

Archived Content

Information identified as archived on the Web is for reference, research or record-keeping purposes. It has not been altered or updated after the date of archiving. Web pages that are archived on the Web are not subject to the Government of Canada Web Standards.

As per the [Communications Policy of the Government of Canada](#), you can request alternate formats on the "[Contact Us](#)" page.

Information archivée dans le Web

Information archivée dans le Web à des fins de consultation, de recherche ou de tenue de documents. Cette dernière n'a aucunement été modifiée ni mise à jour depuis sa date de mise en archive. Les pages archivées dans le Web ne sont pas assujetties aux normes qui s'appliquent aux sites Web du gouvernement du Canada.

Conformément à la [Politique de communication du gouvernement du Canada](#), vous pouvez demander de recevoir cette information dans tout autre format de rechange à la page « [Contactez-nous](#) ».

La relation militaro-média au Canada : une relation à bonifier

By/par

Colonel Alain Boyer

20 juin 2002

This paper was written by a student attending the Canadian Forces College in fulfillment of one of the communication skills requirements of the Course of Studies. The paper is a scholastic document, and thus contains facts and opinions which the author alone considered appropriate and correct for the subject. It does not necessarily reflect the policy or the opinion of any agency, including the Government of Canada and the Canadian Department of National Defence. This paper may not be released, quoted or copied except with the express permission of the Canadian Department of National Defence.

La présente étude a été rédigée par un stagiaire du Collège des Forces canadiennes pour satisfaire à l'une des exigences du cours. L'étude est un document qui se rapporte au cours et contient donc des faits et des opinions que seul l'auteur considère appropriés et convenables au sujet. Elle ne reflète pas nécessairement la

P

Résumé

Dès l'époque de la guerre de Corée, la relation militaro-média s'est détériorée au point où, aujourd'hui, nous sommes en droit de la qualifier de houleuse, voire tendue. Caractérisée par un manque de confiance, cette relation se nourrit maintenant de préjudices et de perceptions négatives qui sont entretenus dans les deux camps en présence. Dans cet essai, nous verrons que la mission respective des FC et des médias est à l'origine cette difficile relation, que l'évolution technologique a occasionné des pressions additionnelles sur la communauté militaire, tant au niveau de l'augmentation des demandes pour obtenir de l'information qu'au niveau du temps de réaction pour la fournir et que le cadre institutionnel actuel nuit à l'initiative des chefs et du MDN dont la marge de manœuvre est fâcheusement réduite à un mode défensif plutôt que proactif. Cet essai conclut qu'une amélioration de notre compréhension des médias est nécessaire à travers un processus éducatif cohérent et exhaustif tout au long du processus du développement professionnel des militaires. Une approche innovatrice avec les divers collègues dans lesquels le journalisme est enseigné sera aussi proposée.

La relation militaro-média au Canada : une relation à bonifier

Introduction

La relation militaro-média trace une étrange courbe évolutive. Il n'y a pas si longtemps, Dwight D. Eisenhower considérait les journalistes comme des «quasi-officiers d'état-major»¹, c'est-à-dire comme des membres à part entière de son équipe vouée à la victoire. Patriotiquement impliqués dans la guerre idéologique qui prévalait à l'époque, les journalistes acceptaient d'emblée de jouer le jeu de la hiérarchie militaire. Les échanges entre partenaires étaient courtois et stables. De nos jours, aucun commandant ne jouit d'autant de quiète collaboration. Dès la guerre de Corée, la relation militaro-média s'est détériorée au point où, aujourd'hui, nous sommes en droit de la qualifier de houleuse, voire tendue. Caractérisée par un manque de confiance, cette relation se nourrit maintenant de préjugés et de perceptions négatives qui sont entretenus dans les deux camps en présence.

Au Canada, le fond du baril a été atteint lors de l'enquête sur la Somalie. Pourquoi à ce moment précis ? Les médias ne faisaient-ils pas leur boulot, soit celui d'informer le public ? Si ! Mais au grand dam de la Défense nationale, des événements regrettables s'y déroulèrent et les journalistes prirent le parti d'exploiter à la une de leurs gazettes cette histoire sombre et fâcheuse. Certes, une histoire qui devait être relatée.

Les Forces canadiennes ont renouvelé leur politique des affaires publiques en 1998. Celle-ci met à présent l'accent sur l'ouverture et la transparence afin que le public puisse être informé de façon précise et factuelle. Malgré ces changements, la relation militaro-média souffre toujours d'un négativisme chronique dont elle a peine à se défaire.

Dans cet essai, nous avancerons que la relation en question gagnerait à être bonifiée par le biais d'une instruction ponctuelle et appropriée dont le but serait de favoriser une meilleure compréhension entre les protagonistes en présence et d'éliminer les perceptions erronées qui tardent à disparaître.

