



ÉCOLE DE GUERRE

**LES FORCES ARMÉES À L'ÉCRAN :
DES INTÉRÊTS RÉCIPROQUES ?**



Par le commissaire principal (Air) Bastien Gayraud,
Officier stagiaire de la 26^{ème} promotion
de l'École de Guerre

Crédit photographique : Bruno Cremer et deux figurants dans *la 317^{ème} section* de Pierre Schoendoerffer (1965)

Résumé du mémoire et avant-propos

La représentation des forces armées à l'écran - que ce soit au cinéma, à la télévision et désormais sur des écrans d'ordinateur ou de *smartphones* - est à la fois un sujet de temps long et d'actualité.

C'est d'abord un sujet de temps long puisque les centaines de films traitant d'un sujet militaire depuis la création du septième art ont permis de faire émerger deux modèles de représentation. Ceux-ci attestent au fil des époques d'un désintérêt plus ou moins marqué des forces armées à l'égard de leur propre représentation, puis d'une tentative très prononcée d'encadrer la création, quitte à transformer l'œuvre d'art en message publicitaire d'autopromotion. À ce titre, une étude comparée des cinémas américain et français permet d'identifier des oppositions de style et d'intérêts.

C'est également un sujet d'actualité en France puisque le ministère des Armées (MINARM) s'est engagé en 2016 dans une politique volontariste en créant une structure dédiée au pilotage des projets de coopération entre les forces armées et l'industrie audiovisuelle.

Ainsi, après avoir analysé les enseignements des principales œuvres de fiction des cinémas américain et français traitant de la problématique, le présent mémoire s'interroge sur la pertinence d'un modèle français, moins interventionniste et peut-être de ce fait plus ambitieux que le modèle hollywoodien.

En consultant les archives de l'École de guerre, on trouve deux contributions d'anciens stagiaires à ce travail de recherche et d'analyse. La première est un article de sept pages à l'initiative d'un officier français de la dixième

promotion du Collège interarmées de défense¹, intitulé « *Il faut sauver le soldat français* », qui fustige à juste titre la sous-représentation quantitative et qualitative de l'armée française dans les films français. Cet article contient d'ailleurs une dimension prophétique puisqu'il appelle à la création d'une structure chargée d'améliorer la situation, qui deviendra en 2016 la mission cinéma. La seconde est un mémoire rédigé par un officier français de la vingt-quatrième promotion de l'École de guerre², mais focalisé sur la représentation de la guerre elle-même, et seulement au cinéma.

La dialectique entre les forces armées et leur représentation par le monde de l'audiovisuel mérite donc d'être ré-examinée.

¹ DUPUY DE LA GRANDE RIVE (A.) (chef d'escadron), La tribune du CID, numéro 30, 2003.

² PELATAN (R.) (chef d'escadron), *Guerre et cinéma, quelles représentations des conflits par le septième art ?*

Summary of the essay and forewords

The portrayal of the armed forces on the screen - whether in film, on television or more recently on computer screens or smartphones - is both a historic and current topic.

It is firstly a historic topic when one bears in mind the hundreds of films depicting the armed forces since the birth of the seventh art that have given rise to two models of representation. These more or less reflect the relative indifference of the armed forces towards how they were initially portrayed, followed by a distinct attempt to oversee the creation, even if this meant transforming the art form into a self-promotional advertisement. A comparative study of American and French film makes it possible to identify these differences in style and approach.

This topic has particular relevance in France today since the French Ministry of the Armed Forces (MINARM) committed itself in 2016 to a proactive approach to the question by creating a structure devoted to the joint cooperation on projects between the armed forces and the audiovisual industry.

After an analysis of the key lessons of the principal works of fiction in American and French film dealing with this question, this essay will question the pertinence of the French approach, less interventionist and perhaps, as a result, more ambitious than that of Hollywood.

In consulting the archives of the War College, two contributions of former trainees to this work of research and analysis have been found. The first is a seven-page article by a French officer of the tenth promotion of the Joint Defense College, entitled "We must save the

French soldier", which rightly decries the quantitative and qualitative under-representation of the French Armed Forces in French cinema. It also contains a prescient message since it calls for the creation of a structure to address this issue: a structure which was in fact subsequently set up in 2016 with the mission cinema. The second is an essay written by a French officer of the twenty-fourth promotion of the School of War, focusing on the representation of war itself, specifically in film.

The dialectic between the armed forces and their portrayal in the audiovisual sphere therefore merits a re-examination. This is what this essay sets out to do.

Sommaire

Introduction : Il faut relativiser la portée du <i>Triomphe de la Volonté</i> (1935).....	12
1. L'observation passive : l'utilisation de l'image des forces armées à leur détriment.....	15
1.1. <i>L'image des forces armées se prête à la caricature antimilitariste.</i>	15
1.1.1. <i>L'antimilitarisme par conviction.</i>	15
1.1.2. <i>L'antimilitarisme par opportunité.</i>	17
1.1.3. <i>L'antimilitarisme comme source d'inspiration.</i>	18
1.2. <i>Les forces armées spectatrices de leur représentation.</i>	19
1.2.1. <i>Le cas des comédies franco-allemandes : la réécriture de l'Histoire.</i>	20
1.2.2. <i>Le thème de l'après-guerre : la difficulté de la communication post-conflit.</i>	21
1.2.3. <i>Les forces armées à travers le prisme de l'uchronie.</i>	25
1.3. <i>La tentative de maîtrise a posteriori peut se révéler contre-productive.</i>	26
1.3.1. <i>La censure amène à une forme de sacralisation.</i>	26

1.3.2.	<i>De la censure à l'autocensure.</i>	29
1.3.3.	<i>La discordance des discours.</i>	31
2.	<i>Ne pas subir : lorsque les forces armées renversent le rapport de force.</i>	36
2.1.	<i>De la propagande institutionnelle à la coopération intéressée.</i>	36
2.1.1.	<i>La forte implication du pouvoir politique dans la production audiovisuelle.</i>	36
2.1.2.	<i>L'importance des personnes ressources.</i>	39
2.1.3.	<i>Les armées françaises à l'assaut de leur autopromotion.</i>	42
2.2.	<i>Le modèle américain du « cinéma de sécurité nationale ».</i>	44
2.2.1.	<i>Un maillage et une structuration efficaces.</i>	45
2.2.2.	<i>Des réussites indéniables sur la durée.</i>	48
2.2.3.	<i>Le succès ultime du soft power : l'intériorisation des thèmes par l'opinion publique.</i>	52
2.3.	<i>Une approche soft power favorisée par la télévision.</i>	54
2.3.1.	<i>Le format du documentaire se révèle adapté au message à porter.</i>	54
2.3.2.	<i>Les opportunités événementielles doivent être exploitées.</i>	56

2.3.3.	<i>La nécessité de rester vigilant et d'assurer la veille.</i>	58
3.	<i>Le point d'équilibre : vers un modèle français gagnant – gagnant ?</i>	61
3.1.	<i>La création de la mission cinéma comme acte fondateur de la nouvelle stratégie.</i>	61
3.1.1.	<i>Le dispositif français jusqu'en 2016.</i>	61
3.1.2.	<i>L'impulsion ministérielle sur la stratégie d'influence et de rayonnement.</i>	63
3.1.3.	<i>Un partenariat avec la Guilde française des scénaristes.</i>	65
3.2.	<i>Des premiers retours d'expérience encourageants et riches d'enseignement.</i>	66
3.2.1.	<i>Le format série se révèle particulièrement adapté à la stratégie française.</i>	67
3.2.2.	<i>La phase de communication en post-production est essentielle.</i>	68
3.2.3.	<i>L'ambition du changement d'échelle.</i>	70
3.3.	<i>De nouveaux champs restent à explorer.</i>	71
3.3.1.	<i>Les films embedded tournés par les soldats.</i>	71
3.3.2.	<i>L'approche duale entre forces armées et industrie audiovisuelle.</i>	74
3.3.3.	<i>La difficile conquête du monde des jeux vidéo.</i>	76

Conclusion : « Ces mystères nous dépassent, feignons
d'en être l'organisateur ».

Jean Cocteau, *Les Mariés de la Tour Eiffel*..... 81

Bibliographie 83

Articles et webographie..... 85

Filmographie 87

Introduction : Il faut relativiser la portée du *Triomphe de la Volonté* (1935).

Lorsqu'il s'agit d'illustrer une tentative d'appropriation du septième art au service d'un intérêt supérieur, comme la valorisation de la force armée nationale ou d'un régime politique précis, le nom de Leni Riefenstahl vient rapidement à l'esprit. Sa filmographie constitue l'un des premiers exemples historiques du cinéma de propagande à grande échelle, dans le contexte des années trente et d'un troisième Reich soucieux d'asseoir sa domination dans les cœurs et les esprits grâce au pouvoir de l'image, magnifié par cette technologie nouvelle.

Et pourtant, il faut relativiser cette tentative. Joseph Goebbels lui-même, alors ministre de la Propagande, se montrait sceptique quant à la portée réelle des films de Riefenstahl avec laquelle il entretenait par ailleurs une relation houleuse.

D'une part, quelle qu'en soit la qualité artistique, une œuvre ne peut pas toucher l'ensemble du public. D'autre part, ce dernier conserve en toute hypothèse une lecture critique et une capacité d'interprétation toute personnelle qui s'accordent assez mal avec la communication de masse. La réception du message par le public est d'ailleurs parfois opposée à l'effet initialement recherché.

En dépit de ces limitations, les forces armées conservent un grand intérêt à bénéficier d'une représentation qui leur soit favorable. Tout d'abord, elles peuvent en retirer du prestige, qui participe directement à l'entretien de leur réputation auprès de la société, et

renforce ainsi le lien armée – nation. Partant, en bénéficiant d'une image positive auprès du public et notamment de la jeunesse, elles s'offrent une publicité qui complète efficacement des campagnes de recrutement ou de fidélisation. Enfin, elles peuvent distiller des éléments de réflexion amenant à reconsidérer des conflits ou des batailles supposées perdues, sinon en réécrivant l'Histoire, à tout le moins en présentant la réalité sous un angle particulier. Un scénario bien orienté, une dramaturgie habile, auront tôt fait d'amener le spectateur à croire que la guerre du Viêt-Nam fut un succès militaire indéniable, mal présenté par les médias ou le gouvernement de l'époque...

À l'inverse, le monde de l'audiovisuel n'a pas pour préoccupation de faire rayonner les institutions ou les pouvoirs régaliens de la puissance publique. Son but est de vendre et faire vendre. Pour ce faire, il doit produire des œuvres (films, séries, documentaires, jeux vidéo...) dont la vocation est la plus large diffusion possible, en rationalisant les coûts pour maximiser les profits, et le plus souvent à des fins mercantiles même s'il ne faut jamais exclure « l'art pour l'art ». À cet effet, les méthodes employées doivent viser l'efficacité, au détriment de la vérité historique ou de l'exactitude matérielle liée aux grades, tenues ou organisations militaires. Le propos doit être percutant à défaut d'être didactique, au risque de s'adresser à un public de spécialistes, ce qui va à l'encontre de l'objectif mercantile précité.

Plus encore, il y aurait potentiellement un intérêt à grossir le trait, à exagérer le propos jusqu'à la caricature pour rencontrer le succès espéré et donner au public ce que l'on pressent qu'il attend. Cela expliquerait les succès étonnants rencontrés par les nombreux films de série B (les fameuses « bidasseries ») sortis dans la France des années

soixante-dix dont le succès en salle est inversement proportionnel à la qualité artistique.

La logique marchande étant actée, les sociétés de production ont ainsi intérêt à agir sur les deux aspects de la chaîne : en amont, en réduisant au maximum les coûts de production (ce à quoi pourrait contribuer la mise à disposition de moyens par l'armée), et en aval, en augmentant les recettes liées à la production d'une œuvre susceptible d'emporter l'adhésion du plus large public possible.

Toutefois, ces deux logiques sont-elles inconciliables ? Les deux mondes sont-ils condamnés à la poursuite de leurs intérêts particuliers sans médiation possible ?

Après l'étude de leur dialectique, d'abord dominée par une méconnaissance réciproque expliquant des excès (antimilitaristes comme propagandistes), nous verrons qu'une tentative de conciliation a récemment fait jour à l'initiative du MINARM, et dont nous tenterons de tirer les premiers enseignements.

1. L'observation passive : l'utilisation de l'image des forces armées à leur détriment.

Par manque d'implication, de méthode ou d'appui politique, les forces armées peuvent rapidement être brocardées sur les écrans, écornant ainsi leur image de marque. Face à ces attaques, plus ou moins directes, les tentatives de réaction peuvent se révéler contre-productives.

1.1. L'image des forces armées se prête à la caricature antimilitariste.

Au même titre que l'exercice de la justice ou le droit de lever l'impôt, le monopole de la violence physique légitime par une force armée régulière relève du domaine régalien de l'État. L'institution militaire constitue à cet effet une cible de choix pour la critique de l'État lui-même, dans sa capacité ou son incapacité à maîtriser sa force armée.

Cette dernière peut donc se trouver la cible principale d'un pamphlet antimilitariste, mais aussi la cible secondaire, par ricochet, d'une œuvre cherchant en premier lieu à disqualifier l'action publique au prisme de l'armée régaliennne.

1.1.1. L'antimilitarisme par conviction.

La France de l'après Seconde Guerre mondiale constitue un terreau favorable à ce type de critique. Après les deux conflits particulièrement meurtriers qui ont

déchiré l'Europe en 1914 puis en 1939, l'essor du pacifisme et de l'existentialisme dans un contexte de décolonisation donne libre cours à des films virulents envers l'armée. L'institution militaire incarnerait à la fois le conformisme bourgeois et l'héritage aristocratique d'une France qui chercherait à se libérer des vieux carcans idéologiques. Le tournant décisif sera naturellement mai 1968, qui emporte avec lui un courant de pensée qui se veut émancipateur et qui favorise largement l'autocritique et l'introspection.

Le thème de la guerre d'Algérie se prête volontiers à cette tendance, avec à titre d'exemple dès 1972, *Avoir vingt ans dans les Aurès* de René Vautier, qui dépeint le parcours d'appelés du contingent d'origine bretonne, au départ antimilitaristes, mais qui se transforment peu à peu en soldats sanguinaires avides de meurtres, torture et viols envers le peuple algérien. Le seul d'entre eux à ne pas sombrer dans cette violence, à savoir le narrateur, se trouve opportunément exercer le métier d'instituteur dans le civil. Il est donc aisé d'opposer à la barbarie de Sparte (l'armée), le rayonnement d'Athènes (l'Éducation nationale).

Le cinéaste Yves Boisset, particulièrement engagé dans une mouvance de gauche antimilitariste, réalisera quant à lui *R.A.S.* en 1973 (abréviation de Rien à signaler, assez ironique dans le contexte), censé décrire la mauvaise gestion par l'armée française des insoumis puis le recours à la torture pendant la guerre d'Algérie. Le film rencontre un succès auprès du public avec 1,3 million d'entrées, malgré la sensibilité du sujet. Le même réalisateur poursuit dans cette voie de l'antimilitarisme huit ans plus tard avec *Allons z'enfants* (1981) qui décrit les souffrances d'un fils d'adjudant, forcé d'intégrer une école militaire avant la Seconde Guerre mondiale au détriment de ses aspirations artistiques, et où il subira les brimades de ses supérieurs.

1.1.2. *L'antimilitarisme par opportunité.*

Dans un registre plus burlesque, les années soixante-dix ont vu fleurir un sous-genre du cinéma comique brocardant les forces armées et tout particulièrement le service militaire. Il s'agit des fameuses « bidasseries » popularisées par les Charlots avec le concours de Claude Zidi, qui sortent en salle à une fréquence redoutable et rencontrent curieusement un public fidèle, au regard de l'inanité du scénario et de la pauvreté des effets comiques. On peut ainsi citer *Les bidasses en folie* en 1971 (7,4 millions d'entrées !) ou *Les bidasses s'en vont-en guerre* en 1974 (4,1 millions d'entrée). Le filon sera exploité par d'autres troupes comiques comme les Martin Circus avec *Les bidasses en vadrouille* en 1979, projet refusé par les Charlots, ce qui en dit long. On dénombre également *Le grand fanfaron* (mieux connu sous le titre *Les bidasses en cavale*) en 1976, *Arrête ton char... bidasse* (1977), *Embraye bidasse, ça fume* (1978), ou encore *Les bidasses au pensionnat* (1978).

