

Frédéric Gilet

Janvier 1999

Cours de politique

**L'INFORMATION
EN TEMPS DE GUERRE**

ENSAM Paris

II. Préface

J'ai écrit ce dossier en 1999 lorsque j'étais étudiant à l'ENSAM Paris. J'ai alors fait de nombreuses recherches bibliographiques dans des livres.

Le dossier que vous lirez aujourd'hui a été entièrement recopié et très légèrement modifié (introduction et conclusion notamment) pour ajouter une analyse sur les conflits qui ont eu lieu depuis 1999.

A l'époque, j'avais obtenu la note de 17/20 entrant dans l'évaluation du cours de politique.

Certaines idées sont peu développées, à vous de faire des recherches sur internet sur des éléments que vous voudriez approfondir.

Bonne lecture.

III. Introduction

Le stratège chinois Sun Zu a écrit dans l'Art de la Guerre « Celui qui se bat pour la victoire l'épée nue n'est pas un bon général. Dès les périodes les plus lointaines, et en particulier dans l'Antiquité, les hommes ont pris conscience de l'influence de l'information en temps de guerre.

Il y a une différence entre l'histoire et les médias d'information. L'histoire est approfondir, rechercher, analyser les faits et les archives des acteurs d'une guerre (politique, militaires, civils, médias, etc...). Les techniques d'information sont immédiates, calculées pour leur portée et orientées vers l'opinion. L'histoire est faite à-posteriori, en fonction des actualités marquantes et des crimes commis.

Les monuments et œuvres artistiques sont les restes de gloire des armées.

L'information et ses petites histoires que l'Histoire ne retiendra pas reste dans l'imagerie collective. Bien sélectionnée, c'est une preuve de l'Histoire.

J'honore dans ce livre les journalistes qui ne sont pas forcément tolérés et protégés sur les champs de bataille : certains y ont laissé leur vie.

Ce dossier traite également de la communication des armées. S'agissant de l'armée française, elle concerne le recrutement et la démonstration de force dans une mécanique bien rodée. Aujourd'hui, avec la surveillance anti-terroriste et les nombreux soldats patrouillant sur le sol français, elle a une occasion unique d'améliorer son image et sa réputation. Visites de sites ou armes militaires, patrouille de France, défilés militaires, tout est fait pour que les français connaissent, aient confiance et aiment leur armée.

IV. Histoire des techniques de l'information

A. *Rapide historique de l'évolution de la guerre*

Un rapide historique de l'évolution des guerres est nécessaire pour comprendre l'évolution des techniques d'information.

- L'époque tactique faite de tumultes et d'affrontements restreints. Ce sont les guerres antiques, les guerres du moyen-âge
- L'époque stratégique historique et purement politique. Ce sont les guerres napoléoniennes, la première guerre mondiale, la deuxième guerre mondiale
- L'époque logistique contemporaine et transpolitique.

Il faut distinguer trois types d'arme :

- Pour la guerre de siège, les armes d'obstruction (fossé, rempart, bastion, cuirasse, forteresse)
- Pour la guerre de mouvement, les armes de destruction (lances, arcs, mitrailleuses, missiles)
- Pour la guerre éclair, les armes de communication (tour de guet et de signaux, télégraphe, radiotéléphone, radars, satellites).

Paradoxalement, de tout temps, les techniques d'information ont eu la même fonction - obtenir des renseignements sur les ennemis

- Transmettre l'information à son propre camp
- Renseigner les populations militaires et civiles
- Filtrer l'information pour l'ennemi.

Toutes ces fonctions se retrouvent à toutes les époques. Elles prennent plus ou moins d'importance en fonction du type de guerre et du type d'arme utilisées.

Mais si le but du contrôle de l'information ne change pas, les vecteurs d'information s'adaptent aux techniques, modernes et moins modernes, de l'époque.

B. Les techniques d'information durant l'antiquité

On distingue déjà la gestion de l'information "en temps réel" de la gestion de l'information post-événementielle.

Pour l'information en temps réel, il faut distinguer la transmission de l'information de l'annonce de l'information.

La transmission de l'information se fait par des messagers. Il en est ainsi du soldat qui court Marathon-Athènes pour annoncer la victoire le plus rapidement possible. Athènes doit sa puissance à la rapidité de ses communications, notamment de ses trirèmes. On peut alors dire qu'Athènes est une démocratie, le pouvoir appartient non pas aux décideurs, mais aux marins, aux messagers, qui transmettent l'information.

L'annonce de l'information se fait sur la place publique, l'agora. C'est sur ce forum que se fait l'affrontement démocratique, susceptible de faire éclater l'unité politico-militaire. Cela montre la limite de la démocratie athénienne, où le pouvoir appartient alors à ceux qui savent le mieux exploiter l'information; par exemple les sophistes.

L'empire romain a les mêmes caractéristiques du point de vue de l'information que la Grèce antique. Il a développé des voies de communication rapides et dispose de moyens d'annonce de l'information (place publique, amphithéâtres, affichages).

La gestion de l'information post-événementielle se fait essentiellement par les récits dits historiques, tel l'Iliade et l'Odyssée d'Homère, les récits d'Ovide, et par l'art. Ces récits et l'art glorifient l'idéal guerrier en déformant la réalité. Ce sont déjà des outils de propagande à part entière : les tragédies, où l'héroïsme est glorifié, les sculptures, représentant le guerrier idéal, etc... Ceci sera développé dans la troisième partie.

C. Le moyen-âge et la renaissance

Les techniques de transmission de l'information n'ont pas beaucoup changé : messagers à cheval ou en bateau, information du public par les tambours. Cependant, la naissance de l'imprimerie donne un nouvel élan aux récits guerriers et à sa propagation. Les peintures sont alors essentiellement religieuses.

D. Le XIXème siècle

Il faut attendre le XIXème siècle pour assister à la naissance de nouvelles techniques de communication et de propagation de l'information. Ce sont le télégraphe sans fils, les gazettes officielles et clandestines, la naissance de la photographie en 1848

L'art, avec les peintures et la littérature, reprend les grandes batailles de la renaissance et des campagnes napoléoniennes. Certes, il n'oublie pas les victimes, souvent représentées au premier plan, mais glorifie surtout les combattants.

E. Le XXème siècle

La 1^{ère} guerre mondiale fait la part belle aux affiches de propagande, à la photographie et au cinématographe, né à la fin du XIXème siècle. Cette information est très sérieusement filtrée pour ne pas décourager les populations civiles.

Le renseignement voit l'apparition d'un nouveau moyen d'espionnage : l'avion.

La 2^{ème} guerre mondiale est prolifique en matière de communication. C'est la généralisation de la radiophonie qui rendit possible l'internationalisation de la guerre (la première information en multiplex fut donnée au lendemain de l'Anschluss), toutes les techniques de communications sont améliorées.

1948 voit la naissance de la télévision. Son utilisation intensive aura une influence considérable durant la guerre froide et notamment durant la guerre du Viêt-Nam, victime d'une

surmédiation.

1980 voit la naissance de CNN, la chaîne tout info. Elle deviendra puissante lors de la guerre du Golfe ou elle deviendra l'interlocuteur privilégié des parties en guerre.

L'art n'est pas en reste avec la photographie (images saisissantes des camps de la mort et de la guerre du Viêt-Nam), la littérature ("Pour qui sonne le glas" d'Hemingway), le cinéma ("Il faut sauver le soldat Ryan", "Apocalypse Now", "Le dictateur"). A la fin de ce siècle, et notamment après les horreurs de la deuxième guerre mondiale, l'art ne glorifie plus l'idéal guerrier, mais retransmet l'horreur de la guerre.