Dans cette optique, nous débuterons notre essai en jetant un regard analytique sur le cadre institutionnel du ministère de la Défense nationale et des Forces canadiennes afin de cerner les difficultés inhérentes à son processus interne. Nous poursuivrons en examinant les positions respectives des militaires et des médias afin d'en faire ressortir les points de frictions. Par la suite, nous nous tournerons vers la révolution technologique survenue dans le monde médiatique et en identifierons les conséquences sur la communauté militaire. Finalement, nous proposerons une piste permettant d'améliorer cette relation chancelante via l'accès à une éducation appropriée.

Cadre institutionnel

Ces dernières années, le ministère de la Défense nationale (MDN) et les Forces canadiennes(FC) ont renouvelé leur politique d'affaires publiques. En effet, toute une série de directives et d'ordonnances administratives relatives à la défense (DOAD) a été publiée et mise en vigueur en mars 1998. La politique des affaires publiques (DOAD 2008-0) du MDN et des FC consiste² à :

informer les Canadiens de leurs politiques, programmes, services, activités, opérations et initiatives d'une manière précise, complète, objective, opportune, pertinente, compréhensible, ouverte et transparente, dans les limites de la loi ;

tenir compte des opinions et préoccupations du public lorsqu'ils planifient, élaborent et mettent en œuvre des politiques, programmes, services et opérations ;

intégrer complètement les Affaires publiques (AP) dans le processus décisionnel en ce qui concerne l'élaboration des politiques, la conception des programmes, la prestation des services et les opérations militaires ;

coordonner la planification des AP et l'exécution des programmes, y compris les communications internes, à l'intérieur d'un cadre ministériel fondé sur le partenariat entre les commandants, les gestionnaires du MDN et les professionnels des AP.

Cette politique est de plus encadrée par six DOAD additionnelles qui couvrent les domaines suivants : responsabilités en matière d'affaires publiques, relations avec les médias et annonces publiques, gestions des problèmes et des crises, affaires publiques, doctrine

militaire et opérations des Forces canadiennes, planification et exécution du programme d'affaires publiques et, finalement, diffusion d'information sur Internet.

Après une lecture détaillée de toutes ces directives, une nette impression de contrôle omniprésent venant du Quartier général de la Défense nationale s'en dégage. Cette impression s'explique aisément. Malgré l'accent mis sur la responsabilisation de tous les commandants vis-à-vis les AP, ces derniers sont par ailleurs restreints dans leurs actions par quantité de directives qui amputent leur initiative lorsqu'ils sont confrontés à un problème ou à une crise demandant une réponse immédiate en matière d'AP. À notre avis, cette situation ambiguë suscite chez eux une tendance, à la fois instinctive mais fâcheuse, à relayer le problème vers l'échelon supérieur, à adopter une approche minimaliste dans leur programme d'AP ou à ne point agir du tout. La mentalité d'erreur-zéro (zero-defect), largement répandue, contribue en outre à leur défendre de prendre le moindre risque avec les médias, vu la trop grande visibilité qui pourrait résulter de leurs actions au niveau national.

Les rouages de la machine administrative sont en outre encombrés par le fait que les Forces canadiennes sont non seulement une institution rigide dans ses processus d'opérations, mais aussi qu'elles sont subordonnées à l'appareil gouvernemental. L'intérêt que manifeste le gouvernement face à tout ce qui touche les médias vient, derechef, compliquer le cadre institutionnel dans lequel les chefs doivent gérer leurs AP et par le fait même, leur relation avec les médias. Comme l'affirme si à-propos Denis Stairs, «notre [MDN] créneau est le domaine de la sécurité et nos maîtres quant à eux sont politiciens».³

Alors ? Que faut-il conclure à la suite de ce constat ? D'abord, il faut comprendre l'intérêt légitime que manifeste le gouvernement lorsque le MDN fait la une des journaux. Nous devons nous en accommoder et composer du mieux possible avec cette réalité qui, soulignons-le, ne disparaîtra pas de sitôt. D'emblée, nous devons admettre que nous partons avec une longueur de retard. Voilà la dure réalité ! Les médias exigent de la rapidité dans le

traitement de la nouvelle. Le système militaire, quant à lui, fonctionne lentement et de manière onéreuse. Une affirmation du colonel Coleman, ancien Directeur général intérimaire des affaires publiques, traduit le dilemme avec justesse : « En temps de paix les médias ont des heures de tombée serrées et les militaires ont la bureaucratie »⁴.

Pour leur part, les commandants mesurent l'importance des AP, mais on comprendra qu'ils répugnent à agir lorsqu'ils sont confrontés à un cadre institutionnel qui leur impose un processus complexe qui plus souvent qu'autrement échappe à leur champ d'autorité. En avance sur son temps, Napoléon avait bien compris l'importance des médias lorsque jadis il s'écria : « quatre journaux hostiles sont plus à redouter que 10,000 baïonnettes ».

