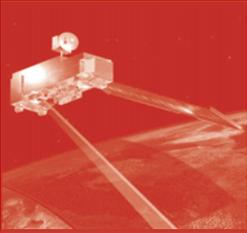




**Dix ans de guerre de l'information
en Afghanistan**

SOUS LA DIRECTION
DE FRANCOIS-BERNARD HUYGHE

CHERCHEUR A L'IRIS



L'information, l'autre guerre d'Afghanistan

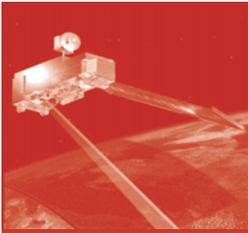
Pour le dixième anniversaire du 11-Septembre, nous avons beaucoup parlé de l'humiliation de l'hyperpuissance, de la fin des illusions sur une mondialisation heureuse... L'anniversaire du 7 octobre 2001, jour où les Occidentaux sont entrés en guerre en Afghanistan, mériterait autant que l'on réfléchisse sur le bilan de la réaction occidentale. Notamment au contraste entre les moyens déployés il y a dix ans par une coalition sans précédent et le bilan stratégique aujourd'hui.

Mais ce n'est pas de l'aspect militaire que nous traitons ici, plutôt d'une guerre que l'on nomme « pour les cœurs et les esprits ». Il s'agit surtout d'une guerre du « faire-croire ». A commencer par cette première croyance que le guerrier doit imposer à son adversaire : la conviction qu'il a perdu, ce dont djihadistes et talibans ne semblent guère persuadés.

Le 7 octobre 2001, comme le révélait une cassette d'Oussama ben Laden diffusée par al-Jazeera puis reprise par les télévisions du monde entier le soir même où décollaient les bombardiers, la règle du jeu avait changé : l'adversaire « faible » avait les moyens d'agir sur l'opinion du « fort ». Richard Labévière nous rappelle que la qualification même de la guerre (contre qui, pour quelle victoire, suivant quelles règles ?) en est le premier enjeu stratégique et symbolique. Florent Barnades revient de son côté sur le pouvoir de la photo dans une guerre où la représentation de la violence et des victimes est cruciale.

Dans la même logique, Emmanuel Pezé montre quel rôle joue l'image de l'ennemi-propagande djihadiste ou l'apparition sur écran des talibans traqués par des machines high-tech. Cette propagande djihadiste, nous en donnons un exemple révélateur avec un extrait du très étrange magazine anglophone en ligne « Inspire ». Quant aux réseaux sociaux, dont on a souligné à l'occasion du Printemps arabe qu'il étaient les outils des révoltes démocratiques, Florent de Saint Victor nous montre qu'ils sont aussi devenus un terrain d'affrontement majeur entre l'ISAF et les talibans. Dix ans de guerre sont aussi dix ans de guerre de l'information. ■

François-Bernard Huyghe



De New-York à Kaboul, Mythes et réalités de la Global War On Terror

par Richard Labévière,
Consultant international,

Auteur de *Vérités et mythologies du 11 septembre*. Ed. Nouveau Monde

1^{er} mai 2003. Sur le porte-avions USS Abraham Lincoln, le président américain George W. Bush annonce avec fierté la fin des « combats majeurs » de l'opération « Libération de l'Irak ». En toile de fond, une grande banderole sur la tour de commandement précise « Mission Accomplished ». Cette prestation est d'autant plus grotesque qu'au même moment trois attentats frappent le cœur de Bagdad. Commençaient alors l'occupation anglo-américaine et le démantèlement de l'Etat-nation irakien, livré aux communautés, aux tribus et autres pillards, avant-goût de la démocratie selon Washington. Grotesque, ce discours l'est à plus d'un titre, mais sa structure formelle confirme au moins un point capital : la deuxième guerre d'Irak s'inscrivait bien dans le cadre stratégique plus large de la « Global War on Terror », déclenchée au lendemain des attentats du 11-Septembre.

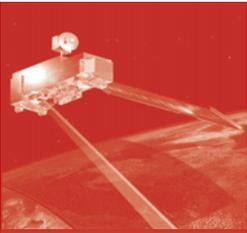
A cette date-là, l'OTAN déclare en effet qu'il ne s'agit pas d'une attaque contre les Etats-Unis, mais contre les 19 pays de l'Alliance. C'est la première fois que la clause de solidarité de l'article 5 du Traité de l'Atlantique Nord est invoquée depuis sa création en 1949. Rapidement, Al-Qaïda et son chef Oussama Ben Laden sont désignés comme responsables. Un contingent d'américains débarque le 7 octobre 2001 en Afghanistan pour l'opération *Enduring Freedom*. Le 20 décembre 2001, la résolution 1386 de l'ONU est votée. Elle mandate officiellement une coalition internationale. La Force internationale d'assistance et de sécurité (FIAS) est mise en place. La troisième guerre d'Afghanistan commence. Trois objectifs sont affichés : capturer Ben Laden, détruire les bases Al-Qaïda et renverser le régime taliban. Les

deux derniers objectifs sont rapidement atteints.

