

La fonction information-communication au sein de l'ANP: une transition laborieuse

The information-communication function within the ANP: a laborious transition

Djoughri Smail

Université d'Alger 3 , (Algerie), nacersmail58@yahoo.com

reçu: 05/04/2020

Accepté: 14/04/2020

Publié: 18/04/2020

Résumé:

L'institution militaire algérienne à l'instar de toutes les armées du monde, était au commencement réfractaire à toute ouverture vers l'environnement extérieur entretenant ainsi l'image d'une institution close et développant une allergie pathologique à toute forme de communication vers des cibles extérieures. Cependant, la transition démocratique qu'a connue l'Algérie depuis 1989 conjuguée à la libération des espaces de communication ont rendu nécessaire l'adoption d'une nouvelle posture de communication déclinée par la mise en œuvre de structures et d'une organisation pour faire de la grande muette une entreprise communicante.

Cependant, force est de constater aujourd'hui que cette transition n'a pas pour autant réussi à dépasser certaines résistances à un vrai changement des mentalités et des pratiques en matière d'information et de communication. En effet, et en dépit de toute l'architecture organisationnelle et fonctionnelle mise en œuvre, l'ANP est restée comme même réfractaire à une vraie communication envers des cibles identifiées, bien qu'elle soit dotée de structures de communication, au demeurant, inopérantes et inefficaces, à cause de l'absence d'une réelle stratégie de communication, seule à même de projeter l'ANP dans l'ère de communication moderne.

Les mots clés :

La fonction information et communication, la doctrine de communication, la stratégie de communication, l'armée communicante, les institutions closes.

Abstract:

The Algerian military institution, like all the armies in the world, was initially resistant to any opening to the external environment, thus maintaining the image of a closed institution and developing a pathological allergy to any form of communication towards external targets. However, the democratic transition that Algeria has known since 1989 combined with the liberation of communication spaces made it necessary to adopt a new communication posture declined by the implementation of structures and an organization to from the big mute a communicating company.

However, it is clear today that this transition has not yet succeeded in overcoming certain resistance to a real change in mentalities and practices in the area of information and communication. Indeed, and in spite of all the organizational and functional architecture implemented, the ANP remained as even refractory to a real communication towards identified targets, although it is endowed with communication structures, moreover, inoperative. and

ineffective, because of the absence of a real communication strategy, the only one capable of projecting the ANP into the modern communication era.

Keywords :

The information and communication function, the communication doctrine, the communication strategy, the communicating army, the closed institutions.

Introduction

Aucune organisation ne peut survivre au sein d'un environnement donné, assumer ses missions et réaliser les objectifs programmés sans une stratégie de communication appropriée et bien pensée. Aussi, toutes les organisations se dotent de moyens et de structures pour communiquer envers un environnement interne et externe préalablement identifié et segmenté. Les armées en tant qu'organisation, ne peuvent échapper à ce besoin incompressible de communiquer, d'autant plus qu'il s'agit d'organisations qui appartiennent à un environnement interne et externe avec lequel elles doivent composer et impérativement interagir. Leurs capacités de répondre au contrat opérationnel auquel elles ont initialement souscrit dépendent largement des choix qu'elles doivent faire en matière de doctrine d'information et de communication et dans quelle mesure cette doctrine sera déclinée en fonction stratégique.

Néanmoins, la spécificité du métier des armes, marqué par le culte du secret, a retardé pendant longtemps l'adoption de la communication organisationnelle au sein des armées en général comme fonction structurelle. Aussi, l'armée, un montage complexe d'idées, de ressources humaines et de matériels dont la finalité consiste à produire et appliquer des effets de destruction mesurés sur réquisition de l'autorité civile afin de contribuer à la réalisation du projet politique constitue, au regard de ses missions de combat plus qu'un banal métier ⁽¹⁾. Cette singularité du métier des armes explique en grande partie la résistance au changement qu'affichent sans exception toutes les armées du monde.

En effet, le conservatisme est le trait structurel des armées, ceci explique pourquoi les institutions militaires sont restées pendant longtemps imperméables à toute influence venant du monde civil. Pire, elles se sont apparentées à des « institutions closes », se démarquant ainsi de l'environnement civil, perçu comme pervers et dépréciateur de l'ethos militaire et porteur notamment de valeurs, comportements et représentations excessivement permissives au point de devenir antagoniques, voire contradictoires avec celles qui doivent structurer et modeler les forces armées. Les officiers d'antan se voient automatiquement écartés du tableau d'avancement et de l'accès aux postes de responsabilité si leur dossier comporte la mention « fréquente l'élément civil » ⁽¹⁾.

