

2. Comment l'histoire de l'agence Havas et de l'AFP sont-elles révélatrices de la tension entre la liberté de l'information, intérêts privés et intérêts publics ?

a) Comment, de 1835 à 1944, au sein de l'agence Havas, la liberté de l'information est-elle assujétie à des intérêts privés et publics

21) **Chronologie p 228 et document 1 du polycopié.** Quelles sont les deux activités de l'agence Havas au XIXe siècle (expliquez dans les deux cas ce que Charles Havas vend et à qui). Pourquoi, avec le temps, ces deux activités lui donnent-elles une puissance considérable sur le contrôle de la presse et de l'information ?

Document 1 : Les « liaisons dangereuses » entre informations, presse, publicité

« Information et publicité » : l'Agence Havas porte ce nom pendant un demi-siècle. [...] Le résultat ? Deux sociétés aux participations croisées contrôlent l'essentiel des flux de l'information et de la publicité en France ; et, ce, jusqu'en 1920, lorsqu'elles fusionnent. [...] Finalement, les « liaisons dangereuses » entre information et publicité, cultivées par Havas durant un siècle, sont rompues au milieu du XX^e siècle. [...]

Président du Conseil du Front populaire, Léon Blum affirme ainsi : « la concentration dans les mêmes mains d'un double monopole de distribution – des nouvelles et des annonces – équivaut pratiquement à la maîtrise de la presse et de

l'opinion, au contrôle de la vie publique. »¹. [...] Il reste que, bien avant que ne se multiplient – aux États-Unis surtout, mais aussi à Londres et dans d'autres capitales européennes, au cours des premières décennies du XX^e siècle – des codes et une déontologie séparant les services rédactionnels des services publicitaires, il est courant de voir, des deux côtés de l'Atlantique, une porosité entre information et publicité.

Cité in O. Boyd-Barrett, M. Palmer,

Le trafic des nouvelles : les agences mondiales d'information,
1981, p. 127.

1. Michael Palmer, « Information et publicité : les "liaisons dangereuses" ». Le cas des agences de presse », dans *Le Temps des médias*, 2004.

. De 1835 à 1929, l'histoire de l'agence Havas démontre que l'information peut-être largement contrôlée par des acteurs privés.



A votre porte...

- PUBLICITÉ et PETITES ANNONCES Agence HAVAS
- ABONNEMENTS à tous les journaux Agence HAVAS
- LOCATION pour les Théâtres de Paris Agence HAVAS

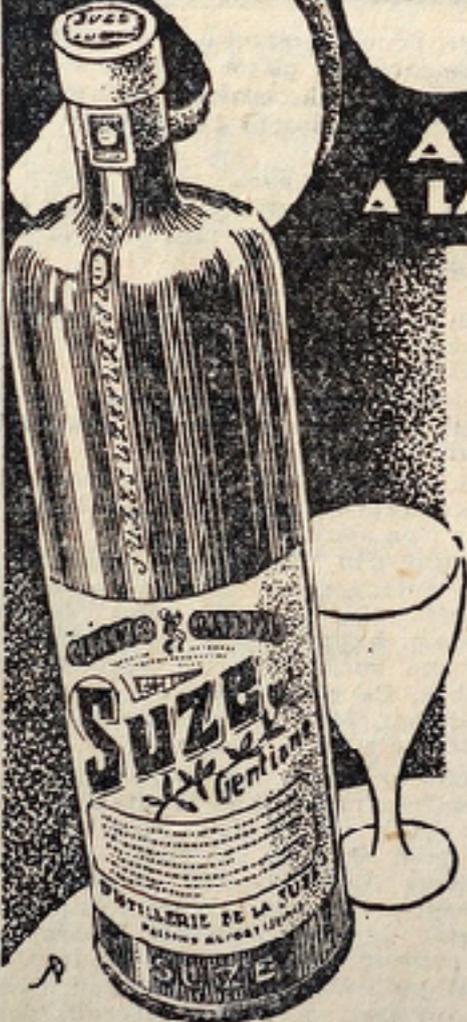
LA GRANDE AGENCE FRANÇAISE DE PUBLICITÉ

BUREAU D'ETAMPES :
18, RUE DE LA JUIVERIE — TÉLÉPHONE : 873

En 1835, Charles Louis Havas créé la première agence internationale d'information. L'agence de publicité est fondée en 1852

SUZE

APÉRITIF À LA GENTIANE



POURQUOI donner la préférence à la SUZE parmi tous les apéritifs qui vous sollicitent ?

