---

<sup>53</sup> Le journaliste doit en faire la demande individuelle auprès de la DICO.

<sup>54</sup> Entretien avec Marianne Guillemin, 15 mai 2007.

<sup>55</sup> « Le off, ils le donnent que s'ils ont vraiment confiance en nous », explique Pascal Martinet.

<sup>56</sup> Entretien avec le général Loridon, 15 mai 2007.

<sup>57</sup> L'appel à la conscience morale des médias était aussi employé aux Etats-Unis pendant la guerre du Golfe : « Lorsque *USA Today* avait fait état de la présence de forces spéciales américaines en Afghanistan avant le début

point de vue donné par l'armée. Les consignes ne sont d'ailleurs pas forcément nécessaires : les journalistes ne peuvent pas se couper de sources dont ils dépendent pour rendre compte des événements. Aussi le réseau fait à lui seul office de garde-fou<sup>58</sup> : l'ancienneté des liens parfois tissés sur le terrain renforce encore l'efficacité du réseau<sup>59</sup>. Le rapport de force entre les acteurs est donc euphémisé, voire occulté par l'invocation de la « confiance ». Par cet enchantement de leurs relations, militaires et journalistes « embarqués » produisent un discours qui tend à légitimer leurs modes de coopération.

Pour les militaires, la confiance se joue aussi sur les gages de garantie « professionnelle » donnés par les journalistes. La distinction « amateur »/ « professionnel » fonctionne alors à plein. Le général Roquejeoffre raconte ainsi comment les *pools* de journalistes ont été composés lors de la deuxième phase de la guerre du Golfe :

« On a organisé nos *pools* de façon à ce que, dans les rotations, vers le 20 février, ceux qui seraient sur place puissent suivre les troupes terrestres, sans que ça soit divulgué avant. Donc les rotations fin février, ont été faites avec des journalistes ont été triés sur le volet, en gros. On les a sélectionnés parce qu'on savait qu'un tel ne raconterait pas de bêtises, qu'il était bon »<sup>60</sup>.

Les « bons » journalistes sont donc admis sur le terrain, les journalistes qui savent gérer l'embargo, ceux dont on sait qu'ils ne compromettent pas le bon fonctionnement de la mission par leurs erreurs professionnelles notamment. Aussi les journalistes accrédités, qui connaissent le fonctionnement de l'armée, sont préférés aux généralistes. Le général Roquejeoffre ne s'en cache pas :

« Si l'on veut de bonnes retombées positives, il faut sans doute, dans la mesure du possible, séparer le bon grain de l'ivraie, c'est-à-dire privilégier les journalistes accrédités défense et n'accréditer que les journalistes d'un niveau de compétence suffisant », or, poursuit le général, « l'inconvénient majeur est que ces journalistes de niveau médiocre étaient nos seuls interlocuteurs. En général, leur culture de défense était quasi nulle ».

Le militaire s'appuie sur la culture de l'institution pour disqualifier ceux des journalistes qui ne correspondent pas aux attentes de l'armée en termes de retombées presse. Mais c'est justement cette maîtrise de la culture militaire que revendiquent les accrédités pour tenter de contourner les contraintes imposées par l'armée.

---

des frappes, le quotidien avait été qualifié de « totalement irresponsable » et d' « antipatriotique » par un porte-parole du gouvernement américain. « Antipatriotique » : le mot est lâché. Tous les interlocuteurs du monde des médias rencontrés par l'auteur aux Etats-Unis ont rappelé que telle était l'insulte suprême lancée à ceux qui ne rentraient pas dans le rang ». [Myard, 2006]

<sup>58</sup> « Bon, après, on peut toujours tomber sur quelqu'un, bon, qui... Mais ça reste quand même rare parce que, malgré tout, les journalistes ont aussi besoin des militaires et des communicants. Donc euh... Surtout ceux qui sont sur des théâtres d'opération : souvent, ce sont des habitués, ils ont pas envie... Parce que bon, nous, après on les connaît : « oh là là, tu vas voir un tel, il est super pénible ! ». [Rit]. Bon, c'est vrai parce qu'on les connaît tous ». Entretien avec Marianne Guillemin, 15 mai 2007.