Le choc des cultures

Deux entités aux perceptions aussi différentes que les militaires et les médias peuvent-elles un jour coexister harmonieusement ? Nous croyons que de poser la question sous cet angle fausse la réalité. À vrai dire, la principale distinction entre ces entités réside au niveau de la présentation des faits. D'une part, les membres des médias exigent une transparence sans équivoque. Cette demande est forcément associée à la poursuite de leur mission, soit celle d'informer le public. En d'autres mots, leur rôle « en relation avec le gouvernement a été décrit comme un rôle de surveillance »⁵ (watchdog). À l'opposé se trouvent les militaires qui, par formation et nécessité, se veulent plutôt discrets. Mentionnons à leur décharge que la vie de leurs collègues dépend souvent de cette même discrétion. Cette qualité honnie des médias est d'ailleurs inhérente à la mission des militaires, soit celle qui consiste à protéger le Canada de toutes menaces éventuelles. La distinction ainsi notée entraîne inévitablement une friction importante entre les deux entités. Du point de vue des médias, le manque de transparence des militaires dénote un manque de confiance inacceptable ou pire, une tentative de camouflage.

Rapportons ici quelques statistiques qui soutiendront cet énoncé. D'abord, un sondage effectué en 1995 aux États-Unis nous révèle que les «médias pensent à 99% que les militaires gardent des secrets afin ne pas recevoir une couverture négative»⁶. Camouflage ! De plus, ce même sondage suggère «que les militaires gardent des secrets car ils n'ont pas confiance en l'habileté des médias à faire une couverture juste. Les médias croient en cette proposition à 98%»⁷. Bien que ce sondage ait été réalisé aux E.U., pays auquel le Canada s'identifie sur une foule de facettes, nous le considérons révélateur du point de vue canadien.

Dans la relation entre les militaires et les médias, une myriade de perceptions négatives fourmillent. En tout premier lieu vient la méfiance des militaires envers les médias. Les militaires ont la perception que la couverture médiatique leur ait généralement négative. La réalité est cependant toute autre. En effet, selon une récente étude, dont l'objectif visait à compiler les articles traitant de la défense dans *The New York Times*, *The Washington Post* et *The Washington Times*, il n'y en avait que peu à teneur négative et une majorité à teneur neutre ou positive dans l'ensemble des reportages.⁸ Si la perception des militaires canadiens perdure, c'est que la nature humaine réagit toujours plus violemment devant des commentaires négatifs que devant des commentaires positifs. De plus, «les militaires ont l'impression que les médias sont tout le temps à la recherche de la bête noire».⁹ Ils considèrent que les médias ont tendance à trop simplifier les problématiques et manque d'objectivité dans leurs reportages. Finalement, ces reportages glissent trop souvent sur la pente du sensationnalisme, du personnel ou du dramatique au lieu de se concentrer sur les problèmes de fond. Denis Stairs semble affirmer que tout ceci n'est pas seulement du domaine des perceptions, mais bien celui de la réalité du monde des médias quand il écrit : «L'antipathie qu'ont les militaires envers les médias ne tire pas sa source du débat des problématiques mais plutôt de la tendance qu'ont les médias à trop simplifier et à mettre l'emphase sur le côté personnel de la nouvelle».¹⁰

Du côté des médias, les militaires sont perçus comme étant trop portés sur le secret. Autrement dit, les militaires prennent trop souvent refuge derrière le paravent de la raison de sécurité au goût des médias. En vérité, la gestion de l'information en temps de guerre ne saurait être la même qu'en temps de paix et les militaires doivent effectivement apprendre à nuancer. La récente politique des AP qui fait la promotion des concepts de transparence et d'ouverture devrait efficacement contribuer à réduire la méfiance des membres des médias envers les militaires si elle est mise en pratique. Comme nous l'avons déjà dit, les médias veulent tout savoir et désire pleine liberté de parole et de mouvement. Les militaires sont vus comme limitant trop la marge de manœuvre des médias puisqu'ils limitent leur accès aux troupes ainsi que leurs déplacements physiques. Le général (ret.) Manson semble donner raison aux médias, lorsqu'il affirme :

*There is a legacy of mistrust on the part of the media towards the military, who were often seen restricting information more to protect themselves and their reputations than to protect national security... The military's historic obsession with secrecy has exacted a heavy price in the lingering suspicion which colours today's relationship.*¹¹
Sur ce, voyons quelles sont les caractéristiques de deux entités mises en présence.

