



HAL
open science

Comment opposer un discours efficace à la propagande djihadiste en France et par quels moyens peut-on y parvenir ? Une approche militaire

Alban Sornin

► To cite this version:

Alban Sornin. Comment opposer un discours efficace à la propagande djihadiste en France et par quels moyens peut-on y parvenir ? Une approche militaire. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-03115356

HAL Id: dumas-03115356

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03115356>

Submitted on 19 Jan 2021

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et stratégies

Comment opposer un discours efficace à la propagande djihadiste en France et par quels moyens peut-on y parvenir ?

Une approche militaire

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Yanita Andonova

Nom, prénom : SORNIN Alban

Promotion : 2017

Soutenu le : 21/11/2017

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Qu'il me soit tout d'abord donné de remercier ma directrice de mémoire, Madame Yanita Andonova, ainsi que mon rapporteur professionnel, Monsieur Philippe Migaux pour leurs conseils avisés et leur soutien dans la réalisation de ce mémoire.

Je remercie également Mesdames Nicole d'Almeida, directrice de master, et Christelle Laulagnet, responsable pédagogique, pour leur investissement et leur dévouement tout au long de ma scolarité.

J'adresse également mes sincères remerciements à Messieurs François-Bernard Huyghe et Karim Amellal, de même qu'à mes différents interlocuteurs de l'administration pénitentiaire, du CIPDR et de la DGSI, qui ont bien voulu se montrer disponibles et me faire profiter de leurs analyses éclairantes.

Enfin, j'aurai une pensée toute particulière pour Madame Marie-Laure Perras-Penlou et Mademoiselle Flore Coppin dont le travail de relecture attentif et minutieux m'a été d'une aide précieuse et d'un grand réconfort.

Je dédie ce mémoire à mes parents et mon petit frère Héro...

I. Pour être efficace, l'élaboration d'un discours face à la propagande djihadiste doit d'abord reposer sur des bases et un cadre conceptuel clairement défini	10
A. Définir l'ennemi et sa propagande	10
1. Généralement mal désigné, l'adversaire est le salafisme djihadiste (cf. annexe ii)	10
a. Une branche de l'islamisme à l'idéologie radicale et révolutionnaire	10
b. Une réalité qui s'incarne essentiellement dans l'Etat islamique au Levant et en Irak	12
2. La propagande djihadiste est une partie intégrante de la stratégie générale de l'EI	13
a. Un discours séduisant qui relève d'une propagande classique	13
b. Une communication moderne et adaptée dans sa forme	14
3. Issue d'une pensée révolutionnaire insurrectionnelle, la propagande djihadiste vise à conquérir les cœurs et les esprits	15
a. La propagande djihadiste s'inscrit dans une perspective insurrectionnelle	15
b. Les objectifs majeurs de la propagande djihadiste	16
B. Définir les armes et le cadre d'emploi de la communication contre-djihadiste	18
1. La communication contre-djihadiste dispose de plusieurs formes de discours possibles, en fonction des différents objectifs qu'elle souhaite atteindre	18
a. Face à la propagande djihadiste, une communication spécifique s'impose	18
b. Du fait de certaines confusions courantes en France, une classification des concepts de discours semble nécessaire	19
2. Le cadre d'emploi du discours contre-djihadiste en France est celui d'une démocratie en guerre	22
a. La France n'a pris que tardivement la mesure de la nécessité d'agir face à la propagande de l'EI	22
b. Le cadre démocratique empêche le recours à la propagande et pose la question de l'état de guerre	23
3. Le phénomène de la radicalité constitue l'enjeu majeur de la communication contre-djihadiste, comme de celle qui lui est opposée	25
a. La démarche d'engagement dans le djihad ne doit pas être sous-estimée	25
b. La communication contre-djihadiste peut intervenir différemment selon l'étape du processus lié à la radicalité	26
C. Définir les parties prenantes et l'espace de bataille : le paradoxe français	28
1. Les différents émetteurs-destinateurs du discours	28
a. Les émetteurs publics	28
b. Les émetteurs privés	29

2. Les espaces différenciés où se déploie la communication contre-djihadiste nécessitent des discours adaptés	31
a. Les espaces réels	31
b. Les espaces virtuels	32
3. Les publics cibles de la communication contre-djihadiste	34
a. Les trois niveaux sur lesquels des effets sont attendus (cf. annexe iii)	34
b. Les trois niveaux de cibles (cf. annexes iv, v et vi)	36

II. Pour être efficace, la communication contre-djihadiste doit s'appuyer sur des contenus aptes à concurrencer la propagande djihadiste **39**

A. Les contenus de la propagande djihadiste	39
1. Le califat et le nouvel ordre mondial	39
a. La vision eschatologique du califat	39
b. Le nouvel ordre mondial selon le salafisme djihadiste	40
2. Le djihad salvateur	42
a. « Le storytelling du combattant »	42
b. La terreur des mécréants	43
3. Le bonheur en terre de Cham	44
a. Le paradis du bon musulman (cf. annexe x)	44
b. Le discours adressé aux femmes	45
B. Les difficultés de la mise en œuvre d'un discours contre-djihadiste en France	47
1. Le relatif échec initial du « contre-discours »	47
a. L'absence d'une réelle réflexion sur la stratégie à adopter	47
b. Les contenus ne sont pas toujours adéquats	48
2. Les contradictions du discours français	50
a. Les contradictions de la « politique arabe » de la France avec ses idéaux démocratiques	50
b. Les difficultés pour une société laïque et sécularisée de s'aventurer sur le terrain religieux	52
3. La question fondamentale d'Internet	54
a. Les frictions entre l'Etat et les plateformes sociales concernant les contenus djihadistes	54
b. Le complotisme est-il une fausse piste ?	55
C. La nécessité de différencier les contenus en fonction des publics cibles	57
1. Le discours vers le cœur de cible	57
a. Prévenir et dissuader les jeunes de passer à l'acte	57
b. Proposer de vrais discours d'alternatives au salafisme djihadiste	59

2. Le discours vers le deuxième cercle de cible	60
a. Aider les familles	60
b. Aider les initiatives locales par la connaissance et la reconnaissance	61
3. Le discours vers le troisième cercle de cible	63
a. Conjurer la peur	63
b. Montrer sa détermination et la capacité de résilience de la nation	64

III. La construction du discours contre-djihadiste français doit être organisée et conçue comme une stratégie structurée et portée par un maximum d'acteurs 67

A. Le discours doit s'intégrer dans une stratégie globale de lutte contre le djihadisme	67
1. Cette communication nécessite une articulation souple entre une impulsion centrale et de nombreuses initiatives locales	67
a. Le pilotage de la communication contre-djihadiste pourrait être assuré par une agence centrale de structure souple	67
b. Cette agence pourrait rendre disponible une bibliothèque de connaissances et de bonnes pratiques en s'appuyant sur la recherche	69
2. Elle doit coordonner et encourager la lutte contre la propagande djihadiste en favorisant les initiatives issues de la société civile	70
a. Il s'agit, dans un premier temps, de créer une communauté de la communication contre-djihadiste	70
b. Par ailleurs, la communication contre-djihadiste devra contribuer à mieux définir la place de l'islam en France	72
3. La communication française doit s'intégrer plus largement dans l'action internationale déployée contre le djihadisme	74
a. Faire valoir la particularité des conceptions françaises au sein des réseaux internationaux de lutte contre le djihadisme et la radicalité	74
b. Coordonner les efforts de la France avec ceux de la communauté internationale contre l'internationale djihadiste	75
B. L'efficacité du discours doit être mesurée à l'aune d'un système d'évaluation à court et long terme qui reste à inventer	77
1. L'évaluation de la communication contre-djihadiste soulève plusieurs difficultés susceptibles d'affaiblir la légitimité de ce discours	77
a. L'impact de la communication paraît difficile à évaluer	77
b. Le risque d'un renoncement à la communication contre-djihadiste	78

2. L'évaluation médiatique	79
a. L'évaluation numérique (online)	79
b. L'évaluation non-connecté (offline)	81
3. L'évaluation de long terme	82
a. L'évaluation scientifique	82
b. L'évaluation à l'épreuve des djihadistes et du cœur de cible	83
C. La communication contre-djihadiste doit emprunter des stratégies similaires à la propagande djihadiste tout en respectant le cadre démocratique	85
1. Faire renouer le paradigme français avec un grand récit national	85
a. Refonder un grand récit national fédérateur par une stratégie de nation (re)building permettant de dépasser les contradictions internes portées par le contre-discours djihadiste	85
b. Considérer les musulmans non plus comme des coreligionnaires exogènes mais comme des concitoyens indigènes	86
2. Adopter des stratégies de communication plus offensives, telles qu'elles sont mises en œuvre sur les théâtres d'opérations	88
a. La communication contre-djihadiste pourrait tirer avantage des capacités militaires en la matière, bien que la France ne semble pas y être disposée	88
b. Les savoir-faire militaires dans le domaine de l'influence permettant de manœuvrer dans l'espace discursif plaident en faveur d'une évolution de la position française	89
3. Développer une stratégie offensive innovante de long terme	91
a. Dépasser les djihadistes dans l'efficacité de leur communication en utilisant les codes qui en ont fait leur succès	91
b. Ne pas relâcher l'effort devant les difficultés actuelles de l'EI	93
IV. BIBLIOGRAPHIE	101
V. ANNEXES	114
VI. RESUME	125
VII. MOTS CLES	126

COMMENT OPPOSER UN DISCOURS EFFICACE A LA PROPAGANDE DJIHADISTE EN FRANCE ET PAR QUELS MOYENS PEUT-ON Y PARVENIR ?

UNE APPROCHE MILITAIRE

INTRODUCTION

Le 7 janvier 2015, deux hommes, Chérif et Saïd Kouachi, pénètrent dans la rédaction du journal satirique *Charlie Hebdo* et tuent douze personnes, dont huit membres de la rédaction et deux policiers, avant de s'enfuir en proclamant qu'ils ont « vengé » le prophète Mohamed. Le lendemain, Amedy Coulibaly abat une autre policière puis se lance à son tour dans une prise d'otages entraînant la mort de trois autres personnes. Ce double attentat inaugure pour la France, une année tragique qui va culminer le 13 novembre par le massacre de 129 personnes, à plusieurs points de Paris. Ces événements appartiennent désormais à ces instants dont, généralement, chacun retient la date et se remémore précisément ce qu'il faisait lorsqu'il a appris la nouvelle.

De fait, ils évoquent des images et des paroles qui marquent définitivement les mémoires : les frères Kouachi hurlant « *Allahu akbar !* » dans la rue Nicolas-Appert, le RAID investissant l'Hyper Cacher de la Porte de Vincennes, François Hollande évacué précipitamment du stade de France ou les corps gisant sur les terrasses des cafés de Paris, autant de symboles qui ont sidérés les Français et le reste du monde. Ces attentats, tous revendiqués par des groupes djihadistes, d'autant plus ont frappés l'opinion publique que bon nombre des terroristes qui les ont été perpétrés étaient de jeunes Français. Pourtant, la France est confrontée à la menace terroriste depuis de nombreuses années. A cet égard, 2015 ne s'inscrit pas seulement dans le prolongement des assassinats commis par Mohamed Merah en 2012, ni dans la préfiguration de l'attentat du 14 juillet 2016 à Nice, mais dans une perspective du tragique bien plus longue. En effet, si la France a vu différents groupes terroristes opérer sur son sol, comme l'OAS dans les années 1960 ou Action Directe dans les années 1970-1980, le fait est que l'islamisme s'impose progressivement en tant que menace prioritaire dans le paysage français contemporain.

Parmi les réalités polymorphes que recoupe la notion d'islamisme, le djihadisme appelle plus spécifiquement notre attention. Apparue au début des années 1980, cette mouvance de l'Islam radical n'a pas cessé de prendre de l'ampleur depuis. Par sa lecture littérale des textes sacrés et son recours à la violence, notamment terroriste, pour imposer ses vues, le djihadisme se définit comme une forme de fondamentalisme dont la référence majeure réside dans le *djihad*¹, sous son acception la plus étroite, c'est-à-dire, la guerre pour l'Islam. De ce point de vue, « *les logiques de la violence terroriste djihadiste*

¹ Ou jihad : « *L'abnégation, l'effort, la lutte, la résistance. Il est un devoir pour chaque musulman. Sa signification a évolué dans le temps et ses interprétations divergent. L'Islam en compte quatre types : le jihad par le cœur (pour s'améliorer, comme lutte spirituelle), par la langue, la main et l'épée (vision guerrière qui prévaut dans le djihadisme).* » (Myriam Benraad. L'Etat islamique pris aux mots. Paris : Armand Colin, mai 2017, p.173).

ne diffèrent pas fondamentalement d'autres types d'engagements armés. Pourtant les effets de la violence produite sont sans équivalence à la fois en intensité comme en formalisation des mises à mort. Cet exceptionnalisme tient probablement dans la principale singularité du terrorisme d'inspiration djihadiste : son fondement religieux indiscutable aux yeux des acteurs qui le pratiquent, légitimant un niveau de violence que d'autres groupes clandestins aux motivations moins spirituelles, s'interdisent »¹.

Après avoir fait ses premières armes face aux soviétiques en Afghanistan, le djihadisme se répand à travers le monde à la faveur du retour, dans leur pays d'origine, des vétérans étrangers venus prêter main forte aux *moudjahidines*² afghans. La France se trouve donc confrontée pour la première fois à cette mouvance, par le biais du Groupe Islamique Armé (GIA) algérien. Celui-ci s'en prend à des Français présents en Algérie, à partir de 1994, puis frappe par une vague d'attentats, entre juin et octobre, dans plusieurs villes de France. En juin 1995, l'attaque la plus meurtrière provoque la mort de huit personnes à la station Saint-Michel, en plein cœur de Paris. Dans une lettre d'adressée à la presse, en juin 1999, le GIA menace même de porter le djihad sur le territoire français. Mais le groupe est finalement très affaibli par l'action conjointe de l'armée algérienne et des services de contre-terrorisme français. Le djihadisme n'en continue pas moins à prendre son essor à l'occasion des conflits de Bosnie et de Tchétchénie³.

Mais ce sont surtout les attaques du 11 septembre 2001 qui donnent au djihadisme, et plus particulier au groupe Al-Qaïda, une nouvelle visibilité. Les guerres qui l'opposent à la coalition internationale menée par les Etats-Unis, en Afghanistan puis en Irak, confortent encore cette notoriété internationale. Al-Qaïda a démontré que le djihad est désormais mondial et que l'Occident est une de ses cibles privilégiées. Mais le Printemps arabe qui débute en 2011 vient modifier l'équilibre interne du djihadisme, dominé jusqu'alors par Al-Qaïda. A la faveur du conflit qui met aux prises différentes factions confessionnelles en Irak et en Syrie, un groupe dissident, l'Etat islamique (EI) proclame la fondation d'un nouveau califat en 2014, s'opposant ainsi ouvertement à Al-Qaïda. Tirant les enseignements de la révolution arabe, notamment au sujet du rôle joués par les réseaux sociaux, l'EI impose son hégémonie sur le mouvement djihadiste, au dépend d'Al-Qaïda.

Pour se faire, l'EI s'est appuyé sur un appareil de propagande très performant, fondé sur une stratégie de communication ambitieuse, pragmatique et réactive. Cette stratégie participe à véhiculer l'aura terroriste du groupe et s'inscrit, par conséquent, dans le cadre plus large des opérations militaires et de la vaste campagne de recrutement initiées par l'EI, afin de répondre à ses besoins en combattants, mais également pour peupler le proto-Etat du califat. On assiste, dès lors, à un phénomène de conversion d'un nombre croissant de jeunes du monde entier aux thèses djihadistes et à leur embrigadement dans les rangs de l'EI pour mener le djihad. Communément désigné sous le terme de radicalisation, ce phénomène alarmant

¹ Bilel Ainine, Thomas Lindemann. « Saisir les mécanismes de la radicalisation violente : pour une analyse processuelle et biographique des engagements violents », *Résumé du rapport de recherche pour la Mission de recherche Droit et Justice* / sous la direction de Xavier Crettiez et Romain Sèze, avril 2017, p. 5.

² Moujahid. « *Au pluriel moujahidoun, ou plus couramment moujahidin. Combattant, militant, résistant qui s'engage dans le jihad pour répandre l'islam* ». (Myriam Benraad. *Op. cit.* p.174)

³ Entretien de l'auteur avec un membre de la DGSI.

peut aussi « être non djihadiste, ainsi que le montre le cas d'Anders Breivik, qui a tué plus de soixante-dix personnes et en a blessé plus d'une centaine d'autres en Norvège. La radicalisation, au sens où les sociologues l'entendent, est la conjonction d'une idéologie radicale et d'une action violente »¹. Outre le danger sécuritaire qu'elle représente pour les pays occidentaux et musulmans, dès lors qu'elle se conjugue avec le djihadisme, la radicalisation constitue un défi, pour ces sociétés, par l'attrait qu'elle exerce sur leur jeunesse.

Dans ce contexte, la France se trouve particulièrement exposée puisqu'elle est une cible prioritaire du djihadisme, ainsi qu'elle a pu le mesurer à l'aune des nombreux attentats que nous avons évoqués. Par ailleurs, elle est un foyer majeur du recrutement des combattants étrangers djihadistes (*Foreign Terrorist Fighters*), c'est-à-dire, des « nationaux qui se rendent ou tentent de se rendre dans un État autre que leur État de résidence ou de nationalité, et d'autres personnes qui voyagent ou tentent de voyager de leur territoire à un État autre que leur État de résidence ou de nationalité, dans le but de commettre, d'organiser ou de préparer des actes de terrorisme, ou afin d'y participer ou de donner ou recevoir un entraînement au terrorisme », tels que les définissent le Conseil de sécurité des Nations Unies, dans la résolution 2178 portant sur les menaces contre la paix et la sécurité internationales résultant d'actes de terrorisme².

Pour faire face à ces défis, la France cherche par conséquent à élaborer une réponse crédible afin d'assurer la sécurité intérieure et extérieure de ses citoyens. A ce titre, différentes décisions et mesures concrètes ont été prises, parmi lesquelles l'instauration de l'état d'urgence, le 14 novembre 2015, a sans doute été la plus forte et la plus déterminante. Complémentaires des opérations militaires déjà engagées contre le djihadisme, au Levant ou au Sahel, ces dispositions visent, d'une part, à se prémunir contre la menace terroriste et d'autre part, à protéger les citoyens qui se montrent les plus vulnérables au phénomène de radicalisation. S'agissant du dernier point, figure, entre autres actions à mener, l'émergence d'un contre-discours visant à déconstruire la propagande djihadiste et à armer contre elle, les individus influençables en développant leur sens critique. Autrement dit, il s'agit de ne plus laisser à la communication de Daech, le monopole des réseaux sociaux, du net et, finalement, de la « vérité ».

La construction d'un discours s'opposant à la propagande djihadiste en France ouvre ainsi une perspective d'étude pluridisciplinaire dont les enjeux se révèlent multiples et fondamentaux. En effet, ces enjeux revêtent, tout d'abord, un aspect sociétal à plus d'un titre, dans la mesure où il s'agit d'ausculter l'état de la société française à l'épreuve du radicalisme islamiste, tout en tenant compte des lignes de fractures qui la traversent, ou qui sont supposées la traverser, comme des valeurs autour desquelles elle se retrouve et qu'elle n'entend pas abdiquer. Mais il convient également d'envisager cette société à travers le prisme de sa diversité, de sa complexité, de sa capacité de résilience et de son esprit de défense face à une menace majeure, ou encore, des aspirations de sa jeunesse et des perspectives qu'elle lui offre. D'autre

¹ Patrick Menucci. *Rapport fait au nom de la commission d'enquête sur la surveillance des filières et des individus djihadistes*. Doc. parl. A.N., n° 2828, 2 juin 2015, p. 39.

² United Nations Security Council. *Résolution n° 2178*. New-York : Organisation des Nations Unis, 2014, p. 4-5.

part, c'est la capacité de la société française à évoluer et à accepter les évolutions, notamment au regard de la recomposition religieuse qu'elle connaît actuellement sur son sol. En cela, la question d'un discours opposé au djihadisme touche aussi aux dynamiques internes de l'Islam, réalité humaine de plus d'un milliard d'individus répartis à travers le monde et dont la France ne peut mésestimer la place, y compris en son sein. Car, vu sous cet angle, c'est bien du rapport de la République laïque avec la deuxième religion pratiquée par les citoyens français dont on parle.

Par ailleurs, il va de soi que la communication constitue un des autres enjeux majeurs du discours contre-djihadiste. Dans cette optique, il apparaît effectivement nécessaire d'analyser, dans un premier temps, les concepts et les méthodes de communication mises en œuvre par les groupes djihadistes, d'en évaluer l'efficacité mais aussi, d'en discerner les faiblesses. De ce fait, une telle étude portera de manière préférentielle sur les communications développées par Al-Qaïda et l'Etat islamique, ces groupes disposant d'une vision et de moyens plus aboutis que les autres en la matière. En contrepartie, l'analyse du discours djihadiste nous renvoie au cadre institutionnel et social dans lequel la communication qu'on lui oppose peut se déployer. Cela implique donc de proposer une définition d'une telle communication et d'identifier les contraintes auxquelles elle doit faire face. *In fine*, cette étude ouvre un champ à l'imagination, en vue de proposer des arguments, des procédés ou des relais d'opinion susceptibles d'appuyer le discours contre-djihadiste. Cette perspective paraît d'autant plus intéressante qu'à l'inverse des pays anglo-saxons, la littérature universitaire se rapportant à ce type de communication reste assez succincte en France. Sans être tout à fait inédite, l'étude de la communication contre-djihadiste y demeure peu explorée à ce jour, en dépit des très nombreuses publications que génère le sujet du djihadisme, en général, et de l'Etat islamique, en particulier.

Enfin, d'un point de vue purement opérationnel, il existe une véritable attente vis-à-vis de la communication contre-djihadiste, compte-tenu de l'issue très critique à laquelle notre société pourrait être confrontée si elle ne parvenait pas à surmonter le défi du djihadisme. En effet, parallèlement à la lutte contre le terrorisme mise en œuvre par la police et les forces armées, les mesures visant à déradicaliser les anciens djihadistes et à prévenir la radicalisation sont les principales actions qui ont été identifiées jusqu'à présent pour faire obstacle aux menées des djihadistes, au sein des sociétés occidentales. A ce jour, si plusieurs initiatives ont été entreprises en France, aucune n'a encore clairement démontré son efficacité. Dans le cas de la radicalisation en particulier, tout reste à inventer face à un phénomène encore très récent. Grâce au déploiement de plusieurs outils d'analyses communicationnels, l'étude de ce sujet doit donc permettre de vérifier, à travers une situation concrète, dans quelle mesure les communicants impliqués dans la diffusion du discours contre-djihadiste mettent en œuvre les principes de la communication d'influence ou d'un autre type, qu'il s'agisse de la stratégie mise en œuvre, du langage et des images employés, des dispositifs utilisés ou des acteurs et influenceurs mobilisés. D'autre part, elle offre un moyen de mesurer l'efficacité de ces principes dans l'application opérationnelle qui en est faite. A cet endroit, il paraît intéressant de se demander si une telle communication, en adéquation avec la logique de « guerre de l'information » dans laquelle les groupes djihadistes se sont positionnés, peut et

doit se conformer aux principes généraux de la guerre et ainsi, mettre en œuvre des moyens et des savoir-faire militaires. En vertu de quoi, le développement de la communication militaire ne se limiterait plus dès lors au seul cadre des opérations extérieures auquel elle s'astreignait jusqu'alors.

Ainsi, il s'agit bien de se demander **comment construire une communication efficace pour contrer la propagande djihadiste en France.**

Ici la communication est considérée comme le processus par lequel un émetteur diffuse, au moyen d'un ou plusieurs canaux, un message réalisé dans un contenu, en vue de produire un effet particulier, manifesté par la réaction du récepteur auquel ce message est adressé. Dans le cas présent, cette communication entre en concurrence directe avec l'émetteur adverse dont l'objectif consiste dans l'affaiblissement voire, l'anéantissement de tous les émetteurs qui entreraient en contradiction avec la nature même de son message. C'est pourquoi, il nous a paru utile de désigner la communication de cet adversaire, en l'espèce, les groupes djihadistes, sous le terme de propagande. Si ce terme ne bénéficie pas d'une connotation très flatteuse, son usage ne dénote pas pour autant de notre part, un parti pris moral absolu qui viserait à élever la communication du côté du bien quand la propagande serait, a contrario, reléguée du côté du mal. Rappelons, à ce titre, la définition assez neutre qu'en donne Edward Bernays : « *La propagande moderne désigne un effort cohérent et de longue haleine pour susciter ou infléchir des événements dans l'objectif d'influencer les rapports du grand public avec une entreprise, une idée ou un groupe* »¹. De fait, celui-ci démontre que la propagande est née en démocratie et qu'elle n'est pas l'apanage des dictatures, par conséquent.

Néanmoins, l'origine historique de ce terme fait référence à la *Congregatio pro Propaganda Fide*, la congrégation de la propagation de la foi, organe de l'Eglise catholique chargée de répandre les dogmes romains à travers le monde, par l'intermédiaire des missionnaires. De ce fait, la propagande implique nécessairement une action psychologique visant une modification des comportements pour les rendre conformes à une idée, et dans le cas d'une dictature, totalitaire de surcroît, à une idéologie. S'agissant du totalitarisme, Serge Tchakhotine qualifie même cette dimension psychologique de « *viol des foules par la propagande politique* »². En conséquence, la forme de communication développée par les groupes djihadistes n'étant soumise à aucune contrainte d'ordre politique, comme c'est le cas dans une démocratie, en dehors de l'impératif de propagation de l'idéologie du djihad, il nous est donc apparu préférable de la distinguer par ce vocable de propagande.

La mouvance djihadiste se distingue par la vocation mondiale qu'elle s'est assignée et qui la met aux prises avec de nombreux Etats, puisqu'à ce jour, seule l'Amérique du sud est épargnée par ce phénomène. Si ce dernier s'oppose notoirement à l'Occident, il convient également de rappeler qu'il se bat et agit d'abord dans des régions majoritairement peuplées de musulmans, qui ne sont ni européennes ni américaines. De ce fait et afin de la rendre plus opérationnelle, il a semblé nécessaire de circonscrire le

¹ Edward Bernays. *Propaganda*. Paris : zones, octobre 2007, p.43.

² Serge Tchakhotine. *Le Viol des foules par la propagande politique*. Paris : Gallimard, 1992 (collection Tel).

cadre de la présente étude au seul territoire national de la France. Elle ne saurait se dédouaner pour autant, d'effectuer d'indispensables ouvertures hors de ce périmètre, à commencer par la région proche-orientale de l'Irak et de la Syrie où réside encore actuellement, le foyer le plus dur du djihadisme.

Mais la question de la construction d'une communication apte à contrer la propagande djihadiste en réduisant ses effets, voire en la rendant inopérants, soulève bien d'autres questions. En premier lieu, il convient de s'interroger sur ce qui fonde l'efficacité d'une communication, surtout lorsqu'elle prétend s'opposer à une autre. Par la même, c'est la nature de la propagande djihadiste et les bases de son succès qui nécessitent d'être clairement analysées pour en discerner les forces mais aussi les failles, et par conséquent, les moyens les plus à même de la mettre en échec. Ce point est d'autant crucial que l'omniprésence (l'omnipotence ?) des réseaux sociaux et d'Internet a profondément modifié le processus communicationnel en démultipliant notablement ses effets. Dès lors, la propagande djihadiste, par la menace qu'elle représente, ne fait-elle pas entrer la communication dans une nouvelle configuration ? Toutefois, cette question suppose tout d'abord de vérifier si la communication qu'on entend diffuser face à la propagande djihadiste, repose sur un corpus conceptuel réellement renouvelé et maîtrisé par tous les acteurs, pour s'avérer efficace. D'autre part, il paraît nécessaire de se livrer à une revue des contenus susceptibles de mettre en valeur le discours contre-djihadiste, face à un adversaire qui ne doit pas être sous-estimé quant à sa faculté de séduction, en dépit de la violence des mots et des images qu'il manipule.

En parallèle, il faut s'interroger sur les différentes parties prenantes qu'une telle communication met en relation ou confronte. Outre les rapports qu'entretiennent ces parties prenantes, c'est le rôle qu'elles sont à même de jouer qui se trouve posé, dans la mesure où les réseaux sociaux étendent leur pouvoir égalisateur sur chacune d'entre elles. Certes, l'Etat semble, de prime abord, l'acteur majeur d'une telle communication, puisqu'en tant que détenteur légitime de la violence, il est le premier à s'opposer aux groupes djihadistes. Néanmoins, la crise qu'il traverse actuellement, notamment sous l'effet de la mondialisation à laquelle « l'internationale djihadiste » participe pleinement avec ses propres règles, en fait-il l'émetteur le plus pertinent de cette communication. Du reste, on peut se demander si l'opinion publique, toujours plus avide de compréhension et de participation, entend véritablement s'engager dans la construction de la communication contre-djihadiste et à en assumer la part de conflictualité. Car si l'opinion publique se trouve directement affectée par la radicalisation de nombreux jeunes, on est en droit de s'interroger sur sa capacité à faire face dans de telles circonstances et à s'emparer d'un problème dont les causes et les aspects restent encore difficilement appréhendables. Et par ailleurs, c'est la question même de la jeunesse française, de ses références, de ses aspirations et de ses espérances qui s'impose à nous.

En dernier lieu, c'est l'organisation et la mise en œuvre d'une telle communication qui mérite d'être scrutée. Par son caractère inédit, il serait trop ambitieux de prétendre qu'elle atteigne d'emblée une opérabilité complète. A cet égard, les expériences menées à l'étranger peuvent apporter un éclairage dont il faut tenir compte. Pour autant, l'efficacité ne peut être atteinte par une communication qui chercherait à

s'affranchir de spécificités purement françaises. Sous cet angle, la question de la laïcité et le rapport de la propagande djihadiste au religieux, ne peuvent que se heurter. Elles supposent donc d'envisager l'apport que la religion est à même d'assurer et la capacité de la société française à lui confier une telle responsabilité, à ce sujet. Par ailleurs, si l'on considère que la communication contre-djihadiste se déploie dans le cadre incertain d'une guerre de l'information, c'est la question d'une intervention militaire sur ce terrain communicationnel, en grande partie virtuel, qui est en jeu, et par voie de conséquence, celle de la légitimité de ces moyens à intervenir. En somme, n'est-ce pas l'ensemble de la société dont la responsabilité se trouve engagée par la construction de cette communication, eu égard aux défis toujours plus imposants que l'idéologie du salafisme djihadiste, exogène par nature, fait peser sur notre société ?

A ce stade, trois hypothèses se dégagent clairement. Tout d'abord, il semble qu'une des difficultés à élaborer la communication contre-djihadiste en France réside dans l'absence de concepts clairement définis, s'agissant des notions liées à ce sujet, y compris sur le plan juridique. Cette lacune porte sur les différentes méthodes et types de discours à mettre en œuvre, la stratégie dont elle doit être l'expression ou le cadre dans lequel elle peut se déployer. A ce titre, ce manque de clarté conceptuelle paraît s'étendre également à d'autres notions avec lesquelles elle entretient des interactions étroites, à commencer par le processus de radicalisation et son pendant, généralement désigné par le terme de déradicalisation. Sur ce point, la terminologie anglo-saxonne contribue parfois à entretenir un certain manque de précision auquel il convient de remédier.

Par ailleurs, les contenus sur lesquels le discours contre-djihadiste doit s'appuyer soulèvent de réels doutes quant à leur adéquation avec le public ciblé et les canaux qu'ils empruntent pour les atteindre. Au demeurant, on entrevoit les contradictions pour notre République laïque et notre société sécularisée à détourner les publics ciblés par la propagande djihadiste, d'un terrain religieux sur lequel elles se montrent peu à l'aise. Cette situation paraît d'autant plus paradoxale qu'une bonne part des contenus djihadistes se nourrissent des codes culturels occidentaux, pour mieux attirer des jeunes pour lesquels ces derniers représentent bien souvent leurs seules références.

Enfin, la France hésite encore dans la réponse qu'elle apporte au défi de la propagande djihadiste et de ses effets, notamment par le manque de structure de cette réponse. En effet, comment organiser la construction du discours contre-djihadiste dans une société centralisée et démocratique comme la France, alors que toute communication émanant de l'Etat génère la méfiance chez la plupart des publics ciblés, d'une part, et que les libertés publiques constituent un cadre dont ce genre de communication ne peut s'affranchir, d'autre part ? De ce point de vue, la France se distingue de bons nombres de ses voisins, en particulier européens. Pour cette raison, une plus grande rationalité dans l'organisation chargée de produire et de porter un discours contre-djihadiste mérite au moins d'être envisager.

Pour se faire, une définition de la méthodologie retenue semble nécessaire. Cette méthodologie repose avant tout, sur l'approche militaire que nous avons souhaité imprimer à cette étude, non pour faire valoir des intérêts partisans inappropriés, mais plutôt pour apporter un éclairage original à une problématique particulièrement complexe, à laquelle bien d'autres disciplines des sciences humaines peinent à répondre, qu'il s'agisse de la psychologie, de la sociologie ou de la médiologie. Cette approche n'a pas pour ambitieux d'imposer une vérité péremptoire et encore moins de prétendre à s'ériger en un nouvel *opus* de la doctrine militaire. Plus simplement, elle cherche à contribuer à la réflexion générale visant à écarter le danger que le salafisme djihadiste fait peser sur la paix civile dont notre nation a pu se prévaloir jusqu'à présent, au prix de nombreux soubresauts historiques. Par le fait, nous espérons que notre participation à cette « *tâche nationale* » permettra, au moins, à délaissier des pistes inadéquates, au mieux à faire progresser la recherche, ne fut-ce que d'un pas, vers une issue favorable.

Cette étude s'est appuyée principalement sur une littérature institutionnelle, scientifique et médiatique présente sur Internet. De plus, ce terrain étant celui que privilégie la propagande djihadiste pour toucher ses adeptes et obtenir de nouveaux soutiens parmi les jeunes, il est donc apparu naturel qu'Internet soit le cadre prioritaire du discours s'opposant à cette propagande. Par conséquent, le web et les réseaux sociaux se sont révélés rapidement comme un terrain d'étude en soi. Des entretiens avec des acteurs de la communication contre-djihadiste sont aussi venu étayer notre étude, par l'apport inestimable de témoignages de terrain. Eu égard aux considérations sécuritaires qu'un sujet aussi sensible ne manque pas de générer, nous avons pris le parti de ne pas divulguer le nom des personnes interrogées.

Ces trois terrains d'étude nous ont permis de discerner puis de mettre à l'épreuve de la réalité, les trois hypothèses que nous les avons décrites précédemment. Bien que chaque terrain d'étude ait joué un rôle individuel vis-à-vis de ces trois hypothèses, nous pouvons affirmer que la littérature a été plus particulièrement efficiente s'agissant de l'hypothèse relative aux concepts et aux principes, Internet concernant l'hypothèse sur les contenus et les entretiens pour l'hypothèse touchant à l'organisation. Enfin, il convient de noter que ce sujet s'est finalement révélé très vaste, en raison des nombreux autres qui lui sont indubitablement liés telles que la mouvance djihadiste, la propagande qu'elle déploie, le processus de radicalisation ou la lutte anti-terroriste. Aussi passionnantes qu'elles soient, ces problématiques ne se confondent pas avec le cœur de notre sujet ce qui nous a nécessairement amené à opérer des sacrifices dans notre développement.

Par conséquent, notre étude s'est attachée à décrire dans un premier temps, le corpus conceptuel indispensable à l'élaboration d'un discours efficace face à la propagande djihadiste. Ce corpus vise notamment à définir l'ennemi de ce discours, les armes dont il dispose et le terrain sur lequel il évolue, ainsi que les différentes parties prenantes qu'il met en présence. Dans un deuxième temps, nous nous sommes attachés à analyser les contenus portant ce discours ainsi que ceux auxquels ils se confrontent, les diverses problématiques qu'ils suscitent avant de proposer une typologie à laquelle ils paraissent répondre. Enfin dans un troisième temps, nous avons essayé de présenter les enjeux liés à l'organisation

de la construction et de la diffusion d'une communication contre-djihadiste. Par ce moyen, il s'agissait de décrire les contours d'une stratégie adéquate, apte à s'inscrire dans une vision plus large de lutte contre le salafisme djihadiste, basée sur une évaluation capable d'en renforcer les effets et suffisamment pragmatique pour s'inspirer des principes qui ont fait les succès mêmes de son ennemi.

*

* *

I. POUR ETRE EFFICACE, L'ELABORATION D'UN DISCOURS FACE A LA PROPAGANDE DJIHADISTE DOIT D'ABORD REPOSER SUR DES BASES ET UN CADRE CONCEPTUEL CLAIREMENT DEFINI

Dans un discours prononcé à Munich, le 12 février 2016, le ministre de la Défense, Jean-Yves Le Drian, affirmait : « *Nous menons un combat contre un ennemi que nous n'avons pas choisi, un ennemi qui nous a pris pour cible (...), le défi que représente « l'Etat Islamique » appelle une réponse militaire, mais pas exclusivement militaire* ». S'il est vrai que le djihadisme s'est engagé dans une guerre totale, à l'échelle du monde interconnecté qui est le nôtre, son action de plus en plus prégnante et néfaste ne se limite pas à ses opérations militaires et ses actes terroristes. A cet égard, la communication constitue une arme fondamentale de l'arsenal dont il dispose. Pour qui prétend relever le défi lancé par la propagande djihadiste, il convient tout d'abord de baser sa riposte discursive sur un socle théorique solidement établi et maîtrisé par les acteurs qu'elle fait intervenir. A cette fin, la construction d'un discours contre-djihadiste repose donc sur une connaissance précise de la nature, des objectifs et des émetteurs du discours adverse. Par ailleurs, elle nécessite d'identifier les moyens qu'elle pourra mettre en œuvre, de délimiter le cadre dans lequel elle pourra se déployer et de comprendre les principaux enjeux qui lui sont attachés. Enfin, elle implique d'appréhender clairement ses parties prenantes, tant celles qui en seront les initiatrices que les publics qu'elle visera, mais également à travers les espaces sur lesquels ces parties prenantes se rencontreront. Dès lors, il s'agit bien de s'interroger sur la réalité du corpus conceptuel, socle du discours contre-djihadiste, d'en soupeser les faiblesses éventuelles et, *in fine*, de proposer les définitions aptes à consolider cette pierre angulaire du discours, par un travail de conception et de précision.

A. DEFINIR L'ENNEMI ET SA PROPAGANDE

1. GENERALEMENT MAL DESIGNÉ, L'ADVERSAIRE EST LE SALAFISME DJIHADISTE (CF. ANNEXE II)

a. UNE BRANCHE DE L'ISLAMISME A L'IDEOLOGIE RADICALE ET REVOLUTIONNAIRE

Composé d'une multitude d'écoles aux ramifications complexes, l'islam a connu des évolutions doctrinales diverses en fonction du rapport à ses textes fondamentaux, de l'interprétation qui en est faite, et de la manière d'appliquer ses préceptes au temporel. Parmi ces différentes traditions juridiques, les tendances les plus fondamentalistes¹, généralement désignées par le terme d'islamisme, excluent ainsi toute interprétation des textes saints au seul profit de la littéralité.

Le centre d'analyse, de prévision et de stratégie (CAPS) du ministère des Affaires étrangères et du développement international distingue trois familles d'islamismes : l'islam politique, l'islam salafiste et l'islam djihadiste². En dépit d'objectifs différents, voire contradictoires, ces trois courants ont en commun un idéal de société dans laquelle l'islam occuperait une place centrale. Si l'islamisme politique, essentiellement incarné par la confrérie des Frères musulmans, préconise une réforme des pouvoirs

¹ Le fondamentaliste est un courant religieux selon lequel les textes sacrés doivent s'appliquer à la lettre.

² « Question(s) d'Orient(s) », Les carnets du CAPS n° 21, été 2015, Centre d'analyse de prévision et stratégie, ministère des Affaires étrangères et du développement international.

politiques existants en les rapprochant d'un modèle islamique, le salafisme, pour sa part, prône un puritanisme religieux et social extrême, appliqué à partir de la base de la société et indépendant de toutes considérations politiques. Le wahhabisme saoudien est l'expression la plus courante de ce salafisme parfois qualifié de quiétiste¹.

Selon l'islamologue Mathieu Guidère, une tendance minoritaire du salafisme composée d'activistes, se démarque du quiétisme en ce qu'elle cherche à imposer une plus grande rigueur islamique, en faisant pression sur le pouvoir politique. Parmi ces activistes, le courant djihadiste revendique le renversement violent des pouvoirs existants pour permettre l'avènement d'un « *État islamique fantasmé supposé correspondre aux premiers temps de djihadisme la révélation coranique* »². En rétablissant le califat aboli en 1924 par Mustapha Kemal, il entend ainsi s'inscrire dans la succession historique du Prophète et mettre un terme à la rupture initiée par le nationalisme au Proche-Orient.

Conçu par le théoricien égyptien des Frères musulmans, Sayyid Qutb, le djihadisme constituait initialement une mouvance ouverte à tous les musulmans, y compris chiites. Pour Qutb, le *djihad* se définit non pas « *comme un effort individuel d'amélioration de soi et de la société mais comme une obligation individuelle et collective de mener la guerre sainte à l'invitation de "savants" autoproclamés comme lui-même* »³. Progressivement, la plupart des djihadistes se sont ralliés aux conceptions religieuses des salafistes, au point d'être souvent confondus avec ces derniers. La grande diversité des mouvements djihadistes participe d'ailleurs à l'entretien de cette confusion.

Théorisé sous sa forme la plus récente par Abou Moussab al-Souri, ingénieur syrien membre d'Al-Qaïda, le djihadisme se caractérise par son aspect radical, totalitaire et révolutionnaire. En effet, le triomphe de sa cause justifie le recours aux procédés les plus violents, comme le terrorisme, et une soumission absolue de ses combattants à sa loi. Son idéologie « *entend expliquer et réformer l'Histoire dans sa totalité* »⁴. Son projet vise à instaurer la suprématie de l'Islam sur le monde, au détriment de tous ses « ennemis ». Enfin, par la révolution, il aspire au renversement des structures responsables des « persécutions » perpétrées contre l'islam, comme l'indique l'un de ses combattants : « *Pour ma part, je m'identifie comme révolutionnaire : avant d'être musulman politiquement engagé, avant tout, je suis anti-impérialiste.* »⁵

¹ Kader Arif. *Rapport d'information au nom de la mission d'information sur les moyens de Daech*. Doc. parl. A.N., n° 3964, 13 juillet 2016, p. 15-16

² Kader Arif, id., p. 17

³ Kader Arif, id., p. 18

⁴ François-Bernard Huyghe. *Daech : l'arme de la communication dévoilée*. Paris, VA éditions, 2017, p.26

⁵ « Saisir les mécanismes de la radicalisation violente : pour une analyse processuelle et biographique des engagements violents », *rapport de recherche pour la Mission de recherche Droit et Justice /* sous la direction de Xavier Crettiez et Romain Sèze, avril 2017, p. 111

b. UNE REALITE QUI S'INCARNE ESSENTIELLEMENT DANS L'ETAT ISLAMIQUE AU LEVANT ET EN IRAK

La mouvance djihadiste connaît un premier essor pendant la guerre froide, face à l'Armée rouge en Afghanistan. A la fin des années 1990, elle prend un tournant stratégique majeur en désignant désormais les Etats-Unis comme leur nouvel ennemi. Ce nouvel axe est particulièrement porté par l'organisation Al-Qaïda et son chef, Oussama Ben Laden, à qui les attentats du 11 septembre 2001 confèrent une dimension internationale.

Dès lors, galvanisée par l'intervention américaine en Afghanistan puis en Irak, la mouvance djihadiste va subir une nouvelle mutation. Sous l'influence du théoricien Abou Moussab al-Souri qui fustige le centralisme d'Al-Qaïda et prédit son déclin, Abou Moussab al-Zarqaoui prend la tête d'un groupe, l'Etat islamique d'Irak, dont l'expansion se nourrit de l'extrême confusion et des profondes oppositions politico-confessionnelles qui règnent dans ce pays. A la faveur du printemps arabe et de la révolution syrienne, notamment, le groupe devient à partir d'avril 2013, l'Etat islamique en Irak et en Syrie¹, sous la conduite de son nouveau chef, Abou Bakr al-Baghdadi. Après une avancée fulgurante facilitée par le régime syrien de Bachar al-Assad, Al-Baghdadi proclame l'établissement du califat à Mossoul, provoquant ainsi une rupture définitive avec Al-Qaïda et ses branches locales, comme le Front al-Nosra.

En effet, en 2004 déjà, dans son livre *Gestion de la barbarie*², publié sur Internet, Abou Bakr Naji fonde les principes d'un califat islamique devant instaurer un climat de violence et de terreur. Considéré comme le *Mein Kampf* du djihadisme, ce livre pose ainsi les bases de l'organisation Etat Islamique et introduit des divergences avec bon nombre d'autres groupes de la nébuleuse djihadiste : « *Alors qu'Al-Qaïda et sa branche syrienne Jabhat al-Nosra veulent faire triompher le Djihâd global en exportant leur vision de l'islam, de manière à inverser le rapport de force en leur faveur, ce qui seul permettra l'établissement d'un califat définitif et rédempteur ; d'autres, comme Daech aujourd'hui, visent l'établissement d'un califat « ici et maintenant » sur un territoire donné à partir duquel est censé se répandre le Djihâd global* »³. L'anti-chiisme est également une divergence fondamentale « *les chiïtes incarnant "l'ennemi proche" par excellence chez Al-Zarqaoui, alors que Ben Laden -qui voulait sans doute aussi éviter tactiquement l'hostilité de l'Iran- n'évoquait jamais la question sunnite-chiïte* »⁴.

Selon Jean-Charles Brisard, président du Centre d'Analyse du Terrorisme, l'Etat islamique se démarque des autres groupes djihadistes par son assise territoriale qui, au plus fort de sa puissance, couvrait une surface égale à celle du Royaume-Uni, par sa force d'attraction et sa capacité de mobilisation sans précédent, ainsi que par la puissance financière que lui conférait la contrebande du pétrole ou le trafic

¹ Dawla alislâmiyya fi-l-'irâq wa-l-shâm, à l'origine de l'acronyme arabe Daech, ou Etat islamique en Irak et au pays de Cham, EIIC en français et ISIS en anglais, Cham (Sham selon la transcription anglaise) se traduisant par Levant.

² Abou Bakr Naji. *Gestion de la barbarie*, Paris : Éditions de Paris, 2007. Titre original transcrit de l'arabe : Idârat at-Tawahhûš : Akhṭar marḥalah satamuru bihâ l'ummah, littéralement « L'administration de la sauvagerie : l'étape la plus critique à franchir par la communauté des croyants ».

³ Jean-frédéric Poisson, Kader Arif, op. cit, p. 19

⁴ Jean-frédéric Poisson, Kader Arif, op. cit, p. 20

d'antiquités¹. Ces attributs de puissance lui ont permis de développer, par ailleurs, une capacité à communiquer sans commune mesure avec celle des autres groupes djihadistes.

2. LA PROPAGANDE DJIHADISTE EST UNE PARTIE INTEGRANTE DE LA STRATEGIE GENERALE DE L'EI

a. UN DISCOURS SEDUISANT QUI RELEVE D'UNE PROPAGANDE CLASSIQUE

Du fait de l'image et du discours que se renvoient mutuellement les forces en présence, la communication a toujours été un enjeu essentiel de la guerre. Elle le devient d'autant plus dans les conflits modernes car ceux-ci se déroulent désormais dans un environnement extrêmement médiatisé. Il nous suffit d'ailleurs de considérer les effets désastreux d'une communication insuffisamment maîtrisée, lors de la Guerre d'Algérie ou du Viêt Nam par exemple, pour nous en convaincre. A ce titre, le Dr. Haroro J. Ingram de l'Australian National University de Canberra, affirme que la stratégie de communication d'un belligérant doit être synchronisée avec sa stratégie politique et ses opérations militaires. En effet, la plupart des conflits modernes, et particulièrement les conflits asymétriques, reposent sur la combinaison fondamentale entre l'action politico-militaires et la manière dont le conflit et ses acteurs sont perçus. Dès lors, il importe que la communication et les opérations soient conçues étroitement afin d'obtenir des effets conjoints et complémentaires².

