

# Quelle place pour les médias en temps de guerre ?

**Arnaud Mercier\***

Arnaud Mercier est professeur à l'université Paul Verlaine de Metz et Directeur du Laboratoire «Communication et Politique» au CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique).

## Résumé

*S'interroger sur les liens entre guerres et médias, c'est étudier la façon dont ces derniers sont engagés dans les conflits, soit comme cible – la guerre faite aux médias –, soit comme auxiliaires – la guerre grâce aux médias. À partir de cette distinction, on peut mettre en évidence quatre éléments majeurs qui concourent à faire aujourd'hui de la guerre un spectacle médiatique avant tout: l'apparition de l'image, qui a ouvert la porte aux manipulations par mise en scène; l'émergence des technologies de communication en direct, qui soulève la question de la distance critique des journalistes par rapport à ce qu'ils diffusent et qui est susceptible de favoriser leur instrumentalisation; la pression médiatique et la mondialisation de l'information, qui ont modifié la façon dont les autorités politico-militaires gèrent la propagande; enfin, le discrédit qui pèse sur la censure, incitant les autorités à envisager de nouveaux moyens de contrôler les journalistes.*

.....

Il y a longtemps que les militaires ont intégré dans leurs plans opérationnels les principes de la société de communication et la structuration du monde en un réseau serré de médias d'information. La maîtrise des représentations de la guerre a acquis le statut de variable stratégique au même titre que la désorganisation des moyens de communication de l'ennemi<sup>1</sup>. Le «sauvetage» du soldat

\* Original français. La version anglaise de ce texte a été publiée sous le titre «War and media: Constancy and convulsion», *International Review of the Red Cross*, Vol. 87, No. 860, December 2005, pp. 649-659. Ce texte est une version adaptée d'un article paru sous le titre «Guerres et médias: permanences et mutations», *Raisons politiques*, N° 13, février 2004, pp. 97-109.

Lynch, filmé par l'armée américaine le 1<sup>er</sup> avril 2003, est à ce titre exemplaire, même si, depuis, les mensonges concernant les blessures de Jessica Lynch, son combat au moment de sa capture et les dangers réels de la mission de son sauvetage ont été dévoilés<sup>2</sup>.

Bien sûr, la propagande militaire existe depuis longtemps, mais c'est récemment que les enjeux médiatiques des guerres ont gagné en importance et en rationalisation opérationnelle. Des cellules stratégiques ont été mises en place pour penser les conditions de production de l'information en amont, pendant les opérations et après la victoire, surtout à partir du moment où, dans nos sociétés démocratiques, le recours à la censure totale est apparu comme inacceptable et plus coûteux politiquement que bénéfique militairement.

Il convient donc de repérer, dans la gestion médiatique des conflits, les éléments de permanence et les facteurs de mutation en prenant en compte les deux dimensions de la relation qui unit désormais guerres et médias, militaires et journalistes. Que le recours à la force implique de faire la guerre aux médias n'empêche pas la guerre de se faire grâce aux médias, par propagande directe ou en maîtrisant les représentations qu'ils véhiculent<sup>3</sup>. Une synthèse de l'évolution qu'ont connue ces relations permettra de mieux comprendre et de remettre en perspective le cas de la dernière guerre en Irak.

## Guerre aux médias, guerre par les médias

En temps de guerre, l'idéal d'une presse libre donnant à des journalistes indépendants la mission d'aller chercher une information ou des images susceptibles d'être occultées peut vite devenir insupportable aux autorités civiles et militaires. Les correspondants de guerre, chargés de vérifier directement leurs informations sur le terrain, sont apparus dès le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>4</sup> et se sont illustrés, comme William H. Russel du *Times*, dès la guerre de Crimée (1854-1855), puis pendant la guerre de Sécession. Que ce soit pour s'assurer le succès sur le théâtre d'actions ou pour préserver le moral des troupes sur le front ou des civils à l'arrière, les États ont très tôt interdit ces pratiques d'information

