

# BRENNUS 4.0

LETTRE D'INFORMATION DU CENTRE  
DE DOCTRINE ET D'ENSEIGNEMENT  
DU COMMANDEMENT

AVRIL 2019

## La stratégie d'influence du Hezbollah au Sud-Liban

par Madame Clara DUROVRAY, du pôle études et prospective du CDEC

Conséquence de l'opération israélienne *Paix en Galilée* (1982) qui voit Tsahal pénétrer au Liban, puis devenu mouvement d'opposition au cours de la guerre civile libanaise qui s'ensuit, le Hezbollah a su s'imposer comme un acteur incontournable à la fois dans le conflit israélo-arabe et sur la sphère politique intérieure (sociale et politique) libanaise. La nature du mouvement chiite pose un problème de classification ; d'un côté, il y a sa branche armée considérée comme une organisation terroriste par de nombreux pays et organisations tels que les États-Unis, l'Union Européenne, la Ligue arabe ou le Conseil de Coopération du Golfe. De l'autre, il y a une offre politique par le biais de la coalition dite « du 8 mars », laquelle a obtenu la majorité des sièges au Parlement libanais lors des dernières élections législatives<sup>1</sup>. Mouvement dual, le Hezbollah est ainsi capable de peser sur la scène politique libanaise tout en poursuivant ses activités militaires, et d'abord contre Israël, qui définit sa raison d'être<sup>2</sup>. Résister à Israël forme l'ADN du mouvement chiite : qu'il s'agisse de ses interventions politiques ou militaires, le Hezbollah motive ses actions par son opposition à son voisin. Pourtant, une évolution semble se dessiner, au travers de l'implication forte du Hezbollah dans le conflit syrien qui le tire entre la loyauté à un régime et à un pays – la Syrie – avec lesquels il partage une histoire commune, et la nécessité de conserver une image et une identité qui l'orientent vers le sud.

Cet article vise à appréhender les différents vecteurs par lesquels le mouvement exerce son influence. Nonobstant, l'étude des moyens par lesquels le mouvement chiite ne cesse de souligner son opposition à l'État hébreu, comprendre l'influence du Hezbollah au Liban implique d'appréhender le phénomène dans sa globalité. En effet, la stratégie du Hezbollah repose d'abord sur sa capacité à se présenter et à représenter – d'abord aux yeux des Chiites libanais, puis du monde arabe dans son ensemble – le fer de lance de la lutte contre Israël<sup>3</sup>. Aussi, les stratégies militaires, politico-sociales et communicationnelles du Parti de Dieu ne forment pas trois stratégies distinctes, mais constituent une seule et même stratégie d'influence. Lutter contre Israël, pour le Hezbollah, passe donc par la création d'un mouvement de guérilla populaire, une *umma*<sup>4</sup> combattante protégée et soutenue par la *mujtama' al-muqawama*, la « société de la résistance »<sup>5</sup>. La stratégie d'influence du Hezbollah forme le soutien et constitue un pilier sur lequel se lient guerre irrégulière et mobilisation politique et civile.

<sup>1</sup> Benjamin Barthe, « Au Liban, le camp pro-Hezbollah sort renforcé des élections législatives », *Le Monde*, 8 mai 2018. L'alliance du 8 mars, formée en 2005 pour remercier la Syrie de son intervention dans la guerre civile libanaise et de son soutien à l'opposition à Israël, permet ainsi au mouvement de participer à la vie politique du pays.

<sup>2</sup> Piotr Smolar, « Israël lance une opération pour détruire des tunnels d'attaque du Hezbollah », *Le Monde*, 4 décembre 2018.

<sup>3</sup> Brieuc Le Gouvello de la Porte, *Les stratégies d'information et de communication du Hezbollah libanais*, Paris, Association des Anciens de l'École de Guerre Economique, 2007.

<sup>4</sup> La communauté des croyants dans l'islam, au sens large.

<sup>5</sup> Olfa Lamoum, « Hezbollah Communication Policy and the Israeli-Palestinian Conflict », *Media and Political Contestation in the Contemporary Arab World: A decade of change*, sous la direction de Lena Jarrysi et Anne Sofie Roald, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2016, pp.63-89.



## ■ La stratégie militaire du Hezbollah : guerre d'usure et influence opérationnelle

### *Mener une stratégie de guérilla contre Israël*

En dépit de l'évidente asymétrie entre l'État hébreu et le mouvement chiite, le Hezbollah est parvenu à s'imposer comme un rival militaire d'Israël en adoptant une stratégie de guérilla et de guerre d'usure. Un document rédigé par Haj Hallil, alors directeur des opérations du Parti de Dieu, énumère les treize principes stratégiques auxquels le Hezbollah obéit, parmi lesquels « reste constamment en mouvement, évite la formation d'une ligne de front » ou « ne t'engage pas dans une vraie bataille – disparais comme de la fumée avant que l'ennemi ne puisse prendre l'avantage<sup>6</sup> ». Ces principes démontrent que le Hezbollah cherche moins à s'emparer et à contrôler un territoire, que causer des pertes importantes dans les rangs ennemis avant que celui-ci ne puisse répliquer en utilisant ses capacités conventionnelles. Parfaitement conscient qu'il ne peut pas battre Tsahal dans le cadre d'une guerre conventionnelle, le Hezbollah réduit l'avantage offensif et technologique de son rival en attirant l'Armée de Défense d'Israël (ADI - *Tsahal*) sur des théâtres urbains qu'il maîtrise et sur lesquels il peut faire durer les combats<sup>7</sup>.