GWOT : confusion volontaire des fins et des moyens

De la troisième guerre d'Afghanistan à celles d'Irak et de Libye (2011), ces opérations se démarquent des ripostes anti-terroristes et du contre-terrorisme traditionnels par des actions militaires de grande ampleur à l'étranger, non dénuées de visées stratégiques différentes de leurs objectifs initiaux. « Guerre globale contre la terreur » : étymologiquement, cette terminologie pose un problème de stricte logique formelle. Le terrorisme n'est pas une substance, mais un flux, sinon une technique – guerre du faible au fort – dont les *modus operandi* ne cessent de se transformer. Peut-on faire la guerre à un flux ? Ne s'opposant pas à des Etats mais à des groupes non étatiques, la GWOT n'a pas de calendrier clairement établi et conduit inmanquablement à l'instauration d'un « état d'exception permanent ». Elle recourt parfois à des procédures étrangères au droit international et finit par imposer, sinon « légaliser » le concept de « guerres préventives » contre les États soupçonnés d'abriter des groupes terroristes et/ou susceptibles de leur fournir des « armes de destruction massive ».

Dans une confusion volontairement établie entre ses finalités stratégiques et ses moyens tactiques, la GWOT combine la lutte directe, c'est-à-dire le démantèlement des cellules terroristes, la destruction des camps d'entraînement et la lutte indirecte. Cette dernière recouvre les enquêtes et les pressions sur les gouvernements, organisations et personnes soutenant les organisations terroristes et le gel des avoirs soupçonnés d'appartenir ■■■



■■■ ou de servir à des groupes terroristes. Elle englobe aussi les aides financières aux pays participant à la lutte contre le terrorisme, les coopérations policière et judiciaire internationales ainsi que de la coopération entre services de renseignement. Sa dernière invention préconise une tentative de réorganisation politique des Proche et Moyen-Orient – le Grand Moyen-Orient – concocté par les idéologues néo-conservateurs de l'administration Bush. Ladeuxième guerre d'Irak aura été sa séquence la plus dévastatrice.

Le choix de l'instabilité constructive

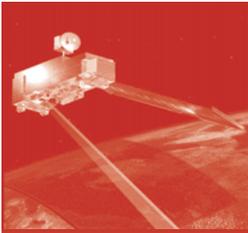
La stratégie des Etats-Unis ne se résume pas à une traduction mécanique de ces éléments, mais de l'aveu même du président des Etats-Unis et de ses conseillers, ils permettent d'élaborer une « vision globale » et des « lignes directrices ». Le directeur exécutif du très influent Washington Institute for Near East Policy, Robert Satloff, a baptisé cette stratégie « instabilité constructive ». Il constate que la recherche de la stabilité des Etats de la région, qui fut, « historiquement », le trait dominant d'une politique proche-orientale des Etats-Unis, a abouti « à des impasses ». Cette remise en cause d'une politique étrangère privilégiant la « stabilité » des Etats des Proche et Moyen-Orient a été, certes, confortée par les attentats du 11 septembre 2001, mais son chantier était ouvert dix ans plus tôt, début 1991, dès la fin de la première guerre du Golfe. Les experts des officines néo-conservatrices, comme Paul Wolfowitz qui deviendra numéro deux du Pentagone, expliquent alors qu'il aurait fallu « poursuivre la guerre de libération du Koweït jusqu'à Bagdad, pour démanteler un pays qui restera une menace pesant à la fois sur nos intérêts énergétiques et sur la sécurité d'Israël ». Les attaques du 11-Septembre apporteront le meilleur argument aux adeptes de l'instabilité constructive, qui estiment que la menace terroriste est ancrée principalement dans certains États de la région, dont l'Irak, la Syrie et l'Iran. En « déstabilisant » ces trois Etats de « l'Axe du mal », la stratégie américaine « révisée » prétendait anéantir le terrorisme en changeant, par la force, la nature de leur ré-

gime. Elle a produit le phénomène inverse : selon plusieurs rapports de l'administration américaine, la menace terroriste a été multipliée par six depuis l'intervention anglo-américaine en Irak. Mais pour nombre d'analystes américain, cette contre-performance est loin d'être une défaite et s'inscrit – au contraire – parfaitement dans la mise en œuvre de l'instabilité constructive.

