

« UN PEU COMME LA PLUIE ».
LA CO-PRODUCTION RELATIVE
DE LA VALEUR D'INFORMATION
EN TEMPS DE GUERRE

Emmanuelle GATIEN

« 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)¹.

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, en France, la communication ne s'inscrit véritablement dans les structures militaires 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 »²) 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 cette rénovation après 1991, l'armée française se dote peu à peu de spécialistes et professionnalise ainsi sa communication. Ces évolutions transforment journalistes et militaires en « associés-rivaux » (Tunstall, 1971).

Les travaux sur la notion d'*agenda-setting* ou d'*agenda-building* prennent souvent peu en compte les processus conduisant les journalistes à produire une définition concurrentielle de l'actualité. L'enjeu, ici, n'est donc pas seulement de déterminer qui, des sources ou des journalistes, dispose de l'initiative pour influencer majoritairement les autres, 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 entre médias et sources, par un jeu d'interdépendances complexe. Ce problème de la « (dé-)légitimation médiatique » ou *newsworthiness* ne se pose pas simplement « en termes de cynisme ou de mauvaise foi mais bien en termes de cadres d'interprétation ou de codages historiquement constitués et

1. "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).

2. Le lieutenant-colonel Georges Neyrac définit ainsi son métier qui consiste à assurer les relations de l'Armée avec la presse (Neyrac, 2004).

actualisés par et pour la pratique du journalisme sous la double dépendance de contraintes économiques et politiques » (Darras, 1998). Tout est question d'ajustement : adaptation des uns à la pratique des autres, et adaptation du journaliste par rapport à sa propre pratique. Selon le « sous-espace spécialisé » (Marchetti, 2002) auquel il appartient, selon les contraintes qui caractérisent ce sous-espace, mais aussi selon le statut du journaliste, le rapport aux sources militaires diffère et fait varier la valeur médiatique car les catégorisations elles-mêmes ne font pas l'objet d'un consensus au sein de la profession. Un journaliste de la PQN spécialisé dans les questions de Défense privilégie par exemple le terme de « correspondant Défense »³ quand ses collègues opteront pour « journaliste Défense ». Les dénominations journalistiques effectives ne sont pas forcément codifiées et sont constituées aussi en rapport avec les expériences ou la trajectoire (Fintz, 2004)⁴. La manière dont le journaliste conçoit son rôle face à ses collègues qui couvrent le même champ d'activité est donc à prendre en compte car la spécialisation dont il se réclame pose la question de la définition légitime du journalisme.

Deux camps s'affrontent, jusque dans la littérature d'analyse. Pour les uns, les journalistes spécialisés, dont la version « *embedded* », pratiquent un journalisme de routine (Padioleau, 1976 ; Haegel, 1992), fondé sur des rapports préréglés et une proximité certaine avec les sources. Le poids et la professionnalisation des sources institutionnelles, telles l'Armée, étayent encore ces présomptions. Les accrédités, spécialistes de Défense, n'y échappent pas. À l'inverse, pour les autres, la lecture agonistique de la relation⁵ montre que les

3. Entretien journaliste spécialisé Défense, PQN, 50 ans, 15 avril 2009.

4. Nous nous référerons simplement au « reporter de guerre » comme celui qui « couvre » les conflits sur le théâtre des opérations ; et au « journaliste spécialisé Défense » comme spécialiste traitant l'actualité diplomatique militaire et politique de la capitale institutionnelle. Le terme de « correspondant de guerre » sera évité, la labellisation faisant débat dans la profession : tandis que certains lui dédient un prix (Bayeux-Calvados des correspondants de guerre), pour d'autres, elle serait tombée en désuétude, renvoyant à une imagerie dépassée du journalisme tel que pratiqué pendant la seconde guerre mondiale. En effet, l'article 1^{er} du décret du 22 juin 1944 porte institution d'un statut de « correspondant de guerre » englobant les journalistes, photographes, cinéastes, reporters radiophoniques, peintres et dessinateurs aux armées. Ce statut ne peut alors leur être appliqué que pendant la durée de leur mission (Maurin, 1992). Par ailleurs, il faut noter que le terme de « *war correspondent* » est communément admis et utilisé dans la littérature indigène anglo-saxonne.

5. Je tiens à remercier Jean-Pierre Marichy pour ses précieuses suggestions et pour m'avoir ouvert son carnet d'adresses. Merci aussi à Ivan Chupin, Philippe Riutort et aux relecteurs anonymes de *Réseaux* pour leurs conseils avisés, ainsi qu'aux grands reporters et militaires qui ont accepté un entretien.

rapports de force entre ces deux logiques (militaire et médiatique) ne sont pas toujours aussi contradictoires qu'il le semble. L'étude (basée notamment sur une cinquantaine d'entretiens avec des grands reporters et cinq entretiens avec des militaires) permet aussi de relativiser l'idée d'une subordination des journalistes aux sources. Il apparaît au contraire que les accrédités, tout comme les non accrédités, mettent en œuvre des stratégies pour se départir de l'emprise de la communication et préserver une certaine indépendance dans leur interaction avec les militaires.