1 Gérard Chaliand, *La persuasion de masse. Guerre psychologique, guerre médiatique*, Robert Laffont, Paris, 1992.

2 Le 2 avril, *Associated Press*, citant un officiel anonyme, affirmait que J. Lynch avait été blessée par balle et le *New York Times* qu'elle «avait été touchée à plusieurs reprises». Le 3 avril, le *Washington Post* lui consacrait sa «une» et, citant là aussi des officiels anonymes, déclarait qu'elle «avait lutté jusqu'à la mort», «qu'elle ne voulait pas être prise vivante». D'autres récits sont venus s'ajouter: certains journalistes sont même allés jusqu'à évoquer un viol dont l'intéressée a pourtant dit ne «garder aucun souvenir». Aujourd'hui encore, les médias et l'opinion publique continuent à croire et à diffuser le mythe du soldat Lynch, livres et fictions télévisuelles ayant pris le relais. Voir: <<http://www.journalism.org/resources/research/reports/war/postwar/lynch.asp>> (visité le 17 janvier 2006).

3 Pour des synthèses récentes voir: Michel Mathien, *L'information dans les conflits armés. Du Golfe au Kosovo*, L'Harmattan, Paris, 2001. Claude Beauregard, Alain Canuel, Jérôme Coutard, *Les médias et la guerre, de 1914 au World Trade Center*, éditions du Méridien, Montréal, 2002.

4 Voir Philip Knightley, *Le correspondant de guerre, de la Crimée au Viet Nam. Héros ou propagandiste?*, trad. de l'anglais par Jacques Hall et Jacqueline Lagrange, Flammarion, Paris, 1976.

libre en imposant une censure radicale. Durant la Première Guerre mondiale, des délégués des ministères de la Défense étaient en poste dans les rédactions et opéraient un contrôle strict sur les contenus, tandis que, sur place, les journalistes étaient tenus à l'écart des opérations. Dans chaque camp, la presse devait servir à relayer les discours de propagande<sup>5</sup>. Les textes étaient censurés et les journalistes intimidés. C'est encore le cas aujourd'hui dans beaucoup de pays. Les journalistes sont interdits de terrain, comme en Tchétchénie, et abattus lorsqu'ils persistent dans leur volonté de témoigner. Ils paient également de leur vie leur intention de dénoncer des actes odieux, comme en Sierra Léone ou en Algérie. Sur les lieux de guerre, la liberté de la presse et de l'information reste encore à conquérir.

Par ailleurs, la destruction de la presse ennemie est devenue un objectif militaire avoué. Le journal libre de Sarajevo, *Oslobodjenje*, a été bombardé par les Serbes à plusieurs reprises. Dans l'arsenal des armes non létales produites en Occident figurent les armes électromagnétiques capables de brouiller les émissions d'ondes non seulement pour le dispositif de communication ennemi mais aussi pour les émissions de radio ou de télévision, comme à Belgrade mais aussi à Bagdad en 2003, où les locaux de la télévision irakienne ont été finalement bombardés. Les témoignages des journalistes en poste à Bagdad indiquent, par ailleurs, que les tirs meurtriers des Américains le 8 avril 2003 contre l'hôtel Palestine, lieu de résidence de la plupart des journalistes indépendants en Irak, et contre les locaux d'al-Jazira et d'Abou Dhabi TV étaient délibérés – même si le feu de l'action rend envisageable une simple bavure – et visaient à intimider ou à punir les journalistes qui osaient avancer une analyse critique de l'intervention américaine.

Que ce soit en contrôlant des médias libres auparavant ou en créant leurs propres supports de communication et d'information, les États en guerre ont appris à utiliser le journalisme d'information pour servir leurs intérêts. La propagande, le «bourrage de crâne» ou une persuasion plus insidieuse sont au menu de tous les conflits armés et les médias sont jugés nécessaires à toutes les phases du conflit. Avant, ils servent à convaincre et à mobiliser ; pendant, ils aident à cacher, intoxiquer et galvaniser ; après, ils contribuent à justifier la guerre, à façonner les perceptions de la victoire et à interdire les éventuelles critiques.