Or le djihadisme a parfaitement intégré cette dimension communicationnelle dans la stratégie globale de ses opérations militaires et politiques, comme l'affirmait déjà Abou Moussab al-Souri dans son *Appel à la résistance islamique mondiale* (publié sur Internet en 2004) : « *le combat dans la voie de Dieu est un ensemble réunissant sur un même plan : opérations politiques, militaires et médiatiques.* »³ Parallèlement, dans une lettre qu'il adresse le 9 juillet 2005 à Abou Moussab al-Zarqawi, Ayman al-Zawahiri, chef d'Al-Qaïda déclare que « *plus de la moitié de la bataille se joue sur le front des médias* »⁴. Mais tandis que la communication d'Al-Qaïda était centrée sur Omar Ben Laden et n'était diffusée qu'en arabe et en anglais, Daech s'inscrit, quant à elle, dans une démarche de diffusion plus étendue et de contenus chargés de mettre en valeur sa base combattante.

Selon le rapport sur *La propagande francophone de Daech*⁵, la stratégie de communication de l'Etat Islamique se décline sous trois formes. La première est une propagande du « un vers tous », émanant de l'organisation centrale en direction de la masse et véhiculée par une rhétorique d'adhésion, d'autorité et de mobilisation. La seconde est une propagande du « un vers un », venue de la base, c'est-à-dire adressée par les combattants eux-mêmes à leurs proches ; cette propagande qui bénéficie de la spontanéité des

¹ Eric Ciotti, Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 31.

² Haroro J. Ingram. *A Brief History of Propaganda During Conflict: Lessons for Counter-Terrorism Strategic Communications*, ICCT Research Paper, juin 2016, p. 36, traduction de l'auteur.

³ Christian Gravel. SIGLab. *Lutte contre la propagande djihadiste : le contre discours de la France* [en ligne]. Paris : Service d'Information du Gouvernement, 2017 [Mis en ligne le 15/02/17] < <http://www.siglab.fr/fr/lutte-contre-la-propagande-djihadiste-le-contre-discours-de-la-france> > [Consulté le 18/08/17].

⁴ Marc Hecker. « Web social et djihadisme : du diagnostic aux remèdes ». *Focus stratégique*, n° 57, Juin 2015, p. 17. La version en anglais de la lettre à Abou Moussab al-Zarqawi est consultable à l'adresse : https://fas.org/irp/news/2005/10/letter_in_english.pdf [consulté le 22/08/2017]

⁵ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *La propagande francophone de Daech : la mythologie du combattant heureux*. Fondation Maison des Sciences de l'Homme, 2017

réseaux sociaux n'en est pas moins strictement contrôlée par l'échelon central depuis septembre 2014. Enfin, la « propagande par le fait », constituée par les actes terroristes et leurs revendications, représente le volet le plus radical. Souvent qualifiée d'aveugle par les médias, elle n'en est pas moins rationalisée par ses auteurs, comme le souligne M. Jean-Charles Brisard : « [les terroristes] préfèrent les attentats ciblés et symboliques à forte résonance médiatique : communauté juive, police, militaires, Charlie Hebdo... C'est ce que l'on a appelé le « terrorisme stratégique », qui fait usage d'une violence ciblée, discriminée, vecteur, contrairement aux attentats « aveugles », d'une plus grande légitimité pour ces groupes »¹.

b. UNE COMMUNICATION MODERNE ET ADAPTEE DANS SA FORME

Pour mettre en œuvre leur stratégie de communication basée sur la propagande, les groupes djihadistes ont su s'appuyer sur les moyens technologiques et les innovations médiatiques développés en Occident, notamment. Dans ce domaine également, il convient de noter une nette évolution dans l'utilisation des vecteurs. Si les premiers djihadistes réalisent déjà quelques vidéos d'exécution en Bosnie ou en Algérie, Al-Qaïda initie une véritable professionnalisation de sa communication, grâce à la notoriété mondiale que lui confèrent ses actions retentissantes comme l'attaque du 11 septembre 2001. L'organisation se dote ainsi d'une agence de production audiovisuelle, As-Sahab, et d'une revue en ligne et en anglais, *Inspire* (2010) qui lui permettent de s'adresser prioritairement aux Etats-Unis, son « ennemi lointain ». Néanmoins, la plupart de la production djihadiste est alors réalisée par VHS et donc, tributaire d'un diffuseur, soit arabe (*Al-Jazeera*, chaîne qatarie), soit occidental, autrement dit, des médias détenus par « l'ennemi » quoiqu'il en soit.

Afin de contourner la censure des Etats de la coalition anti-djihadiste, Al-Qaïda recourt alors aux savoir-faire de salafistes réfugiés en Occident, tels qu'Anwar al-Awlaqi qui diffuse ses prêches sur Facebook et YouTube dès 2006. La qualité des supports s'améliore et une concurrence s'instaure entre groupes djihadistes, dans laquelle Al-Qaïda finit par perdre l'initiative médiatique. Mais c'est l'émergence de l'Etat Islamique qui marque le véritable essor de la propagande djihadiste, à la faveur du ralliement des cadres baasistes irakiens lui apportant leur expertise. Coordinée par une fondation « Base » directement subordonnée au calife, sa communication s'articule en sept départements spécialisés (vidéos, textes, photos, radio, traductions...) dont les plus célèbres sont l'*Al-Hayat* media center et l'agence *A'maq*. Elle compile également les informations de terrain qui proviendraient de 38 « bureaux » locaux, répartis à travers le monde.

Daech privilégie le recours à l'image et à l'idéologie par une diffusion verticale, à travers des vidéos et des revues de plus en plus sophistiquées et retravaillées, mais également horizontale, grâce à la contribution des combattants équipés de GoPro ou de smartphone. Ces images suivent les canons d'une esthétique propre à l'organisation afin de susciter l'émotion, tant chez ses ennemis que chez ceux qu'elle cherche à attirer. A ce titre, elle réutilise les codes culturels de l'Occident influencés par Hollywood pour l'essentiel, afin de séduire un public cible constitué par les jeunes musulmans vivant en Europe et aux

¹ Eric Ciotti, Patrick Menucci. Op. cit., p. 28.

Etats-Unis. Ainsi, « *Les tournages (qu'ils montrent des exécutions comme des scènes de la vie quotidienne) peuvent durer des heures et sont réalisés à l'aide de grues pour les travellings, de plusieurs caméras haute-définition, de musique et d'effets spéciaux et même de drones. Le tout pour délivrer le message le plus efficace et convaincant possible* »¹. Cinq types de supports différents sont réalisés : des blockbusters, des clips vidéo (appelés *nachid*), des jeux vidéo, des clips musicaux et des films « gore »². Cette propagande s'appuie, par ailleurs, sur une revue en ligne, *Dabiq*, déclinée en onze langues ; *Dar al-Islam* en est la version francophone. Depuis septembre 2016, Ces revues ont été remplacées par une revue unique publiée en huit langues, *Al-Rumiyah*³.

Le djihadisme investit également Internet dès le milieu des années 1990. Al-Qaida crée ainsi plusieurs sites puis de nombreux forums, mais se trouve confrontée aux attaques de services gouvernementaux ou d'activistes. A partir des années 2006-2008, il en résulte une crise de confiance des utilisateurs. Ceux-ci se tournent dès lors vers les réseaux sociaux qui font leur apparition. Ces nouveaux médias éveillent d'abord la méfiance des propagandistes djihadistes, mais ces derniers finissent par s'y rallier sous l'influence des combattants étrangers venus d'occidents et familiers de ces réseaux. Le rôle capital joué par les réseaux sociaux dans la propagation du Printemps arabe, à partir de 2011, achève de les convaincre. Le « djihadisme 2.0 » se développe donc à partir de 2012 grâce à l'afflux de combattants étrangers en Syrie puis sous l'effet de la stratégie numérique mise en œuvre par l'Etat islamique dès sa création.

3. ISSUE D'UNE PENSEE REVOLUTIONNAIRE INSURRECTIONNELLE, LA PROPAGANDE DJIHADISTE VISE A CONQUERIR LES CŒURS ET LES ESPRITS

a. LA PROPAGANDE DJIHADISTE S'INSCRIT DANS UNE PERSPECTIVE INSURRECTIONNELLE

Comme nous l'avons vu plus haut, le salafisme djihadiste est révolutionnaire par nature. Par conséquent, le combat qu'il mène s'apparente également à une guerre révolutionnaire. Selon David Galula, ancien officier de l'Armée française et chercheur associé à Harvard dans les années 1960, ce type de conflit qu'il qualifie d'insurrection (ici, le *djihad*), est une guerre civile, donc politique (à l'image des guerres déclenchées suite à l'intervention américaine et au printemps arabe), qui oppose un pouvoir central, généralement affaibli (le gouvernement chiite irakien et le gouvernement alaouite syrien), à des insurgés (les djihadistes), dans le but de s'assurer le contrôle de la population (les « bons musulmans » du pays de *Cham*) en gagnant « les cœurs et les esprits ». Bien que ne bénéficiant pas de l'avantage matériel à l'état initial, la force réelle des insurgés repose, de manière asymétrique, dans la cause qu'ils servent et l'idéologie puissante qui fonde cette cause (l'islam salafiste).

Cette asymétrie se vérifie également sous l'angle de la propagande, car « *l'insurgé, détaché de toute responsabilité, peut en faire jouer tous les rouages ; il peut, en tant que de besoin, mentir, tricher ou*

¹ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 29.

² Entretien à la DGSJ

³ Robin Verner. On a lu Rumiya, la nouvelle revue de propagande de l'Etat islamique, Slate [en ligne]. Paris : site de slate.fr 2016 [Mis en ligne le 06/09/16] <<http://www.slate.fr/story/123081/rumiyah-nouveau-magazine-etat-islamique>> [consulté le 15/10/17]

*embellir la réalité. Il n'a pas l'obligation de prouver les informations qu'il avance ; il est jugé sur des promesses et non sur ses actes. La propagande est donc pour lui une arme puissante. Il peut même réussir à masquer la faiblesse de son programme politique par une propagande efficace »*¹. Marc Hecker semble aller dans le même sens lorsqu'il écrit que « *La propagande de l'EI fait aussi apparaître cette organisation comme un mouvement de guérilla dont les pratiques ne sont pas sans rappeler les principes de guerre révolutionnaire définis par Mao Tsé-Toung* »².

On pourra certes objecter que les nouvelles technologies médiatiques permettent de répondre aux exigences de transparence et d'information exprimées par les opinions publiques. Désormais, plus aucun espace ne semble pouvoir rester dans l'ombre, comme en témoigne la divulgation de documents confidentiels de l'armée américaine sur le site *Wikileaks*, en 2010. La propagande djihadiste, elle aussi, ne peut donc échapper à ce phénomène. Néanmoins, l'emprise idéologique qu'elle exerce sur ses partisans et le détournement à son profit des productions d'informations issues de sa base, montre combien les groupes djihadistes ne sont pas soumis aux mêmes contraintes que les Etats et les sociétés, surtout lorsqu'elles sont démocratiques.

Sur le plan technique, par ailleurs, l'Etat islamique dispose des moyens nécessaires pour faire face aux mesures déployées par les autorités et les réseaux sociaux : « *sur Twitter, l'organisation utilise des robots (« bots ») qui démultiplient la force de frappe médiatique en republiant automatiquement les contenus. Cela limite les effets des suppressions de comptes Twitter qui sont récréés immédiatement par d'autres robots* »³. Cela explique en partie l'échec de la campagne de cyber-lutte entreprise par le collectif de hackers les [Anonymous](#), suite aux attentats de Paris en 2015, puis de Nice en 2016⁴. Outre des approximations et des erreurs commises dans le ciblage des comptes à supprimer, le collectif ne disposait pas de moyens suffisant pour contrer Daech sur Twitter. On comprend bien dès lors, qu'en dépit du contexte fortement marqué par la Guerre froide et la décolonisation qui les inspirés, les principes posés par Galula démontrent pleinement leur valeur dans le cas du djihadisme et de sa propagande.

b. LES OBJECTIFS MAJEURS DE LA PROPAGANDE DJIHADISTE

Conformément à ses préceptes idéologiques révolutionnaires et totalitaires, la propagande de l'EI suit au moins deux objectifs majeurs, à savoir, terroriser et fasciner les cœurs et les esprits. Comme nous l'avons vu, une force insurrectionnelle compense son infériorité militaire par la force de sa cause et par sa résolution à imposer cette cause. La propagande joue donc un rôle capital dans la conquête de l'ascendant moral sur son ennemi et sur ses propres partisans. En effet, il s'agit de convaincre les uns et les autres de ce que la cause de l'insurrection ne peut que triompher (pour Daech la vision eschatologique de la

¹ David Galula. *Contre-insurrection : théorie et pratique*. Paris : Economica, 2008, p. 26

² Marc Hecker. *Op. cit.*, p. 18.

³ Jean-Frédéric Poisson, Kader Arif. *Op. cit.*, p. 163

⁴ Romain Vitt. Les Anonymous sont-ils réellement efficaces contre Daesh ? *Phonandroid* [en ligne], 2015, [29/11/2015]. <http://www.phonandroid.com/anonymou-rellement-efficaces-contre-daesh.html> . [Consulté le 23/08/2017]

domination finale de l'islam sur le monde) car les insurgés sont prêts à recourir à tous les moyens et les sacrifices possibles pour y parvenir, dans une logique de dissuasion du faible au fort¹, voire du fou au fort.

Le premier objectif, l'enjeu de démoralisation de l'adversaire², passe naturellement par une rhétorique classique de menaces et de démonstration de force, comme l'EI a pu en faire la preuve, au moyen de tracts ou de haut-parleurs, lors du premier siège de la ville de Mossoul, en juin 2014, lequel s'est soldé par la fuite de l'armée irakienne, pourtant en supériorité numérique. Mais dans le cas du djihadisme, c'est surtout le recours au plus haut degré de violence qui est le trait le plus marquant de sa stratégie de communication. Sur ce point, l'EI semble avoir dépassé tous les autres groupes par l'extrême cruauté de ses exécutions (décapitations, noyades, bûchers...). A travers cette stratégie maximaliste, l'EI applique les enseignements de la guerre d'Algérie et les préceptes d'Abou Bakr Naji, selon lesquels la population se rallie à la plus cruelle des forces en présence pour ne pas en subir les exactions³.

Il s'agit, par ce moyen, d'instiller le sentiment de terreur par des effets de sidération devant l'ampleur et la théâtralité du crime commis. La mort spectaculaire est ainsi utilisée comme un vecteur médiatique de la terreur. En effet, « *une mort spectaculaire compte davantage qu'une mort, un message sur fond de bombe est mieux entendu. Seules les images sanguinaires et violentes transmises par la presse ont une emprise psychologique sur la population* »⁴. De fait, il existe un lien ténu entre terrorisme et médias : « *Le terrorisme ne veut pas que beaucoup de gens meurent, il veut que beaucoup de gens sachent* » comme l'affirmait Raymond Aron⁵. Les médias démultiplient l'impact psychologique du terrorisme, notamment dans les sociétés occidentales hyper médiatisées, où la guerre, comme la mort, ne constituent plus des réalités quotidiennes tangibles. Enfin pour celui qui le revendique, l'attentat terroriste confère un supplément de notoriété, donc de légitimité, auprès de ses partisans, et de crédibilité auprès de ses ennemis. A cet égard, Margaret Thatcher qualifiait les médias, « *d'oxygène de la publicité* » dont il fallait priver le terrorisme⁶.

Le second objectif est plus pratique, dans la mesure où il cherche, tout d'abord, à raffermir la volonté des combattants par une pédagogie de l'exemple. Ils se trouvent incités à sacrifier leur vie pour la terre de *Cham*, c'est-à-dire, celle des « vrais musulmans », en rendant témoignage, au sens littéral du mot martyr. D'autre part, il consiste à susciter des vocations parmi l'ensemble des musulmans sunnites de l'*oumma*⁷ mais aussi parmi les mauvais croyants repentis ou les convertis désireux de prendre la relève des martyrs pour devenir de bons musulmans. Par là-même, il s'agit donc de recruter des combattants étrangers,

¹ David Galula. *Op. cit.*

² Emma Gauthier. *Les réponses technologiques face à la propagande 2.0 de l'Etat Islamique*. Mémoire de recherche en Master 1, IEP de Lille, mai 2015, p. 19.

³ Entretien à la DGSI.

⁴ Audrey Ilpidi, Perle Reynaud-Fourton. « Les rouages de la mécanique terroriste », p. 33-38. *Le Journal des psychologues*, (n° 257). Mai 2008, p.38.

⁵ Audrey Ilpidi, Perle Reynaud-Fourton. Id., p. 37.

⁶ Andrew Marjoran. *Terrorism and the Oxygen of Publicity*, *blog Quilliam* [en ligne]. Londres : site de quilliaminternational.com, 2015 [Mis en ligne le 10/06/15]. <<https://www.quilliaminternational.com/terrorism-and-the-oxygen-of-publicity/>> [consulté le 15/10/15]

⁷ « La communauté des musulmans, indépendamment de leur nationalité, de leur ethnicité et de leurs gouvernants. Elle a vu le jour avec l'Hégire en 622, lorsque les premiers croyants formèrent une communauté de foi et de solidarité » (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p.177)

désignés par le vocable de *Foreign Terrorists Fighters* (FTF), car tous les musulmans sont appelés à contribuer au *djihad*. Enfin, la propagande djihadiste constitue un appel à la *hijrah*¹, l'émigration en terre musulmane². En cela, elle est un ferment du processus de radicalisation qui en est le corolaire et sur lequel nous reviendrons. Le premier numéro de la revue francophone de l'EI, *Dar al-Islam*, est d'ailleurs sans ambiguïté sur ce point : « *Dar al-Islâm n'est qu'un outil d'incitation à la Hijrah et au Djihâd et une modeste contribution de frères francophones qui vivent dans le Califat et qui voient autour d'eux cet État se construire sur le sang de leurs frères* »³.

B. DEFINIR LES ARMES ET LE CADRE D'EMPLOI DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE

1. LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE DISPOSE DE PLUSIEURS FORMES DE DISCOURS POSSIBLES, EN FONCTION DES DIFFERENTS OBJECTIFS QU'ELLE SOUHAITE ATTEINDRE

a. FACE A LA PROPAGANDE DJIHADISTE, UNE COMMUNICATION SPECIFIQUE S'IMPOSE

Compte tenu des effets que nous avons décrits, la propagande djihadiste est généralement identifiée par les Etats comme une cible majeure de leur stratégie de lutte contre le terrorisme. Néanmoins, du fait de sa nature immatérielle, cette propagande ne peut relever des mêmes mesures coercitives, ni être prise en compte par les mêmes services de sécurité que les filières terroristes ou les individus radicalisés, par exemple. C'est pourquoi les Etats-Unis ont développé le concept de *Counter Violent Extremism*⁴ (CVE). En 2011, l'administration Obama présente, en effet, cette méthodologie de contreterrorisme « soft » pour donner aux individus et aux communautés des moyens de se défendre et d'accroître leur résilience contre l'extrémisme⁵. Décliné en « *National Strategy for Empowering Local Partners to Prevent Violent Extremism in the United States* »⁶, ce concept compte trois volets dont la promotion de messages permettant de contrer la propagande de groupes comme l'EI. D'autre part, le CVE prétend à une certaine neutralité puisqu'il concerne autant le djihadisme que l'extrême-droite ou l'extrême-gauche violentes⁷. Par ce moyen, on cherche à ne stigmatiser aucune communauté, en particulier les musulmans.

Par la suite, les Etats-Unis se sont efforcés de promouvoir le concept de CVE sur la scène internationale, notamment par l'intermédiaire des Nations Unies. En décembre 2015, le Secrétariat général présente ainsi un *Plan d'action pour la prévention de l'extrémisme violent*. L'Union européenne adopte également ce concept de même que plusieurs instituts de recherches de culture anglo-saxonne. Néanmoins, le CVE s'est rapidement trouvé contesté aux Etats-Unis car, en pratique, ce programme concerne essentiellement la communauté musulmane qu'il visait justement à ne pas stigmatiser. D'ailleurs, le plan des Nations

¹ Cette notion signifie la « fuite », l'« exil » ou l'« émigration » et évoque le départ contraint du Prophète, persécuté, de la Mecque vers Médine en l'an 622

² Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 100.

³ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Id.*, p. 12.

⁴ Contre Extrémisme Violent

⁵ Faiza Patel, Michael German. *Countering Violent Extremism : myths and Facts* [en ligne]. Brennan Center for justice, 2015, p. 1 [novembre 2015] <https://www.brennancenter.org> [consulté le 24/08/2017]

⁶ Stratégie nationale pour responsabiliser les partenaires locaux de la prévention de l'extrémisme violent aux Etats-Unis (traduction de l'auteur).

⁷ Faiza Patel, Meghan Koushik. *Countering Violent Extremism*. Brennan Center for Justice at, New-York : New York University School of Law, juin 2017, p. 1

Unies infirmait lui-aussi l'ambiguïté de ce concept : « *l'extrémisme violent est un phénomène multiforme, qui échappe à toute définition claire. Bien qu'il ne soit ni nouveau ni propre à une région, une nationalité ou un système de croyance précis, des groupes terroristes comme l'État islamique d'Iraq et du Levant (EIL), Al-Qaïda et Boko Haram ont, au cours des dernières années, façonné l'image que nous en avons, ainsi que le débat sur les moyens de faire face à cette menace* »¹. De ce fait, le nouveau gouvernement américain a fait part de son intention de rebaptiser le CVE en « *Countering Radical Islam or Countering Violent Jihad* ».

Il apparaît donc nécessaire de conserver au salafisme djihadiste sa spécificité pour opposer une communication efficace à sa propagande. En effet, le CVE ne permet pas de prendre en compte la spécificité de cette mouvance de l'islamisme à laquelle il se trouve pourtant confronté presque exclusivement. Par ailleurs, l'imprécision qu'il génère, risque nécessairement d'entretenir une méconnaissance de l'adversaire puisqu'il se refuse à le désigner. Cela ne peut qu'aboutir, de notre point de vue, à une sous-estimation de la dangerosité de ce dernier, particulièrement dommageable dans le cas de l'EI et de son action en Europe notamment. En effet, comme l'affirme Magnus Ranstorp dans un document d'analyse sur les causes profondes de l'extrémisme violent, « *Les recherches existantes portent principalement sur des contextes non européens et définissent des grandes catégories qui ne cadrent pas facilement avec la radicalisation ou l'extrémisme violent des individus salafistes et djihadistes d'Europe* »².

b. DU FAIT DE CERTAINES CONFUSIONS COURANTES EN FRANCE, UNE CLASSIFICATION DES CONCEPTS DE DISCOURS SEMBLE NECESSAIRE

De prime abord, il ressort du contexte décrit précédemment qu'une grande confusion conceptuelle règne également sur la question de l'opposition à la propagande djihadiste. Cela tient essentiellement à la profusion d'initiatives et de recherches diffuses mises en œuvre en fonction des Etats. Une forte influence de l'approche anglo-saxonne se fait néanmoins sentir, dans la mesure où la plupart des publications abordant ce sujet sont rédigées en anglais. Ainsi s'entrecroisent les termes de « *counter-narratives* », « *counter-speech* » ou « *d'alternative narratives* », dans des orthographe changeantes³. Ayant investi ce champ, assez tardivement, la France a reproduit ce manque de précision épistémologique en traduisant ces termes par ceux de « contre-discours », « contre-narration » ou « contre-récit ». Il est notoire de remarquer que dans son *Plan d'action contre la radicalisation et le terrorisme (PART)* du 9 mai 2016⁴, le gouvernement ne définit pas le concept de contre-discours qu'il prétend pourtant développer à travers le cinquième axe de ce plan.

Par ailleurs, ces notions s'entrechoquent généralement avec leur champ d'application que sont le contre-terrorisme, la prévention de la radicalisation, la déradicalisation ou le CVE. Le rapport parlementaire

¹ Secrétariat général des Nations Unies. *Plan d'action pour la prévention de l'extrémisme violent*. A/70/674. New-York, 24 décembre 2015, p. 1.

² Magnus Ranstorp. « Les causes profondes de l'extrémisme violent ». *Document d'analyse du RSR/RAN*. Bruxelles : Radicalisation Awareness Network, 4 janvier 2016, p. 1.

³ Selon la publication « counternarratives », « counter-narratives » ou « counter narratives », sont utilisés indifféremment.

⁴ *Plan d'action contre la radicalisation et le terrorisme (PART)*, dossier de presse. Paris : DSAF, 9 mai 2016, p. 49.

n°3864 recommande ainsi que « *les initiatives de prévention de la radicalisation, si elles répondent prioritairement à des besoins individualisés, méritent d'être appréhendées plus globalement et doivent s'inscrire dans la construction d'un contre-discours* »¹, alors qu'il aurait été plus juste de considérer l'inverse. Autrement dit, c'est au contre-discours de s'inscrire dans la perspective d'une prévention de la radicalisation et plus largement encore, de la contre-radicalisation, comme l'affirme Marc Hecker².

D'une manière générale, le terme de contre-discours est retenu pour désigner l'ensemble des actions visant à s'opposer aux propagandes extrêmes. Toutefois, au sens strict du terme, le contre-discours désigne d'abord et avant tout, une forme spécifique de discours parmi ces actions³. Pour Ann-Sophie Hemmingsen et Karin Ingrid Castro, il « *est un concept large et mal défini qui est utilisé de différentes façons* »⁴. Pour sa part, l'*Institute for Strategic Dialogue* (ISD) décrit le contre-discours, sans le définir véritablement, comme un spectre regroupant le contre-discours en tant que tel, c'est-à-dire l'opposition directe ou indirecte au discours extrémiste soit par l'idéologie, la logique, les faits ou l'humour ; le discours alternatif qui contre la violence du discours extrémiste en mettant en avant des valeurs positives telles que la tolérance, l'ouverture d'esprit, la liberté et la démocratie ; la communication stratégique qui rend compte de l'action du gouvernement, réfute les désinformations et cherche à instaurer un lien avec les sphères et les publics clefs⁵. En l'occurrence, la communication stratégique est confondue ici avec un concept militaire qui recoupe pourtant une autre réalité. L'ISD qualifie également ce spectre de contre-message (*counter-messaging*) mais ne retient pas systématiquement cette terminologie dans ses autres ouvrages. Il en résulte, là encore, une confusion entre les deux acceptions possibles du contre-discours, soit en tant qu'ensemble de mesures, soit comme simple technique d'opposition, argument contre argument.

Le *Radicalisation Awareness Network* (RAN)⁶, quant à lui, suit une trajectoire plus sinueuse sur ce point. Dans la première édition de son document *Prévenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent : renforcer l'action de l'EU*⁷, il utilise tout d'abord le concept de contre-communication, c'est-à-dire, « *une réponse directe ou indirecte à la propagande extrémiste en ligne ou hors ligne (voire les deux)* », sous laquelle viennent se ranger différentes formes de contre-discours (politique, moral, religieux...) et méthodes telles que le *counter-messaging*, la narration alternative et le *counter-imaging*. En octobre de la même année, il reprend à son compte la typologie développée par l'ISD dans une publication conjointe avec ce dernier⁸. Cependant dans sa publication *Prévenir la*

¹ Jean-frédéric Poisson, Kader Arif. *Op. cit.*, p. 176

² Marc Hecker. *Op. cit.*, p. 32.

³ Bibi T. van Ginkel. *Responding to Cyber Jihad: Towards an Effective Counter Narrative*. ICCT – The Hague Research Paper, mars 2015, p. 5

⁴ Ann-Sophie Hemmingsen, Karin Ingrid Castro. « The trouble with counter-narratives ». *DIIS report*. Copenhague : DIIS, 2017.

⁵ Rachel Briggs, Sebastien Feve. *Review of Programs to Counter Narratives of Violent Extremism : what works and what are the implications for government?*. ISD, 2013, p. 7-8.

⁶ Le Réseau de Sensibilisation à la Radicalisation (RSR) relève de la Commission Européenne, ec.europa.eu/home-affairs/radicalisation_awareness_network

⁷ *Prévenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent : renforcer l'action de l'EU*. Collection RSR, Approches, leçons tirées et pratiques, Première édition, 15 janvier 2014, p. 107

⁸ Counter Narratives and Alternative Narratives, *RAN issue paper*. 1^{er} octobre 2015, p. 4.

*radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent. Fournir des récits alternatifs*¹ de 2017, il évacue la communication stratégique. En revanche, la version anglophone du même document fait toujours références aux trois types de discours, dont la communication stratégique, et semble les subordonner au contre-discours et au discours alternatif (*Delivering counter – or alternative narratives*)².

Enfin, Bibi van Ginkel note que le terme de contre-propagande est de plus en plus fréquemment utilisé parallèlement à celui de contre-discours qui, selon elle, ne constitue, *stricto sensu*, qu'une des composantes de la communication stratégique, au côté du discours alternatif, des campagnes publiques d'information et du rôle des médias traditionnels. Elle objecte, par ailleurs, que la contre-propagande par sa connotation plus guerrière, dénote sans doute le ralliement des Etats à l'idée qu'ils mènent une guerre des idées, sur Internet notamment, contre les organisations djihadistes³.

A ce point de notre réflexion, une clarification des concepts semble donc indispensable. Il s'agit, avant toute chose de déterminer par quel vocable qualifier l'ensemble des mesures prises dans le domaine de la communication pour réduire, voire annihiler, les effets de la propagande djihadiste. De ce point de vu, le concept de contre-discours n'apparaît pas satisfaisant dans la mesure où « *La notion de « contre-discours » est mobilisée en sciences du langage dans les travaux relatifs à l'argumentation. Cette dernière se fonde sur la confrontation entre un discours et un contre-discours : le « Proposant » conteste le discours de « l'Opposant » devant un « Tiers » que l'on souhaite convaincre (Plantin 1996)* »⁴. Dès lors, ce concept s'applique plus à la démarche contre-argumentaire qui oppose une contradiction à chaque idée avancée par l'adversaire, plutôt qu'à une stratégie d'ensemble de contre-propagande. Une telle stratégie, quant à elle, relève nécessairement de la communication puisqu'elle doit regrouper toutes les interactions entreprises pour gagner les cœurs et les esprits de la « population-tiers », qu'elles s'effectuent en action ou en réaction. Mais comme nous l'avons vu, il s'agit ici d'une « relation à trois ». Une communication de ce genre s'adresse donc au public cible-tiers comme à l'opposant, par des messages et des canaux différenciés. Elle doit donc couvrir l'intégralité des champs de la propagande adverse, à savoir, les informations, l'idéologie, le récit et les images.

Par ailleurs, cette communication doit qualifier clairement son ennemi. Ici, c'est bien de la propagande djihadiste qu'il s'agit puisque, par définition, tous les djihadistes sont en guerre contre des ennemis parmi lesquels compte la France. En revanche, le terme de salafiste ne s'impose pas nécessairement, dans la mesure où il recoupe en majorité le salafisme quietiste qui n'est pas djihadiste. C'est donc, selon nous, le terme de communication contre-djihadiste qui se substitue le mieux à l'usage courant mais dévoyé du terme de contre-discours. Celui-ci, en revanche, vient naturellement se ranger parmi les composantes de cette communication contre-djihadiste.

¹ *Prévenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent. Fournir des récits alternatifs*. RAN Collection approches et méthodes, édition 2017.

² *Preventing Radicalisation to Terrorism and Violent Extremism, Delivering counter- or alternative narratives*. RAN Collection of Approaches and Practices, édition 2017

³ Bibi T. van Ginkel. *Op. cit.*, p. 7

⁴ Julien Auboussier. « Présentation », *Semen* [En ligne]. 39 | 2015, mis en ligne le 19 novembre 2015, <<http://semen.revues.org/10463>> [consulté le 25 août 2017]

Pour finir, celle-ci se compose tout d'abord, du contre-discours, entendu comme la déconstruction et la démystification, argument contre argument, fait contre fait, image contre image, de la propagande djihadiste. En cela, la notion de contre-propagande paraît tout aussi pertinente, dans une vision, il est vrai, plus en phase avec le contexte de conflit qui oppose la France et les groupes djihadistes. La deuxième composante est le discours que nous qualifierons « d'alternatives » puisqu'il a pour but de présenter d'autres voies possibles que celles du djihadisme et de la radicalisation, à ceux que ces déviances pourraient tenter. Il n'est donc pas « alternatif » car il est porteur de l'altérité et non une altérité en soi, comme cet adjectif, de plus en plus usité, voire dévoyé, peut le laisser à penser. Enfin, le dernier volet est constitué par le discours stratégique (nous le substituons ici au terme de communication stratégique afin d'éviter toute confusion avec le concept militaire du même nom) : déployée par un Etat ou une organisation internationale dans le but d'appuyer ses objectifs politiques et militaires, il vise à informer ou convaincre les populations, comme les opposants djihadistes, de la réalité de l'action, de la détermination et des valeurs portées par cette puissance publique¹.

Cette structure conceptuelle permet d'envisager des interactions qui ne se limitent donc pas à la seule réaction dans laquelle le contre-discours semblait nous enfermer inéluctablement, face aux actions de communication djihadiste. Dans un premier temps, il s'agit bien, par la communication contre-djihadiste, de préserver notre « liberté d'action »² en reprenant l'initiative dont le terrorisme, et l'arrogance discursive de l'ennemi semblait vouloir nous priver systématiquement. Par ailleurs, elle permet de rétablir un rapport de force plus conventionnel en annulant l'inversion des rôles effectuée par Daech : c'est la France, Etat-nation, qui se confronte par sa communication à un groupe, pseudo-étatique, maximaliste et fondamentaliste, pourvoyeur d'un contre-discours trompeur. Non le contraire.

2. LE CADRE D'EMPLOI DU DISCOURS CONTRE-DJIHADISTE EN FRANCE EST CELUI D'UNE DEMOCRATIE EN GUERRE

a. LA FRANCE N'A PRIS QUE TARDIVEMENT LA MESURE DE LA NECESSITE D'AGIR FACE A LA PROPAGANDE DE L'EI

L'idée de s'opposer à la propagande djihadiste par la communication n'apparaît que tardivement en France, notamment au regard des nombreux attentats liés à l'islamisme, auxquels le pays a été confronté en 2012 et 2013. D'après Michel Wieviorka, « jusqu'en 2015, le terrorisme global n'a exercé que peu d'effets en profondeur sur la société française »³. En effet, c'est en janvier 2015 seulement, qu'une réelle prise de conscience s'effectue au sein la population française, comme au sommet de l'Etat. Ce dessillement s'accroît à mesure des nombreuses attaques terroristes qui suivront, essentiellement en décembre 2015 à Paris et le 14 juillet 2016 à Nice. Des signes inquiétants existaient pourtant à travers l'accroissement du nombre de départs de citoyens français pour se battre en Syrie, à partir de 2012, date à laquelle la Mission interministérielle de vigilance et de lutte contre les dérives sectaires (MIVILUDES) a

¹ Haroro J. Ingram. *Op. cit.*, p. 34.

² Maréchal Ferdinand Foch. *Des Principes de la Guerre*. Paris : Collection Stratégies et doctrine, Economica. 2007.

³ Michel Wieviorka. « L'impact du terrorisme sur la France ». *Cahiers de la justice et de la sécurité*, 35-36, INHESJ. Paris : la Documentation Française, 2016. P.56

reçu les premiers signalements de familles¹. A ce titre, le journaliste David Thomson affirme que « *les premiers Français sont partis en 2012, puis en 2013, sans qu'il n'y ait aucune mention de cette lame de fond dans les médias. À tel point qu'en France ils n'ont commencé à en parler qu'en 2014, au moment où les autorités réalisaient avec sidération l'ampleur du phénomène, au moment où il était déjà trop tard* »². Ce phénomène répond néanmoins à un changement de paradigme stratégique du djihadisme, opéré sous l'effet de l'émergence de l'EI, et qui consiste à considérer l'Europe comme une cible prioritaire par rapport aux Etats-Unis.

Dans l'urgence, le gouvernement initie donc les premières mesures de contre-discours en ouvrant le site stop-djihadisme.gouv.fr, le 28 janvier 2015 et plusieurs campagnes comme [Stop-djihadisme : Ils te disent...](#) et toujourslechoix.fr (18 novembre 2016), également relayés sur [twitter](#) et [facebook](#). Parallèlement en mai 2016, le gouvernement renforce son plan d'action national contre la radicalisation et les filières djihadistes, de février 2014, par un nouveau plan qui intègre le développement d'un « contre-discours », le PART³. Enfin, le 27 mai 2015, le Premier ministre Manuel Valls annonce la mise en place d'un « *bataillon de community managers de l'Etat pour opposer, et c'est plus difficile, une parole officielle à la parole des djihadistes et ne pas leur laisser l'espace numérique* »⁴.

Par la suite, l'Etat encourage l'émergence d'une communication contre-djihadiste au sein de la société civile, particulièrement sur les réseaux sociaux, d'une part, et parmi les musulmans français, d'autre part. Il engage donc des négociations avec les grandes entreprises d'Internet comme Google, Twitter et Facebook, pour les inciter à montrer plus de vigilance face aux messages djihadistes qui circulent sur leurs plateformes et à porter la communication qui s'oppose à de tels contenus. En réponse à la pression de l'Etat français, les trois réseaux sociaux annoncent le lancement d'une initiative commune, décorrélée de l'action gouvernementale, pour aider les associations à développer leur discours contre djihadiste sur leurs pages⁵. Enfin, une concertation s'amorce avec les instances musulmanes françaises afin de construire un discours de riposte islamique dans le cadre « *d'un véritable pacte avec l'islam de France* »⁶.

b. LE CADRE DEMOCRATIQUE EMPECHE LE RECOURS A LA PROPAGANDE ET POSE LA QUESTION DE L'ETAT DE GUERRE

Les attentats de masses initiés en 2015 et le radicalisme de plus en plus virulent du djihadisme salafiste à son égard, confrontent la France à la réalité de la guerre qui lui est faite au nom de l'islam. Les groupes djihadistes invoquent en effet le *djihad* comme une guerre défensive visant à mettre un terme aux

¹ *Réflexions sur la radicalisation violente et sa prise en charge*. MIVILUDES. Avril 2017, p. 2.

² David Thomson : « L'Europe est condamnée à subir le contre-choc des erreurs qui ont été faites », entretien avec Charlotte Pudlowski, *Slate*. 20 décembre 2016.

³ *Plan d'action contre la radicalisation et le terrorisme (PART)*, op.cit.

⁴ *Lutte contre la propagande djihadiste* [en ligne]. Paris : site du service d'Information du Gouvernement, 2015 [mis en ligne le 19 mai 2015] <<http://www.gouvernement.fr/argumentaire/lutte-contre-la-propagande-djihadiste>> [consulté le 26/08/2017]

⁵ Morgane Tual. Djihadisme : les géants du Web et le gouvernement vantent le « contre-discours », *le Monde*. Paris : site lemonde.fr, 2015 [mis en ligne le 02/06/2015]. <<http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/06/02/djihadisme-les-geants-du-web-et-le-gouvernement-vantent-le-contre-discours>>. [Consulté le 26/08/2017]

⁶ Manuel Valls. Reconstruire l'islam de France, tribune dans *le Journal Du Dimanche*. Paris : site lejdd.fr, 2016 [31 juillet 2016]. <<http://www.lejdd.fr/Politique/Manuel-Valls-Reconstruire-l-islam-de-France>>. [Consulté le 26/08/2017]

« persécutions » menées de manière ininterrompue depuis le VIII^e siècle, contre la terre d'Islam (la terre de Cham), par des ennemis parmi lesquels figure la France.

L'existence d'un état de guerre réel ou supposé conditionne nécessairement la stratégie de communication à adopter en conséquence, ne serait-ce que par le choix lexical sur lequel celle-ci doit reposer. Or la société française semble hésiter à ce sujet. En effet, le *livre blanc sur la sécurité intérieure et le terrorisme* de 2006 réfute l'idée que la France soit en guerre car elle « a choisi de demeurer dans une logique de temps de paix. Le fait qu'elle engage des forces armées dans la lutte contre le terrorisme ne contredit pas ce choix »¹. Mais le ton change dès le 13 janvier 2015 lors du discours de Manuel Valls devant l'Assemblée Nationale au cours duquel il déclare que « la France est en guerre »² évoquant même une guerre de civilisation le 28 janvier. François Hollande reprend également cette sémantique belliqueuse, notamment dans son [adresse à la Nation du 26 juillet 2016](#), suite à l'attaque de Saint-Etienne-du-Rouvray.

Mais ces multiples déclarations visant à démontrer la détermination de la France « contre la haine et le terrorisme »³ ne vont pas sans soulever la polémique au sein de l'opinion publique, comme en atteste l'intervention d'un chroniqueur face à Manuel Valls dans une émission télévisée diffusée le 16 janvier 2016 : « Vous êtes en guerre, le gouvernement est en guerre, pas nous »⁴. La dichotomie qui s'établit ainsi entre l'Etat et une part de la société civile reflète indubitablement l'état d'esprit d'une population accoutumée à plus de 70 années de paix consécutives sur son sol. Elle dénote également la sidération et l'incompréhension face à la menace djihadiste qu'elle méconnaît⁵.

Il en résulte donc la difficulté, pour le communicant, de prendre en compte la réalité conflictuelle dans laquelle il se trouve face à la propagande djihadiste, tout en amenant l'opinion publique à se saisir de cette réalité, sans l'en détourner, pour autant, par un discours trop véhément. De ce fait, il s'agit bien d'asseoir et de préserver la crédibilité de la communication contre-djihadiste, dans le respect des valeurs démocratiques. En effet, « Il semble impossible d'empêcher la propagande djihadiste sur les réseaux sociaux, sauf à suivre les pratiques de pays non démocratiques »⁶, ce qui exclut naturellement toute censure.

Par ailleurs, le développement d'une propagande doit également être écarté, tant cette notion souffre d'une connotation défavorable, voire totalitaire. La propagande semble proscrite par les régimes

¹ Gouvernement de la République française. *Livre blanc sur la sécurité intérieure et le terrorisme*. Paris : la Documentation Française. 2006, p. 117.

² Sylvain Moreau. « Manuel Valls et la rhétorique de la « guerre » contre le terrorisme », *Libération* [en ligne]. Paris : site libération.fr, 2016 [mis en ligne le 23/03/2016]. <http://www.libération.fr/video/2016/03/23/manuel-valls-et-la-rhetorique-de-la-guerre-contre-le-terrorisme_1441509>. [Consulté le 27/08/2017]

³ « Intervention de François l'attentat de Saint-Etienne-du-Rouvray », *France 24* [en ligne]. Chaîne youtube de France 24 [mis en ligne le 26/06/2016]. <<https://www.youtube.com/watch?v=X7azF3YpVnA>> [consulté le 27/08/2017]

⁴ Xavier Allain. « On n'est pas couché : Manuel Valls face au coup de gueule de Jérémy Ferrari », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2016 [mis en ligne le 17/06/2016]. <<http://tvmag.lefigaro.fr/le-scan-tele/polemiques/2016/01/17-on-n-est-pas-couche-manuel-valls-face-au-coup-de-gueule-de-jeremy-ferrari.php>>. [consulté le 27/08/2016]

⁵ David Thomson. *Op. cit.*

⁶ Eric Ciotti, Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 151.

démocratiques, bien que son usage ne soit pas illégal et que ceux-ci l'aient souvent utilisée avec succès¹, à l'exemple des Etats-Unis au sujet des armes de destruction massives irakiennes en 2003. Selon Galula, dans un régime multipartite, celui qui s'oppose à l'insurgé ne peut recourir à la propagande qu'à ses propres dépens : « *s'il ment, triche ou embellit la vérité, s'il ne prouve pas les informations qu'il avance, il n'obtient que des victoires temporaires et est définitivement discrédité. Qui plus est, il ne peut [...] tricher que de façon limitée : l'opposition, sinon, sera prompte à démasquer chacune de ses manœuvres psychologique* »². A cet égard, Christian Gravel, ancien chef du SIG, préconise plutôt le recours à une communication d'influence, c'est-à-dire, « *un moyen d'amener celui auquel on s'adresse à envisager une autre vision des choses, à changer son paradigme de pensée, à modifier ses fondamentaux* »³, afin de « *casser le "storytelling" de la barbarie* » et de « *convaincre sans être pour autant dans la caricature* »⁴.

3. LE PHENOMENE DE LA RADICALITE CONSTITUE L'ENJEU MAJEUR DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE, COMME DE CELLE QUI LUI EST OPPOSEE

a. LA DEMARCHE D'ENGAGEMENT DANS LE DJIHAD NE DOIT PAS ETRE SOUS-ESTIMEE

Comme nous l'avons vu, la propagande djihadiste cherche à mobiliser les populations musulmanes d'Occident « *en leur enjoignant de ne pas s'assimiler dans les sociétés européennes, mais, au contraire, d'entrer en dissidence avec elles pour détruire l'Occident de l'intérieur* »⁵, par le terrorisme essentiellement. Ce phénomène récent est désigné par le terme de radicalisation, soit « *le processus par lequel un individu ou un groupe adopte une forme violente d'action, directement liée à une idéologie extrémiste à contenu politique, social ou religieux qui conteste l'ordre établi sur le plan politique, social ou culturel* »⁶.

En dépit des précautions sémantiques prises pour y inclure l'intégralité du spectre de la radicalité, de l'extrême-droite à l'extrême-gauche en passant par l'islamisme, ce concept n'en pas moins régulièrement contesté pour son rapport à l'islam jugé discriminatoire⁷. De ce fait, les médias prétendent contourner l'écueil de la stigmatisation en attribuant généralement les actes terroristes à des déséquilibrés dont les motivations n'ont rien à voir avec l'islam⁸. Cette tendance à envisager l'engagement de nombreux jeunes dans le djihadisme, sous l'angle exclusif d'une défaillance psychiatrique ou d'une dérive sectaire liée à un environnement sociale défavorisé, risque néanmoins de minimiser la rationalité de cette démarche d'engagement et donc la responsabilité de l'individu engagé.

Or dans le cas du salafisme djihadiste, la radicalisation est la résultante d'un processus de persuasion opéré par une propagande elle-même basée sur un argumentaire et des objectifs qui ont été rationalisés.

¹ Haroro J. Ingram. *Op. cit.*, p. 34.

² David Galula. *Op. cit.* p. 26

³ Alain Juillet cité par Grégoire Dupont-Tingaud. Les parties prenantes, « milieu, théâtre et enjeu » des stratégies d'influence de l'entreprise », *Influentia* / sous la direction de Ludovic François et Romain Zerbib. Paris : Lavauzelle, 2015, p. 44.

⁴ David Galula. *Op. cit.* p. 26.

⁵ Gilles Keppel cité par Eric Ciotti, Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 28-29.

⁶ Fahrad Khosrokhavar cité par Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Comment prévenir la radicalisation : une revue systématique*. Montréal : Centre International pour la Prévention de la Criminalité, décembre 2015, p. 8-9.

⁷ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Id.*, p.111

⁸ François-Bernard Huyghe. Jihadsime et rien-à-voirisme. *Comprendre les conflits : une nouvelle polémologie / terrorisme* [en ligne]. 2016. Site de François-Bernard Huyghe, [07/02/2016]. <<https://www.huyghe.fr/actu>> [consulté le 29/08/2017]

L'augmentation constante, entre 2012 et 2016, du nombre d'attentats et de départs depuis l'Europe¹, rendent d'ailleurs compte de l'efficacité de cette rationalité particulière. Mais ce phénomène est encore trop récent pour que la recherche scientifique dispose d'une vision suffisamment claire sur ses causes profondes. Par conséquent, le profil-type du radical djihadiste reste difficile à établir² : « *Mis à part le genre et l'âge -la plupart des radicaux étant des jeunes hommes- autant l'éducation, que les ressources financières et sociales, les motivations et l'appartenance, etc. changent entre différents groupes, voire entre divers individus* »³.

Certains paramètres sont toutefois suffisamment saillants pour être incontestables, comme l'implication des réseaux sociaux et d'Internet, dans la mesure où ils sont des vecteurs majeurs de la propagande djihadiste. Mais le vecteur numérique agit surtout en tant qu'« *amplificateur* »⁴ pédagogique, au service d'un réseau de recruteurs de terrain chargés de mettre en œuvre une méthode de recrutement adaptée à chaque individu composant le public cible. Il s'agit donc bien d'un système d'embrigadement véritablement conceptualisé, organisé et individualisé dont la puissance ne doit pas être sous-estimée. Par conséquent, la France, comme la plupart des Etats touchés par la radicalisation, a identifié la réduction, voire l'annihilation, des effets de la propagande djihadiste comme un des enjeux majeurs de sa sécurité intérieure. Le développement d'une communication contre-djihadiste intervenant dans ce cadre, passe donc nécessairement par la prise en compte du phénomène de radicalité en tant que démarche individuelle raisonnée.

b. LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE PEUT INTERVENIR DIFFEREMMENT SELON L'ETAPE DU PROCESSUS LIE A LA RADICALITE

Outre sa complexité conceptuelle, la radicalisation, dès lors qu'on la conçoit comme djihadiste, doit être contrée différemment selon l'avancée du processus. En effet, elle peut recouvrir une réalité temporelle plus ou moins longue selon les individus. De même, son achèvement est conditionné par sa réalisation dans un passage à l'acte (*hijrah* ou attentat) ou non (attitude velléitaire). Pour rendre compte de cette réalité multiple, les anglo-saxons ont défini la notion de contre-radicalisation qu'ils décomposent en trois axes : « *Tout d'abord, la prévention de la radicalisation consiste à prendre des mesures pour que des populations vulnérables ne basculent pas dans la radicalité. Ensuite, la déradicalisation vise à faire en sorte que des individus déjà radicalisés abandonnent leurs idées radicales. Enfin, le désengagement suppose qu'une personne renonce à son appartenance à un groupe violent sans pour autant abandonner ses idées radicales* »⁵.