La configuration des relations entre militaires et journalistes est étroitement liée aux dispositifs communicationnels qui la sous-tendent. Il s'agit donc d'abord de retracer la genèse des transformations des structures de communication de l'Armée afin de mieux pouvoir appréhender, dans un deuxième temps, leur incidence sur les pratiques journalistiques. Les journalistes reporters de guerre – en particulier lorsqu'ils sont « *embedded* » – semblent directement tributaires des informations que leur délivre l'Armée, ce qui pose question quant à la distance critique à l'événement. Ici se rejoue la tension entre journalistes généralistes et spécialisés. Dans un troisième temps, il sera donc question des marges de manœuvre dans un cadre relationnel où les sources militaires sont globalement et ordinairement dominantes.

LA PROFESSIONNALISATION AU SERVICE DE L'INSTAURATION D'UN RAPPORT DE FORCE FAVORABLE

L'histoire de la relation journalistes/militaires est marquée par une longue tradition de censure et d'éloignement des journalistes du front. Lors des guerres en Irak de 1991 et 2003, la professionnalisation des militaires ainsi que des dispositifs spécifiques ont permis de rompre ces pratiques en faveur d'une « approche maîtrisée » (Charon, Mercier, 2004).

Étudier les effets de ces 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.

Une prise de conscience tardive

La communication de l'armée française 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)⁶ a pour vocation la stabilisation des 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 »⁷. 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 conflit⁸, la cellule locale du SIRPA n'est pas rattachée à son état-major, à Riyad, la coordination avec son commandement est inexistante. En outre, ce général se trouve en présence de journalistes auxquels il ne sait pas toujours comment répondre⁹ sans se retrancher derrière des propos convenus¹⁰, 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

6. Remplacé en 1998 par la DICoD (décret du 27 juillet 1998).

7. Missions du SIRPA au début des années 1990, d'après une plaquette de présentation (Maurin, 1992, p. 198).

8. 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 ».

9. Bien qu'il ait été formé à l'Institut des hautes études de Défense nationale (IHEDN) et au Centre des hautes études 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.

10. 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.

pas comme ça qu'il faut répondre. Vous avez besoin de cours en communication »¹¹. Mais d'abord, 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. La concurrence entre journalistes est mal gérée par les sources. 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 français présents dans le Golfe passe d'une vingtaine à deux cents¹². 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 ajuster la situation. Ils prennent alors la mesure des erreurs commises et décident de délocaliser la communication¹³ et de sélectionner les journalistes qui feront partie des *pools*¹⁴. 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 en tire les enseignements, et prend conscience de l'importance d'une communication mieux structurée. Selon toute vraisemblance et même si les preuves tangibles sont difficiles à rassembler, les Français prennent exemple sur les militaires américains. À dater de cet épisode, des officiers de presse¹⁵ 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.

11. Propos relatés par le général Roquejeoffre, entretien, 27 juin 2007.

12. Chiffres fournis par le général Roquejeoffre.

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

14. 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. La création de *pools* répond à une logique de sécurisation des journalistes.

15. La fonction existait déjà, mais essentiellement à usage interne.

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 communication¹⁶.

Une formation spécifique à la communication

Le deuxième tournant intervient avec la professionnalisation de l'Armée. Engagée en 1997, elle est néanmoins 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 étudiés 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 1980. 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. À partir de 1997, il faut trouver des personnels contractuels qualifiés. Le militaire est, plus largement, devenu un technicien, les compétences exigées étant de plus en plus élevées et pointues, elles requièrent un niveau

16. La nécessité de se familiariser avec les médias pour mieux les « pratiquer » se traduit par un certain mimétisme. Caroline Ollivier-Yaniv évoque ainsi la féminisation du SIRPA en parallèle 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).

de formation spécifique. Il en va de même pour les relations publiques¹⁷. La formation des communicants de l'Armée a donc changé, comme l'explique une responsable communication de la DICoD (Délégation à l'information et à la communication de la Défense)¹⁸ :

[...] 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 1999-2000, 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. Il y a toujours des formations, mais ce ne 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 il y a des sessions de communication qui sont organisées à la DICoD et à Lille¹⁹.

L'Armée, en tant qu'institution, cherche inévitablement 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 aux sollicitations jugées incongrues. 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 un ancien officier de presse). Par exemple, lorsque les arguments font défaut, avec la technique de la « 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

17. 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 : 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.

18. Le parcours de cette responsable semble significatif de ces évolutions : elle mentionne avoir travaillé auparavant comme chargée de communication pour Dassault.

19. Entretien, 15 mai 2007.

bon sens. [...] La temporisation, faire patienter, c'est aussi, ce sont aussi des techniques que l'on doit revendiquer²⁰.

Outre les officiers de presse, d'autres militaires « font du *media-training* ». Significativement, les militaires emploient un vocabulaire militaire pour évoquer leurs relations avec les médias : il est question de « gestion », d'« entreprise », de « discipline », de « maîtrise »²¹. Une responsable communication de la DICO (Délégation à l'information et à la communication de la Défense), affirme ainsi : « Il faut que les journalistes aient un minimum de discipline »²².

