



HAL
open science

De policier à communicant dans la police nationale : les conditions sociales d'une conversion improbable

Guillaume Le Saulnier

► **To cite this version:**

Guillaume Le Saulnier. De policier à communicant dans la police nationale : les conditions sociales d'une conversion improbable. *Communication & professionnalisation*, 2018, 7, pp.29-48. 10.14428/rcompro.v7i1.18183 . hal-04476882

HAL Id: hal-04476882

<https://hal.science/hal-04476882>

Submitted on 27 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

De policier à communicant dans la police nationale *Les conditions sociales d'une conversion improbable*

Guillaume Le Saulnier
Cérep, Université de Reims Champagne-Ardenne
Chercheur associé au Carism, Université Paris 2
guillaume.le-saulnier@univ-reims.fr

Résumé

Cette enquête ethnographique réalisée au sein du Service d'information et de communication de la police (SICoP) se concentre sur les policiers devenus communicants et les conditions de leur conversion professionnelle. Elle interroge leurs profils et leurs parcours, ainsi que la construction de leur compétence et de leur identité. La communication fait l'objet d'une intégration avancée et de processus de professionnalisation dans la police nationale. Si le service observé s'adjoint de plus en plus les compétences de spécialistes, il se compose majoritairement de policiers issus des services actifs et dépourvus d'expérience dans la communication. En découle le rôle crucial de la formation des recrues, par une inculcation formelle et, surtout, informelle des techniques et des normes de travail. Mais les compétences acquises se heurtent au fonctionnement bureaucratique de l'institution, où la communication reste étroitement contrôlée et subordonnée aux préoccupations et aux intérêts du pouvoir politique. De surcroît, les policiers communicants occupent une position marginale au sein de leur groupe professionnel. Pour légitimer leur existence et leur compétence, ils s'efforcent d'établir une continuité entre le rôle de policier et celui de communicant, par des opérations à la fois objectives et subjectives.

Mots-clés : police ; communication ; professionnalisation ; compétence ; identité.

Abstract

This ethnographical survey conducted in the Police's Information and Communication Service (SICoP) focuses on the French policemen who become communication officers and the conditions of their professional conversion. It examines their profiles and their careers, as well as the construction of their competence and identity. Communication is widely integrated and concerned with processes of professionalization in the French police. The service recruits more and more communication specialists, but it consists predominantly of policemen from street-level offices or criminal police who lack of experience in communication. Hence the critical role of the training of recruits, through formal and informal teaching of professional techniques and norms. But the skills acquired are in conflict with the bureaucratic management of the institution, where communication remains highly controlled and subjected to the concerns and the interests of political power. Moreover, the position of police communication officers is marginal within their profession. In order to legitimate their existence and their competence, they try to establish a link between the role of policeman and the role of communication officer, through both objective and subjective means.

Keywords: police; communication; professionalization; competence; identity.

La communication fait l'objet d'une intégration croissante dans la police française, jusqu'à des manœuvres récentes mais sensibles de professionnalisation¹. Ce changement, amorcé dans les années 1990, s'inspire de la conversion opérée précocement par les polices nord-américaines et britanniques, bientôt imitées, notamment, par leurs homologues suisses (Mawby, 2012 ; Meyer, 2013). Il vise à mieux contrôler la représentation de la police, institution parmi les plus visibles aussi bien dans l'espace urbain que dans la sphère publique médiatique (Deluermoz, 2012 ; Meyer, 2012 ; Reiner, 2008). Il consiste tout autant à légitimer les politiques et les pratiques policières, dans une société démocratique où s'exerce un contrôle structurel sur les usages et les mésusages de la force publique.

La publicisation de l'action policière représente une question actuelle et un enjeu politique, par son intensification et ses implications. Pourtant, elle reste largement ignorée par la recherche française en sciences sociales. Hormis quelques travaux pionniers (Cubaynes, 1981 ; Institut des hautes études de la Sécurité intérieure, 1993 ; Le Saulnier, 2012 ; Meyer, 2012, 2013), cette question n'est étudiée qu'en ordre dispersé et comme sous-partie, notamment dans la sociologie des institutions pénales (Dedieu, 2010 ; Mucchielli, 2001, p. 26-54 ; Pichonnaz, 2013), du journalisme (Charon et Furet, 2000, p. 155-172) ou des problèmes publics (Macé et Peralva, 2002 ; Tsoukala, 2002), dans des travaux interdisciplinaires sur la communication de l'État (Marchetti, 2008, p. 93-129 ; Ollivier-Yaniv, 2009), ou dans l'histoire culturelle des récits de crimes (Kalifa, 1995 ; Sécaïl, 2010, p. 393-444). Elle est également traitée dans des travaux historiques ou sociologiques centrés sur les violences policières et les controverses que leur publicisation engendre (Dewerpe, 2006, p. 309-340 ; Jobard, 2002, p. 113-178 ; Moreau de Bellaing, 2016, p. 112-119 ; Yebouet Boah Cofy, 2001). Consécutivement, le développement de la communication est documenté pour de nombreuses institutions publiques (Aldrin *et al.*, 2014 ; Ollivier-Yaniv, 2000 ; Thomas, 2009), à l'exception notable de la police nationale. Rares sont les études empiriques consacrées à la communication de l'institution, sa genèse et son fonctionnement, ses artisans et leurs activités. Ce déficit de la recherche française contraste avec la précocité et le dynamisme des travaux dans les pays anglo-saxons (Chermak et Weiss, 2005 ; Lawrence, 2000 ; Manning, 2003 ; Mawby, 2012 ; Reiner, 2008).

De façon originale, le présent article se donnera pour objet les communicants de la police nationale. Plus spécifiquement, il se concentrera sur leurs parcours professionnels et leurs activités de travail, mais aussi sur le sens subjectif attaché à ces mêmes parcours et activités. Chemin faisant, il interrogera la construction de leur identité et l'affirmation de leur professionnalité (Bourdoncle et Mathey-Pierre, 1995 ; Bessières, 2009), et ce, dans une institution réputée rétive à toute publicité. Il se saisira ainsi des questions suivantes : qui sont et que font les communicants de la police ? Comment sont-ils devenus communicants ? Comment définissent-ils, individuellement et collectivement, leur rôle et leur travail ? Comment tentent-ils de valoriser leur compétence et de construire leur identité, à l'intersection entre le rôle de policier et celui de communicant ?