D'un côté, nous avons les militaires disciplinés et conservateurs, évoluant dans une organisation hiérarchisée souvent fermée sur elle-même tout en étant au service du gouvernement.¹² Selon Denis Stairs, «ses membres sont focalisés sur la performance de la mission en respectant des traditions qu'ils tiennent pour vérité».¹³ De l'autre côté, nous avons les médias qui se veulent les défenseurs du droit à l'information, les champions de la liberté de parole, enfin, les protecteurs de la démocratie. Ses membres ont à cœur les intérêts des citoyens et le «discours qu'ils livrent est celui du débat public».¹⁴

À ce stade-ci de notre essai, il serait plutôt intéressant de mettre en relief les similitudes entre les deux entités. Alan Hooper dans son livre *The military and the media*, cerne les points suivants grâce à sa connaissance intimiste des salles de presse et des plateaux de télévision. Officier dans les Royal Marines, il en arrive à la conclusion suivante :

*The newsman and the military officer consider many of the same qualities to be important in their respective professions : initiative, responsibility, professionalism, dedication, efficiency, teamwork, delegation of authority, self-discipline, forward planning and flexibility.*¹⁵

Alan Hooper dévoile aussi une facette non négligeable au sujet de la loyauté des membres des deux professions : «Le soldat doit sa loyauté à son supérieur, l'officier à ses subordonnés ; le reporter doit sa loyauté à son éditeur et l'éditeur à son public».¹⁶

Maintenant que nous connaissons un peu plus ce qui motive les deux entités en question, nous comprendrons mieux les points de friction que ce mariage forcé entraîne.

En terminant sur cet aspect de la problématique, livrons une dernière perception propre au contexte canadien. Plus tôt, nous avons fait état de la politique des affaires publiques, qui prône haut et fort l'ouverture et la transparence afin d'informer les Canadiens. Cependant, un reporter participant à un séminaire regroupant des officiers et des membres des médias émit l'opinion que cette nouvelle politique d'ouverture n'était qu'un écran de fumée et qu'il ne ressentait nullement cette ouverture dans la réalité.¹⁷

Que devons-nous déduire de ce qui précède ? Premièrement, la mission respective de chacun émerge comme étant l'élément qui se trouve à la base d'une relation que nous avons qualifiée de houleuse et tendue. Deuxièmement, les fonctions professionnelles de ces membres requièrent des attributs étendus. Troisièmement, les perceptions que ces membres entretiennent vis-à-vis les uns des autres sont effectivement réelles puisqu'elles découlent de l'essence même de leurs fonctions fondamentales. Chacune de ces constatations nous permet de conclure que les forces en présence se connaissent mal. Sont-elles pour autant condamnées à entretenir de piètres relations pour le reste de leur existence ? Nous sommes d'avis que les choses peuvent s'arranger et nous proposerons plus loin une solution qui devrait bonifier ce mariage de raison.

La révolution technologique

Ayant examiné le cadre institutionnel propre aux entités militaire et médiatique, ainsi que le choc des cultures qui en résulte, il nous apparaît à présent essentiel de cerner l'impact que les avancées technologiques ont produit sur cette relation mouvementée. En effet, nous croyons que la révolution technologique complique la gestion de la relation. Grâce à la technologie nouvelle, les médias ont maintenant une plus grande liberté d'action.

Prenons quelques instants de réflexion pour circonscrire les éléments de cette révolution technologique déjà manifeste durant la guerre du Golfe. Sitôt ce conflit terminé, la liste des innovations suivantes a été dressée : courriel, communications ordinateur à ordinateur, transmission digital de photographies, téléphone satellitaire portable, imagerie satellitaire commerciale, Internet, terminal satellitaire portable, graphique digital.¹⁸ Toute cette nouvelle technologie engendre des répercussions importantes au sein de l'industrie de la communication. Dans un premier temps, nous voyons apparaître une explosion des sources d'information en commençant par l'avènement des stations de télévision spécialisées sur la diffusion des nouvelles. La chaîne CNN étant le leader de l'industrie. Aujourd'hui, ces sources ont le pouvoir de sélectionner de façon discrétionnaire les événements, dramatiques ou non, qui sont diffusés sur les ondes. Beaucoup de drames, si affreux soient-ils, ne sont pas rapportés par ces sources. Du coup, le monde entier doit passer par le filtre discrétionnaire de ces géants de l'information pour connaître les événements qu'ils jugent digne d'intérêt. En outre, ces sources parviennent à nous rapporter leur version des événements d'une façon instantanée. En d'autres mots, «La télévision nous livre l'instant présent ; une rétroaction immédiate pour les soldats et les politiciens».¹⁹

Des conséquences majeures s'ensuivent. Au niveau tactique, des répercussions stratégiques peuvent découler d'un quelconque événement dès qu'il exige de l'institution militaire une réaction rapide afin de répondre dans les plus brefs délais à la demande

médiatique. La multiplication exponentielle du nombre de médias d'information a enclenché une course effrénée à la recherche de contenu qui est soit trop superficiel au niveau de l'analyse, soit teinté de sensationnalisme. Résultat, l'opinion publique subit l'influence de ce qu'elle voit sur les écrans de TV. Au bout du compte, c'est cette manipulation de l'opinion publique qui décidera de l'action des gouvernements, comme ce fut le cas lors de l'intervention en Somalie et/ou au Rwanda. L'événement est là où se trouve la caméra. Celle-ci peut donc, à sa guise, intentionnellement ou non, donner une version faussée ou trop simplifiée de l'événement. Ce faisant, elle complique considérablement la tâche des militaires, qui après coup, doivent faire entendre et faire comprendre leur version des faits. Une image vaut mille mots même si cette image est hors contexte. De facto, avec sa spontanéité et tous ces défauts, la télévision est devenue le médium de choix de la population. Il faut en être conscient.