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 notamment 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 journalistiques²³, l'Armée cherche à imposer l'agenda, et le programme conçu pour les journalistes « *embedded* » (intégrés) s'inscrit dans cette même logique. Reste que, *nolens volens*, le cadre de la relation est prioritairement imposé par la source militaire. Sur le terrain, l'autonomie journalistique est rendue impossible pour des raisons de sécurité, d'accès aux informations, réputées évidentes pour tous. 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 » (Tunstall, 1971)²⁴.

20. Entretien avec l'ancien officier de presse, 1^{er} juin 2007.

21. Le général Roquejeoffre évoque à plusieurs reprises la « maîtrise de la communication ». 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.

22. Entretien, 15 mai 2007. L'enquêtrice nous a reçus dans son bureau, ce qui a pu influencer symboliquement le choix de son lexique.

23. Techniques de relations publiques largement répandues, qu'il s'agisse d'entreprises, de l'Armée ou des ONG. Ces dispositifs anticipent les formats journalistiques de production et de diffusion qui déterminent « un certain rythme, une certaine durée, une certaine place » (Lemieux, 2000).

24. Pour caractériser cette relation d'« associés-rivaux », il faut 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 « foncière » dans la rencontre de ces « associés-rivaux », comme le montre Éric Darras pour la relation entre journalistes et élites (Darras, 1995). Christophe Charle intègre les généraux de division parmi les *Élites de la République (1880-1900)*, Paris, Fayard, 1987.

LES AMBIGUÏTÉS D'UN RAPPORT DE CONFIANCE : UN INTÉRÊT POUR LE FLOU ?

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, mais jusqu'à un certain point et dans une certaine mesure. 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. Des sessions de formation sont mises en place par l'Armée (depuis 1993, les journalistes peuvent suivre des stages d'« aguerrissement »²⁵ avec le Centre national d'entraînement commando (CNEC) sur des bases militaires : entre autres, marches topographiques, techniques de protection en milieu hostile, effets des armes et des mines, secourisme, comptent parmi les activités proposées²⁶) ; en parallèle, les journalistes donnent des cours de communication aux militaires. « 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 », raconte un journaliste accrédité de la presse quotidienne régionale²⁷. 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.

25. Liste des services proposés par l'Association des journalistes de Défense (www.ajd-info.fr/). D'une durée de trois à cinq jours, trois types de stages sont proposés : « *information et sensibilisation aux risques de guérillas urbaines, de stationnement et de déplacements en zones de conflit* », « sensibilisation aux problèmes du maintien de l'ordre et des violences urbaines » et « information sur les conditions de séjour en conditions extrêmes (froid), le stationnement et les déplacements en zones difficiles ».

26. « Des journalistes européens en stage chez les commandos », article de Yann Brand publié sur le site du ministère de la Défense. « À la fin de la semaine, les journalistes reconnaissent le **professionnalisme** des militaires et *vice versa* », affirme un journaliste de Défense (presse magazine institutionnelle) ayant participé au stage (je souligne). D'autres organismes, notamment certaines ONG, collaborent. L'Institut Bioforce Développement, par exemple, propose depuis fin 2007, au camp militaire de Valbonne, des formations à la sécurité en zone sensible à destination des journalistes et des humanitaires. Si l'armée de Terre fournit un appui logistique à la formation, celle-ci est gérée par les intervenants de Bioforce, ce qui facilite d'autant la participation des journalistes.

27. Entretien téléphonique, journaliste de la PQR, 22 juin 2007. Le Collège interarmées Défense (CID) propose par exemple des séances d'entraînement à l'interview animées par des journalistes.

Le devoir de réserve

Certaines informations, considérées comme stratégiques, ne sont pas forcément communiquées aux journalistes, devoir de réserve oblige. « Alors que le journaliste a envie de tout savoir, eh bien le militaire, il n'a pas à tout dire », affirme un ancien officier de presse qui évoque ainsi les « questions embarrassantes [*posées par les journalistes*] dont je détenais les réponses souvent incommunicables »²⁸. Les journalistes sont alors obligés de s'en remettre aux seules informations distillées par les militaires pour réaliser leurs articles. De ce fait, les articles 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. Cet officier de presse explique ainsi :

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 restitué²⁹.

Il s'agit donc d'anticiper sur tout dérapage potentiel en filtrant la communication de l'Armée et l'accès aux militaires qui doit être réservé aux spécialistes, ce dont les journalistes ne sont pas dupes. Un envoyé spécial de la presse quotidienne régionale, cherche à rencontrer d'autres sources :

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 communicant³⁰.

Reste que certains journalistes s'appuient volontiers et prioritairement sur les officiers de presse, selon une responsable communication de la DICoD du Sud de la France :

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 détonateur³¹.