GWOT : un bilan désastreux

L'utilisation optimale des attentats du 11-Septembre a fourni l'habillage médiatique idéal pour justifier les nouvelles priorités de la politique étrangère des Etats-Unis. En proclamant la priorité à la GWOT, à la chasse de ben Laden et de ses complices, « les décideurs américains vont disposer du plus bel alibi historique à leur disposition depuis la fin de la Guerre froide », explique un attaché militaire européen en poste à Washington : « Au nom de la lutte anti-terroriste, ils vont opérer le redéploiement militaire américain le plus considérable depuis la fin de la Seconde guerre mondiale ».

Directeur de l'IRIS, Pascal Boniface explique : « Les Américains ont prôné le modèle du coup de pied dans la fourmilière, y compris par la guerre. Le bilan de celle d'Irak apparaît largement et globalement négatif. Les adversaires de cette politique estiment qu'ils peuvent être de l'extérieur un mouvement démocratique mais que celui-ci doit avant tout être le fruit d'un processus interne ». En définitive, la guerre globale contre la terreur et son corollaire diplomatique – le Grand Moyen-Orient – auront sérieusement amplifié la menace qu'ils étaient censés circonscrire, sinon anéantir. Discreditant durablement les principes fondateurs des vieilles démocraties occidentales et leurs capacités à inspirer l'avenir constitutionnel et politique de pays d'autres continents, les réponses aux attentats du 11 septembre 2001 auront aussi passablement consolidé la fabrication du « choc des civilisations ». ■



L'Afghanistan ou l'impossible photojournalisme de guerre ?

*par Florent Barnades,
Assistant de recherche à l'IRIS*

Photographe pour visualiser. Mettre des images sur les mots. L'homme a besoin de voir la guerre comme pour mieux la comprendre. Mais comment doit-on montrer la réalité de la guerre ? Dès l'invasion soviétique de 1979, des photographes se sont rendus dans les vallées afghanes. Ils s'appelaient Didier Lefèvre ou encore Steve McCurry. Ils ont immortalisé sur pellicule la Résistance. La guerre froide n'était pas terminée. Les Talibans avaient pour alliés l'Occident. Le photographe iranien Reza a produit le travail le plus complet autour de cette première période du conflit. On retiendra notamment ses portraits d'Ahmed Shah Massoud (1953-2001) devenus de véritables icônes pour les moudjahidines et le reste du monde.

D'objet médiatique à objet refoulé

11 septembre 2001 : les Twin Towers de New-York (USA) s'effondrent. Un mois plus tard, l'armée américaine débarque sur le sol afghan. A ce moment là, la couverture photographique prend une nouvelle tournure. L'Afghanistan devient

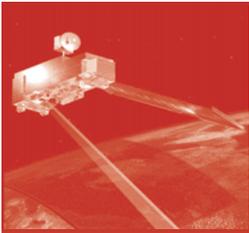
un objet médiatique. Les reportages, jusque-là si rares, remplissent les pages des magazines et des journaux. Les troupes occidentales sont arrivées avec leur plan « media », leurs officiers de presse et leur contrôle de l'information. Mais le régime taliban s'effondre rapidement. Une guérilla se met en place dans laquelle l'occidental est une cible. Capturer un journaliste est synonyme de notoriété. A la clef, une importante rançon et un gain de poids politique local, comme international. Dans ses conditions, la guerre en Afghanistan devient moins « sexy ». Les rédactions rechignent à exposer leurs reporters.

Le système « embedded » mis en place lors de la première guerre du Golfe s'amplifie. Des règles strictes encadrent la prise d'images. Les services de communication des armées ont d'ailleurs affiné ce système jugé trop contraignant par les médias lors des conflits en Irak. Pas « une » règle, mais « beaucoup ». Une autorisation de publication individuelle doit par exemple être demandée à chaque soldat. Les morts et les blessés ne doivent pas être

photographiés. De même, les images prises pourront être contrôlées afin d'éviter toute fuite « d'information stratégique ». Dans ces conditions, peut-on faire un « bon » reportage de guerre ?

Une liberté sous contrôle

Les photographes ne sont pas autorisés à s'approcher du front pour des raisons de sécurité. Ils suivent les patrouilles les moins exposées. Le photojournalisme de guerre devient un simple reportage sur la vie des troupes. On peut citer le travail de Tim Hetherington qui a vécu quinze mois avec les soldats de la compagnie Bravo dans le poste avancé Restrepo. Il y photographie la vie de ces hommes, leurs doutes mais aussi leur colère face à la mort de leurs camarades. De même, le photographe français Eric Bouvet suit les commandos français et les troupes conjointes franco-afghanes. Les reportages se suivent et montrent toujours les mêmes vues : visages de soldats, patrouilles sur fond de montagne, rires et larmes de ceux qui se demandent ce qu'ils sont venus faire là. ■■■



■ ■ ■ Dans le conflit afghan, le danger est invisible : IED, tir de roquettes, attaques soudaines de camp et repli. L'ennemi n'a pas de visage. Les habitants comptent leurs morts. Les photographes s'aventurent peu hors des Green zones, la demande médiatique s'amenuise au fil du conflit, les images sont reléguées dans les pages centrales... puis dans les dernières.