Ainsi, alors que le but de l'information ne change pas, les techniques se sont adaptées à leur époque. On peut cependant noter que l'information et la manière dont elle est donnée ont une influence majeure sur la guerre : elles peuvent en changer le cours rien que par leur divulgation. Par exemple, la parution d'une photo représentant l'exécution sommaire d'un vietnamien par un GI a eu une influence considérablement négative sur le moral des américains, poussant le pays vers la paix.

F. Terminologie

L'information et la désinformation passent par plusieurs canaux qui, étape après étape, peuvent la déformer.

La source :

C'est l'élément à l'origine de l'information. Il a fallu attendre le XVIII^{ème} siècle avec la boutade de Voltaire « Et voilà comment on écrit l'Histoire », pour remettre en cause la véracité des sources. Certaines, telles celles de l'Antiquité, ont tendance à sublimer. La plupart des sources subissent une pression politique et sociale telle qu'elles rendent impossible l'objectivité. La manipulation des sources par des personnes tierces (corruption, idéologie) et par des préjugés est inévitable.

Le message :

Même si la déontologie est parfaitement respectée, le message ne peut échapper à des tentatives conscientes ou inconscientes qui peuvent le désinformer: importance qu'on lui donne, idéologie de ceux qui le conçoivent, titre choc, etc... Il n'y a qu'à consulter plusieurs journaux traitant d'une même information pour s'en convaincre.

Les vecteurs :

Ce sont les moyens techniques mis en place pour véhiculer l'information. Souvent, il fut contrôlé sévèrement par le pouvoir. L'agence Deutsche Nachrichten Büro, instrument de la propagande nazie, ne survécut pas à la seconde guerre mondiale.

Le véhicule choisi tient une importance considérable dans la manière dont est perçue l'information. Quel autre moyen que la photo aurait pu retransmettre aussi bien l'horreur de l'exécution d'un Viet par un GI lors de la guerre du Viêt-Nam ? Cette photo a eu une influence considérablement négative sur le moral des civils américains.

Chaque véhicule a ses caractéristiques propres :

- La radio permet de toucher les gens seuls. C'est un compagnon intime. Elle permet de transmettre le charisme vocal, de susciter l'imagination, d'organiser des mises en scène irréelles. Ainsi, Goebbels parvint à créer une exaltation permanente en faisant atteindre par période des degrés de paroxysme relevant de la folie collective.
- La télévision permet aussi de faire partager des émotions chez soi en ajoutant l'image et le reportage vivant, le direct. Elle a remplacé en grande partie le cinéma d'information. Cependant, une caméra sur un champ de bataille ne ramène souvent que des images défaitistes. Cela fut constaté lors de la guerre du Viêt-Nam. Permettant d'embrasser l'ensemble de l'action, l'image a une puissance très forte et démoralisatrice.
- La presse écrite est sans doute celle qui est la plus précise et suscite le moins l'imagination et l'émotion.
- Le cinéma, précurseur de la télévision, montre la fraîcheur brutale des actualités, la violence du combat.

Le destinataire

C'est chaque être humain, doué de sensibilités et de réflexion. On emploie en général le mot masse pour le désigner.

Ainsi, alors que le but de l'information ne change pas, les techniques se sont adaptées à leur époque. On peut cependant noter que l'information et la manière dont elle est donnée ont une influence majeure sur la guerre : elles peuvent en changer le cours rien que par leur divulgation.

Par exemple, la parution d'une photo représentant l'exécution sommaire d'un officier vietnamien par le chef de la police sud-vietnamienne, accompagnée d'un commentaire très bref, a eu une influence considérablement négative sur le moral des américains. Un film sur la même scène n'eut que peu d'impact. La dénotation était absolue : cette photo ne disait rien hors du champ qui entourait et la déterminait. Beaucoup d'américains en éprouvèrent un effet insoutenable : on n'exécute pas un homme sans défense. Les autorités et la presse cherchèrent à atténuer l'impact, expliquer le contexte, les méfaits du Viet Cong. Rien n'y fit.



V. La désinformation de l'ennemi

Les techniques d'informations et de désinformations, flattant l'ennemi, déjouant les pièges, créant des pièges, endormant la méfiance, etc... jouent un rôle important.

Ce sont des procédés préventifs et défensifs de sécurité pour préserver un secret, répressifs et offensifs de contre-espionnage.

A. L'intoxication

L'intoxication est l'art d'introduire des nouvelles alarmantes mais fausses. Par exemple, le meilleur stratège de Staline, ainsi que tout son état-major, a été supprimé par une intoxication des services secrets allemands. Ils ont fait croire que ce général collaborait avec l'Occident en falsifiant des documents.

Les anglais aussi ont eu recours à l'intoxication. En 1940, ils ont laissé un espion qu'ils savaient à la solde des allemands enquêter sur le potentiel militaire de défense de Londres en exagérant le dispositif militaire que celui-ci voyait. Ils ont mis à l'eau un officier mort de pneumonie avec des documents truqués. Ces documents, récupérés par les allemands les croyant véridiques, sauvèrent la vie à plusieurs milliers de soldats.

B. Le camouflage

Il s'agit de désinformer l'ennemi en camouflant ses propres installations et en créant de fausses unités. Les allemands ont eu recours durant la deuxième guerre mondiale à des camouflages aériens pour dissimuler leurs installations aux avions de reconnaissance. Les anglais ont eu recours à l'utilisation de chars en caoutchouc et à la création de fausses unités qui débarquaient des Etats-Unis pour camoufler leur véritable force et leurs positions.

C. La propagande pour l'étranger

Elle vise à anesthésier les forces qui pourraient nuire à une action. Les allemands pendant la deuxième guerre mondiale sont passés maîtres en la matière. Que ce soit l'endormissement de Staline avec le pacte germano-soviétique ainsi que les français et des anglais (victimes de leur pacifisme), les victimes ont été nombreuses.

VI. L'information pour son propre camp

L'information pour son propre camp diffère selon les guerres et les périodes. Elle prend le plus souvent la forme de propagande, moyen agressif d'information, déguisée ou non, et elle est contrôlée par la censure.

A. La censure

L'autorité détentrice d'un secret s'arroge le droit d'interdire la publication, la transmission d'une information écrite, parlée, visuelle ou artistique pour ne pas décourager la population (protection morale des combattants et des civils) et pour éviter que l'adversaire ne parvienne à la connaissance de renseignements utiles. En effet, parfois le journaliste est aussi gênant que l'espion ennemi.

Par exemple, lors de la seconde guerre mondiale, Churchill était au courant que Coventry allait se faire bombarder car les anglais avaient découvert les secrets des machines à coder allemandes. Cependant, pour ne pas montrer qu'ils détenaient ce secret et pour pouvoir l'utiliser à des fins plus précieuses, Churchill ne fit rien pour mieux défendre la ville et ainsi éveiller les allemands sur la détention de ce secret.

A Athènes, la destruction des œuvres et la mort étaient les châtiments réservés aux personnes en contradiction avec le régime, entre autres : Anaxagore pour athéisme, Protagoras pour impiété, Socrate pour ébranler les traditions.

Cette censure, dans une démocratie, a lieu en temps de guerre. Elle disparaît le plus souvent en temps de paix, mais l'information post-guerre est difficile à percer. Cette tendance est montrée par le refus de la défense britannique de publier un bilan des pertes lors de la guerre des Malouines. La protection des archives de la défense en est le principal rempart. Quand connaîtra-t-on les exactions commises par les Russes ?