28. Entretien avec un ancien officier de presse, 1^{er} juin 2007.

29. Entretien, 1^{er} juin 2007.

30. Entretien téléphonique, journaliste de la PQR, 22 juin 2007.

31. Entretien, responsable communication de la DICoD, 15 mai 2007.

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, officiellement, pour garder prise sur la représentation qui sera donnée de l'Armée, officiellement, afin de « faciliter le travail des journalistes »³². Outre des aspects pratiques et logistiques, les militaires sur place « 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. Si le phénomène d'embarquement n'est pas tout à fait nouveau (pendant la seconde guerre mondiale, certains photographes de guerre étaient intégrés aux unités), le système a été conçu et utilisé massivement pour la première fois par le Pentagone pendant la seconde guerre en Irak, en 2003. « Du point de vue de la gestion des correspondants, on est passé de 1991 à 2003, d'un journalisme contrôlé à un journalisme intégré. Le *pool* a représenté un premier accès étroit et limité au champ de bataille, le statut d'*embedded* a donné un accès inégalé au champ de bataille quoique encore très maîtrisé par les autorités militaires » (Charon, Mercier, 2004). Là où le système de « *pool* » mis en place pendant la première guerre du Golfe donne aux journalistes un accès limité et souvent différé au front, le dispositif d'embarquement place les journalistes au sein des unités de combat et leur permet de « couvrir » la guerre en direct.

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 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 sujet³³.

32. Entretien, responsable communication de la DICoD, 15 mai 2007.

33. Deuxième entretien avec l'ancien officier de presse, 15 juin 2007.

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

ENTRE EMPATHIE ET NORMES PROFESSIONNELLES

Être 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 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 l'accepte pas, mais dans ce cas-là, il vient pas³⁴.

L'Armée serait responsable des journalistes intégrés aux patrouilles. La sécurisation 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 journalistes³⁵ qui dénoncent une information aux ordres ou un certain consensualisme. Les études universitaires (Knightley, 2000 ; Robertson, 2004 ; Kristensen, Ørsten, 2007)³⁶ concordent pour montrer un traitement consensuel de l'information sur les

34. Entretien avec un ancien officier de presse à Lyon, 15 juin 2007.

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

36. 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).

guerres avec une prédominance des sources militaires, et le relie à la couverture « embarquée » de la guerre³⁷. Arnaud Mercier (Mercier, 2004), décryptant le conflit en Afghanistan en 2002, indique que l'embarquement des journalistes favorise la reprise du discours militaire :

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.

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 (télévision) – alors voyez, l'enjeu – c'est un véritable général de corps d'armée !³⁸.

L'embarquement avec tout ce qu'il suppose (prise de risque, intégration au collectif militaire, présence des armes, virilité, hiérarchie, esprit de corps...) favorise le rapprochement avec l'institution militaire. La proximité peut être d'autant plus prégnante que certains journalistes sont aussi militaires de réserve, 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.

(In)dépendance économique

Le degré de dépendance économique lié au contrôle exercé par les propriétaires de type capitaliste pèse sur la production journalistique. En 1998, lorsque Serge Dassault entre dans le capital de *Valeurs Actuelles*, l'avionneur ne cache pas son ambition d'infléchir la ligne éditoriale : « Posséder un journal ou un hebdomadaire pour exprimer son opinion et peut-être aussi pour répon-

37. « 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).

38. Entretien téléphonique avec un photo-reporter, 19 juin 2007.

dre à quelques journalistes qui ont écrit de façon pas très agréable »³⁹. De quel type d'indépendance les journalistes peuvent-ils bénéficier pour traiter des questions de Défense lorsque leur média appartient à une entreprise ayant des activités militaires ? Depuis 2006, Dassault contrôle 100 % de la *Socpresse*, groupe de presse éditeur du *Figaro*. Le groupe Lagardère, qui occupe aussi le secteur des industries de défense et de l'aéronautique, détient également des médias importants par leur audience : titres de presse magazine (entre autres, *Elle*, *Paris Match*, *le JDD*, *Télé7Jours*) en France et à l'international, mais aussi chaînes de télévision (sur la TNT, le câble mais aussi le satellite), radios (et non des moindres : *Europe 1*, *Virgin Radio*, *RFM*) et sites Internet. En 2008, le chiffre d'affaires de Lagardère Active (pôle média du groupe) est de 2 111 millions d'euros⁴⁰.

Directeur de recherches au Collège interarmées de défense (CID), Frédéric Pons enseigne au Centre d'études supérieures de la Marine (CESM) et à l'École militaire de Saint-Cyr et est officier de réserve (avec le grade de colonel depuis mai 2007) dans les parachutistes des troupes de marine⁴¹. Il est également président de l'Association des journalistes de Défense, association professionnelle créée en 1979 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, l'AJD compte 65 journalistes adhérents (sur un total de 200 membres actifs et associés)⁴². Le 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. À partir du

39. Propos recueillis sur LCI, rapportés par Daniel Junqua (Junqua, 2002).

40. Résultats annuels 2008 présentés sur le site du groupe.

41. Cette multipositionnalité peut aussi se traduire par des passages du journalisme de Défense vers des métiers militaires, ou l'inverse. Si cet aspect n'a pas été étudié ici, la circulation d'un espace à l'autre n'est peut-être pas exceptionnelle.

42. Liste des membres 2006 à jour de leur cotisation, disponible sur le site de l'association ; bulletin *AJD-Infos* n° 21, janvier 2006.

moment où on a acquis un certain patrimoine dans un domaine, on a envie de le rentabiliser »⁴³. La spécialisation professionnelle explique l'ancienneté de certains journalistes au sein de l'AJD. Elle peut aussi favoriser la proximité avec les militaires. Mais les contraintes générées par ce rapport aux sources sont rarement objectivées par les professionnels des médias.