Toute cette technologie a, on s'en doute, des répercussions sur la relation symbiotique qu'entretenaient les militaires et les médias sur un théâtre d'opérations. Par le passé, en effet, l'institution militaire imposait son veto sur les médias par l'entremise de censure ou de directives éditoriales. Les journalistes se voyaient limiter l'accès au terrain proprement dit ou devenaient tout simplement *persona non gratta*.²⁰ Aujourd'hui, la technologie « implique qu'un reportage peut être acheminé immédiatement, indépendamment et sans censure. Le cordon ombilical qu'avait l'armée sur les médias a disparu ». ²¹ Cette liberté pose une menace à la sécurité opérationnelle des troupes. Les militaires ont à composer avec cette réalité dans l'ébauche et l'exécution de leurs missions. Évidemment, chaque cas est unique, mais les médias ont maintenant une marge de manœuvre plus grande qu'autrefois grâce à la technologie.

Après ce bref examen, que retenons-nous de cette évolution technologique sur la relation militaro-média ? Premièrement, que les militaires doivent être en mesure de répondre

rapidement à une situation médiatique sinon les médias rapporteront l'événement à leur façon, avec images trompeuses ou non à l'appui. Deuxièmement, que les militaires seront de plus en plus appelés à transiger avec les médias vu l'explosion de leur nombre et de leurs besoins insatiables pour la nouvelle. Troisièmement, que la tâche qui consiste à justifier nos actions sera d'autant plus compliquée que la nouvelle proviendra de l'endroit où est situé la caméra. Et plus encore, si celle-ci ne transmet pas la gravité ou la complexité de l'événement. Quatrièmement, les médias seront toujours en quête de reportages et la pression du processus médiatique influencera toujours leurs qualités. En conséquence, le MDN et les FC ont intérêt à devenir proactifs c'est-à-dire à être ceux qui présentent la nouvelle. Pour reprendre les paroles du général Dugan, « ... la défense doit générer les faits qui supportent un reportage que les médias veulent publier car un reportage va définitivement être publié». ²² Finalement, il est primordial de développer une saine relation avec les médias afin de leur faire saisir les conséquences que peuvent avoir un reportage non-censuré sur la vie des troupes.

Vers une bonification des relations

À l'heure actuelle, la situation semble peu favorable à une amélioration des relations. Sommes-nous pour autant condamnés à en pâtir ad vitam eternam ? Nous croyons que non. Tout de go, il nous apparaît évident que les deux entités dont il est ici question ne se connaissent que très mal. Comme piste de solution, nous proposons une démarche qui visera à rectifier et à améliorer l'état des connaissances de l'une vis-à-vis de l'autre. En ayant une meilleure compréhension du rôle, de la mission et du processus de fonctionnement des entités en présence, chacun pourra bonifier son rapport à l'autre et ainsi créer une relation plus efficace. Chacun respectant les différences et besoins de l'autre. En un mot éduquons-nous ! Faisant rapport d'un discours prononcé par Jocelyn Coulon, ancien journaliste et spécialiste du secteur de la défense, les organisateurs d'un symposium sur la relation militaro-média semblent ouvrir la voie vers cette piste :

*Coulon's practical, passionate presentation provided a useful adjunct to the often gratuitous attacks on media credibility made by some of the military's defenders, while at the same time demonstrating that, like the military, awareness of the institutional and professional context of media operations is critical in understanding how the estate treats the objects of its attention.*²³

Plusieurs instances militaires nous diront que des efforts considérables ont déjà été mis en œuvre pour mettre nos membres au parfum au sujet des médias. D'emblée, nous rétorquons qu'il n'en est rien. Nous basant sur notre propre expérience de plus vingt-cinq ans dans les FC, expérience acquise au niveau du commandement d'un escadron de chasse et d'une force opérationnelle à l'étranger, nous pouvons affirmer que nous n'avons bénéficié que d'une journée de formation dans le cadre du Collège d'état-major. Sûrement, des changements sont survenus depuis, mais il existe encore, à notre avis, d'importantes lacunes.