Toutefois, depuis l'explosion des moyens de communication et l'avènement de la société de l'information, les armées tendent de plus en plus à se banaliser et

¹ - Voir à ce sujet l'ouvrage référence de Charles Moskos, *The military, more than just a job ?*, Pergamon-Brassy's, Washington 1988.

¹ - Fabrice Hamelin, « Les nouvelles relations défense-société », Les Champs de mars, n° 11, 2002, p.275.

changent de comportement : la recherche de la communication, en mode interne vers leurs propres collaborateurs et, en mode externe, afin de projeter une image valorisée vers l'environnement extérieur, devient alors un choix stratégique incontournable au regard de son omnipotence. Du coup, les armées, notamment en Occident se sont durablement inscrites dans une logique de communication systématique compte tenu de l'importance de cette dernière et de son caractère déterminant dans le maintien de la cohésion interne de l'institution et la réussite des tâches qui lui sont assignées. En effet, la communication est le pilier de toute politique de défense et on la retrouve systématiquement dans tous les segments de la stratégie militaire générale ⁽²⁾. Qu'en est-il alors du rapport de l'ANP à la communication ?

Le culte du secret : un dogme

S'agissant de l'ANP, et au regard de son parcours historique, il apparaît clairement qu'elle a toujours affiché une allergie pathologique à toute forme de communication institutionnelle au point où elle est considérée **sans aucun doute, comme l'une des plus secrètes du monde** ⁽³⁾. Des observateurs vont plus loin, l'ANP, c'est tout simplement « un trou noir » où le terme « de grande muette » trouve toute sa signification. Cette posture de réserve et de cloisonnement peut s'expliquer par des considérations liées à l'histoire. L'ALN, ancêtre de l'ANP, qui, au regard des exigences de clandestinité durant la guerre de libération, a érigé le secret en dogme doctrinal.

En effet, pendant toute la durée de la guerre de libération à caractère foncièrement clandestin. Pendant toute la durée de la guerre d'Algérie, très peu de fuites ont été enregistrées au sujet des nombreuses et constantes dissensions au sein du commandement FLN-ALN et par rapport aux frictions entre le politique et le militaire ⁽⁴⁾. Cette tendance au cloisonnement se retrouve aujourd'hui très forte chez les décideurs, marqués par plusieurs années de lutte clandestine, notamment au sein de la sphère militaire où le secret-défense est systématiquement élevé au rang de dogme non révisable.

Le culte du secret serait alors un patrimoine héréditaire et, est devenu un trait structurel qui singularisait l'ANP, digne héritière de l'ALN, ce qui explique en partie cette frilosité qui la caractérisait par rapport à toute forme de communication extérieure. Or, la communication, c'est le partage des informations et des données non classées, c'est donc la négation du secret, d'où l'incompatibilité de la posture de cloisonnement avec les exigences de la communication de défense.

² - En effet, la communication constitue un ressort essentiel au sein de la stratégie militaire déclaratoire. La dissuasion, la persuasion et la séduction étant avant tout des actes de communication. Idem pour la stratégie opérationnelle où la communication en opérations ainsi que la communication de crise jouent un rôle central.

³ -Pierre Dévoluy et Mireille Duteil, La poudrière algérienne, Editions Calmann-Lévy, Paris, 1994, p.37.

⁴ - Alistair Horne, Histoire de la guerre d'Algérie, Editions Dahlab, Alger 2007, p.17.

En effet, l'ANP, des années après l'indépendance, a conservé, voire, conforté cette posture de non communication. Plus grave, l'entretien du secret a finit par retarder l'avènement d'une armée réellement communicante dans son segment interne ou externe et cumuler ainsi un retard énorme qui va lui être préjudiciable durant la lutte anti-terroriste. Cette situation de grande muette est telle qu'à la différence des autres armées, notamment occidentales, Il est impossible de trouver un accès libre ne serait-ce qu'à la composition organique et nominale du Ministère de la Défense Nationale (MDN).

