

B) Liberté ou contrôle de l'information

1) L'information dépendante de l'opinion ? L'affaire Dreyfus et la presse

- 1.1) L'enracinement de la république et l'essor de la presse
- 1.2) Le traitement médiatique de l'affaire Dreyfus

2) L'information entre le marché et l'État : histoire de l'Agence Havas et de l'AFP

- 2.1) La première agence de presse : l'agence Havas
- 2.2) De 1945 à 1981 : renouveau démocratique et nouveaux médias
- 2.3) De 1981 à nos jours, libéralisation et difficultés économiques

3) Information et propagande en temps de guerre : les médias et la guerre du Vietnam

- 3.1) Guerres et contrôle des médias
- 3.2) La médiatisation de la guerre du Vietnam (1964-1973)

B) Liberté ou contrôle de l'information

Photo « Le président Franklin Delano Roosevelt lors d'une émission de radio en 1942 »

1) L'information dépendante de l'opinion ? L'affaire Dreyfus et la presse

Une 3 p221 « J'accuse, l'Aurore, 13 janvier 1898 »

Quels liens la démocratie entretient-elle avec la liberté d'information depuis la fin du XIX^e siècle ?

La presse fait-elle ou suit-elle l'opinion ?

Quel rôle la presse a-t-elle joué dans la mobilisation de l'opinion publique durant l'affaire Dreyfus ?

1.1) L'enracinement de la république et l'essor de la presse

La **liberté d'information** est indissociable de la **démocratie**. A l'exception des périodes de guerre, cette dernière est définitivement installée en France depuis la fin du XIX^e siècle. Elle repose sur le vote au suffrage universel qui reflète l'**opinion publique générale**. Or les citoyens doivent être informés afin de pouvoir faire leur choix, tandis que leurs opinions doivent pouvoir s'exprimer entre deux votes. C'est alors que les médias interviennent.

Sous la III^e République, la démocratie s'enracine alors que la presse française connaît un âge d'or et devient un **média de masse**. La **loi du 29 juillet 1881** lui confère une liberté quasi-totale et permet l'apparition de **journaux d'opinion** (*La Croix*, *L'Intransigeant*) et **d'information** comme *Le Petit Parisien*. L'essor de la presse ouvre alors un espace propice aux **débats contradictoires**, participant à la formation de l'opinion publique tout en constituant le reflet. **L'affaire Dreyfus (1894-1906)** constitue un des meilleurs exemples d'affrontement politique par presse interposée.

1.2) Le traitement médiatique de l'affaire Dreyfus

Dossier p222-223 « L'affaire Dreyfus, une campagne de presse antisémite et nationaliste »

En décembre 1894, le **capitaine Dreyfus** est condamné à la déportation sur l'île du Diable pour espionnage. En novembre 1896, *Le Matin* publie un bordereau ayant permis de condamner Dreyfus qui entraîne l'identification du coupable, **Esterhazy**, par le colonel **Picquart**. La presse relaie d'abord la condamnation du **capitaine Dreyfus**, puis peu à peu, les « preuves » censées justifier sa culpabilité. La lettre ouverte d'**Émile Zola** au président de la République, parue à la **une de l'Aurore en janvier 1898**, relance l'affaire. Dès lors, **la presse alimente un véritable feuilleton judiciaire** dans lequel des dizaines de journaux s'engagent pour ou contre la culpabilité de Dreyfus, pour ou contre la révision du procès. La **caricature**, simplificatrice et directe, devient un moyen efficace de diffuser les idées de chaque camp.

En juillet 1898, Picquart est emprisonné et Zola condamné pour son article s'exile à Londres. En août, **Jean Jaurès** écrit une série d'articles sur l'affaire dans *La Petite République*. En juillet 1889, Esterhazy reconnaît sa culpabilité dans un récit publié par *Le Matin*. En 1899, Dreyfus condamné au terme de son second procès, est gracié.

Face aux **dreyfusards** qui combattent au nom de la justice et des droits de l'homme, les **antidreyfusards** défendant l'honneur de l'armée et la raison d'Etat, alimentent une violente **campagne antisémite** contre le « Juif Dreyfus », notamment dans **La Libre Parole d'Edouard Drumont**. Le revirement progressif de la presse, d'abord majoritairement antidreyfusarde, témoigne du ralliement progressif de la frange républicaine modérée à l'idée de l'innocence de Dreyfus.