Pour cela, nous exploiterons une enquête ethnographique réalisée, de 2015 à 2017, au sein du Service d'information et de communication de la police (SICoP). Ce service a vocation à

¹ Le concept de professionnalisation désigne, dans une approche processuelle, les mobilisations collectives et les opérations subjectives par lesquelles les groupes professionnels (et leurs segments) s'efforcent de construire leur compétence et de conquérir une reconnaissance légale et sociale, pour revendiquer l'exercice sinon le monopole d'une activité et exister comme des professionnels de plein droit (Demazière, Roquet et Wittorski, 2012).

élaborer et à mettre en œuvre la communication externe et interne de l'institution, qu'il s'agisse des relations presse, de la communication numérique ou des actions événementielles. L'enquête se fonde sur un corpus de vingt-cinq entretiens approfondis auprès des communicants du SICoP, sur un effectif total de trente-cinq employés en avril 2016. Elle s'appuie également sur l'observation directe de leurs activités et de leurs interactions, menée à différentes périodes, ainsi que sur la participation (comme auditeur ou intervenant) à des stages de formation et des séminaires internes sur la communication de la police. En complément, nous avons collecté et analysé les textes prescriptifs successifs autour de la communication de l'institution, ainsi qu'un échantillon de supports didactiques autour des relations presse ou de l'usage des réseaux socionumériques.

L'analyse du matériau atteste, indicateurs à l'appui, la bonne volonté communicationnelle de la police. Elle permet ensuite de décrire les profils et les parcours des policiers communicants, et les moyens par lesquels ils acquièrent des compétences nouvelles pour la plupart d'entre eux. Elle montre enfin les conditions contraignantes dans lesquelles ils exercent leur activité, ainsi que les opérations par lesquelles ils s'approprient et valorisent leur rôle, dans un espace de négociations continues entre le métier de policier et celui de communicant.

1. Un rôle institué : une communication en plein essor

Commençons par planter le décor : le contexte est celui d'une extension et d'une professionnalisation de la communication, fonction précocement intégrée, mais longtemps refoulée par l'institution. Historiquement, l'invention de la police moderne coïncide avec l'essor de la presse populaire. Les relations entre l'une et l'autre sont à la fois séculaires et nécessaires. La préfecture de police de Paris élabore « une véritable politique de "communication" » dès la fin du XIX^e siècle (Deluermoz, 2012, p. 227), tandis que les journaux se nourrissent des récits de crimes rapportés par les « tourneurs » et les « préfectoriens » (Kalifa, 1995). Pourtant, la communication ne s'institutionnalise que tardivement au sein de la police française, qui lui oppose un fonctionnement bureaucratique ainsi qu'une « culture du secret » exacerbée par un puissant antagonisme envers les journalistes, lesquels sont accusés de discréditer la force publique (Monjardet, 1996, p. 159-165 et 186-194). Elle était et reste pour une part essentielle « décentralisée » et « individualisée » (Charon et Furet, 2000, p. 158 et 163), au sens où elle se loge dans les relations officieuses tissées entre des cadres policiers et des journalistes locaux ou nationaux.

La conversion de la police à la communication s'effectue « sur le tas et sur le tard² ». D'une part, elle s'inscrit dans un vaste mouvement d'intégration de cette fonction dans les administrations publiques, à partir des années 1980 (Nollet, 2006). D'autre part, elle intervient dans un contexte de dégradation de l'insécurité, laquelle est érigée comme un problème public prioritaire et comme un thème stratégique dans le débat public et politique (Mucchielli, 2001). Elle répond également à l'intensification de la « pression » exercée par les médias d'information, soutenue par une accélération des cadences de production et par une prolifération des vecteurs de propagation de l'information. Plus spécifiquement, cette conversion vise à reconquérir le terrain médiatique face aux syndicats policiers, qui se sont précocement constitués en interlocuteurs privilégiés auprès des journalistes, mais aussi à

² Entretien avec un commandant de police, homme, 52 ans, commissariat.

promouvoir la police face à la gendarmerie, laquelle bénéficie de l'expertise et des moyens du Service d'information et de relations publiques des armées (SIRPA).

Plusieurs indicateurs permettent d'établir et de mesurer l'intégration de la communication dans la police. En premier lieu, les discours des décideurs et des cadres policiers, analysés dans les textes de cadrage ou les entretiens semi-directifs, montrent l'attention croissante consacrée à la communication et la dramatisation de ses enjeux. Ceux-ci sont traduits non seulement en termes réputationnels, c'est-à-dire de notoriété et d'image, mais aussi en termes managériaux et opérationnels. Dans cette acception, des retombées presse positives favoriseraient la motivation des personnels, en symbolisant la reconnaissance publique de leur travail et de leur engagement. Surtout, la communication est valorisée comme un moyen de rapprocher la police et la population, de (re)gagner la confiance et de favoriser la coopération du public, de mener des campagnes de prévention, de soutenir des enquêtes (par la diffusion d'appels à témoins, d'avis de recherche, de signalements), ou encore de faire de la dissuasion en projetant l'image d'une police engagée et efficace sur telle ou telle classe de délits.

Consécutivement, la haute hiérarchie policière exhorte les directeurs territoriaux ainsi que les chefs de service et d'unité à engager et à « gagner la bataille de la communication³ ». Les déclarations officielles et les circulaires ministérielles se succèdent pour prôner la nécessité de la communication, laquelle est présentée et légitimée comme « une composante de l'action de police, indissociable des autres », ou « une mission de police à part entière⁴ ». Nous mentionnerons la note « Engagement des chefs de service pour une communication plus active », suivie par la note « Renforcement de la communication », émises respectivement le 25 octobre 2012 et le 15 octobre 2014 par le Directeur général de la police nationale. La seconde note énonce :

La communication externe de la police nationale n'atteint pas un niveau suffisant. Elle n'est pas à la hauteur des résultats et de l'implication des services. Pour être plus efficace, notre communication doit être anticipée, réactive et maîtrisée. Elle doit toujours être intégrée à l'action et portée par ceux qui incarnent, au premier chef, la police nationale. Tous les chefs de service doivent s'engager encore plus résolument dans cette voie. [...] Nos absences du champ médiatique sont encore trop fréquentes et préjudiciables à l'efficacité de l'action de police et à l'entière connaissance que nos concitoyens doivent avoir de l'ensemble du travail considérable qui est mené.⁵

Ce volontarisme se traduit par des incitations matérielles. En effet, la communication interne et externe fait partie des prérequis du management assumé par les cadres policiers. Comme telle, elle est désormais intégrée dans la notation des chefs de service et d'unité de la sécurité publique.