Le filon sera épuisé jusqu'à la corde par les producteurs avec la série des « réformés » : *Comment se faire réformer* (1978), *Les réformés se portent bien* (1978)... et des dérivés comme le bien nommé *Soldat Duroc, ça va être ta fête* en 1975, ou encore *Bête mais discipliné* en 1979. Le phénomène s'essouffle nettement au début des années 1980, dont la résurgence sera *Le retour des bidasses en folie* en 1983 totalisant plus d'un million d'entrées.

Qu'elle soit fondée sur des convictions partisanses ou la seule volonté de tirer un profit commercial d'un sentiment vaguement antimilitariste (notamment dans le contexte d'un service militaire obligatoire

particulièrement brocardé par ceux qui l'ont vécu), la caricature de l'institution militaire constitue donc un trait caractéristique du cinéma français.

De l'autre côté de l'Atlantique, un exemple célèbre de caricature de l'armée et ses mœurs en opération est le film *M*A*S*H* de Robert Altman en 1970, décliné ensuite en série télévisée. Le comportement des deux médecins militaires protagonistes du film constitue une satire de l'armée américaine. Passant la plupart de leur temps à flirter avec les infirmières, à parier sur des matches ou à dérober du matériel militaire, les deux anti-héros se caractérisent par leur anticonformisme. Là encore, le contexte politique constitue un facteur d'explication et d'analyse du succès rencontré par le film (puis la série, de 1972 à 1983) dans la mesure où si l'action est censée avoir lieu dans un hôpital de campagne pendant la guerre de Corée, il est difficile de ne pas faire le parallèle avec la guerre du Viêt-Nam qui se déroule concomitamment à la sortie du film.

1.1.3. L'antimilitarisme comme source d'inspiration.

Parallèlement aux œuvres précitées, plusieurs films mettent en scène les forces armées d'une manière tout aussi critique mais en se fondant sur des faits historiques précis, qui intègrent une réflexion plus globale et moins partisane sur la violence des conflits ou la déshumanisation liée au fait militaire.

On peut citer à ce titre deux œuvres majeures de Bertrand Tavernier. Dans *La vie et rien d'autre* en 1989, les états d'âme finement dépeints du commandant Dellaplane - interprété par le regretté Philippe Noiret - contre sa hiérarchie qui lui ordonne de trouver la dépouille

du soldat inconnu. Cette quête du soldat inconnu permet au cinéaste de traiter plusieurs thèmes en filigrane avec une redoutable efficacité, comme la collusion entre l'industrie française et l'ennemi allemand ou encore le racisme ordinaire au sein de l'armée (la perception des troupes coloniales notamment, puisque le soldat inconnu ne devra pas être noir). Dans *Capitaine Conan* en 1996 qui traite une nouvelle fois de la Première Guerre mondiale, Philippe Torreton interprète un « guerrier » à la tête d'un corps franc qui méprise tout particulièrement les officiers et l'armée d'active régulière, et qui prendra la défense d'un soldat accusé de désertion.

De l'autre côté de l'Atlantique, les États-Unis produisent également des charges antimilitaristes dont le propos est d'autant plus efficace qu'il est nuancé. On peut citer à cet égard *Croix de fer* de Sam Peckinpah en 1977, qui évoque à travers la déroute de la Wehrmacht en Ukraine pendant la Seconde Guerre mondiale le thème de l'obéissance aveugle à la hiérarchie ou la recherche des honneurs militaires. Autre exemple, le méconnu *Pont de Remagen* de John Guillermin en 1969 (une fois encore pendant la guerre du Viêt-Nam), sous le prétexte de la Seconde Guerre mondiale, fustige le côté aristocratique du milieu militaire qui contraint les soldats à miser sur leur seule solidarité pour survivre.

La caricature ou la satire trouvent ainsi en l'armée un sujet particulièrement fécond, dès lors que les événements passés, réels ou supposés, servent à éclairer le présent au gré des convictions des scénaristes et des réalisateurs.

1.2. Les forces armées spectatrices de leur représentation.

Par une absence de maîtrise du discours *ab initio*, une impuissance à gérer l'après conflit à l'écran, ou une maladresse dans la tentative de désamorcer les critiques, les forces armées assistent à leur propre mise en scène. Or, derrière tout militaire se cache également un spectateur !

1.2.1. Le cas des comédies franco-allemandes : la réécriture de l'Histoire.

La dévalorisation systématique de l'institution militaire peut s'inscrire dans un cadre politique plus global, dont la vocation n'est pas tant de nuire à l'armée elle-même mais de s'en servir comme un instrument de moquerie provoquant la réconciliation par le rire. C'est notamment la thèse portée par Ignacio Ramonet dans *Propagandes Silencieuses*³, où il évoque les nombreuses comédies coproduites par la France et l'Allemagne dans le contexte de la réconciliation à partir de la fin des années soixante.

L'objectif visait à ridiculiser le soldat allemand de la Wehrmacht pendant l'Occupation, pour en faire un personnage grotesque et, partant, le dé-diaboliser. À titre d'illustration, on peut citer la trilogie de la 7^{ème} compagnie (*Mais où est donc passée la 7^{ème} compagnie ?* en 1973 suivi de *On a retrouvé la 7^{ème} compagnie* en 1975 et *la 7^{ème} compagnie au clair de lune* en 1977) réalisée par Robert Lamoureux et coproduite par une société berlinoise.

Le même Robert Lamoureux réalise d'ailleurs en 1975 *Opération Lady Marlene*, en coopération avec Tit Film Production basée à Munich. L'ancien ennemi

³ RAMONET (I.), *Propagandes silencieuses*, chapitre Guerre et Comédies, éditions Galilée, 2000.

allemand est dépeint *a posteriori* comme un camarade de jeu dans cette mauvaise farce jouée par l'Histoire. Le trait est grossi à l'extrême dans *Le Führer en Folie* de Philippe Clair en 1973, où Hitler lui-même arbitre une partie de football opposant les Alliés et les nazis. Enfin, *Le Jour de gloire* réalisé par Jacques Besnard en 1976 semble renverser le rapport de force sous l'occupation allemande puisque ce sont bien les villageois français qui se font des misères entre eux, et non pas l'officier allemand abattu fortuitement au début du film.

Cette relecture grossière de l'Histoire, qui ne s'embarrasse pas des détails (dans la 7^{ème} compagnie, les Allemands roulent en camions General Motors Corporation !), n'a pas connu le succès espéré outre-Rhin et cette dynamique de co-production franco-allemande prend fin à la fin des années 1970, non sans avoir produit ses deux derniers avatars au goût douteux que sont *Le mille-pattes fait des claquettes* de Jean Girault en 1977 et *Général... nous voilà !* de Jacques Besnard en 1978.

L'armée est très clairement ici un moyen au service d'une fin. Le sujet n'est pas tant l'armée elle-même que la réconciliation franco-allemande, fortement appuyée par le pouvoir politique, au détriment des intérêts militaires. C'est aussi le cas de *Babette s'en va-t'en guerre* (1959) de Christian-Jacque qui traite de la Seconde Guerre mondiale et la Résistance sur un ton plus que léger, mais pour lequel des moyens militaires sont curieusement mis à disposition.

1.2.2. Le thème de l'après-guerre : la difficulté de la communication post-conflit.

Le thème du retour des soldats revenant du front est difficile à maîtriser, contrairement à la thématique du

départ où le sentiment patriotique doit être exalté. L'héroïsation des soldats dans la guerre est en effet plus facile à montrer à l'écran puisque la dramaturgie est rythmée par les combats se prêtant aux actes de bravoure. À l'inverse, le retour à la vie civile et à ses contingences quotidiennes constitue plutôt l'occasion d'évoquer des sujets moins porteurs, comme le syndrome de stress post-traumatique ou la difficile réinsertion dans la vie économique et sociale.

Dès 1976, Martin Scorsese met en scène dans *Taxi Driver* le personnage interprété par Robert De Niro, un ancien marine au Viêt-Nam devenu chauffeur de taxi isolé dans la jungle newyorkaise, incapable de s'adapter. Un an plus tard, Henry Jaglom décrit dans *Tracks* le convoi funéraire d'un vétérán du Viêt-Nam à l'initiative d'un frère d'arme (interprété par Denis Hopper) dans une Amérique indifférente. Deux ans plus tard, la problématique de l'impossible réadaptation à la vie civile au retour du Viêt-Nam est abordée sous l'angle de l'intrigue amoureuse dans *Coming Home* (titre français *Le retour*) par Hal Ashby en 1978. Le film est centré sur le dilemme d'une infirmière bénévole dans un hôpital pour vétérans (interprétée par Jane Fonda, elle-même particulièrement engagée contre le conflit), éprise d'un ancien combattant devenu paraplégique (campé par Jon Voight) tandis que son mari est toujours au front. Avec une lecture plus ambiguë, puisque ne traitant pas directement de l'opportunité de l'intervention américaine au Viêt-Nam, Michael Cimino dépeindra lui aussi en 1978 dans *Voyage au bout de l'enfer*, toujours avec Robert De Niro, les irrémédiables séquelles physiques et psychologiques des vétérans. La scène de la roulette russe est à cet égard métaphorique. Le thème de l'impossible réinsertion trouve son apogée dans le célèbre *Rambo* de Ted Kotcheff en

1982. L'ancien soldat devenu vagabond (interprété par Sylvester Stallone), après avoir été humilié, est contraint de mener une guerre de guérilla aux autorités locales puis à la Garde nationale qui le pourchassent dans une forêt de l'État de Washington. Sept ans plus tard, dans *Né un 4 juillet* (1989), Oliver Stone (lui-même vétéran du Viêt-Nam), adapte à l'écran l'autobiographie de Ron Kovic, fervent patriote qui finit par douter de ses valeurs dès lors qu'il est revenu paraplégique du conflit.

Après ce thème du Viêt-Nam abondamment traité, les États-Unis continueront d'aborder les conséquences des conflits avec un angle très critique, avec notamment *Dans la vallée d'Elah* de Paul Haggis en 2007. L'objet du film est la deuxième intervention américaine en Irak. Tommy Lee Jones interprète un père cherchant à comprendre les raisons de la disparition de son fils au retour d'Irak, traumatisé par la mort d'un enfant qu'il a occasionnée pendant un convoi. Les autorités américaines font montre d'un silence puis d'une hostilité croissante à l'égard de l'enquête, suscitant une grande désaffection du père de famille (ancien policier militaire) envers la notion de vérité officielle. La dernière image du film montre un drapeau américain renversé, symbole fort de la perte de confiance envers la Nation.

En France, le thème des conséquences traumatiques de la guerre a également été traité, le plus souvent avec pour cadre la Première Guerre mondiale. On peut ainsi citer *La Chambre des officiers* de François Dupeyron en 2001, *Un long dimanche de fiançailles* de Jean-Pierre Jeunet en 2004 ou plus récemment *Au-revoir*

*là-haut*⁴ d'Albert Dupontel en 2017. Il est intéressant de noter que ces trois films sont des adaptations de romans, respectivement écrits par Marc Dugain, Sébastien Japrisot et Pierre Lemaitre, ce qui en explique probablement l'approche très littéraire, dans un style élégant mais différent des exemples américains précédemment cités.

Parallèlement au format long-métrage, le documentaire se prête également bien à ce type d'analyse critique et contestataire de l'implication des forces armées dans les conflits au regard des conséquences pour les soldats et les populations. On peut notamment citer parmi ces documentaires, *Let there be light* de John Huston qui dresse dès 1946 un portrait particulièrement accablant de la gestion du syndrome post-traumatique après la Seconde Guerre mondiale. Le documentaire a d'ailleurs inquiété les autorités américaines et n'a pas été distribué. Le public ne le découvrira qu'en 1981 à l'occasion du Festival de Cannes.

Là encore, c'est le conflit au Viêt-Nam qui constitue la source la plus féconde avec notamment *Winter Soldier* en 1972 à l'initiative d'un collectif de réalisateurs anonymes, qui constitue probablement le symbole de la repentance et de l'insoumission le plus marquant auprès de l'opinion publique américaine. D'une sobriété presque dérangeante (pas d'effet de montage, pas de voix off), le documentaire relate le témoignage d'une centaine de vétérans qui racontent leur vécu : viols de civils, massacres de villageois, mutilation de prisonniers...

⁴ Le film a néanmoins été soutenu par le ministère des Armées, qui a mis à disposition le Camp des Matelots à Versailles pour le tournage de la scène de démobilisation.

Deux ans plus tard, en 1974, *Heart and minds*⁵ constitue une charge virulente contre le déclenchement de la guerre du Viêt-Nam, mettant en évidence des structures d'aveuglement des soldats comme de l'opinion publique américaine. Récompensé par l'Oscar du meilleur documentaire en 1975, l'œuvre suscite une vive réaction de la salle lors de la remise du trophée, avec notamment une désapprobation par le maître de cérémonie Frank Sinatra lui-même.

1.2.3. *Les forces armées à travers le prisme de l'uchronie.*

Indépendamment de ces productions ciblées, les forces armées peuvent également faire l'objet de scénarios uchroniques, qui ne s'embarrassent aucunement de la matérialité historique. Là encore, les forces armées constituent un moyen au service d'une fin : nul besoin de garantir la cohérence historique pourvu que cela serve les intérêts du scénario.

Ainsi, dans *En Angleterre occupée* d'Andrew Mollo et Kevin Bronlow en 1966, l'Angleterre perd la bataille de Dunkerque et se voit envahir en 1940 par l'armée allemande. La protagoniste principale est une infirmière d'origine irlandaise forcée de collaborer à un programme d'euthanasie massive... Le thème de la victoire des nazis en Europe est d'ailleurs repris par Christopher Menaul en 1994 dans *Le crépuscule des aigles*, où Rutger Hauer campe un Sturmbannführer SS dans Berlin devenue plus grande ville du monde. En 2009,

⁵ Le titre fait référence à un discours du président Lyndon Johnson justifiant l'envoi de troupes au Viêt-Nam arguant que « *l'ultime victoire ne se gagnerait qu'avec le cœur et l'esprit des hommes qui vivent là-bas* ».

Quentin Tarantino va jusqu'à imaginer dans *Inglorious Basterds* l'assassinat d'Hitler et son premier cercle dans un cinéma parisien, et la mise sur pied d'un commando pratiquant l'expédition punitive dont l'engagement individuel de chaque nouvelle recrue est de scalper cent nazis. Enfin, Ridley Scott produit en 2015 l'adaptation au format série du roman uchronique de Philip K. Dick *Le maître du Haut Château* (1962), qui imagine le monde après la capitulation des États-Unis face à l'Allemagne nazie et au Japon en 1947.

Ce type d'intrigue ne constitue pas en soi une satire spécifiquement destinée à dévaloriser les forces armées, il s'agit sans doute de laisser libre cours à l'imagination des scénaristes sur le modèle du « *what if / et si seulement ...* ». Toutefois, l'uchronie soulève en creux les manquements ou les insuffisances des forces armées à la période considérée : la bataille de Dunkerque fut loin d'être un succès pour les Alliés, tandis qu'Hitler se donnera lui-même la mort puisqu'aucun soldat allié ne l'a eu dans sa ligne de mire pendant les six années de conflit...

1.3. La tentative de maîtrise a posteriori peut se révéler contre-productive.

Deux instruments impliquant étroitement les pouvoirs publics peuvent servir à contenir la menace : la censure ou la communication institutionnelle. Dans les deux cas, il s'agit d'outils difficiles à manipuler et qui peuvent produire des effets contraires à ceux recherchés.

1.3.1. La censure amène à une forme de sacralisation.

Si elle peut apparaître légèrement anachronique à l'heure d'Internet et de la mondialisation, la censure a constitué au vingtième siècle un réel moyen à la disposition des gouvernements pour empêcher la propagation des idées portées par une œuvre. Concrètement, les films faisaient d'abord l'objet d'une interdiction de sortie en salle, éventuellement suivie d'une interdiction de diffusion à la télévision.

La manœuvre est d'autant plus risquée que la qualité des films est parfois indéniable, et mobilise donc une opinion publique qui peut légitimement s'insurger contre une décision jugée inique. En censurant l'œuvre dans la durée, le pouvoir politique prend le risque de la sacraliser. Après tout, si le film est censuré, c'est qu'il doit contenir un message ou une idée qui déstabilise le gouvernement en place, d'où un certain attrait pour l'opposition voire une simple curiosité pour le citoyen.