Photographier, oui ! Publier, non ?

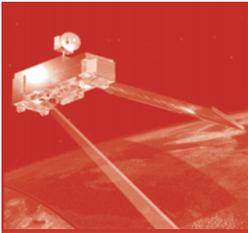
Quelques reportages brisent cette couverture conventionnelle. Quelques semaines après l'embuscade de la vallée d'Uzbin en 2008 où sont tombés dix soldats français, le journaliste Eric de Lavarène et la photographe Véronique de Viguier rencontrent les auteurs de l'attaque. Paris Match publie les images des insurgés exhibant les trophées pris aux soldats. La réaction des familles et des autorités est sans appel. Ce reportage est de la propagande. Les journalistes portent atteinte au souvenir des hommes tombés. Le même phénomène se répète en 2009 lorsque la pho-

tographe Julie Jacobson, *embedded*, capture l'image d'un soldat grièvement blessé. Le secrétaire d'Etat à la Défense Robert Gates écrit au patron de l'agence Associated Press (AP) pour dénoncer une attitude «consternante». Enfin, le Times met en couverture la photo prise par Jodi Bieber d'une jeune fille afghane au nez tranché. Cet acte barbare est d'abord porté au crédit des Talibans mais après enquête, on apprend que les auteurs appartiennent à une milice gouvernementale qui ont puni cette jeune fille pour avoir fui la maison de son mari.

En dehors de ces coups d'éclat, on ne peut que constater l'unidimensionnalité de la couverture photo du conflit afghan depuis 2001. Le risque encouru, le désintérêt des médias pour un conflit qui s'éternise ont produit ce vide photographique. De la guerre en Afghanistan proviennent toujours les mêmes images. Photographier l'ennemi constitue une trahison. Photographier les morts et les blessés est indigne. La population est toujours frappée de malheurs et le

malheur lasse le lecteur. Quelques exceptions semblent émerger après dix ans de conflit. Pour dénoncer l'impossibilité de montrer ce qu'est la guerre, Ashley Gilbertson photographie les chambres des soldats morts aux combats. Plusieurs photographes locaux veulent montrer un autre visage de l'Afghanistan: Farzana Wahidy et Gulbuddin Elham, formés par Reza, ont effectué un reportage auprès des élèves du lycée français Malalaï de Kaboul. Ils montrent une population qui croit en l'avenir malgré la guerre. Ils photographient l'espoir. Pour changer. ■

*
* * *
*



Talibanator, Souriez, vous êtes tués !

*par Emmanuel Pezé,
Journaliste arabisant,
Consultant en communication*

Le combattant le plus filmé du monde, super-acteur d'une superproduction internationale, dont les images sont diffusés à tout instant aux quatre coins de la planète – Etats-Unis, Australie, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Danemark, Japon –, c'est le Taliban ! En permanence, des équipes de visionnage en uniforme, des logiciels de montage hypersophistiqués, mais croulant sous des avalanches d'images relayées depuis l'Afghanistan par des dizaines de satellites, travaillent sur sa familière figure enturbannée, barbue ou mal rasée. Au train où va la miniaturisation des Unmanned Aerial System (engin aérien sans pilote), chaque taliban aura bientôt son drone qui le filmera nuit et jour. On est passé du GMTI, pour Ground Moving Target Indicator, au DMTI pour Dismounted Moving Target Indicator. Pour faire court : un piéton afghan lambda filmé du ciel... Devenu victime d'un monstrueux « Truman Show » à l'envers, le taliban afghan n'en devient pour finir que plus sympathique aux yeux de ses concitoyens.

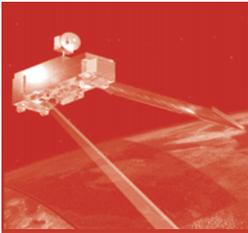
Attention... Moteur !

Scène 1 : Le grand ballon blanc captif flotte mollement à cinq cent mètres d'altitude au-dessus d'une base américaine de la province de Khost. Il s'agit d'un aérostat « Persistent Threat Detection System ». Dans sa nacelle, deux caméras Optronic filment en HD les grises collines alentours et les routes poussiéreuses. Soudain un des opérateurs au sol se fige devant son écran. Il vient de repérer une menace. L'alerte est donnée. Dans les trente secondes un Hummer blindé quitte sur les chapeaux de roues le poste

de contrôle, en avant de la base. A bord, dans le micro-casque du sergent, la voix de l'opérateur se fait inquiète : « Il prend de la vitesse ! ». Le Hummer stoppe. Devant lui, sur le bitume, s'avancent un camion lourdement chargé de sacs, trois femmes en burqa, deux jeunes hommes bien propres sur une petite moto et, sur le bas-côté, un gamin poussant une brouette de paille qui cahote dans les cailloux.