Un troisième indicateur réside dans les changements organisationnels et les ressources allouées à la communication des directions et des services policiers. Dès 1974, l'institution se dote d'un service dédié aux relations publiques. En 1976, ce premier service est rattaché au Service de l'information et des relations publiques (SIRP) du ministère de l'Intérieur. Une réorganisation

³ Direction centrale de la sécurité publique, « Les chargés de communication de la sécurité publique », note de service à destination des directeurs départementaux de sécurité publique, 1^{er} octobre 2003.

⁴ Direction générale de la police nationale, « Doctrine relative à la communication de la Police nationale », 5 octobre 2017, p. 2 et 7.

⁵ Direction générale de la police nationale, « Renforcement de la communication », note de service, 15 octobre 2014.

en profondeur intervient dans les années 2000. En janvier 2004, la Délégation à l'information et à la communication (DICOM) remplace le SIRP au sein du Secrétariat général du ministère de l'Intérieur. Elle assume la communication transversale de l'ensemble du ministère, ainsi que la fonction de porte-parolat. Créé en décembre 2005 et rattaché au cabinet du Directeur général de la police nationale, le SICoP élabore et orchestre, plus spécifiquement, la communication de la force publique. Ces services sont secondés par un vaste réseau d'environ deux cents « chargés de communication », affectés dans les directions centrales et les services territoriaux. Enfin, l'extension de la communication s'appuie sur une formation de plus en plus étoffée. Des formations spécialisées sont proposées aux cadres policiers et aux chargés de communication, à commencer par le stage « face caméra » d'une durée de trois jours, mis en place dès 1987, le stage « chargé de communication » développé sur cinq jours et le stage « *media training* » condensé sur une journée. Ainsi, le recrutement de conseillers en communication et d'un porte-parole attitré aux côtés du ministre de l'Intérieur n'est que la manifestation au sommet d'une évolution à tous les étages de l'institution.

Désormais, l'institution se donne pour objectif une professionnalisation de la communication⁶, en vue de développer et de stabiliser des compétences spécialisées. Cette professionnalisation se matérialise par une rationalisation des services de communication. En 2013, une réforme centralise les ressources au sein du SICoP, lequel absorbe une partie des communicants des directions centrales. Il a vocation à constituer le « service unique de communication⁷ » et est, en particulier, le point d'entrée unique des demandes de presse. L'un des objectifs déclarés est de raccourcir et d'accélérer le processus de validation des demandes de presse, par une compression des échelons intermédiaires. La réforme engagée en 2013 s'accompagne d'une intensification et d'une diversification de la formation, couvrant tant les relations presse que la communication numérique. La professionnalisation réside également dans le recrutement de professionnels de la communication, engagés en tant que contractuels, en vertu de leur qualification et de leur expérience dans ce secteur. En dernier lieu, elle apparaît dans la constitution d'une « doctrine », par des textes de cadrage où sont formalisées les finalités et les modalités de la communication dans ses différentes déclinaisons. La « Doctrine relative à la communication de la Police nationale », éditée par la Direction générale de la police nationale (DGPN) le 5 octobre 2017, représente le dernier référentiel en date. Elle est complétée par une profusion de « guides », de supports et d'outils, centralisés sur une plateforme numérique à l'usage du réseau des chargés de communication, instance de réflexivité où peuvent être partagées les expériences et les « bonnes pratiques ».

Néanmoins, la professionnalisation de la communication policière reste fragile et limitée. Les chefs du SICoP insistent d'ailleurs sur la nécessité de « stabiliser, consolider, travailler sur les procès⁸ », afin que la dynamique engagée se poursuive, indépendamment des remaniements ministériels et des aléas de la politique policière. De même, selon les données collectées en 2016 par le SICoP⁹, la grande majorité des chargés de communication territoriaux exercent cette

⁶ Direction générale de la police nationale, « Doctrine relative à la communication de la Police nationale », 5 octobre 2017, p. 5.

⁷ Direction générale de la police nationale, « Doctrine relative à la communication de la Police nationale », 5 octobre 2017, p. 2.

⁸ Entretien avec une commissaire de police, femme, 34 ans, SICoP.

⁹ SICoP, « Séminaire des chargés de communication de la police nationale », Lognes, 12-13 octobre 2017.

activité à temps partiel, parmi et après d'autres missions. Jusqu'à 30 % d'entre eux consacrent ainsi, en moyenne, moins d'une heure par jour à cette activité. Plus de 40 % des communicants sondés n'ont reçu aucune formation spécialisée. Près de 60 % d'entre eux occupent ce poste depuis moins de six mois, et plus de 20 % depuis une période comprise entre six mois et un an, ce qui suggère un *turnover* élevé. Conscients de la fragilité de leur statut, tant leurs conditions d'emploi apparaissent hétérogènes et leur reconnaissance interne déficitaire, certains chargés de communication territoriaux réclament une certification de leur activité¹⁰.

