

## **LAUDATIO**

### **Wieseman Jean-Pierre**

Lycée Jean-Piaget à Neuchâtel

### **La médiatisation de l'Opération Liberté irakienne à la télévision aux Etats-Unis**

Mesdames, Messieurs, chères lauréates et lauréats,

Dans son travail de maturité, Jean-Pierre Wieseman analyse la campagne médiatique qui a précédé et accompagné l'intervention américaine en Irak, appelée Opération Liberté irakienne.

Cette opération militaire s'est déroulée au printemps 2003. Elle a abouti à la prise de Bagdad, au renversement de Saddam Hussein et au contrôle de tout le territoire irakien.

Pour saisir les causes de cette opération, Jean-Pierre Wieseman nous invite à remonter aux attentats du 11 septembre 2001. La vague d'émotion et de patriotisme qui balaya les Etats-Unis n'épargna pas les media qui diffusèrent et imposèrent le thème du danger imminent, venu non seulement d'Irak, mais d'autres régimes désignés par l'expression d'Axe du Mal.

Dans sa description du paysage médiatique de l'époque, Jean-Pierre Wieseman montre bien comment presse et télévision sont imprégnées par l'idéologie néo-conservatrice. Ce courant de pensée fait appel aux valeurs fondatrices de l'Amérique profonde ; il considère que les Etats-Unis doivent servir de phare moral au monde entier. En ce sens, c'est une idéologie interventionniste.

Des spécialistes en publicité et en relations publiques vont alors donner corps à une intense machine médiatique qu'on peut qualifier d'arme de persuasion massive. Il s'agit d'une campagne populiste qui simplifie les enjeux, diabolise l'adversaire, exacerbe le patriotisme et finalement entretient la peur. Les médias ont su exploiter le potentiel dramatique de la situation. Tous les éléments d'une production à succès sont là : un méchant dictateur, la patrie en danger, la lutte du Bien contre le Mal.

Jean-Pierre Wieseman décrit ensuite comment, durant le déroulement de l'Opération, l'administration Bush veilla à contrôler la couverture des événements grâce au concept de « journalisme embarqué » : il s'agit littéralement d'embarquer les journalistes avec les unités combattantes. Les journalistes ont dès lors un accès total au théâtre des opérations militaires mais ils sont soumis à l'Etat-major. Par ailleurs, ils ne peuvent offrir que le point de vue américain. On peut dire qu'ils font vivre l'événement plus qu'ils ne l'analysent.

Malgré tout, comment expliquer cette quasi-totale adhésion des journalistes américains au discours patriotique de l'administration fédérale ? Pourquoi aucun média ou presque n'a-t-il manifesté de résistance lorsque le président Bush a annoncé son intention de faire la guerre à l'Irak ? Dans sa conclusion, Jean-Pierre Wieseman propose quatre explications :

1. Cette guerre avait des mobiles multiples ; bien que seule la raison sécuritaire fût officiellement mentionnée, elle répondait aussi à des motifs économiques et idéologiques

2. Le désir de revanche après le choc du 11 septembre n'a pas épargné les journalistes, qui sont finalement aussi des êtres humains.

3. Un contexte concurrentiel caractérise la presse américaine : les grandes chaînes sont détenues par des entreprises privées et elles doivent répondre aux exigences de rentabilité et ne surtout pas passer pour antipatriotiques.

4. Enfin, l'Amérique voue un attachement physique aux symboles nationaux tels que le drapeau ou l'hymne national. La destruction des tours jumelles a donc eu une portée incommensurable.

Pour conclure, notre jury a estimé que Jean-Pierre Wiseman avait su présenter avec clarté le contexte américain des années 90 et 2000, qui voit la convergence des intérêts des médias avec ceux du pouvoir en place pour plébisciter la guerre et qu'il avait décrit avec intelligence la manière dont le Pentagone a orchestré la médiatisation des événements en cours.

Nous sommes donc heureux de récompenser ce travail remarquable en attribuant le 2ème prix des Lycées à Jean-Pierre Wiseman.

La Chaux-de-Fonds, le 5 décembre 2019

Isabelle Jeannin