B. La propagande

Utiliser sa propre force de persuasion pour convaincre relève de la propagande. Il ne faut pas la confondre avec la désinformation, qui est la déformation de l'information. La propagande utilise souvent des procédés agressifs pour convaincre. Elle engendre souvent un rapport de force entre le propagandiste et le destinataire qui devient souvent une victime.

En temps de guerre, mais aussi en temps de paix (notamment entre les deux guerres mondiales), la propagande sert à informer les populations privées d'informations par la censure. Le plus souvent, les organismes de propagande sont aux mains de militaires, donc des instruments de stratégie militaire. Il s'agit de « protéger moralement les combattants et les civils », ce qui relève des techniques passives, mais il s'agit également de « bourrage de crâne », technique agressive.

Dans l'antiquité, la propagande, déguisée, se manifestait sous forme de récits héroïques, de profit personnel pour les dirigeants dans les récits triomphaux. Les mythes, les symboles, les fêtes, participent tous à une propagande générale. Les présages, les prophéties étaient largement répandues ou influencées pour encourager les hommes.

Les premiers symptômes de la propagande moderne apparaissent lors de la révolution française, où un « bureau de l'esprit » est chargé de véhiculer les raisons de la guerre : menace d'une contre-révolution étrangère, guerres contre les ennemis de la révolution à l'intérieur par la terreur. Les fêtes, les symboles et les mythes réapparaissent et préfigurent les grandes cérémonies nazies.

Napoléon saura bien jouer sur cet idéal révolutionnaire pour justifier ses guerres, répandre l'esprit révolutionnaire en Europe et combattre la monarchie anglaise. Il saura reprendre les images des tapisseries de Bayeux et les enverra à Paris pour créer un climat favorable à l'opération qu'il envisageait contre les anglais.

Bismarck saura montrer que la guerre de 1870 était indispensable car la France impériale était devenue un obstacle à l'unité allemande.

Chaque régime au début du XX^{ème} siècle saura s'appuyer sur un idéal pour justifier sa politique :

- Le militarisme, le pangermanisme et le racisme en Allemagne.

- Le panslavisme et la nostalgie de l'accès à la Méditerranée pour la Russie.
- Le désir d'échapper à la domination austro-hongroise pour l'Italie
- Marquer sa supériorité maritime pour l'Angleterre
- Le colonialisme, la protection contre l'étranger et la récupération de l'Alsace-Lorraine en France.

Les séances d'hystérie collective coordonnées par Goebbels pour créer une psychose sont un exemple de propagande.

C. Exemple en France durant la deuxième guerre mondiale

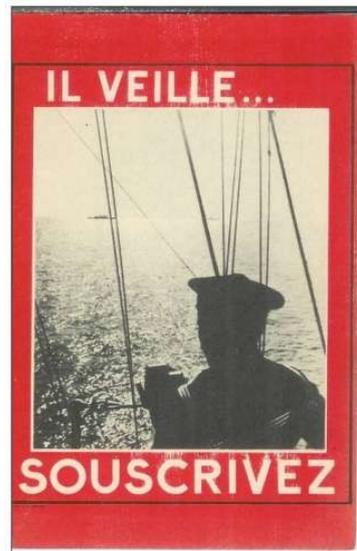
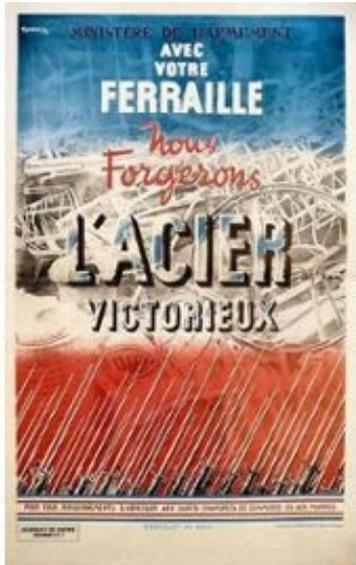
Si la France avait déjà utilisé la propagande et la censure lors de la première guerre mondiale, leur intensité diminua entre les deux guerres. Les principaux arguments étaient le pacifisme et l'idéal de la révolution de 1789.

Va relancer la propagande d'Etat et la censure, d'abord pendant la « drôle de guerre », puis sous le régime de Vichy et enfin sous l'action des alliés.

1. La drôle de guerre

Le commissariat général de l'information est réorganisé en septembre 1939. Cependant, il ne fera pas le poids face à la cinquième colonne allemande. Des luttes internes lui enlèveront une partie de son efficacité dans le contrôle de la presse, de la radio et du cinéma. Les directions de la radio d'Etat, la direction de la presse et de la censure sont en réalité placées directement sous les ordres du ministère de la défense et de l'intérieur. Cette organisation sera démantelée lors de la défaite.

Comme le montrent les documents suivants, les affiches de propagande incitent les français à faire des efforts financiers et matériels pour la guerre, idéalisent la force de frappe française (énorme canon, matelot veillant sur tout un chacun).



2. Le régime de Vichy

La propagande du régime de Vichy est indispensable pour plusieurs raisons :

- Propagande personnelle du maréchal Pétain pour maintenir son aura
- Propagande pour maintenir la cohésion nationale, afin que tous participent au redressement de la Patrie.
- Propagande idéologique pour définir les thèmes de la révolution nationale et une nouvelle idéologie de l'ordre nouveau (travail-famille-patrie).
- Propagande au service de l'armée allemande pour justifier l'occupation, la guerre et la collaboration (lutte contre le communisme, contre les juifs, collaboration européenne, volonté de la France de s'appuyer sur l'Europe pour reconstruire son empire) et défaire les réseaux de résistants.

Le contrôle de la radio, de la presse, des écoles et du cinéma (autant le cinéma d'information, monopole d'état concédé à une société unique, que le cinéma d'art) est très étroit, totalitariste.

Le cinéma d'information dépend d'un monopole d'état concédé à une société unique ; les films sont soumis avant diffusion à trois fonctionnaires pour approbation.

Les documentaires et les courts métrages, en vogue, sont encouragés par le régime de Vichy et les Allemands, épris de films culturels.

La radiodiffusion est le principal support de la propagande gouvernementale.

Par l'étatisation d'Havas informations, organisme de presse, le contrôle de la source est acquis. Des notes d'informations des ministères constituent l'essentiel de l'information.

Voici des extraits de consignes de propagandes, similaires aux techniques nazies :

- « Manifestation à grand spectacle, larges groupements de peuples pour acclamer le chef d'Etat, manifestations de jeunesse dans lesquelles le pays se retrouve »
- « Les discours et les conférences conservent toute leur valeur, à condition cependant qu'ils soient convenablement préparés, que l'orateur soit convenablement choisi, convenablement présenté et que le public qu'on appelle soit de nature à s'y intéresser et surtout qu'il soit intéressant d'agir sur lui »
- « Mais l'objet de la propagande étant essentiellement de gagner sur les partis contraires, d'étendre la position du gouvernement, d'embrasser plus largement un public plus vaste, en un mot de persuader et de conquérir »
- « Je crois à la propagande de bouche à oreille »