En France, le film emblématique de cette censure contre-productive est sans conteste *Les sentiers de la gloire* de Stanley Kubrick, sorti en salles aux États-Unis en 1957 mais censuré en France jusqu'en 1975. Avant sa sortie en France, le ministère des Affaires étrangères fait pression auprès de la Belgique pour que le film y soit déprogrammé, tandis que le gouvernement français proteste auprès de la société United Artist qui produit le film⁶. Les producteurs décident donc d'eux-mêmes de ne pas le distribuer en France et ne demandent pas de visa d'exploitation. La Suisse, autre pays francophone, ne programme pas non plus le film. Le contexte historique a une importance : en 1957, la France commence à s'enliser dans le conflit algérien, et n'a donc pas intérêt à laisser

⁶ Cf. article du journal *Le Point* de François-Guillaume Lorrain intitulé *Ces films qui ont fait scandale* magazine n°1984 du 22/09/2010.

diffuser le film de Kubrick qui, s'il constitue avant toute chose une charge très efficace contre la folie des hommes dans la guerre, livre également une image très critique de l'armée française et son état-major.

Un autre exemple de censure contreproductive concerne *La bataille d'Alger* réalisé par Gillo Pontecorvo en 1966. Acerbe envers l'armée française, dépeinte comme une armée de puissance coloniale soucieuse d'asseoir sa domination face aux volontés émancipatrices du FLN entre 1954 et 1957, le film heurte rapidement la sensibilité de l'opinion publique française. Présenté officiellement au festival de Venise en 1966, il suscite le boycott de la délégation française qui ne parvient pas à empêcher qu'il obtienne le Lion d'or⁷. Programmé dans trois salles parisiennes en 1970, le film est ensuite rapidement retiré à cause des nombreuses tentatives ou menaces d'attentat. Il est reprogrammé en 1971 et provoque notamment une explosion dans un cinéma de Béziers le 10 décembre 1980. Il reste censuré à la télévision jusqu'en 2004. La tentative de censure a créé autour de ce film une sorte d'aura émancipatrice, alors même qu'il était censé dépeindre les exactions commises par les deux camps. Le réalisateur Ken Loach ira jusqu'à le décrire comme un film anti-impérialiste montrant l'impact du colonialisme sur la vie quotidienne de gens ordinaires⁸ (curieuse déclaration quand on connaît les activités de proxénète d'Ali la Pointe...).

Enfin, pour citer un exemple qui ne soit ni français ni américain, la sortie en 1970 du film italien *Les hommes contre* de Francesco Rosi a été accompagnée d'une vive

⁷ *Ibid.*

⁸ Article en ligne sur *Open Democracy* du 17/12/2012 « *In Short: Ken Loach on the Battle of Algiers* ».

polémique. L'intrigue du film se déroule également pendant la Première Guerre mondiale, où les mutineries des soldats du front se multiplient alors que l'état-major italien persiste dans des charges meurtrières notamment pour la prise de la colline de Montefiore. L'œuvre a été perçue comme une tentative de dénigrement de l'armée italienne et a fait l'objet d'un procès qui a finalement abouti à un non-lieu. C'est une fois encore le contexte historique qui semble justifier cette tentative de censure. L'Italie des années 1970 est marquée par les années de plomb, où la Démocratie chrétienne cherche à se légitimer au pouvoir par la stratégie de la tension, en manipulant les groupes d'extrême gauche. Le personnage incarné par Gian Maria Volonté, un lieutenant qui se rebelle contre son général, tient un discours très subversif (inspiré par le révolutionnaire Antonio Gramsci) visant à détruire le Haut commandement de l'état-major italien puis renverser le gouvernement pour imposer l'idéal socialiste. Le message clé du film est d'ailleurs délivré par le lieutenant : le véritable ennemi n'est pas devant, mais derrière...

1.3.2. *De la censure à l'autocensure.*

Outre les formes classiques de censure, un autre type plus insidieux et d'une certaine manière plus dangereux peut se faire jour : l'autocensure. L'historien Benjamin Stora a décrit ce phénomène dans son ouvrage *Imaginaires de guerre*⁹ où il fait notamment référence à un entretien filmé en 1991 du réalisateur Philippe de Broca,

⁹ STORA (B.), *Imaginaires de guerre*, éditions La Découverte, page 121, 1997, également cité dans le mémoire du CES PELLATAN Richard, précité.

qui fut employé par le Service cinématographique des armées pendant la guerre d'Algérie : « *si je filmais des soldats français commettant des actes de violence, l'officier censurerait immédiatement ces séquences. Alors, petit à petit, je ne les filmais plus* ». En l'occurrence, il s'agit d'un témoignage portant sur des images réelles de conflit. Cette autocensure peut également amener le MINARM à une forme de contradiction, en ne diffusant pas une œuvre qu'il a lui-même commandée. Ce fut notamment le cas du documentaire *Les Yeux Brûlés* réalisé par Laurent Roth à la demande de l'Établissement de communication et de production audiovisuelle de la défense (ECPAD), mettant en scène Mireille Perrier s'entretenant avec plusieurs reporters de guerre français portant sur la nature de leur travail et leur rôle dans la production des images de guerre. Réalisé en 1986, le film ne sortira pas en salle et ne sera diffusé qu'à l'occasion de festivals. Il est finalement restauré en 2015, à l'occasion du centenaire du cinéma et de la photographie de guerre, date de sa sortie officielle.

Enfin, l'autocensure peut s'étendre jusqu'à la phase d'écriture. Un scénariste pourrait se fixer lui-même des limites dès lors qu'il anticipe un futur refus de financement par les producteurs. Autant rédiger d'emblée un scénario autoporteur, c'est-à-dire servant les intérêts nationaux ou ceux de la société de production.

Aux États-Unis, ce risque d'autocensure a lui aussi été identifié à l'aune des relations entre le Pentagone et Hollywood. Dans le documentaire *Operation Hollywood* d'Emilio Pacull¹⁰, le journaliste Dave Robb y décrit l'effet pervers de cette coopération. Comme les sociétés de

¹⁰ *Operation Hollywood*, Emilio Pacull, Arte France co-production les Films d'ici, 2004.

production ont besoin des moyens matériels mis à disposition par l'armée, les scénaristes s'autocensurent pour ne pas risquer un refus de participation par les autorités américaines.

1.3.3. *La discordance des discours.*

Une fois le film sorti ou l'œuvre diffusée, vient le temps de la polémique. Celle-ci peut d'ailleurs être aussi bien soulevée par l'opinion publique que par les forces armées elles-mêmes. Le risque est alors d'assister à une cacophonie de la parole institutionnelle, qui décrédibilise le discours officiel. L'exemple du film *L'Ordre et la Morale* de Mathieu Kassovitz, sorti en 2011, en constitue une belle illustration. Le réalisateur traite des événements dits de la grotte d'Ouvéa qui se sont déroulés en Nouvelle-Calédonie en avril 1988, opposant les troupes françaises à des indépendantistes kanaks dans le cadre d'une prise d'otage de gendarmes français consécutive à l'assassinat de quatre d'entre eux.

Dès la phase de production, le film crée la polémique puisque le tournage ne peut pas se dérouler en Nouvelle-Calédonie, faisant suite à des pressions politiques¹¹, et doit donc être délocalisé en Polynésie française. Il apparaît ainsi une première discordance au sein de la République française puisque si la Nouvelle-Calédonie ne souhaite pas accueillir le tournage (et n'a d'ailleurs pas non plus accepté sa sortie en salle localement), la Polynésie française accepte de le subventionner. L'armée française refuse d'apporter son

¹¹ Voir l'article du journal Le Monde disponible au lien suivant https://www.lemonde.fr/cinema/article/2011/10/22/un-film-sur-le-massacre-d-ouvea-prive-de-sortie-en-nouvelle-caledonie_1592385_3476.html consulté le 29/11/2018.

soutien matériel au projet, malgré la demande de concours de la production, jugeant le scénario trop orienté. Le problème vient du fait que le personnage principal du film (joué par Kassovitz), le capitaine du GIGN Philippe Legorjus, est une personne réelle dont le récit autobiographique a inspiré en grande partie le scénario du film¹². Il juge d'ailleurs le scénario « *équilibré* », « *reflétant bien la réalité* »¹³. Une deuxième discordance apparaît donc, puisque le principal protagoniste de l'affaire adopte un discours différent de celui de sa hiérarchie qui n'a pas soutenu le film.

L'apogée de la polémique fait suite à la sortie en salle, puisque les militaires (notamment ceux décrits dans le film) découvrent la version des événements livrée par Kassovitz. Le principal concerné, le général Jacques Vidal, ancien commandant supérieur des forces armées en Nouvelle-Calédonie, désormais en deuxième section, s'insurge d'abord dans les colonnes du Point¹⁴, avant de livrer un billet d'humeur sur le blog « *Égalité et Réconciliation* » de l'essayiste controversé Alain Soral, intitulé *La grande mystification de Kassovitz et Legorjus*, dans lequel il qualifie le capitaine Legorjus de « *mégalomane pleutre et menteur* », ce qui tranche pour le moins avec la version qu'en livre Kassovitz à l'écran.

¹² LEGORJUS Philippe, *la Morale et l'action*, éditions Fixot, 1990.

¹³ Voir l'article du journal Le Point disponible au lien suivant https://www.lepoint.fr/culture/l-ordre-et-la-morale-le-gendarme-kassovitz-a-l-assaut-d-ouvea-06-09-2011-1370479_3.php consulté le 29/11/2018.

¹⁴ Voir l'article du Point https://www.lepoint.fr/culture/l-ordre-et-la-morale-la-controverse-15-11-2011-1396445_3.php consulté le 29/11/2018.

Ces multiples discordances de discours contribuent à semer le trouble sur la représentation de ces événements qui n'ont pas été entièrement digérés en Nouvelle-Calédonie. Le ministère de la Défense n'a pas saisi l'occasion de livrer sa version officielle en amont, ce qui a permis aux principaux protagonistes de s'exprimer de manière individuelle et donc désordonnée.

Pire encore, même lorsque les historiens établissent la matérialité des faits, il est difficile de trouver une position commune qui satisfasse l'ensemble des parties prenantes : pouvoir politique, classe médiatique, et ayants-droit. C'est l'exemple du film *Indigènes*, écrit et réalisé par Rachid Bouchareb en 2006. Narrant le parcours de trois tirailleurs algériens et d'un goumier marocain pendant la Seconde Guerre mondiale, le film soulève en creux la non-reconnaissance officielle des services rendus à la Nation par les « indigènes », c'est-à-dire par les troupes coloniales. En l'espèce, quatre-vingt mille anciens combattants issus des colonies ne touchaient pas au moment de la sortie du film la même pension que leurs frères d'armes de métropole. Au regard de la polémique suscitée, le gouvernement de l'époque prend la décision de mettre fin à la cristallisation des pensions le jour de la sortie du film le 27 septembre 2006.

Pourtant, alors que le film présente les troupes coloniales comme de la chair à canon que l'armée n'a pas hésité à sacrifier, des historiens remettent en cause les chiffres avancés. L'historien Daniel Lefeuvre démontre en particulier que le pourcentage des tués parmi les soldats musulmans est inférieur à celui des combattants d'Afrique du Nord. Une controverse l'oppose ainsi à l'historien choisi par les producteurs comme conseiller technique du film, Pascal Blanchard. Le film ne fait d'ailleurs pas état des exactions commises par les goumiers en Italie, ce que

le conseiller technique ne conteste pas : « *il est vrai que dans l'esprit du maintien de la réalité historique, il eût été bien d'évoquer ces dérives* ». ¹⁵ Il demeure donc pour le moins curieux qu'un film qui a suscité une controverse entre historiens ait été l'élément déclencheur d'une revalorisation des pensions de retraite (dont la légitimité n'est pas contestée ici) ce que concède également Pascal Blanchard : « *il est affligeant de voir la puissance d'un film par rapport aux souffrances des personnes qui tentent de négocier depuis des années avec l'État français. Forcément, la toute-puissance médiatique amène à se poser de questions sur la réussite de notre démocratie* » ¹⁶.

Un dernier exemple de vaine tentative de maîtriser le discours *a posteriori* concerne *Avoir vingt ans dans les Aurès* de René Vautier (précité). Le film adopte un parti pris pro-fellagha qui suscite la polémique dès sa sortie en 1972, d'autant plus qu'il est récompensé au festival de Cannes par le prix de la critique internationale. Le général Maurice Faivre dénonce la désinformation portée par le film ¹⁷ mais malgré son statut d'historien émérite, fin connaisseur de la question algérienne, force est de constater que son témoignage n'a pas connu un écho comparable aux accusations portées par une partie de la classe médiatique envers l'armée française.

¹⁵ Cité par Yann Buxeda dans son article du journal L'Express du 20/02/2007 intitulé « *Indigènes : quand l'histoire et la fiction s'affrontent* », consulté le 20/11/2018.

¹⁶ Id.

¹⁷ Témoignage sur la désinformation le 24/11/2010 devant la 17^{ème} Chambre correctionnelle.

Il ressort donc de ce premier temps d'analyse que l'inaction est tout aussi mauvaise conseillère que l'action tardive, c'est-à-dire la réaction. Qu'en est-il de l'action préventive ?

2. Ne pas subir : lorsque les forces armées renversent le rapport de force.

L'implication des forces armées dans la production audiovisuelle qui les met en scène doit s'envisager comme un curseur d'intensité, qui varie dans le temps et l'espace en fonction des cultures et du contexte géopolitique. À cet égard, la télévision offre un canal de rayonnement plus diffus - et partant, moins controversé - que le cinéma.

2.1. De la propagande institutionnelle à la coopération intéressée.

Si le pouvoir politique a d'abord pu être tenté d'utiliser ouvertement le pouvoir de l'écran comme un instrument de propagande au service de l'armée nationale, la stratégie d'influence des forces armées sur la production audiovisuelle passe désormais par des canaux moins institutionnels. Il peut s'agir des personnes ressources, mais également d'une démarche partenariale avec les producteurs.

2.1.1. La forte implication du pouvoir politique dans la production audiovisuelle.

Au fil du vingtième siècle, le pouvoir politique a directement influé sur les acteurs du secteur audiovisuel, qui parfois étaient liés de manière quasi-institutionnelle au régime en place. Outre Léni Riefenstahl citée en introduction, figure de proue du cinéma de propagande hitlérienne, on peut également songer à la propagande

soviétique mettant en avant les faits d'armes de l'Armée Rouge et l'engagement des soldats qui la composent, comme *Tchapaïev* (1934) des frères Vassiliev ou *La Chute de Berlin* (1950) de Mikhaïl Tchiaourelï.

Mais au-delà de ces approches plutôt extrêmes, puisque liées à des régimes totalitaires, des gouvernements démocratiques ont eux aussi très largement influencé la production nationale. Cette immixtion du pouvoir politique dans la création artistique amène à cet égard à créer une deuxième armée : l'armée à l'écran comme une armée de propagande, qui diffère de l'armée réelle, celle qui se bat dans le champ matériel et non pas celui des représentations. Ce glissement a été perçu par Sébastien Denis dans son ouvrage *L'armée à l'écran*¹⁸ : « si le rôle du soldat est de se battre pour une nation, le soldat de cinéma est quant à lui le support de bien des idéologies, et par là même d'autant de stéréotypes ».

Si l'on prend l'exemple français, le général de Gaulle a apporté une vigilance particulière à une représentation positive des forces armées françaises, notamment lorsque le scénario impliquait la Seconde Guerre mondiale et l'Occupation. C'est justement parce que la débâcle des armées françaises fut indéniable qu'il fallut après le conflit influencer sur la mémoire collective en laissant penser que la flamme de la Résistance ne s'était jamais éteinte. Dans son ouvrage *Guerre et Cinéma : grandes illusions et petits soldats (1895-1971)*¹⁹, Joseph Daniel montre que les films sur la Résistance fleurissent après la fin de la guerre. On peut citer à cet égard *La*

¹⁸ DENIS (S.), ouvrage collectif sous sa direction, CinemAction n°113, Corlet-Télérama, 2004.

¹⁹ DANIEL (J.), *Guerre et Cinéma : grandes illusions et petits soldats (1895-1971)*, Presses de Sciences Po, Académique, 1972.

bataille du rail (1946) de René Clément ou *Un condamné à mort s'est échappé* (1956) de Robert Bresson. Sylvie Lindeperg qualifie quant à elle cette période de « cinéma année zéro : naissance d'un mythe »²⁰.

Le phénomène perdure après le retour au pouvoir du général de Gaulle en 1958, avec à titre d'exemple *Paris brûle-t-il ?* de René Clément en 1966, dont le souffle épique et le casting éloquent amènent sans doute à surestimer l'action des réseaux de Résistance dans la préservation de Paris contre la folie vengeresse de la Wehrmacht en déroute. Le film *Papy fait de la résistance* (1983) de Jean-Marie Poiré constituera à cet égard une satire de ces films, avec notamment le personnage de Super-Résistant qui incarne la mythification par le cinéma d'un héros artificiel créé sur mesure.