Pendant la guerre civile rwandaise, Radio-télévision libre des Mille Collines (RTL) a été un excellent média de mobilisation. Précédée par une presse écrite raciste et pousse-au-crime, cette station de radio a mené une campagne systématique d'incitation à la haine raciale, en bénéficiant des émetteurs de la radio officielle rwandaise. Véritable officine de propagande, elle a préparé de longue date l'opération de massacre de masse des Tutsis et des Hutus modérés. Elle a fait monter les tensions et appelé le peuple à se tenir prêt, puis à prendre les armes, et, au moment du génocide, elle a guidé l'action des assassins,

5 C'est pour cela qu'en 1915, quelques anarchistes français ont créé un journal clandestin qui dénonçait la guerre et ses mensonges: *Le Canard enchaîné*.

en leur signalant, par exemple, les fosses communes ouvertes mais pas encore pleines, en appelant à ne pas épargner les enfants, en justifiant jour après jour la nécessité de ces massacres, ou en se réjouissant des résultats obtenus. L'un de ses principaux animateurs déclarait le 2 juillet 1994 à l'antenne: «Venez, chers amis, félicitons-nous! Ils ont été exterminés. Venez, chers amis, félicitons-nous : Dieu est juste!» Le génocide prémédité conduit par les extrémistes hutus a donc été soutenu par ce que l'africaniste Jean-Pierre Chrétien appelle: «L'action d'une propagande structurée et puissante qui a conduit de bout en bout la prétendue «colère populaire»<sup>6</sup>.» Tadeusz Mazowiecki, dans un rapport pour l'ONU de 1992, avait, lui aussi, dénoncé «le rôle négatif des médias dans l'ex-Yougoslavie, qui donnent des informations mensongères et incendiaires et attisent le climat de haine et les préjugés mutuels qui alimentent le conflit en Bosnie<sup>7</sup>». Lors d'une interview, il a poursuivi: «Les médias ont attisé la haine en utilisant des stéréotypes, bien sûr négatifs, pour parler de la partie adverse. C'est ainsi que tous les Croates sont devenus des oustachis et les Serbes des tchetniks. Cela se répétait chaque jour. Seuls les crimes commis par l'autre camp étaient mentionnés. En Serbie, les médias parlaient abondamment d'une conspiration internationale présumée contre les Serbes, les médias croates sont obsédés par le syndrome de l'unité nationale et la nécessité de s'opposer à l'ennemi. En disant cela, je me réfère plus précisément à la presse locale qui a incité à la haine envers des concitoyens d'une nationalité différente ou qui était directement responsable de la purification ethnique<sup>8</sup>.» Dans une logique moins violemment propagandiste, on peut souligner l'importance des images qui heurtent la sensibilité et sollicitent la compassion dans le but d'attirer le soutien de l'opinion publique, comme ces colonnes de réfugiés du Kosovo qui ont servi l'entreprise d'autojustification de l'OTAN à propos des bombardements commis sans aucun mandat de l'ONU en 1999<sup>9</sup>.

Pour ce qui est de l'intoxication, on peut citer deux cas bien connus d'usage des médias pour masquer l'intention délibérée de diffuser une information à destination de l'ennemi. En 1941, Goebbels voulut détourner les observateurs de ses préparatifs d'invasion de la Russie, en laissant croire que sa priorité était l'invasion de l'Angleterre. Les troupes parachutistes venaient de débarquer en Crète. Le 13 juin, il laissa donc paraître, dans le *Völkischer Beobachter*, un article intitulé «L'exemple de la Crète», qui mettait en évidence les possibles similitudes opérationnelles avec une invasion outre-Manche. Deux heures après la sortie en kiosque, il donna l'ordre à la Gestapo de retirer le journal de la vente pour simuler l'affolement et la fuite face à ce qui devait

6 Jean-Pierre Chrétien, «Rwanda, la propagande du génocide», dans Reporters Sans Frontières, *Les médias de la haine*, La Découverte, Paris, 1995, p. 25.

7 Rapport T. Mazowiecki, E/CN.4/1995/54, traduction de l'auteur. Voir également: the International Centre against Censorship, *Forging War: The Media in Serbia, Croatia and Bosnia-Herzegovina*, The Bath Press, mai 1994.

8 *Vreme News Digest Agency*, N°116, 13 décembre 1993.

9 Voir David D. Perlmutter, *Photojournalism and Foreign Policy – Icons of Outrage in International Crises*, Praeger Publishers, Westport, 1998.

apparaître comme une erreur stratégique d'information. La manœuvre était suffisamment grossière pour ne pas passer inaperçue aux yeux des correspondants étrangers et des espions sur place. En 1991, l'armée américaine a confié aux journalistes ses projets de préparatifs de débarquement sur les plages de Koweït City. L'armée irakienne y rassembla aussitôt une partie importante de ses troupes alors que l'annonce visait en fait à détourner l'attention du véritable plan d'encerclement du Koweït et des troupes irakiennes par une incursion terrestre directe en territoire irakien, la fameuse opération Daguet.