2. Un rôle improvisé ? Profils et parcours des communicants du SICoP

Poursuivons en faisant les présentations, par une description des profils et des parcours, des communicants du SICoP. Ces derniers se distribuent parmi trois pôles : un pôle « médias et relations presse », fonctionnellement (et spatialement) au centre du service, un pôle « développement et événementiel », ainsi qu'une « rédaction » polyvalente qui intègre des compétences à la fois rédactionnelles, audiovisuelles et numériques. Ces pôles sont complétés par deux employées chargées de la « communication digitale », et par un officier de police attaché aux « publications internes ». De plus en plus, le SICoP s'adjoint les compétences de professionnels des relations presse ou de la communication digitale, mais aussi de spécialistes du développement web ou de l'infographie. Dans l'organigramme édité en avril 2016, nous dénombrons ainsi trente fonctionnaires de police et un réserviste, mais aussi trois contractuels (dont la *community manager* du SICoP, diplômée de l'École des hautes études en sciences de l'information et de la communication (CELSA, Sorbonne Université), passée par le Service d'information du Gouvernement et par le cabinet du préfet des Hauts-de-Seine, où elle s'est dotée d'une expertise en communication publique et de crise) et un apprenti. Le recours à des compétences externes s'accélère, puisque le pôle « médias et relations presse » a récemment recruté deux attachées de presse et une journaliste reporter d'images. De même, le SICoP était dirigé de juin 2011 à juin 2013 par une communicante professionnelle, précédemment « conseillère presse et communication » pour les ministères de la Défense, de l'Intérieur et de la Justice.

Toutefois, le recrutement reste essentiellement interne. L'âge moyen des interviewés est de 41 ans. La plupart d'entre eux ont ainsi connu une carrière policière plus ou moins longue, généralement dans les services actifs (de la sécurité publique ou de la police judiciaire), avant d'intégrer le SICoP. Nombre de policiers y sont recrutés sans qualification ni expérience significative dans la communication, donc sans continuité avec les précédentes séquences de leur carrière. C'est le cas du chef du pôle « médias et relations presse » et de son adjoint : hormis des contacts répétés avec des journalistes au cours de leur carrière dans la police judiciaire, ni leur scolarité ni leur parcours professionnel ne les disposaient à devenir communicants et à orchestrer les relations presse. Plus précisément, neuf interviewés sur vingt-cinq possèdent une expérience préalable dans la communication : huit d'entre eux comme « officier de presse » dans le Bureau communication de la Direction centrale de la sécurité publique (DCSP) ou dans une direction départementale, et la dernière comme attachée de presse d'une association humanitaire dotée d'une forte notoriété. De même, seuls six interviewés se sont orientés par choix positif vers la communication, en vertu d'une compétence ou d'une appétence. Ces

¹⁰ Source : observations et discussions lors du « Séminaire des chargés de communication de la police nationale », Lognes, 22-23 septembre 2016 et 12-13 octobre 2017.

derniers soulignent l'utilité de la communication et des partenariats pour informer le public et faire de la « pédagogie » sur les missions et le fonctionnement de la force publique, pour fédérer les citoyens autour de son action, mais aussi pour valoriser le travail des policiers et réhabiliter une profession « mal aimée » qu'ils estiment en déficit de reconnaissance sociale. Le reste des policiers communicants interviewés produisent des récits de parcours « réalistes » (Pruvost, 2007), au sens où ils imputent leur candidature au SICoP à des motivations carriéristes (promotion interne) ou à des raisons privées (déménagement, séparation, accident de travail). Pour beaucoup, la fonction de communicant s'apparente à une séquence provisoire, sinon à une discontinuité, dans leur carrière.

De façon significative, la plupart des interviewés ne connaissaient pas préalablement l'existence du SICoP et ont appris l'ouverture d'un poste par interconnaissance. Pareillement, beaucoup de policiers autrefois sur le « terrain » décrivent comme une incongruité le fait de travailler au sein du cabinet du Directeur général de la police nationale, c'est-à-dire au plus près de la haute hiérarchie, dans des « bureaux » peuplés de « technocrates », « où ils sont tous en costard¹¹ » et où la « tutelle » politique est omniprésente, à mille lieues de la camaraderie et des sous-cultures de métier en vigueur dans les services actifs. Ils expriment fréquemment le souhait de retourner, à terme, sur le terrain pour renouer avec le « vrai travail policier » (Monjardet, 1996, p. 35-61), à plus forte raison pour les interviewés entrés dans la police par vocation.

En découle le rôle déterminant de la formation des recrues dans l'appropriation des savoirs et des savoir-faire communicationnels. Jusqu'à dix-neuf interviewés sur vingt-cinq ont suivi une ou plusieurs formations spécialisées, proposées par les établissements de formation internes ou par des sociétés privées. Dans la grande majorité des cas, la formation n'intervient que plusieurs mois après leur prise de poste. À défaut, ou entre-temps, les nouveaux entrants mobilisent d'autres ressources. Pour certains, il s'agit de l'expérience acquise au cours de leur carrière, mais aussi dans l'exercice d'un mandat syndical (pour cinq interviewés). Pour d'autres, le passage par des services de police judiciaire régulièrement sollicités par des journalistes constitue une présocialisation au travail journalistique. Enfin, le niveau de diplôme distingue deux sous-groupes : l'un ayant le niveau baccalauréat ou bac +2, l'autre ayant validé quatre ou cinq années d'études supérieures, soit respectivement 44 % et 40 % des interviewés. Les compétences scolaires peuvent être investies dans les activités communicationnelles, à l'instar d'un policier rédacteur web qui mobilise des habiletés rédactionnelles acquises au cours de sa scolarité en licence « sciences et techniques des activités physiques et sportives » (STAPS)¹². La formation des recrues s'opère aussi, et surtout, par un apprentissage « sur le tas » auprès des policiers communicants les plus expérimentés. Elle procède par « observation, imprégnation, mimétisme¹³ ». Ce compagnonnage est encouragé par la configuration en *open space* des pôles « médias et relations presse » et « rédaction », qui favorise la circulation des informations et les interactions entre pairs. Le chef du premier pôle insiste ainsi sur la primauté de l'apprentissage informel, auquel ne saurait se substituer aucune inculcation formelle :

¹¹ Entretien avec une capitaine de police, femme, 38 ans, SICoP.

¹² Entretien avec un gardien de la paix, homme, 33 ans, SICoP.

¹³ Entretien avec un brigadier-chef, homme, 40 ans, SICoP.