En France, la déradicalisation a suscité un certain intérêt dans l'urgence des mesures prises suites aux attentats de 2015. Elle est apparue alors comme une méthode possible pour retourner puis réinsérer les *Foreign Terrorist Fighters* (FTF), ces combattants terroristes étrangers rentrant dans leur pays d'origine

¹ 5000 Européens dont 1200 Français, chiffres entretien avec la DGSI.

² Bilel Ainine, Thomas Lindemann. *Op. cit.*, p.8-9.

³ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p.27.

⁴ Kader Arif. *Op. cit.*, p.158.

⁵ Marc Hecker. *Op. cit.*, p. 33.

après avoir effectué la *hijrah*, et souvent le *djihad*. Mais les différents dispositifs mis en œuvre, sans succès, ont décrédibilisé la déradicalisation, notamment suite à divers scandales financiers et à l'échec du centre de déradicalisation de Pontourny, resté sans pensionnaire pendant plus d'un an¹. Deux sénatrices ont de ce fait remis en cause ce concept par deux rapports établis en 2017 dans lesquelles elles « *ont tenu à proscrire l'usage du terme "déradicalisation"* »².

L'usage d'une communication contre-djihadiste représente l'une des mesures retenues dans le cadre de la contre-radicalisation. Par exemple, pour faire face à l'inquiétante radicalisation de nombreux détenus, l'administration pénitentiaire déploie des mesures de contre-discours, notamment, sous la forme de groupes de parole ou de dialogue avec un aumônier musulman, pour les détenus qui en font la demande. Néanmoins, la mise en place d'un processus d'évaluation de la dangerosité et de l'adaptabilité des détenus radicalisés, ainsi que de programmes initialement appelés de « déradicalisation »³, et désormais plus volontiers désignés par le terme de « désengagement », montre que cette administration a également réalisé une conversion conceptuelle.

De fait par expérience, la déradicalisation paraît illusoire puisqu'elle implique une évolution intellectuelle, un « *changement fondamental de vision* » par un « *processus social et psychologique* ». Dans le cas du désengagement, en revanche, « *il ne s'agit pas nécessairement de quitter un mouvement terroriste ou extrémiste car le désengagement est le plus souvent associé à un changement de rôle permanent ou temporaire. Il s'agit par conséquent d'un "changement de comportement"* »⁴ moins ardu à obtenir.

On comprend bien, par conséquent, que la communication contre-djihadiste doit intervenir en priorité dans le cadre de la prévention de la radicalisation, dès lors que c'est dans cette phase de la radicalité que la propagande djihadiste joue à plein, afin de convaincre les candidats potentiels. Il s'agit donc de lui contester le « monopole du cœur et de l'esprit », avant que ceux-ci ne soient verrouillés par l'idéologie. Le gouvernement français a d'ailleurs mis l'accent sur la prévention dans ses politiques de lutte contre la radicalisation et contre le terrorisme. Parallèlement aux mesures de signalement des comportements suspects et la censure des contenus djihadistes mises en place ou renforcées⁵, la construction d'une

¹ La fermeture du centre de Pontourny, réclamée par les deux sénatrices dans leur rapport final, a été annoncée le 28 juillet 2017 par le ministre de l'intérieur. Cette initiative expérimentale aura coûté 2,5 millions €.

² Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport d'information au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale sur le désendoctrinement, le désembrigadement et la réinsertion des djihadistes en France et en Europe*. Doc. parl. Sénat, n° 633, 12 juillet 2017, p. 10.

³ Contrôleur Général des Lieux de Privation de Libertés. *Radicalisation islamiste en milieu carcéral. 2016 : l'ouverture des unités dédiées*. 7 juin 2016, p.2.

⁴ Royal United Services Institute. *STRIVE pour le développement. Renforcer la résilience face à la violence et à l'extrémisme*. Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2015, p.51.

⁵ Loi du 21 décembre 2012 relative à la lutte contre le terrorisme, du 13 novembre 2014 renforçant les dispositions de lutte contre le terrorisme, du 24 juillet 2015 relative au renseignement, loi du 3 juin 2016 renforçant les mesures de lutte contre le crime organisé, le terrorisme et leur financement Cf. CIPDR-SG. Prévention de la radicalisation, kit de formation. Paris : CIPDR, 3^e édition, janvier 2017, p. 73

communication anti-djihadiste est donc régulièrement mobilisée, sous le vocable de contre-discours, comme une alternative moins répressive de la prévention¹.

C. DEFINIR LES PARTIES PRENANTES ET L'ESPACE DE BATAILLE : LE PARADOXE FRANÇAIS

La notion d'espace public permet de contourner celle de communauté qui n'est pas reconnue dans la conception française et permet d'éviter le phénomène de polarisation (isolement d'une communauté).

1. LES DIFFERENTS EMETTEURS-DESTINATEURS DU DISCOURS

a. LES EMETTEURS PUBLICS

L'élaboration et l'impulsion d'une stratégie de communication contre-djihadiste supposent qu'elle émane d'un concepteur unique et central. En cela, elle s'inscrit dans un des principes les plus fondamentaux de la guerre qu'est l'unité du commandement : « *Ce principe s'applique à tous les services et à toutes les entreprises. Il suppose la coopération, le travail d'équipe. Réciproquement, la coopération exige l'unité de commandement. C'est la raison pour laquelle ce principe porte aussi le nom de « coopération ». En prévenant les complications et malentendus, l'unité de commandement conduit également à la simplicité.* »². Egalement présent chez Galula sous le nom d'unicité de commandement³, il est appliqué de manière exemplaire par l'organisation de la communication de l'EI. Il assure, entre autres, la cohérence de la stratégie adoptée, permet de prendre l'initiative et de mener l'offensive sur le champ de bataille communicationnelle.

Ainsi, « *l'Etat peut favoriser stratégiquement le développement organisationnel de la communication responsabilisant (empowering) la société civile et les initiatives venues de la base, soit par un soutien financier, soit par l'apport de son expertise* »⁴. En effet, les moyens dont il dispose, grâce aux compétences de ses différentes administrations et à l'étendue de leurs réseaux, lui offrent la capacité de mener une multiplicité d'opérations de communication, à tous les niveaux où la propagande djihadiste est présente. A titre d'exemple, il est à même de développer un discours stratégique par l'intermédiaire de son réseau diplomatique et de ses communicants militaires en opérations extérieures, de mener des campagnes de contre-discours nationales, à l'image de [#ToujoursLeChoix](#), et de diffuser un discours d'alternatives localement et de manière individuelle au sein des prisons. Il est aussi en mesure d'effectuer des opérations clandestines de déstabilisation, contre les groupes djihadistes, grâce à ses services de renseignements.

¹ Rapport Pietrasanta. *Op. cit.*, p. 53-61.

² Jean Reisser. « Principes de la guerre ». *Revue Militaire Suisse*. Zurich : ETH-Bibliothek, n° 95, 1950, p. 37

³ David Galula. *Op.cit.*, p.129-131

⁴« Working Group 1: Counter-Narratives and Communications Strategy ». *Briefing paper 1*. Londres : Strong Cities Network - ISD. Mai 2016, p. 3.

La stratégie de communication contre-djihadiste de l'Etat est pilotée par le Comité Interministériel de Prévention de la Délinquance et de la Radicalisation (CIPDR). Initialement dévolu à la prévention de la délinquance, le comité a vu ses compétences étendues à la radicalisation par le gouvernement. Dans le cadre du PART, ce dernier lui a confié un rôle de coordination interministérielle et d'appui auprès des acteurs locaux, à compter de mai 2016. Outre la coordination des différentes administrations concernées, telles que l'Education Nationale, le ministère de la Ville ou la Caisse Nationale d'Allocation Familiale, il anime un large réseau de partenaires et d'acteurs de terrain. Il apporte également ses conseils et son expertise à travers des formations, des guides ou des échanges de bonnes pratiques. D'autre part, il assure la gestion du Fonds Interministériel de Prévention de la Délinquance et de la Radicalisation (FIPDR). Ce fonds permet de soutenir financièrement des initiatives diffusant une communication contre-djihadiste, ainsi que tout autre domaine relevant de la prévention de la radicalisation.

Le comité est appuyé dans sa mission par l'Unité de Coordination de la Lutte AntiTerroriste de la Police nationale (UCLAT) qui compte en son sein un département formation et contre-discours. Ce département est chargé d'animer des conférences de sensibilisation à la lutte contre la radicalisation, destinées aux agents publics de l'Etat ou des collectivités locales. Il doit également favoriser l'émergence et la diffusion d'un contre-discours dans le débat public, notamment sur le web et les réseaux sociaux, en collaboration avec le Service d'Information du Gouvernement (SIG)¹. Ce dernier, en effet, est toujours en charge de l'animation du site stopdjihadisme.fr.

Enfin, le CIPDR apporte son soutien aux préfetures sur lesquelles repose la responsabilité des dispositifs d'accompagnement des personnes signalées comme étant en voie de radicalisation et de leurs familles. Dans ce cadre, la communication contre-djihadiste se diffuse au niveau local par l'intermédiaire des moyens déconcentrés de l'Etat comme la police, la gendarmerie ou l'administration pénitentiaire ; par les collectivités territoriales, en particulier les mairies et les conseils départementaux ; et par les dispositifs de droit commun existants, tels que la protection de l'enfance, la prévention de la délinquance ou le soutien des familles.

b. LES EMETTEURS PRIVÉS

Si le rôle de l'Etat est capital dans la construction et le pilotage d'une communication contre-djihadiste, il ne peut en aucun cas en être l'unique porteur. Car d'après la plupart des chercheurs, « *la parole publique de l'État serait vouée à l'échec en ce domaine : les individus radicalisés, sous l'effet notamment de la doctrine complotiste qui leur est inculquée par les recruteurs, deviennent peu à peu insensibles au discours des médias comme à celui des autorités* »². Mais surtout, comme toute idéologie totalitaire, le salafisme djihadiste ne répond pas au critère de falsifiabilité défini par Karl Popper. Cette idéologie qui se pose comme la seule vérité possible, intègre dans son système, toutes les idées qui lui sont contradictoires en les présentant nécessairement comme fausses : elle ne peut donc être réfutée et ne supporte, dès lors,

¹ CIPDR. *Kit de formation*. 3^e édition, janvier 2017, p. 87.

² Jean-Pierre Sueur. *Rapport au nom de la commission d'enquête sur l'organisation et les moyens de la lutte contre les réseaux djihadistes en France et en Europe*. Doc. parl. A.N., n° 388, 1^{er} avril 2015, p. 136.

aucune opposition. Pour Christian Gravel, il est donc indispensable que cette communication trouve des appuis et des relais au sein de la société civile, notamment, dans l'entourage des personnes visées par la propagande djihadiste¹.

Cet impératif de mobilisation répond à plusieurs nécessités stratégiques : il permet d'augmenter l'impact d'un message en multipliant les médias qui le véhiculent, il renforce la résilience de la société face au discours djihadiste qui cherche à la terroriser, la diviser et la séduire, il gagne la majorité de la population à la cause contre-djihadiste en mobilisant un maximum d'acteur. Il s'agit, dans ce cas, d'une stratégie horizontale dont le terrain est constitué par la population². C'est d'ailleurs le deuxième axe qui caractérise la propagande djihadiste et qui a contribué à en assurer la réussite jusqu'à présent. En contrepartie, l'immense succès des récentes campagnes de communication spontanément lancées par la société civile, en Grande-Bretagne et en France, respectivement autour des slogans « *Not in my name* » et « *Je suis Charlie* », témoigne de la portée que peuvent avoir les acteurs de la sphère civile³.

Par ailleurs, « *alors que Daech est en mesure d'adapter son offre à chaque public, les États semblent peiner à proposer des solutions individualisées. Les initiatives à destination des populations des territoires contrôlés par Daech sont quant à elles très rares et souvent peu efficaces* »⁴. Parce qu'elle en est l'environnement direct et quotidien, la société civile dans laquelle évolue les publics cibles des djihadistes, offre donc la capacité d'individualiser le discours et de le diffuser par capillarité.

Enfin, la mobilisation de la société civile est d'autant plus nécessaire qu'elle éloigne le risque de sa polarisation, c'est-à-dire, « *le processus qui amène des groupes de la société à se poser en adversaires. Le fait qu'ils opèrent une distinction mentale entre « nous » et « eux »*. *La distanciation et les conflits se multiplient, ce qui entraîne un climat politique où prospèrent les préjugés, les discours haineux et même les crimes haineux* »⁵. Outre le fait que ce phénomène rend les individus plus vulnérables à la propagande djihadiste, il instille l'idée que la société française est fragmentée en communautés, incompatibles entre elles et insolubles dans la nation. Cette dernière voit sa cohésion d'autant plus mise à mal que dans la conception française, il n'existe pas d'autre communauté en dehors de la nation. Autrement dit, elle est la conscience d'un capital commun dans le passé et d'« *une volonté commune dans le présent* »⁶.

La société civile qu'on peut définir comme l'ensemble des citoyens, des organisations sociales et des institutions qui forment la base d'une société fonctionnant en dehors de l'Etat⁷, revêt une réalité très diverse. Elle regroupe ainsi le tissu associatif, les ONG, les instituts de recherches, les familles... Dans notre cas, il convient de lui associer les victimes d'attentats et leurs familles, les autorités religieuses

¹ Christian Gravel. *Op. cit.*

² David Galula. *Op. cit.*, p. 16

³ Jean-Pierre Sueur. *Op.cit.*, p. 136.

⁴ Kader Arif. *Op. cit.*, p. 172.

⁵ Steven Lenos. « Défis des politiques de prévention dans une société de plus en plus polarisée ». Document d'analyse du RSR. Bruxelles : RAN novembre 2016, p. 5.

⁶ Ernest Renan. *Qu'est-ce qu'une nation ?* 11 mars 1882. Conférence faite en Sorbonne. Paris : Calmann Lévy, 1882, p. 7.

⁷ « The Role of Civil Society in Counter-radicalisation and De-radicalisation. A working paper of the european policy planners' network on countering radicalisation and polarisation (PPN) ». *PPN Working Paper*. Londres : ISD, octobre 2010, p. 4.

musulmanes et, plus particulièrement, des combattants étrangers (FTF) repentis. Pour ne fournir qu'un exemple, citons l'Association Française des Victimes du Terrorisme (AFVT). L'association met en avant le discours des anciens radicaux et des scientifiques, qui sauront déconstruire le discours, et surtout, celui des victimes du terrorisme dont la voix est utile pour créer un « choc narratif ». Elle propose aussi de promouvoir des leaders positifs dont le discours est capable d'avoir un impact¹. Enfin, elle fait partie du réseau RAN qui œuvre à l'élaboration d'une contre-propagande positive et constructive, afin de sensibiliser les citoyens, notamment les plus jeunes, aux dangers irrémédiables de la radicalisation menant au terrorisme.

2. LES ESPACES DIFFERENTIES OU SE DEPLOIE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE NECESSITENT DES DISCOURS ADAPTES

a. LES ESPACES REELS

La nécessité de réserver le concept de communauté à la nation implique de recourir à un autre critère d'application de la communication contre-djihadiste. De ce point de vue, une approche spatiale plutôt qu'humaine paraît offrir une alternative intéressante, notamment à travers la notion d'espace public. Considéré « *comme lieu d'exercice de la parole publique, comme lieu de production et de circulation sociale du sens et comme lieu de débats relatifs à la mise en discours du social* »², il est un des lieux où se joue, à des échelles différentes, l'affrontement avec le djihadisme pour lui contester la « domination informationnelle ».

Pris comme un espace de bataille, on peut en effet décomposer l'espace public selon trois niveaux hiérarchiques, directement inspirés par la doctrine militaire et à travers lesquels la communication contre-djihadiste va se déployer. Le premier est le niveau stratégique où un Etat, ou un groupe d'Etats, déploie ses ressources pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé : concernant notre sujet, c'est le niveau des campagnes nationales (#ToujoursLeChoix) et de la communication directement adressée aux groupes djihadistes et à la communauté internationale. Le deuxième est le niveau opératif, là où les opérations sont planifiées, conduites et soutenues en vue d'atteindre les objectifs fixés au niveau stratégique : il s'agit du niveau des initiatives et des programmes coordonnés localement. Enfin, le niveau tactique est celui auquel les affrontements sont planifiés et exécutés pour atteindre les objectifs assignés par le niveau opératif : à ce niveau s'effectue le suivi individuel d'une personne en voie de radicalisation, par exemple.

Par ailleurs, on peut également définir plusieurs terrains prioritaires sur lesquels les opérations de communications vont se dérouler, bien que la plupart d'entre eux ne soient pas toujours retenus par les chercheurs comme des critères pertinents du phénomène de radicalisation, compte tenu de la grande diversité des parcours observés. A ce titre, dans son rapport *Génération radicale* qui a fait débat, le député Malek Boutih note ainsi que ces dernières années, l'homogénéité du territoire français s'est distendue au bénéfice du djihadisme : « *Deux fractures importantes sont apparues et c'est dans les zones concernées par ces fractures que le radicalisme recrute le plus massivement et le plus facilement* ». Il

¹ Sébastien Piétrasanta. *Op. cit.*, p. 58.

² Julien Auboussier. *Op. cit.*

s'agit, d'une part, des zones rurales paupérisées et « oubliées des politiques publiques », et d'autre part, « les quartiers urbains les plus dégradés et les plus ghettoïsés » que les islamistes radicaux ne contrôlent pas encore mais où ils « ont établi un rapport de force nettement visible »¹. Dans un cas comme dans l'autre, il semble que ces fractures proviennent de la conjonction du désengagement de l'Etat et d'un manque de perspective de la jeunesse plutôt que du seul fait des difficultés socio-économiques de ses espaces.

Mais l'affrontement avec la propagande djihadiste pose également la question de deux sortes d'espaces publics particuliers que sont les mosquées et les prisons. Toutefois, il n'y a pas de consensus actuellement sur le rôle tenu par ces lieux, notamment au regard de la radicalisation. En effet, pour le moment, aucune enquête n'a permis de mettre en évidence qu'un djihadiste français se serait radicalisé dans une mosquée française ou qu'un discours ouvertement favorable au *djihad* ait été tenu dans l'une d'entre elle, même par des imams salafistes quiétistes. Néanmoins, il n'est pas à exclure qu'un autre message puisse être porté, à la sortie du prêche, par un religieux sans titre officiel ou qu'une mosquée soit le lieu où sont repérés par des recruteurs les musulmans modérés les plus influençables².

De la même manière, la prison génère des débats, certains comme Dalil Boubakeur, l'ayant qualifiée de « pouponnière du djihadisme ». De fait, les signes d'une radicalisation de nombreux détenus étaient connus des autorités pénitentiaires, bien avant les attentats de 2015 et la mise en cause des prisons. Néanmoins, plusieurs observateurs s'accordent à dire que la radicalisation en prison est souvent surestimée, certains détenus simulant une adhésion aux thèses radicales de manière à échapper aux pressions des prosélytes fondamentalistes tandis que d'autres recherchent d'abord dans la religion un réconfort ou un soutien moral³. A contrario, « une part non négligeable des Français partis en Syrie ne seraient jamais passés par la prison, ni n'auraient attiré sur eux l'attention des services de police, de la justice ou de la protection judiciaire de la jeunesse »⁴. Dès lors, Bernard Cazeneuve, alors Ministre de l'Intérieur, préférait souligner plutôt la porosité entre djihadisme et délinquance, laquelle est avérée pour la quasi-totalité de ceux qui ont commis des actes violents au nom du *djihad* entre 1995 et 2015, outre le fait qu'ils étaient issus des banlieues.

b. LES ESPACES VIRTUELS

L'autre terrain sur lequel le djihadisme entend mener la guerre de l'information est virtuel, il s'agit des médias eux-mêmes. Ce type de guerre combine un usage opérationnel des contenants, de nature technologique, et des contenus qui relèvent de la propagande⁵. Les groupes djihadistes, en particulier l'EI, déclinent ce principe stratégique dans leur communication, tant sur un axe médiatique classique que numérique, donc disruptif, démontrant ainsi leur grande capacité d'intégration des innovations

¹ Malek Boutih. *Génération radicale*. Rapport de mission auprès du Premier Ministre. Juin 2015, p.56.

² Patrick Menucci. *Op. cit.*, p.41

³ Entretien de l'auteur avec une psychologue en milieu carcéral.

⁴ Jean-Pierre Sueur. *Op. cit.*, p.53.

⁵ *La France peut-elle vaincre Daech sur le terrain de la guerre de l'information ? Rapport d'alerte* / sous la direction de Christian Harbulot. Paris : Ecole de guerre économique, mai 2015 p. 9.

technologiques. Outre les fonctions de conviction, de terreur et de recrutement que nous avons déjà évoquées, ce mode d'action permet aux djihadistes de remplir un autre effet majeur de leur stratégie en portant la guerre au cœur de sociétés réputées sûres et pacifiées : les médias agissent alors comme leur cheval de Troie¹.

On comprend mieux, dès lors, que les médias des sociétés démocratiques constituent une de leur cible privilégiée, non seulement pour les utiliser à leur avantage, mais également en tant qu'ennemi. Dans le premier cas, les médias servent de caisse de résonance de la propagande djihadiste. Ainsi, l'EI a utilisé les compétences d'un de ces otages journaliste, le britannique John Cantlie, pour réaliser des reportages à sa gloire. Michel Wievorka et Dominique Wolton vont même jusqu'à parler de pacte diabolique passé entre les médias et les terroristes puisque chacune des deux parties prenantes tire un bénéfice de l'action de l'autre². Dans le deuxième cas, les journalistes assurent la promotion du djihadisme à leurs dépens comme le massacre de la rédaction de *Charlie Hebdo* nous le rappelle. Le cinquième numéro de la revue de l'EI *Al-Rumiyah* est sans ambiguïté à ce sujet : « *Les batailles des moujahidines et de leurs ennemis se déroulent aujourd'hui autour de deux axes décisifs. Le premier est l'axe militaire, déjà mentionné. Le second axe est la confrontation avec les médias sataniques qui ont altéré l'identité de l'Oummah, perverti son *aqidah*³ et ses valeurs et construits les bases de son humiliation et de sa défaite psychologique* »⁴.

S'agissant d'Internet et des réseaux sociaux, l'Etat islamique s'appuie sur un socle de savoir-faire et de moyens matériels sans commune mesure avec les autres groupes. L'EI recourt à des techniques d'automatisation qui modifient la perception du destinataire sur la taille du phénomène et sur la légitimité du contenu en amplifiant l'un et l'autre grâce à des applications de diffusion en masse, notamment. Selon le rapport de la FMSH « *Daech a une présence invasive sur Internet grâce à une habile politique de Branding, et à l'usage de dispositif de référencement sur le Web (stratégie de l'hashtag et des comptes « en arborescence », par exemple), associés à tous les nouveaux outils du Web 2.0 : Facebook (né en 2004), Twitter en 2006 et l'iPhone en 2007* »⁵. Il a ainsi pu produire jusqu'à 90.000 tweets par jour, au plus fort de ses capacités⁶. Le SIG, pour sa part, avance les chiffres estimés de 1.000 propagandistes djihadistes actifs sur les différents réseaux sociaux en langue française et 200.000 consommateurs réguliers de leur propagande en France. Cela tient également au fait que l'EI détourne des hashtags bénéficiant d'une grande visibilité, tels que [#WC2014](#) et [#Brazil2014](#) pendant la coupe du monde de football de 2014, pour faire connaître les vidéos djihadistes à un nouveau public. Ces images sont généralement reprises dans les médias traditionnels, ce qui en accentue encore le rayonnement.

¹ Ludovic François et Romain Zerbib. *Op. cit.*, 109-111.

² Emma Gauthier. *Op. cit.*, p. 45.

³ « Dogme qui recouvre les articles de foi dans l'islam, au fondement du contrat social moral entre les croyants et Dieu. Le sunnisme en compte six, au premier plan desquels l'unicité de Dieu -tawhid-, ses régisseurs et ses écrits -koutoub, plus particulièrement le Coran- » (Myriam Benraad. *Id.*, p. 164)

⁴ François-Bernard Huyghe. *Op. cit.*, p. 78.

⁵ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 29.

⁶ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 101.

Les réseaux sociaux offrent aussi l'opportunité aux djihadistes de cibler et d'isoler progressivement les individus perméables à leur propagande, par un phénomène d'enfermement algorithmique. En effet, l'*Edge rank*, l'algorithme de Facebook et twitter, hiérarchise l'information selon la loi d'homophilie qui lie proximité relationnelle et goûts partagés¹. De ce fait, la personne ciblée se trouve de plus en plus confrontée à des contenus djihadistes et à des pairs radicalisés. La multiplication des relais entraîne alors à un réflexe cognitif car un individu est plus sensible à un contenu informationnel déjà partagé par une collectivité². D'autre part, ce réflexe se trouve amplifié, sur Internet, par le *biais de confirmation* défini par les sociologues comme le fait de voir ses croyances et ses idées renforcées et même, validées. Il en résulte, selon Dounia Bouzar, que 90 % des cas de radicalisation qu'elle a pu étudier ont été endoctrinés par Internet.

Internet est ainsi devenu, pour les djihadistes, « *une cible, une arme et une plateforme opérationnelle* »³. Il est également un théâtre d'opération comme en atteste le piratage de la chaîne TV5 Monde en avril 2015. Revendiquée par le « cybercalifat », cette opération aurait été mise en œuvre par des « cybermercenaires » russes recrutés à cette occasion. Cela dénote, d'une part, que nous assistons à une dématérialisation, de plus en plus poussée, de la guerre sous tous ses aspects. D'autre part, cela augure de l'extension du califat djihadiste au cyberspace et donc, de la volonté de l'EI d'assurer la pérennité de son idéologie, quoi qu'il advienne. Si la France s'est dotée d'une Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes Informatiques (ANSSI), dès 2009, pour renforcer sa défense numérique, elle a focalisé cette défense sur les administrations et les Opérateurs d'Importance Vitale (OIV). Or dans la semaine après l'attentat contre *Charlie Hebdo*, elle a dû faire face à des cyberattaques menées contre 19.000 sites français de tous types. Certes, ces attaques étaient généralement peu sophistiquées, les groupes terroristes ne disposant pas encore de capacités plus offensives, mais la plupart d'entre elles visaient des associations ou des petites entreprises dont le site était sans protection. Il convient donc de se prémunir contre ce genre d'opération de communication terroriste, le plus largement possible⁴ car, selon toutes probabilités, c'est uniquement lorsqu'une attaque d'envergure aura eu lieu que l'on saura si cette capacité a été atteinte.

3. LES PUBLICS CIBLES DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE

a. LES TROIS NIVEAUX SUR LESQUELS DES EFFETS SONT ATTENDUS (CF. ANNEXE III)

La définition des différents niveaux de cible de la communication contre-djihadiste nécessite tout d'abord de définir les principes fondamentaux sur lesquels elle doit reposer. A cet égard, les chercheurs Hararo Ingram et Alastair Reed, de l'*International Centre for Counter-Terrorism* de la Haye (ICCT), dressent un tableau des considérations à prendre en compte pour rendre une communication contre-djihadiste efficace, dans le *Policy Brief*, publié en juin 2016 par l'ICCT, et intitulé *Lessons from History for Counter Terrorism Strategic Communications*. Ces réflexions sont basées sur l'étude historique de systèmes de

¹ Emma Ghautier. *Op. cit.*, p. 36.

² Christian Harbulot. *Op. cit.*, p. 88.

³ Marc Hecker. *Op. cit.*, p.10.

⁴ Nicolas Mazzuchi. « Le cyberterrorisme à l'épreuve de la réalité ». *Cahiers de la justice et de la sécurité*, 125-129, INHESJ. Paris : la Documentation Française, 2016, p. 128.

propagandes produites à l'occasion de différents conflits. Leurs résultats ont été hiérarchisées par les deux chercheurs selon trois niveaux : macro, méso et micro. Appliqué à la communication contre-djihadiste, un tel échelonnage recoupe et complète les trois niveaux de la doctrine militaire dont nous avons précédemment dégagé la pertinence dans ce cas, à savoir : stratégique, opératif et tactique.

Au niveau macro tout d'abord, trois facteurs, entendus au sens le plus large, permettent de maximiser l'impact des actions de communication : la portée, la pertinence et le retentissement. La portée est la capacité d'un message à atteindre ses publics cibles, la pertinence fait référence à l'adéquation entre la signification du message et le contexte dans lequel il s'inscrit, le retentissement correspond à l'influence du message sur les perceptions du public. Ce niveau macro nécessite également de distinguer les publics cibles selon qu'ils sont amis, ennemis ou neutres.

Par ailleurs, le niveau méso met en relation le média qui doit être choisi pour son aptitude à optimiser la portée du message vers le public ciblé, l'émetteur qui délivre le message et le format que revêt ce message. Plusieurs médias différents peuvent ainsi être utilisés pour recouper leur portée, des réseaux sociaux comme Twitter et Facebook n'ayant pas tout à fait les mêmes publics, par exemple. L'émetteur, pour sa part, sera d'autant plus efficient que sa légitimité sera forte, à l'image d'un influenceur du web social. De ce point de vue, Oussama Ben Laden a représenté un émetteur puissant pour la propagande djihadiste. D'autre part, le choix du format est déterminant par le ton plus ou moins formel qu'il confère au message.

Enfin, le niveau micro regroupe les caractéristiques du message lui-même et la manière dont il est constitué. D'une manière générale, un message est destiné à produire un effet sur la perception ou le comportement du public. Dans cette optique, il met en éveil des processus rationnels ou émotionnels chez l'individu. Or dans l'Histoire, les opérations de communication qui ont suscité le plus d'engagement de leur public ont eu recours à des messages mobilisant les processus tant rationnels qu'émotionnels. La propagande de l'Etat islamique en est un exemple flagrant.

Par ailleurs, il paraît nécessaire d'adopter une communication offensive et non exclusivement défensive, comme c'est le cas du contre-discours. En effet, il s'agit, par ce mode d'action, de diriger des messages vers des objectifs, de concurrencer l'ennemi dans la guerre de l'information et de contrer ses actions de contre-discours. Il convient également d'éviter les contradictions entre le discours et les actes car l'ennemi aura tôt fait d'attaquer notre crédibilité et de renforcer la sienne en soulignant nos propres incohérences. De fait, les tortures perpétrées par des Américains dans les prisons d'Abu Ghraïb ou de Guantanamo ont permis à Al-Qaïda de les discréditer en confrontant ces sévices avec les valeurs démocratiques dont les Etats-Unis se prévalent. Enfin, le déploiement d'une communication contre-djihadiste doit aussi prendre en compte les éventuels effets rétroactifs que son discours peut générer et ne pas s'en tenir à une simple vision de courts termes. De ce point de vue, il apparaît clairement que les fausses informations divulguées par les Etats-Unis au sujet de la détention d'armes de destructions

massives par l'Irak, en vue de son invasion, ont joué un rôle dans leur refus de s'engager dans le conflit syrien en 2013 et, d'une manière générale, dans l'affaiblissement de leur influence au Moyen-Orient.

Une fois posés, ces principes nous permettent de décliner au moins quatre impératifs déterminant le succès d'une stratégie de communication contre-djihadiste : produire une diversité de message mobilisant le rationnel et l'émotionnel par des modes de discours défensifs et offensifs ; tous les messages doivent porter une idée maîtresse ou, idéalement, un grand récit ; la communication doit recourir à différents médias pour maximiser la portée, l'opportunité et la mise-en-cible du message ; les opérations de communication doivent être coordonnées et synchronisées avec les actions de stratégie politiques et militaires afin d'en optimiser les effets communicationnels, de minimiser les effets rétroactifs indésirables et d'annihiler les effets des opérations ennemies.

b. LES TROIS NIVEAUX DE CIBLES (CF. ANNEXES IV, V ET VI)

Les trois niveaux de communications, stratégique, opératif et tactique, mis en lien avec les trois niveaux de principes, macro, méso et micro, peuvent également entrer en concordance avec les différents niveaux de facteurs sociétaux qui interviennent dans le processus de radicalisation, ceux-ci étant compris comme des opportunités. En effet, de même qu'un consensus autour des raisons qui entraînent les individus à se radicaliser peine à se dégager, les chercheurs ne s'accordent pas non plus sur la hiérarchisation de ces facteurs. Or dans le cas de la communication contre-djihadiste, il convient de dégager les divers cercles de publics cibles auxquelles elle devra s'adresser. Le concept des opportunités, mis en avant par le rapport de Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot du CIPC¹, nous éclaire à ce sujet. Définies comme « *des variables de contexte ou situationnelles qui donnent l'occasion de se radicaliser* »², les opportunités peuvent toucher des domaines aussi variés que le recrutement (prison, Internet...), l'économie (le chômage des jeunes...) ou la géopolitique (l'intervention des puissances occidentales au Moyen-Orient...). Le rapport s'appuie ainsi sur le modèle écologique de développement humain de Bronfenbrenner³ pour décrire un système comprenant quatre niveaux-gigogne : l'individu est au cœur du modèle et autour de lui gravitent un niveau relationnel comprenant les proches (familles, amis...) un niveau institutionnel ou communautaire, un niveau macrosystémique qui regroupe les actions de l'Etat central et de ses grandes fonctions sociales (justice, éducation, géopolitique...), enfin, un niveau exosystémique, « hors système » qui concerne « *la culture et les valeurs qui encadrent les autres niveaux de compréhension* ».

Une approche contextuelle nous semble effectivement à privilégier pour dessiner les contours des nombreux publics auxquels la communication contre-djihadiste doit s'adresser. Mais pour adapter ce modèle aux conceptions françaises, le niveau institutionnel peut être fusionné avec le niveau relationnel, dans la mesure où les proches agissent généralement en synergie avec les collectivités locales et les

¹ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 29-32.

² Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Id.*, p. 31.

³ Urie Bronfenbrenner. *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge : Harvard university press, 1979.

services déconcentrés de l'Etat plutôt que de manière différenciée. Par ailleurs, le terme « communautaire » ne s'applique pas à ce niveau, ainsi que nous l'avons vu plus haut.

Par conséquent, nous pouvons affirmer que les publics cibles de la communication contre-djihadiste, en France, se déclinent selon un modèle hiérarchisé en trois cercles inclusifs. Dans un premier temps, le cœur de cible regroupe tous les jeunes dont la propagande djihadiste a également fait sa cible privilégiée, car ils sont perméables intellectuellement et souvent disponibles pour s'engager dans « l'aventure » que leur offre le djihadisme. « *De plus, à la différence de la première génération d'immigrés qui ont habituellement une approche traditionnelle de la religion, les deuxième et troisième génération ont une approche plus intellectuelle, à savoir, une préférence individuelle à combiner certains éléments culturels de la religion et leur expérience en Occident (Sirseldoudi, 2012). Cette individualisation religieuse fait émerger un sentiment de non-appartenance chez les jeunes, nourri de facteurs structurels socio-économiques, ce qui peut les pousser vers la radicalisation (Khosrokhavar, 2014)* »¹. Il est à noter également que le *djihad* requière d'abord des jeunes hommes pour combattre et des jeunes femmes pour peupler le califat. La définition de ce cœur de cible prévaut essentiellement dans le cadre de la prévention de la radicalisation. Dans le cas spécifique du désengagement, il sera constitué des anciens combattants étrangers revenus des théâtres de *djihad* et que le journaliste spécialiste du djihadisme, David Thomson, qualifie de « revenants »².

Le deuxième cercle de public concerne l'environnement du cœur de cible sous toutes ses formes, à savoir, familial, amical, scolaire, associatif, religieux (dont le rôle est essentiel), administratif... C'est à ce niveau que se joue l'enjeu du relais local que nous avons identifié plus haut. Le troisième cercle, quant à lui, est constitué par la nation dans son ensemble, en tant que communauté englobante qui représente, elle aussi, une cible de la propagande djihadiste, par le biais de la terreur notamment, ainsi que par l'Etat, notion consubstantielle à la nation, dans le cas de la France. Dans ce cercle s'intègrent les politiques publiques intérieures dirigées vers la population française, mais également extérieures, à travers la diplomatie tournée vers les partenaires de la France, notamment l'Union européenne ou la Coalition internationale, ou encore les opérations militaires menées par la France contre le djihadisme, au Moyen-Orient et en Afrique.

A ce titre, il convient d'ajouter que les groupes djihadistes et leur propagande représentent aussi une cible de la communication contre-djihadiste mais qui demeure exosystème dans le cadre de notre sujet. En effet, ils pourraient constituer le cœur de cible si cette étude portait sur la contre-propagande développée dans le cadre des opérations politiques et militaires françaises au Levant ou au Sahel. Enfin, on peut remarquer que les trois cercles de cibles que nous avons définis correspondent exactement aux trois niveaux d'opération : le cœur de cible représente le niveau tactique, le deuxième cercle, le niveau opératif et le troisième cercle, le niveau stratégique.

¹ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 42.

² David Thomson. *Les revenants*. Paris : Le Seuil, 2016.

*

Pour faire face à la propagande intégrée dans une stratégie plus globale de domination et de terreur, conçue par les groupes djihadistes, la France doit produire un important effort d'appropriation de la menace, de rigueur épistémologique quant aux concepts à mobiliser et de définition des objectifs et des cibles à atteindre. Les différents acteurs de la communication contre-djihadiste ne doivent pas réduire cette dernière au seul contre-discours déployé dans le cadre d'une déradicalisation hasardeuse ou d'une prévention primaire a minima. Au contraire, elle doit exprimer la volonté de notre société de remporter une guerre de l'information par la diffusion d'un discours dirigé contre le salafisme djihadiste, à un niveau stratégique, opératif et tactique, en vue de conquérir les cœurs et les esprits des trois cercles de cible visés.

II. POUR ETRE EFFICACE, LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE DOIT S'APPUYER SUR DES CONTENUS APTES A CONCURRENCER LA PROPAGANDE DJIHADISTE

Forte du socle conceptuel sur lequel elle s'établit et des principes qui président à son élaboration, la communication contre-djihadiste n'en nécessite pas moins de mobiliser des contenus capables de l'incarner. En ce qu'ils sont la chair du message, les contenus revêtent une importance capitale. En effet, ils ne visent pas seulement à donner corps à la communication, ils lui confèrent la crédibilité indispensable pour qu'elle puisse se mesurer à la propagande djihadiste. En effet, il serait inconséquent et même dangereux de considérer cette dernière sous le seul angle de la séduction car elle ne se réduit en aucune manière à une simple question d'artifices et de messages démagogues. Paradoxalement, dans un monde toujours plus sécularisé, l'étude de ses contenus démontre combien la propagande djihadiste bénéficie de l'invocation de la transcendance, du souffle de l'épopée ou d'une vision utopique. Face à de tels ferments, notre société semble bien démunie, elle qui pourtant, bâtissait son roman national sur des idéaux analogues, il n'y a pas si longtemps encore. De ce point de vue, la construction d'un discours français opposable au djihadisme fait rejaillir des contradictions internes et des paralysies dont les effets ne peuvent que préoccuper. En conséquence, il convient, là aussi, de proposer un référencement ordonné des moyens dont dispose la communication contre-djihadiste à travers les différents contenus qui s'offrent à elle.

A. LES CONTENUS DE LA PROPAGANDE DJIHADISTE

1. LE CALIFAT ET LE NOUVEL ORDRE MONDIAL

a. LA VISION ESCHATOLOGIQUE DU CALIFAT

L'Etat islamique se différencie des autres groupes djihadistes par son rapport à l'eschatologie coranique, c'est-à-dire, la composante théologique portant sur la fin des temps. En proclamant le rétablissement du califat, dans son sermon du Ramadan du 29 juin 2014, Abou Bakr al-Baghdadi a surpris et choqué les autres groupes djihadistes. Outre le défi au monde que constitue cette proclamation, elle est un appel direct adressé à l'*oumma* par l'activation d'un idéal puissant. En effet, dans l'imaginaire musulman, le califat fait référence à une société égalitaire, chargée d'assurer le salut des croyants et le triomphe de l'Islam sur le monde. S'il relève de l'utopie apocalyptique, messianique et millénariste, dont les caractéristiques ne vont pas sans rappeler certains mouvements sectaires¹, le califat n'en constitue pas moins la « big idea » du branding de l'EI.

Cette stratégie est d'autant plus habile qu'elle s'appuie, entre autres, sur un *hadith*² du IXe siècle, tiré de la compilation d'Abou al-Hussein Muslim, selon lequel la Syrie, la terre de *Cham*, verra la victoire finale

¹ Jean-Pierre Sueur. *Op. cit.*, p. 51.

² « Tradition du prophète Mahomet, rapportée par ses compagnons et désignant ses actes et paroles. Au fondement de l'islam sunnite et principe de gouvernance personnelle comme collective. » (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p.169).

de l'islam, à *Dabiq* plus exactement (d'où le nom de la revue anglophone de l'EI), lors d'une ultime bataille entre les musulmans et les mécréants. D'autre part, le califat fonde sa légitimité sur la personne du calife elle-même, en tant que descendant du prophète et commandeur des croyants, comme l'indique le titre qu'al-Baghdadi s'est attribué : « *Ibrahim (Abraham) al-muminim (Commandeur des croyants, titre de l'époque Abbasside), Abou Bakr (nom du premier Calife) al-Baghdadi al-Husseini al-Qoreichy (nom de la tribu du Prophète)* »¹. Cette dignité supra-étatique, supprimée par Mustapha Kemal en 1924, est ainsi l'autorité suprême à laquelle tout musulman doit allégeance : « *S'il y a un Calife d'Allah sur la terre et qu'il frappe ton dos et prend tes biens obéis-lui.* »². Par ailleurs, al-Baghdadi renforce l'aura de sa dignité par l'extrême rareté de sa parole, et plus encore, de sa présence. Cette aura est d'autant plus saisissante qu'elle contraste avec l'ampleur de la production médiatique de l'EI³. A ce jour, la proclamation du califat à la mosquée al-Nouri reste donc sa seule apparition publique.

Le califat renoue, par conséquent, avec une continuité historique interrompue par l'action successive des « croisés » (anglais et français) et des « faux musulmans » (turcs), et surtout, il établit le lien entre un passé, le temps du Prophète et des quatre premiers califes, et un avenir, la fin des temps, idéaux. En cela, l'EI s'attache à présenter sa stratégie de propagande comme une progression évolutive du *djihad* et non comme une adaptation révolutionnaire⁴, afin d'en tirer un surcroît de légitimité. Il doit également mettre un terme à des siècles d'humiliation des musulmans en rétablissant, par le *djihad*, la gloire et les victoires des premiers temps de l'islam. Cet Etat d'un genre nouveau est donc destiné à durer et à s'étendre, comme l'indique sa devise « *Baqiya* » (il restera), prononcée le doigt levé et déclinée en slogan comme en hashtag. Le corolaire en est que tout musulman est tenu de migrer en terre de *Cham* afin d'y gagner son salut et, accessoirement, de fournir les cadres nécessaires à son administration : « *Cet Etat est l'Etat des musulmans, et la Terre est la Terre de tous les musulmans. Alors venez Ô musulmans où que vous soyez, que celui qui peut accomplir la Hijrah (l'émigration) vers l'Etat Islamique le fasse car la Hijrah vers la Terre d'Islâm est une obligation.* »⁵

b. LE NOUVEL ORDRE MONDIAL SELON LE SALAFISME DJIHADISTE

La propagande djihadiste mobilise amplement la géopolitique dans ses argumentaires, notamment pour justifier le terrorisme. La conception géopolitique de l'EI repose sur une vision binaire qui distingue la terre d'islam et la terre de la mécréance, la première étant destinée à conquérir la seconde. La terre d'islam est celle où s'applique la loi des vrais musulmans, c'est-à-dire les salafistes djihadistes. Les pays musulmans tels que l'Arabie Saoudite ou l'Iran en sont, de ce fait, exclus dans la mesure où l'EI « *tend donc à être totalement takfiriste (c'est-à-dire à excommunier et à considérer comme apostats dignes d'être tués tous ceux qui ne suivent pas sa ligne stricte)* »⁶. Cela passe par la destruction des « idoles »,

¹ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p.15.

² Dar Al-Islam n°2 cité par Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Id.*, p.15.

³ AFP. « Abou Bakr al-Baghdadi, le "calife" invisible du groupe jihadiste EI », *le Point* [en ligne]. Paris : site de lepoint.fr, 2017 [mis en ligne le 09/07/17]. <<http://www.lepoint.fr/monde/abou-bakr-al-baghdadi-le-calife-invisible-du-groupe-jihadiste-ei-09-07-2017>> [consulté le 18/10/17].

⁴ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p.10.

⁵ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 16.

⁶ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Id.*, p. 14.

comme en témoigne la mise en scène des actes de vandalisme orchestrés dans les musées ou contre les sites archéologiques et religieux de Mossoul, Nimroud et Palmyre, mais également par le renversement du système géopolitique mondial. En cela, le djihadisme est un projet universaliste et non un phénomène de repli¹.

Dans cette optique révolutionnaire, l'EI remet en cause le concept d'Etat-nation imposé comme modèle au reste du monde : « nous voulons rétablir l'Etat prophétique et celui des quatre Califes bien-guidés ; pas l'Etat-Nation de Robespierre, de Napoléon, d'Ernest Renan »². On peut en déduire, d'une part, que les djihadistes se posent comme « l'espoir de opprimés », à l'image du marxisme³ et du tiers-mondisme en leur temps, et, d'autre part, qu'ils relèvent d'une forme d'impérialisme, qu'ils fustigent par ailleurs, puisqu'ils prétendent effacer le tracé des frontières actuelles pour les remplacer par celles de willaya ou de nouveaux émirats. A cet égard, la propagande djihadiste conteste particulièrement les accords Sykes-Picot établis entre le Royaume-Uni et la France en 1916 pour se partager le Proche-Orient en zones d'influence. Un film, *Breaking the borders*, mettant en scène un bulldozer renversant un merlon de sable matérialisant cette frontière artificielle, a même été réalisé pour illustrer cette volonté. La conquête de Rome ou de Constantinople sont également des symboles récurrents mis à contribution, comme en atteste la couverture du numéro 4 de *Dabiq* (octobre 2014), montrant la place Saint-Pierre de Rome sur laquelle flotte le drapeau de l'EI (cf. annexe IX). Enfin, le titre de la revue *Al-Rumiyah*, « Rome » en arabe, en est l'expression la plus explicite.

Dans cette vision du monde, la France tient une place importante parmi les « ennemis de l'Islam ». Certes, dans la liste des ennemis de l'EI, elle passe après les faux musulmans, qu'il s'agisse des chiïtes, du PKK, de l'armée syrienne libre ou des régimes arabes, mais elle tient une des premières places parmi les pays occidentaux, notamment depuis le renversement stratégique opéré par l'EI qui substitue l'Europe aux Etats-Unis comme cible prioritaire, du fait de sa faiblesse. Sur le plan géopolitique, les raisons de cette haine tiennent essentiellement à la « guerre » menée par la France contre l'Islam, située dans un contexte historique très large couvrant la bataille de Poitiers, la participation aux croisades, l'expédition d'Egypte, la colonisation ou les interventions militaires récentes au Mali et, bien sûr, en Syrie. En novembre 2015, la revue *Dar al-Islam* clamait ainsi : « La minable petite France a été frappée par les lions du Califat... [Les Français] continueront à sentir l'odeur de la mort pour avoir pris la tête de la croisade, avoir insulté notre Prophète, s'être vantés de combattre l'Islam en France et avoir frappé les musulmans en terre du Califat avec leurs avions [...] »⁴.

¹ François-Bernard Huyghes. *Op. cit.*, p. 15.

² François-Bernard Huyghes. *Id.*, p. 15.

³ Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 35.

⁴ François-Bernard Huyghes. *Op. cit.*, p. 45.