Du côté de la justification, on peut évoquer la servilité avec laquelle les médias russes, soumis à des pressions importantes, il est vrai, ont relayé les annonces triomphalistes du Kremlin sur le succès des opérations militaires de «lutte contre le terrorisme» en Tchétchénie. De façon générale, on peut dire que la tendance dominante chez les journalistes est de céder au réflexe patriotique, comme l'a prouvé la chaîne américaine Fox News en 2003. Toute critique de l'intervention américaine provenant de confrères ou de l'opinion publique, pendant et après la guerre, était immédiatement assimilée à l'antenne à une trahison. L'amalgame a été porté à son comble quand le fait de critiquer les raisons avancées par George W. Bush était systématiquement tenu pour la preuve d'un soutien au camp de Ben Laden. Réagissant aux propos d'un consœur de CNN qui dénonçait les pressions patriotiques de l'administration Bush, Irena Briganti, porte-parole de Fox News, a déclaré début septembre 2003: «Étant donné le choix, il vaut mieux être perçu comme un petit soldat de Bush que comme un porte-parole d'al-Qaida<sup>10</sup>.»

## Presse libre ou journalistes d'appareil ?

Depuis l'apparition des correspondants de guerre, chaque conflit a connu son lot d'innovations dans le domaine des médias: mobilisation de l'ensemble d'une nation *via* une presse censurée et aux ordres (Première Guerre mondiale), émergence de la radio et du cinéma pour mobiliser et assurer une propagande de masse (Deuxième Guerre mondiale), utilisation de moyens vidéo plus mobiles au service de la télévision et augmentation du nombre de journalistes internationaux envoyés sur le théâtre des opérations (guerre du Viet Nam), recours à des moyens de communication audiovisuels en direct et apparition d'une chaîne d'information mondiale en continu avec CNN (guerre du Golfe de 1991), paysage médiatique mondialisé, avec mise en concurrence de plusieurs chaînes d'information en continu, recoupant les diverses sensibilités en conflit (dernières guerres en Afghanistan et en Irak). L'évolution de ce paysage médiatique, marquée, au cours du XX<sup>e</sup> siècle, par quatre grandes étapes, est lourde de conséquences sur les perceptions par l'opinion de la réalité des dégâts d'une guerre et sur la légitimité de certains actes de guerre.

10 Cité par Peter Johnson, «Amanpour: CNN practised self-censorship», *USA Today*, 14/09/2003. Traduction de l'auteur.

## La manipulation d'images

L'apparition de l'image implique pour les militaires de réfléchir à des mises en scène d'opérations, à ce qui peut se laisser voir ou non, de façon à être sûr de ne laisser passer aucune image indésirable. Les régimes totalitaires ont été les premiers à comprendre les bienfaits qu'ils pouvaient tirer de l'image cinématographique pour assurer la promotion de leurs idéaux et pour conditionner les masses. L'image permet de nombreuses manipulations, alors qu'elle a longtemps bénéficié d'un *a priori* favorable, au nom de l'adage célèbre : « Je ne crois que ce que je vois. » On peut utiliser ses qualités esthétisantes pour galvaniser les spectateurs, pour enjoliver la réalité. On peut mettre en scène une pure fiction et lui donner les caractéristiques d'un documentaire. Un cas célèbre est le film tourné sur le camp de concentration de Terezin durant l'été 1944 et intitulé : « C'était si beau à Terezin. Le Führer donne une ville aux Juifs. » Des Juifs nouvellement raflés étaient les acteurs d'un simulacre de camp d'internement idéal, avec bibliothèque juive, orchestres, jardinage, terrain de sport, etc. Le but était de faire taire les rumeurs qui commençaient à circuler sur l'existence de véritables camps d'extermination et de défendre le régime nazi de plus en plus affaibli militairement. Suivant une logique d'euphémisation de la violence, les armées occidentales ont, depuis le Viet Nam, cherché à contrôler les images d'information en évitant de montrer les morts, y compris ceux de l'ennemi. L'évolution récente de la gestion médiatique des guerres est de prouver que la guerre ne fait pas seulement peu de victimes dans ses rangs mais aussi chez l'ennemi. Pendant la guerre du Golfe de 1991, la violence n'a pas été totalement masquée, mais plutôt travestie, mise en scène, voire esthétisée<sup>11</sup>, à travers le prisme télévisuel et journalistique<sup>12</sup>. Les seules images de destruction à avoir été diffusées étaient celles d'avions alliés envoyant des missiles, au centimètre près, sur « un objectif stratégique » (pont, usine, caserne, aéroport), c'est-à-dire là où il ne devait logiquement pas y avoir de civils. Lorsqu'il y avait effectivement des civils, les militaires s'excusaient et parlaient de « dégâts collatéraux ». À travers les images fournies par l'armée américaine, la guerre est donc devenue un simple exercice de maîtrise d'outils de destruction « intelligents » et « propres », c'est-à-dire censés respecter les populations civiles. Les journalistes ont été fascinés par ces images : « Les photos aériennes de bombardements au laser diffusées par l'armée américaine sont extraordinaires » (Michèle Cotta, TF1) ; « Voilà des documents tout à fait extraordinaires. Des documents qui sont tout à fait im-pres-sion-nants ! » (Jean-Pierre Pernaut, TF1). Les médias ont, en outre, véhiculé la logique de *désincarnation* voulue par le Pentagone. De très long reportages ont été consacrés aux carcasses calcinées des milliers