Outre la promotion des valeurs de la Résistance, la censure du pouvoir gaulliste a également veillé à ce que l'image de cette dernière ne soit pas ternie, comme l'a subi *Les honneurs de la guerre* (1962) de Jean Dewever qui minimisait l'impact de l'action des réseaux.

Après la Seconde Guerre mondiale, dans un contexte de guerre de décolonisation, il fallait mettre en exergue les valeurs d'engagement patriotique. Ainsi, le film documentaire *Crève-cœur* de Jacques Dupont sorti en 1955, dépeint le parcours d'un jeune officier français rejoignant la force des Nations Unies pendant la guerre de Corée. En 1957, *Patrouille de choc* de Claude Bernard-Aubert relate l'héroïsme de soldats français en Indochine, assaillis par des vietminh. La commission de censure a d'abord refusé le titre original du film qui devait être

²⁰ LINDEPERG (S.) *Les écrans de l'ombre, la Seconde Guerre mondiale dans le cinéma français*, éditions CNRS Paris, 1997.

Patrouille sans espoir, jugé trop pessimiste de même que la fin initialement prévue²¹.

Ce dispositif très fortement incitatif à l'égard des acteurs du secteur audiovisuel présente une faille importante : en agissant trop directement sur la création, le pouvoir politique peut décrédibiliser l'œuvre. À l'inverse, une stratégie reposant sur des personnes et non pas sur des institutions peut apparaître moins intrusive.

2.1.2. *L'importance des personnes ressources.*

Quelques grands noms du cinéma de guerre s'imposent assez naturellement dans le paysage audiovisuel français : Jacques Perrin, Raoul Coutard, Pierre Schoendoerffer... Ils ont tous en commun un passé militaire ou une adhésion personnelle aux valeurs portées par l'institution.

Ainsi, après avoir passé une grande partie de sa carrière à promouvoir son amour de la mer et, partant, les valeurs de la marine, Jacques Perrin a été promu capitaine de frégate dans la réserve citoyenne par l'amiral Rogel, alors chef d'état-major de la marine, le 17 juillet 2012. Il a également été admis dans le corps des peintres de la Marine le 12 mars 2015. Cette reconnaissance officielle vient couronner un parcours artistique qui aura permis à l'acteur, réalisateur et producteur de donner une image positive des forces armées au gré de ses films, qu'il incarne un lieutenant en Indochine ou le pacha d'un bâtiment.

Il constitue donc une personnalité sur laquelle le MINARM peut s'appuyer en toute confiance pour l'associer à une mission de rayonnement. À cet égard,

²¹ Source : Graeme Hayes dans *Cinéma et engagement*, cité dans la fiche Wikipedia du film consultée le 10/01/2019.

Jacques Perrin a un temps été associé au conseil d'administration de l'Établissement de communication et de production audiovisuelle de la défense (ECPAD). Toutefois, l'orientation donnée aux travaux étant essentiellement de nature administrative et budgétaire, il a rapidement quitté la structure²².

Pierre Schoendoerffer constitue quant à lui une figure incontournable de la réalisation des films de guerre à très forte authenticité. Son parcours de vie comme sa carrière en font un ambassadeur naturel du fait militaire. Pupille de la Nation (son père étant tombé au champ d'honneur à soixante-deux ans !), il devient une figure importante du Service cinématographique des armées pendant la guerre d'Indochine où il sera fait prisonnier de guerre en 1954. Il est à cet égard peu habituel de croiser un réalisateur décoré de la médaille militaire, de la croix de guerre et de la croix du combattant. Lorsqu'il réalise la *317^{ème} section* (1965), film au réalisme saisissant qui en fait presque un documentaire, ou *Dien Bien Phu* (1992) il adopte un regard de réalisateur mais aussi d'ancien acteur des événements. Il contribue ainsi à forger une mémoire collective en dehors du cadre institutionnel, comme le souligne à cet égard Bénédicte Chéron dans l'ouvrage de référence qu'elle lui a consacré²³ : « *les institutions, si elles peuvent impulser un mouvement, ne peuvent décréter l'émergence d'un récit national à coup d'inaugurations officielles et de communiqués ministériels* ». Cette approche constitue une richesse indéniable, qui a fait de cet auteur - réalisateur une des personnalités majeures de

²² DUPUY DE LA GRANDE RIVE (A.), précité.

²³ CHERON (B.), *Pierre Schoendoerffer, un cinéma entre fiction et histoire*, éditions CNRS Paris, 2012.

ce cinéma de genre. À l'instar de Jacques Perrin, ses mérites ont été reconnus et valorisés puisque parallèlement à ses distinctions militaires il fut commandeur des palmes académiques, officier des arts et lettres, puis président de l'Académie des Beaux-Arts.

Raoul Coutard est pour sa part un ancien combattant d'Indochine, qui a commencé dans la photographie de guerre avant d'œuvrer dans le cinéma. Il réalisa notamment *La Légion saute sur Kolwezi* en 1980, non sans avoir participé au mouvement de la Nouvelle Vague en tant que directeur de la photographie. On le retrouve d'ailleurs sur le *Crabe Tambour* pour lequel il obtient le César de la meilleure photographie en 1978.

D'autres réalisateurs et acteurs ont eu un passé militaire, sans doute pas assez valorisé à ce stade. On peut songer à Claude Lelouch, qui intègre le Service cinématographique des armées à la fin des années cinquante en tournant notamment le documentaire *la Guerre du silence* (1959), ou encore à Claude Pinoteau qui fut ancien infirmier au 1^{er} Régiment de chasseurs parachutistes en 1944 et disposait de toute la crédibilité nécessaire pour réaliser *La neige et le feu* en 1991 sur la mort d'un jeune père pendant les combats de la Libération, inspiré de ses souvenirs personnels.

Avec la fin de la conscription, ce type de carrière est naturellement voué à disparaître, toutefois la piste de la réserve citoyenne demeure pertinente pour associer des personnalités à l'image des forces armées et à en promouvoir les valeurs.

Aux États-Unis, John Wayne a largement contribué à véhiculer une image positive de l'armée américaine. Après l'entrée en guerre de son pays en 1941, il fut volontaire pour s'engager et aller combattre en Europe. Ses demandes furent toutes refusées en raison de

son statut de père de famille et sa célébrité naissante. Sa participation se limita ainsi à des visites aux soldats, à son grand regret. Il déclara ainsi « *j'ai toujours eu honte de ne pas avoir combattu. Lorsque j'interprète un officier à la tête de son commando, j'ai une piètre opinion de moi-même* »²⁴. Sa proximité avec le président Lyndon Johnson lui a notamment permis de bénéficier des moyens militaires pour réaliser son film *Bérets Verts* en 1968, ode à l'héroïsme militaire américain et manifeste pour la guerre du Viêt-Nam.

Le capitaine Dale Dye, ancien officier du corps des marines et vétéran du Viêt-Nam assure quant à lui le rôle de conseiller technique pour la plupart des productions hollywoodiennes impliquant des moyens militaires.

Une stratégie d'influence et de rayonnement gagne ainsi à s'appuyer sur ces personnes ressources, assurant un véritable rôle de pivot entre l'environnement militaire qu'ils ont connu jadis et le monde de la production audiovisuelle, envisagé comme la continuation de leur engagement au service de valeurs partagées.

2.1.3. Les armées françaises à l'assaut de leur autopromotion.

Indépendamment de l'impulsion donnée par le pouvoir politique ou de l'action des personnes ressources, les forces armées ont pris l'initiative de contribuer à leur propre promotion, en associant leur image ou leurs moyens à des productions ciblées.

²⁴ Cité par Frédéric Valmont dans son ouvrage *John Wayne, le géant de l'Ouest*, éditions Didier Carpentier, 2010.

L'Armée de terre a ainsi sollicité sa 11^{ème} Division parachutiste en fournissant plusieurs engagés pour le tournage de *Dien Bien Phu* (1992) de Pierre Schoendoerffer, tandis que la mini-série de Christian-Jacque *À vous de jouer Milord* (1974) fut tournée au 503^{ème} Régiment de chars de combat à Mourmelon-le-Grand.

La Marine nationale fournit quant à elle des moyens à Pierre Schoendoerffer pour l'adaptation à l'écran de son propre roman *Le Crabe-Tambour* (1977), pour le film américain *USS Alabama* (1995) de Tony Scott, que l'*US Navy* avait refusé de soutenir²⁵ ou encore le téléfilm de Jean-Pierre Vergne *Une fille dans l'azur* (2001) où Claire Borotra incarne une pilote d'hélicoptère de l'aéronavale à bord du porte-avions.

En 2005, l'armée de l'air soutient massivement l'adaptation par Gérard Pirès des *Chevaliers du ciel*, tentative d'égaliser le mythique *Top Gun* sorti vingt ans plus tôt, en permettant notamment aux acteurs principaux de s'entraîner sur simulateur. Dans le *making off* du film, disponible en DVD, la société de production affirme à cet égard que même avec un budget dix fois supérieur (celui du film étant de dix-neuf millions et demi d'euros), jamais le tournage n'aurait été possible sans le concours de l'Armée de l'air. Cette dernière a affecté un pilote de chasse dans l'équipe de tournage, a mis à disposition plusieurs de ses bases aériennes y compris à Djibouti, et a filmé les trois-quarts des images prises en vol à l'occasion de réelles missions opérationnelles. L'Armée de l'air a également pu bénéficier d'une exposition dans les deux derniers opus de la saga *Mission Impossible* réalisés par Christopher MacQuarrie, dans une opération qui peut

²⁵ Les premières et dernières scènes du film sont ainsi tournées sur le porte-avions *Foch*, la Marine nationale étant remerciée dans le générique de fin.

s'apparenter à du placement de produit en faveur d'Airbus. Ainsi, en 2015, un avion de transport A400M est mis en valeur dès le début de *Mission Impossible Rogue Nation*, tandis qu'en 2018, pour *Mission Impossible Fallout*, un hélicoptère Caracal mis à disposition par l'Armée de l'air est utilisé pour la séquence filmée au-dessus de Bercy²⁶.

Il y a donc bien eu matière à action côté français. Toutefois, le modèle américain paraît plus robuste, au regard de l'étroite collaboration entre les autorités *militaires* et l'industrie du spectacle.

2.2. Le modèle américain du « cinéma de sécurité nationale ».²⁷

La relation privilégiée entre les studios hollywoodiens et l'armée américaine n'est pas récente. Les historiens datent en 1898 la première utilisation du cinéma dans le cadre d'un conflit armé, opposant espagnols et américains sur l'île de Cuba²⁸. Les États-Unis ont ainsi su organiser très tôt un modèle structuré et robuste, qui a largement fait ses preuves même s'il n'est pas exempt de certaines limites.

²⁶ https://www.lemonde.fr/m-actu/article/2018/07/27/pour-tom-cruise-l-armee-de-l-air-sort-le-grand-jeu_5336696_4497186.html consulté le 14/10/2018.

²⁷ L'expression est de Jean-Michel Valantin dans son ouvrage *Hollywood, le Pentagone et Washington*, éditions Autrement Frontières, 2003.

²⁸ Voir en ce sens l'article *Cuba 1898 : le cinéma au service de la guerre*, d'Emmanuel Vincenot dans *Une histoire mondiale des cinémas de propagande*, Nouveau monde éditions, 2008.

2.2.1. *Un maillage et une structuration efficaces.*

Dès les années vingt, le Pentagone crée un bureau chargé des relations avec les studios de cinéma. En 1927, pour le film *Wings* de William Wellman, les militaires américains sont ainsi impliqués à la fois dans le scénario et dans la réalisation de cette ode à l'aviation militaire de la Première Guerre mondiale, qui remportera l'Oscar du meilleur film.

Quinze ans plus tard, après le traumatisme causé par l'attaque de Pearl Harbour le 7 décembre 1941, les grands patrons d'Hollywood sont convoqués en 1942 à Washington pour organiser la stratégie de riposte et d'endoctrinement. Le président Roosevelt et le général Marshall, chef d'état-major de l'époque, commandent personnellement à Frank Capra la série documentaire *Why we fight* pour galvaniser l'opinion publique américaine. D'anciens militaires américains sont quant à eux chargés de filmer des événements de guerre : John Ford traite ainsi du front Pacifique, tandis que John Sturges et William Wyler traitent de la campagne européenne. Près de quatre-cents documentaires anti-japonais sont ainsi produits pendant la seule Seconde Guerre mondiale, tels que *The Battle of Midway* (1942), *Torpedo Squadron* (1942) ou *December 7th* (1943), tous trois réalisés par John Ford. Le film *Prisonniers de Satan* (1944) de Lewis Milestone participe à attiser la haine anti-japonaise en montrant les sévices infligés à des pilotes américains capturés²⁹.

Décennie après décennie, ces relations s'étoffent pour aboutir à une véritable industrie, tant au regard du nombre de films co-développés qu'à la vue des moyens

²⁹ RAMONET (I.), *op. cit.*

militaires mis en œuvre. À cet égard, le film ayant mobilisé le plus de ressources et d'énergie au sein de l'armée américaine, qui représente le point culminant de la coopération entre le Pentagone et Hollywood, reste *Le Jour le plus long* en 1962, des cinq réalisateurs Ken Annakin, Andrew Marton, Bernhard Wicki, Gerd Oswald et Darryl F. Zanuck. Le film lance d'ailleurs un courant pro-militariste dans les années soixante sur le thème de la Seconde Guerre mondiale, avec *La bataille des Ardennes* (1965) du même Ken Annakin, *Quand les aigles attaquent* (1968) de Brian G. Hutton, ou encore *Tora ! Tora ! Tora !* (1970) de Richard Fleischer, Kinji Fukasaku et Toshio Masuda.

Le documentaire *Operation Hollywood* d'Emilio Pacull (précité) décrit finement l'historique des relations entre le Pentagone et Hollywood. Le journaliste Dave Robb, spécialiste de la question, y évoque notamment le rôle capital joué par Philipp Strub au sein du Pentagone à compter de 1989. Ancien officier de l'*US Navy*, Strub a coordonné pendant vingt-neuf ans l'action des officiers de liaison insérés au sein des *majors* (grands studios hollywoodiens) qui développent les projets de films, en décidant en dernier ressort quel film bénéficiera du soutien du Pentagone, et avec quel niveau d'engagement. Il a pris sa retraite en décembre 2018 dans un étonnant anonymat, au regard de l'influence qui fut la sienne dans la production audiovisuelle américaine.

Pour normer les relations entre le Pentagone et les studios hollywoodiens, trois niveaux de coopération ont été définis. La *courtesy cooperation* se limite à la fourniture d'images et à une assistance technique par le Pentagone. La *limited cooperation* autorise quant à elle l'usage d'installations militaires. Enfin, la *full cooperation*

permet l'utilisation de personnels pour le tournage et l'usage de matériel militaire.

Le Pentagone n'accepte en effet de prêter des images d'archives ou des moyens matériels qu'une fois la validation du scénario actée. Or, lorsque l'armée refuse de prêter son concours, cela peut coûter cher au producteur : pour le film *Treize jours* (2001) de Roger Donaldson, la société de production a dû louer des avions aux Philippines. Les autorités américaines avaient en effet estimé que le scénario du film fragilisait la version des États-Unis dans la gestion de la crise des missiles cubains. Francis Ford Coppola avait lui aussi dû recourir aux Philippines et investir sa fortune personnelle pour financer le tournage d'*Apocalypse Now* (1979), dès lors que le scénario (un capitaine reçoit pour mission d'abattre un colonel qui s'est allié à des indigènes pendant la guerre du Viêt-Nam) avait été jugé irrecevable par les autorités

La vigilance des équipes de Philipp Strub est implacable, et de nombreux projets de coopération d'ampleur sont refusés. Ainsi, *USS Alabama* (1995) de Tony Scott n'est pas jugé acceptable puisqu'il met en scène une mutinerie à bord d'un sous-marin nucléaire après un conflit entre le commandant (Gene Hackman) et son second (Denzel Washington). En 1997, *À armes égales* de Ridley Scott, qui glorifie pourtant l'héroïsme féminin au sein des forces spéciales, est refusé en raison du traitement dégradant infligé par le personnage de Viggo Mortensen envers Demi Moore. *Couvre-feu* d'Edward Zwick (1998) fait également l'objet d'un refus de coopération puisqu'on y voit la proclamation de la loi martiale après un attentat terroriste sur le sol américain, ce qui préfigurera d'ailleurs le débat sur le *Patriot Act* après le 11 septembre 2001. *Les Rois du désert* (1999) de David O'Russell, qui met en scène le vol de lingots d'or par des

militaires américains au Koweït pendant la première Guerre du Golfe, est quant à lui jugé trop subversif pour justifier un soutien. Il est à cet égard assez révélateur qu'aucun film sponsorisé par le Pentagone ne couvre les interventions américaines en Irak, que ce soit pendant la première ou la deuxième guerre du Golfe.