Des relations enchantées

Sauf exceptions, les conflits d'intérêts ne sont non seulement pas perçus comme tels mais volontiers vécus sur un 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, pour se faire véhiculer et être protégés, des relations de sympathie se développent, d'autant plus que les journalistes côtoient au quotidien les militaires, voire partagent les mêmes repas et hôtels, comme le relate le général Roquejeoffre : « 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 »⁴⁴. L'instauration de relations informelles au quotidien est aussi due à la spécialisation des journalistes, qui garantit un accès relativement aisé aux sources, comme l'explique un journaliste de la PQR accrédité Défense et membre de l'Association des journalistes de Défense (AJD) :

Être membre de l'Association des journalistes de Défense, ça permet d'avoir des relations encore plus étroites avec le ministère de 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

43. Entretien avec un responsable de l'Association des journalistes de Défense.

44. Entretien avec le général Roquejeoffre, 27 juin 2007.

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.

Si l’Armée n’attend pas de contrepartie sur le plan financier, elle présume une rétribution symbolique mettant en valeur son action et celle de l’État. L’incorporation à l’Armée implique un échange sur le mode du « donnant-donnant ». Si le journaliste met l’accent sur ces contraintes, il les minimise en regard des dépendances financières à l’œuvre dans certains voyages de presse, et détaille d’ailleurs son activité en faisant référence au monde de l’entreprise tout au long de l’entretien. La confusion possible des lieux de travail et la proximité des interlocuteurs militaires participent aussi de modes de sociabilité particuliers que permet de développer l’accréditation.

Celle-ci peut être délivrée de manière ponctuelle à un journaliste pour qu’il se rende sur un conflit donné⁴⁵. 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* » (Haegel, 1992).

Le pacte entre Armée et accrédités est tacite : « les journalistes ont aussi besoin des militaires et des communicants »⁴⁶. Chacun semble y trouver son intérêt. Certaines conventions implicites liées au « off », évoquées par les militaires et par les journalistes comme une marque de confiance, peuvent également paraître équivoques. L’échange repose sur un mécanisme du don et du contre-don (Legavre, 1992) : « le off, ils le donnent que s’ils ont vraiment confiance en nous », explique un journaliste accrédité Défense⁴⁷. 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

45. Le journaliste doit en faire la demande individuelle auprès de la DICO. Le système d’accréditation a été essentiellement développé pendant la première guerre mondiale.

46. Entretien avec un responsable de la DICO, 15 mai 2007.

47. Entretien téléphonique avec un journaliste de la PQR, le 22 juin 2007.

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 amateur⁴⁸.

Les militaires tablent sur le sens patriotique des journalistes. L'appel à la conscience morale des médias était aussi employé aux États-Unis pendant la guerre du Golfe : « Lorsque *USA Today* avait fait état de la présence de forces spéciales américaines en Afghanistan avant le début 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 États-Unis ont rappelé que telle était l'insulte suprême lancée à ceux qui ne rentraient pas dans le rang » (Myard, 2006). On peut voir dans cette responsabilisation des médias une réminiscence de la guerre du Vietnam, dont la perte fut imputée à l'antipatriotisme des médias. Accusation portée à tort, selon Dan Hallin, qui évoque une « mythologie de la couverture du Vietnam » (Hallin, 1992) : contrairement aux idées reçues, les médias suivaient alors dans leur majorité l'agenda imposé par Washington et étaient fortement dépendants des sources officielles (militaires, notamment). En effet, les routines journalistiques lient étroitement les médias aux sources officielles, et l'idéologie dominante de la guerre froide enfermait les événements dans un cadre de compréhension unique, ce qui rendait impensable toute remise en question de la politique officielle (du moins au début de la guerre).

Des consignes allant dans le sens de la responsabilisation favorisent l'auto-censure des médias qui tendent à relayer le 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 : l'ancienneté des liens parfois tissés sur le terrain renforce encore l'efficacité du réseau. Les journalistes qui couvrent les conflits, sont souvent les mêmes, en raison de leur connaissance des dossiers. Le rapport de force entre les acteurs est donc euphémisé, voire occulté par l'invocation de la « confiance » :

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

48. Entretien avec le général Loridon, commandant de la force de la mission préparatoire de l'ONU au Cambodge (de 1991 à 1992), 15 mai 2007.

que bon, nous, après on les connaît : “oh la la, tu vas voir un tel, il est super pénible !” [Rit]. Bon, c’est vrai parce qu’on les connaît tous⁴⁹.

Par cet enchantement de leurs relations, militaires et journalistes « *embedded* » 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 qui 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 bon⁵⁰.

Seuls les « bons » journalistes, tels que définis par les sources militaires, sont donc admis sur le terrain, ceux qui savent gérer l’embargo, ceux dont on sait qu’ils ne compromettront 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 Défense 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, suivant la règle de « l’engagement et de la restitution » (Lemieux, 2000).

Mais c’est justement cette maîtrise de la culture militaire que revendiquent les accrédités pour tenter de contourner les contraintes imposées par l’Armée.