Thème 4 : S'informer, un regard critique sur les sources et modes de communication

En février 1898, 48 journaux (87% des titres et 92% des tirages) sont antidreyfusards, 3 (5% des titres et 2% des tirages) sont pour la révision du procès, 2 (7% des titres et 2% des tirages) sont Dreyfusards.

En septembre 1899, 28 journaux (52% des titres et 58% des tirages) sont antidreyfusards, 9 (16% des titres et 27% des tirages) sont pour la révision du procès, 17 (31% des titres et 15% des tirages) sont Dreyfusards.

Psst... et *Le Sifflet*, deux quotidiens consacrés à la caricature, sont fondés en février 1898 à l'occasion de l'affaire Dreyfus et se répondent mutuellement pendant toute une année.

« L'affaire Dreyfus a pris naissance et a été portée devant l'opinion publique en 1896, le jour où fut publié dans Le Matin le fac-similé du fameux bordereau.

Peu à peu, l'affaire se transforma en question politique, divisant le pays et la presse en deux camps ennemis, prêts à se mesurer, prêts à en venir aux mains. Il a fallu aux caricaturistes, bleus, blancs ou rouges, se déclarer dreyfusiens ou anti-dreyfusiens, de même que, toujours pour obéir aux nécessités du moment, ils commencent à s'appeler sémites ou antisémites.

Esclaves de l'actualité, ce grand mal moderne, journaux à images et dessinateurs sont donc forcés de descendre dans l'arène, chaque fois que surgit un événement nouveau. »

John Grand-Carteret, 1898, journaliste pionnier de l'iconologie.

Conclusion

D'abord contenue dans le huis-clos de la justice militaire, la condamnation du capitaine Dreyfus devient une affaire quand elle est médiatisée par la presse. Feuilleton judiciaire à sensation qui facilite les ventes, c'est aussi une affaire politique dans laquelle la presse d'opinion polémique et participe à la division de l'opinion publique autant qu'elle en est le reflet.

2) L'information entre le marché et l'État : histoire de l'Agence Havas et de l'AFP

Carte « L'AFP dans le monde aujourd'hui »

*Comment l'agence Havas devenue AFP se positionne-t-elle face au pouvoir économique et au pouvoir d'État ?
Comment une agence de presse comme Havas, devenue l'AFP, assume-t-elle sa mission d'information ?*

2.1) La première agence de presse : l'agence Havas

En 1835, **Charles-Louis Havas** crée à Paris la première agence d'information internationale : Havas. Dès 1845, l'adoption du **télégraphe** garantit aux journaux abonnés des nouvelles régulièrement actualisées. En dix ans, l'agence s'assure le quasi-monopole de l'information en France. La branche publicité, créée en 1852, finance la branche information, en permanente évolution technique. Très rapidement, la nature des clients se diversifie avec l'abonnement aux fils de dépêches d'entreprises et d'administrations.

Entre 1848 et 1851, le modèle fait des émules en Europe puis aux États-Unis. En 1859, pour faire face au coût élevé des transmissions télégraphiques, les agences **Reuter** (Londres), **Wolff** (Berlin), et Havas s'entendent pour se partager le monde en zone pour la collecte et la diffusion des informations. En 1870, **Associated Press** (New York) rejoint cette alliance qui prend fin en 1934.

Thème 4 : S'informer, un regard critique sur les sources et modes de communication

Le contexte de la Seconde Guerre mondiale, qui requiert la mobilisation de toutes les ressources, facilite la mainmise des États sur les organes de presse et le rétablissement de la **censure** à des fins de **propagande**. En France, la défaite de 1940 et l'occupation allemande entraînent la suspension de la liberté d'information. La branche information de l'agence Havas devient l'OFI (office français d'information) sous tutelle des forces d'occupation. A Londres, des journalistes résistants créent l'AFP (agence française de presse). D'autres créent en France une agence clandestine, l'agence d'information et de documentation (AID).