- 1^o **PARCE QUE** la SUZE est un apéritif à base de racine de gentiane fraîche.
- 2^o **PARCE QUE** les montagnards depuis les temps les plus reculés considèrent la gentiane comme la panacée universelle.
- 3^o **PARCE QUE** la racine de gentiane est recommandée pour stimuler l'appétit et ranimer les forces.
- 4^o **PARCE QUE** pour bien se porter et vivre longtemps il est indispensable d'en prendre un verre avant le repas.

L'AMIE DE L'ESTOMAC

La SUZE se boit pure ou étendue d'eau. Pour en diminuer l'amertume, vous pouvez y ajouter du cassis ou du sirop de citron.

Cycles Français

HURTU

Exp^{on} Univ^{lle} 1889
MEMBRE DU JURY
Hors Concours



HURTU, HAUTIN & DILIGEON, CONSTRUCTEURS
MAISONS POUR 54, rue Saint-Maur
de Vente et d'Exposition PARIS 33, boul' Sébastopol

L'agence Havas est à l'origine d'un fort développement de la publicité en France sous forme d'affiches mais aussi et surtout d'encarts publicitaires dans la presse.

. A la fin des années 1930, le pouvoir politique renforce son pouvoir sur l'agence Havas.

« Information et publicité » : l'Agence Havas porte ce nom pendant un demi-siècle. [...] Le résultat ? Deux sociétés aux participations croisées contrôlent l'essentiel des flux de l'information et de la publicité en France ; et, ce, jusqu'en 1920, lorsqu'elles fusionnent. [...] Finalement, les « liaisons dangereuses » entre information et publicité, cultivées par Havas durant un siècle, sont rompues au milieu du XX^e siècle. [...]

Président du Conseil du Front populaire, Léon Blum affirme ainsi : « la concentration dans les mêmes mains d'un double monopole de distribution – des nouvelles et des annonces – équivaut pratiquement à la maîtrise de la presse et de

l'opinion, au contrôle de la vie publique. »¹. [...] Il reste que, bien avant que ne se multiplient – aux États-Unis surtout, mais aussi à Londres et dans d'autres capitales européennes, au cours des premières décennies du XX^e siècle – des codes et une déontologie séparant les services rédactionnels des services publicitaires, il est courant de voir, des deux côtés de l'Atlantique, une porosité entre information et publicité.

Cité in O. Boyd-Barrett, M. Palmer,
Le trafic des nouvelles : les agences mondiales d'information,
1981, p. 127.

1. Michael Palmer, « Information et publicité : les "liaisons dangereuses" ». Le cas des agences de presse », dans *Le Temps des médias*, 2004.

b) Comment la création de l'AFP en 1944 symbolise-t-elle la volonté des journalistes de faire triompher la liberté de l'information ?

22) **Document 3 p 228 et extrait vidéo** : <https://www.youtube.com/watch?v=H-kRiCkrNLA>. Qui sont les créateurs de l'Agence Française de Presse en 1944 ? Sont-ils indépendant des pouvoirs économiques et politiques ? Quels objectifs recherchent-ils en créant cette nouvelle agence ?

AGENCE FRANÇAISE DE PRESSE

20 AOÛT 1944 - N° I

A TOUS LES JOURNAUX LIBRES DE PARIS

Grace à l'action des Forces Françaises de l'Intérieur, les premiers journaux libres vont paraître, à la veille de l'entrée des troupes alliées, dans Paris presque entièrement libéré.

L'Agence Française de Presse leur adresse aujourd'hui son premier service.

L'Agence Française de Presse poursuit ainsi l'action qu'a menée, jusqu'à maintenant, dans la Résistance, l'A.I.D. clandestine.

Au moment où des combats se livrent encore dans la ville, et où tombent de nouveaux combattants de la Liberté, nous saluons tous nos camarades de la presse, disparus, emprisonnés et déportés et notamment nos 21 collaborateurs tombés dans les mains de la Gestapo.

Au service de tous les journaux libres, l'Agence Française de Presse, assurera, avec l'objectivité stricte qui est le devoir d'un organisme d'information, la diffusion de nouvelles scrupuleusement contrôlées, et recoupées, qui, en attendant l'installation d'une censure militaire, ne doivent en rien gêner la marche des opérations sur les différents fronts.

© AFP



Des Journalistes résistants reprennent le contrôle des locaux de l'ancienne agence Havas occupée par l' OFI de Vichy le 20 août 1944 (avant même la fin de la libération de Paris. Ils se mettent immédiatement au travail et les premiers journaux libres paraissent.

. En Août 1944, la création de l'Agence Française de Presse symbolise la volonté de journalistes issus de la résistance de rétablir une pleine liberté de l'information.