On est des vrais policiers, mais on apprend à penser comme des journalistes. Notamment pour la rédaction des communiqués de presse. Il y a un stage de formation intéressant. Mais ce n'est pas pour communiquer de suite. Volontairement : le temps de se former dans le service, de faire de l'autoformation. Moi c'est xxx [l'adjoint au chef du pôle « médias et relations presse »] qui m'a donné les ficelles¹⁴.

Le travail des officiers de presse requiert, en effet, une connaissance étendue de l'institution et des interlocuteurs, ainsi qu'une appréciation des subtilités et des risques de la communication à destination des médias grand public. Cette connaissance empirique n'a pas ou peu sa place dans les stages de formation, lesquels proposent un exposé des principes généraux, ainsi que des simulations où les capacités communicationnelles sont mises à l'épreuve puis soumises à une réflexivité critique :

Pour être opérationnel ici, vraiment opérationnel, je dirai qu'il faut bien un an, voire dix-huit mois. Pour être autonome. Pour comprendre la sensibilité de la matière communication. Pour connaître la multiplicité des directions. Pour acquérir une bonne connaissance de l'institution : les directions, les offices, les directeurs et les chefs de service... Pour avoir aussi une bonne connaissance du réseau des chargés de com. [...] Donc tu développes des connaissances au fur et à mesure, à force d'écouter les collègues et de faire des dossiers où le service contacté nous dit [imitant] « c'est pas nous, c'est eux »¹⁵.

Cet apprentissage informel des « ficelles » du métier est à l'œuvre, en particulier, dans la sélection des informations censées intéresser les journalistes, opérée par les officiers de presse dans le cadre de la communication dite « d'initiative ». La journée des officiers de presse commence, chaque matin, par une sélection des « sujets porteurs », c'est-à-dire mettant en valeur l'action de la police et ayant des chances de satisfaire les attentes des journalistes. Ces sujets sont prélevés dans la masse des événements constatés par les services policiers et centralisés par deux services de veille opérationnelle¹⁶, au moyen d'une « remontée » des informations des services territoriaux vers les directions centrales. Pareille sélection fait appel à un raisonnement probabiliste aiguillé par l'expérience et arrimé à une prescience des attentes des journalistes, des préoccupations du moment et, consécutivement, des événements policiers les plus susceptibles d'être publicisés. Ces catégories de perception et d'appréciation, situées à l'intersection entre les critères policiers définissant une « belle affaire » (Dedieu, 2010) et les critères journalistiques définissant une information à publiciser, sont inculquées aux recrues sitôt leur prise de poste, lesquelles apprennent vite que « la communication n'est pas une science exacte¹⁷ », tant l'appréciation par les journalistes sollicités des événements constitués en information à leur intention reste difficilement prévisible.

En dernière analyse, l'apprentissage des techniques de relations presse par l'entremise des pairs représente le principal vecteur de transmission et d'appropriation des normes de travail, mais

¹⁴ Entretien avec un commandant de police, homme, 45 ans, SICoP.

¹⁵ Entretien avec une capitaine de police, femme, 38 ans, SICoP.

¹⁶ À savoir le Centre national d'information et de communication opérationnel de la sécurité publique (CNICO), pour la DCSP, et le Service de veille opérationnelle de la police nationale (SVOPN), pour la DGPN.

¹⁷ Entretien avec une capitaine de police, femme, 38 ans, SICoP.

aussi le garant de leur stabilité, et ce, malgré le *turnover* relativement fréquent observé parmi les officiers de presse. En toute hypothèse, ces normes de travail sont appelées à se recomposer, au contact des savoirs experts importés par les spécialistes de la communication recrutées en externe. L'enjeu consiste alors à enrôler ces spécialistes dans les processus d'apprentissage horizontaux et à favoriser les transferts de compétences entre les communicants policiers et professionnels. Encore faut-il que les fonctionnaires de police puissent affirmer leur existence et leur valeur au sein même de leur institution.

3. Un rôle improbable ? Des communicants en quête de légitimité

Aussi nécessaire soit-elle, la formation est loin d'être une condition suffisante pour devenir communicant de plein droit dans la police. L'une des conditions et l'un des enjeux, pour les policiers concernés, résident dans l'élaboration et la validation de leur identité et de leur professionnalité, et ce, alors que leur activité se heurte à une organisation bureaucratique, qu'elle émerge dans un groupe professionnel où elle demeure atypique, et que la cohabitation entre le rôle de policier et celui de communicant paraît tout sauf évidente.

En premier lieu, la communication de la police se déploie dans un cadre organisationnel particulièrement contraignant, où elle est, pour ainsi dire, surveillée comme le lait sur le feu. Les produits du travail des communicants sont systématiquement soumis à une validation hiérarchique, par les chefs de pôle et par le chef de service ou son adjointe, aussi bien pour les relations presse que pour la communication numérique. S'agissant des sujets « sensibles » ou des situations de crise, la validation des actions de communication remonte jusqu'au Directeur général de la police nationale ou son directeur de cabinet, voire jusqu'au cabinet du ministre de l'Intérieur. Les policiers communicants expriment ainsi des doléances récurrentes sur la longueur et la lourdeur du procès de validation et sur le manque de réactivité qui en découle, car ils sont pris en étau entre la réactivité, sinon l'urgence, au cœur du travail journalistique et de la communication numérique et le contrôle étroit et fébrile qui bride la communication. Les marges de liberté à leur disposition sont très réduites (« *On apprend vite ici que tout est sous contrôle. Notre responsabilité est assez proche de zéro. Tout est validé*¹⁸ »), ce qui ne manque pas d'engendrer des frustrations, à plus forte raison parmi les plus expérimentés d'entre eux :

Tous les dossiers sensibles sont traités par le chef de pôle et par xxx [le chef du SICoP], qui traite directement avec le cabinet du DG [Directeur général]. On donne un avis, qui sera reformulé par tel ou tel. Souvent on pourrait le faire nous-mêmes. Ça infantilise et ça déresponsabilise. Je suis critique ! Parce que je viens d'autres services de communication. [...] J'ai une longue expérience, et on se demande si ça sert à quelque chose. Au SICoP, on n'est pas vraiment des communicants. On sert plutôt d'intermédiaires. En fait, on met en relation le communicant [local] et le média. On donne rarement des informations, en dehors de la communication proactive. Et encore, parce que là on appâte le journaliste et c'est le chargé de communication local qui va raconter l'affaire¹⁹.