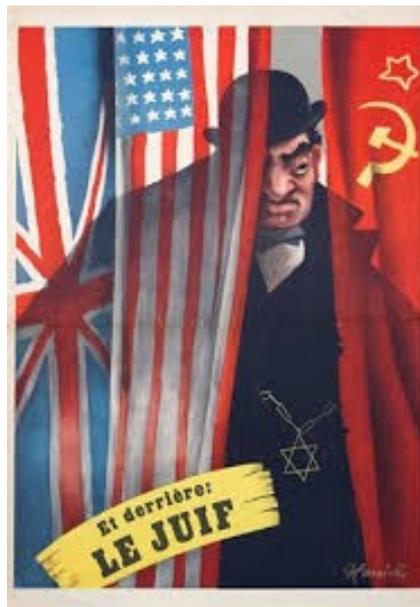
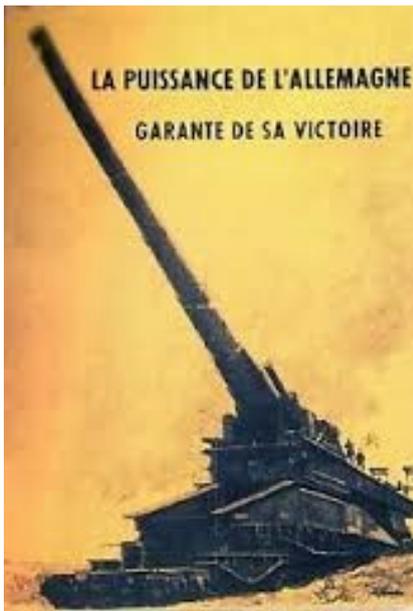
La censure est contrôlée par la censure principale de Vichy. Les journaux reçoivent des consignes telles que : « publier obligatoirement en première page, sur deux colonnes, la dépêche d'agence concernant la mise en échec de la politique anglaise à Montréal et au Québec (1942).

Par contre, les censeurs sont avertis de ne rien laisser publier sur les lieux de stationnement ou autres indications de mouvements des troupes allemandes en zone libre ou de ne rien publier sur une tentative de grève dans un chantier maritime en Méditerranée.

Les sanctions et les moyens de pression dont dispose le gouvernement assurent l'efficacité pratique de la censure. Il en résulte que la presse particulièrement est très conformiste.

Il ne fait aucun doute que cette propagande et cette censure, totalement contrôlées par le gouvernement de Vichy sont au service des Allemands, qui en 1943 exigent la démission d'un collaborateur du service de la propagande.

Les affiches suivantes sont des affiches de propagande du régime de Vichy. La première montre la puissance de l'Allemagne par un canon gigantesque. La deuxième reprend les thèmes chers au gouvernement : lutte contre les juifs et les Bolcheviques soutenus par l'Angleterre et le Royaume-Uni. La troisième est un encouragement au STO.



3. Le Royaume-Uni et la France Libre

La propagande et la censure font également partie des moyens utilisés par des démocraties pendant la seconde guerre mondiale.

La première affiche montre que ces démocraties s'unissent pour lutter contre le nazisme. La deuxième est optimiste quant à la puissance de frappe des alliés, leur entrain au combat (idéalisation du débarquement) et la certitude de la victoire. La photo qui représente le débarquement insiste sur la puissance de guerre alliée.



VII. Le contenu de cette information

A. *Le divorce entre le vécu et le récit ou l'image*

Le personnage de la Chartreuse de Parme, de Stendhal, a vu de nombreuses gravures héroïques de batailles. Ainsi, lorsqu'il participe à la bataille de Waterloo, dans l'horreur de la bataille, il se demande : « Ai-je réellement assisté à une bataille ? ». Lorsqu'il consulte les récits de ces batailles, il cherche désespérément les fragments de ce qu'il a vécu.

Or ce qu'il a reconstitué lui-même est totalement différent de la construction de l'image : le cadrage, les points mis en valeur, la profondeur de champs donnent une autre signification à l'image.

B. *Idéalisation de la guerre et exaltation du profil des héros*

L'art en particulier idéalise fortement la guerre.

Les récits antiques – l'Iliade et l'Odyssee, les Perses d'Eschyle – exaltent les vertus de la race grecque et bâtissent des légendes. Retranscrire la réalité n'est pas le but de ces récits. Les tragédies ont le même souci d'exalter l'héroïsme des héros face au dilemme qui les anime.

Avec Jules César apparait la récupération du récit pour un profil personnel. La manipulation publique fait son apparition avec la démagogie.

Les œuvres d'art exaltant les guerriers ne manquent pas, du Moyen-Age au XIXème siècle. La tapisserie de Bayeux retrace les exploits de la conquête de l'Angleterre par Guillaume le Conquérant. Si elle souligne les obstacles qu'ont rencontrés les héros – Harold prisonnier, les cavaliers pris dans les sables du Mont St Michel, les mauvais présages – elle exalte cependant la grandeur de l'entreprise de Guillaume le Conquérant.

La galerie des batailles à Paris conçue au XIXème siècle contient 33 tableaux retraçant les batailles de 487 à 1808. Ceux-ci ne retracent que des victoires. C'est un aide-mémoire pour les français pour se rappeler des principales batailles. Les tableaux ne mentionnent ni les chefs français ni les ennemis, seulement les lieux. Tels qu'ils sont dépeints, la manière de faire la guerre ne semble pas avoir changé au cours des siècles. Chevaux, visages, blessés, sont tous représentés de la même manière et la construction du tableau est presque la même : un chef de guerre autour duquel s'organisent les figures des soldats, accolés comme des pyramides ou des rectangles ; les jeux de lumière, ciel ou flammes d'incendie, attirent l'œil sur le héros. Cette peinture privilégie les plans d'ensemble, avec les morts et les blessés au premier plan et les héros de bataille au milieu.



Bataille de Marignan, Evariste Fragonard, 1836

Cette galerie a pour objet de justifier la guerre dans une nation où la violence est bannie sauf à être régie par l'Etat. Elle justifie la construction de la France et la paix actuelle et peut justifier toutes les guerres futures.

Le théâtre aussi est abondant en œuvres meurtrières. Outre les tragédies, qui mettent souvent en œuvre des héros, au XIX^{ème} siècle, de nombreux théâtres sont spécialisés dans les pièces guerrières. Le but est le même qu'avec la galerie des batailles : liaison entre la guerre et la gloire et la nation, entre la guerre et el spectacle, entre la guerre et les dieux. Il faut attendre 1845 pour voir des blessés et des morts au théâtre de guerre. Pour la première fois on montre le coût humain et la tristesse. Mais il faudra attendre avant que le discours pathétique soit plus prononcé.

Ainsi, à la fin de la monarchie de juillet, alors que la photographie ne vient que d'apparaître, la guerre est montrée de manière triomphante et désirée. On admire l'héroïsme au service de la gloire et de la nation et on ne voit pas encore la mort et les blessés comme perte et comme douleur, seulement comme sacrifice.

L'affiche suivante montre à quel point on peut idéaliser le soldat et la nation pour justifier l'effort de guerre de tous.



C. Tenter de montrer au jour le jour le réel

Les correspondants de guerre et le magazine d'actualité font leur apparition à la guerre de Crimée. Même si l'on n'avait pas attendu cette guerre pour envoyer des personnes dépeindre la guerre, c'est à la guerre de Crimée qu'on doit l'information illustrée. Les gazettes apportent les informations de guerre chez les français. C'est la première fois qu'on tente de montrer des images de la guerre pendant la guerre. C'est véritablement l'apparition du journalisme de guerre, avec dessinateurs et journalistes. Un mois seulement sépare le fait de son traitement dans les gazettes.

Les peintres affirment : « Mes crayons et mes plumes sont, il est vrai, de pauvres interprètes ». Cependant, « je ferai de mon mieux pour réussir ma double mission de tenir vos lecteurs au courant des incidents journaliers relatifs à nos armées (...) et de les initier aux détails d'intérieur, scènes et habitudes de la vie des camps ». « Je leur ferai admirer le courage de ces soldats ».

