

Les photos du « caporal stratégique »

Comment les nouveaux médias changent la guerre¹

Thomas Rid

L'affaire des crânes

Deux scandales mettent actuellement la Bundeswehr sous pression. Le 25 octobre 2006, le journal Bild, le quotidien le plus lu en Allemagne, a publié cinq photographies qui ont créé une grande émotion dans le pays. Elles montraient des soldats allemands déployés en Afghanistan posant aux côtés d'ossements humains, avec un crâne en guise de trophée. Un des soldats s'était même fait photographe dans une posture sexuellement explicite avec un crâne. A Berlin, les clichés firent l'effet d'une bombe. La Chancelière Angela Merkel a déclaré que le comportement des soldats était « inexcusable ». Jaap de Hoop Scheffer, Secrétaire général de l'OTAN, a exprimé sa consternation. Alors que le ministre américain de la Justice, Alberto Gonzales, exigeait des explications, les experts remettaient en cause l'intégrité morale des armées. La Bundeswehr tout comme le procureur général ont diligenté des enquêtes à l'encontre de vingt-trois suspects et six soldats ont déjà été suspendus. C'est dans ce contexte que, le 4 novembre dernier, le quotidien Berliner Morgenpost a rapporté un autre cas : en 2002, au cours d'une patrouille de routine à Kaboul, plusieurs soldats se seraient livrés à un simulacre d'exécution sur un jeune afghan. Un soldat a pris la pose avec la victime immobilisée, une arme chargée pointée sur la tempe du garçon terrifié. Pendant ce temps, quatre autres soldats prenaient des photos avec leurs appareils numériques. Ils lui ont ensuite donné un dollar avant de le relâcher.

La « Totenkopffäre », ou « affaire du crâne », comme on l'a baptisée, a, tout autant que la fausse exécution, considérablement nuit à la réputation de la *Bundeswehr* dans la région et dans le monde. L'ampleur des dommages reste encore à déterminer. Cependant, au milieu de cette tempête, il est essentiel de ne pas perdre de vue la tendance de fond : les scandales actuels s'inscrivent dans le cadre plus large de ce que les forces armées américaines appellent le « nouvel environnement informationnel », et les professionnels des médias le « Web 2.0 ». Cette tendance, son contexte, et ses conséquences méritent une attention particulière.

LE CAPORAL ET LA STRATEGIE

Les effets de l'intrusion du virtuel dans la guerre sont considérables. A la fin des années 90 déjà, alors que cette tendance s'amorçait, le général Charles Krulak, ancien commandant du Corps des Marines des Etats Unis, écrivit un article qui fit grand bruit dans le *Marine Corps Gazette* : "The Strategic Corporal: Leadership in the Three Block War". Ce que Krulak envisageait alors eut des conséquences très profondes. Les experts distinguent traditionnellement trois niveaux dans la guerre. Les décisions stratégiques sont de niveau national, les décisions opérationnelles ou opératives ont un effet sur la campagne et les décisions tactiques influent sur les petites unités ou les individus. Les

chefs d'Etats, ministres ou généraux s'occupent de stratégie, les commandants, sergents et caporaux sont concernés par la tactique. Auparavant, il était aisé de distinguer ces trois niveaux. Ce n'est plus le cas désormais, car les frontières entre ces niveaux se brouillent, sous l'effet de la portée accrue des armes modernes, de l'environnement urbain ou des modes d'action asymétriques de l'adversaire. Or, il en va de même pour l'environnement médiatique. Ce ne sont plus seulement les entreprises ou les Etats qui sont en mesure de créer des contenus et de les mettre en ligne, mais également les utilisateurs individuels. Cela peut même se faire depuis les théâtres d'opérations. Téléphones mobiles, appareils photos numériques, ordinateurs et cybercafés se sont répandus dans des zones aussi reculées que les villages de l'Hindou-Kouch ou la province d'al-Anbar. Sur *YouTube*, un site de vidéos amateurs, des milliers de clips sur la guerre en Irak réalisés par des Irakiens, des soldats américains ou alliés peuvent être téléchargés. Sur *Flickr*, un album photo en ligne, des clichés impressionnants et sans cesse plus nombreux d'opérations actuelles sont disponibles. Dans d'innombrables *blogs*, ces très populaires journaux intimes en ligne, soldats, insurgés et civils décrivent la guerre dans des termes parfois étonnamment crus. Les médias traditionnels, presse écrite, télévision ou stations de radio ont de plus en plus recours à ces « nouveaux médias » comme sources.

Cette « extension de la sphère médiatique » est d'autant plus importante que des effets publics peuvent être produits en l'absence de médias traditionnels, ce qui renforce encore l'effacement des trois niveaux de la guerre. Les soldats ont en quelque sorte la capacité de se transformer en journalistes. Le « caporal stratégique » prend une décision simple dans un endroit perdu, celle-ci est enregistrée et diffusée numériquement et les conséquences viennent troubler la chancellerie, le parlement et le sommet de la chaîne de commandement. Même des années plus tard.