De surcroît, la communication de la police reste subordonnée aux préoccupations et aux intérêts du pouvoir politique, jusqu'à se confondre, par moments, avec la communication politique. Elle

¹⁸ Entretien avec une capitaine de police, femme, 38 ans, SICoP.

¹⁹ Entretien avec une brigadier-chef, femme, 53 ans, SICoP.

est limitée par des contraintes légales, à commencer par le secret de l'enquête et de l'instruction autour des affaires judiciaires (Charon et Furet, 2000), mais le mandat des communicants s'arrête aussi, et surtout, aux sujets étiquetés par la hiérarchie comme « politiques », lesquels sont le monopole des autorités policières (préfets, directeurs ou ministre). Or l'observation prolongée montre que cette catégorisation est particulièrement extensible, en fonction de la configuration du jeu et des enjeux politiques, de sorte que les communicants se voient fréquemment dessaisis de certaines actualités, leur compétence étant contestée et annexée. Ils sont alors amenés à recourir à des ruses, sinon à des « mensonges²⁰ », pour justifier le silence du SICoP face aux demandes des journalistes. Lors de la période d'observation, les demandes de presse liées aux camps de migrants installés autour de Calais sont systématiquement refusées, l'immigration étant une question fortement politisée. L'autocensure est d'autant plus contagieuse que les réprimandes des autorités de tutelle peuvent s'abattre au moindre faux pas. En toute hypothèse, le caractère extensible de la catégorie « politique » comme, par moments, l'imprévisibilité des réactions de la haute hiérarchie engendrent une insécurité au travail :

On nous dit [imitant] « il faut que la police communique ». Mais alors, après... Et ça change en fonction des chefs, des ministres, etc. C'est évolutif. Et ce qui m'énerve, c'est que quand ça part, c'est souvent une tempête dans un verre d'eau. Parce qu'ici ça devient vite un drame. Moi j'ai du mal à comprendre ça. C'est des questions de carrière. Se dire qu'on risque son poste pour ça, je préfère faire autre chose. [...] La communication est tellement liée à des ambitions personnelles. Enfin, pas la communication... Nous on est là pour montrer que ça, on [les services policiers] le fait bien, et que ça, on le faisait pas avant. Ça c'est notre rôle. C'est le quotidien. Mais à côté de ça il y a les tempêtes. Avec des hommes hauts placés qui pensent carrière. [...] On a des directives claires. Enfin, non, parce que... ce qui sera blanc un jour sera noir le lendemain. Moi je trouve qu'on donne beaucoup trop de pouvoir aux médias²¹.

En second lieu, les policiers devenus communicants occupent une position marginale au sein de leur groupe professionnel, au risque de perdre leur qualité de policier aux yeux d'une partie de leurs pairs, mais aussi à leurs propres yeux. Certains d'entre eux éprouvent un sentiment de désaffiliation, causé par la distance vis-à-vis du « terrain » et matérialisé par le retrait de l'arme à feu et des habilitations réservées aux fonctionnaires des services actifs (« *Ce qui me déplaît, c'est le sentiment que je ne suis plus policier*²² » ; « *Je fais de la police par procuration depuis sept ans. Mon arme reste à l'armurerie depuis tout ce temps*²³ »). Ce sentiment est exacerbé par le stigmate, auquel ils se sentent parfois épinglés, du « traître » ou du « délateur²⁴ » qui divulgue des informations auprès des journalistes.

Les policiers communicants paraissent se confronter à un « dilemme de statut » (Hughes, 1996, p. 187-197), dans une antinomie entre l'identité de policier et celle de communicant, sachant que le sentiment d'avoir « mauvaise presse » représente le trait le plus fédérateur de la culture professionnelle policière (Monjardet, 1996, p. 190). Les personnels policiers se sentent peu ou mal représentés et défendus publiquement par la hiérarchie ou les syndicats. De surcroît, ils

²⁰ Entretien avec une capitaine de police, femme, 38 ans, SICoP.

²¹ Entretien avec une capitaine de police, femme, 38 ans, SICoP.

²² Entretien avec une gardienne de la paix, femme, 38 ans, SICoP.

²³ Entretien avec un capitaine de police, homme, 34 ans, SICoP.

²⁴ Entretien avec un lieutenant de police, homme, 44 ans, SICoP.

érigent le secret en exigence fonctionnelle et en vertu professionnelle. Devenir communicant suppose dès lors un travail, souvent malaisé, de conversion de l'*habitus* intériorisé au cours de la socialisation professionnelle. En témoigne l'équivocité des dénominations attachées aux relations presse, entre euphémisation (« monter » ou « pousser » un sujet, « déminer » une actualité embarrassante, tels des « tacticiens ») et fatalisme (« vendre » la police et son action, faire de la « propagande », devenir « le roi du mensonge », tels des « manipulateurs »).

Cette conversion engage des « transactions identitaires » (Dubar, 2004), à la fois objectives et subjectives, par lesquelles les policiers communicants s'approprient leur activité, mais aussi leur trajectoire et leur identité professionnelles. Ces transactions sont à l'œuvre dans le mandat qu'ils se donnent prioritairement, parmi les missions imposées par les textes prescriptifs. Les policiers communicants se conçoivent ainsi comme les hagiographes d'une corporation qui souffre, à leurs yeux, d'un déficit chronique de reconnaissance sociale. D'un interviewé à l'autre, un leitmotiv consiste à valoriser ou à réhabiliter l'action et l'engagement des policiers et, en particulier, des porteurs d'uniforme. Les officiers de presse comme les rédacteurs web ne communiquent pas seulement en direction des journalistes ou du public, mais aussi à l'adresse de l'ensemble des policiers, constamment invoqués comme un public imaginé :

Déjà quand on aime ce métier, on a envie de faire aimer la police, l'institution, l'uniforme, la fonction. Faire aimer son boulot, tout simplement. Et je pense à tous les policiers sur la voie publique, qui ont perdu la niaque. C'est une façon d'essayer de leur redonner envie. Ici j'ai eu l'occasion de porter l'uniforme, j'étais ravie. C'est une fierté. Donc c'est ça, redonner le goût²⁵.