Pour la première fois, la guerre n'est pas résumée aux batailles, mais montre le quotidien, les épidémies, l'horreur des corps à corps, les blessés, les malades. Cependant, c'est seulement dans le souci de souligner l'héroïsme des participants et de justifier une bataille contre un souverain étranger ambitieux.

Tout le problème de l'image de guerre est montré dans la guerre de Crimée. Le lecteur est dans la guerre sans y être. Le travail fourni est nourri de clichés.

D. Le pathétique

Les premières scènes véritablement pathétiques en temps de guerre seront les peintures de Goya, avec le « Tres de Mayo ». Pour la première fois la lumière et la construction de la scène font la part belle aux victimes.



Les améliorations techniques, la sensibilité particulière de quelques photographes ou peintres et les circonstances difficiles que sont les guerres rendent les images pathétiques. Alors que les guerres de colonisation donnaient des images claires de la puissance française, la guerre du Mexique ne voit pas la franche victoire des français, arrêtés par les résistants mexicains.

La guerre de sécession américaine voit entrer la photographie de guerre dans le modernisme. Les photographes se concentrent sur la photographie de la vie quotidienne, la photographie de la technique (canons, ponts) et la photographie des pertes humaines et matérielles. Grâce aux progrès du matériel, les champs de bataille sont pris en pleine action et permettent aux réalisateurs d'exprimer leur propre personnalité pour exprimer la recherche romantique et presque obsessionnelle des signes de la mort et de la séduction du spectateur. C'est également le début des images politiques, avec la photographie de la pendaison des assassins de Lincoln.

Le cinéma fait son apparition à la fin du XIX^{ème} siècle avec la guerre hispano-américaine. Les améliorations techniques rapides en font un moyen précis et expressif. Il sera très utilisé durant la 1^{ère} guerre mondiale.

Le pathétique trouvera toute sa dimension dans la guerre en ex-Yougoslavie. Les images parvenues, brouillées, sur-réalisent l'espace filmé. Les immeubles éventrés, les morts, les objets éparpillés, les familles qui pleurent, les prisonniers amaigris, participent à un pathétique difficilement supportable.



Vukovar dévastée par les bombardements serbes

E. Un objet manipulé

Les actualités ont pour but de rassurer la population par des vues réconfortantes, de montrer les victoires partielles, de minimiser le danger : les soldats blessés ne sont montrés que rétablis, on ne parle pas des morts. Elles montrent également la faiblesse et la barbarie de l'adversaire.

F. L'influence des films de fiction

En Allemagne, la réflexion est poussée sur les films de fictions, qui retracent les guerres antérieures selon un même moule. Le général Ludendorff en juillet 1917 signale au gouvernement le pouvoir de l'image filmique comme moyen d'influence.

Les films insistent sur la composante majeure du temps et se partagent souvent les mêmes stéréotypes : exotisme, patriotisme, menace nucléaire, etc... Sauf quelques-uns comme « Apocalypse Now ».

G. Provoquer l'union sacrée

Il s'agit souvent de véhiculer un idéal : idéal révolutionnaire lors de la révolution française, idéal de récupérer l'Alsace-Lorraine pour les poilus de la guerre de 14, idéal de défense de la nation lors de la guerre d'Angleterre. Une guerre ne peut être facilement gagnée si une union sacrée n'est pas réunie, si les raisons de la guerre ne sont pas idéalisées.

Dans ce cas, les mots d'ordre, les interprétations de la réalité (pour les nazis, les juifs sont responsables des maux de l'Europe), les slogans (travail, famille, patrie) jouent un rôle essentiel.

H. Transformer une défaite en victoire

Durant la guerre du Viêt-Nam, nombre de défaites militaires des Viet Cong se sont transformées en victoires médiatiques. Ainsi, lors de l'attaque de l'ambassade américaine, les responsables Viet Cong ont reconnu plus tard que l'offensive présentait un caractère aventuriste. Le commandement américain fit remarquer que le potentiel ennemi avait été sérieusement entamé. Cependant, un commentateur américain des plus respectés asséna le coup de grâce en affirmant « La sanglante expérience du Viêt-Nam aboutira à une impasse ».

Ainsi, la défaite militaire par l'ennemi s'était transformée en victoire politique à cause de l'effet psychologique provoqué par les médias.

VIII. L'information en temps de guerre aujourd'hui

A. *Evolution de la guerre*

Il semblerait que la guerre elle-même ait changé de nature. Selon Gorbatchev, la guerre n'est plus la continuation de la politique par d'autres moyens. La logique militaro-industrielle l'emporte sur les doctrines politiques et stratégiques. Est-ce la fin de l'Histoire où l'utilisation d'armes de guerre a pour conséquence la paralysie totale des protagonistes et donc la paix ?

Mais en 1991, la guerre du Golfe se jouie sur le terrain de l'information. Certes elle défend des frontières, mais surtout elle construit un rempart contre d'hypothétiques menaces (guerre chimique, guerre nucléaire) relayées par les moyens d'informations.

B. *Les menaces*

Une menace est celle de l'insignifiant. Des informations minoritaires, telle que montrer un lancement de missile ou l'attaque aérienne « propre » devient moyen d'information sur le comment et non le pourquoi. Le futile remplace l'essentiel. Qu'a-t-on réellement appris de la guerre du Golfe à la télévision ? Rien ou pas grand-chose. L'exercice diplomatique devient l'art de ne montrer pas grand-chose ?

Mais surtout, les images sont dédramatisées, sorties de leur contexte à la télévision entre la météo et la dernière élection. La hiérarchie dans l'importance des nouvelles n'est plus respectée. Le terrain de guerre paraît si lointain mais si inquiétant... Le spectateur se familiarise avec la guerre dans des sujets de quelques minutes. Il ne fait pas l'effort de comprendre, il avale ce qu'on lui dit.

L'importance logistique apportée aux moyens d'information et de désinformation est telle que cela dirige le duel de l'arme et de la cuirasse. Tout se joue sur le vraisemblable et l'invraisemblable, et non sur la vérité et sur le faux. Les « Il semblerait que », « D'après des sources sûres », donnent plus d'importance au vraisemblable qu'au véridique. C'est le commentaire associé à l'image qui fait alors la différence.

Tout semble vrai dans la guerre du direct ; l'information est opératoire et immédiatement efficace, c'est une arme à part entière. Plus aucun délai n'est respecté pour vérifier la valeur de l'information. Le risque de confusion et les conflits d'interprétation deviennent énormes car le téléspectateur ne dispose d'aucun recul, d'aucune distance critique face à l'image et le commentaire qui lui en est fait. La masse d'informations sur la guerre rend le spectateur « gavé » et peu enclin à réfléchir.

Mais surtout, l'image l'emporte sur la chose dont elle n'est que l'image. Elle paraît plus forte. Son but est-il de convaincre l'ami ou l'ennemi ? C'est l'option des guerriers. Mais la nouveauté, c'est que les journalistes ne veulent que des faits, rien que des faits, Le problème est que cela devient une information sans recul. L'image du direct ne propose aucune conviction mais s'appuie sur l'émotion et une certaine appréhension. Elle ne dispose pas du recul nécessaire (au contraire de l'historien) et le spectateur devient l'otage de l'interface télévisuelle. Elle n'agit pas sur l'opinion des téléspectateurs, mais seulement sur la polarisation de leur attention. Cela fausse la réalité. Or selon Dietrich Bonhoeffer, « l'immédiateté est une imposture ».

Cependant, la durée des émissions sur la guerre du Golfe est à la hauteur des moyens mis en place : énorme. Il s'agit là d'une véritable désinformation par la surinformation, celle du futile.