Considérant la présence accrue des médias dans les plates-bandes militaires, il est plus que nécessaire de revoir en profondeur le contenu offert qui pivote simplement sur des techniques d'entrevues tout en laissant de côté l'explication plus approfondie sur la raison d'être des médias proprement dit. De plus, il faut repenser le moment où la formation est dispensée afin d'être cohérent du début à la fin de la formation professionnelle. Finalement, il faut revoir et attribuer la responsabilité d'exécution à chacune des étapes. Nous ne suggérons nullement que tout doit être dispensé à l'intérieur des syllabus des divers collèges ou écoles de formation professionnelle, mais le cursus doit être clairement établi et les responsabilités clairement attribuées. Nous croyons que l'observation de Hooper, qui notait déjà cette lacune en 1982 au sein des Forces britanniques, est toujours valide pour les FC : «L'entraînement sur les médias doit être planifié et exécuté progressivement à chaque stage de la carrière afin de doter l'officier d'outils adéquats pour chacune des étapes de sa carrière».²⁴ Nous croyons fermement qu'avec une meilleure formation les perceptions négatives des militaires vis-à-vis des médias pourront être éliminées. L'effet obtenu se traduira par une aisance accrue de la part de nos chefs dans leur relation avec les médias et par l'avènement de la concrétisation

d'un sentiment de confiance en soi si nécessaire aux chefs qui se veulent proactifs dans le domaine des médias, malgré un cadre institutionnel rigide. Cela dit, notre recherche nous a permis de constater qu'il n'existe au sein des FC aucun groupe responsable pour la totalité de la coordination et l'élaboration d'un plan d'éducation sur les médias. Nous souhaitons que cette lacune soit corrigée au plus tôt.

On aura saisi qu'il ne s'agit pas que d'éducation formelle, mais aussi d'expérience sur le terrain. Quinze ans plus tôt, un jeune officier, le major Ryan, nous suggérait d'intégrer les médias dans les exercices que nous tenons. «Ceci aurait deux bénéfices, disait-il, soit d'offrir la chance aux commandants d'intégrer l'aspect média tout en éduquant les médias sur les FC».²⁵ Notre expérience nous indique que nous n'avons pas réussi à mettre en pratique, du moins pas de façon universelle, cette suggestion. Bien sûr, l'excuse courante qui nous est servi est que les médias ne sont pas intéressés par cette formule vu leur manque de ressources financières autant qu'humaines. Qu'à cela ne tienne! Une approche innovatrice avec les écoles de journalisme du pays aurait raison de ces difficultés. En effet, pourquoi les étudiants de cette profession ne se joindraient-ils pas à nos exercices militaires à titre de journalistes? Qu'est-ce qui les empêchent de compléter leur formation en couvrant nos activités en tant que membres effectifs de la presse écrite ou des médias électroniques, de réaliser des interviews avec nos soldats et de produire des reportages ou articles pour leurs éditeurs, en l'occurrence leurs professeurs. Cette suggestion éminemment pratique créerait une situation gagnante pour les uns et les autres. En simulant divers scénarios, les militaires et les apprentis journalistes démystifieraient leurs rôles respectifs et en acquerraient ainsi une meilleure compréhension. Ne serait-ce pas merveilleux de dissiper en début de carrière les perceptions erronées des uns et des autres ? Il nous semble qu'il s'agit là d'une proposition gagnante pour tous. Les FC devront défrayer certains coûts, cela va de soi, car rien ne se fait gratuitement et les écoles

sont toujours à cours de liquidité. Cependant, les bénéfiques en valent largement la chandelle.

Le général Manson ancien chef d'état-major de la défense partage cette opinion :

*Because contextual inaccuracies and sensationalist distortions are often the result of a lack of knowledge about the military, rather than malicious misrepresentation... we in the defence community have the obligation to educate the media and, through them, the Canadian public.*²⁶

Les FC ont souffert trop longtemps d'une malheureuse relation conflictuelle avec les médias. Il est grand temps de rectifier le tir. Tel que le mentionnait le général (ret.) Boomer des Marines américains, « *So to the military I would say : look, figure out a way to deal with this problem. Stop talking about it, stop whining about it, just get down to work* ». ²⁷

Notre plan de campagne est simple. Les FC doivent élaborer un programme éducatif : quand, quoi et par qui sont les questions fondamentales qui doivent être posées. Un groupe responsable au QGDN doit aussi être identifié afin que la responsabilité de ce programme ne soit pas diluée à travers les dédales administratifs. Répartie à travers le calendrier, une multitude d'exercices majeurs sont tenus par les FC au cours desquels, une intégration universelle de l'aspect média est requise. Une collaboration avec les écoles de journalisme ainsi que l'attribution de ressources nécessaires semblent tout à fait indiqués. À coup sûr, les FC en sortiront gagnantes.

Conclusion

La relation qu'entretient les FC avec les médias est souvent perçue comme étant antagoniste. Les militaires et gestionnaires du MDN entretiennent à leur égard quantité d'opinions défavorables qui, à vrai dire, résultent d'une mauvaise compréhension du rôle, de la mission et du processus médiatique. Par ailleurs, les membres des médias jugent que l'institution militaire manque de transparence puisqu'elle se réfugie trop souvent derrière le paravent du secret afin de ne pas répondre à leurs demandes pourtant tout à fait justifiées. Méfiance et mésestime en découlent forcément.