49. Entretien, 15 mai 2007.

50. Entretien avec le général Roquejeoffre, 27 juin 2007.

Le paradoxe de l'accréditation

La DICOd reconnaît que la spécialisation des accrédités sur les questions de Défense présente parfois son 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 chose⁵¹.

Leur connaissance de la culture militaire permet aux accrédités de déjouer la stratégie de communication de 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 dire⁵².

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 ». Ils recourent alors à une « rhétorique de l'expertise critique » (Padioleau, 1976). Celle-ci repose sur la mise en perspective des informations officielles à l'aune de leur compétence technique et d'une connaissance indigène de l'Armée. L'écriture se veut analytique et documentaire, appuyée par des arguments détaillés et chiffrés, mais surtout, le discours produit est différent de celui des sources officielles, ce qui fonde la compétence et l'autonomie professionnelle de ces journalistes. Or, Internet offre une capacité de publication beaucoup plus large aux journalistes les plus pointus. À titre d'exemple, un journaliste de la PQN, auditeur à l'Institut des hautes études de défense nationale (IHEDN), met en doute le choix fait par l'Armée d'utiliser un type de drone particulier, le CL-289 :

[] on peut s'interroger sur le choix fait par les armées de déployer du CL-289 pour cette mission. Le CL-289 est en effet un engin rapide (env. 720 km/h), mais qui dispose d'une très faible autonomie de vol, de l'ordre de 30 minutes. Il vole selon une trajectoire pré-programmée de 400 kilomètres au maximum et peut fonctionner selon deux modes (photo et infra-rouge). Or, les forces déployées

51. Entretien, 15 mai 2007.

52. Entretien téléphonique avec un accrédité Défense de la PQR, le 22 juin 2007.

au Tchad ont plus besoin de drones de longue endurance, capables d'opérer une surveillance constante d'une zone et de suivre, à haute altitude et durant des heures, les éléments surveillés. En clair, le contraire d'un CL-289⁵³.

Le journaliste s'appuie sur sa maîtrise des technologies militaires et sa connaissance de la configuration propre à leur mission au Tchad pour remettre en question le choix opéré par l'Armée.

Quelque soit leur statut, les journalistes ne se font pas automatiquement le relais de la communication militaire. Pour cela, ils refusent la dimension la plus institutionnelle de l'Armée. 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 allés 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"⁵⁴.

D'une part, dans les représentations journalistiques, ce qui « *fait l'actualité* » est corollaire 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 constitue l'ordinaire de l'action militaire. De surcroît, la logique même du politique contrarie la concurrence des journalistes entre eux pour la recherche du « scoop ». D'autre part, les journalistes ne veulent pas céder à cette forme de communication trop visible que constituent la parade ou l'entraînement

53. Billet intitulé « Des drones français au Tchad », publié le 28 juin 2008 sur le blog de Jean-Dominique Merchet (secretdefense.blogs.liberation.fr). Le blog (sur le site du quotidien *Libération*) est dédié aux questions relatives à la Défense.

54. Entretien avec le général Roquejeoffre, 27 juin 2007.

des forces Armées. Ils ont alors parfois recours à des informateurs locaux, des *fixers*, qui peuvent les assister dans leurs investigations, les guider, jouer le rôle d'interprètes et d'entremetteurs pour leur fournir d'autres témoignages (mais là encore, les journalistes peuvent être redevables des contacts donnés et de leur sécurité⁵⁵ sur les lieux de reportage auprès de sources qui attendent, en retour, un accès à l'agenda médiatique). En désinstitutionnalisant le traitement de l'action armée, les journalistes reconquièrent des marges de liberté.

CONCLUSION

Les journalistes ont été contraints de s'adapter aux transformations des logiques communicationnelles de l'Armée et, partant, un traitement consensuel de l'information. Le statut des accrédités semble institutionnaliser le journalisme de guerre. Mais, pour relativiser l'affirmation de Florence Haegel (Haegel, 1992), les accrédités ne sont pas *que* « pris par leurs sources » (c'est-à-dire, en l'occurrence, par le dispositif d'encadrement déployé par les militaires). Les journalistes (accrédités comme non accrédités) mettent en œuvre des stratégies pour distinguer leur contribution à l'information et constamment 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 et transformer le stigmate en emblème, en fierté. Afin de renforcer cette estime, un prix AJD-ANNE-LORRAINE SCHMITT du jeune journaliste (du nom d'une étudiante en journalisme au CELSA assassinée dans le RER D en novembre 2007) a été créé en juin 2008 avec pour objectif « d'aider les jeunes journalistes intéressés par les sujets de Défense et de sécurité globale à se lancer dans le métier, de promouvoir l'esprit du journalisme de Défense et de sécurité globale, enfin de contribuer au rayonnement de l'Association des journalistes de Défense »⁵⁶. À l'opposé, un grand reporter *indépendant* critique en ces termes le système d'accréditation :

55. Pour le journaliste Marc Epstein, par exemple, le *fixer* est « l'ange gardien du journaliste occidental » (« Profession "fixeur" », *L'Express*, 7 février 2005).