S'inspirant des enseignements tirés d'autres conflits, particulièrement le Vietnam, le Hezbollah a donné aux opérations de guerre psychologique une place centrale dans sa stratégie de guerre d'usure. La notion de guerre psychologique se fonde sur l'idée que les troupes ennemies n'ont pas nécessairement à être éliminées ; le conflit peut également être remporté par l'influence, en persuadant les soldats de ne plus prendre part au combat ou en convainquant leurs dirigeants de ne pas s'engager dans le conflit<sup>8</sup>. Le Hezbollah mène ainsi des opérations dont la valeur tactique est discutable mais l'impact stratégique essentiel, afin d'atteindre des effets déstabilisateurs bien plus importants. Ainsi, le 18 septembre 1997, ses troupes bombardent simultanément vingt-cinq avant-postes de l'Armée du Liban Sud (ALS), une milice soutenue par l'armée israélienne, et prennent d'assaut l'un d'entre eux. Tandis que les soldats de l'ALS se barricadent à l'intérieur, les combattants du Hezbollah plantent simplement leur drapeau sur l'avant-poste, le saluent puis se retirent, montrant par là qu'ils agissent où et quand ils le souhaitent<sup>9</sup>.

Cette stratégie mêlant opérations de guérilla et guerre psychologique permet ainsi au Hezbollah de gagner le temps nécessaire pour viser, grâce à son arsenal de roquettes, des cibles sur le territoire israélien. La guerre de 2006 a démontré qu'au-delà de leur efficacité tactique, l'impact politique et informationnel de ces frappes pouvait donner au mouvement un avantage considérable dans la poursuite des combats<sup>10</sup>. En donnant au Hezbollah une capacité de dissuasion ou de coercition envers Israël, elles sont ainsi devenues centrales dans sa stratégie militaire. Selon les services de renseignement de l'État hébreu, le mouvement libanais disposerait de plus de 130 000 roquettes et missiles<sup>11</sup>. Par comparaison, aux débuts de la guerre de 2006, il n'en détenait que 15 000. Ainsi, dans un conflit futur, il serait en mesure de tirer jusqu'à 1 000 roquettes par jour<sup>12</sup>. Parallèlement, le Parti de Dieu a développé ses capacités de déni d'accès de zones côtières, comme il l'a prouvé en 2006 en attaquant la corvette *Hanit*. Il peut ainsi menacer Israël, à la fois, en ciblant sa flotte militaire et ses capacités économiques, puisque Tel-Aviv dépend de son accès à la mer pour 99 % de ses exportations et pour son accès à certaines ressources naturelles<sup>13</sup>.



Le Hezbollah tire de cette formation hybride entre un mouvement de guérilla et une armée conventionnelle, un net avantage opérationnel. En 2006 particulièrement, la division de ses forces entre « gardes villageois » et « unités spéciales » formées par les armées iraniennes et syriennes lui a permis de tenir tête à *Tsahal*, habituée aux opérations de basse intensité en territoires palestiniens<sup>14</sup>. Ces capacités militaires particulièrement sophistiquées pour un mouvement non-étatique ont amené certains observateurs à qualifier la branche armée du Hezbollah de « milice entraînée comme une armée et équipée comme un État<sup>15</sup> ».

<sup>6</sup> Iver Gabrielsen, "The evolution of Hezbollah's strategy and military performance, 1982–2006", *Small Wars & Insurgencies*, n°25:2, 2014, pp. 257-283.

<sup>7</sup> Seth Cropsey, « Destroy Hezbollah », *Hudson Institute*, 1 décembre 2017.

<sup>8</sup> Ron Schleifer, *Psychological Warfare in the Arab-Israeli Conflict*, New York, Palgrave Macmillan, 2014, p. 1.

<sup>9</sup> Iver Gabrielsen, *art.cit.*, p.257-283.

<sup>10</sup> Jean-Loup Samaan et Guillaume Lasconjarias, "The Israeli Experience in Missile Defense: Lessons for NATO", *The Atlantic Council*, 2013.

<sup>11</sup> Ces estimations restent hypothétiques et ne prennent pas en compte d'une part, les différents types de roquettes à la disposition du Hezbollah et d'autre part, la fragilisation en termes de ressources humaines engendrée par les combats en Syrie.

<sup>12</sup> Shaan Shaikh et Ian Williams, "Hezbollah's Missile and Rockets", *Center for Strategic and International Studies*, 5 juillet 2018.

<sup>13</sup> Seth Cropsey, "Destroy Hezbollah", *art. cit.*

<sup>14</sup> Elie Tenenbaum, « Le piège de la guerre hybride », *Institut Français des Relations Internationales*, Octobre 2015.

<sup>15</sup> Steven Erlanger and Richard A. O'Connell Jr., "A Disciplined Hezbollah Surprises Israel With Its Training, Tactics and Weapons," *The New York Times*, 7 août 2006 <http://www.nytimes.com/2006/08/07/world/middleeast/07hezbollah.html>.