La répétitivité des mêmes images sur tous les canaux d'informations avec des commentaires différents mais au contenu très semblable nuit à la portée du message : le téléspectateur ne veut plus entendre parler de la guerre, même s'il se sent directement concerné. La récupération politique des grands événements de la guerre ne fait plus recette, montrant une certaine impuissance à résoudre les conflits couverts par les journalistes. L'information en temps de guerre, dans une démocratie telle que la France, a de multiples facettes :

- Les opérations extérieures, où l'on montre des armées bien équipées et préparées
- Rassurer et montrer la sécurité intérieure face aux attentats en passant au 20h les rondes des soldats et les mesures antiterroristes
- Montrer les images des conflits où le pays n'est pas engagé au sol mais dans les airs :

des images de désolation et de guérilla ou le pays semble être dans son juste droit de participer à la réduction de l'ennemi par les bombes et participer ainsi à la future paix

- La communication des armées montrant l'armée française sous ses meilleurs jours (notamment pour le recrutement)

Mais les médias étant devenus privés, ils ont aujourd'hui, à part le secret militaire, accès à une banque d'informations de grands reporters qu'ils commentent avec liberté. Même si les informations sont similaires, ils montrent ce qu'ils veulent dans le contexte général de la patrie et des invités sont demandés pour commenter l'information. Une certaine connivence apparaît alors pour diriger l'opinion et ses ressentiments. L'interrogation des victimes, les cérémonies, les discours des hommes politiques deviennent dans le traitement de l'information aussi importants que la guerre sur le terrain lui-même, dans un souci de souder la nation.

C. *L'irrésistible montée du pouvoir médiatique*

Durant la guerre du Viêt-Nam, la presse écrite et la photographie sont supplantées par le reportage télévisuel, dont les détenteurs ne connaissent pas encore la puissance ; ils ne savent pas comment l'orienter pour en tirer le plus grand avantage. Tout se déroule de façon empirique et cette guerre permettra à chacun de tirer des leçons avec pour résultat une gestion rééquilibrée lors de la guerre du Golfe.

Lors de la guerre du Golfe, la diplomatie paraît se faire par images interposées. La véritable force d'interposition est désormais l'audimat, les sondages. CNN dispose d'un pouvoir énorme. En effet, par sa vitesse instantanée, elle est plus rapide que les moyens des ambassades traditionnelles. Les pouvoirs politiques sont obligés de tenir compte de l'opinion faite par les médias.

Cependant, si leur pouvoir est énorme, il n'est pas fondé. En effet, très peu de journalistes étaient autorisés à être présents sur les champs de bataille. Encore fallait-il qu'ils soient accrédités par l'armée. Par son instantanéité, son omniprésence, le simple téléspectateur devient capable de prévoir ce qui va se passer. Le pouvoir n'appartient plus alors vraiment à personne.

D. *L'exhibitionnisme*

Avant 1960, les images de guerre étaient relativement choisies, propres. Les informations sur le ghetto de Varsovie n'avaient pas été diffusées.

La guerre devient exhibitionniste. « Si les gens me suivent, c'est parce que je m'expose » dit Thierry Donnard dans « Pushing the limit ». L'information, notamment pour la guerre en ex-Yougoslavie, repousse les limites du politiquement correct. On montre l'horreur, la mort au quotidien. Souvenez-vous de ce journaliste qui meurt la caméra au poing ? Entre information et exhibitionnisme la limite est difficile à cerner pour les médias car l'immédiateté empêche à la déontologie de prendre sa place et l'Histoire d'affirmer les événements décisifs et cruciaux.

Le direct devient spectacle bien différent des films de l'émission « Histoire parallèle » qui rassemble de vieux documentaires choisis sur la guerre.

E. *L'information en brut*

La guerre en ex-Yougoslavie montre que l'information peut être donnée sans mode d'emploi, sans restrictions. Nulle censure, nulle autorisation. Les journalistes vont où ils veulent, filment comme ils veulent. On filme la guerre comme si elle était chez nous, avec les mêmes décors. Ce sont d'abord des images de guérilla, puis des images de guerre lorsque sont reconnues la Slovénie et la Croatie. L'information entretient la confusion sur les attaquants, les morts, les réfugiés. La guerre prend ainsi difficilement un sens pour le spectateur.

F. *La censure et la propagande*

L'image est souvent censurée par son horreur, les médias ayant une certaine déontologie face à des

crimes abominables. Mais l'essentiel du mal est dans l'impact de l'information, l'immédiateté émotionnelle, comme dans une publicité. L'espace et le contenu comptent moins que le temps. Il en résulte une opinion favorable à la guerre pour rétablir la paix.

Les médias américains ont été chargés, par l'intermédiaire des communiqués de l'armée, de préparer la population à la guerre. Guerre propre, peu de victimes, union sacrée. Il s'agit véritablement d'une propagande cachée où les médias seraient libres mais fortement contraints par la concurrence à adhérer à une certaine idéologie, mode de pensée distillé sur les médias par tous les commentateurs et spécialistes (politiques, militaires, responsables, philosophes, chroniqueurs...)

IX. Conclusion

Nous avons donc vu que la guerre et l'information étaient intimement liées. Une nation ne gagne pas une guerre sans la participation active et positive du pouvoir médiatique. Prétendre vouloir s'en passer relève d'une stratégie arriérée. Une guerre engagée sans but clair ou mal conduite sera impitoyablement sanctionnée par les médias.

Si le message et la forme ont évolué au cours des guerres, quelques constantes se retrouvent d'une guerre à l'autre. Les nouvelles techniques apportent aujourd'hui de nouvelles façons de voir la guerre. Entre ne rien montrer et montrer l'horreur existe un juste milieu qui nourrira les débats de société en général.

Immédiateté et images de témoins pour les chaînes d'information en continu, information disponible partout et à n'importe quel moment sur les smartphones et les tablettes, interactivité comme dans un jeu vidéo sur ordinateur, l'information en temps de guerre est aujourd'hui partout.

La cruauté des images de l'Etat-Islamique est destinée à apeurer et intimider les occidentaux dans une propagande externe. Cette même propagande excelle sur internet pour écrire son idéologie pour convaincre et recruter. Il faut donc combattre l'ennemi sur ce terrain aussi autant que par les armes.

Quant aux journalistes, ils vont là où aujourd'hui, leur sécurité le leur permet, ce qui n'est pas le cas de toutes les zones de conflits. Certains, notamment les civils, sont les grands oubliés...

Ainsi, les défis technologiques de l'information des armées modernes doivent être relevés. Il ne suffit plus de montrer des armes : il faut montrer des victoires, réconfortantes pour la nation, sinon les images d'attentats et d'assassinats d'innocents inondant les médias continueront de désoler, de démotiver civils et militaires.

Le contenu de ce dossier doit donc être adapté aux guerres modernes pour trouver toute son efficacité aujourd'hui.

Frédéric Gilet

NOTES SUR LA PROPAGANDE

Récapitulatif historique de l'information en temps de guerre



Mai 2017

Introduction

J'ai pris ces notes lorsque j'étais étudiant ingénieur en 1998, pour réaliser un dossier sur la propagande. Presque vingt ans après, je suis retombé dessus et je les ai trouvées très actuelles. A vous d'actualiser ce document, avec vos plus récentes analyses et les médias contemporains sans cesse plus rapides et plus intrusifs, pour comprendre les conflits les plus récents, effrayants, visages d'un monde en plein bouleversement...

Histoire de la propagande :

Il faut distinguer la propagande de la désinformation. Elle n'a pas pour but, théoriquement, de convaincre. Mais elle peut devenir, sous forme agressive, un rapport de force entre propagandistes et destinataires.