En outre, et pendant des décennies, les Algériens n'avaient pas le droit de connaître le nom, le grade et encore moins, voir l'image du patron du Département du Renseignement et de Sécurité (DRS) ⁽⁵⁾. C'est la reproduction mécanique de la posture de Boussouf durant la guerre de libération, bien que l'attitude de ce dernier est plus compréhensible au regard des exigences de clandestinité indispensables à l'époque. Alors comment expliquer qu'on inscrive tout un département en charge de la sécurité des algériens et l'identité de son chef comme secret-défense, alors que de tels responsables, y compris dans les pays en développement sont parfaitement connus de la part du grand public ? A titre d'exemple, et dans un souci d'ouverture et de communication, le département jordanien des services de renseignements (*Jordanian Intelligence Department*) dispose d'un site propre dont l'objectif est de faire connaître au large public le département et ses activités ⁽⁶⁾.

Aussi, l'absence de communication et l'opacité du système décisionnel militaire algérien, quand il s'agit de problématiques sécuritaires ou de défense, constituent les traits distinctifs d'une armée fermée et combien muette ⁽⁷⁾. Cependant, ce qui est surprenant, c'est la permanence et la persistance de cette allergie par rapport à la communication, bien des décennies après l'indépendance.

Le retrait de l'armée du Comité Central du FLN après l'avènement du multipartisme en 1989 n'a eu qu'une incidence mineure sur la posture de l'institution militaire par rapport à la communication. Cette situation de vide communicationnel, une vulnérabilité stratégique majeure, a été largement exploitée par les organisations terroristes au début des années 1990 à travers la mobilisation de tous les moyens d'information et de communication de leurs soutiens et autres promoteurs pour démoraliser la troupe et faire douter les militaires sur le sens du combat qu'il mènent contre le terrorisme.

En effet, les espaces de communication laissés vacants par l'ANP durant les premières années de la lutte anti-terroriste ont permis aux terroristes et leurs relais

⁵ - Ceci est valable pour Kasdi Merbah, Betchine, LakhalAyat, le général de corps d'armée Tewfik et à un degré moindre le général major Bachir Tartag aujourd'hui.

⁶ -Franck Mermier (sous la direc.), Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe, éd. Maisonneuve&Larose, Paris, 2003, p.237.

⁷ - RadidjaNemar, « Au-delà des casernes, le rôle de l'armée en Algérie » in Les Cahiers de l'Orient, Automne 2010, n°100, p. 13.

d'occuper le champ de la communication et ternir l'image de l'ANP⁽⁸⁾. A ce titre, on se souvient du « qui tue qui ? » et la campagne d'intox qui visait l'ANP, alors que cette dernière, dans une posture attentiste, encaissait sans agir ni réagir.

La posture « d'institution mette » cumulée depuis sa naissance a prévalu engendrant des préjudices énormes et encourageant les sponsors du terrorisme à combler le vide. Indubitablement, la réponse « du terrain » ne pouvait remplacer la réponse qu'elle aurait dû construire au sein du champ communicationnel et idéal, d'autant plus que la lutte anti-terroriste serait d'abord une bataille des idées et donc déterminée plus par le renseignement et la communication que par les actions opérationnelles de contre-terrorisme sur le terrain⁽⁹⁾.

Dans ce cadre, feu Abdelhamid Latreche, alors président de la commission de défense au sein du Conseil de la Nation a déploré cette carence communicationnelle. L'armée, selon lui, « doit comme toutes les institutions de l'Etat, communiquer et comme toutes les institutions de l'Etat, l'ANP n'a pas communiqué ou mal communiqué »⁽¹⁰⁾.

L'ANP et la communication : une adaptation difficile

Pourtant, dès le début de ce millénaire, une conscience perceptible au sujet de l'impératif de migrer vers une armée plus communicante. Cette conscience s'est traduite par une nouvelle architecture organisationnelle et fonctionnelle du secteur de la communication au sein de l'ANP. Des structures de communication centrales et régionales sont mises en place. Concomitamment, des cellules de communication également au niveau du haut-commandement, des commandements de forces et des régions militaires sont créées. Cependant, il s'est avéré que ces cellules dupliquaient les directions régionales d'information et de communication (DRCIO) déjà mise en place d'où la dissolution plus tard des cellules de communication afin éviter les redondances.