## ■ Une stratégie militaire évolutive



Cette stratégie s'appuie sur une crédibilité opérationnelle manifeste. De la fin des années 1990 au conflit de 2006, le Hezbollah a sans cesse démontré des capacités notables en matière de renseignement, d'embuscades ainsi que de commande et de contrôle des unités de roquette et des tirs indirects. Ces performances tactiques lui ont permis de conduire des opérations sophistiquées et de subir des pertes proportionnellement moindres que celles de l'ADI ou de l'ALS. Cette guerre d'usure lui a également permis de modifier favorablement sa position stratégique au sein du Liban. Ainsi dans l'accord de cessez-le-feu faisant suite à l'opération *Raisins de la Colère* en 1996, le Hezbollah s'était engagé à ne plus tirer de roquettes sur le nord d'Israël en échange de la promesse de l'ALS et de l'ADI de ne plus s'attaquer, de façon directe ou indirecte, aux civils libanais. En donnant une plus grande légitimité domestique au mouvement chiite, ce compromis fut un facteur de légitimité accrue et un gain pour étendre ses activités armées au sein du Liban<sup>16</sup>.

Si le Hezbollah continue de se reposer principalement sur une stratégie de guerre d'usure, ses évolutions politiques, depuis la fin du conflit de 2006, semblent avoir modifié ses priorités. D'un acteur non-étatique à l'ancrage essentiellement local, le mouvement est devenu à de nombreux égards un quasi-État

cherchant à pérenniser son influence politique. À la lutte à mort avec les forces israéliennes a succédé une volonté d'interdiction au territoire libanais. Ce choix défensif s'explique par l'absorption de ses forces dans le conflit syrien, dans lequel entre 7 000 et 9 000 combattants du Hezbollah sont engagés. Le mouvement cherche à éviter un conflit sur deux fronts, et donc avec Israël alors que la plupart de ses forces sont déjà engagées dans d'autres opérations<sup>17</sup>. Ainsi, la stratégie militaire du Hezbollah s'attache de plus en plus à renforcer sa présence militaire au sein du Liban, notamment le long de la frontière sud ou dans la plaine de la Bekaa, où il aurait construit des bunkers et des camps d'entraînement<sup>18</sup>. La stratégie militaire du Hezbollah se concentre donc avant tout sur la défense de la Résistance<sup>19</sup>.

## ■ La stratégie socio-politique du Hezbollah : mobiliser la société comme soutien à la lutte contre Israël

### *Le Hezbollah, des armes aux urnes*

Du fait de sa nature hybride, à mi-chemin entre guérilla et guerre conventionnelle, la stratégie militaire du mouvement repose également sur une mobilisation sociale prononcée. Les stratégies de la guerre révolutionnaire ont largement démontré qu'une armée militairement plus faible pouvait défaire un ennemi supérieur, notamment en s'assurant du contrôle de la population, à la fois vivier de recrutement et source d'informations<sup>20</sup>. Le Hezbollah s'inscrit parfaitement dans cette logique en tissant soigneusement les liens avec la société dans un espace défini par des critères géographiques, et dans une moindre mesure confessionnels.



De simple milice, le Parti de Dieu est devenu un acteur politique incontournable et légitime au Liban. Les premières élections organisées à la suite de la guerre, en 1992, ont pourtant posé un dilemme au Hezbollah. Contrairement à son rival Amal, qui avait graduellement été coopté au sein du système politique confessionnel et acceptait ainsi indirectement l'occupation israélienne, le Hezbollah rejetait la légitimité du processus

<sup>16</sup> Iver Gabrielsen, *art.cit.*, p. 261.

<sup>17</sup> Joseph Daher, « Les conséquences de l'intervention militaire du Hezbollah en Syrie sur la population libanaise chiite et les rapports avec Israël », Fondation pour la Recherche Stratégique, Septembre 2017.

<sup>18</sup> Mona Alami, « Hezbollah's strategy: capture, consolidate and combat preparation », *The Atlantic Council*, 30 novembre 2017.

<sup>19</sup> La Résistance, dans la rhétorique du Hezbollah, fait référence au mouvement de résistance qu'il mène contre Israël.

<sup>20</sup> Chalmers Johnson, « *The Third Generation of Guerrilla Warfare.* » *Asian Survey*, vol. 8, no. 6, 1968, pp. 435-447, [www.jstor.org/stable/2642158](http://www.jstor.org/stable/2642158).

politique. Le mouvement concevait sa participation politique à l'extérieur du système, en proposant une alternative islamique à un système jugé corrompu et injuste. L'accord de Taëf signé en 1989, qui rééquilibrait la représentation politique au Parlement en faveur des communautés musulmanes, a mis un terme aux combats entre milices. Dès lors, il importait pour le Hezbollah de se trouver une autre voie pour prouver son rôle de défenseur des intérêts chiites. En outre, le mouvement se trouvait dans un entre-deux, ayant été la seule milice autorisée à conserver ses armes, ce qui *de facto* reconnaissait son rôle de Résistance nationale, et non plus uniquement confessionnelle, contre Israël. Dès lors, le Hezbollah n'avait d'autre choix que d'ouvrir la résistance à d'autres communautés. Le mouvement s'est allié avec des partis non-chiites pour les élections, remportant douze sièges dont huit chiites<sup>21</sup>. L'évolution politique du mouvement s'est poursuivie les années suivantes vers une normalisation jusqu'à rejoindre le gouvernement<sup>22</sup>. Ce choix, dicté par une vie politique de plus en plus polarisée entre les soutiens et les opposants au grand voisin syrien, marque aussi le rôle accru du Hezbollah devenant acteur institutionnel. Cette intégration politique se justifie et s'appuie sur les résultats militaires et l'existence d'une base sociale ; *à contrario*, les ennemis politiques sont dénoncés comme une extension de la menace israélienne. Par exemple, après la guerre de 2006 et juste avant la démission de six ministres pro-Hezbollah, le mouvement qualifiait les troubles politiques que connaissait alors le pays, d'« extension de la guerre d'Israël contre le Liban »<sup>23</sup>. Cependant, afin de conserver son influence sur la scène politique, le Hezbollah a également démontré sa capacité à adapter ses positions.