2. LE DJIHAD SALVATEUR

a. « LE STORYTELLING DU COMBATTANT »

Toutes les idéologies totalitaires et révolutionnaires prétendent contribuer à l'émergence d'un homme nouveau par un moyen de régénération radical : il peut s'agir de la lutte des races chez les nazis ou de la lutte des classes chez les communistes. Dans ce cadre, la guerre constitue également un vecteur de renouveau, même chez des auteurs moins marqués tel que Ernst Jünger, pour qui la figure du lansquenet allemand, quintessence de l'aristocratie guerrière et virile¹, doit porter la révolution conservatrice. De son côté, le salafisme djihadiste ne manque pas d'exalter « le *moudjahid* de Dieu », le combattant, seul vrai musulman sauvé et transcendé par le *djihad*, à qui le paradis est promis en récompense du sacrifice de sa vie.

Systématisé par la République islamique d'Iran lors de la guerre contre l'Irak, la notion de martyr tombé au combat n'était pas dissociée alors de l'anonymat du combattant. Les Palestiniens sont les premiers à communiquer l'identité des martyrs pour exalter l'exemple de leur sacrifice. Al-Qaïda et surtout Daech, poussent cette communication à l'extrême. En effet, là où Al-Qaïda incarnait systématiquement sa communication en la personne de son chef, Oussama Ben Laden, l'EI réalise un véritable storytelling, une mise en récit, des simples combattants afin de dresser un portrait romantique du héros musulman². Ces derniers y gagnent ainsi une notoriété valorisante et flatteuse, propre à susciter des vocations par ailleurs.

Dans ses productions, l'EI attache donc un soin tout particulier à l'esthétique de l'image et à la mise en scène du héros en vue de capter l'émotion du public cible. Pour cela, sa propagande active des codes occidentaux par la technique, telle que le « *slow motion* », la symbologie (les flammes, les cavaliers, les drapeaux...) et même le son (les battements de cœur et les hurlements du combattant, la musique islamique...). Tout cela participe à inscrire le combattant dans une épopée dont il est le héros, à la manière des films d'Eisenstein dans lesquels le Peuple est le personnage central³. Ainsi, plusieurs groupes djihadistes dressent une analogie entre le schéma narratif du moudjahid et des mythes épiques contemporains, tels que l'élu de *Matrix* ou la quête du *Seigneur des anneaux*. Dans ce dernier cas, la trilogie symbolise le cheminement initiatique du jeune radicalisé : « *La première étape* (La Communauté de l'Anneau) *est celle de la création du groupe et de l'identification à une communauté. La deuxième* (Les deux tours) *correspond aux deux tours jumelles tombées le 11 septembre 2001. Enfin, la troisième étape* (Le Retour du Roi) *correspond au retour du califat en Syrie, qu'il faut rejoindre. L'œil de Sauron qui est assimilé aux billets américains, désigne explicitement les USA comme l'ennemi* »⁴.

L'épopée djihadiste se décline aussi à travers des films situés entre la fiction et le documentaire (*Flames of War*), des scènes d'exécutions (*Healing the believers' chets*), des portraits de combattant (*Messages from the Mujahid*) ou des jeux vidéo (*GTA : Grand Theft Auto*). Par ailleurs, le combattant participe à la

¹ Ernst Jünger. *La guerre comme expérience intérieure*. Paris : Christian Bourgeois éditeur, 1997.

² Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p.25-27.

³ Sergueï Eisenstein. *Le Cuirassé Potemkine*. 1924 ; Id. *la Grève*.1925 ; Id. *Octobre* : dix jours qui ébranlèrent le monde.1928.

⁴ Emma Gauthier. *Op. cit.*, p. 33.

construction de sa propre épopée par le biais de son Iphone ou de sa GoPro. Le combat est alors filmé par une caméra « embarquée » (*embedded*), produisant un effet analogue à la scène du Débarquement dans le film *Il faut sauver le soldat Ryan*, de Steven Spielberg (cf. annexe X).

b. LA TERREUR DES MECREANTS

L'une des grandes innovations introduites par Daech dans le djihadisme tient à la rédemption du combattant. En effet, pour Al-Qaïda, seuls les bons musulmans peuvent faire le *djihad*. Dès lors, une préparation spirituelle et un alignement préalable de sa vie sur les préceptes de l'islam est un impératif indispensable pour entrer en *djihad*. L'EI considère en revanche que toute personne peut s'élever dans la foi par le *djihad* et devenir ainsi un bon musulman. Le *djihad* prend donc une fonction purificatrice et salvatrice. De fait, nombreux sont les *moudjahidin* qui ont un passé criminel¹. On peut donc, sous certaines réserves, établir un parallèle entre la démarche djihadiste et l'engagement d'un volontaire dans les rangs de la Légion Etrangère : le combattant peut changer d'identité s'il le désire, car il ne lui est pas demandé de rendre de compte sur son passé, le groupe lui offre l'opportunité de se racheter par une vie nouvelle. Les sources de recrutement des groupes djihadistes s'en trouvent plus étendues, notamment en direction des convertis récents², désireux de prouver la sincérité de leur engagement dans l'islam.

Or, la rédemption par le djihad justifie nécessairement toute forme de violence, y compris le terrorisme, comme le rappelle le numéro deux de la revue *al-Rumiyah* : « Allah a fait du meurtre des mécréants et du versement de leur sang une expiation des péchés du croyant. [...] De plus, Il a décrété que celui qui accomplirait cela abondamment verrait une augmentation de sa foi »³. Les combattants prétendent même trouver de la fierté dans la violence qu'ils exercent : « pour autant qu'on le sache par le journal de la propagande de Daech (publié en anglais), Dabiq, les djihadistes choisis pour être bourreaux se disent heureux et fiers de leur mission »⁴. De ce fait, la violence doit être d'autant plus montrée qu'elle sauve les croyants et terrorise les mécréants.

Par conséquent, on comprend combien la représentation de la violence par la propagande djihadiste est fondamentale pour l'éducation et la cohésion des combattants, comme pour l'image de puissance et d'effroi que l'EI souhaite renvoyer. La mise en scène de la mort par une surenchère spectaculaire de cruauté est un enjeu qui nécessite l'application de principes proprement cinématographiques. Selon le réalisateur Jean-Louis Comolli, « Les clips produits par al-Hayat Media Center (Daech) héritent des paramètres fondamentaux de la prise de vue cinématographique -cadrer + enregistrer + montrer- tels que les ont définis les « vues » des frères Lumière, mais ils n'en héritent que pour en forger une arme de terreur massive »⁵. Et d'ajouter : « il s'agit de montrer dans ces brefs objets audiovisuels que rien n'effraie le pouvoir en courroux, prêt à toutes les abominations pour démontrer qu'il est le plus fort, le plus audacieux, le plus cruel, le moins freiné par les réactions d'horreur qu'il attend. L'enjeu c'est

¹ RAN. « Workshop on jihadist propaganda and how to respond ». *Ex post paper*. Bruxelles : RAN C&N, 3-4 octobre 2016, p. 3.

² 40% du public intéressé par Daech selon Mathieu Guidère (Kader Arif. *Op.cit.*, p. 157).

³ François-Bernard Huyghe. *Op. cit.*, p.55.

⁴ Jean-Louis Comolli. *Daech, le cinéma et la mort*. Paris : éditions, mai 2016, p. 26.

⁵ Jean-Louis Comolli. *Id.*, p. 10-11.

nous. »¹. Par l'imagination déployée dans la scénarisation des différents modes de mise à mort, le recours à des effets de son amplifiant le bruit des couteaux, les gros plans sur les détails macabres des supplices ou la mise en avant de l'impassibilité des bourreaux, ces films mobilisent « *la concupiscence de l'œil* »², c'est-à-dire, la curiosité morbide des spectateurs.

A cet fin, la propagande djihadiste recourt à trois thèmes principaux : les films d'entraînements et de combats, les massacres de masse de prisonniers et de civils, les exécutions théâtralisées de prisonniers syro-irakiens et d'otages occidentaux. En cela, elle exploite un continuum culturel avec l'Occident basé notamment, sur la violence contenue dans les productions audiovisuelles de ce dernier. À ce titre, la série *Game of Thrones* ou le jeu vidéo *Assassin's Creed* se révèlent des sources d'inspiration d'autant plus puissantes qu'elles sont des références désormais universelles, et donc, parfaitement maîtrisées par la plupart des combattants et des jeunes ciblés par les recruteurs de l'EI. Selon Farhad Khosrokhavar, la violence permet, en effet, de construire la figure du « héros négatif » dont la notoriété repose sur le rejet qu'il génère de la part de ses ennemis : « *Qui connaissait Mohammed Merah avant qu'il ne passe à l'acte ? Qui ne le connaît pas désormais ?* »³ Par ailleurs, « *la violence extrême garantit la couverture totale dans les médias occidentaux, ce qui a permis à Daech de ravir la place d'ennemi public n° 1 à Al-Qaïda* »⁴.

3. LE BONHEUR EN TERRE DE CHAM

a. LE PARADIS DU BON MUSULMAN (CF. ANNEXE X)

Comme son nom l'indique, l'Etat islamique a eu l'ambition de disposer des attributs d'un véritable Etat dès sa fondation. On peut certes lui objecter qu'il lui manque la reconnaissance internationale de ses pairs pour en être effectivement un, conformément à la définition juridique de l'Etat, néanmoins l'EI a mis en place une administration dont l'existence dénote avec la déliquescence qui caractérisait les Etats syriens et irakiens dans la zone qu'il contrôle. « *Ce faisant, il tente de répondre à une attente très forte des populations, exténuées par la guerre civile. Il promet aussi la restauration de la morale publique et davantage de justice sociale. [...] Sa capacité à tenir, au moins dans un premier temps, ces promesses constituent sa propagande la plus efficace à l'égard des populations locales* »⁵.

Ainsi, les agences de communication de l'EI ont produit plusieurs reportages, infographies et vidéos consacrées notamment à l'instauration du dinar or, censé contrer le système monétaire et financier international dominé par le dollar, la structure du califat subdivisé en wilayat (préfectures), l'organisation du gouvernement en quatorze ministères (justice, police, prédication, impôts, média, éducation, santé, agriculture, ressources pétrolières, et gazières...)⁶. L'EI entend donc démontrer sa légitimité en tant qu'Etat, tant auprès de ses « administrés » que du public cible qu'il souhaite attirer. Dans cette optique, la

¹ Jean-Louis Comolli. *Ibid.*, p. 16.

² Jean-Louis Comolli. *Ibid.*, p. 46.

³ Farhad Khosrokhavar. *Radicalisation*. Paris : Maison des Sciences de l'Homme, décembre 2014.

⁴ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p.46.

⁵ Kader Arif. *Op. cit.*, p. 77-78.

⁶ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 37.

hijrah ne s'adresse pas seulement à ceux qui désire combattre, mais également à ceux qui préfère mettre leurs compétences civiles au service du califat car le recrutement de cadres est un enjeu crucial pour l'avenir de ce proto-Etat : « nous appelons particulièrement les étudiants en science, les savants du Fiqh¹ (jurisprudence), les prêcheurs, et à leurs têtes les juges et les gens qui ont des compétences militaires, administratives, professionnelles, les médecins, les ingénieurs, nous les appelons et nous leur rappelons la crainte d'Allâh, ceci est une obligation individuelle pour eux car les musulmans ont un grand besoin d'eux »².

De ce fait, la propagande de l'EI s'efforce de donner une vision pacifiée de la vie dans le califat en insistant, d'une part sur les besoins humanitaires et de construction de l'Etat, et d'autre part, sur la stabilisation opérée par le régime par contraste avec la corruption et l'incurie des Etats arabes. Dans un portrait vidéo qui lui est consacré à titre posthume, le *moudjahid* canadien Abu Muslim se livre à une véritable promotion de la vie au califat : « Si vous ne combattez pas, vous pouvez envoyer de l'argent. Si vous ne donnez pas d'argent, vous pouvez apporter une assistance technique... vous pouvez aussi venir ici et nous aider à la reconstruction. Si vous savez comment construire des routes ou des logements, vous serez utiles ici. Vous ferez l'objet d'attentions ici [...]. Votre famille vivra en sécurité comme dans votre pays d'origine... Nous pouvons facilement trouver un logement pour vous et votre famille. Mon Frère, il y a un rôle pour tous ici »³.

L'EI propose donc un discours d'alternatives aux musulmans sunnites et à tous ceux qui seraient tenté de faire allégeance au calife afin d'échapper à l'injustice et à la corruption des régimes qui les oppriment. Dans le guide des communicants de Daech, *Media Operative*, une section, intitulée « donner de bonnes nouvelles aux croyants », insiste d'ailleurs sur la nécessité d'ouvrir les yeux de ce public sur la « réalité » de l'existence dans le califat, sans pour autant s'appesantir sur des aspects ou des problèmes qui n'ont pas de sens en dehors du contexte de l'Etat islamique⁴. « L'objectif pour Daech est à la fois de proposer une vision quasi-utopique de la vie sur son territoire et d'affirmer la puissance de l'organisation. Cela explique la dualité de la propagande qui, certes met en avant le fait que Daech est capable d'assurer le ravitaillement des populations, que les cliniques fonctionnent et que les différents services, comme le ramassage des ordures sont garantis, mais montre aussi les exécutions décrétées par les tribunaux au niveau local »⁵.

b. LE DISCOURS ADRESSE AUX FEMMES

Sans surprise, la place qu'accorde le salafisme djihadiste à la femme est aux antipodes de la condition féminine telle qu'elle se construit actuellement en Occident. Son rôle dans le système djihadiste se limite essentiellement à celui d'épouse et de mère. Sa place est donc à la maison pour échapper aux futilités du

¹ Compréhension du message de l'Islam, interprétation temporelle de la loi islamique, jurisprudence par des savants remettant des avis codifiés. Ses règles ont été figées au Xe siècle (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p.168).

² Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 16.

³ Traduction de l'auteur, Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 31.

⁴ Charlie Winter. *Media Jihad : The Islamic State's Doctrine for Information Warfare*. ICSR p. 15-16.

⁵ Kader Arif. *Op. cit.*, p. 156.

monde. Confrontée à l'exigence de leur dissimulation aux yeux des autres hommes, la propagande contourne cette difficulté évoquant les femmes à travers l'image de la lionne (cf. annexe X), une chasseuse protégeant le foyer. La métaphore est filée puisque c'est à elle qu'incombe la responsabilité d'élever les « lionceaux du *djihad* », promis, comme leur père, à un destin héroïque, dans la mesure où il s'agit de garçons, naturellement. En effet, la maternité, liée à la conception traditionnelle de l'islam, s'inscrit plus prosaïquement dans le cadre d'un enjeu démographique, celui de la survie du califat. Une brigade féminine, al-Khansa, a bien été créée en 2014, mais la femme ne peut prendre les armes que si les hommes ne sont pas assez nombreux ou dans le cas de légitime défense. L'image de la femme combattante reste donc peu exaltée par la propagande, en dépit des réclamations de plusieurs d'entre elles¹.

En revanche, leur recrutement fait l'objet d'une stratégie de recrutement spécifique : il s'agit en effet, d'attirer de potentielles « génitrices » en terre de *Cham* afin de faire face aux besoins des combattants, « *La tentative d'implantation de l'organisation djihadiste au sein de la population [irakienne] s'est en effet heurtée à l'impossibilité de prendre femme parmi les tribus* »², d'autre part, l'EI encourage la polygamie. Il est dès lors, nécessaire de disposer d'un contingent d'épouses suffisant pour les combattants, notamment étrangers (FTF). A ce titre, on peut noter que les femmes représenteraient environ 20% des Français radicalisés³.

Dans son étude sur la propagande de l'EI ciblant les femmes, Louisa Tarras-Wahlberg identifie sept promesses sur lesquelles reposent cette stratégie de séduction : le devoir religieux, la *hijrah* étant autorisée même sans « chaperon » ; la participation à la construction du califat ; le sentiment d'appartenance à une condition féminine musulmane mondiale ; la solidarité « fraternelle » (*sisterhood*) entre sœurs du califat ; l'assurance de vivre l'aventure et des expériences hors du commun ; la romance avec des hommes incarnant la fiabilité, la fidélité et la virilité ; l'influence au sein de l'EI et dans le monde, notamment vis-à-vis des autres femmes⁴. Dans le cadre de cette communication, les femmes elles-mêmes sont mises à contribution pour convaincre leurs sœurs, notamment occidentales. Les réseaux sociaux permettent de les cibler aisément et de les attirer par une exaltation de l'héroïsme plus que de la religion.

Plus encore que la protection militaire et matérielle qu'il prétend lui offrir, l'EI souligne, dans sa propagande, la dignité qu'il confère à la femme en conspuant celle des autres femmes : « *La femme du Califat devient un contre-modèle : la femme occidentale est un objet de consommation, tandis que la femme de l'EI se protège de cette chosification par la pudeur (niqab, burqa, djilbab). Cette propagande permet un renversement de l'idée de chosification qui se distingue de celle de soumission* »⁵. Les femmes yézidis ou chrétiennes, quant à elles, sont rabaissées au rang de prostituées, voire d'esclaves, vis-à-vis

¹ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p.66-67.

² Kader Arif. *Op. cit.*, p. 30.

³ Patrick Menucci. *Op. cit.*, p.23.

⁴ Louisa Tarras-Wahlberg. *Promises of paradise ? A Study on Official ISIS-Propaganda Targeting Women*. Mai 2016, p. 25-36.

⁵ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 66.

desquelles, le viol est théologiquement légitimé, ainsi que la revue *Dar al-Islam* l'a rappelé à plusieurs reprises.

B. LES DIFFICULTES DE LA MISE EN ŒUVRE D'UN DISCOURS CONTRE-DJIHADISTE EN FRANCE

1. LE RELATIF ECHEC INITIAL DU « CONTRE-DISCOURS »

a. L'ABSENCE D'UNE REELLE REFLEXION SUR LA STRATEGIE A ADOPTER

Une fois passée la sidération provoquée par les attentats de 2015 et face au délitement rapide du fragile consensus, qualifié « d'esprit du 11 janvier », qui en a suivi, le gouvernement français a dû prendre des mesures immédiates. Dans ce contexte d'urgence, le déploiement d'un « contre-discours » a été avancé comme une nécessité, sans que ne soit conçu, pour autant, la stratégie communicationnelle globale de laquelle un tel discours aurait dû découler. Rédigés dès 2015, les premiers rapports parlementaires évoquant cette question préconisent et encouragent le développement d'un « contre-discours », mais ne proposent pas non plus de vision stratégique à ce sujet ni de définition claire de ses contours ou de ses objectifs. Le plus souvent, ils n'envisagent d'ailleurs pas de contrer le discours djihadiste en dehors du phénomène de radicalité. A cet égard, le rapport Sueur regrette l'absence d'un grand programme national : *« Contrairement à plusieurs de ses voisins européens, la France ne dispose pas d'un programme structuré de réinsertion ou de désengagement ; cette lacune s'expliquerait par la méfiance traditionnelle vis-à-vis de ce type d'interventions de pouvoirs publics attachés au principe de séparation du religieux et du politique. Votre commission d'enquête estime que le développement de programmes de cette nature, qui apparaît indispensable pour compléter la panoplie des réponses à la menace djihadistes, doit s'inspirer des exemples étrangers déjà mis en œuvre depuis quelques années »*¹.

Par conséquent, une telle situation ne pouvait qu'entraîner le risque d'une déconsidération de toute communication contre-djihadiste, du fait de certaines déviances auxquelles la notion de déradicalisation est désormais irrémédiablement associée. En effet, la difficulté à produire des résultats tangibles, plusieurs affaires de malversations financières et l'échec du centre de déradicalisation de Pontourny, dont les médias se sont fait l'écho, semble avoir définitivement décrédibilisé le concept de déradicalisation. La sénatrice Esther Benbassa résume ainsi ce qu'elle qualifie de fiasco, par ailleurs : *« La déradicalisation, en soi, n'existe pas : personne ne peut croire aujourd'hui qu'un être humain peut « désidéologiser » un autre être humain en quelques mois. C'est une illusion, qu'on a entretenue parce qu'il fallait rassurer la population après les attentats. Le travail de désembrigadement ou de désendoctrinement se fait autant en amont qu'en aval, c'est un travail qui exige beaucoup de temps. Ceux qui nous gouvernent n'étaient pas préparés aux événements terroristes récents ; or, en politique, le temps long n'existe pas, et on a donc fait de l'affichage. D'où une sorte de bricolage, en pensant pouvoir laver le cerveau des gens en passant par des formations, en recourant aux associations. Le manque de prestataires compétents en la matière est une question majeure. Certaines personnes ont pu être dirigées vers des personnes ou des associations non compétentes, qui ont voulu profiter d'une manne financière. Beaucoup d'associations ont fait ce*

¹ Jean-Pierre Sueur. Op. cit., p. 147.

qu'elles ont pu, mais elles n'ont pas mené un travail qui pouvait tenir sur la durée ; le contenu et le suivi du programme proposé n'étaient pas définis clairement ; les choses sont allées un peu dans tous les sens. On a oublié la portée religieuse du phénomène. On ne peut pas dire à un islamiste rigoriste : « ton islam n'est pas le bon, je t'en propose un autre », cela n'a jamais marché. On a misé sur les contre-discours, qui ont échoué également »¹.

De fait, le « contre-discours » se trouve contesté, comme l'indiquent Mesdames Troendlé et Benbassa dans un rapport sénatorial d'information très critique : « il serait opportun d'engager une réflexion sur l'efficacité de la production de contre-discours, mis en cause par des chercheurs, les avis semblant partagés sur cette question »². François-Bernard Huyghe considère, pour sa part, que l'échec de la communication déployée tient surtout au fait que « La fascination du Djihad, idéologie totalisante, est sous-évaluée par la plupart des méthodes de contre et surtout, ramenée à des catégories familières »³. Le discours djihadiste serait donc plus séducteur que convaincant et profiterait des dysfonctionnements de nos sociétés basées sur des valeurs universellement admises, réfutant ainsi l'idée que le djihad puisse constituer une aspiration en lui-même.

Il convient d'ajouter que la société civile s'est peu mobilisée pour contrer le discours djihadiste, selon Marc Hecker⁴. Cela pose toutefois la question de l'organisation de cette mobilisation que l'Etat appelle de ses vœux. A titre d'exemple, le collectif d'associations portant les initiatives numériques what-the-fake.com et ouimaisnon-project.fr, cherchant respectivement à développer l'esprit critique et à diffuser un contre-discours sur l'islam, s'est tourné initialement vers le ministère de la Ville pour obtenir un soutien à ces projets. Le ministère a donc appuyé le collectif en raison de relations personnelles liant certains de ses hauts fonctionnaires avec les responsables du collectif, et non du fait d'une stratégie dont il aurait été l'initiateur. Néanmoins, le soutien a ensuite été redirigé vers le CIPDR, gestionnaire du FIPD prévu à cet effet⁵. On voit bien, dès lors, la difficulté pour un acteur privé, à répondre au souhait de l'Etat dans une situation où celui-ci n'est pas assuré lui-même sur la marche à suivre.

b. LES CONTENUS NE SONT PAS TOUJOURS ADEQUATS

L'échec des premières opérations de communication élaborées pour contrer la propagande en France ne tient pas uniquement à la question de leur finalité et de leur mise en œuvre, il est également le fait des contenus qu'elle diffuse. De ce point de vue, la campagne #ToujoursLeChoix et le site stop-djihadisme.fr ont rapidement été incriminés par les médias français et étrangers. Plusieurs journaux anglo-saxons, comme le Washington Post, the Express ou la BBC, ont raillé plus particulièrement un document diffusé lors de la campagne et présentant neuf critères symptomatiques du processus de radicalisation, l'ayant jugé trop simpliste. En effet, dans ce document, le visuel choisi pour évoquer le changement de régime

¹ Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale (1) sur la mission d'information « désendoctrinement, désembrigadement et réinsertion des djihadistes en France et en Europe »*. Doc. parl. Sénat, n° 438, 22 février 2017. p. 30.

² Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport... op. cit.* [...] n° 633, 12 juillet 2017, p. 34.

³ François-Bernard Huyghe. *Op. cit.*, p. 98-99.

⁴ Marc Hecker. *Op. cit.*, p. 35

⁵ Entretien de l'auteur avec Karim Amellal.

alimentaire étant une baguette de pain, de nombreux sarcasmes n'ont pas manqué de surgir à propos de ce symbole de la gastronomie française (cf. annexe VII)¹. « *Ces moqueries rappellent toutefois la difficulté réelle de détecter la radicalisation [...] et les différents critères présentés dans la campagne ne signifient pas forcément l'enclenchement d'un processus de radicalisation* »².

Jugés caricaturales, ces campagnes ont également fait l'objet de détournement de la part d'internautes, en particulier par des influenceurs musulmans³ comme le youtubeur humoriste, le Bled'art, dans une vidéo satirique intitulée [Je suis djihadiste ?!](#), cumulant ainsi plus de 863.000 vues. Les djihadistes eux-mêmes n'ont pas été en reste en créant, par exemple, le hashtag [#paslechoix](#) afin de rappeler, en réponse à la campagne [#ToujoursLeChoix](#), que pour eux, l'islam ne souffre justement pas d'alternative. En comparaison, le site [stop-djihadisme.fr](#) qui se veut didactique et pratique, reste trop austère et aseptisé pour offrir une opposition crédible aux sites djihadistes qui diffusent des images très crues : « *Son audience auprès d'une partie de la jeunesse est donc relativement faible. Surtout, il pâtit de son origine gouvernementale. En effet, pour les tenants de la théorie du complot, tout ce qui est institutionnel est forcément manipulé* »⁴.

Il convient de noter que ce site était déjà en gestation avant les attentats. Initiée dès le début de 2014 auprès de l'agence Publicis, la campagne a vu sa mise en ligne précipitée par les actes terroristes de janvier 2015⁵. Dans ce contexte, elle cherchait d'abord à ne pas laisser la propagande djihadiste occuper tout l'espace numérique et à montrer à l'opinion publique, la détermination du gouvernement à lutter contre le terrorisme, tout en fournissant des renseignements utiles aux familles touchées par la radicalisation d'un des leurs. De ce point de vue, le site et les comptes Facebook et twitter qui lui sont associés, ont permis, au moins, de faire connaître le numéro vert destiné à signaler les cas de radicalisation.

Par ailleurs, le gouvernement était bien conscient des limites de sa parole auprès des jeunes, de plus en plus hermétiques à tout discours institutionnel ou médiatique. S'ils représentent le cœur de cible affiché par cette communication, ils ne relèvent dans les faits, que d'un cercle de cible secondaire, cédant la place centrale à leur environnement, comme l'indique Christian Gravel au vu des résultats obtenus par la campagne qu'il estime assez bons : « *Ce bilan confirme, en creux, que notre contre-discours porte d'abord auprès des personnes éloignées de toute tentation radicale.[...] A l'attention du grand public et des familles, ces deux vidéos offrent également des clés pour comprendre l'évolution -parfois très rapide- de leurs proches ou de leur entourage* »⁶. Au-delà des analyses contradictoires sur l'impact d'une telle

¹ Blandine Le Cain. « La presse anglo-saxonne se gausse de la campagne "Stop Djihadisme" », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2015 [mis en ligne le 02/02/15]. <<http://www.lefigaro.fr/international/2015/02/02/01003-la-presse-anglo-saxonne-se-gausse-de-la-campagne-stop-djihadisme>> [consulté le 22/10/17].

² Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 102

³ alNas. « Les musulmans répondent au gouvernement : radicalisation islamophobe, les premiers signes ! », *alNas* [en ligne]. Paris : site d'alnas.fr, 2015 [mis en ligne le 30/01/15] <<http://www.alnas.fr/actualite/buzz/article/les-musulmans-repondent-au>> [consulté le 22/10/17].

⁴ Patrick Menucci. *Op. cit.*, p.151.

⁵ Aurore Gorius, Michaël Moreau. *Les gourous de la com' dérapent*. Paris : Fayard, mars 2016.

⁶ Christian Gravel. « Lutte contre... », *Op. cit.*

communication, on peut toutefois se demander si nous ne sommes pas en présence d'une inadéquation entre des contenus et des cibles, dans la mesure où un seul contenu peut difficilement produire les mêmes effets sur des publics différents. En somme, l'échec initial de la communication de « contre-discours » réside plus dans la communication qu'elle a fait sur elle-même, en n'affichant pas ses objectifs de manière suffisamment claire. Dès lors, il s'agit d'adapter le contenu et le vecteur à la spécificité de la cible. Un contenu adressé à une cible trop générale, comme ici, ne peut donc obtenir qu'un impact limité.

D'autre part, il semble illusoire d'espérer « *provoquer un choc salutaire* »¹, chez des personnes radicalisées, avec des contenus portant sur des valeurs de tolérance, de démocratie ou de laïcité qu'elles rejettent et auxquelles, par ailleurs, ces personnes sont déjà exposées continuellement dans les médias. En effet, « *il est permis de penser que certains des éléments dénoncés -une mort solitaire- feraient précisément partie de l'idéal que les jeunes radicalisés souhaitent aller trouver en Syrie -une mort en martyr- et ne les décourageraient donc pas* »².

La société civile semble avoir souvent commis la même erreur en proposant des discours d'alternatives qui n'en étaient pas réellement. Ainsi, dans les premiers mois de sa mise en ligne, l'initiative what-the-fake.com, qui s'adresse prioritairement aux jeunes, reposait en grande partie sur une série de vidéos expliquant la laïcité³. Mais ces vidéos très professorales et académiques, mettant en scène des intellectuels ou des professionnels de différents horizons, n'étaient clairement pas aptes à capter l'attention du public visé. Le site a donc réajusté sa ligne éditoriale depuis, afin de présenter des contenus plus en phase. De la même manière, son partenaire [France Fraternités](#), qui entend lutter contre toutes les formes d'extrémisme en développant « l'esprit de concorde » et en œuvrant « pour mieux faire société, ensemble », déployait initialement des contenus très optimistes, assez éloignés des enjeux liés à la propagande djihadiste. Il a donc fallu que l'association infléchisse progressivement les contenus de son site vers une approche plus directement en lien avec l'islam pour mieux justifier du soutien que lui apportait le FIDP au titre du contre-discours (à hauteur de 135.000 € en 2016)⁴,

2. LES CONTRADICTIONS DU DISCOURS FRANÇAIS

a. LES CONTRADICTIONS DE LA « POLITIQUE ARABE » DE LA FRANCE AVEC SES IDEAUX DEMOCRATIQUES

Grâce à un réseau « d'intellectuels » disposant de solides connaissances des cultures occidentales, la propagande djihadiste détourne le « roman national » français pour justifier l'idée que la France mène une guerre haineuse contre l'Islam, depuis les temps du premier choc entre ces deux civilisations. Le deuxième numéro de *Dar al-Islam*, paru après janvier 2015, dresse l'inventaire de cet acharnement historique : « *Sous l'Ancien régime, c'est l'appel à la Croisade d'Urbain II, un pape français, sous la*

¹ SIG. « #ToujoursLeChoix, une campagne web pour lutter contre la radicalisation », *Gouvernement.fr* [en ligne]. Paris : site gouvernement.fr, 2016 [mis en ligne le 18/11/16] <<http://www.gouvernement.fr/toujourslechoix-une-campagne-web-pour-lutter-contre-la-radicalisation>> [consulté le 22/10/17].

² Jean-Pierre Sueur. *Op. cit.*, p. 138.

³ What the FAKE. *Modules laïcité* [vidéos en ligne]. YouTube, 2016 [mis en ligne de novembre 2016 à janvier 2017] 85 vidéos <<https://www.youtube.com/channel/UCgE>> [consulté le 23/10/2017].

⁴ Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport... op. cit.* [...] n°438, 12 juillet 2017, p. 114.

Révolution organisée par les Loges maçonniques, le combat contre les religions au nom de la raison, va s'étendre à la dénonciation de l'Islam avec la campagne de Napoléon en Egypte. Bien évidemment la colonisation, le soutien constant de la France au sionisme, enfin la Loi contre le voile et les lois antiterroristes »¹. Si un tel argumentaire occulte naturellement l'alliance de François Ier avec la sublime Porte, la longue tradition de l'Orientalisme en France ou la déférence du général Bonaparte envers l'islam lorsqu'il commandait au Caire, il n'est pas anodin de constater qu'il porte intégralement sur des points de l'Histoire de France de plus en plus réprouvés, voire condamnés par l'opinion publique.

Par ce moyen, la propagande djihadiste place la « Patrie des droits de l'Homme » face aux contradictions de son Histoire, au regard des valeurs humanistes et démocratiques dont elle entend promouvoir l'universalité. De ce point de vue, le numéro 8 de *Dar al-Islam* s'approprie habilement la contestation de l'état d'urgence instauré après le 13 novembre, en faisant des musulmans, les victimes de ces mesures « anti-démocratiques » : « *des perquisitions totalement arbitraires, des assignations à résidence aux effets contreproductifs et une surveillance de masse qui tourne à la politique totalitaire...* »². Par ailleurs, la propagande djihadiste met en lumière le double discours de la France lorsqu'elle dénonce la barbarie de l'EI mais ne condamne pas d'autres pays comme son allié, l'Arabie saoudite, qui pratique pourtant le même genre d'exécution (décapitation, lapidation...), en application de la *Charia*³.

Mais surtout, elle permet de marquer l'intervention française en Syrie et en Irak du sceau de l'ambivalence en l'inscrivant dans le prolongement de cette « guerre séculaire » menée contre l'Islam. La propagande djihadiste met donc en avant les victimes des bombardements aériens auxquels la France participe, prenant ainsi le contrepied des comptes Twitter et Facebook de stop-djihadisme qui relaient fréquemment les publications du ministère des Armées ou de la coalition internationale. En cela, elle attire également l'attention sur la question des dommages collatéraux, généralement occultés par les états-majors et les médias occidentaux, dans la mesure où il reste difficile d'en vérifier la véracité dans les zones tenues par l'EI. A cet égard, le géopoliticologue Frédéric Pichon note que « *l'usage massif et très poussé de la communication informationnelle, à base d'intoxication ou d'images chocs, est une partition dont sait jouer à merveille l'organisation terroriste* »⁴. La question est d'autant plus sensible que certains médias comme le magazine *AirWars* contestent le nombre des pertes civiles dues aux frappes aériennes de la coalition, le bilan s'élèverait à plus de 5.300 morts et non à 83 morts, comme l'avancerait cette dernière (septembre 2013)⁵. Par ailleurs, les contradictions du discours s'amplifient puisque les occidentaux dénoncent les dommages collatéraux provoqués par les frappes russes, tandis que, pour sa

¹ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 52-53.

² Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 53.

³ Loi islamique. Ensemble des normes et règles doctrinales édictées dans le Coran qui codifient les aspects de la vie, publique comme privée. Son application a varié d'une séquence historique et d'une région du monde à l'autre. (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p. 166).

⁴ Alexis Feertchak. « Frédéric Pichon : "A Mossoul, la Coalition se heurte à la réalité des dommages collatéraux" », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2017 [mis en ligne le 21/02/17] <<http://www.lefigaro.fr/vox/monde/2017/02/21/frederic-pichon-mossoul-la-coalition-se-heurte-a-la-realite-des-dommages-collateraux.php>> [consulté le 22/10/17].

⁵ Airwars. Monitoring the coalition air war against ISIS [en ligne]. Airwars.org, 2017 [mis en ligne en septembre 2017] <<https://airwars.org>> [consulté le 05/09/17].

part, la Russie, considérant qu'elle n'a tué aucun civil à ce jour, menace de riposter en divulguant les chiffres des frappes occidentales.

Au-delà des divisions que de telles opérations de déstabilisation attisent entre ses ennemis, l'EI nous confronte ainsi à la nécessité pour une démocratie de bénéficier du soutien de son opinion publique pour engager des opérations militaires. Or, l'opinion publique française demeure globalement assez détachée de ce genre de sujet. Aussi, selon Frédéric Pichon, « *plutôt que de comparer les bilans, il faudrait partir d'un principe qui est pourtant évident : il n'y a pas de guerre propre sans propagande ou rétention d'informations. [...]. Le problème n'est pas tant le nombre de victimes collatérales (il y en a eu et il y en aura beaucoup encore dans les semaines qui viennent) mais celui de la communication de guerre* »¹.

b. LES DIFFICULTES POUR UNE SOCIÉTÉ LAÏQUE ET SECULARISÉE DE S'AVENTURER SUR LE TERRAIN RELIGIEUX

Si un consensus se fait jour quant à la nécessité d'élaborer un discours contrant la propagande djihadiste sur le terrain religieux, dont cette dernière se réclame la plupart du temps, la mise en œuvre d'un tel discours, dans le cadre de la République laïque et de la société française sécularisée, s'avère plus délicate. « *L'implication de l'État laïque dans la déconstruction du discours djihadiste a, en effet, ses limites et s'arrête au seuil du discours théologique, qui ne peut être endossé que par les acteurs de la sphère religieuse. Cette approche est d'autant plus importante que certaines personnes en voie de radicalisation seraient particulièrement sensibles aux arguments relevant de l'interprétation religieuse pour rejeter le discours et les exactions djihadistes* »². De fait, les acteurs publics de la communication contre-djihadiste se trouvent confrontés à un double écueil : celui de ne pas amener le discours sur des questions liées à la foi et à l'orthodoxie d'une religion que l'État ne reconnaît pas par ailleurs, et celui d'une crispation du corps social autour du principe de laïcité. Pour Xavier Crettiez, cette crispation laïque est double : « *à la fois nous avons un rejet de la religion, une mise à distance que ne connaissent pas nos voisins, et il y a aussi une revendication religieuse* »³. Ce qui amène le sénateur François Grosdidier à considérer que « *la démarche des pouvoirs publics est souvent davantage perçue comme une persécution religieuse que comme une main tendue de la République* »⁴.

La société civile se montre tout aussi mal à l'aise vis-à-vis de cette résurgence du religieux dans l'espace public, duquel une lecture de plus en plus restrictive de la loi de 1905 tendrait à le chasser : « *Les acteurs de terrain, en particulier, -on peut penser par exemple aux travailleurs sociaux- se sont longuement interrogés sur leur légitimité à intervenir sur ce champ habituellement tenu à distance* »⁵. Pourtant, le principe de neutralité auquel l'État s'astreint en matière de religion, afin de garantir la liberté de conscience, ne s'étendait pas aux individus initialement. Mais, de fait, la loi du 15 mars 2004 interdisant

¹ Alexis Feertchak. *Id.*

² Jean-Pierre Sueur. *Op. cit.*, p. 140.

³ Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Rapport d'information fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales et à la décentralisation sur les collectivités territoriales et la prévention de la radicalisation*. Doc. parl. Sénat, n° 483, 29 mars 2017, p. 145.

⁴ *Id.* p. 136.

⁵ *Ibid.* p. 18.

le port du voile à l'école a remis en cause ce principe, créant par conséquent, une opposition entre laïcité et liberté religieuse¹. La propagande djihadiste utilise donc cette faille pour nourrir les tensions liées à la place de l'islam au sein de la société française et obtenir ainsi, l'isolement progressif des musulmans. Ainsi, lorsqu'elle demande : « Où est la "liberté de conscience" dans un pays qui interdit le port du niqab pour les femmes musulmanes ? »², son discours trouve donc une justification dans le sentiment que la société française est hostile aux religions. Or, plus la population musulmane est susceptible de se confronter à une défiance antireligieuse, d'une part, et à des phénomènes racistes, d'autre part, plus elle risque d'écouter le discours djihadiste.

La construction d'un contre-discours religieux a donc relancé le débat sur la structuration de l'islam de France par l'Etat. Fortement sous-tendue d'interférences générées par les relations conflictuelles qui opposèrent la République et l'Eglise catholique au siècle dernier, une telle aspiration butte néanmoins sur la réalité très disparate de l'islam en France. En effet, le Conseil Français du Culte Musulman (CFCM), après avoir mis en place un conseil théologique en 2016 pour contrer le discours djihadiste, a créé une charte de l'imam, en mars 2017, visant à manifester « l'attachement des imams de France à l'islam du juste milieu et au pacte républicain ». Toutefois, cette charte a suscité la défiance de plusieurs fédérations musulmanes dont la grande Mosquée de Paris, proche de l'Algérie, et l'Union des Organisations Musulmanes de France (UOIF), proche des Frères musulmans³. Ces instances, déjà fragilisées par leurs divisions et par l'interventionnisme de l'Etat sur la question de l'islam de France, ne trouvent d'ailleurs aucune légitimité aux yeux de bon nombre de jeunes musulmans français comme des djihadistes « qui ne demandent pas mieux que de pouvoir confronter la preuve à la preuve [...] face aux imams de la démocratie et aux savants de l'apostasie »⁴.

Là encore, l'EI joue d'une grande habileté en réclamant un débat qu'il interdit par ailleurs, du fait de sa propension à recourir au *takfir*⁵. De la même manière, l'argument selon lequel le salafisme djihadiste n'a rien à voir avec l'islam, que Jean Birnbaum qualifie de « rien-à-voirisme », lui offre un autre angle d'attaque. Car il lui permet non seulement de reprocher à tout acteur, notamment public, qui se prévaut d'un tel argument d'enfreindre le principe de laïcité et de liberté de conscience en statuant sur le « bon islam », mais aussi, d'affirmer que « ceux qui n'ont cessé de mettre en garde contre l'intégrisme et le fondamentalisme appellent justement aujourd'hui à revenir au texte fondamental et à la tradition originelle : c'est so Daech ! »⁶. Il va même jusqu'à défendre le journaliste David Thomson face aux critiques dont il a fait l'objet pour avoir contesté l'idée selon laquelle l'EI n'avait rien avoir avec l'islam. Outre le fait qu'une telle dénégation, de la part de l'Etat et d'intellectuels, porte préjudice aux penseurs

¹ Elina Lemaire. « Cessons de réduire la loi de 1905 à la seule neutralité », *Libération* [en ligne]. Paris : site de libération.fr. [mis en ligne le 1^{er} février 2016] <http://www.liberation.fr/debats/2016/02/01/cessons-de-reduire-la-loi-de-1905-a-la-seule-neutralite_1430358> [consulté le 25/10/17].

² *Inspire* n° 10 cité par Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p.52

³ Jean-Marie Guénois. « La "Charte de l'imam" provoque une crise au sein de l'islam de France », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2017 [mis en ligne le 30/03/17] <<http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2017/03/30/01016-20170330ARTFIG00242-la-charte-de-l-imam-provoque-une-crise-au-sein-de-l-islam-de-france.php>> [consulté le 25/10/17].

⁴ *Dar-Al-Islam* n°8 cité par François-Bernard Huyghe. *Op. cit.*, p. 97.

⁵ « Excommunication d'un musulman pour mécréance. Or son application sans fondement sérieux est interdite dans la tradition sunnite. » (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p.175).

⁶ *Dar al-Islam* n°8 cité par François-Bernard Huyghe. *id.*

musulmans modérés qui assument l'existence d'un tel lien attestant d'une certaine « *ankylose de l'islam* »¹, elle se révèle contre-productive comme en témoigne un ancien FTF, dans le livre *Les revenants* de David Thomson : « *plus ils me disaient que ce n'est pas ça l'islam, plus j'étais convaincu du contraire* »².

3. LA QUESTION FONDAMENTALE D'INTERNET

a. LES FRICTIONS ENTRE L'ÉTAT ET LES PLATEFORMES SOCIALES CONCERNANT LES CONTENUS DJIHADISTES

La lutte contre la propagande djihadiste passe nécessairement par l'implication des fournisseurs d'accès à Internet et des hébergeurs de contenus, ainsi que par leur collaboration avec les Etats et la société civile. Cette lutte repose sur deux types de mesures : la coercition (blocage des comptes, déréférencement, retrait de contenus subversifs...) ou la communication contre-djihadiste. Néanmoins, du fait de divergences juridiques, la coopération entre les différents acteurs se révèle peu aisée. En effet, la plupart des opérateurs d'Internet comme Google, Facebook ou Twitter sont des entreprises de droits américains et, à ce titre, appuient leurs intérêts sur une lecture extensive du 1^{er} amendement de la constitution des Etats-Unis, garantissant la liberté d'expression. Ces entreprises répugnent donc à appliquer les mesures coercitives que des Etats, comme la France, leur demande. Dans cette optique, Bernard Caseneuve, s'est d'ailleurs rendu en personne dans la Silicon Valley en février 2015 pour rencontrer ces entreprises récalcitrantes.

En dépit d'une bonne volonté affichée et d'avancées progressives, comme en témoigne l'annonce par YouTube, Facebook, Twitter et Microsoft, de la création d'un forum mondial contre le terrorisme sur Internet, le 26 juin 2017³, la coopération reste difficile car l'Etat souhaite que les opérateurs se montrent plus proactifs dans la modération des contenus et la gestion des comptes djihadistes⁴. Les opérateurs, en contrepartie, avancent, non sans raison que ces mesures de censure ne sont pas efficaces car l'EI dispose techniquement des moyens de les contourner, par la duplication des données de ses sites, par exemple. Les grandes plateformes préfèrent appuyer la communication contre-djihadiste en offrant des formations techniques aux associations qui en sont porteuses. Pour autant, elles refusent de produire elles-mêmes des contenus contre-djihadiste ou à « *Promouvoir leurs référencement tout en ciblant le bon public et en réorientant les contenus positifs en tant que de besoin* »⁵, comme le préconise les gouvernements français et britannique dans un communiqué du 17 juin 2017.

En effet, jugeant que les efforts des opérateurs n'étaient toujours pas suffisants, ces deux nations ont élaboré un plan d'action conjoint contre l'utilisation de l'Internet à des fins de terrorisme dont l'une des

¹ Jean Birnbaum. *Un silence religieux, la gauche face au djihadisme*. Paris : éditions du Seuil. 2016, p. 52-55.

² David Thomson. *Op. cit.*

³ Source AFP. « Les géants du web s'allient pour lutter contre les contenus terroristes », *LesEchos.fr* [en ligne]. Paris : site lesechos.fr, 2017 [mis en ligne le 27/06/17] <https://www.lesechos.fr/27/06/2017/lesechos.fr/030412502722_les-geants-du-web-s-allient-pour-lutter-contre-les-contenus-terroristes.htm> [consulté le 25/10/17].

⁴ Kader Arif. *Op. cit.*, p. 167.

⁵ Ministère de l'Intérieur. « Utilisation de l'Internet à des fins terroristes : plan d'actions franco-britannique », *Communiqués* [en ligne]. Paris : site du ministère de l'Intérieur [mis en ligne le 14 /06/17] <<https://www.interieur.gouv.fr/Le-ministre/Communiqués/Utilisation-de-l-Internet-a-des-fins-terroristes-plan-d-actions-franco-britannique>> [consulté le 25/10/17].

propositions consiste à permettre l'automatisation de la détection et la suspension ou le retrait des contenus illicites. En cela, le gouvernement peut s'appuyer sur l'avis rendu par la CNCDH, le 12 février 2015, selon laquelle : « *Tout discours incompatible avec la démocratie et les droits de l'homme ne relève pas de la liberté d'expression et ne peut prétendre bénéficier des garanties de la Convention conformément à l'article 17 de la CESDH. En conséquence, les États ont l'obligation positive de lutter, en toutes circonstances, contre les discours qui, en propageant l'intolérance, la haine et le racisme, sont contraires aux valeurs des libertés et droits fondamentaux* »¹. L'Etat menace donc de légiférer pour faire pression sur les entreprises du web. Plusieurs dispositifs législatifs² sont déjà venus renforcer la lutte contre les contenus djihadistes, la loi du 13 novembre 2014 contraignant ainsi les hébergeurs et fournisseurs d'accès à concourir à cette lutte. Ce à quoi les opérateurs répliquent qu'ils ne sont pas compétents pour juger de l'illicéité d'un contenu. En outre, la CNCDH, comme le Conseil National du Numérique, estiment que ce pouvoir de blocage devrait être dévolu au juge et non laissé à l'appréciation d'opérateurs privés ou de la plateforme de signalement du Ministère de l'Intérieur PHAROS³.