DE LA SOMALIE À L'IRAK

Le précédent a été créé en Somalie le 3 octobre 1993. Une force composée de cent soixante soldats américains quitta sa base de l'aéroport de Mogadiscio avec pour mission de s'emparer en souplesse des dirigeants du clan Habr Gidr de Mohamed Aidid, éventuellement du chef lui-même. Leur objectif était l'hôtel Olympique, au centre de Mogadiscio. L'opération tourna rapidement au fiasco et dix-huit *Rangers* furent tués par des miliciens. Le cadavre d'une des victimes américaines fut traîné dans les rues poussiéreuses de la capitale somalienne par une foule déchaînée. Alors qu'il se trouvait sur place avec un appareil photo de 35mm, Paul Watson, un journaliste reporter du *Toronto Star*

photographia la scène. Plus tard, le correspondant de presse se vit attribuer le prix Pulitzer pour ce cliché. *CNN* diffusa une vidéo des sévices infligés à la dépouille. L'impact stratégique fut immense. « Pour les Texans, les gens traînant les cadavres d'américains n'ont pas l'air affamés », déclara le sénateur républicain Phil Gramm, tournant en dérision les motivations humanitaires de l'intervention. John McCain, Sénateur républicain de l'Arizona et membre de la Commission des Forces armées, exigea « que Clinton les rapatrie ». Ce que Clinton fit en définitive. Hier, la photo, le scandale et l'effet politique étaient ainsi suscités par des journalistes.

Comme le déclarait pendant la première guerre du Golfe un officier des *Marines* américains, les médias sont une « caractéristique environnementale » du champ de bataille, permanente et hors du contrôle des militaires. « C'est comme la pluie. S'il pleut, tu opères mouillé ». Mais les mass-médias traditionnels sous la forme de reportages et d'investigations poussées ne sont plus nécessaires pour déclencher les scandales. Sur les théâtres d'opérations du 21^{ème} siècle, les soldats, ainsi que les civils, font partie intégrante des nouveaux médias et ils rendent les conditions météorologiques virtuelles plus difficiles. En conséquence, la vulnérabilité des opérations actuelles face aux scandales a fortement augmenté. Abou Ghraib ainsi que l'affaire des profanations de crânes par la *Bundeswehr* illustrent cette nouvelle donne. Les armées modernes et leurs soldats mis en réseau, équipés de gadgets numériques dernier cri sont idéalement placés pour fournir eux-mêmes des images scandaleuses. Nul besoin de l'aide des journalistes.

IMPLICATIONS DE L'EMERGENCE DES NOUVEAUX MEDIAS

Qu'est-ce cela signifie pour les armées d'aujourd'hui et surtout pour les gouvernements qui les déploient ?

La *Bundeswehr* et ses partenaires internationaux doivent se préparer aux conditions nouvelles de l'espace de bataille. Tenter brutalement de contrôler le flux d'informations et restreindre l'accès des journalistes aux militaires reviendrait à manquer de perspicacité. L'initiative des forces terrestres américaines consistant à « embarquer » des journalistes pendant l'invasion de l'Irak en 2003 constitue un exemple à suivre. Le Pentagone a compris en 2002 que des « observateurs neutres et objectifs » auraient plus de crédibilité auprès des populations étrangères que les porte-parole gouvernementaux. Les journalistes avaient un accès au terrain quasi illimité et en temps réel, afin de contrecarrer la version des faits de l'adversaire, avec photos des troupes américaines fortement motivées et équipées à l'appui. Etant donné les contraintes et le stress générés par une campagne prolongée de contre-insurrection, les affaires aux effets néfastes

et les images effroyables sortent de plus en plus souvent des propres rangs des armées. Il est d'autant plus important de créer l'équilibre par l'ouverture.

Dans l'environnement de l'information et des conflits d'aujourd'hui, des histoires gênantes se produiront presque inévitablement et seront rendues publiques par la magie du numérique. Mais il est également probable que ces actes restent des exceptions. En conséquence, les armées modernes doivent communiquer davantage sur leurs tâches quotidiennes « normales » - si tel n'est pas le cas, elles perdront inévitablement l'initiative en matière d'information. C'est seulement à ce prix que parviendra à s'imposer l'évidence, à savoir que la grande majorité des soldats de la *Bundeswehr* fait du bon travail dans des conditions stressantes et physiquement exigeantes. La formation militaire devrait être adaptée en conséquence. Les officiers ne devraient pas être les seuls concernés, tous les soldats jusqu'aux militaires du rang devraient être conscients de cette dynamique.

Les hommes politiques et les parlementaires devraient être également préparés à ces nouvelles contraintes médiatiques. La réaction du Congrès américain après la bataille de Mogadiscio constitue l'exemple à ne pas suivre. Nous savons aujourd'hui qu'Aidid, le seigneur de guerre somalien de l'époque, facilitait la diffusion d'images tragiques sur *CNN*. Il était bel et bien conscient de l'effet stratégique qu'aurait la médiatisation complète de la bataille. Les hommes politiques et les rédacteurs en chef devraient aussi être conscients que certaines photos peuvent avoir un impact stratégique : il se pourrait qu'il soit impossible de couvrir ou de commenter un événement d'une manière à la fois objective et impartiale. La vérité peut n'être dans l'intérêt que d'un seul parti. Cela ne veut pas dire que les clichés des soldats allemands n'auraient pas dû être publiés ; la liberté de la presse est consubstantielle à la démocratie. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que le nouvel environnement médiatique peut aussi profiter aux adversaires des démocraties occidentales. Ces derniers ont appris les règles du jeu et ont compris qu'il était possible d'instrumentaliser les usagers des nouveaux médias. Les parlementaires, et en particulier ceux de l'opposition, sont les premiers à qui l'on demande de commenter les photos ou les histoires fraîchement publiées. Leurs réactions donnent la tonalité du débat qui s'en suit. Ils peuvent faire partie de l'espace de bataille. Pour minimiser les effets négatifs de la volatilité tactique de l'opinion publique, les responsables devraient rester fermement concentrés sur leurs intérêts stratégiques à long terme.