2.2) De 1945 à 1981 : renouveau démocratique et nouveaux médias

Texte 6 p226 « Informer : la première dépêche AFP (20 août 1944) »

A la **Libération**, la démocratie et la liberté de l'information sont rétablies, tandis que la presse est restructurée. Les journaux ayant continué de paraître sous l'Occupation sont interdits. La presse se diversifie : la **presse quotidienne régionale** (Midi Libre, Ouest France) et les **magazines d'information** se développent (L'Express, Le Nouvel Observateur) tandis que la **presse quotidienne nationale** se renouvelle (Le Monde).

En août 1944, d'anciens agenciers et des journalistes issus de la Résistance émettent depuis les locaux d'Havas la première dépêche de ce qui va devenir l'**Agence France-Presse (AFP)**, placée sous la tutelle de l'État. Elle est considérée par le pouvoir comme un **outil de présence et d'influence sur la scène internationale**. Elle est étroitement liée à la volonté politique de défendre la France dans le monde et de faire entendre sa voix.

En 1957, cette dernière est privatisée et dotée d'un statut spécifique lui assurant ressources (aides de l'État) et indépendance. **L'agence doit répondre à sa mission de produire « de façon régulière, une information exacte, impartiale et digne de confiance au rayonnement mondial »**. C'est un organisme autonome doté de la personnalité civile et dont le fonctionnement est assuré suivant les règles commerciales. L'AFP ne peut tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; **elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique**.

Contrairement à la presse écrite, la radio et la télévision sont sous monopole d'État. Médias dominants, elles sont gérées par l'intermédiaire de la **RTF** (Radiodiffusion-télévision françaises) puis **l'ORTF** (Office de radiodiffusion-télévision françaises en 1964). Le gouvernement, par le biais du **ministère de l'information**, contrôle et censure le contenu des émissions et les prises de parole politiques.

Des **radios « périphériques »** (*Radio Luxembourg, Europe 1*) se développent. Elles émettent de l'étranger pour faire entendre des **voix divergentes** de celles des radios officielles. La censure est l'objet de critiques récurrentes, en particulier lors de la crise de 1968, aboutissant en **1974 à la suppression de l'ORTF** et du ministère de l'information.

2.3) De 1981 à nos jours, libéralisation et difficultés économiques

Texte 9 p227 « Le directeur de l'AFP de Bagdad face aux défis de la presse »

Dossier p226-227 « L'AFP, une agence de presse de dimension internationale »

Dans le cadre de la mise en œuvre de la **généralisation de la liberté de l'information**, les **radios libres** sont autorisées à émettre, puis la **loi du 29 juillet 1982 affirme que « la communication audiovisuelle est libre »**. Le paysage audiovisuel s'enrichit de nouvelles chaînes privées comme *Canal +* en 1984, la 5° et la 6° en 1985. **La diversification de l'offre télévisuelle s'accélère** au début du XXI° siècle, avec le câble, le satellite et la TNT. Les **chaînes d'information en continu**, inventées aux États-Unis, se développent en France.

Thème 4 : S'informer, un regard critique sur les sources et modes de communication

Il existe toujours un service public de l'information. Ce sont les chaînes du groupe *France Télévision* et du groupe *Radio France*. Leur liberté est garantie par le **Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)**, autorité indépendante du gouvernement, qui veille au **pluralisme politique**, défend la **liberté de communication** audiovisuelle et participe à la **nomination des dirigeants des entreprises publiques de médias**.

Les **médias traditionnels** sont cependant entrés dans une période de crise parallèle à celle de la démocratie. Depuis le début du XXI^e siècle, la **révolution numérique** bouleverse la façon de s'informer. Par ailleurs, la **concentration des entreprises de presse s'accroît**. Détenues par des patrons de grandes entreprises (*LVMH, Dassault, SFR*), leur dépendance à l'égard du système économique s'accroît, alimentant la défiance des Français à l'égard des journalistes.