La propagande djihadiste profite donc de ces dissensions techniques et juridiques complexes, amplifiées par les divergences de vues au niveau européen. De telles mesures lui permettent, là encore, de pointer les contradictions des démocraties entre leurs principes et leurs politiques. Certes, il lui faut désormais s'appuyer plus largement sur les recruteurs pour qu'elle puisse entrer en contact avec son public cible, car les méthodes de déréférencement mises en œuvre par les opérateurs d'Internet, empêchent un accès direct aux contenus djihadistes : « *Les demandes particulièrement explicites de type "je veux rejoindre le jihad" ou "comment se rendre au pays de Cham" ou "tuer des mécréants" amènent essentiellement à un contenu journalistique qui cite ces expressions ou à des sites qui entendent lutter contre* »⁴. Néanmoins et bien qu'elle se trouve gênée dans la diffusion de ses contenus, la propagande contourne également la difficulté par une migration permanente et adaptative entre plateformes numériques. Ainsi, en mars 2017, le spécialiste du djihadisme Romain Caillet observait que, suite à la suppression de plus de 377.000 de ses comptes sur Twitter, au second semestre 2016, l'EI avait eu tendance à abandonner ce réseau social pour Facebook, avant de migrer vers Telegram, un réseau social crypté et fermé à toute collaboration avec une puissance publique⁵.

b. LE COMLOTISME EST-IL UNE FAUSSE PISTE ?

Il semble communément admis dans les travaux portant sur les méthodes d'embrigadement employées par le salafisme djihadiste, que le complotisme constitue un sas de la radicalisation. Par la description qu'elle a faite de ce processus, Dounia Bouzar laisse entendre que les propagandistes agissent en trois

¹ Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme. *AVIS sur la lutte contre les discours de haine sur internet* (projet). Paris : CNCDH, 12 février 2015, p.6.

² Loi du 13 novembre 2014 renforçant les dispositions relatives à la lutte contre le terrorisme, loi du 20 novembre 2015 prorogeant l'application de la loi relative à l'état d'urgence, loi du 3 juin 2016 renforçant la lutte contre le crime organisé, le terrorisme et leur financement, et améliorant l'efficacité et les garanties de la procédure pénale.

³ Marc Hecker. *Op. cit.*, p. 26.

⁴ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 76.

⁵ William Audureau. « Pour les djihadistes, la dynamique est plutôt d'abandonner Twitter ». *LeMonde.fr* [en ligne]. Paris : site de lemonde.fr [mis en ligne le 22/03/17] <http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/03/22/pour-les-djihadistes-la-dynamique-est-plutot-d-abandonner-twitter_5099068_4408996.html> [consulté le 25/10/17].

étapes pour s'emparer de l'esprit d'un jeune. Celui-ci visionne tout d'abord des vidéos contestant le système productif mondial et la société de consommation. Reprises sous l'angle de la théorie du complot à laquelle les jeunes sont sensibles, ces vidéos témoignent alors d'une vérité cachée, cause de la corruption de la société et du mal-être des jeunes. Puis leur succède une deuxième série de vidéos présentant l'action nocive de sociétés secrètes qui travaillent dans l'ombre à la destruction des structures sociales traditionnelles, comme les religions, et, en premier lieu, à celle de l'islam. Enfin, une « troisième série de vidéos persuade le jeune que seule une confrontation finale avec le monde peut sauver l'humanité grâce au « vrai islam » »¹.

Dès lors, une part non négligeable de la stratégie de communication opposée au djihadisme est dédiée préférentiellement à la lutte contre le conspirationnisme. Toutefois, Dounia Bouzar ne spécifie pas clairement le rôle tenu par les recruteurs djihadiste dans le processus qu'elle décrit. On peut certes supposer que les vidéos de la 2^{ème} et de la 3^{ème} série sont des productions de la propagande djihadiste ou de cercles qui lui sont proche. Pour autant, l'implication des cellules de communication djihadistes tout au long de ce cheminement vers l'embrigadement, reste à vérifier. Sauf à succomber soi-même aux sirènes du complotisme, on peut effectivement se demander si un tel procédé repose sur une stratégie djihadiste, préméditée et conçue à chacune des étapes décrites. Stimulée par Internet², l'expansion du complotisme demeure indépendante de celle du djihadisme. Dès lors, il n'est pas à exclure que les propagandistes de l'EI profitent plus du phénomène conspirationniste par un effet rétroactif, les candidats au *djihad* étant recrutés parmi des jeunes rendus préalablement disponibles à ces thèses, par leur pratique assidue des réseaux sociaux.

Les actes terroristes commis par des djihadistes sont eux-mêmes un terrain prolifique pour les théories du complot. Ainsi, « le sociologue *Gérald Bronner a identifié 24 arguments conspirationnistes dès le premier jour de l'attaque contre Charlie Hebdo* »³. Mais pour la même raison, ces théories peuvent également parasiter la propagande djihadiste, dans la mesure où un attentat qu'elle revendiquerait pourrait être attribué à un groupe occulte plutôt qu'à son commanditaire djihadiste. En contrepartie, le mode d'action terroriste étant un vecteur essentiel de leur stratégie de communication, les groupes djihadistes n'ont aucun intérêt à avancer masqués et laisser penser qu'ils agissent comme une société secrète.

C'est pourquoi, dans le numéro 9 de *Dabiq*, l'EI condamne l'intérêt que portent certains de ses membres aux théories du complot, jugeant ces dernières idolâtres (*Conspiracy Theory Shirk*⁴) : « *Les théories du complot sont donc devenues une excuse pour abandonner le Djihad, pour être fasciner par les mécréants, pour se détourner de l'obligation de bay'ah⁵ et pour rechercher la dunya¹, au nom d'une prise de*

¹ Dounia Bouzar, Christophe Caupenne, Sulayman Valsan. *La métamorphose opérée chez le jeune par les nouveaux discours terroristes*. Paris : CPDSI, novembre 2014, p. 32-41.

² <http://www.leblogducommunicant2-0.com/humeur/conspirationnisme-theorie-du-complot-les-entretiens-du-sig-font-le-point/>

³ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p.41.

⁴ Chirk : idolâtrie ou polythéisme, consistant à assimiler d'autres divinités, êtres ou créatures à Dieu. Il s'agit d'un grave péché dans l'islam car seul Dieu s'il ne se repent pas. (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p. 166).

⁵ Littéralement la vente, la transaction commerciale. Qualifie le serment d'allégeance à une autorité dans l'islam (spirituelle ou politique), exercé depuis la période prophétique (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p. 165) Allégeance au califat.

conscience d'ordre politique »². La revue poursuit en affirmant qu'aucun groupe humain n'est doté du pouvoir suffisant pour mener de tels complots, puisque ce pouvoir n'appartient qu'à Dieu. Paradoxalement, elle ajoute que les mécréants ourdissent des complots, bien évidemment voués à l'échec, contre l'islam. A l'instar de beaucoup de jeunes de nos sociétés, les djihadistes semblent donc être des adeptes, plutôt que des instigateurs des théories du complot, dans la mesure où celles-ci se font l'écho du sentiment de persécution de l'islam et de l'anti-impérialisme sur lesquels reposent une grande partie de la propagande djihadiste.

Face au double défi du djihadisme et du complotisme, la société française cherche à lutter contre l'enfermement idéologique par l'apport de la connaissance à ceux que ces thèses attirent. Néanmoins, bon nombre d'observateurs considèrent qu'elle peine à y parvenir du fait du discrédit dont l'Etat et les médias souffrent auprès des jeunes. Mais un tel discrédit repose sans doute sur des raisons plus profondes que la simple perméabilité aux thèses complotistes. De ce point de vue, il paraît pertinent d'établir un parallèle entre le refus de l'autorité, quelle qu'en soit la forme, et l'effondrement de la figure paternelle au sein de notre société. Il est notoire d'ailleurs, que le rapport défaillant au père ou l'absence de celui-ci sont des facteurs récurrents, voire systématiques, de la radicalisation djihadiste, comme l'indique le rapport établi pour la Mission de recherche Droit et Justice : « *une majorité de djihadistes a pu connaître des parcours familiaux dysfonctionnels et déstructurés assez marqués (absence du père, placements en foyer, violences subies...)* »³. Sans être nécessairement inutile, la lutte contre le complotisme semble néanmoins nous éloigner du cœur de la bataille.

C. LA NECESSITE DE DIFFERENCIER LES CONTENUS EN FONCTION DES PUBLICS CIBLES

A ce stade, il convient de dresser une typologie des contenus dont la communication contre-djihadiste doit disposer dans son arsenal pour être efficace.

1. LE DISCOURS VERS LE CŒUR DE CIBLE

a. PREVENIR ET DISSUADER LES JEUNES DE PASSER A L'ACTE

Point de non-retour du processus de radicalisation, le passage à l'acte se manifeste essentiellement par la *hijrah* et l'attentat terroriste. Il peut être effectif ou se limiter à une simple tentative, voire en une participation uniquement. Dans le cadre de la prévention primaire et secondaire, plusieurs types de discours et plus particulièrement, dans ce cas, de contre-discours, sont mis en œuvre afin de dissuader les jeunes d'emprunter ou de poursuivre sur la voie de la radicalisation, d'une part, et d'empêcher l'acte terroriste ou le départ au *djihad*, d'autre part. On peut donc distinguer :

¹ Dounya : littéralement la vie d'ici-bas, l'existence matérielle vécue au quotidien par le musulman. Elle s'oppose à l'au-delà (akhira), le monde après la mort. (Myriam Benraad. *Op. cit.*, p. 168).

² « Conspiracy theory Shirk ». *Dabiq* n° 9. Al Hayat Center, mai 2015, p. 16.

³ Bilel Ainine, Thomas Lindemann. *Op. cit.*, p. 142.

- Le discours sur la vérité : il s'agit de démonter point par point les arguments de la propagande djihadiste par un contre-discours dévoilant la vérité. Le meilleur exemple en est la campagne du gouvernement. Dans cette vidéo basée sur des images produites par l'EI, sont présentées quatre promesses de la propagande djihadistes sous l'assertion « Ils te disent... » à laquelle répond en miroir « en réalité... ». Chaque séquence correspond à un type de motivation. Ainsi, « *Ils te disent : « sacrifie-toi à nos côtés, tu défendras une juste cause. » pour l'héroïsme ou « [...] viens fonder une famille avec un de nos héros » pour les filles. Sur ces images se superposent les vérités : « en réalité, tu découvriras l'enfer sur terre et tu mourras loin de chez toi » et « [...] tu élèveras tes enfants dans la guerre et la terreur ».*

- Le discours sur les risques : ce message essaye de susciter la peur en évitant la menace. Le profil STOP DJIHADISME tweete fréquemment sur la condamnation de personnes radicalisés (« [un homme condamné à 2 ans de prisons ferme pour apologie du #terrorisme](#) ») et rappelle les peines encourues (« [Rappel : faire l'apologie du #terrorisme sur les réseaux sociaux est puni de 7 ans de prison](#) »). Ce type de message montre également au candidat qu'il risque de mourir dans des conditions peu enviables. La diffusion se fait, soit de manière subliminale par le retweet d'un post de l'état-major des Armées sur les [dernières frappes aériennes effectuées](#), soit de manière explicite, à travers le [témoignage d'une mère](#), par exemple.

- Le discours d'émotion : le recours à l'émotion est un moyen puissant d'ébranler une conviction ou d'inciter à ne pas bouleverser un équilibre, fut-il fragile. Dans cette optique, le témoignage de familles, et particulièrement, de mères permettent de prendre conscience de la souffrance provoquée par le départ d'un enfant. Ce ressort est mobilisé par l'association FATE France (Famille contre le Terrorisme et l'Extrémisme), notamment, lorsqu'elle tweete « [1 endoctriné, toute la famille est brisée ! L'enfant part, la famille reste en peine ! Il ne reviendra jamais !](#) » avec la photo de la mère de famille. Le site de la campagne toujourslechoix.fr, présente également de nombreux témoignages de proches, dans une rubrique intitulée « [Ils l'ont vécu](#) ». Ces vidéos sont recoupées par des photos postées sur les profils [Twitter](#) et [Facebook](#) de stop-djihadisme.

- Le discours de divertissement : Les jeunes sont plus ouverts à la légèreté et donc à un discours satirique vis-à-vis du djihadisme. Ceci est d'autant plus vrai lorsque le message est porté par un humoriste très populaire, comme Elie Semoun dans son sketch « [l'apprenti djihadiste](#) », ou un jeune talent avec lequel les jeunes peuvent facilement s'identifier, à l'image de Kevin Razi dans « [les attentats et Daech](#) ». L'un et l'autre ont un véritable rôle d'influenceur dans ce cas précis. De même, un vecteur culturel comme le théâtre peut se révéler porteur, même si le ton qu'il emploie peut être plus grave. La pièce *Djihad*, d'Ismaïl Saïdi, en est la juste illustration, par le succès qu'elle remporte, en partie grâce au soutien que le CIPDR et de l'Education nationale lui ont apporté et qui lui a permis de se produire partout en France.

Chaque représentation est d'ailleurs suivie d'un débat avec le jeune public afin de prolonger la réflexion que la pièce a suscitée¹.

b. PROPOSER DE VRAIS DISCOURS D'ALTERNATIVES AU SALAFISME DJIHADISTE

La diffusion d'un contre-discours n'est pas suffisante en soit, il convient de proposer une alternative à la radicalité du djihadisme. En effet, la dissuasion ne permet pas de répondre pas aux aspirations d'un jeune face auquel le djihadisme se présente comme la seule perspective attrayante. Il s'agit donc de prolonger ce travail de dissuasion par d'autres offres d'espérance et de mobilisation. C'est le rôle du discours d'alternatives. Mais celui-ci, pour se montrer véritablement efficace, doit être précédé et accompagné par une lutte contre l'enfermement intellectuel sur lequel s'appuie la propagande djihadiste. Ainsi, plusieurs discours peuvent se succéder :

- Le discours de raison : par ce moyen, il s'agit d'armer le jeune contre la tentation djihadiste en développant son esprit critique face au flux surabondant d'informations invérifiées auxquelles le web le confronte. C'est précisément cet axe que le site what-the-fake.com entend développer en dénonçant les rumeurs (*hoax*), fausses nouvelles (*fake news*) ou théories du complot qui circulent sur le web. Le site ne s'en prend pas spécifiquement au djihadisme mais aborde les questions de désinformations sur Internet de manière très général, à travers des exemples de théorie du complot ou de fausses nouvelles (« [La théorie du complot selon laquelle l'homme n'aurait jamais mis le pied sur la Lune](#) »), des conseils ou des articles de fond (« [Pourquoi les théories du complot sont-elles si attractives ?](#) »), des sujets d'actualités comme la problématique liant la radicalisation et le terrorisme aux réseaux sociaux (« [Radicalisation en ligne : les réseaux sociaux dans le collimateur de Theresa May](#) »).

- Le discours de connaissance : dans ce cas-là, il s'agit de favoriser l'ouverture d'esprit de l'individu en mettant un certain nombre de savoirs à sa disposition et d'éveiller son intérêt pour des sources autorisées. Un tel discours permet ainsi de rétablir un certain nombre de vérité sur l'islam et de progresser dans l'appréhension de cette réalité complexe. C'est ce que se propose de faire le site d'une association comme [Parle-moi d'Islam](#), animé par de jeunes laïcs, particulièrement versés sur les questions liées à cette religion. Le site propose ainsi des éclairages sur des thématiques telles que le Coran, le contre-discours radical ou les femmes et l'islam, afin de démontrer que l'islam est une réalité ouverte et compatible avec la société française. Certains articles s'attaquent même directement à l'idéologie djihadiste (« [je relève le défi du débat théologique lancé par Daech, réfutation de l'idéologie terroriste suite aux attentats du 13 novembre](#) »²). Mais ce type de discours peut également être déployé sur des sujets plus séculiers. A ce titre, le site de l'association [France Fraternités](#) entend présenter les valeurs fondamentales de la société

¹ Sylvain Merle. « Ismaël Saidi combat le djihad avec son humour ». *Le Parisien* [en ligne]. Paris : site de leparisien.fr. [mis en ligne le 09/07/17] <<http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/ismael-saidi-combat-le-djihad-avec-son-humour-09-07-2017-7120722.php>> [consulté le 27/10/17].

² Mohammed Chirani. « Je relève le défi du débat théologique lancé par Daesh, réfutation de l'idéologie terroriste suite aux attentats du 13 novembre ». *Huffpost* [en ligne]. Paris : site du huffingtonpost.fr, 2016 [mis en ligne le 05/10/16] <http://www.huffingtonpost.fr/mohammed-chirani/islam-daech-coran_b_9514046.html> [consulté le 27/10/17].

française ([liberté](#), [égalité](#), [fraternité](#), [laïcité](#)) en insistant, notamment, sur les aspects positifs qu'elles apportent.

- Le discours de proposition : l'engagement pour une cause est un ferment auquel les recruteurs djihadistes ont souvent recours. Dès lors, les discours d'alternatives doivent présenter d'autres causes plus acceptables aux jeunes et leur montrer ainsi que le *djihad* n'est pas la seule issue qui s'offre à eux. France Fraternités présente plusieurs initiatives, généralement tournées vers les jeunes de banlieues, comme la création prochaine d'une école de mode gratuite pour les jeunes de Saint-Denis¹. Le compte Facebook de Stop Djihadisme, pour sa part, propose un engagement plus institutionnel, dans la [garde nationale](#) ou dans les réserves de [cyberdéfense](#), par exemple.

2. LE DISCOURS VERS LE DEUXIEME CERCLE DE CIBLE

a. AIDER LES FAMILLES

L'aide aux familles revient spécifiquement à l'Etat mais aussi aux associations. Elle s'adresse à des familles inquiètes de la menace que la radicalisation de bon nombre de jeunes fait peser sur leurs enfants, soit que ces familles le constatent dans leur environnement quotidien, soit qu'elles se trouvent directement touchées par ce phénomène. Le site Stop-djihadisme décline ainsi cette aide sous plusieurs formes :

- Le discours de sensibilisation : dans une logique de prévention primaire, ce discours vise à éveiller l'attention des familles sur ce phénomène longtemps occulté. Il s'agit, entre autres, de faire prendre conscience que les cas de radicalisation sont très divers et que toutes les familles sont concernées, indépendamment de leur position vis-à-vis des religions ou de leur niveau social. Stop-djihadisme propose donc différentes rubriques permettant de sensibiliser sur des sujets comme la radicalisation ou le terrorisme djihadiste. Chaque rubrique se subdivise en thèmes regroupant eux-mêmes différents articles. Par exemple, l'entrée « explication du phénomène » comprend un article sur la radicalisation des jeunes filles² et sur les radicalisés identitaires³. Chaque page apporte ainsi une réponse simple sur ces problèmes complexes. Les associations, comme l'Union Nationale des Associations Familiales (UNAF), participent également à cet effort, sous la forme de journées de sensibilisation faisant intervenir des mères impactées par le départ d'un enfant. En cela, la France contribue à la mise en œuvre de recommandations émises par des instances internationales auxquelles elle participe, comme le Global CounterTerrorism Forum⁴, plateforme informelle regroupant différents pays désireux d'inscrire leur action dans le cadre de la

¹ Bondy blog. « Des favelas à la Seine-Saint-Denis : lancement de l'école de mode Casa Geração 93 à Saint-Ouen ». *France Fraternités* [en ligne]. Paris : site de France-fraternités.org, 2017 [mis en ligne le 14/08/17] <<http://france-fraternites.org/favelas-a-seine-saint-denis-lancement-de-lecole-de-mode-casa-geracao-93-a-saint-ouen/>> [consulté le 27/10/17].

² Stop-djihadisme. « Radicalisation : ce qui séduit les jeunes filles dans l'idéologie djihadiste ». *Stop-djihadisme* [en ligne]. Paris : site stop-djihadisme.gouv.fr, <<http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/radicalisation/explication-du-phenomene/radicalisation-ce-qui-seduit-jeunes-filles-lideologie>> [consulté le 27/10/17].

³ Stop-djihadisme. « Qui sont les radicalisés identitaires ? ». *Stop-djihadisme* [en ligne]. Paris : site stop-djihadisme.gouv.fr, <<http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/radicalisation/explication-du-phenomene/qui-sont-radicalises-identitaires>> [consulté le 27/10/17].

⁴ GCTF. *Initiative visant à interrompre le processus de radicalisation qui mène à la violence, Le rôle des familles dans la prévention et la lutte contre l'extrémisme violent : recommandations stratégiques et options programmatiques* [en ligne]. New-york : GCTF, 23-25 mai 2016 [mis en ligne en mai 2016] <www.thegctf.org> [consulté le 29/10/17].

Stratégie antiterroriste mondiale des Nations Unies, avec lesquelles le forum est très lié par ailleurs, de même que le RAN¹ que nous avons déjà évoqué.

- Le discours d'orientation : dans ce cas, il s'agit d'accompagner la famille vers la conduite à tenir concernant un proche vis-à-vis duquel elle nourrit des soupçons ou chez qui elle a constaté les indices d'une radicalisation ou encore, si elle a été victime d'attentat. Le but est d'informer sur l'existence d'un numéro vert (« [Un numéro vert : pourquoi faire ?](#) ») et sur l'ensemble des dispositifs mis en œuvre (« [J'ai un doute sur un proche, que faire ?](#) »). Elle permet surtout de présenter des acteurs publics ou privés de terrain vers lesquels les familles pourront se tourner directement, comme les Caisses d'Allocations Familiales ou l'association de Ecoles des Parents et des Educateurs (EPE) (« [quelles structures pour soutenir les familles des personnes radicalisées ?](#) »). Par ailleurs, certaines initiatives locales offrent des services similaires d'écoute, d'orientation et d'accompagnement des familles. C'est notamment le cas du Centre d'Action et de Prévention contre la Radicalisation des Individus ([CAPRI](#)), à Bordeaux, dont l'approche pluridisciplinaire (psychiatrique, psychologique, juridique, religieuse...) propose une alternative crédible à des familles qui seraient réticentes à prendre contact avec les services de l'Etat.

- Le discours de mobilisation : l'Etat considère que la lutte contre la propagande djihadiste suppose une implication de toute la société, ainsi que le rappelle Christian Gravel : « *le contre-discours est l'affaire de chaque Français en qualité de citoyen* »². Dans cette optique, le site Stop-djihadisme incite les familles à s'engager aux côtés des différents acteurs par des actions aussi diverses que le [soutien aux autres familles](#), le [signalement de contenus tendancieux](#) sur Internet, le [don du sang](#) pour les victimes d'attentats... Plus spécifiquement, l'Etat et les associations encouragent celles qui sont touchées par la radicalisation d'un proche à témoigner et à relayer la communication contre-djihadiste (« [Comment relayer le contre-discours ?](#) »). De ce point de vue, l'[association Imad](#) promeut le dialogue interreligieux, la prévention contre l'extrémisme, la laïcité, à travers la figure symbolique de Latifa Ibn Ziaten, mère de l'adjudant Imad Ibn Ziaten, militaire victime de Mohammed Merah en 2012.

b. AIDER LES INITIATIVES LOCALES PAR LA CONNAISSANCE ET LA RECONNAISSANCE

La lutte contre la propagande djihadiste en France traverse encore une phase d'expérimentation dans laquelle le pragmatisme prime. De ce fait, bon nombre d'initiatives locales font figures de pionnières sur le front de cette lutte et, par conséquent, ont besoin d'être soutenues dans leurs démarches. Ce soutien revêt une réalité tant financière que pédagogique. Dès lors, les discours suivants permettent de répondre à de telles attentes :

- Le discours de formation : Le CIPDR joue un rôle essentiel dans ce domaine pour lequel il forme des acteurs de terrain publics ou privés. Il propose ainsi des formations sous forme de stages sur deux jours,

¹ RAN. *Prevenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent. Soutien aux familles*. Bruxelles : RAN, édition 2017. (Collection Approches and Méthodes).

² Christian Gravel. *SIGlab... op. cit.*

d'un kit de formation¹ régulièrement mis à jour ou d'une e-formation de 11 vidéos. Ces actions de formation sont démultipliées grâce à des partenariats avec d'autres institutions telles que le Centre des Hautes Etudes du Ministère de l'Intérieur ([CHEMI](#)). Plus de 12.200 formations ont été dispensées à des acteurs aussi divers que des services de l'Etat (police, gendarmerie, éducation nationale, préfetures...), des collectivités territoriales (communes...), des associations (médiation sociale, aides aux victimes, missions locales...) ou des entreprises (RATP, Aéroport de Paris, SNCF). La société civile et plusieurs collectivités territoriales proposent également de former les acteurs professionnels. C'est le cas du collectif « [Ensemble on fait quoi ?](#) », basé à Lille, du CAPRI, des réseaux sociaux comme Google ou Facebook et du département des Alpes-Maritimes², notamment.

- Le discours de mise en avant : par ce moyen, la collectivité met en valeur l'action d'acteurs dont la notoriété reste faible en dehors du terrain sur lequel elles travaillent. Il s'agit de faire connaître ce travail autant que de reconnaître sa valeur et les efforts déployés. Néanmoins, une telle communication est délicate car elle ne doit pas exposer ces acteurs à d'éventuelles représailles de la part des cellules djihadistes présentes sur la même zone. De fait, bon nombre d'acteurs locaux ne souhaitent pas être mis en lumière dans les rapports nationaux ou dans les médias. A contrario, cette communication oriente des familles en détresse face à la radicalisation ou facilite l'émulation au sein du tissu associatif. A ce titre, le site Stop-djihadisme communique avec précaution sur certaines associations. De même, les rapports parlementaires, leurs apportent, d'une certaine façon, un surplus de notoriété³ : le rapport d'information sénatorial n° 483 du 29 mars 2017, sur les collectivités territoriales et la prévention de la radicalisation, consacre ainsi tout un chapitre à plus de onze différentes initiatives locales.

- Le discours de conseil et d'approfondissement : ce type de discours vise à consolider et encourager l'échange de bonnes pratiques pour permettre à la réflexion de progresser face au défi lancé par la propagande djihadiste. L'objectif est de construire une réelle expertise dans ce domaine et de bénéficier, *in fine*, d'un socle de connaissances fermement établies. Dans cette optique, le CIPDR a réalisé un guide interministériel de prévention de la radicalisation⁴, en mars 2016. Ce guide, mis à la disposition des administrations et des acteurs locaux, doit ainsi permettre d'améliorer l'efficacité du dispositif prévention de la radicalisation. D'autre part, l'European Forum for Urban Security ([Efus](#)) et son émanation française, le Forum Français pour la Sécurité Urbaine ([FFSU](#)), offrent un espace d'échange, notamment sur la question de la radicalisation et de la lutte contre le terrorisme, autour d'un réseau européen d'acteurs institutionnels locaux. Plusieurs projets sont menés en son sein, comme celui des « institutions locales contre l'extrémisme violent » (LIAISE 1 et 2) qui porte, entre autres, sur la stratégie locale de communication et les contre-discours, à travers différents séminaires. Dans le cadre de LIAISE 2, la ville de Bordeaux a coorganisé, avec l'Efus et le FFSU, un colloque intitulé « *Les villes européennes face à la radicalisation : communication et contre-discours* », réunissant ainsi 180 représentants de collectivités

¹ CIPDR. *Kit de formation... op. cit.*

² Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 38

³ Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 36-48.

⁴ CIPDR. *Guide interministériel de prévention de la radicalisation*. Paris : CIPDR, mars 2016, p. 5.

locales en mai 2016. Les villes de Bagneux, Bordeaux, Montreuil, Paris, Sarcelles, Toulouse et le Conseil Départemental du Val d'Oise participent à ce projet¹.

3. LE DISCOURS VERS LE TROISIEME CERCLE DE CIBLE

a. CONJURER LA PEUR

Le discours vers le troisième cercle est essentiellement celui de l'Etat, de par le rapport intrinsèque qui le lie à la Nation. Par ailleurs, il est l'interface principale et la plus légitime de la Nation avec le reste du monde, y compris l'EI, en Syrie et en Irak. Enfin, il est le détenteur du « *monopole de l'usage légitime de la force* » selon la formule de Max Weber. C'est donc lui seul qui s'opposera physiquement à l'EI et sera tenu de déployer la communication officielle liée à cette action, au niveau stratégique. Face à la peur générée par le terrorisme au sein de la population, le discours stratégique de l'Etat s'articule, par conséquent, en trois axes majeurs :

- Le discours pratique : en tant que garant de l'ordre public, l'Etat doit diffuser un certain nombre de consignes ou de préconisations pour indiquer aux citoyens l'attitude à adopter en cas d'attaque terroriste ou de menace liées au djihadisme. Sous l'effet de la stupeur ou de la sidération qu'occasionne le terrorisme, les citoyens auront naturellement le réflexe de se tourner vers les services de l'Etat, surtout en France compte tenu du rôle central tenu par celui-ci jusque dans la psychologie nationale. Le site Stop-djihadisme et le site du gouvernement mettent donc à la disposition du public, des [affiches](#) et des [vidéos](#) décrivant la conduite à tenir en cas d'attaque terroriste. Des guides pratiques permettent également de décliner ces consignes en fonction de publics particuliers comme [les maires et des présidents d'intercommunalité](#), [les équipes de direction des centres commerciaux](#) ou [les organisateurs de rassemblements et festivals culturels](#).

- Le discours protecteur : l'aggravation de la menace terroriste a imposé la mise en place, le maintien et le renforcement de nombreuses mesures de protection de la population parmi lesquelles, le plan VIGIPIRATE et l'opération Sentinelle. Ces mesures entraînent l'implication de la plupart des administrations et se soldent par une visibilité de plus en plus forte sur le territoire national, à travers le déploiement d'unités de la police, de la gendarmerie ou des armées. Outre, qu'un tel déploiement est, en soit, une forme de communication visant à rassurer les citoyens, bon nombre d'administrations et de ministères communiquent également pour en rendre compte. Ainsi, Stop-djihadisme renseigne sur la [réalité de la menace terroriste en France](#) ou [l'arsenal juridique](#) dont elle dispose face à cette menace. L'état-major des armées, pour sa part, met en avant sa participation à la lutte contre le terrorisme, sur son [site](#) et les [réseaux sociaux](#), à travers l'action quotidienne de ses soldats, n'hésitant pas à les mettre en scène selon des codes très actuels. En décembre 2016, l'opération Sentinelle a ainsi été présentée à travers le [#MannequinChallenge](#) qu'une unité déployée dans ce cadre avait réalisé à cette occasion. En effet, la

¹ European Forum for Urban Security. *Prévenir et combattre la radicalisation menant à l'extrémisme violent*. Bruxelles : EFUS, mars 2017, p. 6.

production d'images de qualité est un atout sur lequel les armées capitalisent auprès de la jeunesse, notamment dans une optique de recrutement.

- Le discours politique : le rôle joué par le monde politique et les élus est fondamental en vue de rassurer l'opinion publique face à une menace toujours plus prégnante. Ce registre de discours se s'inscrit plus volontiers dans le registre de la rhétorique. Le « *live tweet* » réalisé sur le fil d'actualité du [profil twitter d'Edouard Philippe](#), Premier ministre, à l'occasion de la cérémonie d'hommage aux victimes du terrorisme qu'il a présidé le 19 septembre 2017, en est un exemple. Outre les images des allocutions ou du recueillement en direct, des extraits du discours prononcé par le premier ministre sont présentés par des infographies, préparées en amont, et commentés. En affirmant : « Redonner du sens, le Président de la République l'a dit lors de l'hommage aux victimes de l'attentat de Nice, c'est aussi « *Le combat de la culture, de l'intelligence, de l'école* ». *C'est celui des Lumières, de la déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen, des valeurs universelles de la République* »¹, il s'inscrit dans la triple légitimité des institutions, de l'Histoire et de la culture françaises, donc de l'éthos (crédibilité). Il ajoute également du pathos (émotion) en démontrant sa compassion : « *vos dignité, vos témoignages, ceux d'aujourd'hui et ceux de tous les jours, les mots aussi que vous employez, des mots doux, des mots justes, sont des antidotes. Et des armes lourdes, lourdes de larmes, de pudeur et de courage au service de la liberté et de nos valeurs.* »². Enfin, il exprime un logos (logique) en déclarant : « *Nos sociétés de l'immédiateté ont beaucoup de qualités, mais elles ont un gros défaut : elles ont la mémoire courte. Il faut se réunir pour ne pas oublier. Se réunir pour se recueillir.* »³. Par conséquent, il applique les trois registres rhétoriques de la persuasion à son discours.

b. MONTRER SA DETERMINATION ET LA CAPACITE DE RESILIENCE DE LA NATION

Le terrorisme étant par nature, imprévisible et soudain, il laisse à penser que les groupes djihadistes conservent l'initiative face à un Etat français subissant ses assauts et condamné à réagir sans jamais pouvoir reprendre l'avantage. Il importe donc que l'Etat reprenne sa liberté d'action en communiquant sur les coups qu'il porte à l'ennemi djihadiste et sur sa capacité à surmonter les crises. Sur ce point plusieurs discours s'offrent à lui :

- Le discours de puissance : par-là, l'Etat fait la démonstration des attributs de sa puissance. Il s'agit, en quelque sorte, de ce que le vocabulaire tactique désigne sous le terme de « *show of force* ». Les contenus lui sont fournis essentiellement par son action militaire contre les groupes djihadistes. A ce titre, Stop-djihadisme décrit la globalité de l'action de la France au sein de la coalition internationale contre Daech, sur son site⁴. De même, il relaie les publications de l'état-major des Armées ou de la coalition internationale concernant les opérations en Syrie et en Irak sur son profil. A ce titre, il fait un suivi

¹ <https://twitter.com/EPhilippePM/status/910069101174943744>

² <https://twitter.com/EPhilippePM/status/910067364607283201>

³ <https://twitter.com/EPhilippePM/status/910066859101376513>

⁴ Stop-djihadisme. « L'action de la France au sein de la coalition internationale contre Daech ». *Stop-djihadisme* [en ligne]. Paris : site stop-djihadisme.gouv.fr, <<http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/que-faire/jai-question/laction-france-au-sein-coalition-internationale-contre-daech>> [consulté le 27/10/17].

régulier des pertes matérielles et des reculs de l'EI par des tweets intitulés « [Les djihadistes perdent du terrain](#) », rappelant en commentaire que « *Chaque jour, Daech subit des défaites : [...]* ». Ces tweets soulignent également le soutien apporté par la France à la reconstruction et au retour de la paix dans cette zone : une publication de la coalition internationale, retweeté le 18 septembre 2017, mentionne que « *le gouvernement français a versé 10 millions € pour soutenir la justice pour les minorités en Irak* »¹.

- Le discours de résilience : la résilience désigne la capacité d'une société à surmonter et dépasser une crise grave par la solidité de ses institutions, l'anticipation de l'Etat et la résolution de sa population. Dans ce cas particulier, il s'agit de convaincre l'opinion publique comme l'EI que la victoire du califat en France n'est pas possible car la société française est bien plus résolue que les djihadistes ne le pensent. La résilience est un des axes majeurs de communication mise en œuvre depuis les attentats de janvier 2015, comme en témoigne la popularité de l'expression « esprit du 11 janvier » dans les mois qui ont suivi. Dans ce cadre, l'Etat doit démontrer la pérennité et la cohérence de ses politiques. De ce point de vue, il communique donc sur l'évolution des nouvelles dispositions législatives, comme l'article de Stop-djihadisme sur [Le projet de loi "sécurité intérieure et lutte contre le terrorisme"](#), ou l'adaptation des dispositifs déjà existants aux nouvelles réalités. Dans ce dernier cas, on peut citer l'exemple du compte rendu du conseil des ministres et du conseil de défense du 14 septembre 2017 concernant l'évolution du dispositif Sentinelle. Mis en ligne sur le [profil Périscope de l'Elysée](#), l'intervention de Gérard Collomb et Florence Parly, à ce sujet, est ensuite reprise sur le [profil twitter de la présidence](#) puis retweetée et intégrée par extraits sur le fil d'actualité du [profil de Gérard Collomb](#), avant d'être retweetés à leur tour par le [profil de Stop-djihadisme](#).

- Le discours d'unité : là encore, c'est d'abord au politique qu'incombe la responsabilité de rassembler la Nation autour de cet impératif commun que représente la lutte contre le djihadisme. Les appels à l'union nationale, par la solennité qu'imposent les événements, sont, notamment et en premier lieu, du ressort du Président de la République. C'est à ce titre qu'au soir du 13 novembre 2015, le président Hollande pouvait déclarer : « *Face à la terreur, la France doit être forte, elle doit être grande et les autorités de l'Etat fermes, nous le serons. [...] il y a face à l'effroi une Nation qui sait se défendre, qui sait mobiliser ses forces, et qui une fois encore saura vaincre les terroristes* »². De même, lors de la cérémonie d'hommage aux victimes, le 27 novembre 2015, il affirmait : « *Le patriotisme est le symbole de notre union, de notre inaltérable résistance face aux coups qui peuvent nous être portés, car la France garde intacte, malgré le drame, malgré le sang versé, ses principes d'espérance et de tolérance.* »³.

¹ <https://twitter.com/stopdjihadisme/status/909788823818833921>

² Le Parisien. « Déclaration intégrale de François Hollande après les attentats ». *Le Parisien* [en ligne]. Paris : site leparisien.fr, 14 novembre 2015 [mis en ligne le 14/11/17] <<http://www.leparisien.fr/flash-actualite-politique/la-declaration-integrale-de-francois-hollande-apres-les-attentats-14-11-2015-5276099.php>> [consulté le 29/10/17].

³ Vincent Manilève. « Hommage national : le texte intégral du discours de François Hollande ». *Slate* [en ligne]. Paris : site de slate.fr, 27 novembre 2015 [mis en ligne le 27/11/17] <<http://www.slate.fr/story/110717/hommage-national-texte-discours-francois-hollande>> [consulté le 29/10/17].

*

Si la communication que la société française diffuse pour contrer l'emprise toujours plus forte du salafisme djihadiste en son sein semble parfois inadapté et même dérisoire, cela tient avant tout à une méconnaissance de l'ennemi avec lequel elle se trouve en prise. La réciproque n'étant pas vrai, il lui faut de ce fait, consentir un effort de remise en question important, dans des domaines aussi divers que la perception de son action politique, son appréhension des possibilités digitales ou son rapport à la religion. Il lui faut donc baser sa communication sur une typologie, maîtrisée par les émetteurs, de messages adaptés en fonction de cibles clairement identifiées. Mais surtout, cela implique de délaissé un discours dont les contenus finissent par rebuter des jeunes alors que ce discours prétend justement les maintenir dans le giron de la République. Dès lors, c'est la nécessité et les contours d'une communication plus offensive, émanant d'une structure cohérente et mobilisatrice qui commence à se dessiner.

III. LA CONSTRUCTION DU DISCOURS CONTRE-DJIHADISTE FRANÇAIS DOIT ETRE ORGANISEE ET CONÇUE COMME UNE STRATEGIE STRUCTUREE ET PORTEE PAR UN MAXIMUM D'ACTEURS

Une fois posée la base conceptuelle et le corpus des contenus mobilisables, il convient de se pencher sur les mécanismes et l'ordonnement qui doivent gouverner la communication contre-djihadiste afin que celle-ci produise des effets optimums. Cette réflexion doit permettre une meilleure délimitation des responsabilités et des périmètres entre les parties prenantes, autant en France qu'au niveau international et plus particulièrement, en Europe. Elle doit chercher à définir une articulation des actions et des interactions à mener par les différents acteurs, mais aussi à concevoir un système probant de mesure, capable de fournir une évaluation réaliste des effets produits. Enfin, elle doit s'affranchir d'une vision à court terme et imaginer, de manière ouverte, le recours à des moyens et des compétences inédits pour réduire une menace qui ne l'est pas moins. Par la même, ce sont donc les grands traits d'une organisation de la communication contre-djihadiste qu'il s'agit de dépeindre.

A. LE DISCOURS DOIT S'INTEGRER DANS UNE STRATEGIE GLOBALE DE LUTTE CONTRE LE DJIHADISME

1. CETTE COMMUNICATION NECESSITE UNE ARTICULATION SOUPLE ENTRE UNE IMPULSION CENTRALE ET DE NOMBREUSES INITIATIVES LOCALES

a. LE PILOTAGE DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE POURRAIT ETRE ASSURE PAR UNE AGENCE CENTRALE DE STRUCTURE SOUPLE

Comme nous l'avons vu, l'efficacité d'une stratégie réside dans l'unicité de l'organe qui la conçoit et qui veille à sa mise en œuvre. Plusieurs pays, notamment européens ont choisi de lutter contre les effets du djihadisme dans leur société au moyen de programmes spécifiques et centralisés. En l'espèce, le programme britannique *Prevent* fait figure de pionnier et « s'inscrit dans un vaste ensemble de projets et d'actions coordonnés par le service de sécurité et d'antiterrorisme (OSCT) rattaché au Home office (ministère de l'Intérieur) »¹. Il comprend ainsi la *Research, Information and Communication Unit* (RICU) qui se consacre au développement d'une communication contre-djihadiste. Créée en 2007, cette structure interministérielle composée de chercheurs et de communicants, réalise, coordonne et soutient des opérations de communication au Royaume-Uni et à l'étranger. Elle analyse également les réactions des publics et les retombées dans les médias. Enfin, elle mène des recherches sur ses publics cibles, en ligne et hors ligne².

De leur côté, les Etats-Unis ont mis en place le *Center for Strategic Counterterrorism Communications* (CSCC), dévolu à la lutte contre l'extrémisme violent et le terrorisme, selon une structure quasi-militaire (renseignement et connaissance du milieu, planification et conduite des opérations). Cette organisation offre des services semblables à la RICU et apporte également des conseils thématiques aux autres administrations du gouvernement. Elle évalue les besoins en communication dans des domaines qui

¹ Jean-Pierre Sœur. *Op. cit.*, p.147.

² ISD. *Government Engagement and Communication Strategies with Communities*. Londres : ISD, 2014, p. 3-4.

méritent d'être investis. Ces études portent autant sur des publics américains qu'étrangers¹. D'autre part, les Etats-Unis bénéficient aussi d'une entité d'influence plus ancienne, la *Nationale Endowment for Democracy* (NED)², une fondation privée à but non lucratif, chargée d'assurer en toute transparence la promotion de la démocratie. En partie financée par le gouvernement américain, elle vise à renforcer l'influence de ce dernier dans le monde, à travers sa stratégie de diplomatie publique (*public diplomacy* ou *soft power*). La NED apporte ainsi son soutien financier à des ONG ou des groupes de dissidents non violents dont l'action porte les valeurs démocratiques et les intérêts des Etats-Unis. Les domaines d'intérêt de la fondation sont assez variés et concernent autant les droits de l'homme que la communication, la culture ou la défense des victimes de persécution. A ce titre, la NED a soutenu le syndicat polonais Solidarnosc dans les années 1980,³.

En France, il semble que la création d'une fondation spécifique, recommandée par la proposition n° 28 du rapport du député Sébastien Piétrasanta⁴ et annoncée par le Premier ministre Manuel Valls, le 27 mai 2015, ait marqué la volonté de suivre nos alliés sur cette voie. Ainsi, ce « *bataillon de community manager* », plébiscité par l'Assemblée Nationale⁵, devait comprendre deux cellules dont une publique, composée de fonctionnaires, et une autre adossée à une fondation privée et animée par des militants associatifs : « *Nous produirons des outils de contre-discours pour alimenter ces community managers associatifs, et qui pourront ainsi croiser le fer plus efficacement avec les recruteurs djihadistes sur la toile, pour ouvrir les yeux à ceux qui sont embarqués dans cette logique.* »⁶. Néanmoins, à ce jour, la mise en place de cette structure, prévue pour la fin 2015, n'est toujours pas effective.

Selon le CIPDR, si cette idée n'a pas été abandonnée suite au changement de gouvernement, elle semble effectivement buter, dans sa réalisation, sur les réalités des administrations centrales⁷. De fait, une telle structure pose la question de son positionnement par rapport à l'Etat et aux administrations qui pourraient en être la matrice, notamment en termes d'effectifs et de moyens. De ce point de vue, une organisation souple et suffisamment démarquée de l'Etat, sous la forme d'un partenariat public-privé constituerait une perspective intéressante, à l'exemple du *Global Community Engagement and Resilience Funds* ([GCERF](#)), un fonds international qui subventionne les initiatives locales de CVE. Forte d'un soutien public financier, matériel, voire humain par le détachement d'agents de l'Etat, elle offrirait néanmoins l'avantage d'être un intermédiaire plus « fréquentable » aux yeux des plateformes du web et plus légitime, de prime abord, pour les individus tentés par le djihadisme, du fait de son autonomie relative vis-à-vis de la puissance publique. Elle privilégierait l'approche pluridisciplinaire mise en avant par le CIPDR, sur lequel elle pourrait utilement s'appuyer. Dans une certaine mesure, cette fondation pourrait s'inspirer, de la NED. Bien que celle-ci n'agisse exclusivement qu'en dehors des frontières américaines, on peut tout à fait imaginer son avatar français menant le même genre d'activités dans le domaine de la communication

¹ ISD. *Government Engagement...id.*, p. 4-5.

² « Rapport d'alerte », ..., *op.cit.* / Harbulot, p.33-46.

³ « Rapport d'alerte », ..., *op.cit.* / Harbulot p. 35

⁴ Sébastien Piétrasanta. *Op. cit.*, p. 59.

⁵ Patrick Menucci. *Op. cit.*, p.152.

⁶ SIG. *Lutte contre la propagande...*, *op. cit.*

⁷ Entretien de l'auteur au CIPDR.

contre-djihadiste, sur le territoire national, en particulier dans les zones pourvoyeuses en combattants djihadistes.

D'autre part, une telle structure pourrait inscrire son action dans la stratégie plus largement déployée par le Centre Nationale du Contre-Terrorisme (CNCT), la task-force anti-Daech décidée par le Président Emmanuel Macron. La position du CNCT au sein de la coordination nationale du renseignement et de la lutte contre le terrorisme, permettrait d'articuler la stratégie et les opérations de communication de la fondation, avec la stratégie et les opérations contre-terroristes. Cette articulation viendrait donc en appui de l'action des différents services de renseignement. Vu sous l'angle d'une communication contre-djihadiste offensive, cette structure constituerait ainsi, le bras armé du CNCT dans la guerre de l'information menée par la France contre le salafisme djihadiste, tout en apportant une action complémentaire à celle du CIPDR, dans le domaine de la prévention de la radicalisation.

b. CETTE AGENCE POURRAIT RENDRE DISPONIBLE UNE BIBLIOTHEQUE DE CONNAISSANCES ET DE BONNES PRATIQUES EN S'APPUYANT SUR LA RECHERCHE

La question d'une fondation de la communication contre-djihadiste pose également celui de la recherche qui doit lui être associée. En effet, Manuel Valls envisageait déjà de lui affecter cette fonction : « *La fondation fera de la recherche sur l'évolution du discours et de la propagande djihadiste* »¹. En effet, comme pour toute opération militaire, une communication de contre-propagande requiert une connaissance fine de l'ennemi et, à plus forte raison dans une guerre de l'information, de ses discours. Ainsi que l'indique Pierre Conesa : « *Si l'on ne connaît pas le discours, on ne peut pas bâtir de contre-discours* »². Pour sa part, Gilles Kepel fait remarquer que « *l'université peut fournir une clef d'élucidation des événements récents. Lorsque j'ai appris la tuerie à la rédaction de Charlie Hebdo, tout était clair pour moi car je connaissais le mode d'emploi de ce type de groupe que j'avais traduit en français dès 2008 dans mon livre Terreur et martyre. J'y expliquais la nature de la troisième génération du Djihad.* »³

Or il ressort du rapport d'enquête parlementaire réalisé par Patrick Menucci, qu'il n'existait pas, à ce moment-là, d'étude approfondie sur les nouvelles filières djihadistes ni d'observatoire français chargé d'étudier les sites salafistes francophones. Par ailleurs, si des études parcellaires avaient été menées par certains observatoires, ceux-ci n'auraient pas disposé des moyens de prolonger leur réflexion. Le rapport relève aussi un manque de prise en compte des travaux universitaires par les acteurs de la lutte contre le djihadisme. En mars 2016, un rapport réalisé par l'alliance des sciences humaines et sociales ATHENA, à la demande du secrétaire d'Etat chargé de l'Enseignement supérieur et de la Recherche parvient aux mêmes conclusions : « *Les recherches en humanités et sciences sociales sont désormais au premier plan,*

¹ SIG. *Lutte contre la propagande...*, op. cit.

² Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 157.

³ Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 157

dans une société où la sécurité des personnes n'est plus un acquis mais où paradoxalement, les connaissances qu'elles ont produites n'ont pas trouvé des débouchés dans l'action politique »¹.