Pendant la Grèce antique ont été écrits l'Iliade et l'Odyssée, Eschyle-les Perses. C'était un théâtre patriotique qui exaltait les vertus de la race grecque et la propageait en bâtissant des légendes.

A l'antiquité, on sublime une divinité, un chef, une politique, etc...

Jules César a fait un profit personnel dans ses récits triomphaux.

C'est la naissance de la manipulation publique : appel à la souveraineté du peuple, démagogie, corruption.

A la Révolution française, les révolutionnaires se sentent menacés par une contre-révolution venue de l'étranger. Ce sont les premiers symptômes de la propagande moderne avec la création d'un organisme chargé de coordonner l'information : « le bureau de l'Esprit ». C'est une période de reprise et de développement des fêtes, des symboles, des mythes, apparus dans l'antiquité et précurseurs des manifestations de masse des nazis ou soviets.

Organisation de la propagande : militants, mots d'ordre, slogans, directives sur l'interprétation de la réalité, désignation d'un ennemi pour insuffler un sentiment de haine, instinct de solidarité avec ses semblables.

Napoléon assoie l'idéal révolutionnaire, fait de l'Angleterre l'ennemi de la nation et fait attention à son profit personnel

1870 : c'est la victoire de la propagande prussienne : Bismarck démontre que la France est un obstacle à la réalisation de l'unité allemande. Falsification de documents, création d'une psychose en France de l'argent ennemi.

Impact des images à la télévision : la caméra sur un champ de bataille ne peut rapporter que défaitistes, même si le commentaire est objectif, elle permet d'embrasser l'ensemble de l'action, d'où la puissance très forte et démoralisatrice pendant la guerre du Viêt-Nam.

Pays totalitaires : éviter la contagion d'idées non conformes, interdire à l'étranger d'évaluer la puissance du pays (Allemagne d'Hitler, URSS de Staline, Chine de Mao).

1956 : débarquement franco-anglais en Egypte stoppé par Eisenhower dans la crainte que l'URSS entre dans le jeu. Introduction de nouvelles alarmantes mais fausses sur d'éventuelles extensions du conflit ou sur une intervention imminente dévastatrice.

La propagande est essentielle quand il y a des problèmes de conception idéologique, comme l'opposition marxistes-capitalistes.

La psychose est plus entretenue que créée par des séances d'hystérie collective coordonnées (Hitler).

Protection morale du combattant, de la population civile, techniques agressives de bourrage de crâne et d'attaque du moral de l'adversaire (tracts, médias). Il faut savoir que l'agence de presse officielle du III^{ème} Reich n'a pas survécu à la fin du Reich.

Un témoin oculaire peut être critiqué de subjectivité, mais on peut influencer la source en devenant mécène d'art, en influençant des chroniqueurs. L'étranger peut acheter un journaliste pour influencer une information ainsi déformée (tentative de corruption).

Il faut attendre le XVIII^{ème} siècle pour remettre en cause la véracité des faits : Voltaire, « Et voilà comment on écrit l'histoire. »

La victoire n'appartient pas à la seule puissance militaire : il faut rendre l'adversaire vulnérable

(moral) avant la bataille (actions clandestines, fausses rumeurs). Tout l'art de la guerre est fondé sur la duperie.

Interprétation des nouvelles :

- Dans l'antiquité, la prophétie : les présages, véritables, provoqués ou influencés, avec des interprètes, tels ceux de Delphes
- La prévision, technique d'investigation traitant un grand nombre de données.

Procédés d'information :

- Préventifs et défensifs de sécurité (préservé un secret). Pendant la Terreur, « la loi des suspects » élimine les ennemis jurés, possibles, innés.
- Répressifs et offensifs de contre-espionnage
- Agressifs par les services d'action et de propagande.

Le camouflage :

Sun Tzu dit qu'il permet la surprise. Par exemple en 1940 en Lybie : le général Wavell utilise des tanks en caoutchouc, faisant croire à une véritable armée, pour tromper l'armée italienne.

L'Angleterre avait réussi à décoder la machine de cryptage allemande mais a laissé bombarder Coventry pour ne pas trahir cette découverte et l'utiliser à des fins plus utiles.

La censure :

L'autorité détentrice d'un secret s'arroge tous les droits pour interdire la publication, la transmission d'une information écrite, parlée, visuelle ou artistique. En temps de guerre, tous l'utilisent : privé comme public.

Ainsi, à Athènes, destruction des œuvres et châtement suprême pour l'auteur (Anaxagore : athéisme, Protagoras : impiété, Socrate : ébranler les traditions).

A Rome, on a la liberté d'écrire, mais on peut condamner une œuvre à la destruction.

Richelieu : à partir de 1629, corps de censeurs. Il disparaît en 1789, mais réapparaît régulièrement selon les régimes.

1939 : le gouvernement français installe des censeurs diplomatiques pour protéger le moral de la nation, avoir des procédés offensifs de désinformation.

Le journaliste est parfois aussi gênant que l'ennemi.

En temps de paix, la censure peut disparaître, mais il reste le sceau du secret sur l'information post-guerre. Ainsi, il y eut refus de la défense britannique de publier un bilan des pertes lors de la guerre des malouines ;

La communication

L'image publique en temps réel supplante l'espace réel des villes de la République.

Athènes et Venise : importance de la force de communication, de la vitesse des trirèmes. Le pouvoir appartient aux pauvres, qui font marcher les trirèmes : pouvoir démocratique, contraire au pouvoir autocratique traditionnel (chevaliers).

La vitesse relative s'est accélérée dans l'histoire : cheval, train, voiture, avions.

La vitesse absolue s'est aussi accélérée dans l'histoire : télécom, télécommande. Est-ce démocratique ? C'est de l'inertie, de l'ubiquité, de l'instantanéité.

Retour de l'autocratie ? -> Golden Boys.

La mise en œuvre post-industrielle d'une vitesse absolue abolira ce que la mise à disposition du public des vitesses relatives avait provoqué de progrès.

La véritable force d'interposition est la télévision en continu. La diplomatie n'est désormais effective que par images interposées. L'image l'emporte sur la chose. CNN est plus rapide que la communication diplomatique et le mouvement des armées.

L'exercice diplomatique

Ce qui limite le vrai n'est pas le faux mais l'insignifiant.

Ce qui défend la guerre du Golfe à part les frontières, c'est la limite entre la menace symbolique et l'utilisation effective (Saddam Hussein : utilisation de la bombe chimique, etc...).

Penser la guerre globalement avec tous ses risques : validité de la dissuasion nucléaire (le possible de la menace pourtant si lointaine).

→ Art de peser les mots pour ne rien dire

→ Art de soupeser les images pour ne rien montrer

L'opinion contemporaine

Convaincre l'opinion publique ? L'image du direct ne propose aucune correction, tout au plus une émotion, une certaine appréhension. Le téléspectateur devient otage de l'interface télévisuelle, partie prenante d'un principe d'incertitude entretenu au rythme des communiqués.

Focaliser, polariser l'attention de chacun, c'est réorganiser progressivement le régime de temporalité des populations, leur emploi du temps, plus que leur opinion.

Filtre non par l'espace mais par sa temporalité : le présent.

La désinformation active n'est pas le mensonge mais l'excès d'informations contradictoires, la surinformation.

Tout est vrai dans l'offensive du direct, c'est-à-dire opératoire et immédiatement efficace. Le paysage audiovisuel est surexposé avec des salves vidéo.