En 1999, le président de l'AFP propose un plan de privatisation de l'agence qui suscite une vive opposition et est finalement abandonné. En effet, l'État demeure le premier client de l'AFP par le biais d'abonnements qui représentent la moitié de son chiffre d'affaires. Ni établissement public, ni société privée, l'AFP est une espèce de coopérative où la presse française est à la fois cliente et administrateur. Agence à vocation mondiale, l'AFP n'a jamais pu se donner les moyens de cette ambition ou les obtenir auprès de l'État. Comment financer son développement et ses missions face aux mutations du monde des médias tout en préservant son indépendance vis à vis de acteurs économiques privés ?

Aujourd'hui, l'AFP est l'une des trois grandes agences mondiales d'information, 201 bureaux dans 151 pays pour 5000 dépêches par jour en 6 langues. Dans un contexte de forte concurrence, elle est confrontée à un manque chronique de moyens financiers. En 2017, le budget de l'AFP est composé aux deux tiers de recettes commerciales, et pour un tiers des sommes versées par l'État en compensation de **la mission d'intérêt général** assuré par l'agence. « **L'AFP est un actif stratégique du soft power français** » Emmanuel Hoog, patron de l'AFP en 2017.

Conclusion

Produit d'une initiative privée contemporaine du développement du télégraphe, l'agence Havas, devenue AFP en 1944, est au cœur des enjeux économiques et politiques d'une information mondialisée. Outil planétaire de collecte d'informations fiables à destination de la presse nationale mais aussi des décideurs politiques et économiques, c'est aussi un vecteur de diffusion du soft power de la France dans le monde.

3) Information et propagande en temps de guerre : les médias et la guerre du Vietnam

Photo « Soldats américains interrogés par un journaliste de NBC, Vietnam 1970 »

Entre information et propagande, pourquoi les médias peuvent-ils être considérés comme un acteur majeur de la guerre du Vietnam ?

Comment l'impact médiatique de la guerre du Vietnam explique-t-il en partie la défaite étatsunienne ?

3.1) Guerres et contrôle des médias

En période de guerre, la liberté de l'information est remise en cause, y compris dans les pays démocratiques. Au XX^e siècle, la guerre devient totale et mobilise les civils autant que l'armée. L'État contrôle alors la diffusion de l'information et utilise les **médias comme moyens de propagande**.

Thème 4 : S'informer, un regard critique sur les sources et modes de communication

Les journalistes s'interrogent sur leur positionnement. A la fois journalistes et citoyens, ils sont soumis à une exigence qui peut devenir contradictoire entre leur devoir d'informer et celui de soutenir leur pays.

Pendant la Première Guerre mondiale, la liberté de la presse, établie en France depuis 1881, est suspendue. La **loi du 4 août 1914** rétablit la **censure** et, surtout, la presse s'**autocensure** par **esprit patriotique**. La propagande se généralise et devient systématique, on parle alors de « **bourrage de crâne** ».

Pendant la Seconde Guerre mondiale, les États exercent toujours un contrôle étroit sur la presse. Ce contrôle concerne aussi la **radio** et le **cinéma**, chargés de mobiliser l'opinion et d'assurer une **propagande de masse**. **Par exemple, en France, dès 1940, la censure est rétablie**. Après la défaite face à l'Allemagne nazie, le contrôle sur la presse, la radio et les actualités cinématographiques est total : il est effectué par l'Allemagne en zone occupée, par le gouvernement de Vichy dans la zone Sud. **Les médias libres sont ceux de la résistance** : la radio depuis Londres (les résistants gaullistes utilisent la **BBC**), la presse clandestine des mouvements de résistance sur le territoire.

3.2) La médiatisation de la guerre du Vietnam (1964-1973)

L'intervention militaire étatsunienne au Vietnam s'inscrit dans le cadre de la lutte contre l'expansion du communisme. Elle se traduit d'abord par des bombardements massifs sur le Nord-Vietnam, puis par la présence d'un **contingent toujours plus nombreux de soldats** pour assurer la défense et l'existence du Sud-Vietnam (23 000 en 1965, 540 000 en 1969).

Photo 1 p228 « Kennedy en conférence de presse en novembre 1961 »

L'armée, dont les **conférences de presse quotidiennes** fournissent les informations officielles sur le conflit, a reçu comme consigne de faciliter le travail des journalistes qui disposent d'une grande liberté pour se déplacer. Les premiers reportages insistent sur le quotidien des GI's et interrogent peu les raisons du **conflit dont la légitimité n'est pas remise en cause**.