Scène 2 : Un des commandos jaillit du Hummer, n'hésite pas une seconde : il connaît déjà sa cible. A bonne distance, il tire trois balles devant la roue de la brouette. Le gamin lâche tout et s'enfuit en courant. Un autre commando met en joue la moto. Le pilote essaye un demi-tour. Las, une rafale déchire les pneus et l'équipage se vautre sur le goudron tout chaud. Le commando fond sur eux, les aplatit au sol. Le chien qui accompagne un des commandos flaire les deux hommes et se détourne aussitôt : pas d'explosifs. On les fouille et trouve un téléphone portable Samsung, tout neuf. De l'autre côté de la route, le chien aboie : malgré le yaourt répandu pour masquer l'odeur, sous la paille de la brouette, il a senti le bidon en plastique de nitrate d'ammonium et son détonateur connecté à un téléphone portable de même marque : un IED, Improvised Explosive Device ou en français EEI, Engin Explosif Improvisé...

Scène 3 : Un des commandos, qui porte le badge des MARSOC (Marine Special Operation Command – le nec plus ultra des forces spéciales américaines en Afghanistan) interroge le passager de la moto en pachtoune, avec ■■■



■■■ un accent impeccable. L'homme prétend être un commerçant et le pilote serait son employé. Le commando ne discute pas. Il sort de sa besace une sorte de gros appareil photo numérique. Il colle les doigts de l'homme sur l'écran tactile, puis fait un pas en arrière et lui tire le portrait face et profil. Il vise l'œil et fait un cliché de l'iris. Outre-Atlantique, les ordinateurs du système « Seek » sont déjà en train de comparer les données reçues avec les 3,2 millions (vous avez bien lu !) de « data » déjà recueillies en Afghanistan avec des appareils similaires. Dix minutes plus tard, le résultat tombe : l'homme a déjà été interrogé à proximité d'un attentat à 170 km de là, six mois plus tôt. Les probabilités que ce soit un hasard sont proches de zéro. En outre, les deux hommes étaient suspects d'emblée : trop bien rasés ! D'ailleurs un autre marine vient d'interpréter une conversation, émise du Samsung et enregistrée une demi-heure plus tôt par le centre d'écoute qui occupe l'autre moitié de la nacelle du ballon blanc.

Scène 4 et épilogue : L'homme qui était à l'autre bout du fil et a donné l'ordre d'attaque appelait depuis un petit village, à trente kilomètres de là. Cela tombe bien, comme chaque jour, un drone armé « Reaper », surveille justement la zone. A la base, sur l'écran de contrôle, une maison de village apparaît en gros plan, repérée à cause du 4x4 Toyota garé devant. Trois hommes sortent du bâtiment, apparemment désarmés, encadrant un quatrième. Le téléphone sonne dans la poche. Il ne décroche pas, mais cette précaution ne lui servira à rien. Le centre d'écoute, vient de vérifier que la cible était la bonne. Le Reaper suit le véhicule, qui sort du village. Il lâche un missile et sa caméra filme l'impact puis la boule de feu à l'intérieur de laquelle sont en train de griller quatre talibans.

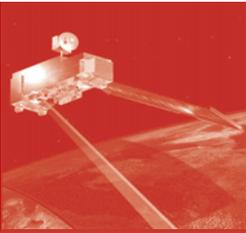
The End

Face à cette surpuissance technologique, le taliban finirait presque par avoir l'air de l'humain résistant aux « machines » de Terminator.

« C'est pas du jeu ! », diraient les enfants. Conscients que, pour finir, trop d'étalage de moyens nuisait à leur cause en projetant de leurs forces armées présentes en Afghanistan une image inhumaine, les Occidentaux ont décidé récemment de se rapprocher de la population. Le général Petraeus, que l'expérience des soldats français en Algérie a marqué, a bien noté que ceux-ci ont commencé à regagner du terrain dans le cœur des populations quand ils se sont mis à leur parler un peu plus. Un guide a été pondu à destination des « Company Intelligence Support team » américaines pour leur apprendre à sourire aux enfants afghans, leur taper dans la main et leur distribuer des chewing-gums.