Les policiers des services actifs restent le groupe de référence auquel les interviewés s'identifient et au nom duquel ils communiquent et donnent sens à leur activité. Ils établissent ainsi une continuité entre leur identité de métier et leur conversion à la communication, leur carrière policière et leur emploi présent, mais aussi entre le travail de terrain et le travail de bureau. Consécutivement, et de façon significative, ils font chorus pour regretter le silence des autorités policières, et celui du SICoP, lorsque des policiers sont publiquement mis en cause. De même, ils dénoncent l'action et la communication des syndicats policiers, qui ne seraient motivées que par la satisfaction de leurs intérêts propres et par des arrière-pensées politiciennes. Pour construire cette cohérence, mais aussi pour légitimer leur existence, les policiers communicants insistent également sur la continuité de fait entre la communication et l'« opérationnel », c'est-à-dire entre le travail des manipulateurs de symboles et celui des services actifs, les premiers pouvant soutenir ou, au contraire, handicaper les seconds dans leur action. Les relations presse et la communication numérique sont ainsi présentées comme des moyens, notamment, d'informer et de rassurer la population, en particulier face à des rumeurs anxiogènes ou lors des situations de crise, mais aussi de contribuer à des enquêtes. Le chef du SICoP rappelle souvent, non sans fierté, que la publication du service la plus relayée sur les réseaux sociaux et dans les médias d'information est l'avis de recherche concernant Salah Abdeslam, l'un des terroristes des attentats du 13 novembre 2015. Au contraire, la divulgation d'informations confidentielles autour d'une enquête judiciaire peut compromettre la procédure pénale ainsi que la réussite de l'enquête. Ainsi entendue, la communication ne s'épuise pas dans

²⁵ Entretien avec une gardienne de la paix, femme, 38 ans, SICoP.

une acception et une vocation étroitement réputationnelles. Elle engage, tout autant, les conditions d'effectuation et de félicité de l'action policière, ainsi que la production du consensus social autour de la force publique et de ses usages, en vue de favoriser la coopération des citoyens. Cette préoccupation soutient pareillement l'action des communicants des polices britanniques (Mawby, 2012) et nord-américaines (Lawrence, 2000, p. 51).

Enfin, les policiers communicants réinvestissent, dans certaines facettes de leur activité, des connaissances et des dispositions policières. Les officiers de presse valorisent leur connaissance de la police, de ses innombrables services, des subtilités du travail policier et de la procédure pénale, mais aussi leur réseau relationnel, pour répondre aux demandes de presse et diriger les journalistes vers les interlocuteurs compétents. C'est pourquoi certains émanent de la sécurité publique, d'autres de la police judiciaire, ou encore du maintien de l'ordre, afin de disposer des savoirs requis sur ces différents segments. De même, leur connaissance de la réglementation policière et du droit pénal leur permet de veiller au respect de certaines normes (devoir de réserve, secret professionnel, secret de l'instruction, présomption d'innocence, droit à l'image) dans les articles de presse ou les reportages télévisés. Ils seraient également les mieux placés pour rassurer les fonctionnaires qui accueillent des journalistes en tournage dans les services policiers (« *On accompagne les journalistes quelques jours avant, on le fait pour les reportages au long cours. Pour rassurer les policiers. Car qui peut le mieux rassurer un policier qu'un policier²⁶ ?* »). Plus spécifiquement, deux officiers de presse transposent, dans leur activité, une capacité à « sentir » ou à anticiper « les mauvais coups » acquise sur le terrain. Ils revendiquent ainsi une capacité à « détecter une actualité qui va monter », à « flairer les sujets qui puent²⁷ », ou encore à confondre au téléphone « un journaliste dont la voix laisse entendre de la duplicité²⁸ ». Par ailleurs, une policière du pôle « rédaction » se réfère à sa longue expérience en brigade des mineurs lorsqu'il s'agit d'apporter des réponses réconfortantes aux internautes qui sollicitent des conseils ou de l'aide sur le compte Facebook ou sur le site web de la police nationale (« *Après, il y a des façons de dire les choses qui permettent de rassurer les gens, et ça ce sont des choses que j'ai apprises à la brigade des mineurs²⁹* »).

Ces savoirs policiers sont convoqués par les interviewés pour établir une continuité entre leurs rôles successifs, mais aussi pour affirmer leur compétence et insister sur la nécessité de l'expertise policière dans la communication de l'institution, et ce, face à la concurrence de plus en plus sensible des savoirs experts apportés par les professionnels de la communication. En toute hypothèse, les policiers communicants sont soucieux de préserver leur juridiction, et certains pourraient en conséquence opposer une résistance au changement, au moment où la police s'ouvre à des compétences externes pour professionnaliser sa communication.

²⁶ Entretien avec un capitaine de police, homme, 51 ans, SICoP.

²⁷ Entretien avec un commandant de police, homme, 45 ans, SICoP.

²⁸ Entretien avec un capitaine de police, homme, 45 ans, SICoP.

²⁹ Entretien avec une gardienne de la paix, femme, 38 ans, SICoP.

4. Conclusion

On est là pour montrer aux collègues que ce qu'ils font c'est super bien. Car on est très décriés. Pour montrer aux gens qui ont un peu de sympathie que ce qu'on fait c'est bien. Je dis « on » car je rapporte ce que je suis aux collègues en voie publique. Je réfléchis à leur place. Je garderai longtemps ce réflexe³⁰.

En somme, il y a bien les indicateurs d'une intégration avancée et d'une professionnalisation en cours de la communication dans la police française. Cette professionnalisation constitue un processus contingent et discontinu, sinon réversible. Elle met les policiers communicants au défi de construire une compétence, de façonner une identité et de conquérir une légitimité, et ce, au cours de parcours professionnels atypiques où ils doivent s'approprier des compétences extérieures à leur métier, au sein d'un système d'action où ils disposent de marges de liberté très restreintes et au rebours d'une culture professionnelle qui postule une antinomie entre le rôle de policier et celui de communicant. À cette aune, leur rôle peut paraître improbable. Il s'élabore dans un espace de tensions et de négociations, objectives et subjectives, entre les exigences de la haute hiérarchie, les ingérences du pouvoir politique, ainsi que la marginalité éprouvée et la fidélité revendiquée à l'égard de leur groupe professionnel.