⁸ - En février 1990, le journal de l'ex-FIS (dissous) a publié une interview d'un de ses leaders, HachemiSahnouni, qualifiant l'armée algérienne de « militairement impuissante ». Il ajoute que « notre armée ne possède pas un matériel performant, ni une industrie militaire, ni l'expérience du combat, ni un effectif qualifié...les officiers accèdent à des grades qu'il n'ont pas véritablement mérités »⁽⁸⁾. Malgré le caractère gravissime de ces déclarations passibles au demeurant de poursuites judiciaires, l'ANP n'a pas réagi, pas même un communiqué, ce qui confortait à l'époque l'idée d'une armée muette et...indigente, incapable d'élaborer sa propre stratégie de communication.

⁹ - En marge d'une conférence de presse à l'AMIA de Cherchell et en réponse à une question d'un journaliste sur les réticences des militaires à communiquer, le Chef d'état-major de l'époque, le chef de corps d'armée Lamari Mohamed, a répliqué « au lieu de parler, on préfère agir sur le terrain ».

¹⁰ - Abdelhamid Latreche, Président de la Commission de la Défense Nationale, Allocation d'ouverture, in actes du colloque intitulé : pour un débat citoyen sur la défense, organisé par la Commission de défense nationale, Conseil de la Nation, novembre 2001, ENA, Alger, Tome 1, seconde édition, p.21.

En plus, d'autres mesures d'ouverture et d'interaction avec l'environnement sociétal sont prises pour imprimer une nouvelle dynamique de communication : des portes ouvertes, des expositions, des communiqués circonstanciels, des visites programmées de lycéens et étudiants au Musée Central de l'armée (MCA) et à l'Académie militaire interarmes de Cherchell et à d'autres structures de formation, ainsi que beaucoup d'autres manifestations et activités d'information animées au niveau de toutes les régions militaires par des centres d'information territoriaux (CIT). Toutes ces structures étaient censées traduire en actes cette volonté d'ouverture et de communication institutionnelle. Plus récemment et en plus du Centre national des publications militaires, une Ecole Supérieure militaire de l'information et de la communication a été inaugurée afin de former les compétences et les cadres qui prendront en charge la fonction information et communication au sein de l'ANP ⁽¹¹⁾.

Cependant, l'ANP est restée comme même réfractaire à une vraie communication envers des cibles identifiées, bien qu'elle soit dotée de structures de communication, au demeurant, inopérantes et inefficaces, à cause de l'absence d'une stratégie de communication pour les capitaliser afin de projeter l'ANP dans l'ère de communication moderne. En effet, les médias nationaux, notamment la presse privée, ont régulièrement déploré le manque de communication de l'ANP sur la problématique de la sécurité des frontières eu égard de la transformation de l'environnement géopolitique proche de l'Algérie.

La sécurité des frontières constitue un défi majeur à la sécurité nationale qui ne peut, au demeurant, laisser indifférente l'opinion publique. Faute de disposer d'informations à la source, les médias ont alors eu recours à des données erronées, aux rumeurs et à des analyses biaisées de pseudo-spécialistes qui cultivent davantage les peurs irrationnelles et alimentent ainsi les inquiétudes de la population. Cette dérive médiatique a atteint des proportions alarmistes au point où le ministère de la défense nationale a réagi pour recadrer la situation.

A ce titre, un communiqué officiel de la cellule de la communication relevant de l'échelon centrale du ministère de la défense nationale a, au début de l'année 2015, invité les médias, notamment la presse écrite à plus « d'objectivité et à s'appuyer sur la vérité, et à mettre en primauté l'intérêt général du pays afin d'éviter de tomber dans le piège de la propagande pernicieuse » ⁽¹²⁾. Les analyses médiatiques réservées à la problématique de la sécurisation des frontières, notamment celle du Sud-est, sèment, selon ce communiqué, le trouble et la confusion parmi les citoyens. Dès lors, une question s'impose : comment exiger

¹¹ - L'Ecole Supérieure militaire de l'information et de la communication a été inaugurée, conformément au décret présidentiel n° 17/05, par le vice-ministre de la défense, chef d'état-major de l'armée nationale populaire le 27 septembre 2018. Voir à ce sujet la revue El-Djeich, n° 666, janvier 2019, p.22.

¹² - Communiqué officiel du MDN en date du 19 février 2015, disponible sur le site électronique : www.mdn.org, consulté le 20 février 2015.

des médias l'observation de la vérité quand cette vérité leur est inaccessible et ne fait pas l'objet d'une communication régulière et crédible de la part de l'institution militaire concernée en premier chef ?