Pourtant, cet état des lieux des « *recherches sur les radicalisations, les formes de violence qui en résultent et la manière dont les sociétés les préviennent et s'en protègent* » démontre que la France dispose d'un ensemble de chercheurs et d'un afflux de travaux de grande qualité et de notoriété internationale. Plus encore, il alerte sur l'état de la recherche portant sur le Proche-Orient et le Moyen-Orient, d'une part, ainsi que sur l'islam, la pensée musulmane et la langue arabe, d'autre part. En dépit d'une tradition française d'excellence dans le domaine des études arabo-musulmanes, ces dernières souffrent actuellement d'un appauvrissement des effectifs qui s'y consacrent et d'une densification de la somme de travail, donc d'un affaiblissement de la qualité générale des conditions d'études². Gilles Kepel, dans un réquisitoire très sévère contre les élites politiques qu'il estime responsables de cet état de fait, affirme que « *La France [...] a laissé périlcliter, en particulier sous les deux derniers quinquennats, le champ de ces études naguère prééminentes par rapport au reste du monde. Le pays des Louis Massignon, Jacques Berque et Maxime Rodinson, orientalistes et savants de renommée universelle, contraint aujourd'hui les meilleurs esprits de la jeune génération à partir à l'étranger pour se former, menaçant la pérennité même de la production du savoir dans un pays où les enjeux concernés sont centraux* »³.

Aussi, l'Alliance ATHENA préconise la création d'une plateforme de transfert opérationnelle du savoir au profit des décideurs publics, l'Athéna-Transfert, possiblement organisé sur le modèle du RAN. Par ailleurs, elle recommande la mise en place d'un chercheur-conseiller-référent chargé de coordonner « *la mise en œuvre des résultats de recherche avec les différents ministères, institutions et agences concernés par la réponse au terrorisme et à la radicalisation* »⁴. Ces propositions viennent appuyer celle de la création d'une fondation de lutte contre le salafisme djihadiste, dans laquelle un centre de recherche serait intégré ou, a minima, avec laquelle il pourrait travailler en synergie, dans l'optique de servir les décideurs publics comme la société civile. A ce titre, un portail des études réalisées en France et à l'étranger dans des domaines aussi variés que la sociologie, l'Histoire ou l'islamologie, représenterait un grand bénéfice pour les acteurs de terrain, notamment.

2. ELLE DOIT COORDONNER ET ENCOURAGER LA LUTTE CONTRE LA PROPAGANDE DJIHADISTE EN FAVORISANT LES INITIATIVES ISSUES DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

a. IL S'AGIT, DANS UN PREMIER TEMPS, DE CRÉER UNE COMMUNAUTE DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE

Il va sans dire que la mise en place d'une grande fondation de la communication contre-djihadiste jouerait un rôle fondamental dans la montée en puissance et en compétence de la société civile sur ce sujet. En cela, elle pourrait soulager les acteurs publics d'un certain nombre de missions, leur permettant ainsi de se

¹ Alliance ATHENA. Recherches sur les radicalisations, les formes de violence qui en résultent et la manière dont les sociétés les préviennent et s'en protègent : état des lieux, propositions, actions. Paris : Alliance ATHENA, mars 2016, p.3.

² Alliance ATHENA. *Op. cit.*

³ Gilles Kepel, Antoine Jardin. *Terreur dans l'Hexagone : genèse du djihad français*. Paris : Gallimard, 2015, p. 355.

⁴ Alliance ATHENA. *Op. cit.*, p. 15.

recentrer sur leur cœur de domaine. A titre d'exemple, le rapport de la FMSH sur la propagande djihadiste francophone note qu'« à ce jour, il n'existe aucun recensement des différentes actions et certaines initiatives pourtant très près du terrain ne reçoivent aucune aide. Ce n'est que dans cette coordination de l'ensemble des acteurs concernés avec la politique publique qu'une action de contre-radicalisation pourrait être efficace. »¹. Toutefois, le CIPDR a initié la cartographie des initiatives de terrain mais cette tâche s'ajoute aux nombreuses autres missions du comité qui portent autant sur la délinquance que sur la radicalisation. Dès lors, la cartographie des actions menées pour prévenir la radicalisation et lutter contre le salafisme djihadiste pourrait être confiée utilement à cette fondation, dans le cadre d'une étude menée par un chercheur.

Mais une telle structure permettrait également de seconder efficacement les collectivités locales dont les attentes se sont fortement exprimées au sujet de la prévention de la radicalisation. En effet, leur rôle, en particulier celui des communes, est essentiel, en tant que « premiers guichets républicains »² du dispositif déployé et que sources d'information dans l'étude des publics cibles. Interrogés sur leur implication dans la prévention de la radicalisation, « plusieurs élus considèrent ne pas disposer des moyens humains et financiers pour agir, tandis que d'autres expriment leur désarroi quant aux moyens d'intervention : “ Comment, sous quelle forme, avec quel support... et pour qui ?? ” »³. La fondation constituerait donc un interlocuteur privilégié pour tous les acteurs locaux afin de les aider à diffuser une communication contre-djihadiste adaptée aux réalités de leur terrain. Elle pourrait également suppléer l'Etat et les collectivités dans la formation de la société civile pour construire sa propre communication.

Sur ce point, la fondation serait en mesure de réaliser des guides de bonnes pratiques et de construction d'une stratégie de communication contre-djihadiste, à l'image du *Counter-narrative handbook* réalisé par l'ISD en 2016⁴. Par ailleurs, s'agissant des réseaux sociaux et du web, cette fondation pourrait développer des partenariats avec les opérateurs d'Internet. Elle s'associerait plus aisément que l'Etat aux efforts de formations initiés par Facebook ou Google à destination de la société civile et des influenceurs. Ce genre de coopération s'inscrirait dans la lignée de l'Initiative pour le Courage Civique en Ligne (*Online Civil Courage Initiative*) portée conjointement par Facebook, l'*International Centre for the Study of Radicalisation and Political violence* (ICSR) et l'ISD⁵. Cette initiative décrit la marche à suivre pour réaliser une campagne de contre-discours sur les réseaux sociaux et entend constituer une alternative à la censure par la modération et le retrait de contenus.

Par conséquent, cette fondation doit œuvrer à la constitution progressive d'un véritable réseau de communicants et d'acteurs engagés dans la lutte contre la propagande djihadiste. Pour ce faire, elle doit être dotée de moyens financiers suffisants pour agir de manière autonome et pour soutenir également les

¹ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p. 93.

² Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 30.

³ Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 36

⁴ Henry Tuck, Tanya Silverman. *The counter-narrative handbook*. Londres : ISD, 2016.

⁵ Initiative pour le Courage Civique en Ligne (OCCI). *Dossier d'informations sur l'engagement de contre-discours*. Londres : Facebook-ISD, 2017, p.3

initiatives de la société civile qui servent ses opérations. Dans ce cadre, il s'agit de cibler ses investissements en fonction de ses intérêts opératifs et non de garantir une rente à des associations ou des acteurs engagés. La dotation de la fondation pourrait être abondée par le FIPD, celui-ci disposant, en 2017, de 15,1 millions € pour la prévention de la radicalisation, dont 3 millions destinés aux plans de lutte contre la radicalisation, annexés aux contrats de ville¹. Par ailleurs, grâce à son statut de droit privé, la fondation serait à même de collecter des fonds, sous forme de *fundraising*. Elle serait aussi en mesure d'appuyer ses interlocuteurs locaux pour obtenir le soutien de fonds internationaux tels que le GCERF.

Enfin, le cas échéant, elle doit pouvoir apporter le soutien technique nécessaire pour garantir la sécurité informatique des petits acteurs locaux qu'elle met à contribution. En effet, comme l'indique un rapport d'*Hedayah* et de l'ICCT², les risques encourus en s'opposant au djihadisme pourrait décourager la plupart des initiatives locales, en particulier lorsqu'elles font intervenir le témoignage d'un repent. Il ne s'agit donc pas de se priver d'une source crédible de communication contre-djihadiste par négligence de la menace ou par la confrontation de ce genre de témoin avec ce qui a pu le traumatiser. De la même manière, les djihadistes repentis ne doivent pas être réduits au silence par les craintes qu'ils suscitent dans la société, à l'image de Mourad Benchellali qui a passé deux ans à Guantanamo après un séjour en Afghanistan : « *J'ai encore beaucoup de difficultés à intervenir dans les écoles ou les prisons. Les rectorats freinent, l'administration pénitentiaire dit que c'est compliqué avec mon casier judiciaire. C'est bizarre, parce que c'est précisément ce qui donnera de la légitimité à mon discours* »³.

b. PAR AILLEURS, LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE DEVRA CONTRIBUER A MIEUX DEFINIR LA PLACE DE L'ISLAM EN FRANCE

Issue de la matrice salafiste, donc wahhabite et moyen-orientale, la propagande djihadiste trouve en France un prolongement du contexte islamique mondial. Afin d'établir leur hégémonie sur les musulmans français, le courant des Frères musulmans et celui des salafistes se livrent à une lutte d'influence basée sur une surenchère de revendications fondamentalistes destinées à tester la tolérance de notre société. Selon Gilles Kepel⁴, ces deux mouvances souhaitent imposer progressivement en France la possibilité, pour les musulmans qui le souhaitent, d'appliquer la loi islamique, dans une logique transactionnelle avec le pouvoir politique. En 1989, les Frères musulmans tiennent la tête dans cette compétition. Ils opèrent, à cette occasion, un changement de paradigme majeur : la France, tenue jusqu'alors pour une terre d'impiété, devient désormais un espace où la *charia* peut s'appliquer également. L'UOIF, émanation française des Frères musulmans, change donc symboliquement son nom d'Union des Organisations Islamiques « en France » en « de France ».

¹ Chiffres fournis par le CIPDR.

² Hedayah, ICCT. « Developing Effective Counter-Narrative Frameworks for Countering Violent Extremism ». *Meeting note*. La Haye : Hedayah, ICCT. Septembre 2014, p. 5-6.

³ Sylvain Mouillard. « Rien ne bouge sur les contre-discours à la radicalisation ». *Libération* [en ligne]. Paris : site de libération.fr, 2016 [mis en ligne le 08/02/16] <http://www.liberation.fr/france/2016/02/08/rien-ne-bouge-sur-les-contre-discours-a-la-radicalisation_1431915> [consulté le 04/11/17].

⁴ Gilles Kepel, Antoine Jardin. *Op. cit.*

A partir de 2005, les Frères musulmans sont supplantés par les salafistes quiétistes, qui bénéficient, en l'occurrence, de la poussée mondiale du wahhabisme saoudien, sous l'effet combiné de la rente pétrolière et d'Internet. En effet, le web donne plus facilement accès à tous les *ahadith*¹ dont les salafistes se réclament, mais que les oulémas des autres écoles islamiques avaient contribué à rendre peu visibles en les écartant de leur enseignement. Or, si le salafisme quiétiste, se distingue, voire s'oppose parfois, au djihadisme par son refus de passer à l'acte, il n'en demeure pas moins une école de l'islam intégral. Certes en 2015, on ne dénombrait en France qu'entre 12.000 et 15.000 salafistes, quiétistes pour l'essentiel². Pour autant, ils n'en constituent pas moins une minorité dont la visibilité s'accroît parmi les musulmans français, dans l'optique de leur imposer la doctrine salafiste.

Dans le même temps, les derniers gouvernements ont souhaité voir l'islam « en France » devenir l'islam « de France », c'est-à-dire, un islam compatible avec les lois de la République. Toutefois, on comprend bien que le débat public portant sur cette question, théoriquement placé sous l'égide d'un CFCM totalement délégitimé par ailleurs, n'est pas sans danger. Du fait de l'obstacle qu'oppose la loi de 1905 à toute intervention de l'Etat sur une question éminemment religieuse, on est en droit de se demander si la sphère politique n'a pas, sous la pression qu'exerce la menace djihadiste, sous-estimé les dynamiques qui traversent l'islam français. A cet égard, le rapport de la FMSH affirme que « *la distinction entre salafisme quiétiste et salafisme djihadiste a contribué à brouiller les réactions publiques. La stratégie salafiste, quelle qu'elle soit, est toujours politico-religieuse. Penser qu'un quiétiste ne fait pas de politique parce qu'il ne se présente pas aux élections, est une vision simpliste et formelle de la " politique ".* »³.

Dans ce contexte si particulier, la France, plus que les autres pays francophones, constitue indéniablement, pour l'EI, un centre de gravité de sa propagande et un objectif prioritaire en raison de sa grande fragilité. La lutte contre le djihadisme nous apparaît donc, dès cet instant, comme un enjeu fondamental pour l'avenir et l'évolution de l'islam en France. A ce titre, la convergence d'une majorité de musulmans modérés autour d'un discours contre-djihadiste dont ils seraient les auteurs, pourrait leur permettre de relever ce défi. Mais, pour y parvenir, la construction de ce discours musulman doit rester étrangère aux rivalités de pouvoir qui déchirent les instances représentatives de l'islam de France, en particulier, au sein du CFCM.

Par conséquent, ce discours pourrait être élaboré et porté plus efficacement par un organe indépendant qui reste à créer. A cette fin, la fondation britannique *Quilliam* représente un modèle dont il serait sage de s'inspirer. Cette fondation indépendante, créée et dirigée par des djihadistes repentis, « *conduit des actions, notamment dans le domaine du contre-discours, en lien à la fois avec le gouvernement britannique et des organisations privées. La souplesse de son mode d'intervention lui permet de faire évoluer ses méthodes très rapidement en fonction des résultats empiriques constatés* »⁴. Elle bénéficie de

¹ Pluriel de hadith.

² Jean-Pierre Sueur. *Op. cit.*, p. 49.

³ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p.90.

⁴ Jean-Pierre Sueur. *Op. cit.*, p. 136.

financements publics, provenant du gouvernement britannique et de l'Union européenne, mais également de dons privés, notamment qatariens. Par ailleurs, elle travaille avec les opérateurs d'Internet comme Google, Facebook et Twitter.

3. LA COMMUNICATION FRANÇAISE DOIT S'INTEGRER PLUS LARGEMENT DANS L'ACTION INTERNATIONALE DEPLOYEE CONTRE LE DJIHADISME

a. FAIRE VALOIR LA PARTICULARITE DES CONCEPTIONS FRANÇAISES AU SEIN DES RESEAUX INTERNATIONAUX DE LUTTE CONTRE LE DJIHADISME ET LA RADICALITE

La France tient une place particulière parmi les pays européens et occidentaux. Elle est à la fois une cible privilégiée et un vivier de recrutement important pour le djihadisme. En effet, plus de la moitié des djihadistes européens présent en Syrie-Irak viennent de France. Ces raisons motivent en grande partie le fait que l'EI diffuse sa propagande par des moyens spécifiques, comme l'était *Dar al-Islam*, pour les pays francophones. De ce fait, et malgré le retard que nous avons évoqué, « *La France est vraisemblablement le pays le plus avancé dans la lutte contre la radicalisation* »¹ selon Muriel Domenach. Elle a ainsi développé une réponse adaptée à ses conceptions, à travers une approche de la radicalité non-générique mais spécifiquement salafo-djihadiste.

La plupart des pays européens, en revanche, ont opté préférentiellement pour une prévention tertiaire de la radicalité prise son l'angle du CVE. C'est le cas, par exemple, du programme de sortie de la radicalité EXIT qui est mené en Norvège, en Suède et en Allemagne. En 2014, la commission européenne a d'ailleurs proposé que tous les Etats membres adoptent ce programme. Le RAN a également décliné sa propre version de ce programme². Dès lors, la position de la France n'est pas toujours bien reçue par ces voisins qui jugent souvent son approche trop stigmatisante, voire risquée³. Du reste, les actions menées en France ne sont que très peu présentées dans les publications, pourtant prolifiques, de la collection *Approches et Méthodes* du RAN. Pour autant, la plupart des programmes de nos voisins européens, y compris ceux du RAN, n'ont pas échappé à des critiques du même type, puisqu'ils touchent presque exclusivement des populations musulmanes. A titre d'exemple, *Prevent* s'est trouvé vivement contesté par les musulmans au Royaume-Uni, du fait de son approche basée sur le CVE⁴.

S'agissant du RAN, rappelons que ce réseau européen met en contact, de manière inclusive, des acteurs locaux et des praticiens de toute l'Europe, dans leurs domaines de compétences respectifs. Il s'articule donc autour de plusieurs groupes de travail thématiques, dont un groupe Communication et Discours (RAN C&N) chargé de « [créer] et [fournir] des outils de communication en ligne et hors ligne mettant en question la propagande extrémiste et/ou fournissant des perspectives alternatives à des idées extrémistes »⁵. Bien que le CIPDR et l'UCLAT participent à ces groupes, la France n'est donc pas

¹ Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 140.

² Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Comment prévenir la radicalisation : une revue systématique*. Montréal : Centre International pour la Prévention de la Criminalité, décembre 2015.

³ Entretien avec le CIPDR.

⁴ Abdelasiem El Difraoui, Milena Uhlmann, « Prévention de la radicalisation et déradicalisation : les modèles allemand, britannique et danois », *Politique étrangère*. Paris : IFRI, 2015/4 (Hiver), p. 177.

⁵ Plaquette institutionnelle du RAN.

représentée au sein du RAN C&N par un organe de communication, proprement dit. L'existence d'une fondation dédiée à la communication contre-djihadiste serait, là-encore, une plus-value. Outre l'échange des bonnes pratiques qui en est déjà retiré, elle pourrait faire valoir la position française tout en participant à la promotion des initiatives qu'elle mettrait en œuvre.

D'autre part, il convient de s'interroger sur l'efficacité pratique d'un tel système. En effet, le RAN met en relation les acteurs adhérents au réseau. Mais dans la mesure où, en France, bon nombre d'entre eux appartiennent au secteur associatif, ils ne disposent pas toujours des moyens ou du temps nécessaire pour participer à de tels échanges. De ce fait, l'existence d'une fondation de la communication contre-djihadiste permettrait la participation d'un intervenant français unique au sein du RAN. Dans ce cadre, elle serait chargée de répercuter les informations vers les intéressés ce qui éviterait le saupoudrage ou la perte de ces informations.

Enfin, cette structure constituerait également un interlocuteur crédible et légitime pour participer aux différents forums mondiaux impliqués dans l'élaboration d'une communication contre l'extrémisme violent, plus particulièrement djihadiste. L'initiative *Hedayah*, développée par le GTCF et localisée à Abu Dhabi représente, de ce point de vue, une enceinte incontournable pour qui souhaite construire une telle communication. En effet, « *Hedayah propose dans ce cadre notamment des modules de formation (en direction des journalistes, des élus, des magistrats, des diplomates...) ou encore des programmes de diffusion de contenus en ligne qui combattent la propagande terroriste* »¹.

b. COORDONNER LES EFFORTS DE LA FRANCE AVEC CEUX DE LA COMMUNAUTE INTERNATIONALE CONTRE L'INTERNATIONALE DJIHADISTE

Sur la scène internationale, la communication contre-djihadiste de la France se trouve confrontée à une situation géopolitique complexe qui la rend très délicate à construire sous la forme d'un discours stratégique. En effet, l'Etat islamique a su tirer profit des fortes conflictualités qui dominent le Moyen-Orient, en partie grâce à sa propagande très active. Dans un premier temps au moins, l'EI est parvenu à reprendre l'image d'une organisation étatique stabilisatrice. Au détriment de l'Arabie Saoudite, elle est aussi apparue comme le premier défenseur de la cause sunnite face à « l'oppression chiite » dirigée par l'Iran. Il convient d'ailleurs de noter qu'initialement, plusieurs Etats et instances sunnites ont développé une certaine ambiguïté à son égard. Ainsi, l'université Al-Azhar du Caire, mondialement renommée comme la garante de l'unité de l'*oumma*, n'a condamné l'EI qu'en février 2015 après que le groupe djihadiste ait brûlé vif un pilote jordanien².

Dans ce contexte, un discours stratégique mal maîtrisé pourrait contribuer à déstabiliser encore plus les Etats de la région dont les dissensions confessionnelles et les oppositions politiques internes sont généralement bridées par un cadre non-démocratique. De ce point de vue, le Liban, la Jordanie ou l'Arabie Saoudite sont très fragilisés par la proximité de l'EI et par la propagande qu'il déploie à leur

¹ Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p.49.

² Jean Birnbaum. *Op. cit.*, p. 56-57.

encontre. Par ailleurs, les différents qui opposent les adversaires de l'EI entre eux, comme la Russie et la Turquie, complexifient encore le développement d'un discours stratégique. L'EI ne manque d'ailleurs pas de stigmatiser ses adversaires en les accusant de néo-impérialisme et d'anti-islamique. De la même manière, le blocage des communications par satellites afin de réduire au silence la propagande de Daech serait contreproductif puisque « *mettre un couvercle sur l'Irak et la Syrie reviendrait aussi à faire taire ces voix qui portent un contre-discours* »¹. Car pour les opposants du djihadisme au sein même des zones tenues par l'EI, Twitter est dans certains cas, « *leur seule voie d'expression, leur seule manière de témoigner de leur existence et de leur combat* »².

Cela contribue sans doute à expliquer le manque de rayonnement qui semble s'attacher à la communication de la France dans sa confrontation directe avec l'EI. En effet, la coalition internationale dispose d'une communication spécifique, coordonnée avec les opérations politiques et militaires, et mise en œuvre sous l'impulsion des Emirats Arabes Unis, du Royaume-Uni et des Etats-Unis. Cette communication passe, entre autres, par un site très complet³ en trois langues, dont le français. Néanmoins, la page qu'il consacre à [la France](#), pourtant parmi les premiers contributeurs de la coalition, ne comporte aucun lien vers la communication du gouvernement, du Quai d'Orsay, de l'état-major des armées ou à une quelconque des actions de la France contre le djihadisme, contrairement aux pages des [Etats-Unis](#), du [Royaume-Uni](#), ou même des [Pays-Bas](#).

On comprend dès lors, l'intérêt que présenterait le fait de disposer d'une fondation dans ce cas précis. Celle-ci donnerait non seulement une visibilité internationale plus forte à la France, par son engagement communicationnel, mais démultiplierait également l'étendue de sa communication contre-djihadiste vers l'opinion publique française, grâce aux réseaux sociaux et à Internet. Les contenus devraient porter notamment, sur la contribution de la France à la stabilisation et à la reconstruction des Etats de la région, comme alternative à l'EI. La fondation pourrait également faire valoir le point de vue français en participant au groupe de travail de la coalition contre la propagande⁴.

A titre d'exemple, le Royaume-Uni a créé un profil twitter spécifique, [UK Against Daesh](#), qui rend compte de son action face à l'EI. Les Emirats Arabes Unis, pour leur part, ont créé le *Sawab Center*, en coopération avec le Département d'Etat américain, pour diffuser un discours contre-djihadiste arabe. Il collabore, d'ailleurs à la communication de la coalition internationale⁵. A titre de comparaison, le profil twitter [Sawab Center](#) compte 516.000 abonnés, [The Global Coalition](#) 35.900 abonnés, [OIR Spokesman](#), le porte-parole de l'opération américaine contre l'EI, Inherent Resolve, 33.600 abonnés et [STOP DJIHADISME](#) 15.000 abonnés seulement.

¹ Kader Arif. *Op. cit.* p. 164.

² Kader Arif. *Op. cit.* p. 164.

³ *Global Coalition* [en ligne]. theglobalcoalition.org, 2017 [mis en ligne en 2017] <<http://theglobalcoalition.org/fr/accueil/>> [consulté le 05/11/17].

⁴ *Global Coalition. Combat contre la propagande de Daesh* [en ligne]. theglobalcoalition.org, 2017 [mis en ligne le 23/02/17] <<http://theglobalcoalition.org/fr/combat-contre-la-propagande-de-daesh/?lang=fr>> [consulté le 05/11/17].

⁵ *Global Coalition. Etat de la progression de la lutte contre le message de Daesh* [en ligne]. theglobalcoalition.org, 2017 [mis en ligne le 23/02/17] <<http://theglobalcoalition.org/fr/etat-de-la-progression-de-la-lutte-contre-le-message-de-daesh/>> [consulté le 05/11/17].

B. L'EFFICACITE DU DISCOURS DOIT ETRE MESUREE A L'AUNE D'UN SYSTEME D'EVALUATION A COURT ET LONG TERME QUI RESTE A INVENTER

1. L'EVALUATION DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE SOULEVE PLUSIEURS DIFFICULTES SUSCEPTIBLES D'AFFAIBLIR LA LEGITIMITE DE CE DISCOURS

a. L'IMPACT DE LA COMMUNICATION PARAIT DIFFICILE A EVALUER

Comme toute communication, le discours contre-djihadiste génère un certain nombre de feedback de la part des publics cibles. Il convient donc d'analyser ces retours d'information pour mesurer l'efficacité des opérations de communications menées. Ce point semble d'autant plus nécessaire que la communication contre-djihadiste se trouve d'ores et déjà mise en cause dans ses effets, ainsi que le rappelle le rapport de Mesdames Troendlé et Benbassa. Les deux sénatrices demandent, en effet que soit engagée « *une réflexion sur l'efficacité de la production du contre-discours* »¹. Cette réflexion s'inscrit elle-même dans la nécessité d'évaluer les initiatives locales soutenues par l'Etat que réclamait également le rapport de M. Bockel², suite aux doutes et aux suspicions entourant les méthodes de déradicalisation employées par Dounia Bouzar, notamment.

Néanmoins, l'évaluation de la communication contre-djihadiste se révèle délicate dans la mesure où elle porte, d'une part, sur un discours qui n'est diffusé que depuis peu de temps, et d'autre part, parce qu'on ignore encore sur quels critères la faire reposer. En effet, la recherche n'ayant pas encore clairement identifié les mécanismes et les causes de la radicalisation djihadiste, de même que le processus de réalisation de la radicalité par l'acte terroriste, il semble difficile de trancher sur une méthodologie d'évaluation qui soit adaptée à ces phénomènes. A cela il convient d'ajouter que la multiplicité des initiatives locales diffusant la communication contre-djihadiste rend la tâche plus ardue, puisque la France n'a pas encore opté pour la création d'un programme national. Le CIPDR mène néanmoins cette évaluation de terrain indispensable, afin de contrôler l'usage des fonds publics qu'il investit à travers le FIPD, n'hésitant pas, le cas échéant à diminuer, voire à supprimer ces financements³. Mais un tel contrôle ne peut guère porter que sur l'adéquation du discours diffusé avec le cadre républicain, le CIPDR n'ayant pas vocation à infléchir ce discours en fonction d'objectifs stratégiques qu'il fixerait.

En revanche, la propagande djihadiste, unanimement reconnue pour sa redoutable efficacité, peut nous donner des orientations quant aux critères à retenir. A ce titre, le rapport de la FMSH s'est interrogé sur les fondements de cette efficacité⁴. Il dégage ainsi trois critères sur lesquels repose la réussite de la propagande djihadiste. Tout d'abord, son audience générale et le recrutement international : si une mesure statistique de la « popularité » de l'EI semble difficile, bien que la chaîne de télévision *Al-Jazeera* l'ait tenté par Internet en 2015, obtenant ainsi un résultat très favorable à l'EI, le nombre de départ de jeunes du monde entier pour les zones de *djihad* constitue un bon indicateur. Ensuite, l'effet de notoriété : il se manifeste par la récurrence des thèmes liés au djihadisme dans les médias, sur Internet et à travers l'édition de nombreux documents. Enfin, la congruence entre les appels au terrorisme ou à la *hijra*, lancés

¹ Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport... op. cit.* [...] n° 633, 12 juillet 2017, p. 34.

² Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 50.

³ Entretien de l'auteur avec le CIPDR.

⁴ Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *Op. cit.*, p.75-83.

par les groupes djihadistes et le passage à l'actes individuels qui en résultent : de ce point de vue, le mode opératoire de l'attentat du 14 juillet 2016 à Nice, est la réalisation littérale de l'appel lancé le 22 septembre 2014 par Abou Mohamed al-Adnani, alors porte-parole de l'EI, à tuer « *les méchants et sales Français* » en les écrasant avec une voiture¹. De tels critères pourraient donc s'appliquer également à la communication contre-djihadiste ou, au moins, inspirer son évaluation.

b. LE RISQUE D'UN RENONCEMENT A LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE

Le scepticisme à l'égard de l'efficacité de la communication contre-djihadiste a sans doute été aussi rapide à émerger que les mesures de déradicalisation mises en place. De fait, la campagne stop-djihadisme s'est trouvée contestée quatre mois à peine après sa mise en ligne, l'annonce de la création du « *bataillon de community managers* » par Manuel Valls ayant été interprétée par une partie de la presse comme « *un aveu d'échec* »². La publication d'un tweet au commentaire inapproprié sur une jeune djihadiste³ sur le profil de Stop-djihadisme en février 2016, confirme la sentence médiatique à son endroit⁴. Mais la remise en cause de la communication contre-djihadiste, dans son efficacité, se vérifie également dans le cadre carcéral puisque, dans un rapport de mai 2017, « *La CNCDH regrette que la prise en charge des détenus identifiés comme « radicalisés » repose trop souvent sur un « contre-discours », une volonté d'inculquer les valeurs de la République de manière unilatérale. Une telle approche ne peut qu'alimenter le ressentiment et la frustration de personnes en rupture avec la société, et là encore, s'avérer contre-productif en aggravant leur éventuelle radicalisation.* »⁵.

Un rapport d'évaluation intitulé *The trouble with counter-narratives*⁶, portant sur trois initiatives de contre-discours danoises, avance qu'il n'existe pas de preuves de l'efficacité de ce genre de discours⁷. Ainsi, la difficulté d'établir une communication contre-djihadiste réside dans le fait qu'on ne sait pas comment ni pourquoi un discours se révèle efficace, ce que confirme le rapport du CIPC : « *Ainsi, les deux défis qui se posent sont de déterminer si, de un, le programme a eu du succès en matière de prévention de la radicalisation (ou de réhabilitation d'individus radicalisés), et, de deux, pourquoi (Horgan & Braddock, 2010)* »⁸. D'autre part, l'évaluation de cette communication peut se trouver biaisée par les représentants de l'Etat qui la mettent en place parce qu'ils ont intérêt à en exagérer les résultats ou à en minimiser l'échec.

¹ Willy Le Devin. « Le véhicule-bélier, arme de destruction massive », *Libération* [en ligne]. Paris : site libération.fr, 2017 [mis en ligne le 17/08/2017]. <http://www.libération.fr/france/2017/08/17/le-vehicule-belier-arme-de-destruction-massive_1590550>. [Consulté le 05/11/2017].

² Marie Boëton. « L'exécutif renouvelle son discours anti-djihad sur Internet », *La Croix* [en ligne]. Paris : site la-croix.com, 2015 [mis en ligne le 28/05/2015]. <<http://www.la-croix.com/Actualite/France/L-executif-renouvelle-son-discours-anti-djihad-sur-Internet-2015-05-28-1317072>>. [Consulté le 05/11/2017].

³ « *Arrivée à Raqqa, aussitôt veuve, enceinte, elle cherche depuis à se faire sauter* »

⁴ Sylvain Mouillard. « Rien ne bouge sur les contre-discours à la radicalisation ». *Libération* [en ligne]. Paris : site de libération.fr, 2016 [mis en ligne le 08/02/16] <http://www.libération.fr/france/2016/02/08/rien-ne-bouge-sur-les-contre-discours-a-la-radicalisation_1431915> [consulté le 04/11/17].

⁵ Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme. *Avis sur la prévention de la radicalisation*. Paris : CNCDH, 18 mai 2017, p.30.

⁶ Ann-Sophie Hemmingsen, Karin Ingrid Castro. *Op. cit.*

⁷ Ann-Sophie Hemmingsen, Karin Ingrid Castro. *Op. cit.*, p.19.

⁸ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 110.

En contrepartie, la question de l'efficacité peut également pâtir des compressions budgétaires que la France effectue au même titre que ses voisins européens. Le Royaume-Uni et les Pays-Bas, pourtant très avancés dans la communication contre-djihadiste, n'ont d'ailleurs pas hésité à étendre leurs restrictions budgétaires à ce domaine. Il existe donc un risque d'assister à une dilution des efforts déployés par les Etats qui s'en remettraient alors uniquement à des initiatives locales éparses et limitées à leurs seules ressources internes. Or ces initiatives préfèrent généralement travailler dans la discrétion et conserver un certain anonymat. Cela ne peut, là encore, qu'entraîner une distorsion entre la réalité de la communication djihadiste et la manière dont elle peut être perçue par son évaluateur. Enfin, la tentation serait forte de laisser les grandes organisations internationales, comme l'Union Européenne et l'ONU, qui ont encouragé le développement de ce discours, de se substituer aux Etats par une relation directe avec les acteurs locaux, à l'image du RAN. Le Centre Européen du Contre-Discours, dont la création a été annoncée très récemment¹, pourrait jouer également ce rôle, au risque d'infléchir la communication contre-djihadisme vers un discours consensuel et aseptisé, plus conforme aux pratiques de ces organisations supranationales et donc, moins spécifiquement ciblé contre le salafisme djihadiste.

Il paraît primordial, par conséquent, de déployer cette communication sur le long terme, dans une perspective de pragmatisme et de progression empirique de la connaissance. Pour Marc Hecker, « *ces difficultés à évaluer les résultats des dispositifs de contre-radicalisation ne doivent pas conduire à l'inaction. Au contraire, plus les initiatives seront nombreuses et variées, plus elles auront de chances de toucher des personnes susceptibles d'être embrigadées par les radicaux* »². Il faut donc accepter de construire une communication dont le cœur de cible se caractérise par des contours qui ne sont pas encore clairement définis, avec des méthodes qui restent à inventer. Cela suppose également d'établir son évaluation à l'aune des objectifs précis qui lui auront été fixés par un concepteur unique dont il apparaît, une fois de plus, qu'il doit se concrétiser par une fondation de la communication contre-djihadiste.

2. L'EVALUATION MEDIATIQUE

a. L'EVALUATION NUMERIQUE (ONLINE)

Internet et les réseaux sociaux offrent des éléments d'analyses aisément mesurables. Ceci est d'autant plus vrai que le discours contrant la propagande djihadiste emprunte essentiellement des moyens numériques. Ces moyens permettent, tout d'abord, d'effectuer des mesures quantitatives. Un rapport commandé par Facebook au *think tank* Demos, en 2015, retient trois critères quantitatifs pour les réseaux sociaux : l'engagement qui mesure les interactions entre utilisateurs (nombre de vues, de likes, de partages ou de commentaires), le volume et la distribution qui s'obtiennent grâce à des données portant sur le trafic, et la portée d'une conversation qui détermine, par exemple, si elle se limite à des communautés virtuelles isolées ou la fréquence à laquelle la conversation se répand hors d'une

¹ Teri Schultz. « European Union launches "counter-narrative" centre to combat radicalisation », *Security Europe* [en ligne]. Paris : site securityeurope.info, 2017 [mis en ligne le 26/09/2017]. <<http://www.securityeurope.info/european-union-launches-counter-narrative-centre-to-combat-radicalisation/>>. [Consulté le 05/11/2017].

² Marc Hecker. *Op. cit.*, p. 36.

communauté¹. De son côté, Le RAN recommande d'utiliser plusieurs critères d'analyse comme les caractéristiques démographiques des usagers, leurs origines géographiques, leur propension à interagir...². Il classe également les données analytiques en fonctions des différents niveaux de décision auxquels elles seront utilisées : les données brutes (likes, retweet, partages...) s'emploient au niveau tactique ; par agrégats, elles fournissent des retours (*feedback*) sur l'activité journalière et les interactions individuelles, au niveau opératif ; enfin, elles permettent de dégager, au niveau stratégique, l'impact (*insight*) que ces interactions individuelles ont eu sur l'ensemble du réseau ou du système complexe³.

Les mesures qualitatives, pour leur part, se rapportent essentiellement aux contenus. Cette étude, plus fine, repose sur le jugement subjectif de l'analyste et requiert donc un traitement manuel ou le recours à des outils de traitement automatique du langage. Elle ouvre, par ailleurs, un champ de critères très variés, à l'appréciation de l'analyste. Pour son étude, Demos s'est penché sur l'analyse du sentiment, afin de classer les contenus selon qu'ils étaient haineux, porteur d'un contre-discours ou neutre. D'après ses auteurs, l'étude peut être poussée plus avant en établissant une échelle de degrés dans chacune de ces catégories, en fonction des termes employés. L'usage d'un outil de traitement du langage permettrait alors de distinguer une incitation à une action hors-ligne d'un débat réfléchi ou d'une insulte. Un couplage des deux types de mesures peut également s'effectuer. Ainsi, dans une seconde étude réalisée sur les profils Facebook de Français, entre le 13 et le 21 novembre 2015, suite aux attentats de Paris, Jamie Bartlett et Alex Krasodowski-Jones ont recensé un échantillon des posts les plus populaires portant sur le contre-discours pour en établir une classification : 11% de ces posts soutenaient Charlie Hebdo et la solidarité nationale, 9 % alertaient sur les risques de surréaction et d'islamophobie, 6 % étaient humoristiques et parodiques... Cette étude dressait aussi certaines caractéristiques des internautes qui interagissaient dans ce cadre (hommes et femmes à parts égales, 44% ayant moins de 34 ans...)⁴.

Néanmoins, ces données analytiques ne sont pas sans défaut s'agissant de la communication contre-djihadiste. En effet, le rapport Demos montre la difficulté à classer un contenu en tant que contre-discours dès lors que le ton qu'il emploie est haineux, à l'image de l'idéologie qu'il prétend combattre⁵. Le RAN, quant à lui, met en garde contre l'effet de désinhibition numérique selon lequel un individu n'adoptera pas nécessairement dans la réalité l'attitude dont il se réclame sur Internet⁶. Dès lors, un contenu pro-djihadiste n'apporte pas la garantie d'un passage à l'acte ou d'une radicalisation aboutie. D'autre part, les données analytiques ne sont pas suffisantes en soit, comme l'indique le nombre, exact au demeurant, de deux millions de vues avancé par le SIG pour le site Stop-djihadisme qui, dans les faits, ne concerne qu'une seule vidéo de la campagne « ils te disent... », les autres n'obtenant qu'un nombre bien plus

¹ Jamie Bartlett, Alex Krasodowski-Jones. *Le contre-discours un examen du contenu contestant l'extrémisme en ligne*. Londres : Demos, octobre 2015, p. 15-16

² RAN. « Counter Narratives and Alternative Narratives », *op. cit.*, p. 12-13.

³ RAN working group on Internet and social media. *Proposed policy recommendations for the high level conference*. Bruxelles : RAN, décembre 2012, p.3.

⁴ Jamie Bartlett, Alex Krasodowski-Jones. *Counter-speech on Facebook*. Londres : Demos, septembre 2016, p. 9-12.

⁵ Jamie Bartlett, Alex Krasodowski-Jones. *Le contre-discours, un examen... op. cit.*, p.15.

⁶ RAN working group on Internet and social media. *Op. cit.*, p.4.

restreint¹. Pour le RAN, toute évaluation doit s'effectuer à l'aune des caractéristiques de la propagande djihadiste, à savoir, le volume et la qualité de la production contenus et sa vitesse de diffusion. Force est de constater, sur ce point, qu'à « *l'heure actuelle, les quelques vidéos de contre-discours produites chaque année ne font pas le poids face aux dizaines de vidéos djihadistes produites mensuellement* »².

b. L'ÉVALUATION NON-CONNECTÉ (OFFLINE)

L'évaluation du discours contre-djihadiste ne peut se limiter à la seule analyse de son impact numérique. En effet, on ne saurait réduire cette communication à sa diffusion sur le web. Dès lors d'autres champs méritent d'être évalués. Les médias traditionnels représentent, sans doute, le plus important de ces terrains offline. Dans ce cas, il s'agit d'effectuer une évaluation à la fois quantitative, avec le nombre de retombées presse, mais également qualitative, par l'analyse des contenus médiatiques. Par-là, il s'agit de mesurer la notoriété de cette communication, la manière dont ses contenus se diffusent à travers ce type de médias et la propension de ces derniers à reprendre ces contenus à leur compte. De ce fait, c'est également l'investissement des médias dans la lutte contre la propagande djihadiste et leur capacité à produire eux-mêmes un discours qui se trouveront évalués.

Mais cela suppose aussi un certain recul quant à l'impact du discours produit par ces médias sur leurs publics. En effet, Tobias Gemmerli, MSc au DIIS, estime qu'« *en exagérant l'importance et l'influence de la propagande djihadiste, les médias occidentaux et les contre-mesures politiques n'ont fait rien de plus qu'amplifier le potentiel de contre-pouvoir du djihadisme* »³. C'est donc bien une recherche de l'effet produit qui est en jeu. De ce point de vue, il convient de s'interroger sur la portée des médias traditionnels au sein même des publics cibles que nous avons décrits. Si l'on peut considérer qu'elle est importante dans les deuxième et troisième cercles, elle est toutefois à relativiser s'agissant du cœur de cible. Une étude menée par le CSA sur les jeunes publics montre ainsi un net recul du poids de la télévision et de la radio chez les 13-24 ans. Ces médias perdent 14 points entre 2008 et 2013, passant, en cumulé, de 46% à 32% quand Internet et le téléphone mobile en gagnent 16, passant de 27% à 43%. La presse stagne, passant de 6 % à 4 %⁴.

En revanche, l'évaluation devient particulièrement pertinente, vis-à-vis du cœur de cible, dans le domaine de la prévention primaire. Ce type de prévention intervenant en amont de la situation à risque, le public qu'elle touche, dans le cas de la lutte contre le djihadisme, sera essentiellement très jeune et scolarisé. De ce fait, il devient plus aisé de mener ce genre d'évaluation dans le cadre privilégié de l'école. Selon Tobias Gemmerli, l'enseignement aux enfants de l'esprit critique et du scepticisme à l'égard de contenus diffusés par Internet, notamment, apporte une réelle plus-value à la communication contre-djihadiste. En effet, il ne consiste pas à présenter une vérité autre que celle avancée par la propagande djihadiste, comme le contre-discours et le discours d'alternatives le font, mais il met à disposition des jeunes, les moyens de

¹ Sylvain Mouillard. *Op. cit.*

² Marc Hecker. *Op. cit.*, p.36.

³ Tobias Gemmerli. « Avoid the pitfalls of counter-narratives ». *DIIS policy brief*. Copenhague : DIIS, novembre 2016, p. 2

⁴ CSA. *Adolescents/jeunes adultes et médias : le séquençage des pratiques médias des 13-24 ans*. Paris : CSA, juin 2014, p. 12.

mesurer, eux-mêmes, la validité de l'information qui leur est fournie¹. Si un tel enseignement doit être mené sur le long terme, son évaluation en classe peut s'effectuer à court terme. Déjà préconisé par des rapports parlementaires², cet enseignement rejoint la conception du CIPDR « *fondée sur les vertus de l'éducation et de la citoyenneté alors que d'autres pays retiennent des approches plutôt centrées sur la modification des comportements* »³.

L'Etat doit jouer un rôle de premier plan dans l'évaluation de la communication contre-djihadiste, d'une part parce qu'il en est un des principaux émetteurs, d'autre part parce qu'il en est le principal contributeur. S'agissant du dernier point, il y est d'ailleurs tenu par le processus légal de contrôle de la dépense publique. C'est, entre autres, à cette fin, qu'ont été réalisés les rapports parlementaires sur lesquels nous basons notre étude. Cela se justifie également par le fait que c'est l'Etat qui cartographie actuellement l'ensemble des initiatives menées localement. Ainsi, outre les résultats visibles qu'il est possible de valider sur le terrain au vu des publics cibles, l'évolution du nombre d'initiatives et la qualité de leurs actions constitueraient des indicateurs indéniables d'évaluation.

3. L'EVALUATION DE LONG TERME

a. L'EVALUATION SCIENTIFIQUE

Il est certain que seule une approche scientifique de long terme permettra de mieux connaître les mécanismes de la propagande djihadiste, l'influence qu'elle exerce réellement sur les esprits, donc, de déterminer les moyens communicationnels les plus efficaces pour la combattre et les outils les plus adéquates pour mesurer cette efficacité. Une telle approche doit être pluridisciplinaire pour saisir le maximum de facettes d'un phénomène djihadiste très divers. Elle trouverait, de ce fait, toute sa place dans le cadre d'une fondation disposant d'un pôle de recherche dédié et capable de mobiliser le potentiel qu'offre le secteur de la recherche. Parmi les différents domaines d'application, la sociologie nous semble apporter un éclairage particulièrement intéressant.

Le projet d'étude sur le phénomène de radicalisation réalisé à la demande de la mission de recherche Droit et Justice, en avril 2017, en est un bon exemple. Ce projet, initié en décembre 2015, est venu combler un déficit dans la connaissance du phénomène de la radicalisation, sous l'angle du djihadisme essentiellement. L'intérêt majeur de cette étude est donc de proposer une analyse qualitative, pour l'essentiel, reposant sur des entretiens effectués avec d'anciens djihadistes actuellement en prison. En cela, elle se démarque des travaux très quantitatifs d'une partie de la recherche anglo-saxonne⁴. Dès lors, on voit bien la plus-value qu'apporteraient de telles études de terrain à l'évaluation de la communication contre-djihadiste.

¹ Tobias Gemmerli. « The fight against online radicalisation starts offline ». *DIIS policy brief*. Copenhague : DIIS, avril 2015, p. 2.

² Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 153.

³ CIPDR. *Kit de formation*. *Op. cit.* p. 111.

⁴ Bilel Ainine, Thomas Lindemann. *Op. cit.*, p. 6.

L'ISD a d'ailleurs démontré cette plus-value à travers le travail qu'il a effectué sur le « contre-discours »¹, en coopération avec *l'Against Violent Extremism (AVE) Network*, composé d'anciens extrémistes allant de l'extrême-droite à Al-Qaïda. Cette étude a été menée pour tester et évaluer des méthodologies visant à optimiser l'impact d'une campagne contre l'extrémisme. De fait, les trois campagnes ayant servi de terrains (*Average Mohamed*, campagne de contre-discours d'une association britannique ; ExitUSA, programme de désengagement américain ; *Harakat-ut-Taleem*, campagne pakistanaise luttant contre les discours de recrutement des Talibans au Pakistan) s'opposaient toutes au djihadisme sur les réseaux sociaux. Mise en œuvre pendant un an à partir d'octobre 2015, l'étude se fondait sur trois critères d'évaluation : la sensibilisation (étendue du public), l'engagement (volume d'utilisateurs interagissant) et l'impact (effet produit sur le public en termes d'esprit critique ou d'ouverture au débat).

Certains organismes proposent même directement leur méthode d'évaluation. C'est le cas du RAN, par exemple, dont le groupe de travail C&N a conçu un modèle nommé GAMMMA, pour *Goal, Audience, Message, Messenger, Medium et Action*. Sous forme d'un tableau, ce cadre liste, pour chacun des cinq critères (objectif, public, émetteur, média, action), les questions qui s'imposent lors des trois étapes d'une campagne (planification, application, évaluation). Par ailleurs, au titre de son septième programme-cadre (FP7), l'Union Européenne a élaboré un programme d'évaluation des campagnes de communication contre l'extrémisme violent, dont l'extrémisme djihadiste, nommé IMPACT Europe. IMPACT a mené, de janvier 2014 à juin 2017, une évaluation, sur volontariat, des différents programmes contre-extrémistes existants dans le monde. Les [résultats](#) ont été publiés dans la base de données du site d'IMPACT, offrant ainsi un [classement des programmes](#) en fonction de leur efficacité. Le site propose également un [outil d'évaluation en ligne](#), avec le guide² qui s'y rapporte, pour permettre aux initiatives locales plus modestes que les grands programmes, de concevoir leur propre évaluation. Enfin, même s'il reconnaît que sa méthode est encore expérimentale, IMPACT délivre des formations basées sur les [retours d'expérience](#) qu'il met également à disposition du public sur son site.

b. L'ÉVALUATION À L'ÉPREUVE DES DJIHADISTES ET DU CŒUR DE CIBLE

Dans la mesure où elle cherche, en premier lieu, à contrer toutes les actions déployées par les groupes djihadistes, en France et contre la France, c'est à l'aune de la concrétisation par les passages à l'acte que la communication contre-djihadiste doit d'abord être évaluée. Mais, là encore, il semble difficile d'en déterminer la portée. Pour Marc Hecker, « *il est impossible de savoir si un jeune se serait radicalisé s'il n'avait pas été confronté à un contre-discours. Autant les sociologues peuvent essayer d'observer un processus de radicalisation pour tenter d'en comprendre les causes, autant l'observation d'un processus de non-radicalisation est irréalisable* »³. De la même façon, selon lui, la recherche ne permet pas de savoir, à l'heure actuelle, si un discours censé permettre un désengagement conduit effectivement un individu à renoncer à ses conceptions radicales.

¹ Tanya Silverman, Christopher J. Stewart, Jonathan Birdwell, Zahed Amanullah. *The impact of Counter-narratives*. Londres : ISD-AVE, 2016.

² IMPACT Europe. *Quick guide*. Bruxelles : IMPACT, 2017.

³ Marc Hecker. *Op. cit.*, p.38.