Ce pragmatisme se retrouve ailleurs. Aussi, de son objectif initial de création d'un État islamique au Liban, qu'on retrouvait dans sa lettre ouverte de 1985, le Hezbollah a « libanisé » son discours et mis l'accent sur la défense du pays<sup>24</sup>. Le ferment idéologique religieux d'avant 1992 s'est muté pour dénoncer le sentiment d'oppression de la population libanaise dans son ensemble<sup>25</sup>. En conséquence, l'évolution de son positionnement par rapport aux autres confessions, déjà initiée lors des élections de 1992, a été confirmée. Les chrétiens sont devenus de potentiels partenaires, comme l'a démontré le protocole d'entente mutuelle signé avec le Courant patriotique libre de Michel Aoun en 2006, tandis que des candidats d'autres confessions ou communautés ont été intégrés dans les listes électorales du Hezbollah. Le mouvement a également ouvert sa milice, les Brigades

Libanaises de la Résistance, aux autres communautés<sup>26</sup>. Un tel changement s'avérait en effet nécessaire pour pouvoir prétendre être soutenu par une majorité au sein du pays. Le Hezbollah s'est ainsi légitimisé et s'est imposé comme un acteur politique incontournable<sup>27</sup>.

### *Un ancrage social en continuité avec la stratégie politique du Hezbollah*

Comme le rappelle Peter Thomas, le pouvoir politique d'un groupe dépend dans une large mesure de sa capacité à créer un lien durable avec sa base sociale<sup>28</sup>. Ainsi, le Hezbollah inscrit sa stratégie sociale dans une démarche politique plus générale pour mobiliser la société toute entière dans un combat contre Israël. L'insertion du Hezbollah en sein du tissu social libanais doit donc être comprise comme un prolongement de sa stratégie politique.

Le mouvement chiite assure son ancrage dans la société libanaise grâce à un réseau d'institutions sociales et caritatives qui lui permettent de mobiliser une partie de la population libanaise dans sa lutte contre l'État hébreu. Un tel enracinement a été rendu possible par la structure communautaire du système politique, caractérisé historiquement par la domination d'une bourgeoisie maronite ou sunnite sur la vie économique et politique du pays. Dans le sud du Liban ou dans la plaine de la Bekaa, à majorité chiite, le taux de pauvreté dépasse les 30 %<sup>29</sup>. Le Hezbollah a ainsi endossé le rôle de substitut de l'État en développant un appareil d'action sociale complet, structuré autour d'organisations autonomes et opérant en réseau, dans ces zones chiites où les pouvoirs publics n'assurent pas leur fonction<sup>30</sup>. Le parti a notamment développé des institutions qui prennent en charge les fonctions d'assistance aux victimes des combats. Par exemple, la Fondation du martyr (*Mu'assasat alchahid*) fournit salaire, habitat, et prise en charge des frais médicaux aux familles des soldats tombés pour la Résistance, s'occupant des funérailles et de l'entretien de la mémoire du combattant. De même, l'Association de l'institution développementale pour l'effort de construction, *Jihād al binâ'*, prend en charge la reconstruction des zones touchées par les combats. Les institutions du Hezbollah s'occupent également d'autres fonctions touchant la société dans son ensemble : assistance aux démunis (bourses de soutien scolaire, rations alimentaires, vêtements, formations professionnelle, etc.), services techniques (provision d'électricité et collecte des déchets), aide à l'emploi ou hôpitaux.

<sup>21</sup> Augustus Richard Norton, "The Role of Hezbollah in Lebanese Domestic Politics", *The International Spectator*, n° 42:4, 2007, pp. 475-491, DOI: [10.1080/03932720701722852](https://doi.org/10.1080/03932720701722852)

<sup>22</sup> « Le Hezbollah : résistance, idéologie et politique », *Confluences Méditerranée*, vol. 61, no. 2, 2007, pp. 41-47 Joseph Daher, « Les conséquences de l'intervention militaire... », *op. cit.*

<sup>23</sup> Hassan Nasrallah cité dans Hirst, *Beware of Small States: Lebanon, Battleground of the Middle East*, Londres Faber, 2010, p. 389.

<sup>24</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, *op. cit.*

<sup>25</sup> Colin J. Morrissey, *Hezbollah: Armed resistance to political participation*, Thèse de l'École navale de Monterrey, 2014.

<sup>26</sup> Thierry Oberlé, « La capacité militaire du Hezbollah, encore plus grande », *Le Figaro*, 1<sup>er</sup> décembre 2017.

<sup>27</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, *op. cit.*

<sup>28</sup> Peter Thomas, *The Gramscian Moment : Philosophy, Hegemony and Marxism*, Leiden Brill, , 2009, p. 226.