Les huit journalistes résistants fondateurs de l'AFP. De gauche à droite et de haut en bas: Claude Martial-Bourgeon, Basile Tesselin, Jean Lagrange, Pierre Courtade, Max Olivier-Lacamp, Vincent Lateve, Gilles Martinet et Claude Roussel (AFP)

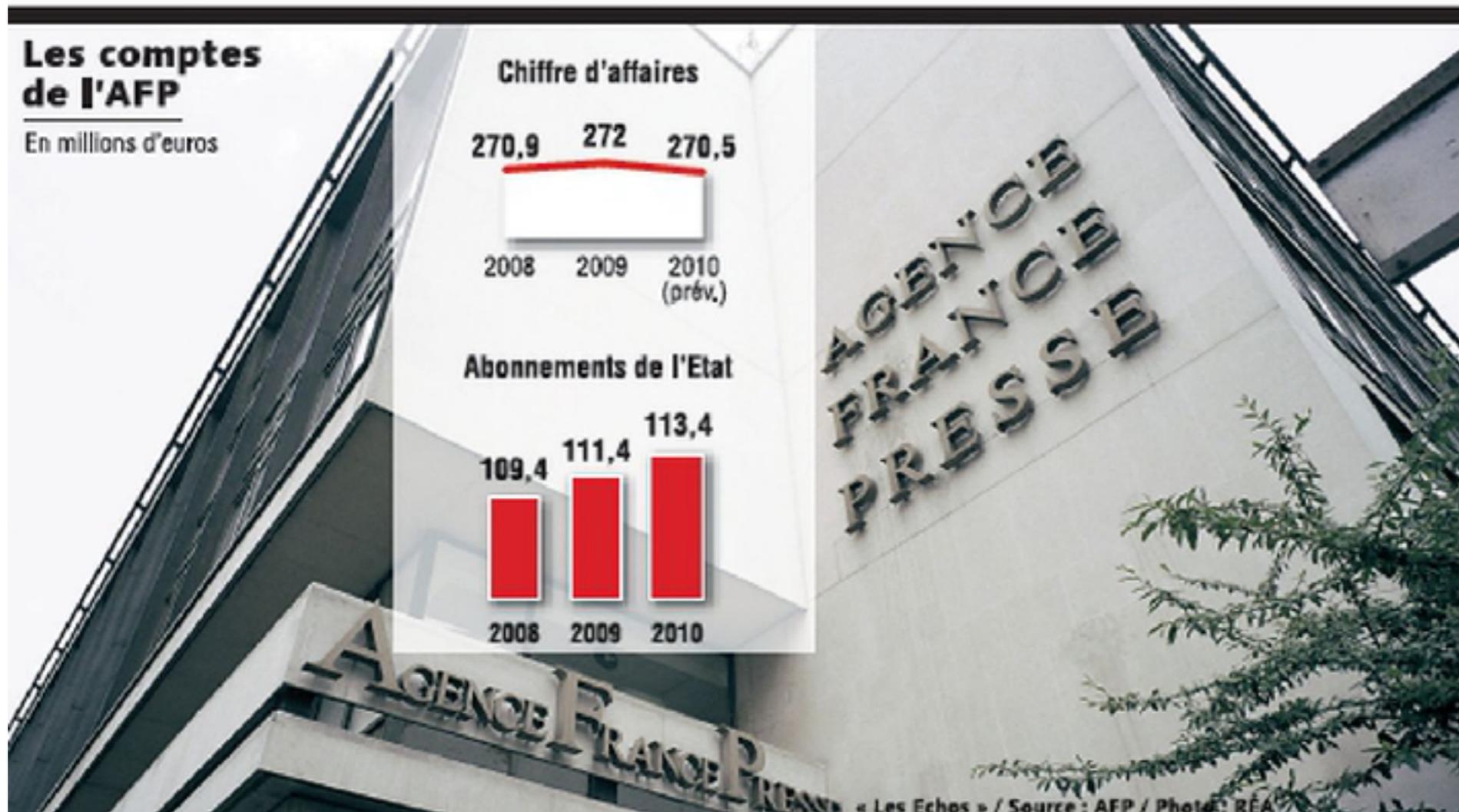
c) Comment cette liberté d'informer s'est-elle heurtée à des intérêts économiques et politiques depuis 1944 ?

23) **Document 5 p 229**. A quel problème s'est rapidement heurtée la nouvelle agence ? Comment ce problème est-il en apparence réglé en 1957 ? Quelles ambiguïtés sont maintenues par le statut de 1957 ?