Mais au-delà du pouvoir de dire non, c'est bien l'opportunité de dire oui qui a fait la réussite de la stratégie du Pentagone dans sa relation avec Hollywood.

2.2.2. *Des réussites indéniables sur la durée.*

La grande force de la coopération Hollywood - Pentagone est d'avoir su s'adapter à l'actualité géopolitique en ajustant la stratégie. Ainsi, après la campagne de mobilisation générale de l'opinion publique américaine rendue nécessaire par l'entrée dans la Seconde Guerre mondiale, la période du maccarthysme a ouvert de nouveaux horizons. Le Pentagone a cherché à maîtriser la propagande contre le modèle soviétique. Cette bataille idéologique durera d'ailleurs jusqu'à l'effondrement de l'Union soviétique.

Cela explique notamment le plein soutien (*full cooperation*) accordé par le Pentagone au film *Patton* (1970) de Franklin J. Schaffner. Même s'il décrit les actions de bravoure du général Patton pendant la Seconde Guerre mondiale, le monologue d'ouverture du film s'apparente à une exhortation adressée à la jeunesse américaine, là où le général est supposé s'adresser à ses troupes.

Ce dispositif se révèle d'une redoutable efficacité pour marquer les esprits dans la durée, comme le démontre Pierre Conesa dans son ouvrage *Hollywood, arme de*

*propagande massive*³⁰, en citant lui-même un sondage de l'Institut français d'opinion publique (IFOP) publié par Olivier Berruyer sur son blog www.les-crisis.fr³¹. Ce sondage mesure le changement de perception de l'opinion publique à la question « quelle est la nation qui a le plus contribué à la défaite de l'Allemagne en 1945 ? », en interrogeant successivement un auditoire français en 1945, 1994, 2004 puis 2015. Ainsi, en mai 1945, 57% des personnes interrogées ont répondu l'Union soviétique, tandis que 20% répondaient les États-Unis. Soixante-dix ans plus tard, l'opinion a radicalement changé puisque 54% des sondés répondent que les États-Unis ont apporté la contribution majeure à la victoire, et seulement 23% choisissent l'Union soviétique. Quand on compare ce sondage aux bilans faits par les historiens sur les victimes militaires pendant la Seconde Guerre mondiale (plus de 300 000 soldats américains morts au combat contre un nombre de morts de soldats russes estimé à 13,6 millions)³², il est difficile de nier l'efficacité de l'industrie hollywoodienne dans le champ des perceptions.

Par la suite, la période de la guerre du Viêt-Nam se révèle moins fructueuse pour la relation. L'enlèvement dans le conflit marque l'opinion publique, qui se montre ainsi de moins en moins réceptive aux films pro-militaristes. Hollywood se désintéresse donc un peu du sujet car les intérêts financiers vont toujours dans le sens de l'opinion publique et des consommateurs.

³⁰ CONESA (P.), *Hollywood, arme de propagande massive*, éditions Robert Laffont, le monde comme il va, 2018.

³¹ Disponible au lien <https://www.les-crisis.fr/la-fabrique-du-cretin-defaite-nazis/> consulté le 06/02/2019.

³² NOUSCHI (M.), *Bilan de la Seconde Guerre mondiale*, Le Seuil, 1996.

La réconciliation s'opèrera avec *Top Gun* (1986) de Tony Scott, opération de recrutement de grande ampleur. Le film marque le tournant technologique pris par les États-Unis, qui sortent ainsi métaphoriquement de la boue et des rizières vietnamiennes. Il provoque un engouement inégalé pour l'aéronavale, à tel point que l'*US Navy* installe des bureaux de recrutement à la sortie des salles de cinéma. Le Pentagone a beaucoup misé sur le projet, et a donc formulé plusieurs exigences qui se sont imposées au réalisateur. Par exemple, Scott a dû filmer les décollages et atterrissages d'avion depuis le porte avion, et a dû veiller à ce que les combats aériens se déroulent au-dessus de l'océan, afin qu'il n'y ait pas de confusion dans l'esprit du spectateur sur le fait qu'il s'agissait bien de l'aéronavale et non de l'Armée de l'air.

En parallèle, le combat idéologique contre l'Union soviétique se poursuit avec notamment *Rambo 3* (1988) de Peter McDonald, où Sylvester Stallone s'allie aux moudjahidin afghans pour repousser l'envahisseur soviétique, quitte à combattre à dos de cheval et armé d'un arc à flèches explosives. Après la fin de la guerre froide, le besoin d'une propagande trop visible se fait de moins en moins sentir. Le nouveau tournant s'opère avec les attentats du 11 septembre 2001, qui relancent un besoin de communiquer sur l'engagement patriotique face à cette nouvelle menace.

Le 11 novembre 2001, se tient à Hollywood (et pas à Washington, donc) une rencontre entre les grands studios et les autorités politiques américaines. Sont notamment présents Jack Valenti, alors président de la Motion Picture Association of America (MPAA), et Karl Rove, le conseiller politique de George W. Bush. Le rapport de force semble s'être inversé depuis 1942 puisque c'est désormais le conseiller politique qui va à Hollywood pour

y rencontrer l'ancien conseiller de Lyndon Johnson, et non pas les studios qui se déplacent vers la capitale américaine. Le but de la réunion est de cadrer la couverture par Hollywood de la politique étrangère américaine et notamment la guerre contre le terrorisme. Rove met en garde contre la tentation d'une propagande trop marquée, et privilégie une information « claire et honnête »³³. L'idée n'est donc pas de stigmatiser les musulmans américains afin de ne pas alimenter les tensions internes. Ainsi, pour *La somme de toutes les peurs* (2002) de Phil Alden Robinson, le scénario est modifié à quelques semaines de la sortie du film. Les méchants, qui dans le roman de Tom Clancy sont des nationalistes arabes, deviennent ainsi des néofascistes européens.

Par la suite, de nombreux films à la gloire de l'engagement sont produits, comme *En territoire ennemi* (2001) de John Moore, qui relate l'opération de recherche en Bosnie d'un pilote qui s'est éjecté au-dessus du théâtre d'opération. L'exaltation des valeurs patriotiques conduit parfois à certains excès, comme *Pearl Harbor* (2001) de Michael Bay, qui propose une vision très différente des événements historiques, ce que le producteur Jerry Bruckheimer reconnaît volontiers. On retrouve le même phénomène avec *La Chute du faucon noir* (2001) de Ridley Scott sur la bataille de Mogadiscio, et *Nous étions soldats* (2002) de Randall Wallace sur la guerre du Viêt-Nam.

La réussite de cette coopération soulève néanmoins une question d'ordre éthique : les contribuables américains sont-ils favorables au fait que leur armée nationale financée par leurs impôts mette à disposition des moyens au service d'intérêts privés ?

³³ VALANTIN (J-M.), *op. cit.*

2.2.3. *Le succès ultime du soft power : l'intériorisation des thèmes par l'opinion publique.*

Le plus grand succès de la coopération Pentagone – Hollywood au fil des années est probablement d'avoir distillé des thèmes sécuritaires dans l'opinion publique, qui les a intériorisés. Le phénomène est analysé par les auteurs Carl Boggs et Tom Pollard, qui emploient le terme de *Hollywood War Machine*³⁴ pour décrire cet impact du courant pro-militariste sur la culture populaire. Il est à cet égard très intéressant de noter que les films les plus patriotiques, nationalistes et pro-militaristes, parfois jusqu'à la caricature, ont été produits sans nécessiter le soutien du Pentagone.

La décennie des années quatre-vingt, sous la présidence de Ronald Reagan, est particulièrement marquée par la mise en exergue de la nécessité de s'armer contre toute forme de menace, et de se réapproprier l'Histoire après la vague anti-militariste des années soixante-dix post-Viêt-Nam. Son discours d'investiture du 20 janvier 1981 comporte à cet égard une formule éloquente, déjà employée dans le discours d'investiture de John Fitzgerald Kennedy : « *Ne vous demandez pas ce que le gouvernement peut faire pour vous, demandez-vous ce que vous pouvez faire pour le gouvernement* ». La sphère privée se saisit donc des questions d'intérêt national, sans exprimer le besoin d'un soutien sur fonds publics.

Ainsi, plusieurs films réécrivent l'Histoire du Viêt-Nam en poursuivant la guerre jusqu'à la victoire.

³⁴ BOGGS (C.) et POLLARD (T.), *The Hollywood War Machine, U.S. militarism and popular Culture*, Paradigm Publishers, 2007.

Dans *Retour vers l'Enfer* (1983) de Ted Kotcheff, Gene Hackman incarne un ancien marine à la retraite qui reforme son ancienne section pour libérer son fils prisonnier d'une prison au Vietnam en 1972. Ni la diplomatie américaine ni la CIA ne lui viennent en aide, ce qui force le vétéran à agir par lui-même. Par la suite, l'acteur Chuck Norris, dont le plus jeune frère est mort au Viêt-Nam, incarne à merveille la figure du héros vengeur qui refuse la défaite militaire et idéologique. Dans *Portés Disparus* (1984) de Joseph Zito, il interprète un colonel des forces spéciales ancien prisonnier de guerre, qui affronte pratiquement à lui seul un camp vietnamien après la fin de la guerre pour libérer les prisonniers américains. Il persévère dans *Portés disparus 2* (1985) de Lance Hool, qui est la préquelle du précédent, puis dans *Portés disparus 3* (1988) de son frère Aaron Norris, où il intervient au Viêt-Nam en 1987, soit douze ans après la fin de la guerre !

Après avoir réglé ses comptes avec le Viêt-Nam, le cinéma américain des années quatre-vingt s'attaque à l'ennemi soviétique, dont la menace est perçue comme omniprésente. Le thème de l'invasion du territoire américain par les communistes inspire plusieurs films dont *l'Aube Rouge* (1984) de John Milius. Un groupe d'étudiants américains mène une guerre de guérilla sur son propre territoire pour lutter contre le bloc de l'Est qui a envahi le pays, après l'annexion de l'Amérique centrale par Cuba. Il ne faut jamais sous-estimer l'impact de ce genre de films pour l'opinion publique, à tel point que l'opération ayant abouti à la capture de Saddam Hussein en 2003 par l'armée américaine a été baptisée *Operation*

Red Dawn en référence au titre anglais du film³⁵. Un an plus tard, dans *Invasion USA* (1985) de Joseph Zito, l'infatigable Chuck Norris organise la résistance à la tentative d'envahissement de guérilléros communistes en Floride, tandis que les États-Unis sont frappés par une vague d'attentats.

2.3. Une approche soft power favorisée par la télévision.

La diversité des formats offerts par la télévision, notamment depuis le passage à la Télévision Numérique Terrestre (TNT) et la multiplication des chaînes gratuites, offre une large palette aux forces armées pour conduire des actions de rayonnement.

2.3.1. Le format du documentaire se révèle adapté au message à porter.

Tandis que le format long-métrage n'est jamais exempt de toute critique quant à la possible exagération des situations décrites (héroïsation à outrance, mise en exergue des morceaux de bravoure, grosses ficelles scénaristiques...), le documentaire permet quant à lui de filmer une réalité plus proche du vécu, plus en phase avec le terrain avec une touche d'authenticité toujours recherchée par les producteurs comme les spectateurs.

Les forces armées se prêtent donc volontiers à l'exercice, en accueillant régulièrement des équipes de tournage qui produisent des formats cinquante-deux minutes sur le modèle « en immersion ». Les centres d'instruction constituent un cadre particulièrement propice

³⁵ Source : article de USA Today du 17/12/2003 disponible au lien suivant http://usatoday30.usatoday.com/life/movies/2003-12-17-red-dawn_x.htm consulté le 08/02/2019.

puisque l'on y croise généralement des jeunes dont le public aime suivre le parcours initiatique au gré des épreuves. On dénombre ainsi, parmi tant d'autres, *Pilote de chasse, les apprentis du ciel*, en 2004 sur Arte, qui suit la formation des élèves pilotes de l'Armée de l'air, *La meilleure façon de marcher* en 2006 sur France 3, qui filme l'intégration de jeunes recrues au sein du 1^{er} Régiment de chasseurs parachutistes de Pamiers, ou encore *90 minutes enquête, au cœur du Centre national d'entraînement commando* en 2014 sur TMC, centré sur l'aguerrissement d'élèves saint-cyriens.

L'avantage du documentaire d'immersion est qu'il permet également d'y associer des personnalités du monde médiatique, généralement un des animateurs vedettes de la chaîne, et de bénéficier d'un retour positif auprès des *afficionados* (et désormais des *followers*) dudit animateur. L'École de l'air à Salon de Provence et le Centre d'entraînement à la forêt équatoriale de Guyane ont ainsi accueilli en 2015 Carole Rousseau et Benjamin Castaldi pour le programme *Immersion immédiate* diffusé sur la chaîne 13^{ème} rue, tandis que le 2^{ème} Régiment étranger de parachutistes de Calvi a convié l'animatrice Cécile de Ménibus pour *Légion étrangère, de l'engagement au combat* en 2017.

Le documentaire peut également adopter une approche plus prosaïque sans mise en avant de personnalités particulières, mais en valorisant l'approche métier. Le documentaire *Orange est vert*³⁶, tourné en 1980 sur la base aérienne 115 d'Orange-Caritat a constitué une publicité efficace pour l'aviation de chasse. À en juger par les commentaires sur la plate-forme YouTube, il reste très

³⁶ Le titre est un jeu de mot associant le nom de la ville accueillant la base aérienne avec la couleur verte, signifiant que le terrain d'aviation est disponible pour l'activité.

populaire, alors même qu'il n'est pas caractérisé par une débauche de moyens.

Le documentaire est donc très adapté au message que l'armée souhaite véhiculer : professionnalisme (rigueur démontrée à l'écran) et ouverture sur le monde (accueil de civils en enceinte militaire). À cet égard, on peut citer la fenêtre régulière de visibilité offerte par la Chaîne Parlementaire (LCP) au MINARM, *via* le journal de la Défense qui, sur un format de vingt-six minutes désormais (moitié moins par le passé), met régulièrement en lumière l'action du ministère y compris celle des directions et services de soutien, sans faire l'objet d'aucune retouche par le diffuseur.

2.3.2. Les opportunités évènementielles doivent être exploitées.

La télévision offre plusieurs possibilités d'actions de rayonnement à l'occasion de commémoration ou d'évènements particuliers.

Dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, la Marine nationale mettait à disposition d'importants moyens pour des émissions évènementielles, souvent animées par Michel Drucker. On peut ainsi citer l'émission Champs-Élysées tournée en 1982 sur le porte-avions Foch en présence de Michel Sardou interprétant ses grands succès devant des marins en uniforme sur le pont d'envol.

En mars 2010, l'Armée de l'air est mise à l'honneur pour ses soixante-quinze ans sur la base aérienne 113 de Saint-Dizier pour l'émission *En vol avec l'armée de l'air*. Là encore, le programme est présenté par Michel Drucker, en présence du général d'armée aérienne Jean-Paul Paloméros, chef d'état-major de l'époque, avec

une interprétation par Laâm de *Take my Breath Away*, chanson phare du film *Top Gun*.

En septembre 2014, à l'occasion des quatre-vingt ans de l'Armée de l'air, Denis Brogniart (alors présentateur d'Auto Moto sur TF1) a tourné un sujet à l'École de l'air, en organisant notamment un défi entre une voiture de course et un avion de chasse en phase de décollage.

Le 10 juin 2018, l'Armée de l'air a commémoré sur France Télévisions les cent ans de la disparition de l'aviateur Roland Garros à l'occasion du tournoi de tennis éponyme. À une heure de grande écoute sur le service public, la présence du général d'armée aérienne André Lanata, chef d'état-major de l'époque, au centre du court Philippe-Chatrier, survolé par la Patrouille de France, avec le commentaire en plateau du chef du Service d'information et de relations publiques (SIRPA) de l'Armée de l'air constitue une occasion de s'assurer une visibilité importante.

Enfin, le 25 décembre 2018, et donc une nouvelle fois sous les bons auspices de Michel Drucker, France 2 a proposé aux téléspectateurs de passer *Noël avec nos soldats* en compagnie de personnalités telles que la chanteuse Jenifer ou le chanteur Kendji Girac.

Ces opportunités de rayonnement sont facilitées par le statut de réserviste citoyen de Michel Drucker, nommé colonel le 11 décembre 2009 par le général Jean-Paul Paloméros, alors chef d'état-major de l'Armée de l'air, le même jour que Michel Sardou, prouvant par là même l'intérêt des personnes ressources évoquées précédemment.