<sup>29</sup> PNUD, *Rapid poverty assessment in Lebanon*, 2016.

<sup>30</sup> Aurélie Daher. « Chapitre IV. Le Hezbollah, un entrepreneur social ? Action sociale et mobilisation, ou l'édification de la « société de résistance ? » », *Le Hezbollah. Mobilisation et pouvoir*, sous la direction de Daher Aurélie Paris, Presses Universitaires de France, 2014, pp. 147-188.

À ces services sociaux s'ajoute l'endoctrinement de la jeunesse. Le Hezbollah a fondé quatorze écoles *al-Mhadî* au Liban et dispose de considérables réseaux de soutien dans le monde universitaire. L'association des scouts *al-Mhad*, grâce à laquelle il inculque entre autres les valeurs associées à la Résistance telles que courage et respect des martyrs, aurait réuni en 2010 plus de 70 000 jeunes<sup>31</sup>. Ce large réseau permet au mouvement de se présenter auprès des populations chiites comme le défenseur de la cause communautaire, là où le parti *Amal* avait failli, et de consolider et d'étendre sa base de soutien<sup>32</sup>.

Par cette stratégie sociale, le Hezbollah ne cherche pas à créer un rapport de clientélisation avec les populations bénéficiant de ces services. En effet, bien que jouant un rôle important, ces institutions peuvent corriger des dérives, mais en aucun cas améliorer significativement les conditions de vie des populations locales. Aussi, l'appui matériel promis par le Hezbollah compte moins que l'instrumentalisation qui en est faite pour véhiculer valeurs et messages<sup>33</sup>. De fait, l'action sociale du Hezbollah sait élargir son spectre d'intervention vers d'autres communautés : par exemple, l'Association Libanaise pour les Prisonniers et les Libérés (ALPL) suit les dossiers des prisonniers incarcérés au Liban-Sud et en Israël et les assiste ainsi que leur famille, quelle que soit leur appartenance confessionnelle ou politique. De son côté, l'Association de l'institution développementale pour l'effort de construction a pris en charge la remise en état de maisons de citoyens de toutes confessions<sup>34</sup>. Selon Aurélie Daher, « l'objectif premier de l'appareil social du Hezbollah n'est pas d'enclencher un développement social des régions chiites, mais de désamorcer toute rancœur (...) qui pourrait mettre en péril le soutien de la société libanaise à la Résistance »<sup>35</sup>. Le succès de cette stratégie est illustré par la diversification sociale de ses soutiens : touchant initialement les populations chiites défavorisées, ses adhérents incluent désormais une large partie des classes moyennes et bourgeoises<sup>36</sup>.

La stratégie politico-sociale du Hezbollah est un pilier pour assurer la présence hégémonique du parti. Comme formulé par Ali Fayyad, député du Parti de Dieu, « les organisations du Hezbollah ont été mises en place pour construire une relation solide entre le peuple et le parti ; elles sont un élément essentiel dans sa stratégie de mobilisation »<sup>37</sup>. Son large réseau d'institutions sociales, qui sont autant de points d'accès à la population, couplé à son intégration graduelle au système politique, lui permettent de se développer comme un apparatus hégémonique, soutenant ainsi sa domination de la population chiite et sa résistance militaire, politique et sociale contre Israël<sup>38</sup>. Et cela explique l'importance d'une stratégie de communication qui renforce ces objectifs.

## ■ L'utilisation des outils de communication : un amplificateur des stratégies militaires et socio-politiques

### *Une stratégie de communication visant à légitimer et consolider*

L'accent mis par le Hezbollah sur sa stratégie de communication illustre l'importance, particulièrement dans le cadre d'une guerre d'usure, de la mobilisation populaire dans la lutte contre Israël. Cette stratégie de communication vise ainsi à légitimer les moyens militaires employés, étendre son influence auprès de différents groupes d'électeurs et consolider l'ancrage politique du mouvement. Depuis ses débuts, le Parti de Dieu a apporté une attention particulière à son image, cherchant à la fois à la gérer et à l'institutionnaliser<sup>39</sup>. À cet effet, il a développé un éventail d'instruments de communication. Dès 1982, la création d'organismes de communication écrite telles que *al-Mujtahid*, *Ahl al-Thugour*, *al-Intiqad* ou *al-'Ahd* lui a rapidement permis de disséminer son message théologique et de promotion de la Résistance. La radio *al-Nour* (la lumière), créée en 1988, élargit la possession de l'espace public et amplifie l'effet dramatique des messages<sup>40</sup>. Le lancement de la chaîne de télévision *al-Manar* (le phare), en 1991, reflète encore davantage le rôle de la communication dans la stratégie globale du Hezbollah, en introduisant une narration visuelle à la lutte contre Israël. Ce nouveau modèle narratif, reposant sur le culte des martyrs et des combattants, la mobilisation de symboles chiites et la diffusion de vidéos des combats, cherche ainsi directement à influencer les masses en faveur de la cause du Hezbollah.



<sup>31</sup> alAkhbâr, 21/4/10.

<sup>32</sup> Joseph Daher, *Hezbollah, The Political Economy of Lebanon's Party of God*, Londres Pluto Press, 2016.

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> Aurélie Daher, *Le Hezbollah. Mobilisation et pouvoir*, p. 152.