Bibliographie

Aldrin, Ph., Hubé, N., Ollivier-Yaniv, C. et Utard, J.-M. (dir.) (2014). *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes.

Bessières, D. (2009). La quête de professionnalisation des communicateurs publics : entre difficulté et stratégie. *Formation emploi*, (108), 39-52.

Bourdoncle, R. et Mathey-Pierre, C. (1995). Autour du mot « professionnalité ». *Recherche et Formation*, (19), 137-148.

Charon, J.-M. et Furet, C. (2000). *Un secret si bien violé. La loi, le juge et le journaliste*. Paris, France : Éditions du Seuil.

Chermak, S. et Weiss, A. (2005). Maintaining Legitimacy Using External Communication Strategies: An Analysis of Police-Media-Relations. *Journal of Criminal Justice*, 33, 501-512.

Cubaynes, M.-H. (1981). *La police et la presse, des institutions et des hommes* (Thèse de doctorat). Université Toulouse 1, CERP.

Dedieu, F. (2010). La course aux « belles affaires », la congruence d'intérêts professionnels et organisationnels dans la police judiciaire. Le cas d'une sûreté départementale de la région parisienne. *Déviance et Société*, 34, 347-379. doi: 10.3917/ds.343.0347

Deluermoz, Q. (2012). *Policiers dans la ville. La construction d'un ordre public à Paris (1854-1914)*. Paris, France : Publications de la Sorbonne.

³⁰ Entretien avec une gardienne de la paix, femme, 39 ans, SICoP.

- Demazière, D., Roquet, P. et Wittorski, R. (dir.) (2012). *La professionnalisation mise en objet*. Paris, France : L'Harmattan.
- Dewerpe, A. (2006). *Charonne 8 février 1962. Anthropologie historique d'un massacre d'État*. Paris, France : Gallimard.
- Dubar, C. (2004). *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles* (3^e éd.). Paris, France : Armand Colin.
- Hughes, E. C. (1996). *Le regard sociologique. Essais choisis*. Paris, France : EHESS.
- Institut des hautes études de la Sécurité intérieure. (1993). Police et Médias. *Les Cahiers de la sécurité intérieure*, (12).
- Jobard, F. (2002). *Bavures policières ? La force publique et ses usages*. Paris, France : La Découverte.
- Kalifa, D. (1995). *L'encre et le sang. Récits de crimes et société à la Belle Epoque*. Paris, France : Fayard.
- Lawrence, R. G. (2000). *The Politics of Force. Media and the Construction of Police Brutality*. Berkeley/Los Angeles, CA : University of California Press.
- Le Saulnier, G. (2012). La police nationale au défi des relations presse. Une information sous contrôle ?. *Mots. Les langages du politique*, (99), 129-142.
- Macé, E. et Peralva, A. (2002). *Médias et violences urbaines. Débats politiques et construction journalistique*. Paris, France : La Documentation française et Institut des hautes études de la Sécurité intérieure.
- Manning, P. K. (2003). *Policing Contingencies*. Chicago, IL : The University of Chicago Press.
- Marchetti, D. (dir.). (2008). *Communication et médiatisation de l'État. La politique invisible*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Mawby, R. C. (2012). *Policing Images. Policing, communication and legitimacy*. New York, NY : Routledge.
- Meyer, M. (dir.). (2012). *Médiatiser la police. Policer les médias*. Lausanne, Suisse : Éditions Antipodes.
- Meyer, M. (2013). Policer l'image. Nouvelles trajectoires professionnelles et risques médiatiques dans la communication policière en Suisse. *Politiques de communication*, (1), 59-94.
- Monjardet, D. (1996). *Ce que fait la police. Sociologie de la force publique*. Paris, France : La Découverte.
- Moreau de Bellaing, C. (2016). *Force publique. Une sociologie de l'institution policière*. Paris, France : Economica.
- Mucchielli, L. (2001). *Violences et insécurité. Fantômes et réalités dans le débat français*. Paris, France : La Découverte.
- Nollet, J. (2006). Les communicateurs de ministère entre champs bureaucratique et journalistique. Dans I. Chupin et J. Nollet (dir.), *Journalisme et dépendances* (p. 161-185). Paris, France : L'Harmattan.

- Ollivier-Yaniv, C. (2000). Quels « professionnels » de la communication et des relations avec les médias à la Défense ? Carrière militaire et communication. *Langage & société*, (94), 75-96.
- Ollivier-Yaniv, C. (2009). La communication gouvernementale en matière de sécurité : gouvernement de soi et gouvernement du social. Dans C. Ollivier-Yaniv et M. Rinn (dir.), *Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?* (p. 87-102). Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Pichonnaz, D. (2013). Communication policière et discours sur la déviance. Une expertise marquée par des enjeux professionnels et corporatistes. *Politiques de communication*, (1), 127-150.
- Pruvost, G. (2007). *Profession : policier. Sexe : féminin*. Paris, France : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Reiner, R. (2008). *Policing and the Media*. Dans T. Newburn (dir.), *Handbook of Policing* (2nd ed.) (p. 313-335). Cullompton, Angleterre : Willan Publishing.
- Sécail, C. (2010). *Le crime à l'écran. Le fait divers criminel à la télévision française (1950-2010)*. Paris, France : Nouveau Monde éditions.
- Thomas, C. (2009). La communication par le bas au ministère de la Justice. *Communication et organisation*, (35), 170-181. doi: 10.4000/communicationorganisation.810
- Tsoukala, A. (2002). Le traitement médiatique de la criminalité étrangère en Europe. *Déviance et Société*, 26, 61-82. doi: 10.3917/ds.261.0061
- Yebouet Boah Cofy, P.-H. (2001). *Presse et « affaires » policières en France de 1975 à 1995* (Thèse de doctorat). Université Toulouse 1, CERP.