Et puis, ironie de l'histoire la « talibanisation » a gagné les soldats de « Enduring Freedom » (le nom de code américain de la guerre en Afghanistan) : la nouvelle tactique à l'œuvre actuellement consiste à faire circuler de nombreux petits détachements à pieds. Mais, comme on ne se refait pas, ils partent quand même en excursion avec, dans le sac à dos, un mini-drone démontable. Les Américains ont le RQ-11 Raven, pour les images, et les Anglais du Special Air Service, le « Talibanator », de la taille d'un jouet, qu'on lance avec une catapulte de gosse, mais qui filme et qui tue un ou deux individus à la fois. On n'arrête pas le progrès... ■

*
* * *
*



Et pendant ce temps-là, côté moudjahidine...

par **Pierre-Yves Castagnac**,
Secrétaire de rédaction à l'IRIS

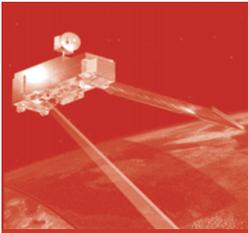
Pour faire la guerre, il faut être au minimum deux. Le conflit afghan n'échappe pas à cette logique. D'un côté, l'Occident au sens large et de l'autre, les Talibans et/ou moudjahidines. Du char au lance-roquette, des indic's aux espions, des satellites à la paire de jumelles, tout est bon pour remporter la victoire ! Dans cet affrontement général, les médias ne sont pas oubliés.

Par vidéo, audio, papier ou encore Internet, chaque camp communique. Il communique pour expliquer son action, pour se vendre, pour défendre une idéologie... Démocratie contre terreur. Droits de

l'Homme contre Chari'a. Les deux modèles diffèrent radicalement. Dans cette conquête des cœurs, l'Occident est très investi. Face à lui, les djihadistes le sont autant, bien que moins visibles du grand public dans nos contrées car leurs messages sont volontairement moins relayés. Résultat : les djihadistes utilisent les mêmes outils que nous, Européens. Voici un exemple de ce que l'on peut trouver sur Internet. Il s'agit d'un extrait que nous avons traduit en français d'un article d'une étrange e-publication djihadiste anglophone. ■

« [...] Et bien que les moudjahidines soient donnés comme vaincus d'avance dans cette guerre, il est évident que nous avons entraîné les États-Unis et leurs alliés dans un processus dont ils ne se débarrasseront jamais. [...] On peut détruire les gens, mais les idées sont à l'épreuve des balles et ont une espérance de vie extraordinaire. Les événements du 11-Septembre ont placé les États-Unis dans une situation impossible, les forçant à tirer sur quelque chose qui ne peut pas mourir. Quand les avions ont frappé le Pentagone et les tours du World Trade Center, l'Amérique était déjà perdante, faute de cible à atteindre. Ensuite, les États-Unis ont vite envahi l'Afghanistan dans l'espoir de satisfaire leurs prières de vengeance et d'anéantissement de toutes les sources de leurs malheurs, cela a, au contraire, renforcé le processus. [...] L'aggravation de l'oppression et de l'agression en Palestine et au Turkestan-oriental (parmi les nombreux autres pays musulmans), les révolutions qui ont balayé les tyrans, la montée en puissance des sentiments anti-américains et antioccidentaux montrent que l'idéologie islamique ne peut que prospérer. Quelle pitié que beaucoup de nos ennemis et nombre des grands médias indépendants assimilent l'idéologie d'Al-Qaïda avec, et uniquement avec, le terrorisme ; en oubliant que notre devenir et notre culture reposent sur l'islam, que notre interprétation de pratiquement tout est profondément déterminée par des considérations juridiques et que l'islam est ce que nous préférons pour le peuple, ils ne comprennent rien à rien. [...] En nous critiquant et en déformant nos idées, ils finissent par insulter des millions de musulmans qui savent et qui pratiquent l'islam. [...] Essayez de deviner à qui cela profite finalement ? Prenons un exemple simple. Le mot « Chari'a », il est toujours identifié avec barbarie dans les médias, comme la lapidation ou les mains coupées. [...] Honnêtement, combien de fois la Chari'a est-elle considérée d'un point de vue positif et avec ouverture d'esprit dans les médias ? [...] Nous critiquer pour notre soutien à la Chari'a ne fait à long terme que blesser le musulmans, rendre plus désirable la Chari'a et nous stimuler. »

Extrait traduit d'un article intitulé *The Media Conflict*
de la revue djihadiste en ligne *Inspire*, 2011



Tweets, followers et vidéos pour la guerre d'Afghanistan

*par Florent de Saint Victor,
Spécialiste des questions de défense,
Animateur du blog d'analyse stratégique [Mars Attaque](#)*

Pouvant être définis comme « un groupe d'applications en ligne qui se fonde sur l'idéologie et la technologie du Web 2.0 et qui permet la création et l'échange du contenu généré par les utilisateurs », les médias sociaux sont aujourd'hui au cœur de l'actualité. Tout comme la Libye, la Tunisie ou l'Égypte, l'Afghanistan n'y échappe pas. En effet, des escarmouches informationnelles via ces outils se multiplient, mettant aux prises différents protagonistes en quête de succès dans la bataille des narrations et des perceptions.

