

Les médias dans la guerre : information, liberté, responsabilités, pouvoirs.

1. Un problème de définition

« Reporter de guerre » : en France, ça n'existe pas ! En revanche, certains journalistes pratiquent, avec une fréquence plus ou moins grande, le « reportage de guerre ».

Aucune guerre, aucun conflit ne se ressemble : donc, le travail du journaliste chargé de couvrir un conflit varie, en fonction des lieux et des circonstances.

2. La relation militaire-journaliste :

Un mariage de nécessité : chacun a besoin de l'autre

Pour l'institution militaire, il faut COMMUNIQUER sur les opérations extérieures: les médias sont UN des relais possibles pour atteindre le public.

Pour le média, il faut INFORMER : l'armée fournit au journaliste l'accès au champ de bataille, la sécurité (présumée) et la logistique.

3. Les effets pervers de l'EMBEDDING

(Cf. « Irak 2003 : le road-movie », François d'Alañon, in Armes de communication massive, Informations de guerre en Irak : 1991-2003, CNRS Editions, 2004).

- a. Objectif du programme « embedding » du Pentagone en mars-avril 2003 (600 journalistes intégrés dans les unités de l'armée américaine dont 20 % de médias étrangers) :

contrôle de l'information et de l'espace de bataille. Les journalistes indépendants (baptisés « unilaterals » par le Pentagone) sont considérés comme une nuisance.

cf. W. Lance Bennett, « Operation Perfect Storm: The Press and the Iraq War », Political Communication Report, Vol.13, N°3, Automne 2003. (Article traduit en français dans Armes de communication massive, Informations de guerre en Irak: 1991-2003, CNRS Editions, 2004). "The role of embedded reporting during the 2003 Iraq war", Cardiff School of Journalism, Media and Cultural studies.

b. Dépendance/Connivence versus Indépendance/Distance

Ex : L'expérience de Jules Crittenden, envoyé spécial du Boston Herald, « incorporé » avec les soldats de la troisième division d'infanterie américaine. « A mortal decision made: Journalistic objectivity is casualty of firefight », Boston Herald, 13 avril 2003.

c. étroitesse du champ de vision

vie quotidienne des soldats, opérations # population, enquête, contexte politique

d. concurrence embedded # unilaterals en Irak (mars-avril 2003)

4. Pour les militaires, les relations médias ne sont qu'une partie de la « communication stratégique » (STRATCOM) qui comprend :

- communication opérationnelle ;
- opérations psychologiques ;
- opérations d'information ;
- relations médias.

5. Militarisation du reportage et militarisation de l'information.

Dans les conflits, les journalistes sont de plus en plus assimilés à une des parties en présence, donc susceptibles d'enlèvement et de prise d'otages. Sous le prétexte de la sécurité (le principe de précaution appliqué aux médias), le reportage de guerre tend à se militariser. Pour couvrir certains conflits, le journaliste n'a souvent le choix qu'entre de « mauvaises » options : incorporation dans les unités ; « voyage organisé » par les autorités ; escorte de sécurité privée. Résultat, les journalistes se militarisent, en même temps qu'ils militarisent une information-communication centrée sur la vie quotidienne du soldat et les prouesses de son matériel. Pratiquée dans ces conditions, la couverture d'un conflit tend à se focaliser sur les aspects militaro-humanitaires (troupes, matériel, déroulement des opérations), au détriment du contexte politique et du contact avec la population. La guerre devient un film d'action, le récit d'une performance humaine et technique.

CONCLUSION : entre journalistes et militaires, le mariage doit être temporaire

Nouveau couple infernal de l'information de guerre, cimenté par une fascination-répulsion à toute épreuve, journalistes et militaires se partagent le jeu de rôle. Le soldat sert de faire valoir au journaliste qui partage momentanément son sort. Le journaliste met en valeur le soldat.

L'ambiguïté de la relation qui se noue sur le terrain entre journalistes et militaires a été bien décrite par Anthony Swofford, ancien Marine américain pendant la guerre du Golfe (1991) et auteur de « Jarhead. A Marine's chronicle of the gulf war », Scribner, 2003. (Jarhead : un écrivain-soldat dans la guerre du Golfe, Calmann Levy, 2004 et Pockett, 2008).

François d'Alañon
Grand reporter, LA CROIX.