. L'expérience de l'AFP montre la liberté d'information est soumise a des enjeux économiques et politiques.

. Le statut de 1957 cherche à garantir la liberté d'information de l'agence et son autonomie des acteurs privés et publics.

. Depuis 1957, l'autonomie de l'AFP est de plus en plus difficile à maintenir car elle est de moins en moins indépendante financièrement.



Documents issu de *Libération et des Echos*. Souvent en difficultés financières, l'agence dépend de plus en plus d'abonnements de l'Etat qui sont une forme d'aide publique.

AFP : la Commission européenne s'interroge sur la validité juridique des abonnements de l'Etat

La Commission européenne, saisie d'une plainte par l'agence allemande DAPD, confirme, dans un courrier au gouvernement français, qu'elle pourrait considérer les abonnements de l'Etat à l'AFP comme une aide illégale.

3. Quels acteurs ont pu influencer l'opinion publique pendant la guerre du Vietnam (1964-1973) ?

a) La liberté d'informer est-elle restée une réalité pendant la guerre du Vietnam ?

24) **Document 1 du polycopié.** Pourquoi la relation entre les médias et le gouvernement américain est-elle marquée par un certain paradoxe pendant la guerre du Vietnam ? Quels pouvaient être les objectifs respectifs du gouvernement américain et des médias dans cette relation ?

La place des médias dans la guerre

Au Vietnam, les autorités américaines ont été prises à leur propre jeu. Elles ont dès le départ refusé d'imposer une censure qui serait passée pour inacceptable – puisque les États-Unis n'étaient pas officiellement en guerre – et qui aurait attiré l'attention des médias. Cependant, les journalistes devaient obtenir une accréditation, et un véritable ministère de l'Information local fut mis en place, chargé de fournir les informations officielles à la presse via des conférences de presse quotidiennes. Dès la guerre du Vietnam, la majorité de l'information diffusée était issue de ces conférences et l'armée a facilité la vie des journalistes en mettant à leur

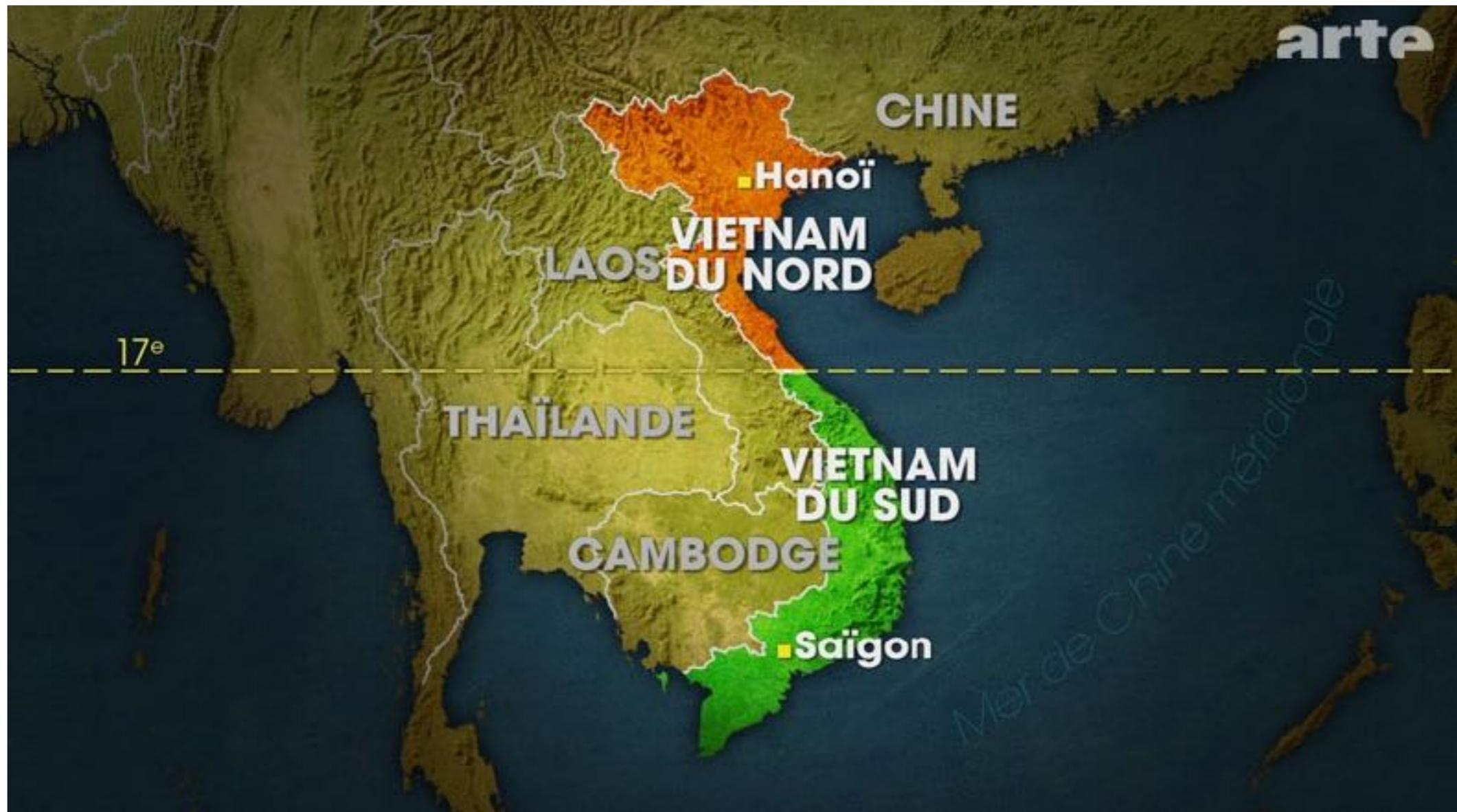
disposition télex, lignes de téléphone et vols spéciaux. Des consignes enjoignaient aux chefs de corps d'assurer l'accueil et le transport des journalistes régulièrement accrédités. L'information diffusée devait respecter quelques règles fixées par l'armée, que les journalistes acceptèrent sans problème. Mais les correspondants américains, qui étaient les plus nombreux, étaient là pour parler de la vie des GI's. Le conflit et le sort des Vietnamiens les intéressaient peu, tant la lutte contre les communistes leur semblait légitime.