Il s'agit là d'un cas typique de déficit de communication et un choix délibéré de réagir au lieu de concevoir un plan de communication cohérent qui consiste à informer régulièrement l'opinion public de l'évolution de la situation sécuritaire par le biais d'une meilleure collaboration avec les médias, toute tendances confondues pour au moins dissiper méthodiquement cette « confusion » et aussi remonter le moral d'une population dont les inquiétudes sont légitimes. Plus que ça, il aurait été plus indiqué d'organiser des missions d'information au profit de tous les médias et les inviter à s'immerger au sein du dispositif opérationnel en charge de la protection des frontières, notamment la façade Sud-est, afin d'apprécier et de comprendre les sacrifices des militaires et leur disponibilité opérationnelle et transmettre ainsi une image valorisante des forces armées envers l'opinion nationale, loin des surenchères et de la désinformation.

Pour illustrer ce dysfonctionnement en matière de communication sécuritaire, on peut citer un événement dramatique mais d'une grande symbolique survenu au mois de juillet 2015, et qui a constitué un réel révélateur de cette rupture armée-médias. Il s'agit d'un attentat terroriste qui a ciblé une patrouille militaire, le 17 juillet 2015 (premier jour de l'AID), largement diffusé par les textes et les images au niveau de la toile et au sujet duquel l'institution militaire s'est murée dans un silence assourdissant. Les chargés de communication au sein de l'ANP ont brillé par leur mutisme et ont raté (encore) l'occasion de communiquer bien et intelligemment, surtout en pareilles circonstances très sensibles, quitte à faire appel à des spécialistes, expert et autres stratèges de la communication ⁽¹³⁾.

Cette carence qui devient structurelle, participe en fait d'un comportement rigide et de reflexes qui ont la vie dure et que vraisemblablement et en dépit des postures déclaratoires, il est difficile de s'en départir. Pour les acteurs médiatiques, cette posture de non communication profite plutôt aux promoteurs de la propagande terroriste qui vont propager et diffuser les messages qu'ils souhaitent afin de manipuler l'opinion publique.

C'est dire que jusqu'à une date récente, l'ANP, à l'instar de toutes les armées du monde, a entretenu des rapports de méfiance, voire d'hostilité envers les médias qui véhiculent toujours des valeurs foncièrement incompatibles avec les exigences de secret qui guident et structure le comportement des militaires en général. En somme, entre la liberté de recueil et de libre diffusion de l'information des uns et le devoir de réserve et de rétention de l'information des autres, la relation, à défaut de disposer d'un cadre organisationnel de coopération et d'une

¹³ - Il s'agit là d'un entrefilet rédigé par l'éditorialiste du quotidien francophone l'Expression du 22 juillet 2015, intitulé, « Réaction tardive et absence de stratégie médiatique : la machine lourde de l'ANP », p.3.

stratégie de communication bien pensée, restera marquée par l'incompréhension et une éternelle tension ⁽¹⁴⁾.

Cet antagonisme armée-médias et le poids « toxique » de l'obligation de réserve expliquent en partie cette propension de l'ANP à observer un mutisme préjudiciable à son image de marque et à l'efficacité de ses actions sur le terrain. Ces pesanteurs expliquent également pourquoi elle a toujours dissocié entre action et communication et de ce fait, elle n'a jamais jugé utile de tenir l'opinion publique informée des opérations qu'elle exécute en matière de lutte anti-terroriste, encore moins, pour les opérations de sauvetage et d'assistance durant toutes les catastrophes qu'a connues notre pays.

Le concept américain d'*Embedded media* constitue une bonne réponse pour résoudre l'antagonisme du rapport armée-médias et digne de duplication par l'ANP. Il s'agit d'équipes médiatiques embarquées, sous contrôle des militaires, qui peuvent assister et décrire en direct les opérations conduites par les unités militaires déployées sur le théâtre ⁽¹⁵⁾. En outre, au sein de tous les pays occidentaux, l'opinion publique est régulièrement informée sur les opérations, l'entraînement, l'état d'esprit, le moral, la vie au quotidien dans les bases-vie des militaires déployés en Afghanistan, en Irak, au Mali et ailleurs, par de longs documentaires produit par des journalistes et correspondants immergés pendant des mois au sein des unités militaires déployées.