56. Extrait du règlement (souligné par nous). Doté de 1000 euros et de l'offre des droits d'adhésion à l'Association des Journalistes de Défense pour les deux années suivant la remise, le prix récompense un reportage d'actualité (écrit, radio, photo, audiovisuel, dessin ou Internet) traitant d'un « aspect lié à l'actualité de la Défense ou de la sécurité globale : opérations, budget, social, technologies, industrie, économie... ». Les candidats doivent être âgés de moins de trente ans.

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'avions 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. [...] Être dans un *pool*, c'est juste pas compatible⁵⁷.

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 professionnels⁵⁸. Ce « jeu de (dé)légitimation croisée » (Baisnée, 2002) recoupe partiellement l'opposition entre reporters de guerre et journalistes spécialisés Défense⁵⁹. L'antagonisme entre les deux pratiques du métier renvoie à des distinctions de position dans la hiérarchie professionnelle et au prestige qui y est relié. Ces positions peuvent évoluer dans le temps mais aussi selon les rédactions. Ainsi, la spécialisation et la spécificité des journalistes de Défense a eu tendance à diminuer dans le temps, si l'on en croit le constat dressé par l'un d'entre eux. Jusque dans les années 1990, les journalistes spécialisés Défense étaient plutôt rattachés au service politique des rédactions avant d'être affiliés au service international, services qui occupent une position haute dans la production de l'information. Aujourd'hui, les rubricards Défense se font plus rares, les contraintes économiques ne permettant plus aux rédactions d'allouer un spécialiste à ces questions. Les hiérarchies varient également en fonction des rédactions. Un recensement systématique des journalistes dits « de Défense » dans l'annuaire MediaSIG 2008⁶⁰ révèle que seules deux rédactions disposent d'un journaliste qualifié « Défense » permanent : l'AFP (avec un journaliste « Défense, trans-

57. Entretien téléphonique avec un photo-reporter, 19 juin 2007.

58. 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).

59. Ceux-ci sont souvent accrédités.

60. L'organigramme des médias et les libellés des fonctions recensés dans le MediaSIG sont fournis par les rédactions elles-mêmes, lors de la mise à jour annuelle de la base de données pour la version papier. (L'édition en ligne, elle, est actualisée constamment). (Informations délivrées par monsieur Guinamard à la Documentation française).

port maritime, espace » au service économie) et France 2 (avec un journaliste « Défense » au service enquêtes et reportages). Les autres médias (presse écrite et audiovisuel confondus) font état de services « Étranger », « Monde », « Politique étrangère », « International », structurations thématiques moins spécifiques. Dans certaines rédactions, ces journalistes sont simplement « marqués », repérés comme experts en la matière : les questions relatives à l'Armée peuvent leur être dévolues sans pour autant qu'ils soient « étiquetés » Défense. Cette perte de spécificité peut, peut-être, inciter les journalistes à revendiquer leur statut d'expert afin de se démarquer.

Cet antagonisme révèle aussi les tensions 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 « courageux »⁶¹. C'est pourquoi le stage d'aguerrissement organisé par le Centre national d'entraînement commando (CNEC) aurait « mauvaise réputation » auprès de certains journalistes : « Il est décrié par toute une partie des gens du métier, notamment des anciens reporters de guerre : eux, ils se sont fait leur expérience tous seuls »⁶². Les non accrédités jouent le décalage en convoquant le risque dans leur discours. Ils trouvent là un moyen de se réapproprié 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 guerre⁶³. Une anecdote le montre bien : lors des délibérations de l'édition 2006 du prix Bayeux-Calvados des correspondants de

61. 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.

62. Entretien avec un journaliste accrédité Défense, 14 avril 2009.

63. 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 50,5 % des lauréats du prix Albert Londres détenteurs d'une autre récompense journalistique, 12,5 % ont le prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre, ce dernier étant le prix le plus fréquemment obtenu).

guerre⁶⁴, un des reportages en lice sur « les GI's en Irak » est rejeté au motif qu'« on voit que c'est embarqué » ; la caméra semblait en effet se situer sur la tourelle d'un char. D'autres journalistes « *embedded* » sont volontiers affublés de surnoms péjoratifs, comme celui de « Mickeys » : « Ce sont ceux qui approchent de la ligne de front uniquement en voiture blindée ou en véhicule de l'Armée, et si possible en convoi, et qui le racontent plus que nécessaire. Le Mickey porte un gilet pare-balles par tous les temps, les rois des Mickeys le gardent jusque dans la salle de restaurant, même jusqu'à chez eux, avec, souvent, un casque attaché à la ceinture à côté du couteau suisse » (Hatzfeld, 1994, p.57). La prise de risque, la connaissance technique, la maîtrise relationnelle, le sérieux professionnel jusque dans la relation directe aux sources militaires, grandissent le reporter qui en retire considération et gratifications symboliques, y compris du côté des militaires. Le capital symbolique spécifique accumulé permet ainsi aux journalistes les plus autonomes de contrarier le primat des sources dans la production de l'événement, les autorisant ainsi à minimiser les contraintes qui pèsent sur leur activité.