Ce qui est valable pour les émissions de télévision l'est aussi pour les clips : ce n'est d'ailleurs pas un hasard

si l'*US Navy* a jugé opportun de mettre à disposition une de ses frégates pour le tournage du clip *In the Navy* des Village People en 1979, et le cuirassé USS Missouri pour le clip *If I could turn back time* de Cher en 1989. L'Armée de l'air française a quant à elle veillé à mettre largement en avant la Patrouille de France pour le clip délicieusement kitsch *Aviateur* de Véronique Jeanot (dont les auteurs sont Alain Souchon et Laurent Voulzy) en 1988...

Pris séparément, tous ces éléments peuvent apparaître anecdotiques, mais c'est bien leur récurrence qui constitue sur la durée une véritable manœuvre de rayonnement sur le petit écran, dans la continuité du célèbre défilé annuel du 14 juillet retransmis en direct.

2.3.3. *La nécessité de rester vigilant et d'assurer la veille.*

Le fort retentissement des émissions de télévision sur l'opinion publique, notamment auprès des jeunes, incite à la plus grande prudence quant aux programmes auxquels l'armée accepte d'associer son image de marque. L'essor de la télé-réalité depuis les années 2000 a pu à cet égard constituer un écueil dans lequel le ministère des Armées s'est bien gardé de tomber.

Ainsi, le programme diffusé en 2016 par M6 intitulé *Garde-à-vous*, animé par l'ex-commando de Marine surnommé Marius³⁷, n'a pas obtenu le soutien des forces armées. L'émission proposait une expérience sociologique originale, à savoir faire vivre à des jeunes au

³⁷ Cet ancien instructeur commando désormais rendu à la vie civile est particulièrement populaire sur les réseaux sociaux et sur YouTube pour sa prestation dans l'émission *Envoyé Spécial* en 2005 sur France 2 intitulée *À l'école des bérets verts*.

profil atypique (cheveux longs, personnalité marginale...) le service militaire « dans son jus ». L'émission jouait à la fois sur la confrontation entre le milieu militaire et ces jeunes difficiles à canaliser, et sur une supposée nostalgie du service militaire. Son côté caricatural et très scénarisé aurait pu nuire à l'image d'une armée professionnelle et intégratrice, quelques mois seulement après les attentats du 13 novembre 2015.

En 2017, le MINARM a également refusé de prêter son concours au producteur Arthur et à TF1 pour une émission nommée *Les Touristes : Mission commando*³⁸, qui devait confronter des personnalités à la rudesse du milieu militaire. Le préjudice en termes d'image aurait là aussi été important, dans un contexte de menace terroriste ne s'y prêtant guère.

Indépendamment du format télé-réalité soigneusement évité, les forces armées assurent également une veille des programmes qui peuvent les mettre en scène d'une façon contraire à leur intérêt. Ainsi, le SIRPA de l'Armée de l'air a réagi par message officiel pour exprimer son mécontentement à l'égard de la société de production de la série *Section de recherches*. Dans le quatrième épisode de la douzième saison, intitulé « Secret défense », plusieurs anomalies grossières portant sur la tenue sont à relever : port du calot avec la veste de cérémonie, fourreaux d'épaule à l'envers sur la chemise... Ce type de réaction produit un effet doublement positif : en externe, cela véhicule une image de rigueur et de professionnalisme d'une armée soucieuse de sa juste représentation dans le port de la tenue militaire, et en interne, cela prouve aux

³⁸ <https://www.programme-tv.net/news/tv/112425-la-nouvelle-emission-de-tele-realite-d-arthur-suspendue-par-l-armee/lien> consulté le 15/11/2018.

soldats qu'une vigilance particulière est apportée quant à la manière dont ils sont représentés à l'écran.

Ce deuxième temps de l'analyse révèle qu'à l'exception du rayonnement sur le petit écran, les forces armées françaises ont pâti de l'absence de modèle structurant de stratégie d'influence. Dans l'ombre du modèle américain, robuste et quasi-centenaire, un modèle français semble pourtant émerger.

3. Le point d'équilibre : vers un modèle français gagnant – gagnant ?

En marge des relations Pentagone – Hollywood et des importants moyens associés, la France tente depuis 2016 de faire émerger un modèle alternatif, conciliant à la fois la liberté de création des scénaristes et la stratégie d'influence du MINARM. Récent, ce modèle peut encore s'étoffer en explorant tous les champs d'influence à disposition.

3.1. La création de la mission cinéma comme acte fondateur de la nouvelle stratégie.

Relevant de la Délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOd), la mission cinéma est le premier organe à structurer une réelle stratégie d'influence et de rayonnement sur les écrans. Elle permet de combler un espace laissé par le dispositif préexistant, qui paraissait très orienté sur le rayonnement en interne.

3.1.1. Le dispositif français jusqu'en 2016.

Conscientes de la nécessité de tirer profit du pouvoir de l'image, les forces armées se dotent assez tôt d'un organe dédié à la captation d'image de guerre et à leur valorisation. Il s'agit dès 1915 de la Section cinématographique de l'armée, qui employait par ailleurs des opérateurs Gaumont, Pathé ou Éclair. Instaurée en parallèle avec le Section photographique de l'armée, elle fusionne avec cette dernière en 1917. L'ambition est triple : il s'agit tout à la fois de soutenir le moral des soldats, en mettant en avant leurs faits d'armes et leur

engagement, mais également de contrer la propagande ennemie et de constituer des archives, permettant notamment de rendre compte des actes de destruction. Elle sera dissoute en 1919 puis réactivée en 1939 sous l'appellation « Service cinématographique de l'armée » (SCA).

En 1946, le Service cinématographique des armées (SCA) se crée à partir des structures existantes, dans une logique interarmées, et s'installe au Fort d'Ivry. Sa mission évolue vers le reportage de guerre, dans un contexte de guerre de décolonisation en Indochine puis en Algérie. De grandes figures comme Pierre Schoendoerffer, Marc Flament et Georges Kowal fondent le métier de reporter de guerre, certains perdant même la vie sur les théâtres d'opération comme Jean Péraud.

En 1961, le SCA évolue en établissement cinématographique des armées (ECA) puis en établissement cinématographique et photographique des armées en 1969 (ECPA). Ces structures ont été des incubateurs de talents pour de jeunes réalisateurs qui y ont fait leurs premières armes avant d'œuvrer dans l'environnement civil, comme Philippe de Broca ou Georges Lautner. L'ECPA relève alors du Service d'information et de relations publiques des armées (SIRPA), c'est-à-dire directement des forces armées et non pas du ministère chargé des armées, par capillarité.

En 2001, l'ECPA devient l'Établissement de communication et de production audiovisuelle de la défense (ECPAD), sous la tutelle administrative de la DICOd, cette dernière relevant du ministre des Armées. Héritier d'un siècle d'Histoire de la photographie et du cinéma dans et par les forces armées, l'ECPAD est donc centré sur la collecte, la conservation, la valorisation et la diffusion des archives.

C'est pourquoi la DICOd s'est dotée d'une autre structure en parallèle pour assurer la relation avec l'industrie audiovisuelle. C'est le rôle du Bureau politique d'accueil des tournages, défini comme le point de contact des sociétés de production pour faciliter les tournages impliquant des moyens ou des infrastructures du ministère de la Défense. Disposant d'une ressource humaine limitée en quantité, ce bureau était très orienté vers les aspects administratifs et logistiques des tournages, sans véritable stratégie d'influence clairement définie.

Aux côtés de ces structures ministérielles, la communication des armées reste une des prérogatives des chefs d'état-major d'armées, qui conservent une liberté d'appréciation quant aux actions de communication pouvant impliquer leurs unités respectives. Les SIRPA sont à cet égard qualifiés d'organismes d'information et de communication de la défense (OICD). Ils sont donc des acteurs à part entière de l'écosystème.

3.1.2. L'impulsion ministérielle sur la stratégie d'influence et de rayonnement.

Le cabinet du MINARM a pris conscience en 2016 de la nécessité d'améliorer la situation en se dotant des moyens nécessaires tout en créant à partir de l'existant. Ainsi, à partir du Bureau politique d'accueil des tournages est créée une nouvelle mission cinéma, dont les effectifs sont officiellement de quatre personnes auxquelles vient s'ajouter un conseiller spécial, Éric Garandeau, ancien président du Centre national du cinéma (CNC).

Au-delà de la question des individus, c'est bien le processus d'influence qui doit être repensé. Le ministre de l'époque, Jean-Yves Le Drian, décide ainsi de

communiquer officiellement³⁹ sur la création de cette nouvelle mission cinéma à l'occasion de l'avant-première de la deuxième saison du *Bureau des Légendes*, organisée à Balard le 2 mai 2016. Le moment n'est évidemment pas laissé au hasard, puisque cette collaboration entre la Direction générale de la sécurité extérieure (DGSE) et l'équipe de production s'est déjà révélée entièrement profitable aux deux parties, à en juger par le succès critique et commercial de la première saison. Il faut noter que son appellation semble au premier regard limiter son champ de compétence au seul septième art. En réalité, elle a vocation à traiter de tous les sujets portés à l'écran : télévision, contenus Internet, jeux vidéo. Le MINARM a néanmoins choisi de retenir l'appellation de mission cinéma, par souci de lisibilité notamment à l'égard des sociétés de production et de l'acteur majeur du domaine que constitue le CNC.

La mission se dote dès 2017 d'une instruction ministérielle qui en précise les attributions et le fonctionnement⁴⁰. Clin d'œil assumé, le numéro de l'instruction est un hommage à Stanley Kubrick et son chef d'œuvre *2001, l'Odyssée de l'espace*. Cette instruction désigne la mission comme le point unique d'entrée au sein du MINARM à l'égard des sociétés de production. Il y a donc un premier défi d'organisation qui place les OICD évoqués au chapitre précédent dans une relation de coordination avec la DICOd. Les trois piliers de la mission y sont ensuite détaillés.

³⁹ Cf. annexe 2, discours prononcé par Jean-Yves Le Drian le 02/05/2016.

⁴⁰ Cf. Instruction n°2001/DEF/CAB du 23/02/2017 reproduite en annexe 1.

Elle doit tout d'abord accompagner tous les projets audiovisuels impliquant le MINARM avec une démarche de bout-en-bout. Ainsi, après l'aide et conseil prodigués en phase d'écriture (première phase d'un projet), la mission assiste également en tant que de besoin pendant le tournage (deuxième phase) puis en post-production pour la campagne de communication (troisième et dernière phase, et non des moindres). La mission doit ensuite favoriser le développement desdits projets en amont. La sémantique n'est pas neutre : il s'agit très clairement de faire ici de l'influence. Enfin, la mission veille à l'application de la politique d'accueil des tournages dans ses aspects administratifs et financiers, qui ne sont jamais à négliger dès lors qu'on permet à des sociétés privées d'évoluer en enceinte militaire et le cas échéant en utilisant du matériel militaire.

Le chef de la mission cinéma estime à cet égard⁴¹ en moyenne à trois cent mille euros les recettes annuelles générées par ces accueils de tournage, qui profitent directement au budget du MINARM *via* la procédure budgétaire des attributions de produits⁴².

3.1.3. Un partenariat avec la Guilde française des scénaristes.

Une fois la mission cinéma officiellement créée et sa stratégie définie, la suite logique du chantier consistait à formaliser un mode de fonctionnement avec les créateurs pour leur permettre d'améliorer leur connaissance de l'environnement de défense, et pouvoir ainsi traiter des sujets afférents avec une meilleure acuité.

⁴¹ Information donnée lors d'un entretien à Balard le 25/10/2018.

⁴² Instruction précitée, paragraphe 2.2.2. « facturation ».

En effet, puisque le MINARM n'avait pas comme intention d'influer trop directement sur les sociétés de production et les scénaristes (à la différence du Pentagone aux États-Unis), il fallait donc chercher à attirer les créateurs pour qu'ils développent des projets portant sur des sujets que le MINARM souhaite mettre en avant, sans pour autant brider leur liberté d'écriture. Ce sera l'objet de la convention signée le 26/09/2017 entre le MINARM et la Guilde française des scénaristes⁴³, représentée par sa présidente Pauline Rocafull. Dans son discours de présentation⁴⁴, la ministre Florence Parly prend à cet égard le soin de préciser, afin de lever toute ambiguïté éventuelle, que « *la grande force de cet accord et ma fierté en le signant, c'est votre liberté* » (ndla : celle des scénaristes).

Le modèle retenu pour favoriser cette interaction et cette connaissance mutuelle est celui des « résidences », c'est-à-dire des périodes d'une à deux semaines pendant lesquelles le scénariste partage la vie de l'unité d'accueil. En allant au contact des hommes et des femmes, civils et militaires, qui servent au quotidien leur régiment, bâtiment, base aérienne et autres formations du ministère, le scénariste doit en effet pouvoir percevoir la réalité de leur engagement afin de le retranscrire au mieux à l'écran (cf. entretien téléphonique en annexe 5).

3.2. Des premiers retours d'expérience encourageants et riches d'enseignement.

Trois exemples illustrent le succès de cette nouvelle stratégie d'influence, dans ses trois dimensions

⁴³ Cf. convention reproduite en annexe 4.

⁴⁴ Cf. annexe 3, discours prononcé par Florence Parly le 26/09/2017.

avant / pendant / après. Ils constituent également le premier retour d'expérience.

3.2.1. *Le format série se révèle particulièrement adapté à la stratégie française.*

Un long-métrage dure en moyenne entre quatre-vingt-dix minutes et cent-vingt minutes. C'est un format qui permet de répondre aux attentes du public tout en respectant les impératifs économiques de production. Des logiciels d'aide à la rédaction de scénario sont à cet égard calibrés pour que le projet d'écriture corresponde à la durée attendue du film.

Là contre, le format série s'affranchit de ces contraintes en développant un arc narratif sur plusieurs épisodes voire sur plusieurs saisons. Il permet de fidéliser un large public à la faveur de rebondissements successifs qui, lissés sur une structure narrative bien plus longue qu'un film classique, ne perdent pas trop en crédibilité. Dans l'ouvrage collectif *Dictionnaire de la guerre et de la paix* (2017)⁴⁵, à la rubrique Cinéma, Sébastien Denis note : « *il faut évoquer la part de plus en plus importante que prennent les guerres dans les séries. Ces dernières, du fait d'un développement scénaristique sur une durée beaucoup plus longue (...) apportent logiquement une complexité beaucoup plus grande dans le traitement des personnages, rendant les héros plus fragiles* ».

À cet égard, la série *Le Bureau des légendes* s'appuie sur cette complexité narrative : il n'y a pas de manichéisme dans le traitement des personnages, ce qui

⁴⁵ Sous la direction de Benoit Durieux, Jean-Baptiste Jeangène-Vilmer et Frédéric Ramel, Presses universitaires de France collection Quadrige, 2017.

permet à un large public de s'identifier sans juger. Le souci de réalisme concerne donc le cadre de la série (locaux, structures hiérarchiques...) et non pas l'intrigue elle-même. Les producteurs ont donc veillé à ce que l'environnement de la DGSE soit fidèlement retranscrit pour gagner en crédibilité, mais n'ont pas corseté pour autant la liberté de création des scénaristes. Cette alchimie explique en partie le très important succès de la série, à l'échelle nationale comme internationale. Même le magazine Télérama, pourtant réputé s'adresser à un public de spécialistes ayant peu d'appétence pour les œuvres grand public, qualifie la série de « *sans nul doute la meilleure série française* »⁴⁶.

L'important succès connu par la série a fait germer d'autres projets, à l'étude ou bien avancés. Parmi eux, on peut citer *Furtif* porté par Alex Berger, déjà producteur du *Bureau des Légendes*, qui traitera des forces spéciales. Le commandement des opérations spéciales appuie tout particulièrement la démarche, désireux de bénéficier des mêmes retombées que la DGSE en matière d'attractivité et donc de recrutement, comme le souligne Jean-Marc Tanguy sur son blog Le Mamouth « *Furtif un petit frère du Bureau des légendes* »⁴⁷.

3.2.2. *La phase de communication en post-production est essentielle.*

Après avoir favorisé l'écriture du scénario et apporté son concours au tournage, le MINARM parachève son concours au projet en accompagnant la phase de post-

⁴⁶ Publication sur le compte Facebook de Télérama le 22/10/2018.

⁴⁷ <http://lemamouth.blogspot.com/2017/12/furtif-ou-pas.html> article du 11/12/2017 consulté le 15/01/2019.

production. La communication préparant la sortie d'un film constitue une donnée essentielle à son succès en salles. Tout ne peut pas reposer sur le bouche à oreille.