A contrario, pour l'ANP, une seule émission audio-visuelle, en reste de qualité médiocre, est produite par l'Etablissement Militaire de Production Audio-visuelle (EMPA), rattaché à la Direction Centrale de la Communication et de l'Information (DCIO/MDN). Intitulée « Djaichouna », ce court métrage documentaire est consacré à faire connaître au large public les structures de formation, de fabrication et de réparation des matériels de défense de l'ANP, sans pour autant aller plus loin, afin de faire l'apologie des actions des unités, notamment en matière de sécurisation des frontières ou l'assistance en cas de risques majeurs. Aucune émission, nul documentaire, encore moins de débats ne sont organisés pour transmettre à l'opinion publique une image réelle sur les sacrifices qu'endurent nos militaires et les efforts qu'ils déploient au quotidien sur toute la longueur de nos frontières face aux dangers que représentent les organisations terroristes et criminelles et face à l'hostilité de la nature.

A titre illustratif, l'intervention des troupes spéciales pour libérer les otages du site gazier de Tiguentourine suite à un attentat terroriste, et en dépit du niveau de performance affiché, au demeurant reconnu par les spécialistes internationaux,

¹⁴ -Pascale Combelles Siegel, La communication des armées, Editions Centre d'Etudes en Sciences Sociales de la Défense (C2SD), Paris, 1998, P.6.

¹⁵ - Chasseret Fanny, La politique de communication du ministère de la défense nationale, mémoire DEA de sciences administratives, Panthéon-Assas, Paris II, 1996, P.57.

reste pour le commun des Algériens un mystère : aucun traitement médiatique n'est venu éclairer après coup, l'opinion publique pour conforter son moral et lui faire connaître les vraies capacités d'intervention des éléments des forces spéciales de l'ANP. En revanche, l'intervention du Groupe d'Intervention de la Gendarmerie National (GIGN) français en 1995 pour libérer les otages de l'Airbus détourné à partir de l'aéroport d'Alger par des terroristes du GIA, a fait l'objet de dizaines de traitement médiatiques écrits et audio-visuels et même de colloques organisés par les Ecoles militaires.

Cependant, il faut signaler que depuis un certain moment déjà, des communiqués, bien que laconiques, renseignent néanmoins sur les opérations « qualitatives » que les éléments des unités militaires déployées exécutent et qui sont généralement sanctionnées par l'élimination des terroristes et l'arrestation des trafiquants et candidats à l'immigration clandestine et la récupération d'armes, explosifs, munitions et de grosses quantités de drogue, de carburants, de cheptel, des cigarettes, ainsi que des produits alimentaires de contrebande subventionnés par le trésor public. Il s'agit d'une initiative louable en matière de communication.

Néanmoins, notamment en ce qui concerne la lutte anti-terroriste, les communiqués ne mentionnent jamais les pertes humaines amies. Des communiqués toujours triomphants d'arrestations et de neutralisation de terroristes, à croire qu'on fait la guerre à un ennemi désarmé. Alors que tous les services de renseignement du monde attestent du fort potentiel de nuisance des entités terroristes, les communiqués du MDN suggèrent qu'il s'agit d'une guerre anti-terroriste non létale à...zéro mort. Pourtant, Le chef d'état-major de l'ANP ne cesse de soutenir l'idée d'une information « sincère et crédible...qui fait entendre nos pensées en tant que militaires envers notre peuple...tout en veillant à la sensibilisation sur l'ampleur des menaces et des défis et en mettant en exergue les grands efforts consentis pour y faire face... »⁽¹⁶⁾.

Dès lors, l'opinion publique doit constituer la base de toute communication de défense, étant donné qu'elle représente une « puissance anonyme » qui n'est d'ailleurs prévue par aucune constitution. Cette force a bien sûr le pouvoir d'agir, notamment en matière de défense, c'est la raison pour laquelle on a toujours associé la communication de défense à l'opinion publique, car il existe entre elles une certaine interaction. De plus, aucune guerre contre le terrorisme n'est jouable sans l'adhésion des masses et la mobilisation de la société et son incorporation dans le dispositif de guerre totale au terrorisme. Ceci, suppose justement la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication bien articulé pour gagner « les cœurs et les esprits » des citoyens et faire ainsi échec au projet terroriste.

¹⁶ - Déclaration du vice-ministre de la Défense nationale, chef d'état-major de l'ANP, en marge des travaux du colloque organisé par l'ANP durant le mois de décembre 2014 au Cercle National de l'Armée (CNA), rapportée par la revue El-Djeich, janvier 2015, p. 14.