<sup>59</sup> Les journalistes qui couvrent les conflits sont souvent les mêmes, en raison de leur connaissance des dossiers.

<sup>60</sup> Entretien avec le général Roquejeoffre, 27 juin 2007.

## *Des marges de manœuvre*

La responsable communication de la DICOd en Midi-Pyrénées reconnaît que la spécialisation des accrédités sur les questions de défense présente parfois un revers pour la communication de l'armée :

« Alors y a les accrédités... Et c'est pas toujours les plus faciles parce que eux, ils savent tout sur tout et de toute façon, ils ont une idée bien précise et ils veulent pas autre chose »<sup>61</sup>.

Leur connaissance de la culture militaire permet aux accrédités de déjouer la stratégie de communication l'armée :

« Bien sûr, les indépendants sont un peu verts parce qu'on a plus de facilités. [...] Et puis, on connaît plus les tenants et les aboutissants. Forcément, si par exemple les militaires n'utilisent pas les mêmes blindés que d'habitude, nous on va se rendre compte que c'est pas les véhicules normaux donc que c'est plus dangereux que ce qu'ils veulent bien nous dire »<sup>62</sup>.

Leur expertise sur des dossiers très techniques fonde ainsi leur crédibilité et leur permet aussi de parer aux éventuels reproches de collusion qui peuvent leur être adressés par des « indépendants » un peu « verts ».

Quelque soit leur statut, les journalistes ne se font pas automatiquement le relais de la communication militaire. En effet, la dimension la plus institutionnelle de l'armée n'intéresse pas les journalistes. Le général Roquejeoffre rapporte un incident évocateur de cette différence de point de vue :

« un jour, y a un journaliste qui m'a dit : « c'est inintéressant ce que vous nous racontez parce que vous nous racontez et vous nous envoyez toujours sur la base aérienne mais sur la base aérienne, on voit des avions qui décollent et on voit des avions qui atterrissent. Mais on sait pas ce qu'ils font en l'air ». J'ai dit : « c'est des avions de chasse alors on va pas vous accrocher derrière l'avion ». – « Oui mais que font les troupes terrestres ? ». – « Eh bien elles s'entraînent ». Bon, alors au début on leur a dit : « écoutez, on va vous envoyer voir les régiments qui s'entraînent ». Et après, être allé voir les régiments, ils ont dit : « oui, mais ils font toujours la même chose ». J'ai dit : « Oui, ils s'entraînent, qu'est-ce que vous voulez qu'ils fassent d'autre ? ». Et à un moment donné, on a dit : « on a une base portuaire sur la mer Rouge, si vous voulez, on va vous envoyer les voir ». Et là : « Oh oui, mais on voit des bateaux qui déchargent des camions, nanana, bon ». J'ai dit : « C'est ce qu'on fait ! ». – « Non ! ». Y en a un qui m'a dit : « Vous devez faire des choses que vous nous cachez »<sup>63</sup>.

Les journalistes sont soumis à l'actualité et à l'impératif de nouveauté. De même que les journaux ne parlent jamais des trains qui arrivent à l'heure, les avions qui décollent et les avions qui atterrissent ne constituent pas une nouvelle pour les journalistes, mais cela fait partie intégrante de l'action militaire. Les journalistes ne veulent pas céder à cette forme de

---

<sup>61</sup> Entretien avec Marianne Guillemin, responsable communication à l'antenne Midi-Pyrénées de la DICOd, 15 mai 2007.

<sup>62</sup> Entretien téléphonique avec Pascal Martinet, le 22 juin 2007.

<sup>63</sup> Entretien avec le général Roquejeoffre, à Pamiers, 27 juin 2007.

communication trop visible que constituent la parade ou l'entraînement des forces armées. En désinstitutionnalisant le traitement de l'action armée, les journalistes reconquièrent là des marges de liberté.