À cet égard, la communication autour du film *Volontaire* d'Hélène Fillières se révèle un modèle du genre. Lors de l'émission *On n'est pas couché* de Laurent Ruquier diffusée le 26 mai 2018 sur France 2, l'acteur principal Lambert Wilson et la réalisatrice Hélène Fillières témoignent tous les deux de leur découverte du monde militaire à l'occasion du tournage. Ils y indiquent notamment avoir abandonné tous leurs préjugés initiaux et avoir été profondément marqués par le sens de l'engagement des interlocuteurs rencontrés. Lambert Wilson, qui confie avoir été élevé dans une famille plutôt anti-militariste, s'est peu à peu transformé en ambassadeur non officiel de la Marine sur les différents plateaux de télévision. Dans la presse écrite, là encore les retombées ont été bénéfiques, d'une part au plan quantitatif, puisque le SIRPA Marine a dénombré trois-cents retombées, d'autre part au plan qualitatif, puisque 80% de ces retombées étaient positives pour le film et l'image véhiculée⁴⁸.

Le dosage doit être fin car un surinvestissement de l'armée dans la communication peut également nuire au film. Certains critiques de cinéma guettent l'occasion de transformer le film en outil de propagande, et la tendance antimilitariste refait surface. C'est notamment le phénomène qui a touché *Forces spéciales* (2011) de Stéphane Rybojad, que la critique a éreinté de manière particulièrement virulente. Sur le site internet Allociné il récolte la moyenne de 1/5 étoile dans la rubrique critique presse, avec pour commentaires : « Un pseudo-film de

⁴⁸ Source : entretien avec la Mission Cinéma le 11/10/2018.

guerre qui ressemble plus à un clip pour les forces armées qu'à un vrai long métrage d'action » (Figaroscope) « son étalage de moyens logistiques, fournis par la Défense, lui donne des airs de spot de pub pour l'armée » (TéléCineObs), « Le film (...) n'est qu'un insoutenable clip à la gloire de l'Armée de terre » (Télérama). Ces partis-pris idéologiques contrastent nettement avec l'avis du public puisque sur le même site il récolte la moyenne de 3,7/5 étoiles au vote des spectateurs. Il obtient d'ailleurs des scores d'audience honorables lors des rediffusions sur les chaînes de la TNT.

3.2.3. *L'ambition du changement d'échelle.*

Un des enjeux du modèle français, notamment lorsqu'il est comparé à son homologue américain, est de se hisser à un niveau supérieur d'ambitions, ce qui passe nécessairement par un budget ajusté en conséquence. Là où *Volontaire* d'Hélène Fillières s'inscrivait dans un cadre plutôt intimiste, centré sur la relation entre les deux protagonistes principaux, *Le Chant du Loup* d'Antonin Baudry opère quant à lui un réel changement d'échelle. Dans la grande tradition du film de sous-marin, entraînant huis-clos oppressants et tensions psychologiques, la crédibilité du récit repose en grande partie sur le réalisme des situations. Pourrait-on imaginer *À la poursuite d'octobre rouge* (1990) de John Mc Tiernan ou *USS Alabama* (1995) de Tony Scott sans plans des sous-marins faisant surface ?

En mettant en œuvre une véritable stratégie des moyens, les producteurs et le MINARM relèvent avec *Le Chant du Loup* un défi pour l'instant sans précédent en France. D'une part, la firme Pathé a investi vingt millions

d'euros sur fonds propres. D'autre part, le ministère a apporté son concours et notamment celui des forces océaniques stratégiques. En cela, le MINARM fait preuve du même volontarisme que démontré par le Pentagone pour la production d'*À la poursuite d'Octobre Rouge* (1990), pour lequel l'*US Navy* mit à disposition les chantiers navals de Norfolk, un porte-avions, des hélicoptères, des bâtiments de guerre et même une chaîne de commandement dédiée pour faire évoluer toute cette composante dans l'Atlantique. L'amiral commandant la force atlantique est d'ailleurs interprété par Fred Thompson, sénateur républicain.

3.3. De nouveaux champs restent à explorer.

Les stratégies d'influence et de rayonnement doivent s'adapter à la multiplicité des supports et des opportunités offertes par les nouvelles technologies. À cet égard, l'essor du *smartphone* en mesure de capter en haute résolution image et son tout en jouant à des jeux sans cesse plus réalistes modifie clairement la donne.

3.3.1. Les films embedded tournés par les soldats.

La production d'une œuvre cinématographique ou télévisuelle classique implique une distinction entre les acteurs qui évoluent devant la caméra, et le réalisateur et son équipe technique qui orchestrent le dispositif hors caméra. Cette frontière s'estompe avec la possibilité dont disposent désormais les acteurs d'un conflit de filmer eux-mêmes les événements auxquels ils participent. Ainsi, ils deviennent à la fois acteurs et réalisateurs. C'est le modèle du film *embedded* (terme anglais pouvant être traduit par

« intégré »), initialement destiné aux reporters de guerre mais qui s'étend désormais aux soldats.

Le Pentagone a déjà tenté cette expérience avec le film-documentaire *Enduring Freedom*⁴⁹ en 2003, produit par l'armée elle-même : « caméra dans une main, fusil dans l'autre » comme le précise la voix off du documentaire *Operation Hollywood* (précité). Cette technique présente un avantage indéniable en ce qu'elle supprime tous les intermédiaires : l'armée n'a plus besoin de négocier avec le monde audiovisuel, elle en devient l'un des acteurs. Mais les inconvénients sont nombreux. Tout d'abord, le public pourrait légitimement s'interroger sur la notion d'éthique en opération. L'opinion publique attend des soldats déployés loin de leur pays qu'ils accomplissent la mission qui leur est confiée, et pas de se transformer en *cameramen*. D'autre part, filmer les événements au cœur de l'action pose la question de la distance critique : l'objectivité n'est pas de mise lorsque l'auteur de l'action est également celui qui choisit les angles de vue et le montage. C'est l'avantage d'avoir recours à une société de production dont c'est le métier, qui maîtrise mieux les codes du milieu. Enfin, l'écueil à éviter en supprimant tous les intermédiaires est de tomber dans le travers que connaissent les chaînes d'information en continu : la tyrannie de l'instant.

Ce travers de l'instantanéité a bien été vu par Norbert Multeau dans le chapitre « La guerre est un spectacle » de l'ouvrage *Le cinéma et la guerre : « ce qu'il y a de nouveau dans les conflits modernes, c'est la présence massive de journalistes de télévision. La nécessité pour le cinéma de lutter contre la télévision l'a*

⁴⁹ *Enduring Freedom* de Lance O'Connor, American Rogue Films, 2003.

conduit à se faire, lui aussi, l'historien de l'instant »⁵⁰. Il ne faut pas occulter le fait que la profession de journaliste est régulièrement citée parmi celle suscitant le plus de méfiance dans les sondages d'opinion, au regard du manque d'objectivité pointé par les personnes interrogées. L'armée a donc potentiellement beaucoup à perdre en transformant ses soldats en reporter de guerre.

Néanmoins, un format paraît adapté à ce type de mise en scène : la vidéo format court en ligne sur les plates-formes comme YouTube ou Dailymotion. Certains soldats français ont publié des vidéos de vie courante en opération, notamment au Mali, dans lesquelles on les voit chanter, partager des moments de cohésion⁵¹. En regardant le nombre de pouces bleus associés (signifiant « j'aime le contenu ») et les commentaires des internautes, on constate que ces vidéos sont très populaires – visionnées plusieurs centaines de milliers de fois - et suscitent l'adhésion. En conséquence, plutôt que de laisser la liberté de manœuvre aux soldats pour publier leur contenu à titre individuel, il y a une possibilité qui s'offre au MINARM de réguler et d'encadrer ce type de contenu, en les centralisant et en les validant. Cela permettrait d'éviter les maladresses de soldats qui publient du contenu pouvant potentiellement les mettre en danger ou révélant des informations qui doivent rester discrètes, sinon secrètes.

⁵⁰ *Le Cinéma et la guerre*, ouvrage collectif sous la direction de Hervé Couteau-Bégarie, éditions Economica, collection Bibliothèque stratégique, 2006.

⁵¹ <https://www.youtube.com/watch?v=jmEXt3lqje8> consulté le 15/01/2019.

3.3.2. *L'approche duale entre forces armées et industrie audiovisuelle.*

Cette piste implique une collaboration entre deux acteurs certes issus d'environnements différents mais dont les travaux de recherche et d'innovation peuvent profiter à l'autre dès lors que le thème d'étude leur est connexe. En d'autres termes, les armées ont intérêt à valoriser et à utiliser tout ce qui peut leur être utile, quand bien même l'initiative du développement initial est laissée à un acteur privé qui travaille sur un sujet militaire.

Les États-Unis ont un temps d'avance, puisqu'ils ont expérimenté ce dispositif à plusieurs reprises depuis les années quatre-vingt. À titre d'exemple, après le tournage d'*Abyss* (1989) de James Cameron, l'*US Navy* a pu récupérer les caméras sous-marines utilisées pour le tournage et initialement financées par la production. Ces caméras présentaient des caractéristiques techniques innovantes et ont donc pu être réemployées à des fins d'intérêt général après le tournage.

Il serait dès lors possible d'envisager une pareille coopération pour la France. Un film comme *le Chant du Loup* d'Antonin Baudry et ses vingt millions d'euros de budget a nécessité la création *ad hoc* de deux kiosques de sous-marin. Ces derniers auraient pu être rétrocédés à la Marine nationale pour de futurs entraînements ou simulations. Cette hypothèse a même été évoquée mais la manœuvre n'a pas pu être menée à terme pour des raisons logistiques liées au stockage⁵².

Cette approche duale doit néanmoins être appréhendée plus largement pour dépasser l'aspect

⁵² Information donnée lors d'un entretien avec la Mission Cinéma à Balard le 25/10/2018.

matériel et technique. Il s'agit ici de développer des partenariats touchant au cœur même de l'action militaire : stratégies, doctrine, modes opératoires et techniques d'action. Les États-Unis ont là encore été précurseurs. Pour *Il faut sauver le soldat Ryan* de Steven Spielberg en 1998, les studios développent des techniques d'entraînement et de simulation (notamment au combat urbain pour la scène finale) qui seront d'abord testées par les militaires avant le tournage⁵³.

Ensuite, après les attentats du 11/09/2001, l'*Institute for Creative technologies* (ICT) de l'Université de la Californie du sud a fait appel à des réalisateurs et scénaristes d'Hollywood pour imaginer des scénarii d'attaques terroristes. Ainsi, sont conviés à ce groupe de réflexion les réalisateurs David Fincher (*Alien 3*, *Fight Club*), Spike Jonze (courts métrages et *Dans la peau de John Malkovitch*), Joseph Zito (*Portés disparus* et *Invasion USA* avec Chuck Norris), et le scénariste Steven de Souza (*Piège de Cristal*). Le groupe est qualifié de « détachement spécial non partisan des arts et du divertissement »⁵⁴. Ces scénarii ont vocation à être confrontés aux modes d'action existants afin d'en vérifier la pertinence ou la vulnérabilité. Il est en effet toujours pertinent de bénéficier d'un regard extérieur sur ses propres modes d'action, en intégrant des hypothèses émises par des acteurs totalement extérieurs au monde de la défense, et se confronter ainsi à la surprise stratégique.

L'industrie d'Hollywood aurait ainsi un rôle exploratoire, qui permettrait la fertilisation croisée entre les deux univers militaire et cinématographique.

⁵³ VALANTIN (J-M), *op.cit.*

⁵⁴ CONESSA (P.) *op.cit.*

En France, il paraît néanmoins plus difficile d'envisager à ce stade une telle collaboration. On voit mal l'état-major des armées accepter de modifier la doctrine ou les concepts d'emploi sur la base des conseils d'équipes de tournage. Cela reste toutefois une piste à explorer, qui paraît d'ailleurs s'inscrire dans la logique du partenariat avec la Guilde des Scénaristes. Qui de mieux qu'un scénariste pour imaginer de nouveaux *scenarii*...

En intra-ministériel néanmoins, les moyens audiovisuels de l'ECPAD commencent à être rentabilisés au profit de l'entraînement des unités opérationnelles⁵⁵. Ainsi, le pôle Production audiovisuelle de l'ECPAD expérimente en lien avec le Centre d'entraînement aux actions en zone urbaine (CENZUB) de Sissonne l'utilisation de caméras à 360° fixées au casque ou à l'arme, permettant de filmer et restituer l'environnement sonore d'un entraînement au combat urbain, et donc *in fine* d'améliorer la phase de retour d'expérience (RETEX).

3.3.3. *La difficile conquête du monde des jeux vidéo.*

Dans la lignée de la piste précédente sur l'approche duale, le monde du jeu vidéo constitue un environnement pour l'instant sous-exploité en France. Au-delà de l'immense succès des jeux traditionnels sur console comme *Call of Duty* (plus de deux-cent millions d'exemplaires vendus dans le monde depuis la création de la franchise toutes consoles confondues) qui propose de revivre des scènes de l'Histoire comme le débarquement de Normandie, l'univers du jeu vidéo s'est

⁵⁵ Information recueillie lors d'une visite à l'ECPAD le 06/02/2019.

considérablement rénové avec la possibilité du jeu en ligne, sur son *smartphone* ou depuis son salon.

Ces jeux, sans cesse plus réalistes à mesure que la technologie évolue, sont désormais utilisés par les forces armées américaines pour leur entraînement. L'*US Air Force* a par exemple développé via son département *Defense Modeling and Simulation Office* et en partenariat avec une filiale de Paramount, un jeu simulant des situations auxquelles les aviateurs doivent se confronter. Le jeu vidéo a donné lieu à un exercice spécifiquement prévu à cet effet en 1999 sous le nom *Final Flurry*⁵⁶.

Autre exemple d'investissement majeur des forces armées américaines dans le domaine, le jeu *America's Army* sorti en 2002, entièrement financé par l'armée, qui totalisait en 2003 plus de trois millions de joueurs l'ayant téléchargé gratuitement. L'investissement n'était pas uniquement à des fins vidéoludiques puisqu'un lien Internet sur l'écran permettait au joueur d'être redirigé vers le site de recrutement de l'*US Army*...

Les Américains avaient perçu dès 1996 le potentiel exponentiel du jeu vidéo à l'ère d'Internet, puisque le Pentagone mandatait le *National Research Council* sur la problématique : « les militaires peuvent-ils bénéficier de l'explosion des nouvelles technologies » ? Le rapporteur de l'étude n'était autre que Michael Zyda, à l'origine de grands succès du jeu vidéo des années quatre-vingt-dix comme *Doom* ou *Quake*⁵⁷.

Deux ans plus tard, un organe du Pentagone (*Army's Simulation, Training and Instrumentation Command*) concluait ainsi un partenariat avec l'ICT, cité

⁵⁶ BENEZET (E.) et COURMONT (B.) *Hollywood-Washington, comment l'Amérique fait son cinéma*, Armand Colin, 2007.

⁵⁷ Ibid.

au chapitre précédent. L'ICT développa notamment en 2004 le jeu *Full Spectrum Warrior* avec l'éditeur Pandemic Studio, sponsorisé par l'*US Army* puisqu'initialement destiné aux troupes, avant de le commercialiser et le rendre disponible en téléchargement gratuit depuis 2008.

L'armée française a ainsi tenté de s'inscrire dans le sillon des Américains, en développant un partenariat en 2006 avec Ubisoft, acteur français majeur dans l'univers du jeu vidéo, autour du programme Instinct (adaptation du jeu *Ghost Recon Advanced Warfighter*) au profit de l'entraînement des soldats. Il s'agit d'un *serious game*, c'est-à-dire un programme d'apprentissage par le jeu, et non pas un jeu destiné à la commercialisation tout public.

Le chaînon manquant consisterait donc pour la France à réconcilier dans un même projet le volet « simulation » (à des fins internes) et l'aspect « rayonnement » (à des fins de recrutement). Comme le résume bien Tony Fortin, journaliste de Rue 89 : « nous participons donc au développement des armées en jouant, comme c'est le cas depuis longtemps en regardant les nombreux films de guerre réalisés avec l'aide du Pentagone »⁵⁸.