11 Arnaud Mercier, « Médias et violence durant la guerre du Golfe », dans Philippe Braud, *La violence politique dans les démocraties européennes occidentales*, L'Harmattan, Paris, 1993, pp. 377-388.

12 Sur ce conflit voir notamment : Marc Ferro, *L'information en uniforme*, Ramsay, Paris, 1991 ; John R. MacArthur, *Second Front, Censorship and Propaganda in the Gulf War*, Hill & Wang, New York, 1992 ; Richard Keeble, *Secret State, Silent Press. New Militarism, the Gulf and the Modern Image of Warfare*, University of Luton Press, Luton, 1997.

de véhicules en tous genres qui jonchaient la route Bagdad-Koweït, peu après la libération. Ces images, d'une rare violence, laissaient imaginer ce qu'avait pu être le carnage. Pourtant, elles ne montraient aucun cadavre, l'armée n'ayant emmené les journalistes sur le champ de bataille qu'après l'avoir «nettoyé». À l'automne 2003, un pas de plus a été franchi avec la décision d'interdire aux journalistes de filmer les cercueils des soldats américains ramenés d'Irak.

### L'impact des nouvelles technologies

La mise en œuvre de technologies de communication en direct pose la question du recul des journalistes par rapport à ce qu'ils diffusent. Les journalistes ont longtemps vécu sur un paradigme dominant qui voulait qu'une information ait d'autant plus de chances d'être vraie et utile qu'elle était la plus proche possible du terrain et livrée le plus vite possible, sans risque de manipulations et sans que sa valeur soit affaiblie par l'émergence, entre-temps, d'un nouvel événement qui changerait l'interprétation du cours des choses. Cette pression temporelle a gagné tous les supports et les médias ont toujours beaucoup investi dans les technologies de transmission en direct (télégraphe, téléphone, liaisons satellites). La guerre du Golfe de 1991 est apparue à cet égard comme un modèle de mise en œuvre d'un dispositif de direct quasi permanent, grâce aux réseaux satellites et aux téléphones avec valises satellites permettant de s'abstraire de toute dépendance vis-à-vis des opérateurs téléphoniques locaux.

Mais il est apparu clairement, aussi, que lorsque «la presse va plus vite que l'événement», le recul nécessaire à cette opération essentielle du métier qu'est le recoupement de l'information disparaît<sup>13</sup>. Dans ce cas, les technologies du direct n'améliorent pas la qualité des informations diffusées. Si un journaliste ne voit rien, lui donner la parole en direct, simplement parce que son média a la possibilité technique de le faire, n'apporte rien. Pendant la dernière guerre en Irak, des journalistes se sont vus systématiquement donner l'antenne alors qu'ils n'avaient rien à dire, sinon des rumeurs, des «on-dit». Le direct permet de vivre l'instant plus intensément. Des tranches de vie au combat sont montrées, mais souvent au détriment d'un recul critique offrant une vision globale de la guerre et de ses enjeux.