D'un côté, la galaxie isafienne 2.0 dont les multiples comptes ont pour avantages leur ancienneté, leur nombre d'abonnés et leur activité. Le gouvernement afghan, dont les comptes ont été récemment ouverts, est encore en phase d'apprivoisement de ces outils. Enfin, à l'opposé, les principaux contradicteurs sont les comptes se revendiquant de l'Émirat islamique d'Afghanistan, les Taliban historiques, qui, avec peu de moyens, se développent malgré les fréquentes attaques informatiques qui les visent.

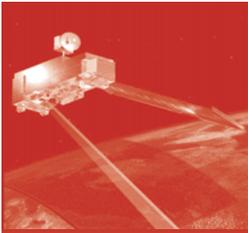
L'étape préalable à l'emploi de ces outils est la définition d'une stratégie, permettant de ne pas tomber dans une dérive techniciste qui ferait réfléchir en termes de moyens plutôt qu'en termes d'objectifs. Pour l'ISAF, à partir de l'été 2009, elle se polarise sur le concept de communication stratégique qui vise à coordonner l'action des différents acteurs pour discréditer les adversaires, tout en participant à l'amélioration de la crédibilité des institutions afghanes et de la communauté internationale.

Maîtriser les outils puis livrer bataille

Dorénavant, Twitter, Facebook, Flickr ou Youtube font partie du paquetage de l'officier communication et des outils à disposition du propagandiste taliban. Chaque média social a alors ses avantages et ses inconvénients pour parvenir à ses fins. Par exemple, Facebook, du fait de son ancienneté, permet de toucher une audience plus généraliste et populaire alors que sur Twitter se retrouvent plus de spécialistes. Cette distinction tend néanmoins à s'atténuer avec le temps. De

plus, des nouveaux médias sociaux peuvent émerger et être, selon leurs capacités, des réponses efficaces à des besoins. Google+ est un exemple, à confirmer, de ces émergences possibles dans ce secteur d'innovation permanente. Cette caractéristique oblige d'ailleurs les protagonistes à une agilité qui rompt, pour certains, avec leurs habitudes.

Après la définition de la stratégie et le choix des canaux, la troisième étape est celle du choix du mode de diffusion qui évolue parallèlement à la découverte des potentialités des outils. Initialement, seuls les communiqués de presse repris de sites sources des parties en présence y étaient postés. Ensuite, les pratiques deviennent plus proactives avec un déploiement du réseau. Les comptes de mêmes structures s'inscrivent les uns aux autres, puis suivent des comptes d'hommes politiques, de journalistes, d'universitaires, etc. La dernière étape, très récente, est celle d'engager la conversation avec les utilisateurs. Elle permet de passer un peu plus d'une logique de ■■■



■■■ communication à une démarche d'influence en contractant l'espace-temps et en réduisant la distance entre le récepteur et l'envoyeur.

L'exemple de la non-offensive du Têt sur Kaboul

Le 13 septembre 2011, une dizaine de Talibans lance des attaques simultanées contre l'état-major de l'ISAF et l'ambassade américaine situés à Kaboul. Vingt heures après la première explosion, le dernier assaillant est tué. Alors que l'ISAF promet le transfert de la sécurité aux forces afghanes, il s'agit de mettre en avant leurs capacités à faire face à une telle situation et de minorer la portée de ces incidents dans une capitale censée être un havre sécurisé. Cette narration des événements s'est pleinement inscrite dans le processus en cours d'appropriation progressive des médias sociaux et d'une meilleure maîtrise de leurs usages.

Un des faits le plus significatifs dans la riposte informationnelle de l'ISAF a sans doute été son haut degré de sociabilité. Répondant à des questions posées sur Twitter par des journalistes et des universitaires à propos de l'évolution de la situation, l'ISAF y a répondu dans l'heure. Sans d'ailleurs toutefois répondre en priorité aux membres les plus influents. L'ISAF n'a pas hésité non plus, comme elle le fait depuis juin, à interpel-

ler le compte du porte-parole numérique des Talibans pour relever l'échec de l'opération et le dénigrer en relevant que les attaques avaient fait plus de morts parmi les civils que parmi les militaires.

Ces escarmouches 2.0 ne seraient rien si elles n'avaient pas été inscrites dans une stratégie multi-médias. Ainsi, afin de fournir des images qui seront reprises par les chaînes de TV, l'ISAF a durant les attaques publié des vidéos montrant la riposte calme de ses membres et la visite sur le terrain de son commandant, le général John R. Allen. Les différents comptes de l'ISAF reprenaient aussi les articles et images mettant en exergue l'action des forces de sécurité afghanes, en particulier l'action d'un des rares hélicoptères de la nouvelle armée de l'Air afghane. L'ISAF essayait de façonner ainsi l'environnement selon sa vision.