Les journalistes ont été contraints de s'adapter aux transformations des logiques communicationnelles de l'armée. « Pris par leurs sources » [Haegel, 1992] (c'est-à-dire par le dispositif d'encadrement déployé par les militaires) les journalistes, en définitive, font de la communication ou du moins relaient la communication de l'armée. Les accrédités sont aussi « pris dans leurs sources » : l'embarquement favorise le mécanisme d'identification à l'armée et, partant, un traitement consensuel de l'information. Leur statut semble institutionnaliser le journalisme de guerre.

Toutefois, les journalistes (accrédités comme non accrédités) mettent en œuvre des stratégies pour distinguer leur contribution à l'information de celle de leurs sources et ainsi se démarquer d'une éventuelle subordination aux stratégies de relations publiques. Nous avons vu que les accrédités se prévalent d'une connaissance pointue de l'univers militaire pour mieux en désamorcer la communication. Ils se fondent également sur leur expertise pour répondre aux accusations que leur adressent les non accrédités. Un grand reporter indépendant critique en ces termes le système d'accréditation :

« C'est des infos téléguidées. Ils sont pas crédibles. L'affaire de l'hôtel Ivoire en Côte d'Ivoire, c'étaient des soldats qui tirent dans une foule très très excitée mais sans arme. Il y a eu une dizaine de morts. Les soldats ont été débordés. Communication officielle le lendemain : les soldats français ont subi des tirs et ont émis des tirs de riposte. L'information a été relayée par l'Association des Journalistes de Défense. Il a fallu attendre une quinzaine de jours pour que les vrais journalistes, enfin, les gens indépendants aillent faire l'enquête et infléchir la communication de la Défense qui a dit, alors : « Nous n'avons pas tous les éléments en main... ». Donc c'est vrai, ils sont très inféodés mais la plupart du temps, c'est pas des grands journalistes. [...] Etre dans un *pool*, c'est juste pas compatible »<sup>64</sup>.

Le statut renvoie dos à dos les journalistes : leur indépendance vis-à-vis de l'institution militaire permet aux non accrédités de se poser comme de « vrais journalistes » tandis que leur connaissance technique des dossiers autorise les accrédités à se revendiquer comme professionnels<sup>65</sup>. L'antagonisme entre les deux pratiques du métier révèle aussi une tension dans les représentations : celle d'un journalisme « courageux » contre celle d'un journalisme « institutionnel ».

En effet, en contrôlant sa communication et en sécurisant la couverture des conflits (notamment par le système d'embarquement), l'armée a réduit au maximum le risque pour les journalistes accrédités, les amputant ainsi d'un mythe : celui du correspondant de guerre

---

<sup>64</sup> Entretien téléphonique avec Jean-Luc Moreau Deleris, photo-reporter, 19 juin 2007.

<sup>65</sup> Les statuts de l'Association des Journalistes de Défense précisent que l'association « assure la représentation de la profession dont elle soutient la qualité et le prestige » (article 1).

« courageux »<sup>66</sup>. Les non accrédités jouent le décalage en convoquant le risque dans leur discours. Ils trouvent là un moyen de se réapproprier l'initiative dans la production de l'information. Cette distanciation par rapport aux logiques communicationnelles de l'armée s'exprime particulièrement dans certains prix journalistiques qui valorisent le récit de guerre<sup>67</sup>. La prise de risque grandit le reporter qui en retire considération et gratifications symboliques. Le capital symbolique accumulé permet ainsi au journaliste de s'octroyer le primat sur les sources dans la production de l'événement, l'autorisant ainsi à minimiser les contraintes qui pèsent sur son activité.

## Bibliographie

CHAMPAGNE Patrick, « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », *Hermès* 17-18, 1995.

COLLOVALD Annie (dir.), *L'humanitaire ou Le management des dévouements : enquête sur un militantisme de « solidarité internationale » en faveur du Tiers-Monde*, Presses Universitaires de Rennes, 2002.