Arnaud Mercier, « Guerres et médias : permanences et mutations »,
Raisons politiques, février 2004.

. Même si les relations entre les médias et le gouvernement américain pendant la guerre du Vietnam sont complexes, il est possible de dire que la liberté d'information a été globalement conservée.



Les Américains peuvent suivre la guerre du Vietnam tous les soirs à la télévision



Depuis les accords de Genève en 1956, le Vietnam a été divisé en deux parties (sur le modèle de la Corée) le long du 17^e parallèle. Le Nord communiste est soutenu par l'URSS tandis qu'un dictateur pro-américain règne au Sud. Un mouvement procommuniste (**Viêt-Cong**) créé cependant un climat insurrectionnel au Sud et les Américains craignent bientôt de perdre le Sud Vietnam.



Robert McNamara, théoricien de la *Théorie des dominos*

25) **Documents 3 et 4 p 231**. Au final, pensez que l'on puisse dire que la liberté d'informer s'est plutôt appliquée ou plutôt pas appliquée pendant ce conflit ?



Napalm Girl ,
Nick Ut, 8 juin 1972

. Globalement, il est donc possible de dire que la liberté d'information a été plutôt maintenue pendant la guerre du Vietnam.

b) Quel est le rôle de ces différents acteurs dans l'évolution de l'opinion publique ?

26) **Document 1 du polycopié, 2 p 230 et 4 p 232.** Comment la guerre du Vietnam est-elle perçue par l'opinion publique de 1964 à 1967 ? Quels acteurs peuvent ici l'influencer et comment ?