Dans cet essai, nous avons soutenu que les connaissances mutuelles des deux partenaires en présence se devaient d'être révisées afin de bonifier une relation passablement malmenée. De plus, nous avons proposé que les FC doivent investir temps et argent afin d'atteindre à ce but.

Nous avons fait un examen du cadre institutionnel. Nous en avons conclu que la lourdeur bureaucratique nuisait à l'initiative des chefs, et que l'intérêt légitime du gouvernement envers tout ce qui est rapporté dans les médias contribuait de surcroît à cet alourdissement ainsi qu'à la perte d'autonomie du MDN. Sa capacité de répondre rapidement s'en trouvait largement diminuée. Les actions du MDN et de ses chefs se voyaient fâcheusement réduites à un mode défensif plutôt que proactif.

Nous nous sommes ensuite penchés sur l'étude des mentalités des deux parties en présence. En bout de ligne, il nous est clairement apparu que leur mission respective était à l'origine de leur difficile relation. L'énorme fossé qui les sépare est maintenu, entre autres, par des perceptions négatives engendrées par un manque de connaissance et de compréhension de l'un envers l'autre. Afin de réduire ce fossé, nous avons mentionné que les militaires doivent apprendre à nuancer leur gestion de l'information en temps de guerre ou de paix et que l'utilisation de la politique des AP favorisant la transparence et l'ouverture se trouve à leur avantage.

Nous avons poursuivi notre investigation en faisant un bref examen de l'évolution technologique survenue au cours des dernières années. Nous avons conclu que cette évolution avait produit des pressions additionnelles sur la communauté militaire, tant au niveau de l'augmentation de la demande pour obtenir de l'information – vue la croissance exponentielle du nombre de médias spécialisés -, que du temps de réaction pour la fournir. À présent, les militaires doivent faire preuve de plus d'initiative afin de présenter la pertinence de leur point de vue dans les médias et aux yeux du public.

Finally, we have concluded that an improvement of our understanding of media through a coherent and exhaustive educational process throughout the professional development of military members was required. Moreover, in order to educate the members of the media and the FC, we have proposed a collaboration with various colleges in which journalism is taught. This collaboration would be concretized through the use of simulations of journalistic reports during our exercises.

Considering that our relationship with the media is here to stay, we estimate that the members of the FC must benefit from practical knowledge that allows them to inform the public correctly. Otherwise, it is the members of the media who, in their own way, will take on this delicate mission. Only concrete efforts will allow us to improve our relationship. Like a couple whose harmony ensures the quality of its relationship, the FC and the media must strive for harmony. Let us remind you that for the military-media couple, the possibility of a divorce is completely out of the question!

-
- ¹ Phillip Knightley, *The First Casualty*, New York, Harcourt Brace Jovanovich, 1975, p. 315
- ² DOAD 2008-0, p. 1.
- ³ Denis Stairs, *The Media and the Military in Canada*, International Journal, vol LIII, no 3, Summer 1998, p. 545.
- ⁴ Micheal Croft, Sharon Hobson et Dean Oliver, *Information Warfare : Media-Military Relations in Canada*, Workshop Report #20-1999, p. 7.
- ⁵ Report by the Chairman of the Joint Chiefs of staff, Media-Military Relations Panel (Sidle panel), Major-General(ret) Winant Sidle, Chairman, Washington D.C., Office of the Assistant Secretary of Defense, August 1984, p. 16.
- ⁶ Frank Aukofer et William P. Lawrence, *America's Team : the Odd Couple*, p. 33.
- ⁷ Ibid.
- ⁸ Krista E. Weigand et David L. Paletz, *The elite Media and the Military-Civilian Culture Gap*, Armed Forces & Society, vol 27, no 2 p. 199.
- ⁹ Micheal Croft, Sharon Hobson et Dean Oliver, *Information Warfare : Media-Military Relations in Canada*, Workshop Report #20-1999, p. 3.
- ¹⁰ Ibid.
- ¹¹ Général (ret.) Paul Manson, *Military and Media Relations*, Address to Command and Staff Course 25, Canadian Forces College Toronto, 1 March 99. Cité avec permission dans Icol J. A. Paradis, *The Military-Media Relationship*, Essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1999, p. 5.
- ¹² Ibid., p. viii.
- ¹³ Denis Stairs, *The Media and the Military in Canada*, International Journal, vol LIII, no 3, Summer 1998, p. 545.
- ¹⁴ Ibid.
- ¹⁵ Alan Hooper, *The Military and the Media*, Aldershot, Hants Gower Publishing company limited, 1982, p. 211.
- ¹⁶ Ibid., p. 7.
- ¹⁷ Micheal Croft, Sharon Hobson et Dean Oliver, *Information Warfare : Media-Military Relations in Canada*, Workshop Report #20-1999, p. 9.
- ¹⁸ Ed Offley, *The Military-Media Relationship in the Digital Age*, dans Robert L. Bateman (éd.), *Digital War : A View from the Front Lines*, Novato CA, Presidio Press, 1999, p. 265.
- ¹⁹ Icol J. A. Paradis, *The Military-Media Relationship*, essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1999, p. 9.
- ²⁰ Pour un rappel historique de cette relation voir l'excellent texte par le Icol J.R.D. Gervais, *The Media and the Conduct of War*, dans Allan D. English (éd.), *The Changing Face of War*, Kingston, McGill-Queen's University Press, 1998, p. 255 et suivantes.
- ²¹ Major P.W .D. Edwards, *The Military-Media Relationship – A Time to Redress the Balance?*, RUSI Journal, vol 143, no 5, October 1998, p. 44.
- ²² General Micheal J. Dugan, USAF (Retd), *Perspectives from the War in the Gulf*, dans Peter R. Young (éd.), *Defence and the Media in Time of Limited War*, London England, Frank Cass & Co. LTD, 1992, p. 180.
- ²³ Micheal Croft, Sharon Hobson et Dean Oliver, *Information Warfare : Media-Military Relations in Canada*, Workshop Report #20-1999, p. 14.
- ²⁴ Alan Hooper, *The Military and the Media*, Aldershot, Hants Gower Publishing company limited, 1982, p. 212.
- ²⁵ Major B.J » Ryan, *The Military and the Media : Bridging the Gap*, essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1988, p. 25.
- ²⁶ Général (ret.) Paul Manson, *Military and Media Relations*, Address to Command and Staff Course 25, Canadian Forces College Toronto, 1 March 99. Cité avec permission dans Icol J. A. Paradis, *The Military-Media Relationship*, essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1999, p. 14.
- ²⁷ Walter Boomer, *Stop Whining*, US Naval Proceedings, vol 123, no 7, July 1997, p. 2.