En janvier 1968, l'offensive du Têt, lancée par les Viêt-Cong et les soldats nord-vietnamiens qui assaillent simultanément une centaine de villes du Sud-Vietnam, constitue un tournant. En effet, bien que cette offensive soit un échec militaire, elle est filmée en direct par les caméras des journalistes occidentaux. Ainsi **vécue en direct à la télévision**, elle fait littéralement entrer la guerre dans les foyers étatsuniens.

« La guerre survenait en direct, dans les rues, devant les journalistes et les caméras des actualités.

Normalement, les responsables encadrent les images de télévision de leurs explications à partir desquelles les journalistes construisent leur commentaire en voix off.

L'offensive du Têt a perturbé pendant un temps cette relation étroite entre les sources et les messages télévisés.

L'image a submergé la parole »

R. Entman et D. Paletz, *La guerre du Vietnam et l'opinion publique américaine*, 1991.

Thème 4 : S'informer, un regard critique sur les sources et modes de communication

Vidéo « La carrière de W. Cronkite en 10 dates »

Texte 9 p231 « Un journaliste retourne l'opinion publique »

Photo « Cliché d'Eddie Adams paru à la une du *New York Times* le 2 février 1968 »

Texte « Eddie Adams en 2001 »

Une « The plain dealer, 20 novembre 1969 »

Photo 5 p230 « Montrer la réalité crue : le rôle du journalisme de guerre »

En exprimant leurs doutes sur la capacité des États-Unis à sortir vainqueurs d'un conflit en permanente escalade et en témoignant du quotidien de la guerre (dégâts physiques et psychologiques des GI's, bombardements, victimes civiles, crimes de guerre), **les médias participent au retournement progressif de l'opinion publique**. De son côté, la **propagande nord-vietnamienne** utilise à son profit les mêmes images pendant que ses reporters photographes immortalisent la lutte du peuple vietnamien contre « l'impérialisme américain ».

Les commentaires du journaliste le plus populaire des États-Unis, **Walter Cronkite** sur **CBS**, constatant l'échec militaire de l'armée américaine, la photographie **d'Eddie Adams** parue à la une du *New York Times* le 2 février 1968 (prix Pulitzer 1969), celle **Nick Ut** (prix Pulitzer 1973), la médiatisation du **massacre de Mi Lay**, participent entre autres, à l'érosion du soutien public à la cause américaine au Vietnam. Les partisans de l'escalade sont 50% en 1967, 25% en 1971, ceux du retrait, sont 10% en 1967, 70% en 1971. **La manifestation pacifiste massive le 24 avril 1971** à Washington incarne cette tendance.

Toutefois, le président **Nixon** promet le retrait progressif des troupes étatsuniennes du Vietnam et la « vietnamisation » du conflit dès novembre 1968. Le 12 août 1972, les dernières troupes terrestres de combat étatsuniennes quittent le Sud-Vietnam et les accords de Paris le 27 janvier 1973 mettent fin au conflit. Le 29 mars 1973, les dernières troupes étatsuniennes quittent le Sud-Vietnam.

Texte 9 p211 « La guerre du Golfe en 1991 : l'histoire en direct »

A la fin de la guerre, le gouvernement étatsunien considère les images « chocs » de la guerre comme l'un des premiers facteurs d'affaiblissement du soutien des citoyens. Lors de la **guerre du Golfe en 1991**, l'armée, forte des leçons de la guerre du Vietnam, limite considérablement la liberté des journalistes au profit d'une propagande assumée.

Conclusion

L'encadrement de l'opinion publique en période de guerre, en fortiori dans les régimes démocratiques, est une nécessité difficile à concilier avec la liberté de la presse. Les médias, soumis aux contraintes patriotiques, deviennent des outils de la guerre. Dans le cadre de conflits idéologiques ou coloniaux plus lointains, l'unanimité de l'union sacrée peut être remise en cause par le dévoilement par la presse de la réalité crue de la guerre, comme lors de la guerre du Vietnam. Depuis, la maîtrise de la communication devient un enjeu militaire à part entière.

Tableau « Liberté ou contrôle de l'information, un débat politique fondamental »