### L'impact de la globalisation

L'histoire des médias est celle de la montée du pluralisme dans l'offre de l'information. Ce phénomène entraîne sur le terrain une pression médiatique accrue par des journalistes de plus en plus nombreux et par une compétition entre les supports et entre les rédactions. La mondialisation croissante de l'information interdit *de facto* la mise en place du double jeu qui distingue la communication à destination de la communauté nationale et celle qui est destinée à la communauté internationale. Le porte-parole civil du Pentagone, Kenneth Bacon, a

13 Dominique Wolton, *War game. L'information et la guerre*, Flammarion, Paris, 1991.

d'ailleurs reconnu en 1999 que l'OTAN donnait des informations moins précises dans ses points de presse parce que les Serbes avaient immédiatement accès à toutes les informations.

Dans une telle situation, le choix se pose alors entre montrer les corps ennemis pour affermir dans l'opinion l'idée d'un élan victorieux et ce, au risque de choquer et de remobiliser la population ennemie et ses soutiens, comme ce fut le cas pour le Viet Nam, ou bien laisser passer peu ou pas d'images de destruction et de morts ennemis au risque d'entretenir dans l'opinion un doute sur l'avancement des troupes, de faire naître une peur de l'enlèvement, comme ce fut le cas en Irak en 2003. Le système des reporters embarqués a sans doute été conçu pour contrecarrer par avance le risque de voir les médias arabes alimenter les chaînes occidentales en images non contrôlables par l'armée américaine. C'est aussi sans doute pour cela que la mise en spectacle est devenue une option privilégiée dans l'information fournie aux médias. Le ministre irakien de l'Information, engoncé dans une conception autoritaire de l'information de guerre, a démontré par l'absurde qu'un discours de propagande n'avait plus de sens à l'heure des chaînes par satellite diffusant des images qui peuvent contredire immédiatement ce qui est avancé. L'heure n'est plus aux déclarations incantatoires, mais à une sophistication du mensonge de guerre, reposant sur des images spectaculaires et travaillées.

## De la censure d'État à l'autocensure

Dans les pays démocratiques, la censure brutale est de plus en plus inacceptable. Il s'agit donc pour les armées de ruser, d'empêcher sans interdire et d'en appeler à l'esprit de responsabilité des journalistes, donc à l'autocensure. Si les armées admettent la présence des correspondants de guerre, c'est pour mieux maîtriser leurs activités. La gestion des journalistes sur place a considérablement évolué dans les états-majors. La relative liberté d'écriture des journalistes a été peu à peu reconnue car encadrée. Mettant fin à un système de censure choquant qui obligeait les journalistes à soumettre leurs textes pour accord à un comité de lecture militaire, parfois physiquement installé dans les rédactions (les deux guerres mondiales, la guerre d'Algérie), les autorités ont choisi de négocier la place des journalistes sur le terrain.

Mais, au Viet Nam, les autorités américaines ont été prises à leur propre jeu<sup>14</sup>. Elles ont dès le départ refusé d'imposer une censure qui aurait passé pour inacceptable – puisque les États-Unis n'étaient pas officiellement en guerre – et qui aurait attiré l'attention des médias. Cependant, les journalistes devaient obtenir une accréditation, et un véritable ministère de l'Information local fut mis en place, le JUSPAO, chargé de fournir les informations officielles à la presse *via* des conférences de presse quotidiennes, devenues depuis une des

14 Voir Jacques Portes, «La presse et la guerre du Viet Nam», dans Centre d'études des relations interculturelles, *L'opinion américaine devant la guerre du Viet Nam*, Presses de la Sorbonne, Paris, 1992, pp. 113-139.

caractéristiques premières de tout conflit. Le journalisme de guerre est, à bien des égards, un journalisme de communiqués et de conférences. Dès la guerre du Viet Nam, la majorité de l'information diffusée était issue de ces conférences et l'armée a facilité la vie des journalistes en mettant à leur disposition télex, lignes de téléphone et vols spéciaux. Des consignes enjoignaient aux chefs de corps d'assurer l'accueil et le transport des journalistes régulièrement accrédités. L'information diffusée devait respecter quelques règles fixées par l'armée, que les journalistes acceptèrent sans problème.