BIBLIOG

AUKOF
The Freed

BOOME

GERVAIS, René, lieutenant-colonel, « The Media and the Conduct of War », dans Allan D. English (éd.), *The Changing Face of War*, Kingston, McGill-Queen's University Press, 1998, p. 299.

Guide des Affaires publiques, Directeur général des Affaires publiques, Ottawa, Département de la Défense nationale, mars 1999, p.132.

HOLM, Jason D. « Get over it! Repairing the Military's Adversarial Relationship with the Press », *Military Review*, vol. 82, no 1, Jan/Feb 2002, p. 59-65.

HOOPER, Alan. *The Military and the Media*. Aldershot, Hants, England: Gower Publishing Company Limited, 1982, p. 247.

KNIGHTLEY, Philip. *The First Casualty*, New York, Harcourt Brace Jovanovich, 1975, p. 465.

MANSON, Paul, général (ret.). « Military and Media Relations », Address to Command and Staff Course 25, Canadian Forces College Toronto, 1 March 99. Cité avec permission dans Icol J. A. Paradis, *The Military-Media Relationship*, essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1999, p. 25.

OFFLEY, Ed. « The Military-Media Relationship in the Digital Age », dans Robert L. Bateman (éd.), *Digital War : A View from the Front Lines*, Novato CA, Presidio Press, 1999, p. 299.

PARADIS, J. A., lieutenant-colonel. *The Military-Media Relationship*, essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1999, p. 25.

Plan d'activités 2001-2002, Directeur général Affaires publiques, Ottawa, Département de la Défense nationale, novembre 2000, p. 23.

Report by the Chairman of the Joint Chiefs of staff, Media-Military Relations Panel (Sidle panel), Major-General(ret) Winant Sidle, Chairman, Washington D.C., Office of the Assistant Secretary of Defense, August 1984, p. 16.

RYAN, B.J., major. *The Military and the Media : Bridging the Gap*, essai non-publié Nouvelles Horizons, Collège d'état-major, Toronto, 1988, p. 28.

SHACOHIS, Bob. « Pens and Swords », *Harvard International Review*, vol. XXII, no 1, Winter 2000, p. 26-30.

STAIRS, Denis. « The Media and the Military in Canada », *International Journal*, vol. LIII, no 3, Summer 1998, p. 544-553.

VENABLE, Barry E. « The Army and the Media », *Military Review*, vol. 82, no 1, Jan/Feb 2002, p. 66-71.

WIEGAND, Krista E. et Paletz, David L. « The Elite Media and the Military-Civilian Culture Gap », *Armed Forces and Society*, vol. 27, no 2, Winter 2001, p. 183-204.

WILLEY, Barry E. « The Military-Media Connection: For Better or For Worse », *Military Review*, vol. 78, no 6, Dec 98/Jan 99, p. 14-20.

YOUNG, Peter et Peter Jesser. *The Media and the Military - From the Crimea to Desert Strike*, New York, St Martin's Press, 1997, p. 391.