Toutefois, d'après le rapport du CIPC, le professeur Kim Cragin de l'Université de Georgetown, a déterminé, à partir de son modèle conceptuel de non-radicalisation, un certain nombre de facteurs expliquant qu'un individu ne s'engage pas dans l'extrémisme violent. « *Pour être considérés résistants à l'extrémisme violent, les individus en question doivent avoir déjà été exposés à des idéologies radicales ou même avoir flirté avec une mentalité radicale, mais avoir ultimement rejeté la violence* »¹. Ces facteurs sont la répugnance morale à utiliser la violence pour parvenir à ses fins, l'impression d'inefficacité de la violence, les coûts perçus, qu'ils soient logistiques, financiers, familiaux ou répressifs, et enfin, l'absence de liens sociaux susceptibles de renforcer ou encourager le processus de radicalisation. Dès lors, la prise en considération de ces quatre facteurs, dans le discours contre-djihadiste, comme dans son évaluation, permettrait de dépasser la difficulté liée à la mesure de son efficacité.

L'analyse de la propagande djihadiste peut également donner des indications d'évaluation. A ce sujet, Christian Gravel indiquait à la presse que le détournement de la campagne #*toujourslechoix* par la communication de l'EI était le signe de son efficacité² car elle avait portée « *là où ça fait mal* ». Le discours djihadiste ne constitue pas un baromètre suffisamment fiable pour autant, puisqu'il répond à des objectifs opératifs précis, dans un cadre non-démocratique pour lequel aucun contre-pouvoir, qu'il soit politique ou médiatique, ne s'exerce. Par ailleurs, la campagne de détournement djihadiste peut tout aussi bien être une manifestation méprisante du contre-discours de l'EI, qu'une riposte dictée par le sentiment d'avoir subi un revers médiatique.

En revanche, les FTF rentrés en France ou ayant ouvertement exprimé leur renoncement au *djihad* et que l'on désigne généralement par le nom de repentis, peuvent apporter leur feedback. Dans son livre consacré à ces individus, intitulé *les Revenants*, David Thomson livre ainsi les impressions d'un jeune repentis sur la communication contre-djihadiste et son efficacité : « *La religion n'a jamais été compatible avec la démocratie. Alors c'est pas en leur apportant des gens qui disent que si, qu'on va réussir à les déradicaliser, à leur faire croire que le bon islam est républicain et démocrate, alors que les textes démontrent le contraire. Ce n'est ni avec cela ni en proposant des logements que l'on va réussir à déradicaliser. Il faut avouer que quand les gens sont dedans, c'est très compliqué de les en faire sortir* »³. Il faut cependant ajouter que le témoignage d'un djihadiste, même s'il prétend être repentis, reste sujet à caution car il peut dissimuler ses pensées en vertu de la notion de *taquiyya*, c'est-à-dire, « *la dissimulation de sa foi pour un musulman, sous la contrainte ou dans un environnement extérieur hostile. Sa pratique remonte à l'époque de Mahomet et des premiers croyants qui étaient persécutés. Il s'agit d'une mesure de prudence et d'une véritable stratégie pour l'Etat Islamique* »⁴.

¹ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p.63-64.

²

³ David Thomson. *Op. cit.*, p. 93.

⁴ Myriam Benraad. *Op. cit.*, p. 180.

C. LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE DOIT EMPRUNTER DES STRATEGIES SIMILAIRES A LA PROPAGANDE DJIHADISTE TOUT EN RESPECTANT LE CADRE DEMOCRATIQUE

1. FAIRE RENOUER LE PARADIGME FRANÇAIS AVEC UN GRAND RECIT NATIONAL

- a. REFONDER UN GRAND RECIT NATIONAL FEDERATEUR PAR UNE STRATEGIE DE NATION (RE)BUILDING PERMETTANT DE DEPASSER LES CONTRADICTIONS INTERNES PORTEES PAR LE CONTRE-DISOURS DJIHADISTE

Face à la propagande djihadiste, Christian Gravel affirme qu'« *il ne faut pas être seulement dans le registre rationnel : il faut comme Daech être dans celui de l'émotion, produire un récit, susciter de l'adhésion, rétablir un contact avec ceux qui se sentent rejetés* »¹. Si la propagande djihadiste construit le grand récit de l'Etat islamique, la France, en revanche, assiste à la remise en cause de son grand Roman national, depuis plusieurs années. Certains arguments qui contribuent à démanteler le récit français, tels que la dénonciation des croisades, du colonialisme ou de l'islamophobie sont d'ailleurs commun avec la communication déployée par l'EI contre la France. Celle-ci se trouve donc régulièrement incriminée par une conception culpabilisante et déstructurante de sa propre Histoire érigée, dès lors, en tribunal.

Renouer avec un grand récit national fédérateur ne suppose certes pas de se dédouaner de ses responsabilités historiques en tant que nation, mais il implique de rompre avec ce déni de soi, dissolvant de toute identité. En effet, ce déni est une des causes majeures de ce qu'Edgar Morin qualifiait de « *crise de la francité* »². Sous cette angle, Gilles Kepel préconise, par exemple, de mieux intégrer l'héritage colonial français, indépendamment de toute passion : « *La société française est aussi l'héritière de l'empire français. Il faut arriver à le penser d'une manière aussi peu conflictuelle que possible, sans mettre en accusation quiconque. Faute de quoi, nous constatons les fragmentations communautaro-nationales que M. Assafa évoquées, dont le football est un terrain d'expression. Il ne s'agit pas de parler du rôle positif ou négatif de la colonisation mais d'intégrer le fait impérial pour comprendre la société d'aujourd'hui. L'université peut y contribuer* »³.

Par conséquent, le fait de rebâtir un grand récit national doit permettre de refonder une solidarité et de donner à nouveau du sens à la société. En effet, « *notre modèle consumériste génère, de manière simultanée, jouissances matérielles et insatisfaction existentielle. La civilisation du supermarché crée, comme l'écrit le philosophe Gilles Lipovetsky, " le sentiment de toujours manquer la part essentielle de la vie". C'est pour fuir cette béance que certains jeunes cherchent dans la radicalisation violente une manière de retrouver un sens à l'existence* »⁴. Dans ce contexte, le discours de lutte contre le salafisme djihadiste constitue un axe de développement du grand récit national autour duquel peut se reconstituer

¹ Sébastien Pietrasanta. *Op. cit.*, p.57.

² Edgar Morin. « Francité et Universalité ». *Synergies Monde* n° 5. Paris : GERFLINT, pp. 165-170, 2008.

³ Gilles Kepel cité par Patrick Menucci. *Op. cit.*, p.270.

⁴ Christian Gravel. *Op. cit.*

une solidarité nationale. Il doit donc être présenté comme une grande cause nationale, voire, une cause de salut public : « *En réalité, le contre-discours est l'affaire de chaque Français en qualité de citoyen* »¹.

De fait, le défi du djihadisme place notre société face à elle-même. Il doit l'interroger sur le sens qu'elle apporte aux individus qui la composent et sur la manière dont elle exprime ce sens, en dépit de quoi le phénomène de radicalisation qui la tourmente continuera à représenter une échappatoire pour de nombreux jeunes. A contrario, cette interrogation renvoie la propagande djihadiste à ce qu'elle est intrinsèquement, c'est-à-dire, un contre-discours face auquel notre « contre-discours » est d'abord un « discours contre ». Par conséquent, il s'agit de rétablir une réalité sémantique que la propagande djihadiste a réussi à masquer : en tant que discours contradictoire d'un discours national officiel mis à mal, c'est bien la propagande djihadiste qui constitue, en soi, un contre-discours, à l'instar de l'anarchisme ou des médias alternatifs, par certains égards. Ce contre-discours djihadiste se caractérise ainsi par la volonté qu'il déploie d'établir un « *espace discursif spécifique* »² et distinct d'un espace public qu'il cherche à fragmenter par ailleurs.

b. CONSIDERER LES MUSULMANS NON PLUS COMME DES CORELIGIONNAIRES EXOGENES MAIS COMME DES CONCITOYENS INDIGENES

En France, la conception de l'identité nationale souffre d'une vision exclusive, comme le montre le rapport Menucci : « *Lors de son audition devant la commission, le professeur Hagay Sobol, a indiqué « nous avons une vision globalisante de l'identité alors que celle-ci est plurielle : le citoyen peut aussi être un enfant, un frère, un père, un électeur, un membre de telle ou telle profession, etc. »* »³. De ce fait, les musulmans français se voient de plus en plus tiraillés entre leur religion et la République. En effet, sommés par les médias et le monde politique de se désolidariser du terrorisme djihadiste, après les attentats, ils se sont trouvés, de fait, suspectés d'indifférence, voire de connivence. L'enquête sociologique *Musulmans de France, la grande épreuve*, publiée en septembre 2017, s'est donc efforcée de remettre en cause, d'une part, l'a priori d'une communauté en devenir, indifférente et silencieuse, et d'autre part, le mythe d'une mobilisation musulmane massive et sans équivoque contre les effets du djihadisme⁴. De telles injonctions ne tiennent compte ni de la réalité protéiforme des réactions des citoyens musulmans, ni du fait que les musulmans sont les premières victimes du terrorisme djihadiste dans le monde.

Il importe donc que la communication contre-djihadiste libère les musulmans de ce dilemme dans lequel les salafistes quiétistes et djihadistes entendent les enfermer. Pour ce faire, il convient d'inverser la logique qui vise à considérer que l'intégration des musulmans dans la société française passe par une mise au second plan de leurs convictions religieuses, par rapport aux lois de la République. Souvent invoqué à

¹ Christian Gravel. *Op. cit.*

² Julien Auboussier. *Op. cit.*, p.1.

³ Patrick Menucci. *Op. cit.*, p. 159.

⁴ Vincent Geisser, Omero Marongiu-Perria, Kahina Smail. *Musulmans de France, la grande épreuve*. Paris : Editions de l'atelier, septembre 2017

mauvaise escient, la laïcité est devenue un repoussoir pour beaucoup d'entre eux¹. Ainsi, « *la société civile -notamment via la voix des victimes- ne peut espérer accomplir de réels progrès en matière de prévention si elle se cantonne à une narration républicaine d'inspiration moralisatrice et normative* »². Au contraire, le discours doit plutôt démontrer et convaincre les Français, quelles que soient leurs convictions spirituelles, que la République est la garante de la sécurité et de la liberté de conscience des musulmans. En insistant sur cette liberté de conscience, le discours évite l'écueil de la connotation restrictive qui s'attache désormais à la laïcité, en France comme à l'étranger³. Plus encore, elle doit permettre au nombre croissant de musulmans qui choisissent de s'éloigner de l'islam par dépit⁴, de se rassurer sur le fait que la République leur garantie une pratique modérée et pacifique.

Outre la lecture ouverte de la laïcité qu'un tel discours suppose, il implique de reconnaître la protection des musulmans auquel l'Etat se doit, comme un enjeu national. Il s'agit donc de les considérer en tant que citoyens avant de les envisager en tant que musulmans. De ce point de vue, la cité-Etat pluriculturelle de Singapour nous offre un exemple intéressant. « *Dès la mise en place de ses programmes de "déradicalisation" et de lutte contre la radicalisation islamiste, le gouvernement singapourien a présenté l'extrémisme violent comme un problème national, et non comme une menace émanant d'une communauté spécifique. [...] Ainsi, un lien de confiance s'est plus facilement tissé entre le gouvernement et la minorité musulmane du pays, qui s'est mobilisée au même titre que les autres communautés sans pour autant se sentir ciblée ou perçue comme étant la source de l'extrémisme islamiste* »⁵.

Par conséquent, la construction d'un tel discours passe nécessairement par une réflexion de la Nation française sur elle-même et son identité. Pour ce faire, il lui faut accepter qu'une conception plurielle de l'identité, gage d'une réelle diversité, n'aboutit pas nécessairement à la relégation du religieux dans la sphère privée, voire intime. De la même façon, ce discours pourrait utilement réactiver le concept de *petite patrie* édicté par Maurice Barrès. En effet, loin d'entrer en conflit avec celui de communauté nationale, cette notion rappelle combien la nation prend forme dans la réalité qui environne l'individu. Elle montre également « *par quelles voies [le patriotisme] s'élargit de la famille à la cité, à la province, à la nation* »⁶. Si de nombreux jeunes sont fiers de leur implantation locale et si, paradoxalement, parmi les djihadistes revenants, « *beaucoup n'hésitent pas à confesser un amour de la France ou une forme*

¹ Gilles Kepel, Antoine Jardin. *Op. cit.*, p.269-277.

² Guillaume Denoix de Saint-Marc, Stéphane Lacombe. « Renforcer la société civile à travers les voix des victimes et la lutte contre la victimisation », *Cahiers de la justice et de la sécurité*, 35-36, INHESJ. Paris : la Documentation Française, 2016, p. 136.

³ Aude Lorriaux. « La laïcité française nourrit-elle le djihadisme ? Un débat qui monte, qui monte... ». Slate [en ligne]. Paris : site de slate.fr, 27 mars 2016 [mis en ligne le 27/03/16] <<http://www.slate.fr/story/115985/laicite-djihadisme>> [consulté le 12/11/17].

⁴ Gilles Képel, Guillaume Dye. *Débats de l'ULB : La rhétorique islamiste et ses contre-discours aujourd'hui* [en ligne]. Conférence faite au campus du Solbosch, 26 janvier 2017 [mis en ligne le 30/01/2017]. Bruxelles : ULB, 2017 <<https://www.youtube.com/watch?v=9Mw1tHA7Xm8>> [consulté le 12/11/17].

⁵ Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Op. cit.*, p. 120.

⁶ Maurice Barrès. *Oeuvres (81)* [en ligne]. Paris : lci-eBooks, 2017 [mis en ligne le 16/01/17]. - 2242 p. <https://books.google.fr/books/about/Maurice_Barr%C3%A8s_Oeuvres_81.html?id=s5HoDQAAQBAJ&redir_esc=y> [consulté le 12/11/17]. p. 664.

d'admiration pour les valeurs et la culture françaises »¹, la plupart n'établit pas de lien entre la réalité qu'ils vivent et l'idéal qu'ils se figurent. Le discours contre-djihadiste doit donc construire ce lien.

2. ADOPTER DES STRATEGIES DE COMMUNICATION PLUS OFFENSIVES, TELLES QU'ELLES SONT MISES EN ŒUVRE SUR LES THEATRES D'OPERATIONS

a. LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE POURRAIT TIRER AVANTAGE DES CAPACITES MILITAIRES EN LA MATIERE, BIEN QUE LA FRANCE NE SEMBLE PAS Y ETRE DISPOSEE

Si l'idée du recours à des moyens militaires pour construire une communication contre-djihadiste peut sembler incongrue de prime abord, l'Histoire nous montre qu'il n'en est rien. Au cours de la 1^{ère} Guerre mondiale, une instrumentalisation de la religion musulmane à des fins militaires a effectivement été opérée, par la Triple Alliance comme par la Triple Entente, au moyen d'un discours et d'un contre-discours. Ainsi, « *une équipe d'orientalistes allemands basés à Berlin et à Constantinople élaborera une propagande axée sur le djihad et le califat, soit les mêmes slogans dont usent et abusent actuellement Daech et consorts* »². Le calife soutint que l'Empire ottoman et l'Islam étaient attaqués par des athées et des croisés. Pour contrecarrer les effets de cette propagande destinée à soulever les populations musulmanes des deux puissances coloniales françaises et britanniques, le général Lyautey, résident général au Maroc, décida de s'appuyer sur le sultan marocain en sa qualité de commandeur des croyants : « *L'objectif était de mettre en avant un contre-discours s'articulant autour du Coran et des hadiths, ce qui contribua largement à déconstruire le discours djihadiste nourri par l'Empire ottoman et ses alliés* »³. Parallèlement, les Britanniques firent appel au chérif du Hedjaz pour soutenir la révolte arabe dirigée par le colonel Lawrence. Il en résulta la chute de l'Empire ottoman puis l'application des accords Sykes-Picot et l'émergence du salafisme en Arabie, porté par la tribu d'Ibn Saoud.

Plus récemment, en 2015, à la lumière des enseignements de la guerre en Afghanistan, l'Armée britannique a créé une unité de guerre psychologique chargée de contrôler le discours sur les réseaux sociaux et Internet⁴. Cette [77^e brigade](#) est chargée de répondre aux défis de la guerre moderne par des moyens non-léthaux et non-conventionnels, en vue d'influer sur le comportement de l'adversaire. Pour ce faire, les différents groupes qui la constituent sont capables d'appuyer les forces armées et les services du gouvernement aux trois niveaux d'intervention (stratégique, opératif et tactique), dans les domaines des actions d'information et du rayonnement (*Information Activity & Outreach*). Leurs capacités recourent autant la planification, l'analyse des publics, parties prenantes et adversaires (*Audience, Actor & Adversary Analysis*) ou la création et la diffusion de contenus médiatiques et numériques, en appui des opérations, que la veille et l'évaluation de l'environnement informationnel du théâtre d'opération. En cela, l'armée britannique s'inspire des modèles américain et israélien. En effet, l'Armée israélienne est active sur 30 plateformes sociales comme Facebook, Twitter et YouTube, en six langues différentes. Elle

¹ Bilel Ainine, Thomas Lindemann. *Op. cit.*, p.115.

² Abderrahmane Mekkaoui. « Discours et contre-discours : l'instrumentalisation de l'Islam pendant la Première Guerre mondiale ». *Note historique n°48*. Paris : CF2R, décembre 2016, p.1.

³ Abderrahmane Mekkaoui. *Id.*, p. 2

⁴ Ewen Mac Askill. « British army creates team of Facebook warriors ». *The Guardian* [en ligne]. Londres : site de theguardian.com, 31 janvier 2015 [mis en ligne le 31/01/15] <<https://www.theguardian.com/uk-news/2015/jan/31/british-army-facebook-warriors-77th-brigade>> [consulté le 12/11/17].

s'y est d'ailleurs confrontée au Hamas lors de l'opération Bordure protectrice, dans la bande de Gaza en 2014¹.

De son côté, la France ne dispose pas de capacités militaires de ce type. Elle accumule même un certain retard sur ses alliés du fait de réticences liées à la connotation très négative des opérations de guerre psychologiques menées pendant la guerre d'Algérie². A tel enseigne qu'en février 2015, une polémique est née autour d'une supposée contribution militaire à la communication contre-djihadiste initiée par le gouvernement. Un article de Nathalie Guibert annonce alors, dans le journal *le Monde*, la création d'une cellule de contre-propagande sur Internet et les réseaux sociaux, au sein du Centre Interarmées des Actions sur l'Environnement (CIAE)³. L'information est reprise par les autres médias, obligeant ainsi l'état-major des armées à effectuer un démenti. En effet, si le CIAE a bien mis en place une cellule de veille du web, suite aux attentats de janvier 2015, celle-ci n'a pas vocation à se confronter à la propagande djihadiste par le discours. Mais la polémique continue d'enfler au point que le député Bruno Lemaire finit par demander au gouvernement de s'exprimer sur cette question, dans le cadre parlementaire. A son tour, le ministre de la défense dément cette information⁴, d'autant plus que certains journalistes commencent à établir un lien entre la cellule de veille du CIAE et le « bataillon de community managers » annoncé par le premier ministre⁵.

b. LES SAVOIR-FAIRE MILITAIRES DANS LE DOMAINE DE L'INFLUENCE PERMETTANT DE MANŒVRER DANS L'ESPACE DISCURSIF PLAIDENT EN FAVEUR D'UNE EVOLUTION DE LA POSITION FRANÇAISE

Si jusqu'à présent, la France semblait peu disposée à se doter d'une unité militaire capable de lutter contre le discours djihadiste par la communication, la question mérite néanmoins d'être posée, notamment depuis les attentats de novembre 2015. De fait, il s'agit de se demander si la France, en tant que membre de l'OTAN, partie prenante parmi les plus engagée de la coalition internationale contre l'EI, puissance en tête de la lutte contre le djihadisme en Afrique, premier foyer de recrutement des FTF en Europe et surtout, cible privilégiée du salafisme djihadiste, pourra s'abstenir encore longtemps de maîtriser une telle capacité.

Pour Jean-Dominique Merchet, « *l'engagement d'une unité comme le CIAE dans des missions de contre-propagande poserait de sérieux problèmes juridiques, à partir du moment où il se ferait sur le territoire national et à destination de citoyens français* »⁶. Selon le journaliste, cette logique relève plutôt de la

¹ Ewen Mac Askill. *Op. cit.*

² Romain Mielcarek. « L'armée française se remet progressivement à l'action psychologique ». *DSI*. Paris : DSI, mai 2015, hors-série n° 41, p. 59.

³ Nathalie Guibert. « Contre l'Etat islamique, l'armée active une cellule de contre-propagande ». *Le Monde* [en ligne]. Paris : site de lemonde.fr, 4 février 2015 [mis en ligne le 04/02/15] <http://www.lemonde.fr/international/article/2015/02/04/contre-l-etat-islamique-l-armee-active-une-cellule-de-contre-propagande_4569237_3210.html> [consulté le 12/11/17].

⁴ Assemblée Nationale, Bruno Lemaire. « Question écrite n° 74677 ». *Journal officiel du 24 février 2015*. Paris : site de l'assemblee-nationale.fr [mis en ligne le 24/02/15] <<http://www2.assemblee-nationale.fr/questions/detail/14/QE/74677>> [consulté le 12/11/17].

⁵ Xavier Berne. « L'armée fait-elle de la contre-propagande djihadiste sur Internet ? ». *Nextinpact* [en ligne]. Paris : site de nextinpact.com, 2015 [mis en ligne le 24/02/15] <<https://www.nextinpact.com/news/93176-l-armee-fait-elle-contre-propagande-djihadiste-sur-internet.htm>> [consulté le 12/11/17].

⁶ Jean-Dominique Merchet. « Propagande sur le web : l'armée tatonne ». *L'Opinion* [en ligne]. Paris : site de lopinion.fr, 2015 [mis en ligne le 05/02/15] <<http://www.lopinion.fr/edition/international/propagande-web-l-armee-tatonne-21073>> [consulté le 12/11/17].

prévention de la radicalisation, donc de la compétence de la police ou de la gendarmerie. Mais comme il le souligne lui-même, Internet et les réseaux sociaux abolissent les frontières. La distinction classique entre territoire national et théâtre d'opération extérieur semble dès lors obsolète, face à ce que l'armée américaine nomme l'espace discursif (*narrative space*)¹. Par ailleurs, la mise en place de l'opération Sentinelle et la création, dès avril 2016, d'un commandement spécifique au territoire national, au sein de l'armée de Terre, montrent l'engagement militaire grandissant à l'intérieur des frontières françaises.

Par ailleurs, une unité comme le CIAE contribue à la mise en œuvre de la stratégie militaire d'influence qui se définit comme « *l'art d'organiser et d'utiliser les capacités diplomatiques, économiques, informationnelles, militaires et socioculturelles en vue de servir les intérêts d'un État, d'un groupe d'États ou de la communauté internationale en agissant dans les champs psychologiques et cognitifs* »². Cette stratégie repose, en outre, sur des actions de communication qui « *s'appuie[nt] sur des informations avérées* »³, parallèlement à des actions d'influence pouvant se concrétiser à travers la contre-communication. Les unes s'apparentent donc au discours stratégique, tel que nous l'avons décrit, et les autres au contre-discours. De ce fait, on comprend bien que l'Armée française n'ignore pas les savoir-faire propres à la communication contre-djihadiste.

Il est d'ailleurs significatif de noter que l'armée de Terre a intégré l'influence parmi les huit facteurs opérationnels de supériorité qui concourent à la victoire, dans un document prospectif très récent intitulé, *Action terrestre future*⁴. Si le document évoque clairement certaines actions d'influence, comme le fait d'agir sur la population, expliquer l'action de la force armée ou l'évaluation de ces actions, seront menées sur les théâtres d'opérations, il ne fait pas référence à la question du territoire national pour autant. En revanche, il reconnaît que « *l'action dans les médias et en particulier la communication opérationnelle prendra une importance grandissante dans un monde connecté. Emporter l'adhésion des populations de la zone d'opérations sera certes primordial mais surtout assurera la légitimation de l'opération bien au-delà du théâtre* »⁵.

Toutefois, on peut se demander si une telle légitimation pourra se vérifier vis-à-vis du cœur de cible que nous avons défini. Mais le document ajoute que pour gagner et garder le soutien national, il conviendra d'être capable « *d'évaluer l'image de la force (présence sur les réseaux sociaux), d'exercer une forme de contre-propagande utilisant les mêmes vecteurs et de disposer en propre d'une capacité physique de communication opérationnelle (station de radio, chaîne de télévision, structure d'accueil des médias, imprimeries, relais d'opinion)* »⁶. Enfin, il avance que pour « *imposer son récit* » au sein de la « *bataille narrative* », « *les forces terrestres seront aux avant-postes d'un combat, dont il est clair toutefois qu'il ne se pratiquera que dans un cadre plus vaste, interarmées et interministériel, et contre un adversaire*

¹ SMA. « Maneuver and Engagement in the Narrative Space ». *SMA White Paper*. SMA, janvier 2016.

² CICDE. « L'influence en appui aux engagements opérationnels ». *Réflexion doctrinale interarmées-2012/008_INFLUENCE*. Paris : CICDE, n° 073 DEF/CICDE/NP du 31 mars 2012. – 60 p

³ CICDE. *Id.*, p.34.

⁴ Etat-major de l'armée de Terre. *Action terrestre future*. Paris : SIRPA-Terre, septembre 2016.

⁵ Etat-major de l'armée de Terre. *Id.*, p.53.

⁶ Etat-major de l'armée de Terre. *Ibid.*, p. 53-54.

étranger. Les développements de la cyberconflictualité s'accompagneront d'évolutions capacitaires qui permettront la neutralisation des messages de l'adversaire, y compris au cœur des réseaux sociaux et le contraindront dans l'emploi de ses moyens »¹.

De ce fait, il est permis d'espérer que la France se dote de moyens militaires appropriés dans sa lutte communicationnelle contre la propagande djihadiste. Néanmoins, cette évolution, aussi souhaitable qu'elle soit, demandera du temps, non pour des raisons d'organisation interne mais plutôt du fait des réticences qui ne manqueront pas de se faire jour dans la classe politique. Cela renforce donc la pertinence d'une fondation dédiée à la construction de cette communication, dans la mesure où celle-ci pourrait assurer le déploiement d'un grand récit français, avant d'être appuyée en cela, par d'autres entités dont les Armées. Cette fondation centrale devrait alors être en mesure de former, d'animer et d'orienter le réseau des influenceurs de terrain issus du monde associatif ou des différentes administrations locales et déconcentrées. Elle agirait ainsi en appui des opérations de contre-djihadisme, dans des domaines qui lui sont liés comme la lutte contre la délinquance ou le trafic de drogues. Idéalement, ce système devrait permettre, au mieux de submerger la propagande djihadiste, à tous les niveaux où elle intervient, ou au moins de la contrecarrer en dépassant le volume et la qualité de sa production, dans ce que François-Bernard Huyghe désigne comme une guerre de l'attention².

3. DEVELOPPER UNE STRATEGIE OFFENSIVE INNOVANTE DE LONG TERME

a. DEPASSER LES DJIHADISTES DANS L'EFFICACITE DE LEUR COMMUNICATION EN UTILISANT LES CODES QUI EN ONT FAIT LEUR SUCCES

En l'espèce, cette fondation pourrait utilement recourir aux méthodes et aux savoir-faire, notamment militaires, que la propagande a elle-même déployé. Dans cette optique, il s'agit donc de vaincre la propagande djihadiste en la mettant hors d'état de nuire grâce à une communication combative. Sur ce point, elle bénéficierait d'ores et déjà de l'expertise de l'armée américaine, à travers des exercices de simulation notamment. Par exemple, en avril 2016, s'est déroulé un exercice de guerre de l'information (*PSYOP wargame*) organisé par l'*International Communication & Negotiation Simulations Project (ICONS Project)* relevant de l'université du Maryland. Cet exercice faisait s'affronter pendant trois jours une équipe bleue, représentant le gouvernement américain, face à une équipe rouge, représentant Daech, sur le terrain de l'espace discursif³. A cet effet, les deux équipes se trouvaient composées d'une centaine de participants issus de différents états-majors, ministères, universités ou grandes entreprises, ainsi que plusieurs observateurs internationaux⁴. A cette occasion, les deux stratégies de communications se sont confrontées, en temps réel, par l'intermédiaire de campagnes créées dans le cadre de l'exercice, afin d'évaluer leur efficacité respective.

¹ Etat-major de l'armée de Terre. *Op. cit.*, p.53.p. 54

² François-Bernard Huyghe. *La désinformation, les armes du faux*. Paris : Armand Colin. 2016.

³ SMA. « Counter-Da'esh Influence Operations : Cognitive Space Narrative simulation Insights ». *SMA White Paper*. SMA, mai 2016.

⁴ Le Joint Staff, l'US Army Special Operations Command, le Training and Doctrine Command, l'US Department of Homeland Security, la Fielding Graduate University, University of Pennsylvania, l' University of Nebraska Omaha, Charles River analytics...

Appliquée à la réalité, cette approche peut se révéler d'autant plus efficace qu'un groupe djihadiste comme l'EI offre différents angles d'attaques. En effet, les faiblesses, voire l'hypocrisie du califat devient de plus en plus saillante, à mesure que les témoignages des revenants s'accumulent. Il convient donc d'exploiter au maximum ces sources de renseignements de premier ordre, même si beaucoup d'ex FTF ne renoncent pas à leurs idées radicales. Il n'en demeure pas moins que leur témoignage permet de fissurer la crédibilité et la légitimité dont bénéficie la propagande djihadiste. A titre d'exemple, on pourra utilement mettre en avant les incohérences entre la doctrine djihadiste chargée d'interdits et les comportements des combattants, comme le fait de fumer, de boire de l'alcool ou les déceptions suscitées par la politique matrimoniale de l'EI, telles que les rapporte une revenante : « *Y a des sœurs au maqgar¹, elles disaient : « On en a marre, ils veulent tous des Kim Kardashian »* »². Un autre angle d'attaque réside dans le fait que le djihadisme tue d'abord et principalement des musulmans et qu'il n'hésite pas, le cas échéant, à détruire ses propres lieux de culte, comme la mosquée al-Nourri de Mossoul où le califat a été proclamé et que l'EI a dynamitée le 22 juin 2017. D'autre part, la question du rapport à l'argent, à travers la question du financement de l'organisation, remet également en cause son modèle de « pureté », dans la mesure où elle met à jour un certain nombre de trafics compromettants, notamment celui des œuvres d'art archéologiques préislamiques, pourtant considérées comme des idoles.

Mais des méthodes offensives supposent également de mettre en œuvre des opérations dites de déception contre l'ennemi. La déception s'apparente à une forme de ruse dont le stratège chinois Sun Tzu a démontré tout l'intérêt militaire dans son ouvrage *l'art de la guerre*, particulièrement lorsqu'il affirmait que « *toute guerre est fondée sur la tromperie* »³. Du reste, des techniques telles que la désinformation, la rumeur ou la manipulation de l'ennemi, pour exploiter ses faiblesses, se révèlent d'autant plus pertinentes qu'Internet et les réseaux sociaux en décuplent désormais l'effet psychologiquement destructeur. On peut également s'inspirer de la méthode du *reflexive control* développée par les soviétiques et reprise avec succès par les russes lors du récent conflit en Ukraine. Timothy Thomas le définit comme « *un moyen de diffuser vers un partenaire ou un adversaire, une information conçue en amont dans le but de l'inciter à prendre une décision préalablement identifiée comme favorable pour l'initiateur de l'action* »⁴.

Sur le plan des vecteurs utilisés, la fondation pourrait recourir à des formes de discours contre-djihadiste aptes à séduire le cœur de cible qu'elle partage avec la propagande djihadiste. De ce point de vue, la culture audiovisuelle offre un arsenal très efficace. A titre d'exemple, le réalisateur britannique Peter Kosminski a créé une mini-série intitulée [The State](#)⁵, montrant, de l'intérieur, la réalité de l'EI, à travers le parcours de quatre jeunes britanniques, dont une femme, embrigadés pour le djihad. Diffusée en septembre sur Canal+, cette série semble avoir été bien reçue en France, en dépit de la polémique qu'elle

¹ Maison réservée aux femmes dans l'Etat islamique.

² David Thomson *Op. cit.*, p.212.

³ Sun Tzu. *L'art de la guerre*. Paris : Hachette Littératures, juin 2001.

⁴ Traduction de l'auteur. Timothy L. Thomas. « Russia's Reflexive Control Theory and the Military ». *Journal of Slavic Military Studies*. Londres : Taylor and Francis Group, 2004, n°17, p. 237.

⁵ Jérémie Dunand. « The State : la série sur l'Etat islamique qui fait polémique outre-Manche débute sur Canal+ ». *Allociné* [en ligne]. Paris : site de allocine.fr, 3 septembre 2017 [mis en ligne le 03/10/17]

<http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18666886.html> [consulté le 12/11/17].

a suscité outre-manche, certains médias comme le *Daily Mail*¹, l'accusant d'être une vidéo de recrutement pour l'EI et un poison. Toutefois, on peut imaginer l'impact qu'un film ou une série aussi populaire que *Game of Thrones* pourrait avoir, en interaction avec les réseaux sociaux. Elle permettrait notamment d'illustrer différents processus de radicalisation, ce que *The State* ne fait pas, et de mettre en lumière les méthodes de recrutement. L'objectif final recherché serait naturellement de décrédibiliser les groupes djihadistes et leur idéologie par l'intermédiaire d'un phénomène culturel de société.

b. NE PAS RELACHER L'EFFORT DEVANT LES DIFFICULTES ACTUELLES DE L'EI

Depuis la perte symbolique de la ville syrienne de Kobané, en janvier 2015, et l'échec de son offensive pour la reprendre en juin, l'EI a enregistré une série ininterrompue de défaites et de reculs. Alors qu'il s'est replié dans le réduit de Deir-Ezzor, à la frontière syro-irakienne, sa chute semble, désormais, inévitable. On assiste également à un reflux du nombre des FTF puisqu'un seul départ de français pour la Syrie a été enregistré depuis janvier 2017, contre six retours. En septembre 2017, 693 adultes français et 504 enfants nés en France ou de parents français se trouvaient encore en Syrie-Irak². Selon François-Bernard Huyghe, les revers militaires de l'EI pèsent aussi sur sa propagande dont la qualité s'en ressentirait³. D'autre part, il est à noter que, le 28 septembre, l'agence de l'EI *al-Fourqane* a diffusé un enregistrement audio d'Abou Bakr al-Baghdadi dans lequel il paraît prendre acte de la défaite du califat en affirmant que « *les chefs de l'État islamique et ses soldats se sont rendu compte que pour obtenir la grâce de Dieu et la victoire, il faut faire preuve de patience et résister face aux infidèles, quelles que soient leurs alliances* »⁴.

De fait, faisant une fois de plus la démonstration de sa grande capacité d'adaptation, l'EI a déjà anticipé sa chute, ou plutôt, son retour à la clandestinité sous une forme analogue à celle d'Al-Qaïda, dès qu'il aura perdu ses derniers territoires. Comme l'a indiqué le général américain Volet, dans son rapport du 12 janvier 2017, la propagande djihadiste insiste par conséquent sur la prééminence de l'idée du califat et non plus sur sa réalité physique⁵. L'émergence d'un califat virtuel doit ainsi offrir une « e-citoyenneté » à des millions de musulmans dépossédés d'une identité nationale claire par des décennies de conflits intercommunautaires et frontaliers⁶. Il faut donc s'attendre à une intensification de l'activité de l'EI dans

¹ Christopher Stevens. « Pure poison... it's like a Nazi recruiting film from the 1930s : CHRISTOPHER STEVENS reviews The State ». *The Daily Mail* [en ligne]. Londres : site du dailymail.co.uk, 21 août 2017 [mis en ligne le 21/08/17] <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4807862/CHRISTOPHER-STEVENES-reviews-Channel-4-s-State.html>> [consulté le 12/11/17].

² LCI. « Daech : le nombre de Français rejoignant ou quittant la Syrie et l'Irak a massivement chuté en 2017 ». *LCI Société* [vidéo en ligne]. Paris : site de lci.fr, 14 septembre 2017 [mis en ligne le 14/09/17] <<http://www.lci.fr/societe/daech-etat-islamique-le-nombre-de-francais-partant-ou-revenant-de-syrie-et-d-irak-a-massivement-chute-en-2017-djihad-2064464.html>> [consulté le 12/11/17].

³ Entretien avec FB Huyghe.

⁴ Huffpost. « Daech diffuse un enregistrement audio de son chef Abou Bakr al-Baghdadi, donné pour mort plusieurs fois ». *Huffpost* [en ligne]. Paris : site du huffingtonpost.fr, 2017 [mis en ligne le 28/09/17] <http://www.huffingtonpost.fr/2017/09/28/daech-diffuse-un-enregistrement-audio-de-son-chef-abou-bakr-al-baghdadi-donne-pour-mort-plusieurs-fois_a_23226429/> [consulté le 12/11/17].

⁵ France inter. « Le groupe Etat islamique se prépare au califat virtuel ». *France inter* [en ligne]. Paris : site de franceinter.fr, 2017 [mis en ligne le 06/10/17] <<https://www.franceinter.fr/monde/le-groupe-etat-islamique-se-prepare-au-califat-virtuel>> [consulté le 12/11/17].

⁶ Général Joseph Votel, [lieutenant-colonel Christina Bembenek](#), [Charles Hans](#), [Jeffery Mouton](#), [Amanda Spencer](#). « #Virtual Caliphate : Defeating ISIL on the Physical Battlefield Is Not Enough ». *Center for a New American Security* [en ligne].

le domaine de la propagande, y compris terroriste, en dépit de la contraction de ses moyens de communications¹. Du reste, la revendication de la fusillade du 1^{er} octobre 2017 à Las Vegas semble marquer une évolution de sa stratégie vers un certain opportunisme, puisque le lien entre l'organisation djihadiste et le tueur n'est pas encore établi. Paradoxalement, ce flou porte atteinte à la crédibilité de la propagande djihadiste.

Une autre conséquence réside dans la vraisemblable résurgence de la propagande d'Al-Qaïda qui pourrait saisir cette opportunité pour reprendre le dessus dans sa compétition avec l'EI. Cette compétition pourrait s'intensifier tant sur d'autres fronts du *djihad*, comme au Sinaï, au Sahel ou en Afghanistan, que par la recrudescence des attentats auxquels on assiste d'ores et déjà, notamment en Europe² et plus particulièrement en France où douze tentatives d'attentats ont été déjouées entre janvier et septembre 2017³. Alain Rodier indique d'ailleurs que, de manière inédite, le numéro 5 de la revue d'Al-Qaïda, *Inspire Guide*, analyse la méthodologie de l'attentat commis à Londres le 22 mars 2017 et revendiqué par l'EI dans son numéro 8 d'*Al-Rumiyah* paru en avril. Ainsi, « *Les deux organisations invitent les "combattants solitaires" à passer à l'action partout où cela est possible avec les moyens dont ils disposent* »⁴. Parallèlement, la propagande d'Al-Qaïda chercherait dorénavant à capitaliser sur la défaite de l'EI, en l'identifiant à une punition divine qui légitimerait sa stratégie de frapper d'abord « l'ennemi lointain », c'est-à-dire, l'Occident. Quoi qu'il en soit, ces divisions méritent d'être attisées par la propagande contre-djihadistes.

Dans le cas de la France, plus que jamais, la menace est constituée par des éléments exogènes particulièrement durs et aguerris, résidus des FTF rentrant du Levant ou emprisonnés en métropole, et des éléments endogènes représentés par des jeunes radicalisés cherchant à opérer sur le sol national. Plus délicat encore, le phénomène des femmes et des enfants ultra-radicalisés dans les zones de *djihad* où plusieurs d'entre eux sont nés, pose dès à présent un problème inédit de société majeur. Outre le danger que ces « lionnes et lionceaux du califat » font courir à la société, c'est la question de la possibilité de leur adaptation à notre société qui se pose, tant les femmes djihadistes se montrent généralement plus fanatiques que les hommes, d'une part, et ces enfants ont été entraînés à tuer, voire, ont déjà tué, d'autre part. Il est donc vraisemblable qu'ils souffrent et souffriront toute leur vie de syndromes post-traumatiques irrémédiables. Du reste, les limites actuelles de la déradicalisation nous interrogent nécessairement sur l'avenir que notre société pourra leur offrir, sauf à les « contre-endocliner », à l'image de ces programmes saoudiens sujets à caution, ce que nos valeurs démocratiques excluent formellement.

Washington : site du cnas.org, 2017 [mis en ligne le 12/01/17] <<https://www.cnas.org/publications/reports/virtual-caliphate>> [consulté le 12/11/17].

¹ Entretien avec la DGSI

² Edouard Vuiart. *Gérer l'après-Daech*. Mémoire de Défense, Sécurité et Gestion de crises. Paris : IRIS Sup, 2017, p. 93-95.

³ Le Dauphiné libéré. « Les douze projets d'attentats déjoués depuis janvier ». *Le Dauphiné libéré* [en ligne]. Paris : site de ledauphine.com, 2017 [mis en ligne le 13/09/17] <<http://www.ledauphine.com/france-monde/2017/09/13/les-douze-projets-d-attentats-dejoues-depuis-janvier>> [consulté le 12/11/17].

⁴ Alain Rodier. *Le retour d'Al-Qaïda ?* Note d'actualité n° 649. Paris : CF2R. Avril 2017, p.8.

*

Une organisation pragmatique de la communication contre-djihadiste doit permettre le déploiement d'une stratégie alliant à la fois la verticalité de la conception et l'horizontalité de la mise en œuvre. Elle doit également favoriser les synergies entre les différents acteurs, publics et privés, séculiers et religieux, civils et militaires, le but commun étant la mise hors d'état de nuire de la propagande djihadiste et du salafisme djihadiste, en général. De ce point de vue, certains comme Xavier Crettiez font « *le pari que nous sommes en queue de comète* », considérant que « *la chute de Daesh aura deux effets. Cela va tuer le mythe. Mais aussi, cela va laisser des soldats perdus, avec un risque d'attentats élevés* »¹. Par conséquent, on aurait bien tort de croire que la fin de l'EI, en tant que réalité territoriale, sonnera le glas de la communication contre-djihadiste. Au contraire, il apparaît, plus que jamais, indispensable d'intensifier sa conception, sa construction et son organisation car la guerre de l'information pour s'assurer le contrôle des populations musulmanes, notamment sur Internet, sera un front encore plus fondamental pour l'internationale djihadiste.

¹ Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Op. cit.*, p. 145.

CONCLUSION

Cette étude avait pour but d'identifier les conditions nécessaires à la réussite d'une communication visant à faire obstacle aux effets nocifs de la propagande déployée par les groupes djihadistes contre la société française. Il s'agissait donc d'analyser les objectifs à atteindre, les principes à observer, les publics à viser, les messages à diffuser ou l'organisation à adopter. Afin d'élaborer une communication optimale par le recours à tous les moyens et les compétences disponibles, il convenait également de mesurer le réalisme de l'exigence d'efficacité qui lui est assigné, au regard de résultats probants. Pour ce faire, nous avons considéré que cet impératif d'efficacité reposait avant tout, sur la nécessité d'une clarification des concepts et des principes à manipuler, de la sélection des contenus les plus pertinents à opposer à ceux qu'utilise la propagande djihadiste, en fonction des publics ciblés, et enfin, de la rationalisation de la structure et du processus de production, de diffusion et d'analyse des rétroactions liés au discours contre-djihadiste.

De ce point de vue, ces trois hypothèses se sont trouvées avérées. C'est pourquoi nous avons formulé différentes recommandations dont nous estimons que leur mise en œuvre permettrait d'améliorer ou de combler les lacunes du dispositif actuel. En résumé, il conviendrait, tout d'abord, de familiariser les acteurs du discours contre-djihadiste à l'usage d'une terminologie adaptée et commune. Ainsi, le concept de communication contre-djihadiste, outre le fait qu'elle désigne clairement son ennemi, regrouperait les trois principales formes de discours que constituent le contre-discours, le discours d'alternatives et le discours stratégique. Recentrée dans le cadre précis de la radicalité, cette terminologie appuierait la mise en pratique d'une stratégie basée sur des principes simples et analogues à ceux qui prévalent à la guerre, asymétrique notamment. Parmi ces principes, se détachent l'unicité de la conception et de la décision ; la préservation de la liberté d'action en reprenant l'initiative trop longtemps détenue par les groupes djihadistes ; la concentration des efforts, au sein de la société réelle comme sur Internet ; l'économie des moyens par la capacité à mobiliser les compétences appropriées, en vue d'obtenir un effet précis, dans un temps donné, ce qui implique le fait de susciter l'adhésion. D'autre part, la mise en œuvre combinerait ces concepts et ces principes au regard de différentes cibles graduellement réparties en trois cercles : un cœur de cible constitué par les jeunes, un deuxième cercle représentant leur environnement proche et un troisième cercle élargi à l'ensemble de la population française, les salafistes djihadistes étant maintenus hors de ce système de cible.

Par ailleurs, la communication contre-djihadiste doit pouvoir diffuser rapidement des contenus suffisamment pertinents pour convaincre les cœurs et les esprits par une sollicitation conjointe de la raison et de l'émotion. Pour ce faire, il lui faut d'abord tenir compte du discours développé par l'adversaire, ce qui suppose de détenir les moyens d'en analyser finement les ressorts. Il lui faut également, avoir la pleine conscience de nos propres limites afin d'en minimiser les effets, au moins, ou de les réduire totalement, au mieux. Les contenus doivent être choisis de manière adaptée, au regard des effets que l'on souhaite produire sur les publics ciblés. Les effets et les cibles impliquent donc d'avoir été

déterminés en amont, dans le cadre d'opérations de communication planifiées et réalisés en appui d'opérations menées dans d'autres domaines de la lutte contre le salafisme djihadiste. En conséquence, le discours contre-djihadiste doit puiser ses contenus dans une véritable typologie basée sur les trois cercles de cible et les objectifs assignés, comprenant, entre autres, le fait d'empêcher les jeunes de succomber aux sirènes du djihadisme, d'appuyer leur entourage dans son combat pour les protéger, de conjurer la peur et d'affermir la détermination de la nation.

En dernière recommandation, vient la question de l'organisation du système de communication contre-djihadiste. Sur ce point, l'application des principes décrits précédemment et la nécessité de produire des contenus adéquats dans un volume important et dans un temps contraint, plaident en faveur d'une organisation en chaîne, analogue à celle de l'Etat islamique. Cette chaîne aurait un caractère vertical, avec la mise en place d'une tête, à travers une fondation dédiée, capable d'analyser, de concevoir, de coordonner et d'évaluer les actions de communication vers le bas, mais également en concertation avec les autres acteurs luttant contre le salafisme djihadistes, chacun dans leur domaine de spécialité. Cette chaîne se caractériserait aussi par l'horizontalité de sa base, constituée par un réseau d'influenceurs et d'acteurs de terrain, publics et privés, capables de contrer le maillage réticulaire de recruteurs institué par l'EI au sein de nos quartiers. Pour être efficace, ce système devrait conserver une certaine souplesse, détenir un pouvoir fédérateur des énergies créatrices et nourrir une dynamique participative des imaginations. Par ce moyen, il contribuerait à renouer le lien entre les individus et la réalité nationale, à travers le renouveau d'un grand récit, au service de l'intérêt général et du bien commun.

Si de telles perspectives peuvent paraître attrayantes, il convient de noter toutefois que leur réalisation nécessitera un effort collectif important, en particulier vis-à-vis des perceptions sur le plan politique et culturel. La concrétisation de telles recommandations n'est donc pas assurée. De ce point de vue, l'axe d'effort relatif aux contenus reste sans doute le plus ardu car il implique plus spécifiquement, la possibilité d'adopter un ton très offensif. Sous cet angle, c'est la question même de la résolution des parties prenantes à remporter la victoire, dans la guerre de l'information contre le salafisme djihadiste, qui se trouve posée. Les nombreuses critiques qui n'ont pas manqué de surgir en statuant sur l'inefficacité du « contre-discours », indifféremment associé à la déradicalisation, rendent compte de cet écueil. Le simple bon sens suffit pourtant à nous convaincre que dans un domaine où toute action entreprise procède de l'expérimentation, face à une menace inédite et encore mal connue, le temps doit être donné à l'imagination pour se frayer un chemin. Par ailleurs, il paraît bien péremptoire d'établir une sentence s'agissant d'effets dont les critères d'évaluation restent à définir eux aussi.