Historique :

- Télé-audition : Radio-Londres

- Télévision : CBS, ABC, NBC couvrant la guerre du Viêt-Nam

- Télé-action : internet, smartphones, applications temps réel, où les partenaires en présence sont dans une situation d'interactivité absolue.

Guerre du temps réel : réduire le temps entre les intentions et l'action.

Jadis, il y avait des limites : jours, saisons, heures.

Maintenant la guerre est un phénomène totalitaire, avec présentation en temps réel.

La désinformation (deception en anglais), ce n'est plus de la propagande (foi en la victoire, idéologie, politique) mais l'impact, la télé-action.

Différence entre le cinéma et les médias modernes (internet, télévision, applications mobiles) : l'instant réel. Aucun recul, aucune distance, critique, d'où risque de confusion, conflit d'interprétation.

On voit la guerre trop tôt, tout est là, déjà vu, déjà joué, avant que ça ait commencé. L'écran supplante le communiqué militaire et la réflexion, voir influence l'information. Kipling : « la première victime de la guerre, c'est l'information ».

Distorsion entre deux régimes de temporalité : longue durée du siège, courte durée des moyens de communication et de destruction. Aujourd'hui, la différence par rapport à la guerre du Viêt-Nam, c'est la visibilité apparente, même si elle est relative (on n'a pas toute l'information mais une sélection personnalisée). Certains diront que la guerre du Golfe fut traitée comme une mise en scène, une fiction intégrale, un bon film d'action... C'est un exhibitionnisme : Thierry Donnard (Pushing the limits) affirme que « si les gens me suivent, c'est parce que je m'expose », c'est un besoin des médias.

L'omniprésence des médias ont changé la nature des conflits. La guerre a envahi les écrans, face à un spectateur qui participe à la passion comme dans un jeu.

Les médias jouent un rôle stratégique, nous manifestons avec les protestataires place Tien An Men. Il y a une interaction avec la population mondiale, les spectateurs sont tels des supporters dans les gradins. L'aberrance, c'est le pouvoir donné au simple spectateur (tel Dieu), qui peut tout voir, tout commenter.

Menace : confusion, pas de politique possible à la vitesse de la lumière. La démocratie est le partage du pouvoir. Avec la télévision, on s'isole, on ne partage plus, on laisse aller simplement ses émotions. La population découvre sans avertissement et sans aide l'horreur de la guerre et a

tendance à s'isoler chez elle.

En conclusion, la télévision, c'est l'instantanéité, l'immédiateté, l'omni voyance, l'omniprésence, l'émotionnel, contrôlé par personne.

Le journaliste

Le journaliste doit interpréter, au plus vite, les signes, images, trajectoires. C'est le 4^{ème} front principal qui vient à suppléer, supplanter les stratégies.

Chevardnadze : « la guerre n'est plus un instrument politique rationnel. La fin du secret devient facteur de sécurité ».

Politique des journalistes : « des faits, rien que des faits ». Problème : information sans recul, car normalement, il y a besoin du temps de réflexion, d'action.

Désormais, les faits sont défaits par l'immédiateté (importance stratégique des « pools reports »).

Problème : les principes déontologiques de la presse ont été écrits du temps des informations différées. Il y a nécessité de les adapter au temps réel, sinon il y a risque de confusion. Ainsi, Ted Turner demande aux enfants de ne plus regarder CNN.

Le SIRPA avait décidé d'interdire le champ de bataille aux caméras civiles, seuls furent autorisés un photographe et un reporter. Car « une image fixe vaut mieux qu'un long discours, mais une image animée vaut un engagement ».

Lors de la guerre des Malouines, le directeur de la BBC a dit à Mme Thatcher : « la BBC fait de l'information, pas de la propagande ». Mais qu'est-ce que la liberté de l'information ?

« Histoire parallèle » montrait des vieux films d'archives, avec des montages précis, une histoire écrite. Maintenant, on se fie aux bandes annonces spectacles et aux vidéos de télésurveillance.

Mais le plus grand danger est l'accoutumance du public à ce jeu dangereux qu'est la guerre. Après la guerre d'Espagne et la bombe nucléaire, « expérimentales », à quoi s'attendre ?

D'après Mikhaïl Gorbatchev : « avoir le premier mot et non pas le dernier ».

L'avenir, c'est l'information au compte-goutte qui, une fois distillée, se répand partout. Car ce qui est vu est déjà perdu, à cause du maquillage des faits, de l'aveuglement dont civils et militaires sont victimes consentantes.

L'un des dangers est que la guerre éclipse tous les autres sujets essentiels : chômage, récession, émeutes, débats politiques, etc...

LA BATAILLE DES IMAGES CONTRE LE VIRUS

c'est la guerre contre le coronavirus alors comme dans tout conflit, il y a la guerre des images. Alors faut-il montrer les malades, les mourants, les survivants comme des victimes sur le terrain du virus ? Selon quel modèle photographique doit-on montrer la réaction de la société : l'héroïsme, l'empathie, le désespoir ? Les journalistes et les artistes cherchent à marquer les esprits mais les gouvernements veulent communiquer la propagande officielle. Peut-on montrer des mourants masqués agonisants comme des soldats tombés au front, des infirmières désabusées pleurant de fatigue par l'intensité du contrecoup émotionnel, des médecins désemparés luttant pour ne pas montrer qu'ils sont dépassés mais qu'ils maîtrisent encore la pandémie ? Les stéréotypes picturaux des guerres passées trouvent pour héritage l'imagerie numérique (vidéosurveillances, drones, smartphones etc.) mais la décence de la société moderne a la pudeur pour ne pas montrer les corps décharnés, les limites humaines du dévouement médical, les malades appareillés sous respirateurs luttant pour la vie et finalement ce n'est pas une information essentielle dont la violence n'est pas à montrer au public. Cela fait des malades des victimes anonymes et des corps soignants des héros mais le public aime ces moments privilégiés avec le quotidien de l'hôpital qu'il aime applaudir tous les soirs à 20 heures. La sublimation de la solidarité rentre alors dans l'inconscient collectif, comme si le combat avait rassemblé tout le monde autour de valeurs communes. Et pourtant la société est divisée, c'est oublier la demande des corps soignants d'être revalorisés, c'est oublier que la foire d'empoigne autour des masques a suscité l'indignation, c'est oublier les réformes que le pays doit engager. Mais le gouvernement a pris cette responsabilité de guider le peuple dans cette épreuve, un rôle de chef de guerre qui assoit une légitimité auparavant écornée. Alors la communication est devenue essentielle mais décentralisée aux images des journaux de télévision. Alors c'est de la responsabilité des journalistes de montrer le quotidien, ils préfèrent d'ailleurs montrer la vie en confinement des citoyens ou la guérison miraculeuse de patients plutôt que la dureté des images des respirateurs ou des agonisants, c'est une question de dignité humaine qui va avec les temps présents où la pudeur est de laisser la douleur dans l'intimité du patient. Oui c'est un conflit mais il n'y a pas d'armes à feu alors il est hors de question que les correspondants cherchent le scoop militaire quand c'est la solidarité nationale hospitalière qui mène le combat dans l'humanité et le respect de la vie à sauver. L'armée n'est intervenue qu'avec ses hôpitaux de campagne, alors on a trouvé une autre manière de renseigner les populations en diffusant des témoignages de citoyens au combat au quotidien, c'est bien un effort de guerre collectif qui est ainsi demandé mais sans montrer les victimes, celles atteintes par le coronavirus, les artistes et journalistes préférant mobiliser les forces vives de la nation autour de l'idéalisation de l'altruisme ainsi mis en lumière.

Frédéric Gilet, 14 mai 2020