Aussi, une information unilatérale et non objective risque de transformer la communication en propagande et dérouter l'opinion publique. Elle pourrait donner à penser que les militaires sont en villégiature et qu'en face, les terroristes ne disposent pas d'un potentiel de nuisance démultiplié par l'entraînement, les armements et un équipement adapté aux exigences de la guerre asymétrique dans un rapport du faible au fort. Par conséquent, les sacrifices de nos militaires ne sont pas visibles ⁽¹⁷⁾ et encore moins appréciés à leur juste valeur par le peuple. A ce titre, aucune cérémonie n'est organisée pour leur rendre hommage à l'instar des cérémonies solennelles et les honneurs militaires chargés de symboles et de messages qu'organisent les armées occidentales à chaque fois qu'elles déplorent des pertes humaines notamment en Afghanistan.

En France, pour ne citer que ce pays, des cérémonies officielles auxquelles assistent en plus du président de la république, les plus hautes autorités civiles et militaires, sont organisées pour faire partager la douleur et l'indignation avec toute la population ⁽¹⁸⁾. Chez nous, le déni de reconnaissance et le manque de considération atteint son paroxysme quand on constate que les cérémonies de sorties de nouvelles promotions d'officiers et sous officiers qu'organisent chaque fin d'année d'instruction les différentes structures de formation de l'ANP, (Académie militaire, Ecoles supérieures, Ecoles d'applications), qu'aucune d'elles n'est baptisée au nom d'un militaire mort pour la patrie, les armes à la main en combattant le terrorisme. On continue invariablement à puiser dans le registre des martyrs de la guerre de libération. **C'est à croire que le sang versé par les uns et par les autres pour leur patrie n'a pas la même valeur et ne mérite pas la même considération...**

Le citoyen, qui supporte l'effort de défense, a le droit de savoir, par une communication ciblée, que les forces de sécurité en général, ne refusent pas le sacrifice ultime de leur vie pour protéger et sécuriser le pays et sa population. En outre, faire part objectivement des pertes humaines de militaires dans l'exercice de leur devoir, suscite l'émotion positive et la solidarité agissante ⁽¹⁹⁾ et in fine,

¹⁷ - Pourtant le Règlement du Service dans l'Armée (RSA), promulgué par Décret n° 54/73/SG/A du 23 mars 1973, énonce dans son Chapitre III, Article 122, les modalités de présenter les honneurs funèbres militaires aux militaires tombés au champ d'honneur.

¹⁸ - Voir à ce sujet, André Thiéblemont, « Les paraîtres symboliques et rituels des militaires en public », in : Cultures et logiques militaires, sous la direction d'André Thiéblemont, Editions PUF, Paris 1999, P.P. 163-210.

¹⁹ - En dépit du retard dans la communication de l'ANP suite à l'attentat perpétré le 17 juillet 2015 (jour de l'Aïd), à l'encontre d'une patrouille de l'ANP dans la Wilaya de Ain Defla, un sentiment de solidarité a été largement partagé par les internautes. Morts pour la patrie et enterrés dans l'anonymat et la plus grande indifférence, ces 11 militaires assassinés ont suscité par contre une vive émotion, spontanément exprimée par des citoyens sur la toile. Le même phénomène de solidarité civilo-militaire a été observé sur les réseaux sociaux à l'issue du crash de l'avion militaire de transport près de l'aéroport militaire de Boufarik. Dès lors, cacher ses propres pertes

produit plus de synergie interactive et mutualise les efforts conjoints des forces de sécurité et de la société civile pour combattre ensemble les organisations terroristes et criminelles. Cela participe aussi du renforcement du lien armée-nation et de la valorisation de l'image du militaire toujours en première ligne pour défendre le pays contre toutes formes de périls et de menaces et qui considère le sacrifice de sa vie comme hypothèse de travail ⁽²⁰⁾.

Pourtant, de tous les pays du tiers monde, l'Algérie est sans doute un des rares où l'armée a connu et connaît encore une légitimité nationaliste aussi forte : l'Armée Nationale et Populaire (ANP) n'est-elle pas l'héritière de l'Armée de libération nationale (ALN), bras armé du Front de libération nationale (FLN), qui a su, au terme d'une cruelle guerre de libération de plus de sept ans, mettre un terme à la plus ancienne colonisation imposée par une puissance européenne, la France, depuis 1830 ? Depuis l'indépendance de 1962, invoquant sans cesse ce glorieux héritage, l'histoire comme les discours officiels ont même fait un véritable dogme de la parfaite identité entre armée et nation ⁽²¹⁾.