<sup>35</sup> Aurélie Daher, *Le Hezbollah. Mobilisation et pouvoir*, p. 180.

<sup>36</sup> Joseph Daher, *Hezbollah...*, *op. cit.*, p. 93.

<sup>37</sup> Cité dans Joseph Daher, *Hezbollah...*, *op. cit.*, p.93.

<sup>38</sup> *Ibid.*, p.126.

<sup>39</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, *op. cit.*

<sup>40</sup> Bricc Le Gouvello de la Porte, *Les stratégies d'information...*, *op. cit.*

En mai 2000, en diffusant en direct le retrait désorganisé des troupes de Tsahal et la libération des prisonniers du centre de *Khiyam* par les populations civiles, *al-Manar* fournit au monde arabe les premières images de la libération d'un territoire occupé sans recourir à des accords de paix ou autre forme de négociation<sup>41</sup>. Enfin, Internet est également devenu l'un des outils de communication les plus importants du mouvement. Depuis le lancement de son premier site en 1996, le Hezbollah a étendu sa présence sur le web à plus de 50 sites, certains présentant les services éducatifs, religieux ou sociaux du groupe, d'autres ses principaux leaders et figures religieuses, ou en s'attachant à traiter l'actualité voire à diffuser sa doctrine religieuse. Le recours à internet a permis au mouvement de renforcer sa présence internationale tout en lui fournissant un moyen de communication direct avec ses soutiens<sup>42</sup>. Grâce au web, le Parti de Dieu peut également cibler, spécifiquement, les jeunes populations, comme en atteste le jeu vidéo « Forces Spéciales », disponible en ligne en arabe, farsi, français et anglais, au travers duquel les joueurs participent à des opérations du Hezbollah contre Israël et peuvent s'entraîner au tir sur des cibles à l'effigie de personnalités politiques israéliennes<sup>43</sup>.

Parallèlement, le Hezbollah démontre sa maîtrise des moyens traditionnels de communication. Au Sud-Liban et sur la route reliant Beyrouth à l'aéroport, le mouvement a installé une série de panneaux publicitaires présentant son message et commémorant les succès du groupe, aussi bien en arabe qu'en anglais et français. Le Hezbollah a également ouvert un site touristique au Sud-Liban, *Mleeta*, dans lequel il expose ses opérations militaires et illustre son attachement à la défense du territoire et aux valeurs de sacrifice. Les rassemblements politiques spectaculaires, regroupant une foule, contribuent également à cette représentation visuelle de son pouvoir et à conforter les membres du Hezbollah de la force du mouvement. En ces occasions, la personnification extrême du mouvement autour de son leader, le charismatique Hassan Nasrallah, d'autant plus mythique que ses apparitions physiques restent rares, prend toute son ampleur et renforce encore davantage le lien qui unit le groupe et la population<sup>44</sup>. Enfin, le mouvement cible plus spécifiquement les enfants en produisant des cartes de jeux, posters, porte-clés, bande-dessinées ou autres jouets<sup>45</sup>.

### Élargir son audience

L'attention portée par le Hezbollah aux divers moyens de communication, ainsi que le rôle croissant accordé aux structures dédiées à l'information dans l'organigramme interne du parti,

reflètent son souci de modifier son image auprès du public et le tournant pragmatique qu'a en conséquent connu sa stratégie politique. Elle souligne également le parti pris de ne plus se limiter au Liban et de rechercher des soutiens dans l'ensemble du monde arabe<sup>46</sup>.

Depuis la victoire de 2000, le mouvement a donné à sa stratégie de communication une orientation panarabe. L'identité chiite du parti a été nuancée au profit d'une identité arabo-musulmane plus consensuelle et d'une approche nationaliste au conflit israélo-arabe<sup>47</sup>. En s'ouvrant à d'autres figures (femmes non voilées, représentants d'autres courants politiques, etc.), *Al-Manar* a accompagné la transition politique du parti. Grâce à un budget de près de 15 millions de dollars, la chaîne a diversifié ses programmes en proposant des émissions de divertissement ou des programmes à l'attention des enfants. Elle diffuse par exemple *al-Muhemma* (l'opération), un jeu télévisé pendant lequel les participants répondent à des questions sur le Hezbollah, ses leaders, ses valeurs religieuses ou ses ennemis israéliens et américains, afin d'avancer sur un chemin virtuel menant vers Jérusalem.

Devenue chaîne satellitaire en 2000, *al-Manar* s'est développée pour le Hezbollah comme un lien direct avec les autres populations arabes. Dès le début 2001, *al-Manar* comptait plus de 10 millions de téléspectateurs et était ainsi la deuxième chaîne la plus regardée dans le monde arabe<sup>48</sup>. Son site internet, qui diffuse le journal en direct, disponible en quatre langues, adapte son contenu selon la langue choisie, contournant ainsi son interdiction dans certains pays occidentaux<sup>49</sup>. Outre sa couverture ininterrompue de la deuxième *intifada* en 2000, *al-Manar* diffuse, entre autres, un programme dans lequel des familles de la diaspora palestinienne sont réunies avec leurs proches dans les territoires occupés. En adoptant le slogan « la chaîne de tous les Arabes et les musulmans », elle marque sa volonté d'étendre sa portée au-delà des frontières libanaises.