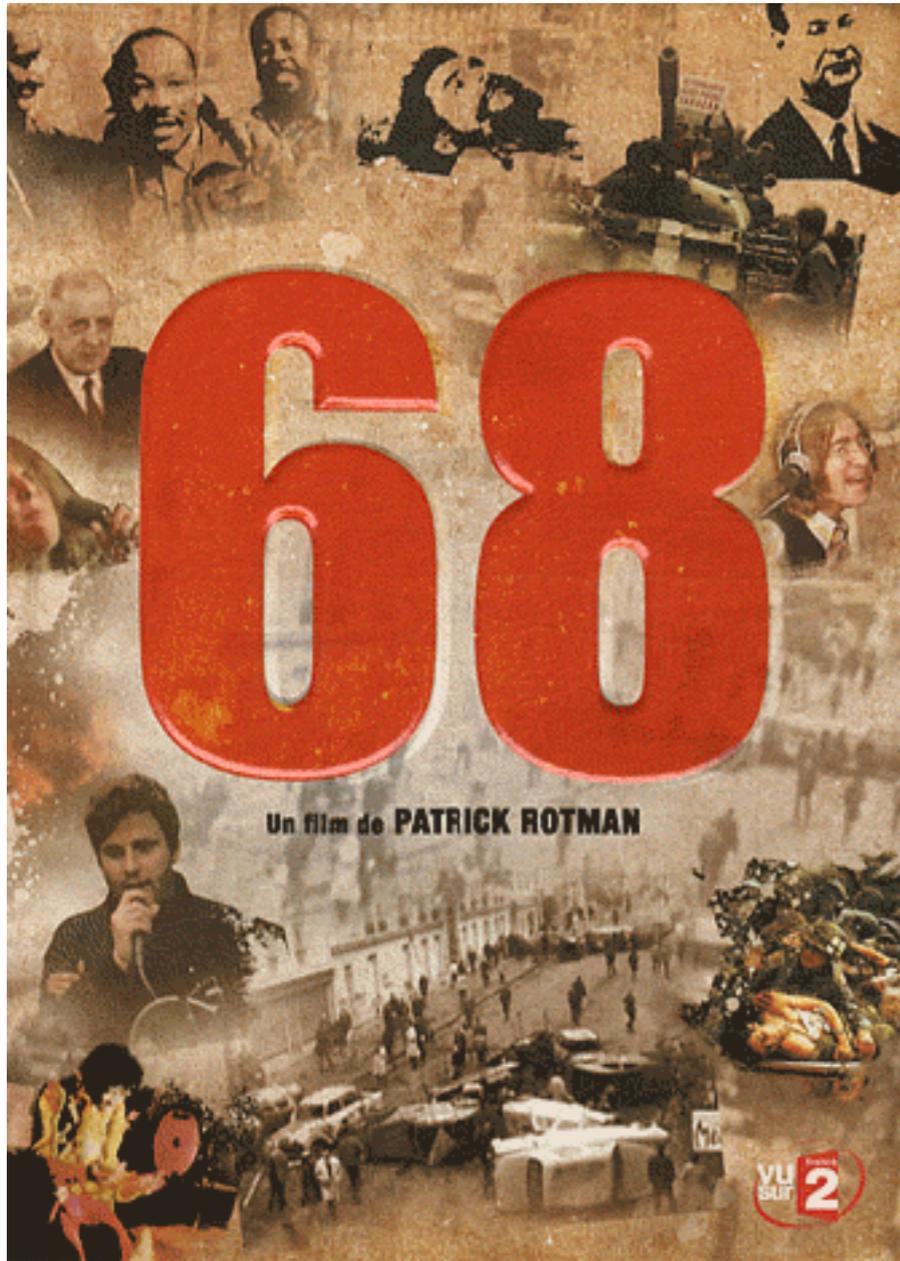
Lors de ses conférences de presse télévisées, Robert McNamara sait se montrer convaincant dans les premières années de la guerre

. Entre 1964 et 1967, le gouvernement et les médias confortent plutôt l'opinion dans l'idée que la guerre du Vietnam est nécessaire.