DAUVIN Pascal, SIMEANT Johanna, *Le travail humanitaire : les acteurs des ONG, du siège au terrain*, Paris, Presses de Sciences Po, 2004.

DERVILLE Grégory, « Le combat singulier Greenpeace-SIRPA. La compétition pour l'accès aux médias lors de la reprise des essais nucléaires français », *Revue française de science politique*, 47, 5, 1997.

FINTZ Mathieu, « Les usages biographiques du journalisme. L'exemple d'étudiants en journalisme et de localiers », in LEGAVRE Jean-Baptiste (dir.), *La presse écrite : objets délaissés*, L'Harmattan, 2004.

HAEGEL Florence, « Des journalistes "pris" dans leur source. Les accrédités à l'Hôtel de Ville de Paris », *Politix*, 5, 19, 1992.

HECKER Marc, *La presse française et la première guerre du Golfe*, L'Harmattan, 2003.

KNIGHTLEY Philipp, *The First Casualty : The War Correspondent as Hero and Myth Maker*, Londres, Prion, 2000.

---

<sup>66</sup> Michel Moutot, prix Albert Londres, associe les deux idées de manière tacite : « correspondant de guerre, si t'as pas un minimum de courage, en fait, tu fais pas du bon boulot ». Entretien avec Michel Moutot, prix Albert Londres 1999, 23 février 2006.

<sup>67</sup> Une hiérarchisation implicite accorde au correspondant de guerre une place de choix. Ainsi, 42 % des lauréats du prix Albert Londres (distinction prestigieuse pour la profession en France) sont des correspondants de guerre. De fait, la guerre prédomine dans la majorité des sujets sélectionnés. On note également une circulation assez forte entre prix Albert Londres et prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre, ce qui tendrait à indiquer que le prix Albert Londres « prime » la guerre et le risque. (Parmi les 61,8 % des lauréats du prix Albert Londres détenteurs d'une autre récompense journalistique, 10,8 % ont le prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre, ce dernier étant le prix le plus fréquemment obtenu).



KRISTENSEN Nete Nørgaard, ØRSTEN Mark, « Danish media at war. The Danish media coverage of the invasion of Iraq in 2003 », in *Journalism. Theory, practice and criticism*, vol. 8, n°3, juin 2007.

LE BOHEC Jacques, *Les mythes professionnels des journalistes*, L'Harmattan, 2000.

MAURIN Jean-Louis, *Les militaires et l'organisation de leurs relations avec les médias en France*, Doctorat Nouveau Régime, Université de Toulouse 1, 1992.

MERCIER Arnaud, « Guerres et médias : permanences et mutations », in *Raisons politiques* 13, « Le retour de la guerre », février 2004.

NEVEU Erik, « Médias, mouvements sociaux, espaces publics », *Réseaux*, 98, 1999.

NEYRAC Georges, *Dépêches Kaboul*, Editions Jacob-Duvernet, 2004.

OLLIVIER-YANIV Caroline, « Quels "professionnels" de la communication et des relations avec les médias à la Défense ? Carrière militaire et communication », in *Langage et société*, 94, décembre 2000.

PEDELTY Mark, *War Stories : The Culture of Foreign Correspondents*, Routledge, 1995.

PEREZ-REVERTE Arturo, *Le Peintre de batailles*, février 2007.

RID Thomas, « War 2.0 », *Policyreview.org*, février 2007.

ROBERTSON John W., « People's Watchdogs or Government Poodles? Scotland's National Broadsheets and the Second Iraq War », *European Journal of Communication*, 19 (4), 2004.

RUELLAN Denis, *Le Professionnalisme du flou*, Presses Universitaires de Grenoble, 1993.

ZELIZER Barbie, *Remembering to Forget: Holocaust Memory through the Camera's Eye*, Chicago, University of Chicago Press, 1998.

ZELIZER Barbie, « Death in Wartime: Photographs and the "Other War" in Afghanistan », *The Harvard International Journal of Press/Politics* 2005; 10; 26.