Mais les correspondants américains, qui étaient les plus nombreux, étaient là pour parler de la vie des GI. Le conflit et le sort des Vietnamiens les intéressaient peu, tant la lutte contre les communistes leur semblait légitime. Et c'est en axant leurs reportages sur le destin des *boys* qu'ils firent progressivement monter le sentiment d'absurdité de cette guerre. Les commentaires désabusés et les images chocs sur les dégâts physiques et psychologiques se multiplièrent juste au moment où s'amorçait le retournement de l'opinion publique américaine. À la fin de la guerre, l'analyse dominante dans l'état-major américain faisait des images atroces diffusées à la télévision le facteur premier d'affaiblissement du soutien des citoyens. Dès lors, la conclusion s'imposa : il fallait interdire la présence de journalistes sur place, au moins pendant les premiers temps du conflit. Un *black out* fut mis en place lors de l'intervention dans l'île de Grenade, en 1983, mais l'armée britannique avait déjà inauguré ce système dans les îles Falkland en 1982.

La guerre du Golfe de 1991 a marqué une évolution majeure. Le système des *pools* a été créé pour répondre aux insatisfactions et aux critiques apparues dans la presse américaine qui évoquaient le Premier Amendement pour obtenir de meilleures conditions d'accès à l'information. Ce système rassemblait des journalistes en groupes restreints et les faisait bénéficier ponctuellement d'un accès au front, avec pour mission de transmettre les informations recueillies à leurs confrères restés à l'arrière. Sous prétexte d'assurer la sécurité des journalistes et de ne pas gêner les opérations en cours, le but implicite était de limiter au maximum l'accès au front des journalistes. Le résultat fut une guerre dématérialisée et désincarnée, où les principales images étaient celles de l'armée américaine, filmées avec ces caméras automatiques embarquées sous les cockpits qui présentaient l'impact au sol des missiles tirés depuis les avions. Le tout était accompagné d'un discours irréfutable, puisque invérifiable sur place, sur les «frappes chirurgicales», les «armes de précision» et les simples «dégâts collatéraux» pour parler des morts civils.

En réponse aux critiques suscitées par ce simulacre d'information, les militaires ont dû concevoir un autre dispositif pour la guerre de 2003. D'autant que la présence de médias arabes échappant au contrôle occidental changeait la donne, comme en Afghanistan en 2002. Ne pouvant plus compter sur l'inertie ou l'inexistence des médias ennemis ou perçus comme tels, l'armée américaine a finalement reconsidéré sa position sur l'interdiction d'accès au front pour les journalistes. Les journalistes ont donc reçu des accréditations pour être embarqués au sein des unités combattantes. Sous réserve de respecter une

charte assez contraignante, comprenant notamment l'interdiction absolue de donner toute indication permettant de localiser les troupes, les journalistes pouvaient librement diffuser images et reportages depuis les lieux de combat. Le pari était simple. En permettant de diffuser en direct, sans aucun recul, des images de combat, l'armée satisfaisait le désir d'action et de spectaculaire des télévisions tout en évitant la dimension critique, le recul analytique, au moins pour les journalistes sur place, pris dans le feu de l'action.

Selon une étude du «Project for excellence in Journalism» de Washington, 80 % des reportages diffusés sur les cinq premières chaînes américaines par des journalistes embarqués lors de la première semaine de guerre présentaient le reporter seul, commentant les faits observables sans réaliser aucune interview. 60 % de ces reportages étaient en direct et n'étaient suivis d'aucun commentaire en plateau. Et, pour les quarante heures analysées, il n'y avait aucune image de blessés par les tirs montrés à l'écran. De plus, 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, selon le modèle de ce qu'on appelle le syndrome de Stockholm, c'est-à-dire la sympathie que finissent par ressentir des otages pour ceux qui les ont pris en otage. Et c'est effectivement ce qui s'est produit, dans un mélange de fascination, de patriotisme, d'empathie et d'autocensure. Katie Delahaye Paine, fondatrice d'une agence américaine de relations publiques, considère ce système comme une «stratégie brillante», car «plus la relation que nous avons avec un journaliste est bonne, plus notre chance qu'il retienne et diffuse nos messages est grande<sup>15</sup>». Le journaliste embarqué a bien pour vocation de servir les visées d'une vaste stratégie de relations publiques, comme l'a reconnu implicitement, fin mars 2003, le numéro deux des services d'information du Pentagone, Bryan Whitman: «Grâce aux médias embarqués dans les unités combattantes, nous voyons combien les forces armées américaines sont bien équipées, entraînées, bien dirigées, professionnelles et dévouées<sup>16</sup>.»