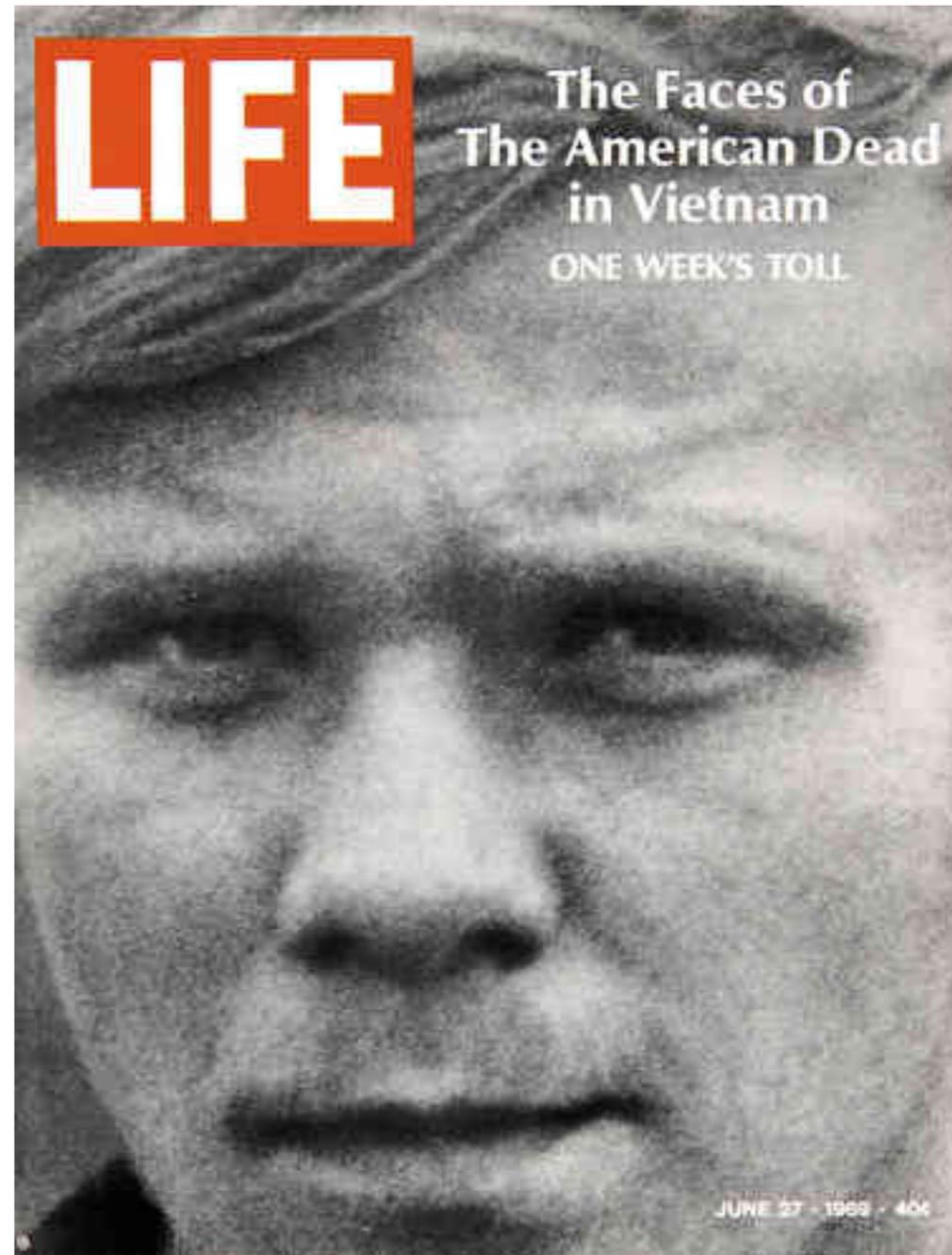
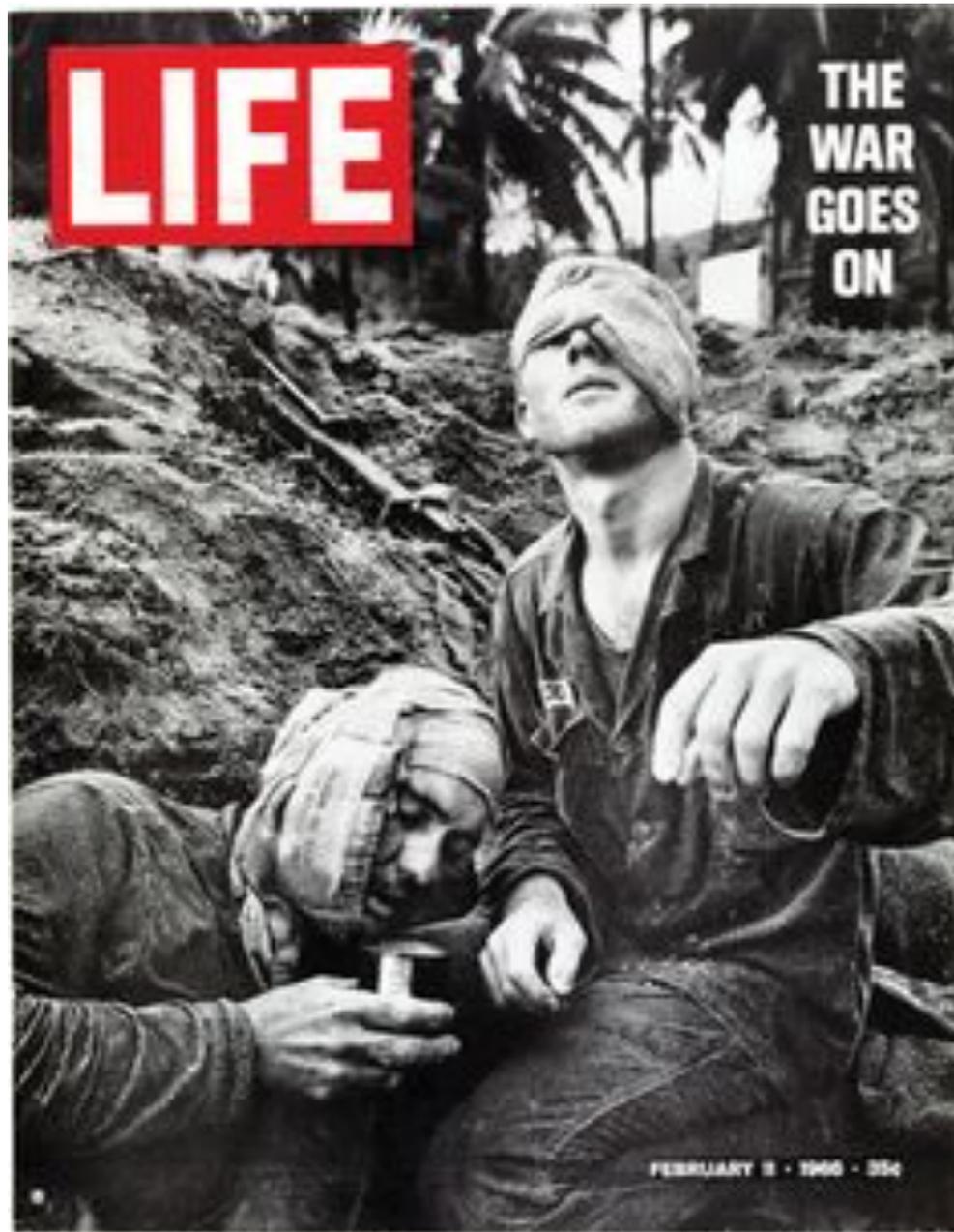
Sorti en 1968, le film *Les bérets verts* est voulu par John Wayne et symbolise l'adhésion d'une partie des Américains à l'engagement au Vietnam