Par la suite, l'armée française a adopté une attitude plus réservée sur le segment du jeu vidéo, en refusant notamment dans le cadre des campagnes publicitaires d'associer la notion de recrutement à la notion de jeu vidéo de guerre. « *La guerre n'est pas un jeu* », déclarait ainsi le colonel Conégéro, chef du bureau communication de

⁵⁸ Article « Jeux vidéo et monde militaire, un couple inséparable ? » du 22/09/2012 sur nouvelobs.com en partenariat avec Rue89, consulté le 10/12/2018.

l'Armée de terre en 2010⁵⁹, pour justifier pourquoi l'Armée de terre refusait d'insérer le visage des soldats utilisés dans la campagne de recrutement « devenez vous-même » dans les jeux vidéo de combat en ligne (pourtant parmi les plus populaires parmi la communauté des joueurs), ces insertions étant réservées à des jeux de sport. L'efficacité du dispositif est indéniable puisque l'article précise que le taux de connexion sur le site Internet de l'Armée de terre avait été multiplié par cinq à l'issue de cette campagne publicitaire. Il y a donc un réel intérêt à investir sur ce segment à l'instar de ce que réalise l'armée américaine.

À cet égard, nos ennemis ne s'en privent pas et ont également saisi le pouvoir d'influence du jeu vidéo. Deux djihadistes ont ainsi développé en 2013 sur le forum Ansar al-Mujahidden Arabic une simulation qui permet d'affronter l'armée française au Mali, au titre évocateur *Le Mali musulman...*

Plus globalement, ce segment du jeu vidéo démontre la parfaite maîtrise des techniques d'imagerie de synthèse par les sociétés de production, qui sont désormais en mesure de simuler des décors et matériels avec un réalisme qui rend la frontière entre réel et virtuel difficile à discerner.

Ce pouvoir égalisateur de la technologie numérique modifie substantiellement le rapport de force entre les armées et l'industrie audiovisuelle. Cette dernière va gagner en autonomie dès lors qu'elle sera en mesure de reconstituer en image de synthèse les lieux, équipements et matériels qu'elle avait besoin de louer par le passé. Il y

⁵⁹ Interview donnée au journal en ligne 20 minutes.fr le 09/02/2010, consulté le 14/12/2018.

aura donc nécessairement une relation moins fondée sur la dépendance et de plus en plus gouvernée par l'opportunité.

Pour rester attractif vis-à-vis des acteurs de l'audiovisuel, il conviendra donc de mettre en avant l'authenticité des éléments que le MINARM est en mesure de mettre à disposition, de même que son expertise du milieu qu'une imagerie artificielle ne sera jamais en mesure d'égalier.

**Conclusion : « Ces mystères nous
dépassent, feignons d'en être
l'organisateur ».**

Jean Cocteau, *Les Mariés de la Tour Eiffel*

L'étude en parallèle des modèles français et américains, si elle met en évidence des divergences d'approche et de stratégie, révèle néanmoins un point commun : il faut rester humble quant aux réactions des spectateurs.

L'opinion publique est versatile : le contexte politique national voire international peut l'amener à des revirements difficiles à anticiper, d'autant plus qu'une production audiovisuelle peut durer plusieurs années et donc échapper au tempo médiatique, fondé sur la tyrannie de l'instant, à plus forte raison avec l'essor des *media* sociaux.

Est-ce à dire que toute tentative d'influence ou de rayonnement serait vouée à l'échec ? Plusieurs exemples cités dans ce mémoire prouvent le contraire. Toutefois, en matière de représentation, et à la différence notable de l'action militaire, l'important réside tout autant dans les moyens mis en œuvre que dans le résultat atteint. Dans une certaine mesure, qu'importe si l'œuvre produite ou coproduite n'attire pas les millions de spectateurs espérés. Le simple fait de se doter d'une structure de pilotage des projets audiovisuels témoigne déjà d'une implication volontariste et louable vis-à-vis de l'opinion publique comme des sociétés de production. Lorsqu'un ministre de la Défense annonce la création d'une mission spécifiquement chargée de ces sujets de représentation à l'occasion de l'avant-première de la série française à

succès du moment, il envoie un signal fort à la profession comme au grand public. En faisant le parallèle avec le monde militaire, ce type d'annonce relève de la stratégie déclaratoire.

Là où le modèle américain s'apparente depuis plusieurs décennies à une industrie, le modèle français qui émerge pourrait quant à lui ressembler à de l'artisanat de qualité. Les échelles ne sont pas les mêmes : des budgets plus limités tempèrent les ambitions des scénaristes français, tandis que les américains peuvent viser plus haut, mais au prix d'une machinerie plus lourde. Le système américain s'inscrit plutôt dans le *hard power*, là où la France mise sur le *smart power*, favorisant la création éclairée plutôt que la mainmise sur l'écriture du scénario.

Il est vraisemblablement trop tôt pour déterminer si l'ambition française de proposer un modèle alternatif à l'industrie hollywoodienne se révèle productive dans la durée. De la même manière, l'impact positif d'une œuvre est toujours difficile à mesurer : une opinion favorable à l'égard des forces armées en sortie de salle de cinéma restera à relativiser si elle ne s'accompagne d'aucun acte concret tel qu'un engagement dans la réserve ou toute autre forme de matérialisation du lien armée – nation.

Néanmoins, en se structurant et en communiquant de telle sorte que tout un chacun puisse percevoir combien l'image rendue par les forces armées importe au MINARM, celui-ci rompt avec l'insuffisance du dispositif antérieur et se donne désormais véritablement les moyens d'atteindre l'objectif. C'est bien là l'essentiel.

Bibliographie

- DANIEL (J.), *Guerre et Cinéma : grandes illusions et petits soldats (1895-1971)*, Presses de Sciences Po, Académique, 1972
- LEGORJUS (P.) *La Morale et l'action*, éditions Fixot, 1990
- NOUSCHI (M.), *Bilan de la Seconde Guerre mondiale*, Le Seuil, 1996
- STORA (B.), *Imaginaires de guerre*, éditions La Découverte, 1997
- LINDEPERG (S.) *Les écrans de l'ombre, la Seconde Guerre mondiale dans le cinéma français*, éditions CNRS Paris, 1997
- RAMONET (I.), *Propagandes silencieuses*, éditions Galilée, 2000
- DUPUY DE LA GRANDE RIVE (A.), *Au cinéma, Il faut sauver le soldat français*, La tribune du CID, numéro 30, 2003
- VALANTIN (J-M.) *Hollywood, le Pentagone et Washington*, éditions Autrement Frontières, 2003
- DENIS (S.), ouvrage collectif sous sa direction, *CinemAction n°113*, Corlet-Télérama, 2004
- HAYES (G.) *Cinéma et engagement*, éditions L'Harmattan, 2005
- Le Cinéma et la guerre*, ouvrage collectif sous la direction de Hervé Couteau-Bégarie, éditions Economica, collection Bibliothèque stratégique, 2006

- BENEZET (E.) et COURMONT (B.) *Hollywood-Washington, comment l'Amérique fait son cinéma*, Armand Colin, 2007
- BOGGS (C.) et POLLARD (T.), *The Hollywood War Machine, U.S. militarism and popular Culture*, Paradigm Publishers, 2007.
- Une Histoire mondiale des cinémas de propagande*, ouvrage collectif sous la direction de Jean-Pierre Bertin-Maghit, Nouveau Monde éditions, 2008
- VALMONT (F.) *John Wayne, le géant de l'Ouest*, éditions Didier Carpentier 2010
- CHERON (B.), *Pierre Schoendoerffer, un cinéma entre fiction et histoire*, éditions CNRS Paris, 2012
- Dictionnaire de la guerre et de la paix* Sous la direction de Benoit Durieux, Jean-Baptiste Jeangène-Vilmer et Frédéric Ramel, Presses universitaires de France collection Quadrige, 2017
- PELATAN (R.), *Guerre et cinéma, quelles représentations des conflits par le septième art ?* mémoire de l'Ecole de guerre 2017
- CONESA (P.) *Hollywood, arme de propagande massive*, édition Robert Laffont, le monde comme il va, 2018

Articles et webographie

Article du journal *Le Point* (François-Guillaume Lorrain) intitulé *Ces films qui ont fait scandale* magazine n°1984 du 22/09/2010

Article en ligne sur *Open Democracy* du 17/12/2012 « *In Short : Ken Loach on the Battle of Algiers* »

Article du journal L'Express du 20/02/2007 (Yann Buxeda) intitulé « *Indigènes : quand l'histoire et la fiction s'affrontent* », consulté le 20/11/2018

https://www.lemonde.fr/cinema/article/2011/10/22/un-film-sur-le-massacre-d-ouvea-prive-de-sortie-en-nouvelle-caledonie_1592385_3476.html consulté le 29/11/2018

https://www.lepoint.fr/culture/l-ordre-et-la-morale-le-gendarme-kassovitz-a-l-assaut-d-ouvea-06-09-2011-1370479_3.php consulté le 29/11/2018

https://www.lepoint.fr/culture/l-ordre-et-la-morale-la-controverse-15-11-2011-1396445_3.php consulté le 29/11/2018

<https://www.programme-tv.net/news/tv/112425-la-nouvelle-emission-de-tele-realite-d-arthur-suspendue-par-l-armee/> consulté le 15/11/2018

<http://lemamouth.blogspot.com/2017/12/furtif-ou-pas.html> article du 11/12/2017 consulté le 15/01/2019

http://usatoday30.usatoday.com/life/movies/2003-12-17-red-dawn_x.htm consulté le 08/02/2019

Article *Jeux vidéos et monde militaire, un couple inséparable ?* du 22/09/2012 sur *nouvelobs.com* en partenariat avec Rue89, consulté le 10/12/2018.

Interview du colonel Jean-Philippe Conégéro donnée au journal en ligne 20 minutes.fr le 09/02/2010, consulté le 14/12/2018

Filmographie

Les films cités dans le mémoire sont ici listés par ordre chronologique de sortie en salle dans leur pays de production. Pour les téléfilms et séries, la date retenue est celle de la première diffusion à la télévision nationale. Les émissions de télévision ne sont pas reprises ici.

Wings (1927) de William Wellman

Tchapaïev (1934) de Sergueï et Gueorgui Vassiliev

Le Triomphe de la volonté (1935) de Leni Riefenstahl

Why we fight (1942 – 1945) série documentaire de Frank Capra et Anatole Litvak

The Battle of Midway (1942) de John Ford

Torpedo Squadron (1942) de John Ford

December 7th (1943) de John Ford et Gregg Toland

Prisonniers de Satan (1944) de Lewis Milestone

Let there be light (1946) documentaire de John Huston

La bataille du rail (1946) de René Clément

La Chute de Berlin (1950) de Mikhaïl Tchiaourelï

Crève-cœur (1955) documentaire de Jacques Dupont

Un condamné à mort s'est échappé (1956) de Robert Bresson

Patrouille de choc (1957) de Claude Bernard-Aubert

Les sentiers de la gloire (1957) de Stanley Kubrick

Babette s'en va-t'en guerre (1959) de Christian-Jacque

La Guerre du silence (1959) documentaire de Claude Lelouch

Le Jour le plus long (1962) de Ken Annakin, Andrew Marton, Bernhard Wicki, Gerd Oswald et Darryl F. Zanuck
Les honneurs de la guerre (1962) de Jean Dewever
La 317^{ème} section (1965) de Pierre Schoendoerffer
La bataille des Ardennes (1965) de Ken Annakin
En Angleterre occupée (1966) d'Andrew Mollo et Kevin Bronlow
La bataille d'Alger (1966) de Gillo Pontecorvo
Paris brûle-t-il ? (1966) de René Clément
Quand les aigles attaquent (1968) de Brian G. Hutton
Les Bérets Verts (1968) de Ray Kellogg et John Wayne
Le Pont de Remagen (1969) de John Guillermin
*M*A*S*H* (1970) de Robert Altman
Les hommes contre (1970) de Francesco Rosi
Tora ! Tora ! Tora ! (1970) de Richard Fleischer, Kinji Fukasaku et Toshio Masuda
Patton (1970) de Franklin J. Schaffner
Les bidasses en folie (1971) de Claude Zidi
Avoir vingt ans dans les Aurès (1972) de René Vautier
Winter Soldier (1972) documentaire du collectif Winterfilm
R.A.S. (1973) d'Yves Boisset
Le Führer en Folie (1973) de Philippe Clair
Mais où est donc passée la 7^{ème} compagnie ? (1973) de Robert Lamoureux
Les bidasses s'en vont-en guerre (1974) de Claude Zidi
A vous de jouer Milord (1974) série de Christian-Jacque
Hearts and minds (1974) documentaire de Peter Davies

On a retrouvé la 7^{ème} compagnie (1975) de Robert Lamoureux
Soldat Duroc, ça va être ta fête (1975) de Michel Gérard
Opération Lady Marlene (1975) de Robert Lamoureux
Le grand fanfaron (mieux connu sous le titre *Les bidasses en cavale*) (1976) de Philippe Clair
Le Jour de gloire (1976) de Jacques Besnard
Taxi Driver (1976) de Martin Scorsese
Arrête ton char... bidasse (1977) de Michel Gérard
Croix de fer (1977) de Sam Peckinpah
La 7^{ème} compagnie au clair de lune (1977) de Robert Lamoureux
Tracks (1977) de Henry Jaglom
Le mille-pattes fait des claquettes (1977) de Jean Girault
Le Crabe Tambour (1977) de Pierre Schoendoerffer
Général... nous voilà ! (1978) de Jacques Besnard
Le retour (1978) d'Hal Ashby
Voyage au bout de l'enfer (1978) de Michael Cimino
Embraye bidasse, ça fume (1978) de Max Pécas
Les bidasses au pensionnat (1978) de Michel Vocoret
Comment se faire réformer (1978) de Philippe Clair
Les réformés se portent bien (1978) de Philippe Clair
Les bidasses en vadrouille (1979) de Christian Caza
Bête mais discipliné (1979) de Claude Zidi
Apocalypse Now (1979) de Francis Ford Coppola
La Légion saute sur Kolwezi (1980) de Raoul Coutard
Orange est vert (1980) documentaire de François Moreuil
Rambo (1982) de Ted Kotcheff
Le retour des bidasses en folie (1983) de Michel Vocoret

Retour vers l'Enfer (1983) de Ted Kotcheff
Papy fait de la résistance (1983) de Jean-Marie Poiré
Portés Disparus (1984) de Joseph Zito
L'Aube Rouge (1984) de John Milius
Invasion USA (1985) de Joseph Zito
Portés disparus 2 (1985) de Lance Hool
Top Gun (1986) de Tony Scott
Les Yeux Brûlés (1986) documentaire de Laurent Roth
Portés disparus 3 (1988) d'Aaron Norris
Rambo 3 (1988) de Peter McDonald
Abyss (1989) de James Cameron
La vie et rien d'autre (1989) de Bertrand Tavernier
Né un 4 juillet (1989) d'Oliver Stone
A la poursuite d'octobre rouge (1990) de John Mc Tiernan
La neige et le feu (1991) de Claude Pinoteau
Dien Bien Phu (1992) de Pierre Schoendoerffer
Le crépuscule des aigles (1994) de Christopher Menaul
USS Alabama (1995) de Tony Scott
Capitaine Conan (1996) de Bertrand Tavernier
A armes égales (1997) de Ridley Scott
Couvre-feu (1998) d'Edward Zwick
Il faut sauver le soldat Ryan (1998) de Steven Spielberg
Les Rois du désert (1999) de David O'Russell
La Chute du faucon noir (2001) de Ridley Scott
Treize jours (2001) de Roger Donaldson
Une fille dans l'azur (2001) de Jean-Pierre Vergne
En territoire ennemi (2001) de John Moore
Pearl Harbor (2001) de Michael Bay

La Chambre des officiers (2001) de François Dupeyron
Nous étions soldats (2002) de Randall Wallace
La somme de toutes les peurs (2002) de Phil Alden Robinson
Enduring Freedom (2003) de Lance O'Connor
Operation Hollywood (2004) documentaire d'Emilio Pacull
Un long dimanche de fiançailles (2004) de Jean-Pierre Jeunet
Les Chevaliers du ciel (2005) de Gérard Pirès
Indigènes (2006) de Rachid Bouchareb
Dans la vallée d'Elah (2007) de Paul Haggis
Inglorious Basterds (2009) de Quentin Tarantino
Forces spéciales (2011) de Stéphane Rybojad
L'Ordre et la Morale (2011) de Mathieu Kassovitz
Le Bureau des Légendes (2015) série produite par Eric Rochant
Le maître du Haut Château (2015) série produite par Ridley Scott
Mission Impossible : Rogue Nation (2015) de Christopher McQuarrie
Au-revoir là-haut (2017) d'Albert Dupontel
Mission Impossible : Fallout (2018) de Christopher McQuarrie
Section de recherches saison 12 épisode 4 « Secret défense » (2018) de Jean-Marc Thérin
Volontaire (2018) d'Hélène Fillières
Le Chant du loup (2019) d'Antonin Baudry