64. Le jury d'attribution de cette distinction a fait l'objet d'une observation (observation des délibérations et de la remise de prix) en 2006.

RÉFÉRENCES

- BAISNEE O., (2002), « Les journalistes accrédités auprès de l'Union européenne : correspondants à l'étranger ou généralistes spécialisés ? », *Réseaux*, (2002/1), n° 111, p. 102-130.
- BLISS J. C., (2003), « The Press goes to war », *Hoover Digest*, n° 3, Stanford University.
- CHAMPAGNE P., (1995), « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », *Hermès*, n° 17-18, p. 215-229.
- CHARON J.-M., MERCIER A., (2004), *Armes de communication massives. Informations de guerre en Irak : 1991-2003*, Éditions du CNRS, Coll. « CNRS Communication ».
- COLLOVALD A., (2002), dir., *L'Humanitaire ou Le management des dévouements : enquête sur un militantisme de « solidarité internationale » en faveur du Tiers-Monde*, Presses universitaires de Rennes.
- DARRAS E., (1995), « Le "Pouvoir médiocratique ?" – Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision », *Politix*, n° 31, p. 183-198.
- DARRAS E., (1998), « Pour une lecture réaliste des formes non conventionnelles d'action politique » ; CURAPP, *La Politique ailleurs*, Paris, PUF.
- DAUVIN P., SIMEANT J., (2004), *Le Travail humanitaire : les acteurs des ONG, du siège au terrain*, Paris, Presses de Sciences Po.
- DERVILLE G., (1997), « 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*, vol. 47, n° 5, p. 589-629.
- FINTZ M., (2004), « Les usages biographiques du journalisme. L'exemple d'étudiants en journalisme et de locaux », in LEGAVRE J.-B., (2004), dir., *La Presse écrite : objets délaissés*, L'Harmattan.
- HAEGEL F., (1992), « Des journalistes "pris" dans leur source. Les accrédités à l'Hôtel de ville de Paris », *Politix*, n° 19, p. 102-119.
- HALLIN D., (1992), *The « Uncensored War ». The Media and Vietnam*, University of California Press.
- HAMELIN F., (2003), « Le combattant et le technocrate. La formation des officiers à l'aune du modèle des élites civiles », *Revue française de science politique*, vol. 53, n° 3, p. 435-463.
- HATZFELD J., (1994), *L'Air de la guerre*, Éditions de l'Olivier.
- HECKER M., (2003), *La Presse française et la première guerre du Golfe*, L'Harmattan.
- JUNQUA D., (2002), *La Presse, le citoyen et l'argent*, Paris, Gallimard, « Folio actuel/Le Monde ».

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

KRISTENSEN N. N., ØRSTEN M., (juin 2007), « Danish media at war. The Danish media coverage of the invasion of Iraq in 2003 », *Journalism. Theory, practice and criticism*, vol. 8, n° 3, p. 323-343.

LE BOHEC J., (2000), *Les mythes professionnels des journalistes*, L'Harmattan.

LEGAVRE J.-B., (1992), « Off the record. Mode d'emploi d'un instrument de coordination », *Politix*, n° 19, p. 135-157.

LEMIEUX C., (2000), *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié.

MARCHETTI D., (2002), « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, n° 111, p. 22-55.

MAURIN J.-L., (1992), « Les Militaires et l'organisation de leurs relations avec les médias en France », Thèse de doctorat, Université de Toulouse 1.

MERCIER A., (février 2004), « Guerres et médias : permanences et mutations », *Raisons politiques*, n° 13, « Le retour de la guerre », p. 97-109.

NEVEU E., (1999), « Médias, mouvements sociaux, espaces publics », *Réseaux*, n° 98, p. 17-85.

NEYRAC G., (2004), *Dépêches Kaboul*, Éditions Jacob-Duvernet.

OLLIVIER-YANIV C., (décembre 2000), « Quels "professionnels" de la communication et des relations avec les médias à la Défense ? Carrière militaire et communication », *Langage et société*, n° 94, p. 75-96.

PADIOLEAU J.-G., (1976), « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, vol. 18, n° 3, p. 265-282.

PEDELTY M., (1995), *War Stories : The Culture of Foreign Correspondents*, Routledge.

PEREZ-REVERTE A., (2007), *Le Peintre de batailles*, Paris, Seuil.

RID T., (février 2007), « War 2.0 », Policyreview.org.

RIUTORT P., (2002/1), « L'information en matière de religion. Une spécialisation moralement fondée ? », *Réseaux*, n° 111, p. 132-161.

ROBERTSON J. W., (2004), « People's Watchdogs or Government Poodles? Scotland's National Broadsheets and the Second Iraq War », *European Journal of Communication*, vol. 19, n° 4, p. 457-482.

RUELLAN D., (1993), *Le Professionnalisme du flou*, Presses universitaires de Grenoble.

SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT, (2008), *MediaSIG*, Paris, La Documentation française.

TUNSTALL J., (1971), *Journalists at Work*, Londres, Constable.

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

ZELIZER B., (2005), «Death in Wartime: Photographs and the 'Other War' in Afghanistan», *The Harvard International Journal of Press/Politics*; vol. 10, n° 3, p. 26-55.