27) **Document 2 du polycopié, 3 p 231 et 2 p 232 +** Extrait vidéo : <https://www.dailymotion.com/video/xipvvo> (5'25 -> 12'30). Pourquoi l'année 1968 marque-t-elle un changement dans la perception de la guerre : expliquez pourquoi la communication gouvernementale est moins audible et ce qui peut changer dans la couverture de la guerre par les médias.



Référence documentaire : *L'année 1968 dans le monde* de P. Rotman (2008)

. L'année 1968 marque une rupture dans la perception du conflit par l'opinion publique américaine.



À partir de 1968, la presse américaine met en avant le coût humain de la guerre, les difficultés de la guerre voire même les souffrances civiles



November 15, 1969

Vietnam War: In Washington, D.C., 250,000-500,000 protesters staged a peaceful demonstration against the war, including a symbolic “March Against Death”.

3) **Documents 2 et 3 du polycopié.** Montrez que l'influence des médias sur l'opinion publique est complexe et ne doit pas être surestimée. Finalement, quelles causes principales peuvent expliquer le retournement de l'opinion publique américaine lors de la guerre du Vietnam ?

Les chercheurs relativisent le rôle contestataire des médias

Dans l'esprit de nombreux Américains, après avoir dépassé la censure et en montrant la réalité de l'enlèvement de la guerre, les médias auraient permis d'entraîner le mouvement contestataire contre cette guerre, les journalistes jouant alors un rôle de dénonciateurs. Cette thèse a subi une double critique. Dans *La fabrication du consentement* (2008), les chercheurs N. Chomsky et E. Herman tentent de démontrer comment les médias dominants servent la politique américaine d'endiguement du communisme et tendent ainsi à minimiser les exactions commises par l'armée américaine sur les populations civiles. Ainsi, les informations consacrées à la guerre, retransmises à la télévision (à l'époque principal média d'information pour les Américains), veillent à montrer des images aseptisées de la guerre dans lesquelles la violence et la brutalité ne sont pas représentées. [...] Dans son ouvrage *The "Uncensored War"* (1989), le chercheur D. C. Hallin s'est attelé à déconstruire les théories média-centrées. La presse ne favorisa pas les contestations contre la guerre, au contraire, ce sont ces contestations elles-mêmes qui suscitèrent l'intérêt de la presse qui par la suite les accompagna.

« Censure, propagande et contestation : les médias et les mouvements pacifistes durant la guerre du Vietnam », *Avril21.eu*, 22 novembre 2017.

. Comme dans le cas de l'affaire Dreyfus, le rôle des médias dans le retournement de l'opinion publique, lors de la guerre du Vietnam, ne doit pas être exagéré.

<https://www.youtube.com/watch?v=Dn2RjahTi3M>



Mémorial aux soldats morts au Vietnam, Washington

Mini conclusion du III.

. Ces trois études de cas démontrent qu'il est difficile de garantir la liberté d'information en démocratie face à des acteurs publics et privés.