Tous les événements marquants (la seconde *intifada*, le 11 septembre ou la « guerre contre la terreur ») deviennent autant d'opportunités politiques pour le Hezbollah, de diffuser son message dans l'ensemble du monde arabe et pan-arabiser son image<sup>50</sup>. Sa communication s'adapte aux différents publics pour élargir le spectre de la mobilisation de la rue arabe. Aussi, la guerre de 2006, bien que provoquée par l'enlèvement par le Hezbollah de deux soldats israéliens, a offert une tribune au mouvement qui s'est auto-proclamé porte-parole du monde arabe et vainqueur du conflit. Le mouvement se présente comme le seul acteur arabe ayant réussi à résister à l'État hébreu et à le défaire, ce que sa communication parfaite l'autorise à démontrer<sup>51</sup>.

<sup>41</sup> Olfa Lamoum, « *Hezbollah Communication Policy...* », *op. cit.*

<sup>42</sup> Gabriel Weimann, « *Hezbollah Dot Com: Hezbollah's online campaign* », in *New Media and Innovative Technologies* (Eds. D. Caspi and T. Azran), Beer Sheva: Ben-Gurion University Press, 2008, pp. 17-38.

<sup>43</sup> *Ibid.*

<sup>44</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, *op. cit.*

<sup>45</sup> Colin P. Clarke, « *How Hezbollah Came to Dominate Information Warfare* », *Rand Corporation*, Septembre 2017.

<sup>46</sup> Bric Le Gouvello de la Porte, *Les stratégies d'information...*, *op. cit.*

<sup>47</sup> Olfa Lamoum, « *Hezbollah Communication Policy...* », *op. cit.*

<sup>48</sup> Joseph Daher, *The Political Economy...*, *op. cit.*

<sup>49</sup> Bric Le Gouvello de la Porte, *Les stratégies d'information...*, *op. cit.*

<sup>50</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, *op. cit.*, p. 77.

<sup>51</sup> Peter Ajemian, « *Resistance beyond time and space: Hezbollah's Media Campaigns* », *Arab Media & Society*, 5, Spring 2008, pp.1-17.

## La guerre psychologique : utiliser la communication pour cibler l'ennemi

Dans son analyse de la stratégie de communication du Parti de Dieu, Ron Schleifer identifie une « audience ennemie » et une « audience domestique »<sup>52</sup>. Là où l'audience « domestique » doit être convaincue de la légitimité du conflit, il s'agit avec l'audience « ennemie » de la persuader que, non seulement ses chances de gagner sont nulles, mais que la guerre est également injustifiée et futile. La guerre psychologique joue donc un rôle essentiel, non seulement sur le plan militaire, mais également sur le plan communicationnel. Ainsi, une dimension cruciale de la communication du Hezbollah est la diffusion auprès des populations israéliennes d'images et messages susceptibles de saper leur moral. Depuis 1996, *al-Manar* diffuse des annonces en hébreu annonçant la victoire prochaine du Hezbollah contre son ennemi, ainsi que des interviews de juifs antisionistes ou des images de bombardements de civils libanais accompagnées de commentaires en hébreu<sup>53</sup>. La chaîne a également un « département d'observation hébraïque » pour suivre les médias israéliens. Certaines de ses émissions s'inscrivent dans une dynamique similaire : *La toile d'araignée* identifie et analyse les faiblesses d'Israël, tandis que *Terroristes* illustre les actes « terroristes » dont les Israéliens se rendent coupables en Palestine<sup>54</sup>. Le Hezbollah a aussi utilisé une technique de confusion à l'attention des médias pour décrédibiliser l'ADI auprès des citoyens israéliens : il annonce que ses soldats ont pénétré une position de l'ADI, mais ne fournit que peu de preuves vidéos. Ce n'est qu'une fois que l'ADI a nié la véracité de l'attaque que le Hezbollah diffuse la totalité de ses enregistrements, remettant ainsi en question les informations communiquées par l'armée à la population<sup>55</sup>. Résumé par un officiel du Hezbollah, « sur le terrain, on touche un soldat, mais un enregistrement de lui en train de pleurer en touche des milliers »<sup>56</sup>. Cette guerre psychologique se poursuit également sur le web. Les *hackers* du Hezbollah ont à plusieurs reprises répondu aux piratages israéliens de leurs moyens de communication par d'autres attaques virtuelles. Ils ont ainsi utilisé des sites vulnérables, notamment en Inde, au Canada et aux États-Unis. Grâce à ces derniers, ils sont parvenus à diffuser leurs vidéos de recrutement ou des coordonnées bancaires de comptes au profit desquels leurs soutiens à l'étranger pouvaient verser des donations<sup>57</sup>.

Si la guerre de l'information repose dans une large mesure sur la capacité de diffusion, le contrôle de l'information fournit également un avantage stratégique au mouvement. Ainsi, pendant la guerre de 2006, le parti a autorisé des journalistes à se rendre sur les zones de conflit qu'il contrôlait mais uniquement accompagnés par des militants, sur un parcours présentant

les zones les plus touchées par les bombardements israéliens. Le Hezbollah dissimule ainsi, à la fois, ses combattants blessés et ses propres actions militaires, tout en maîtrisant les faits et gestes de journalistes qui sont presque insérés (*embedded*). À ce contrôle institutionnel s'ajoute un encadrement informel, exercé par les journalistes d'*al-Manar* faisant pression sur leurs confrères étrangers quant au contenu de leurs publications<sup>58</sup>. La stratégie informationnelle du Hezbollah repose ainsi sur deux caractéristiques : d'une part, l'existence d'une « culture du secret » manifestée par cette dissimulation organisée ; d'autre part, l'utilisation d'habitants ou militants à des fins informationnelles<sup>59</sup>. Cette stratégie de communication s'exerce donc à la fois vers l'extérieur et vers l'intérieur<sup>60</sup>.