## Conclusion

Plutôt que de s'opposer de façon frontale au pouvoir des journalistes, les armées occidentales ont prouvé leur aptitude à s'intégrer au jeu médiatique, à donner des gages de transparence pour mieux endormir la vigilance des médias et de l'opinion publique. De l'Irak au Kosovo, les logiques sont identiques: prétendre limiter la censure aux nécessités stratégiques d'efficacité et de protection des troupes, encadrer le travail journalistique sans l'interdire, occuper le terrain de la commu-

15 Katie Delahaye Paine, «Army Intelligence. Army public affairs gets it right this time», *The Measurement Standard*, 28 mars 2003.

16 Cité par Reporters Sans Frontières sur leur site, le 28 mars 2003, voir <<http://www.rsf.org>>. Sur la place des relations publiques dans la gestion américaine de cette guerre voir: S. Rampton, J. Stauber, *Weapons of Mass Deception: the Uses of Propaganda in Bush's War in Iraq*, Jeremy P. Tarcher, New York, 2003.

nication en arrangeant les faits, si nécessaire, mais pas de façon excessive. À l'instar de ce qu'on peut observer pour l'ensemble des acteurs sociaux, les armées se sont pleinement adaptées aux logiques médiatiques et ont compris la nécessité de professionnaliser leur action de communication. Les médias sont devenus un fait de la guerre. Les doctrines militaires les intègrent comme objectifs à part entière. Des plans de communication accompagnent les opérations armées, les relations avec les journalistes se sont professionnalisées, les armées n'hésitant pas à investir dans la formation interne pour sensibiliser leurs officiers aux nécessités de maîtriser l'outil médiatique et de construire de bonnes relations avec les journalistes. Les armées ont acquis le savoir-faire pour offrir des produits (reportages, dossiers de presse) susceptibles de satisfaire les besoins des journalistes.

La guerre peut dès lors devenir un spectacle, un montage d'images fortes dont l'armée combattante tente de maîtriser le contenu. En Somalie, les Occidentaux ont ainsi pu assister au premier débarquement filmé depuis la plage. D'habitude, les images qui nous parviennent sont prises derrière les troupes, mais, dans ce cas, l'ennemi étant faible, l'armée américaine avait pu organiser avec les médias la mise en scène triomphale du débarquement. Le scénario a pourtant échappé à ses auteurs et la même force des images s'est retournée contre les Américains, puisque leur départ a été scellé par la diffusion, le 3 octobre 1993, des corps de deux pilotes traînés à terre par une foule déchaînée dans les rues de Mogadiscio.

Cette situation oblige les journalistes à revoir leurs pratiques. Les vieilles recettes, tel le fait de rapporter différents points de vue avec une certaine distance en citant ses sources, ne sont plus satisfaisantes. Car ce qui résulte d'une présentation apparemment pondérée des faits est un équilibre trompeur entre une vérité assénée préalablement et une réponse incorrecte. C'est pourquoi la profession doit adopter un point de vue plus critique qui lui permettra de dissocier systématiquement les faits des enjeux stratégiques de la communication. Le but est de développer une pratique mentale dans le public tout en réaffirmant que les journalistes ne sont pas dupes des stratégies de communication dont ils sont les premières cibles. On pourrait s'imaginer que, dans les journaux, un petit encart soit joint systématiquement aux récits de guerre afin de dévoiler les moyens utilisés par les acteurs pour transmettre leur message.

Par exemple :

- matière diffusée au moment d'une conférence de presse quotidienne
- sujet de 15 minutes, couvrant 50% du temps total, ce qui révèle son importance
- mots clés: «cruel», «odieux», «tyran»
- cible: public déjà convaincu du bien-fondé de la guerre
- objectif: dénigrer l'adversaire et rassembler les gens dans un réflexe patriotique
- réaction de l'adversaire: publication d'un démenti