Pourtant, le lien armée-nation a subi beaucoup de dégradation, notamment depuis les événements tragiques d'octobre 1988 où l'armée a perdu énormément de son capital sympathie. La guerre médiatique sournoise que lui a livrée féroce le terrorisme pendant plus d'une décennie a fini par égratigner l'image de marque de la jeune armée. Le refus de communiquer, le culte pathologique du secret et les crispations du haut commandement par rapport à toute forme d'ouverture envers les acteurs médiatiques a davantage approfondi le fossé d'incompréhension et de clivage par rapport à l'opinion publique. Aussi, et en dépit des mesures fragmentaires, comme la création de cellules de communication, pour impliquer l'armée dans une dynamique de communication, la communication institutionnelle au sein de l'ANP est loin d'être parfaite en raison de l'absence d'une réelle stratégie de communication.

Ce constat renseigne sur l'énorme déficit en matière de communication et l'ampleur du retard cumulé en la matière d'où l'impératif de corriger et régulariser la situation. Pour cela, l'ANP doit penser et mettre en œuvre une vraie doctrine d'information et de communication, une doctrine appelée à se décliner en une stratégie cohérente de communication qui dessine un cap, définit clairement les objectifs à atteindre et les moyens à mobiliser pour accélérer l'avènement d'une

quand l'information est connue de tous à travers les réseaux sociaux est absurde, inutile, contreproductif et relève d'un réflexe archaïque.

²⁰ - Pour mieux connaître et comprendre l'esprit de sacrifice qui anime en général les militaires, se référer à l'excellent ouvrage d'un ancien militaire français : Michel Goya, *Sous le feu : la mort comme hypothèse de travail*, éd. Tallandier, 2014.

²¹ - François Gèse, « Armée et nation en Algérie, l'irréparable divorce ? », in *Hérodote*, janvier 2005, n° 116, p. 175.

La fonction information-communication au sein de l'ANP: une transition laborieuse

armée communicante afin de renforcer le lien armée-nation, valoriser son image de marque et in fine, améliorer l'efficacité de ses missions de sécurité et de défense, notamment en matière de lutte anti-terroriste.

Indication bibliographiques

1)- ouvrages

- DEVOLUY(Pierre) et DUTEIL(Mireille), La poudrière algérienne, Editions Calmann-Lévy, Paris, 1994.
- Horne(Alistair), Histoire de la guerre d'Algérie, Editions Dahlab, Alger 2007.
- MERMIER (Franck) (sous la direc.), Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe, éditions Maisonneuve&Larose, Paris, 2003.
- SUEGLE (Pascale Combelles), La communication des armées, Editions Centre d'Etudes en Sciences Sociales de la Défense (C2SD), Paris, 1998.
- THIEBLEMONT (André),« Les paraîtres symboliques et rituels des militaires en public », in : Cultures et logiques militaires, sous la direction d'André Thiéblemont, Editions PUF, Paris 1999.

2)- revues, périodiques et quotidiens

- FANNY (Chasseret), La politique de communication du Ministère de la Défense Nationale, mémoire DEA de sciences administratives, Panthéon-Assas, Paris II, 1996.
 - GESE(François), Armée et nation en Algérie, l'irréparable divorce ?,Hérodote, janvier 2005, n° 116.
 - HAMELIN(Fabrice), « Les nouvelles relations défense-société », Les Champs de mars, n° 11, 2002.
 - NEMAR(Radidja), « Au-delà des casernes, le rôle de l'armée en Algérie » in Les Cahiers de l'Orient, Automne 2010, n°100, p. 13.
 - Règlement du Service dans l'Armée (RSA), promulgué par Décret n° 54/73/SG/A du 23 mars 1973.
 - Actes du colloque intitulé : Pour un débat citoyen sur la défense, organisé par la Commission de défense nationale, Conseil de la Nation, ENA, Alger, Tome 1, seconde édition,novembre 2001
 - « Réaction tardive et absence de stratégie médiatique : la machine lourde de l'ANP », l'Expression du 22 juillet 2015
 - El-Djeich, janvier 2015.
 - El-Djeich, n° 666, janvier 2019, p.22.
- Site électronique du MDN : www.mdn.org