## Conclusion

L'objectif stratégique principal du Hezbollah demeure, aujourd'hui encore, d'apparaître aux yeux des Libanais, aussi bien que des autres populations du monde arabe, comme la figure de proue dans la lutte contre Israël. Malgré une dissymétrie nette, le Parti de Dieu a mobilisé une stratégie d'influence protéiforme, reposant à la fois sur des bases militaires, politico-sociales et communicationnelles. Ces trois dimensions ont toutes visé à produire simultanément un même schéma narratif. Prise dans son ensemble, cette stratégie démontre que le soutien populaire est le pilier de la capacité d'influence du mouvement au Liban-Sud.

Cette stratégie a moins évolué dans ses objectifs que dans sa forme. Elle repose toujours sur un savant mélange de guerre d'usure, guérilla opérationnelle, ancrage social et mobilisation par un accent mis sur la communication. Cependant, le conflit syrien, dans lequel le Parti de Dieu occupe une place cruciale en apportant un soutien militaire, technique et logistique au régime, complexifie la position du mouvement. D'une part, il semble démontrer sa continuité : le Hezbollah y utilise sa connaissance des techniques de guérilla en formant des milices et continue de prouver sa supériorité en territoire urbain. Il cherche également à y étendre son influence politique et sociale, par exemple en créant des branches syriennes de ses propres organisations, comme les scouts *Imam Mahdi*<sup>61</sup>. En revanche, le Parti de Dieu semble s'éloigner de sa stratégie d'influence telle qu'elle avait été conçue pour son opposition à Israël. Sur le plan militaire, de nombreux observateurs ont noté que les capacités du Hezbollah se rapprochaient de plus en plus de celles d'une armée conventionnelle : le mouvement aurait envoyé entre 7 000 et

<sup>52</sup> Ron Schleifer, *Psychological Warfare...*, op. cit.

<sup>53</sup> Olfa Lamloum, « Hezbollah Communication Policy... », op. cit.

<sup>54</sup> Bric Le Gouvello de la Porte, *Les stratégies d'information...*, op. cit.

<sup>55</sup> Iver Gabrielsen, art. cit.

<sup>56</sup> Walid El-Houri et Saber Dima. « Filming Resistance: A Hezbollah Strategy ». *Radical History Review*, 106, 2010, pp.70 – 85.

<sup>57</sup> Iver Gabrielsen, art. cit.

<sup>58</sup> Bric Le Gouvello de la Porte, *Les stratégies d'information...*, op. cit.

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, op. cit.

<sup>61</sup> Joseph Daher, *Les conséquences de l'intervention militaire du Hezbollah...* op. cit.

9 000 combattants en Syrie et déployé des systèmes de missiles air-surface particulièrement sophistiqués tandis que selon un général israélien, « travailler auprès des forces russes va certainement encourager le tournant du mouvement vers une stratégie plus offensive »<sup>62</sup>. De même, la stratégie du Hezbollah se transforme sur le plan politique. Son soutien au régime syrien, de même que les pertes enregistrées (1 300 combattants morts et des milliers blessés en 2016), engendrent des critiques aussi bien au sein de la population libanaise que de la direction du parti, fragilisant ainsi son ancrage domestique<sup>63</sup>. Malgré son identité profondément chiite, qui reste visible dans ses actions et déclarations, le Parti de Dieu cherche au Liban à nationaliser son discours politique pour le rendre plus inclusif. En Syrie, au contraire, il a recours à une rhétorique et symbolique éminemment chiite, aggravant considérablement les tensions confessionnelles sur place. La « lutte existentielle » n'est donc plus uniquement contre Israël, mais aussi à l'encontre des extrémistes sunnites, qualifiés de « *takfiris* »<sup>64</sup>. En outre, son intervention en Syrie a mis l'accent sur ses liens avec l'Iran, fragilisant ses revendications nationalistes. Enfin, la stratégie de communication du Hezbollah a également changé en devenant davantage réactive que proactive, cherchant ainsi à limiter les dommages sur son image et à détourner l'attention de la situation syrienne<sup>65</sup>. L'expérience syrienne souligne ainsi que la stratégie d'influence du mouvement est par essence évolutive. Deux lectures peuvent donc être faites de l'impact du conflit syrien sur le Hezbollah : à la fois nouvelle structure d'opportunité pouvant donner lieu à une possible montée en puissance du mouvement et source de fragilisation remettant en question l'ancrage populaire du Parti de Dieu au Liban.



<sup>62</sup> Général de brigade Muni Katz et Nadav Pollack, « *Hezbollah's Russian Military Education in Syria* », The Washington Institute, décembre 2015.

<sup>63</sup> Joseph Daher, *The Political Economy...*, op. cit.

<sup>64</sup> Joseph Daher, *Les conséquences...*, op. cit.

<sup>65</sup> Khatib, Matar et Alshaer, *The Hizbullah phenomenon...*, op. cit., p. 77.