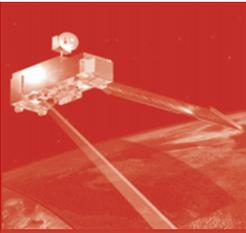
Les médias sociaux ne font pas plus de miracle qu'une hirondelle ne fait le printemps.

L'action recherchée sur les jugements des audiences cibles est difficile à quantifier et le succès ou l'échec d'une stratégie de communication complexe à déterminer. Difficile de dire quel aurait été l'avis de chacun avec ou sans ces actions. Quelle est la part d'adhésion des audiences à la version de chacune des parties ? Ainsi, la victoire n'est pas décisive et la

communication de l'ISAF comme celle des Taliban seront encore longtemps en confrontation pour le modelage des opinions et des croyances.

Même si le symbole de Twitter est un oiseau pouvant être pris pour une hirondelle annonciatrice du printemps, tout ne peut être attribué. La perception des faits est loin d'être manichéenne. Ceci est d'autant plus vrai pour des audiences locales ayant peu accès à ces outils alors qu'elles sont encore plongées dans un Moyen-Age numérique. Dans bien des cas, la radio (généralement en langue locale : Pachtou ou Dari) demeure le vecteur le plus efficace. Finalement, Twitter, Facebook et consorts ne sont donc bien que des fragments d'une campagne plus systémique et très évolutive qui vise la maîtrise du récit par l'information. ■

*
* * *
*



Guerre des données, guerre des images

par **François-Bernard Huyghe**,
Chercheur à l'IRIS

En 2001, tout semblait simple : la guerre opposait la plus puissante coalition de Nations démocratiques jamais réunie aux terroristes les plus dangereux de tous les temps. Il fallait :

- a) Arrêter ou éliminer un maximum d'entre eux (et si possible prendre ben Laden), et détruire leurs bases.
- b) Envoyer un message fort aux terroristes, aux États terroristes et aux détenteurs d'armes de terreur.
- c) Soutenir l'Alliance du Nord, qui, même privée de son chef Massoud, se préparait à renverser un régime haïssable.

Dix ans, c'est long !

Depuis, une guerre plus longue que celle du Vietnam a donné les résultats que l'on sait. Et ses buts (*partir dans la dignité, négocier avec les talibans modérés, établir un pouvoir légitime à Kaboul, en finir avec « l'extrémisme violent », permettre aux jeunes afghanes d'aller à l'école, « finir le travail »...*) sont devenues plus confuses. Mais pendant cette décennie, il n'est pas non plus devenu évident que le pays d'Hollywood et du softpower ait su « déradicaliser » les esprits ou imposer son « contre-récit », comme on dit dans le jargon de l'OTAN.

Les Talibans sont tout à la fois capables de professer une idéologie qui interdit la photo, la musique, ou encore le cinéma, et d'imposer leurs images « pédagogiques », celles qu'ils diffusent eux-mêmes ou qu'ils fournissent aux médias occidentaux. Ils sont aussi capables d'utiliser des téléphones GSM et des réseaux sociaux pour s'adresser à leurs adversaires, les menacer et les défier. Les technologies ultra-sophistiquées sont remarquables pour accumuler et traiter des données, dans une optique de surveillance et de perturbation des réseaux ennemis. Elles le sont beaucoup moins lorsqu'il s'agit d'adresser un message persuasif et de désarmer l'hostilité des populations. Pour ne donner qu'un exemple, de récentes études ont montré que le message « nous sommes ici pour éviter un second 11-Septembre » n'a tout simplement pas de sens pour une bonne partie de la population afghane, trop jeune ou trop isolée des médias classiques, pour comprendre ce qu'est un « 11-Septembre » et ce que cela représente pour un Américain.

Les « archaïques » peuvent s'approprier les technologies modernes de communication, universelles par définition. Les « modernes » savent-ils comprendre le poids des cultures ? ■

L'Observatoire Géostratégique de l'Information

Sous la direction de François-Bernard Huyghe, cet observatoire a pour but d'analyser l'impact de l'information mondialisée sur les relations internationales. Comprendre le développement des médias et de l'importance stratégique de la maîtrise de l'information. Il analyse, par exemple les rapports de force entre puissances politiques et économiques et les firmes qui contrôlent le flux des informations dans le monde.

IRIS - Institut de Relations Internationales et Stratégiques

2 bis, rue Mercoeur
75011 Paris - France
iris@iris-france.org

www.iris-france.org
www.affaires-strategiques.info

Secrétariat de rédaction : Pierre-Yves Castagnac