Néanmoins, ces objections ont la vertu de mettre en lumière la nécessité de donner une véritable impulsion à la communication contre-djihadiste en France, sous l'effet d'une volonté capable de porter une réelle stratégie en direction des publics cibles, par l'intermédiaire d'un réseau d'acteurs de terrain chargés de la diffuser. Les actions collectives qui donnent chair à cette stratégie, coordonnées par un décisionnaire central, doivent ainsi s'intégrer de manière cohérente dans une vision plus vaste de la lutte

contre le salafisme djihadiste faisant intervenir des domaines aussi variés que le contre-terrorisme, la prévention de la délinquance, la répression des trafics et de l'économie illicite, mais également les politiques sociales et culturelles d'intégration, d'éducation, de l'emploi... Par ailleurs, cette stratégie touche à des questions de société fondamentales comme la place des jeunes et les perspectives d'avenir qui leur sont offertes, l'évolution de la considération des femmes, l'intégration de l'islam en France et, plus largement, la réintégration de la religion dans l'espace public...

D'autre part, c'est la question de l'autorité de l'Etat, de son rapport à la Nation, du rôle qui lui est donné de jouer et finalement, de la réalité de l'exercice du pouvoir sur l'espace de souveraineté nationale, qui se trouve mise en avant. De fait, le djihadisme, et le salafisme dans son ensemble, s'insinuent dans les failles de notre société, occupent les espaces abandonnés par l'Etat et, de ce fait, contribuent à en précipiter la déréliction. Ainsi, le défi du salafisme djihadiste nous place devant une responsabilité historique : celle du sursaut *in extremis* ou celle du renoncement. Au regard de ce dernier, l'Histoire de notre pays nous rappelle ce qu'il en coûte lorsque nous nous sommes abandonnés à un tel choix, sous l'effet de la torpeur et de la facilité. Plus encore, la difficulté qu'éprouvent les générations gouvernantes à s'emparer du défi de la dette publique dont elles s'appêtent à charger les générations suivantes, au nom de la solidarité intergénérationnelle, devrait retentir comme un signal d'alarme.

Car d'un autre côté, il est probable que le salafisme djihadiste se révèle être un phénomène bien plus durable qu'on ne le pense. La défaite de l'EI n'est d'ailleurs pas nécessairement celle du djihadisme. En effet, il semble que l'EI se définisse finalement, comme une contre-société d'ordre politique, d'inspiration religieuse, à l'ambition étatique. Son modèle de rejet exogène lui a donc assuré un pouvoir de fascination auprès de nos jeunes. L'échec de l'EI réside donc dans son incapacité à assurer la transition des territoires dont il avait la charge vers un système politique viable, tel que l'avait décrit David Galula¹. Cet échec prend également racine dans la conversion opérée par le groupe djihadiste de la guérilla vers la guerre conventionnelle, rompant ainsi l'équilibre asymétrique qui lui était pourtant plus favorable. En somme, son succès initial a scellé sa défaite. Il convient de ne pas oublier, pour autant, que le djihadisme est né d'une dynamique révolutionnaire qui le place lui-même dans un mouvement en perpétuelle évolution. A ce titre, il est singulier de noter que l'EI a sévit dans la région où se télescopent la révolution islamique de 1979 et la révolution arabe de 2011. Par conséquent, son affaiblissement traduit plus une mutation qu'un anéantissement.

Mais une telle convergence ne justifie pas de renvoyer la réduction du défi salafiste djihadiste à un débat interne à l'islam, lequel paraît bien improbable pour l'heure. On peut certes penser qu'une solution au djihadisme sera d'abord musulmane, confirmant par là même, que la mondialisation est également religieuse : n'en déplaise à Friedrich Nietzsche, ce début de siècle nous rappelle une fois de plus combien Dieu n'en finit pas de ne pas mourir. Néanmoins, le rapport du djihadisme à la religion mérite sans doute d'être nuancé. Si elle en est l'inspiration première, la religion ne constitue pas nécessairement la

¹ David Galula, *op.cit.*, p 15.

principale motivation du djihadisme. En effet, les sages de la Grèce antique ne considéraient pas la religion comme une des causes majeures de la guerre, contrairement à ce qu'on peut entendre régulièrement de nos jours. Selon ces Anciens, la guerre trouve plus sûrement ses motifs dans la gloire, le pouvoir et l'argent. Ainsi appliqués au djihadisme, le motif de gloire s'exprime à travers la recherche de la notoriété et d'un sens à sa vie ; le motif du pouvoir évoque l'idéal du « surmusulman » et de domination du monde ; enfin, le motif de l'argent nous renvoie aux divers trafics de drogues, de pétrole ou d'œuvres d'art auxquels l'EI s'est livré. On comprend bien dès lors, que la religion n'est que le paravent de ces motivations non dites mais réelles, qui contribuent à éclairer le phénomène de radicalisation. La contrepartie en est que le djihadisme ne pourra être défait sur le seul terrain de la religion.

Ainsi donc, la difficulté de s'opposer au discours idéologique religieux, porté par la propagande djihadiste, ne doit pas être considéré comme un obstacle insurmontable, notamment par notre République laïque. Les errements qui affectent l'émergence d'un discours de riposte musulman, ne justifie pas non plus un éventuel renoncement à la communication contre-djihadiste. Au même titre qu'il est désormais démontré que l'EI n'est pas invincible, sa propagande n'est pas exempte d'une défaite finale. Si le cadre démocratique constitue une contrainte pour cette communication, il ne constitue pas non plus une faiblesse rédhibitoire dans le rapport de force qui l'oppose à la propagande djihadiste. Rappelons d'ailleurs que la propagande des démocraties américaines et britanniques a contribué pour une bonne part, à vaincre la propagande des puissances de l'Axe, lors de la deuxième Guerre mondiale. Il convient d'ajouter que la différence de nature entre la propagande djihadiste et la communication que nous lui opposons, rend la victoire de cette dernière plus atteignable. En effet, la première cherche à diviser son ennemi pour le convertir à ses vues, tandis que la seconde vise d'abord à amener l'ennemi à se résoudre qu'il ne pourra l'emporter sur le terrain des idées. Autrement dit, la propagande djihadiste recherche l'annihilation du discours adverse, dans une vision maximaliste, là où notre communication, pragmatique par essence, travaille, avant tout, à mettre la propagande djihadiste hors d'état de nuire et non à la détruire. L'objectif de la première paraît donc plus réaliste, contrairement à l'utopie djihadiste.

D'autre part, le cadre démocratique suppose-t-il nécessairement que la communication se place dans une posture morale ? De fait, est-il moins moral ou démocratique de mentir à son ennemi que de laisser croire aux siens qu'on peut les protéger, sans en avoir l'assurance, en « ramenant à la raison » d'anciens djihadistes, comme on a pu le prétendre dans le cadre de la déradicalisation ? Il est vrai que les principes de la communication préconisent de ne pas adopter un rapport aussi libre que la propagande dans son rapport à la vérité. Toutefois, la communication agit essentiellement sur l'opinion au moyen de l'information. Or celle-ci ne se range pas sous la coupe de la connaissance absolue. Les Grecs antiques rattachaient l'information à la *doxa*, la forme la moins aboutie du savoir. Par conséquent, il serait présomptueux pour la communication de postuler à la vérité pure et parfaite sans se mentir à elle-même et à ceux qu'elle entend éclairer. D'ailleurs, la communication des responsables politiques, des entreprises ou des institutions dans les sociétés démocratiques prouvent combien se rapport à la vérité n'est pas

dénuer d'ambiguïté. De ce fait, si la communication ne se montre pas plus vertueuse que la propagande, elle est assurément bien moins pernicieuse.

Il en ressort, par conséquent, que la victoire de la communication de la France sur la propagande djihadiste, dans la guerre de l'information qu'elles se livrent, est d'abord et avant tout, une question de courage et d'assurance en la justesse de sa cause. Ceci, implique, en premier lieu d'accepter pleinement cet état de belligérance. En effet, il ne s'agit plus de savoir si nous sommes en guerre ou s'il convient encore de l'engager, puisque l'EI s'avance vers sa défaite, mais plutôt de se demander combien de temps encore, nous pourrions nous y trouver impliqués sans qu'elle soit véritablement assumée par toutes les strates sociales et plus seulement par la puissance publique. Le salafisme djihadiste n'est pas invincible mais pas invaincu. *A contrario*, le modèle de l'Etat-nation n'est pas encore mort mais toujours vivant. Dès lors et en second lieu, la société française se doit d'épouser le nouveau siècle en embrassant les responsabilités qui sont les siennes, pour sa jeunesse comme par son rôle devant les siècles.

*

* *

IV. BIBLIOGRAPHIE

Cette bibliographie est construite en fonction des types de support, thématiques ou organismes éditeurs et de l'ordre chronologique de parution.

Ouvrages

Islam, djihadisme et radicalisation

Fahrad Khosrokhavar. *Radicalisation*. Paris : Maison des Sciences de l'Homme, décembre 2014.

Gilles Képel, Antoine Jardin. *Terreur dans l'Hexagone : genèse du djihad français*. Paris : Gallimard, 2015. – 389 p. – (Collection folio actuel).

Jean-Louis Comolli. *Daech, le cinéma et la mort*. Paris : éditions, mai 2016.

Jean Birnbaum. *Un silence religieux, la gauche face au djihadisme*. Paris : éditions du Seuil, 2016.

David Thomson. *Les revenants*. Paris : Le Seuil, 2016

Myriam Benraad. *L'Etat islamique pris aux mots*. Paris : Armand Colin, mai 2017.

Vincent Geisser, Omero Marongiu-Perrin, Kahina Smaïl. *Musulmans de France, la grande épreuve*. Paris : Editions de l'atelier, septembre 2017. – 311 p.

Propagande et communication

Serge Tchakhotine. *Le Viol des foules par la propagande politique*. Paris : Gallimard, 1992. - 616 p. – (collection Tel).

Edward Bernays. *Propaganda*. Paris : zones, octobre 2007, 142 p.

Influentia / sous la direction de Ludovic François et Romain Zerbib. Paris : Lavauzelle, 2015.

François-Bernard Huyghe. *Daech : l'arme de la communication dévoilée*. Paris : VA éditions, 2017.

François-Bernard Huyghe. *La désinformation, les armes du faux*. Paris : Armand Colin. 2016. – 192 p. (collection : comprendre le monde).

Guerre et écrits militaires

Ernst Jünger. *La guerre comme expérience intérieure*. Paris : Christian Bourgeois éditeur, 1997. -164 p.

Sun Tzu. *L'art de la guerre*. Paris : Hachette Littératures, juin 2001. -323 p. (collection : pluriel inédit).

Maréchal Ferdinand Foch. *Des Principes de la Guerre*. Paris : Collection Stratégies et doctrine, Economica. 2007.

David Galula. *Contre-insurrection : théorie et pratique*. Paris : Economica, 2008.

Divers

Urie Bronfenbrenner. *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge : Harvard university press, 1979.

Maurice Barrès. *Oeuvres (81)* [en ligne]. Paris : Ici-eBooks, 2017 [mis en ligne le 16/01/17]. - 2242 p. <https://books.google.fr/books/about/Maurice_Barr%C3%A8s_Oeuvres_81.html?id=s5HoDQAAQBAJ&redir_esc=y> [consulté le 12/11/17].

Publications djihadistes

Abou Bakr Naji. *Gestion de la barbarie*, Paris : Éditions de Paris, 2007.

« Conspiracy theory Shirk ». *Dabiq* n° 9. Al Hayat Center, mai 2015, 79 p.

La version en anglais de la lettre à Abou Moussab Al Zarqawi est consultable à l'adresse : https://fas.org/irp/news/2005/10/letter_in_english.pdf [consulté le 22/08/2017].

Publications scientifiques

Edgar Morin. « Francité et Universalité ». *Synergies Monde* n° 5. Paris : GERFLINT, pp. 165-170, 2008.

Dounia Bouzar, Christophe Caupenne, Sulayman Valsan. *La métamorphose opérée chez le jeune par les nouveaux discours terroristes*. Paris : CPDSI, novembre 2014. – 91 p.

Emma Gauthier. *Les réponses technologiques face à la propagande 2.0 de l'Etat Islamique*. Mémoire de recherche en Master 1, IEP de Lille, mai 2015. -120 p.

« Rapport d'alerte », *La France peut-elle vaincre Daech sur le terrain de la guerre de l'information ?* / sous la direction de Christian Harbulot. Paris : Ecole de guerre économique, mai 2015.

Pablo Madriaza et Anne-Sophie Ponsot. *Comment prévenir la radicalisation : une revue systématique*. Montréal : Centre International pour la Prévention de la Criminalité (CIPC), décembre 2015. – 148 p.

Royal United Services Institute. *STRIVE pour le développement. Renforcer la résilience face à la violence et à l'extrémisme*. Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2015.

Alliance ATHENA. Recherches sur les radicalisations, les formes de violence qui en résultent et la manière dont les sociétés les préviennent et s'en protègent : état des lieux, propositions, actions. Paris : Alliance ATHENA, mars 2016. – p.86.

Louisa Tarras-Wahlberg. *Promises of paradise ? A Study on Official ISIS-Propaganda Targeting Women*. Mémoire de recherche en Master, Université suédoise de défense, mai 2016.

Abderrahmane Mekkaoui. « Discours et contre-discours : l'instrumentalisation de l'Islam pendant la Première Guerre mondiale ». *Note historique n°48*. Paris : CF2R, décembre 2016. – 3 p.

Bilel Ainine, Thomas Lindemann. « Saisir les mécanismes de la radicalisation violente : pour une analyse processuelle et biographique des engagements violents », *rapport de recherche pour la Mission de recherche Droit et Justice* / sous la direction de Xavier Crettiez et Romain Sèze, avril 2017.

Bilel Ainine, Thomas Lindemann. « Saisir les mécanismes de la radicalisation violente : pour une analyse processuelle et biographique des engagements violents », résumé du *rapport de recherche pour la Mission de recherche Droit et Justice* / sous la direction de Xavier Crettiez et Romain Sèze, avril 2017, 5 p.

Faiza Patel, Meghan Koushik. *Countering Violent Extremism*. Brennan Center for Justice at, New-York : New York University School of Law, juin 2017.

Pierre Conesa, François-Bernard Huyghe et Margaux Chouraqui. *La propagande francophone de Daech : la mythologie du combattant heureux*. Fondation Maison des Sciences de l'Homme, 2017. – 265 p.

IMPACT Europe. *Quick guide*. Bruxelles : IMPACT, 2017. – 19 p.

Edouard Vuiart. *Gérer l'après-Daech*. Mémoire de Défense, Sécurité et Gestion de crises. Paris : IRIS Sup, 2017. – 116 p.

ICCT

Hedayah, ICCT. « Developing Effective Counter-Narrative Frameworks for Countering Violent Extremism ». *Meeting note*. La Haye : Hedayah, ICCT. Septembre 2014. – 10 p.

Bibi T. van Ginkel. « Responding to Cyber Jihad : Towards an Effective Counter Narrative ». *ICCT – The Hague Research Paper*. La Haye : ICCT, mars 2015.

Haroro J. Ingram. « A Brief History of Propaganda During Conflict : Lessons for Counter-Terrorism Strategic Communications ». *ICCT Research Paper*. La Haye : ICCT, juin 2016.

Haroro J. Ingram, Alastair Reed. « Lessons for Counter-Terrorism Strategic Communications ». *ICCT Research Paper*. La Haye : ICCT, juin 2016.

RAN / RSR

RAN working group on internet and social media. *Proposed policy recommendations for the high level conference*. Bruxelles : RAN, décembre 2012. - 6 p.

RAN. *Prévenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent : renforcer l'action de l'EU*. Collection RSR, Approches, leçons tirées et pratiques, Première édition, 15 janvier 2014.

RAN. « Counter Narratives and Alternative Narratives », *RAN issue paper*. Bruxelles : RAN, 1^{er} octobre 2015.

Magnus Ranstorp. « Les causes profondes de l'extrémisme violent ». *Document d'analyse du RSR/RAN*. Bruxelles : Radicalisation Awareness Network, 4 janvier 2016.

RAN. « Workshop on jihadist propaganda and how to respond ». *Ex post paper*. Bruxelles : RAN C&N, 3-4 octobre 2016.

Steven Lenos. « Défis des politiques de prévention dans une société de plus en plus polarisée ». *Document d'analyse du RSR/RAN*. Bruxelles : RAN novembre 2016, 13 p.

RAN. *Prévenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent. Fournir des récits alternatifs*. Bruxelles : RAN, édition 2017. (Collection Approches et Méthodes).

RAN. *Preventing Radicalisation to Terrorism and Violent Extremism, Delivering counter- or alternative narratives*. Bruxelles : RAN, édition 2017. - p. - (RAN Collection of Approaches and Practices).

RAN. *Prévenir la radicalisation conduisant au terrorisme et à l'extrémisme violent. Soutien aux familles*. Bruxelles : RAN, édition 2017. - 92 p. - (Collection Approches et Méthodes).

ISD

ISD. « The Role of Civil Society in Counter-radicalisation and De-radicalisation. A working paper of the european policy planners' network on countering radicalisation and polarisation (PPN) ». *PPN Working Paper*. Londres : ISD, octobre 2010.

Rachel Briggs, Sebastien Feve. *Review of Programs to Counter Narratives of Violent Extremism : what works and what are the implications for government ?* Londres : ISD, 2013.

ISD. *Government Engagement and Communication Strategies with Communities*. Londres : ISD, 2014. - 16 p.

ISD. « Working Group 1 : Counter-Narratives and Communications Strategy ». *Briefing paper 1*. Londres : Strong Cities Network - ISD. Mai 2016.

Tanya Silverman, Christopher J. Stewart, Jonathan Birdwell, Zahed Amanullah. *The impact of Counter-narratives*. Londres : ISD-AVE, 2016. – 54 p.

Henry Tuck, Tanya Silverman. *The counter-narrative handbook*. Londres : ISD, 2016. – 70 p.

Initiative pour le Courage Civique en Ligne (OCCI). *Dossier d'informations sur l'engagement de contre-discours*. Londres : Facebook-ISD, 2017. – 12 p.

DIIS

Tobias Gemmerli. « The fight against online radicalisation starts offline ». *DIIS policy brief*. Copenhague : DIIS, avril 2015. – 4 p.

Tobias Gemmerli. « Avoid the pitfalls of counter-narratives ». *DIIS policy brief*. Copenhague : DIIS, novembre 2016. – 4 p.

Ann-Sophie Hemmingsen, Karin Ingrid Castro. « The trouble with counter-narratives ». *DIIS report*. Copenhague : DIIS, 2017. – 48 p.

Demos

Jamie Bartlett, Alex Krasodonski-Jones. *Le contre-discours un examen du contenu contestant l'extrémisme en ligne*. Londres : Demos, octobre 2015. – 22 p.

Jamie Bartlett, Alex Krasodonski-Jones. *Counter-speech on Facebook*. Londres : Demos, septembre 2016. - 41 p.

Revues

Djihadisme, terrorisme et radicalisation

Audrey Ilpidi, Perle Reynaud-Fourton. « Les rouages de la mécanique terroriste », p. 33-38. *Le Journal des psychologues*, (n° 257). Mai 2008.

CAPS. « Question(s) d'Orient(s) », *Les carnets du CAPS* n° 21, été 2015, Centre d'analyse de prévision et stratégie, ministère des Affaires étrangères et du développement international.

Marc Hecker. « Web social et djihadisme : du diagnostic aux remèdes ». *Focus stratégique*, n° 57, Juin 2015.

Abdelasiem El Difraoui, Milena Uhlmann, « Prévention de la radicalisation et déradicalisation : les modèles allemand, britannique et danois », *Politique étrangère*. Paris : IFRI, 2015/4 (Hiver), p. 171-182. – 13 p.

Michel Wiewiorka. « L'impact du terrorisme sur la France ». *Cahiers de la justice et de la sécurité*, 35-36, INHESJ. Paris : la Documentation Française, 2016. - 234 p.

Nicolas Mazzuchi. « Le cyberterrorisme à l'épreuve de la réalité ». *Cahiers de la justice et de la sécurité*, 35-36, INHESJ. Paris : la Documentation Française, 2016, - 234 p.

Guillaume Denoix de Saint-Marc, Stéphane Lacombe. « Renforcer la société civile à travers les voix des victimes et la lutte contre la victimisation », *Cahiers de la justice et de la sécurité*, 35-36, INHESJ. Paris : la Documentation Française, 2016. - 234 p.

Ecrits militaires

Jean Reisser. « Principes de la guerre ». *Revue Militaire Suisse*. Zurich : ETH-Bibliothek, n° 95, 1950.

Timothy L. Thomas. « Russia's Reflexive Control Theory and the Military ». *Journal of Slavic Military Studies*. Londres : Taylor and Francis Group, 2004, n°17. p. 237–256.

Romain Mielcarek. « L'armée française se remet progressivement à l'action psychologique ». *DSI*. Paris : DSI, mai 2015, hors-série n° 41. - p. 58-62.

SMA. « Maneuver and Engagement in the Narrative Space ». *SMA White Paper*. SMA, janvier 2016. – 44 p.

SMA. « Counter-Da'esh Influence Operations : Cognitive Space Narrative simulation Insights ». *SMA White Paper*. SMA, mai 2016. – 70 p.

Publications officielles

Rapports parlementaires

Jean-Pierre Sueur. *Rapport fait au nom de la commission d'enquête sur l'organisation et les moyens de la lutte contre les réseaux djihadistes en France et en Europe*. Doc. parl. A.N., n° 388, 1^{er} avril 2015.

Sébastien Piétrasanta. *La déradicalisation, outil de lutte contre le terrorisme*. Rapport de la mission auprès du ministre de l'intérieur, juin 2015.

Patrick Menucci. *Rapport fait au nom de la commission d'enquête sur la surveillance des filières et des individus djihadistes*. Doc. parl. A.N., n° 2828, 2 juin 2015.

Malek Boutih. *Génération radicale*. Rapport de mission auprès du Premier Ministre. Juin 2015.

Kader Arif. *Rapport d'information fait au nom de la mission d'information sur les moyens de Daech*. Doc. parl. A.N., n° 3964, 13 juillet 2016.

Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale sur la mission d'information « désendoctrinement, désembrigadement et réinsertion des djihadistes en France et en Europe »*. Doc. parl. Sénat, n° 438, 22 février 2017.

Jean-Marie Bockel, Luc Carvounas. *Rapport d'information fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales et à la décentralisation sur les collectivités territoriales et la prévention de la radicalisation*. Doc. parl. Sénat, n° 483, 29 mars 2017, 169 p.

Esther Benbassa, Catherine Troendlé. *Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale sur le désendoctrinement, le désembrigadement et la réinsertion des djihadistes en France et en Europe*. Doc. parl. Sénat, n° 633, 12 juillet 2017.

Publications gouvernementales

Gouvernement de la République française. *Livre blanc sur la sécurité intérieure et le terrorisme*. Paris : la Documentation Française. 2006.

Plan d'action contre la radicalisation et le terrorisme (PART), dossier de presse. Paris : DSAF, 9 mai 2016.

Institutions publiques

CIPDR. *Guide interministériel de prévention de la radicalisation*. Paris : CIPDR, mars 2016, 129 p.

CIPDR. *Kit de formation*. Paris : CIPDR, 3^e édition, janvier 2017, 125 p.

Contrôle Général des Lieux de Privation de Libertés. *Radicalisation islamiste en milieu carcéral. 2016 : l'ouverture des unités dédiées*. 7 juin 2016.

Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme. *Avis sur la lutte contre les discours de haine sur internet* (projet). Paris : CNCDH, 12 février 2015. - 32 p.

Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme. *Avis sur la prévention de la radicalisation*. Paris : CNCDH, 18 mai 2017. - 42 p

MIVILUDES. *Réflexions sur la radicalisation violente et sa prise en charge*. Paris : MIVILUDES. Avril 2017.

Etat-major de l'armée de Terre. *Action terrestre future*. Paris : SIRPA-Terre, septembre 2016. – 69 p.

CICDE. « L'influence en appui aux engagements opérationnels ». *Réflexion doctrinale interarmées-2012/008_INFLUENCE*. Paris : CICDE, n° 073 DEF/CICDE/NP du 31 mars 2012. – 60 p.

CSA. *Adolescents/jeunes adultes et médias : le séquençage des pratiques médias des 13-24 ans*. Paris : CSA, juin 2014. -18 p.

Organisations internationales

United Nations Security Council. *Résolution n° 2178*. New-York : Organisation des Nations Unis, 2014.

Secrétariat général des Nations Unis. *Plan d'action pour la prévention de l'extrémisme violent*. A/70/674. New-York, 24 décembre 2015.

European Forum for Urban Security. *Prévenir et combattre la radicalisation menant à l'extrémisme violent*. Bruxelles : EFUS, mars 2017, 8 p.

Sites internet

Presse quotidienne

Jean-Dominique Merchet. « Propagande sur le web : l'armée tatonne ». *L'Opinion* [en ligne]. Paris : site de lopinion.fr, 2015 [mis en ligne le 05/02/15] <<http://www.lopinion.fr/edition/international/propagande-web-l-armee-tatonne-21073>> [consulté le 12/11/17].

Marie Boëton. « L'exécutif renouvelle son discours anti-djihad sur Internet », *La Croix* [en ligne]. Paris : site la-croix.com, 2015 [mis en ligne le 28/05/2015]. <<http://www.la-croix.com/Actualite/France/L-executif-renouvelle-son-discours-anti-djihad-sur-Internet-2015-05-28-1317072>>. [Consulté le 05/11/2017].

Manuel Valls. « Reconstruire l'Islam de France », tribune dans *le Journal Du Dimanche*. Paris : site lejdd.fr, 2016 [31 juillet 2016]. <<http://www.lejdd.fr/Politique/Manuel-Valls-Reconstruire-l-islam-de-France>>. [Consulté le 26/08/2017]

Source AFP. « Les géants du web s'allient pour lutter contre les contenus terroristes », *LesEchos.fr* [en ligne]. Paris : site lesechos.fr, 2017 [mis en ligne le 27/06/17] <https://www.lesechos.fr/27/06/2017/lesechos.fr/030412502722_les-geants-du-web-s-allient-pour-lutter-contre-les-contenus-terroristes.htm> [consulté le 25/10/17].

AFP. « Abou Bakr al-Baghdadi, le “calife” invisible du groupe jihadiste EI », *le Point* [en ligne]. Paris : site de lepoint.fr, 2017 [mis en ligne le 09/07/17]. <<http://www.lepoint.fr/monde/abou-bakr-al-baghdadi-le-calife-invisible-du-groupe-jihadiste-ei-09-07-2017>> [consulté le 18/10/17].

Le Dauphiné libéré. « Les douze projets d’attentats déjoués depuis janvier ». *Le Dauphiné libéré* [en ligne]. Paris : site de ledauphine.com, 2017 [mis en ligne le 13/09/17] <<http://www.ledauphine.com/france-monde/2017/09/13/les-douze-projets-d-attentats-dejoues-depuis-janvier>> [consulté le 12/11/17].

France inter. « Le groupe Etat islamique se prépare au califat virtuel ». *France inter* [en ligne]. Paris : site de franceinter.fr, 2017 [mis en ligne le 06/10/17] <<https://www.franceinter.fr/monde/le-groupe-etat-islamique-se-prepare-au-califat-virtuel>> [consulté le 12/11/17].

Libération

Elina Lemaire. « Cessons de réduire la loi de 1905 à la seule neutralité », *Libération* [en ligne]. Paris : site de liberation.fr, 2016 [mis en ligne le 01/02/16] <http://www.liberation.fr/debats/2016/02/01/cessons-de-reduire-la-loi-de-1905-a-la-seule-neutralite_1430358> [consulté le 25/10/17].

Sylvain Mouillard. « Rien ne bouge sur les contre-discours à la radicalisation ». *Libération* [en ligne]. Paris : site de liberation.fr, 2016 [mis en ligne le 08/02/16] <http://www.liberation.fr/france/2016/02/08/rien-ne-bouge-sur-les-contre-discours-a-la-radicalisation_1431915> [consulté le 04/11/17].

Sylvain Moreau. « Manuel Valls et la rhétorique de la “guerre” contre le terrorisme », *Libération* [en ligne]. Paris : site de liberation.fr, 2016 [mis en ligne le 23/03/2016]. <http://www.liberation.fr/video/2016/03/23/manuel-valls-et-la-rhetorique-de-la-guerre-contre-le-terrorisme_1441509>. [Consulté le 27/08/2017].

Willy Le Devin. « Le véhicule-bélier, arme de destruction massive », *Libération* [en ligne]. Paris : site de liberation.fr, 2017 [mis en ligne le 17/08/2017]. <http://www.liberation.fr/france/2017/08/17/le-vehicule-belier-arme-de-destruction-massive_1590550>. [Consulté le 05/11/2017].

Le Figaro

Blandine Le Cain. « La presse anglo-saxonne se gausse de la campagne “Stop Djihadisme” », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2015 [mis en ligne le 02/02/15]. <<http://www.lefigaro.fr/international/2015/02/02/01003-la-presse-anglo-saxonne-se-gausse-de-la-campagne-stop-djihadisme>> [consulté le 22/10/17].

Xavier Allain. « On n’est pas couché : Manuel Valls face au coup de gueule de Jérémy Ferrari », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2016 [mis en ligne le 17/06/2016]. <<http://tvmag.lefigaro.fr/le-scan-tele/polemiques/2016/01/17-on-n-est-pas-couche-manuel-valls-face-au-coup-de-gueule-de-jeremy-ferrari.php>>. [Consulté le 27/08/2016].

Alexis Feertchak. « Frédéric Pichon : “A Mossoul, la Coalition se heurte à la réalité des dommages collatéraux” », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2017 [mis en ligne le 21/02/17] <<http://www.lefigaro.fr/vox/monde/2017/02/21/frederic-pichon-mossoul-la-coalition-se-heurte-a-la-realite-des-dommages-collateraux.php>> [consulté le 22/10/17].

Jean-Marie Guénois. « La “Charte de l’imam” provoque une crise au sein de l’islam de France », *le Figaro* [en ligne]. Paris : site du figaro.fr, 2017 [mis en ligne le 30/03/17] <<http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2017/03/30/01016-20170330ARTFIG00242-la-charte-de-l-imam-provoque-une-crise-au-sein-de-l-islam-de-france.php>> [consulté le 25/10/17].

Le Monde

Nathalie Guibert. « Contre l'Etat islamique, l'armée active une cellule de contre-propagande ». *Le Monde* [en ligne]. Paris : site de lemonde.fr, 4 février 2015 [mis en ligne le 04/02/15] <http://www.lemonde.fr/international/article/2015/02/04/contre-l-etat-islamique-l-armee-active-une-cellule-de-contre-propagande_4569237_3210.html> [consulté le 12/11/17].

Morgane Tual. « Djihadisme : les géants du Web et le gouvernement vantent le “contre-discours“ », *le Monde*. Paris : site lemonde.fr, 2015 [mis en ligne le 02/06/2015]. <<http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/06/02/djihadisme-les-geants-du-web-et-le-gouvernement-vantent-le-contre-discours>>. [Consulté le 26/08/2017].

William Audureau. « Pour les djihadistes, la dynamique est plutôt d'abandonner Twitter ». *LeMonde.fr* [en ligne]. Paris : site de lemonde.fr, 2017 [mis en ligne le 22/03/17] <http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/03/22/pour-les-djihadistes-la-dynamique-est-plutot-d-abandonner-twitter_5099068_4408996.html> [consulté le 25/10/17].

Le Parisien

Le Parisien. « Déclaration intégrale de François Hollande après les attentats ». *Le Parisien* [en ligne]. Paris : site de leparisien.fr, 14 novembre 2015 [mis en ligne le 14/11/15] <<http://www.leparisien.fr/flash-actualite-politique/la-declaration-integrale-de-francois-hollande-apres-les-attentats-14-11-2015-5276099.php>> [consulté le 29/10/17].

Sylvain Merle. « Ismaël Saidi combat le djihad avec son humour ». *Le Parisien* [en ligne]. Paris : site de leparisien.fr, 2017 [mis en ligne le 09/07/17] <<http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/ismael-saidi-combat-le-djihad-avec-son-humour-09-07-2017-7120722.php>> [consulté le 27/10/17].

Presse numérique

Huffington post

Mohammed Chirani. « Je relève le défi du débat théologique lancé par Daesh, réfutation de l'idéologie terroriste suite aux attentats du 13 novembre ». *Huffpost* [en ligne]. Paris : site du huffingtonpost.fr, 2016 [mis en ligne le 05/10/16] <http://www.huffingtonpost.fr/mohammed-chirani/islam-daech-coran_b_9514046.html> [consulté le 27/10/17].

Huffpost. « Daech diffuse un enregistrement audio de son chef Abou Bakr al-Baghdadi, donné pour mort plusieurs fois ». *Huffpost* [en ligne]. Paris : site du huffingtonpost.fr, 2017 [mis en ligne le 28/09/17] <http://www.huffingtonpost.fr/2017/09/28/daech-diffuse-un-enregistrement-audio-de-son-chef-abou-bakr-al-baghdadi-donne-pour-mort-plusieurs-fois_a_23226429/> [consulté le 12/11/17].

Slate

Vincent Manilève. « Hommage national : le texte intégral du discours de François Hollande ». *Slate* [en ligne]. Paris : site de slate.fr, 27 novembre 2015 [mis en ligne le 27/11/15] <<http://www.slate.fr/story/110717/hommage-national-texte-discours-francois-hollande>> [consulté le 29/10/17].

Aude Lorriaux. « La laïcité française nourrit-elle le djihadisme ? Un débat qui monte, qui monte... ». *Slate* [en ligne]. Paris : site de slate.fr, 27 mars 2016 [mis en ligne le 27/03/16] <<http://www.slate.fr/story/115985/laicite-djihadisme>> [consulté le 12/11/17].

Robin Verner. « On a lu Rumiya, la nouvelle revue de propagande de l'Etat islamique », *Slate* [en ligne]. Paris : site de slate.fr, 2016 [Mis en ligne le 06/09/16] <<http://www.slate.fr/story/123081/rumiya-nouveau-magazine-etat-islamique>> [consulté le 15/10/17].

Charlotte Pudlowski. « David Thomson : L'Europe est condamnée à subir le contre-choc des erreurs qui ont été faites », *Slate* [en ligne]. Paris : site de slate.fr, 2016 [mis en ligne le 20/12/2016] <<http://www.slate.fr/story/131831/erreurs-medias-djihadisme>> [consulté le 12/11/17].

Presse étrangère

Ewen Mac Askill. « British army creates team of Facebook warriors ». *The Guardian* [en ligne]. Londres : site de theguardian.com, 31 janvier 2015 [mis en ligne le 31/01/15] <<https://www.theguardian.com/uk-news/2015/jan/31/british-army-facebook-warriors-77th-brigade>> [consulté le 12/11/17].

Christopher Stevens. « Pure poison... it's like a Nazi recruiting film from the 1930s : CHRISTOPHER STEVES reviews The State ». *The Daily Mail* [en ligne]. Londres : site du dailymail.co.uk, 21 août 2017 [mis en ligne le 21/08/17] <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4807862/CHRISTOPHER-STEVEENS-reviews-Channel-4-s-State.html>> [consulté le 12/11/17].

Revue

Xavier Berne. « L'armée fait-elle de la contre-propagande djihadiste sur Internet ? ». *Nextinpact* [en ligne]. Paris : site de nextinpact.com, 2015 [mis en ligne le 24/02/15] <<https://www.nextinpact.com/news/93176-l-armee-fait-elle-contre-propagande-djihadiste-sur-internet.htm>> [consulté le 12/11/17].

Julien Auboussier. « Présentation », *Semen* [En ligne]. 39 | 2015, [mis en ligne le 19/11/15], <<http://semen.revues.org/10463>> [consulté le 25/08/17].

Romain Vitt. « Les Anonymous sont-ils réellement efficaces contre Daesh ? ». *Phonandroid* [en ligne], 2015, [Mis en ligne le 29/11/2015]. <<http://www.phonandroid.com/anonymous-reellement-efficaces-contre-daesh.html>> [Consulté le 23/08/2017].

Teri Schultz. « European Union launches “counter-narrative” centre to combat radicalisation », *Security Europe* [en ligne]. Paris : site securityeurope.info, 2017 [mis en ligne le 26/09/2017]. <<http://www.securityeurope.info/european-union-launches-counter-narrative-centre-to-combat-radicalisation/>>. [Consulté le 05/11/2017].

Sites d'institutions internationales

GCTF. *Initiative visant à interrompre le processus de radicalisation qui mène à la violence, Le rôle des familles dans la prévention et la lutte contre l'extrémisme violent : recommandations stratégiques et options programmatiques* [en ligne]. New-york : GCTF, 23-25 mai 2016 [mis en ligne en mai 2016] <www.thegctf.org> [consulté le 29/10/17]. 9 p.

Global Coalition [en ligne]. theglobalcoalition.org, 2017 [mis en ligne en 2017] <<http://theglobalcoalition.org/fr/accueil/>> [consulté le 05/11/17].

Global Coalition. *Combat contre la propagande de Daesh* [en ligne]. theglobalcoalition.org, 2017 [mis en ligne le 23/02/17] <<http://theglobalcoalition.org/fr/combat-contre-la-propagande-de-daesh/?lang=fr>> [consulté le 05/11/17].

Global Coalition. *Etat de la progression de la lutte contre le message de Daesh* [en ligne]. theglobalcoalition.org, 2017 [mis en ligne le 23/02/17] <<http://theglobalcoalition.org/fr/etat-de-la-progression-de-la-lutte-contre-le-message-de-daesh/>> [consulté le 05/11/17].

Sites officiels publics

Assemblée Nationale, Bruno Lemaire. « Question écrite n° 74677 ». *Journal officiel du 24 février 2015*. Paris : site de l'assemblée-nationale.fr [mis en ligne le 24/02/15] <<http://www2.assemblee-nationale.fr/questions/detail/14/QE/74677>> [consulté le 12/11/17].

SIG. *Lutte contre la propagande djihadiste* [en ligne]. Paris : site du service d'Information du Gouvernement, 2015 [Mis en ligne le 29 mai 2015] <<http://www.gouvernement.fr/argumentaire/lutte-contre-la-propagande-djihadiste>> [Consulté le 26/08/2017].

SIG. « #ToujoursLeChoix, une campagne web pour lutter contre la radicalisation », *Gouvernement.fr* [en ligne]. Paris : site gouvernement.fr, 2016 [mis en ligne le 18/11/16] <<http://www.gouvernement.fr/toujourslechoix-une-campagne-web-pour-lutter-contre-la-radicalisation>> [consulté le 22/10/17].

Christian Gravel. « Lutte contre la propagande djihadiste : le contre discours de la France », *SIGLab* [en ligne]. Paris : Service d'Information du Gouvernement, 2017 [Mis en ligne le 15/02/17] <<http://www.siglab.fr/fr/lutte-contre-la-propagande-djihadiste-le-contre-discours-de-la-france>> [Consulté le 18/08/17].

Ministère de l'Intérieur. « Utilisation de l'Internet à des fins terroristes : plan d'actions franco-britannique », *Communiqués* [en ligne]. Paris : site du ministère de l'Intérieur, 2017 [mis en ligne le 14/06/17] <<https://www.interieur.gouv.fr/Le-ministre/Communiqués/Utilisation-de-l-Internet-a-des-fins-terroristes-plan-d-actions-franco-britannique>> [consulté le 25/10/17].

Site de stop-djihadisme

Stop-djihadisme. « Radicalisation : ce qui séduit les jeunes filles dans l'idéologie djihadiste ». *Stop-djihadisme* [en ligne]. Paris : site stop-djihadisme.gouv.fr, <<http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/radicalisation/explication-du-phenomene/radicalisation-ce-qui-seduit-jeunes-filles-lideologie>> [consulté le 27/10/17].

Stop-djihadisme. « Qui sont les radicalisés identitaires ? ». *Stop-djihadisme* [en ligne]. Paris : site stop-djihadisme.gouv.fr, <<http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/radicalisation/explication-du-phenomene/qui-sont-radicalises-identitaires>> [consulté le 27/10/17].

Stop-djihadisme. « L'action de la France au sein de la coalition internationale contre Daech ». *Stop-djihadisme* [en ligne]. Paris : site stop-djihadisme.gouv.fr, <<http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/que-faire/jai-question/laction-france-au-sein-coalition-internationale-contre-daech>> [consulté le 27/10/17].

Sites officiels privés

alNas. « Les musulmans répondent au gouvernement : radicalisation islamophobe, les premiers signes ! », alNas [en ligne]. Paris : site d'alnas.fr, 2015 [mis en ligne le 30/01/15]
<<http://www.alnas.fr/actualite/buzz/article/les-musulmans-repondent-au>> [consulté le 22/10/17].

Andrew Marjoran. Terrorism and the Oxygen of Publicity, *blog Quilliam* [en ligne]. Londres : site de quilliaminternational.com, 2015 [Mis en ligne le 10/06/15].
<<https://www.quilliaminternational.com/terrorism-and-the-oxygen-of-publicity/>> [consulté le 15/10/17]

Faiza Patel, Michael German. *Countering Violent Extremism : myths and Facts* [en ligne]. Brennan Center for justice, 2015, p. 1 [novembre 2015] <https://www.brennancenter.org> [consulté le 24/08/2017].

Général Joseph Votel, [lieutenant-colonel Christina Bembenek](#), [Charles Hans](#), [Jeffery Mouton](#), [Amanda Spencer](#). « #Virtual Caliphate : Defeating ISIL on the Physical Battlefield Is Not Enough ». *Center for a New American Security* [en ligne]. Washington : site du cnas.org, 2017 [mis en ligne le 12/01/17]
<<https://www.cnas.org/publications/reports/virtual-caliphate>> [consulté le 12/11/17].

Bondy blog. « Des favelas à la Seine-Saint-Denis : lancement de l'école de mode Casa Geração 93 à Saint-Ouen ». *France Fraternités* [en ligne]. Paris : site de France-fraternités.org, 2017 [mis en ligne le 14/08/17] <<http://france-fraternites.org/favelas-a-seine-saint-denis-lancement-de-lecole-de-mode-casa-geracao-93-a-saint-ouen/>> [consulté le 27/10/17].

Airwars. *Monitoring the coalition air war against ISIS* [en ligne]. Airwars.org, 2017 [mis en ligne en septembre 2017] <<https://airwars.org>> [consulté le 05/09/17].

Jérémy Dunand. « The State : la série sur l'Etat islamique qui fait polémique outre-Manche débute sur Canal+ ». *Allociné* [en ligne]. Paris : site de allocine.fr, 3 septembre 2017 [mis en ligne le 03/09/17]
<http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18666886.html> [consulté le 12/11/17].

Vidéos

« Intervention de François l'attentat de Saint-Etienne-du-Rouvray », *France 24* [en ligne]. Chaîne youtube de France 24 [mis en ligne le 26/06/2016].
<<https://www.youtube.com/watch?v=X7azF3YpVnA>> [Consulté le 27/08/2017].

What the FAKE. *Modules laïcité* [vidéos en ligne]. YouTube, 2016 [mis en ligne de novembre 2016 à janvier 2017] 85 vidéos <<https://www.youtube.com/channel/UCgE>> [consulté le 23/10/2017].

LCI. « Daech : le nombre de Français rejoignant ou quittant la Syrie et l'Irak a massivement chuté en 2017 ». *LCI Société* [vidéo en ligne]. Paris : site de lci.fr, 14 septembre 2017 [mis en ligne le 14/09/17]
<<http://www.lci.fr/societe/daech-etat-islamique-le-nombre-de-francais-partant-ou-revenant-de-syrie-et-d-irak-a-massivement-chute-en-2017-djihad-2064464.html>> [consulté le 12/11/17].

Conférences

Ernest Renan. *Qu'est-ce qu'une nation ?* Conférence faite en Sorbonne, 11 mars 1882. Paris : Calmann Lévy, 1882,

Gilles Képel, Guillaume Dye. *Débats de l'ULB : La rhétorique islamiste et ses contre-discours aujourd'hui* [en ligne]. Conférence faite au campus du Solbosch, 26 janvier 2017 [mis en ligne le 30/01/2017]. Bruxelles : ULB, 2017 <<https://www.youtube.com/watch?v=9Mw1tHA7Xm8>> [consulté le 12/11/17].

Films

Sergueï Eisenstein. *Le Cuirassé Potemkine*. 1924

Sergueï Eisenstein. *La Grève*. 1925.

Sergueï Eisenstein. *Octobre : dix jours qui ébranlèrent le monde*. 1928.

V. ANNEXES

ANNEXE I

GLOSSAIRE

Toutes les références suivantes sont tirées de l'ouvrage de Myriam Benraad : *L'Etat islamique pris aux mots*. (Paris : Armand Colin, mai 2017). La page de chaque référence est indiquée entre parenthèses à la suite des définitions.

A'maq ou **amaq** : « *Agence de presse de l'Etat islamique depuis l'été 2014 et influent organe de propagande. Celle-ci publie des dépêches multilingues sur les principales opérations militaires dans le monde musulman et sur les attentats revendiqués dans la région et au-delà.* » (p. 15).

Al-Fourqane ou **al-Fourqan** : « *Branche médiatique initiale de l'Etat islamique, qui diffuse contenus audiovisuels (CD, DVD...), communiqués, livres et posters en langue arabe depuis la période d'occupation étrangère en Irak (2003-2011).* » (p. 15).

Al-Hayat : « *branche médiatique consacrée au cyberdjihad et spécialisée dans la diffusion de contenus audiovisuels multilingues vantant les mérites du califat auprès de publics étrangers. Elle emploie des centaines de professionnels, dont certains jouissant du titre honorifique d'émirs.* » (p. 15)

Al-Rumiyah : « *Magazine digital multilingue, qui succède à Dabiq et Dar al-Islam à partir de septembre 2016. Son nom signifie Rome en arabe classique et se réfère à la prophétie de sa conquête par les musulmans.* » (p.16).

Aqidah : « *Dogme qui recouvre les articles de foi dans l'islam, au fondement du contrat social moral entre les croyants et Dieu. Le sunnisme en compte six, au premier plan desquels l'unicité de Dieu - tawhid-, ses régisseurs et ses écrits -koutoub, plus particulièrement le Coran- » (p. 164).*

Charia : « *Loi islamique. Ensemble des normes et règles doctrinales édictées dans le Coran qui codifient les aspects de la vie, publique comme privée. Son application a varié d'une séquence historique et d'une région du monde à l'autre.* » (p. 166).

Dabiq : « *Magazine digital anglophone lancé en 2014. Son nom est celui de la ville syrienne où, d'après l'Etat islamique, l'apocalypse doit avoir lieu entre les "armées de l'islam" et les "forces croisées".* » (p. 16).

Dar al-Islam : « Magazine digital francophone lancé fin 2014, destiné aux candidats au jihad et à la diffusion de la propagande jihadiste. De nombreux articles sont consacrés aux attentats commis en France depuis 2015. » (p. 15).

Djihad ou **jihad** : « L'abnégation, l'effort, la lutte, la résistance. Il est un devoir pour chaque musulman. Sa signification a évolué dans le temps et ses interprétations divergent. L'islam en compte quatre types : le jihad par le cœur (pour s'améliorer, comme lutte spirituelle), par la langue, la main et l'épée (vision guerrière qui prévaut dans le djihadisme). » (p.173).

Fiqh : « Compréhension du message de l'islam, interprétation temporelle de la loi islamique, jurisprudence par des savants remettant des avis codifiés. Ses règles ont été figées au Xe siècle. » (p.168).

Hadith : « Au pluriel ahadith. Tradition du prophète Mahomet, rapportée par ses compagnons et désignant ses actes et paroles. Au fondement de l'islam sunnite et principe de gouvernance personnelle comme collective. » (p.169).

Hijrah ou **hijra** : « Rupture, exil, séparation. Au sens commun, émigration d'un musulman d'un pays non-musulman vers un pays musulman. Dans l'islam, il s'agit de l'émigration de Mahomet et de son compagnon vers Médine, Yathrib de son ancien nom, en 622. » (p. 170)

Maqqar : Maison réservée aux femmes dans l'Etat islamique.

Moujahid : « Au pluriel moujahidoun, ou plus couramment moujahidin. Combattant, militant, résistant qui s'engage dans le jihad pour répandre l'islam. » (p.174).

Nachid : « Au pluriel anachid. Poème musulman musical populaire dans le monde arabe. Il est chanté a cappella ou accompagné d'instruments, et évoque les croyances islamiques, l'histoire et les événements présents. Il est un instrument de la propagande privilégié pour l'Etat islamique ». (p. 176).

Oumma : « La communauté des musulmans, indépendamment de leur nationalité, de leur ethnicité et de leurs gouvernants. Elle a vu le jour avec l'Hégire en 622, lorsque les premiers croyants formèrent une communauté de foi et de solidarité. » (p.177).

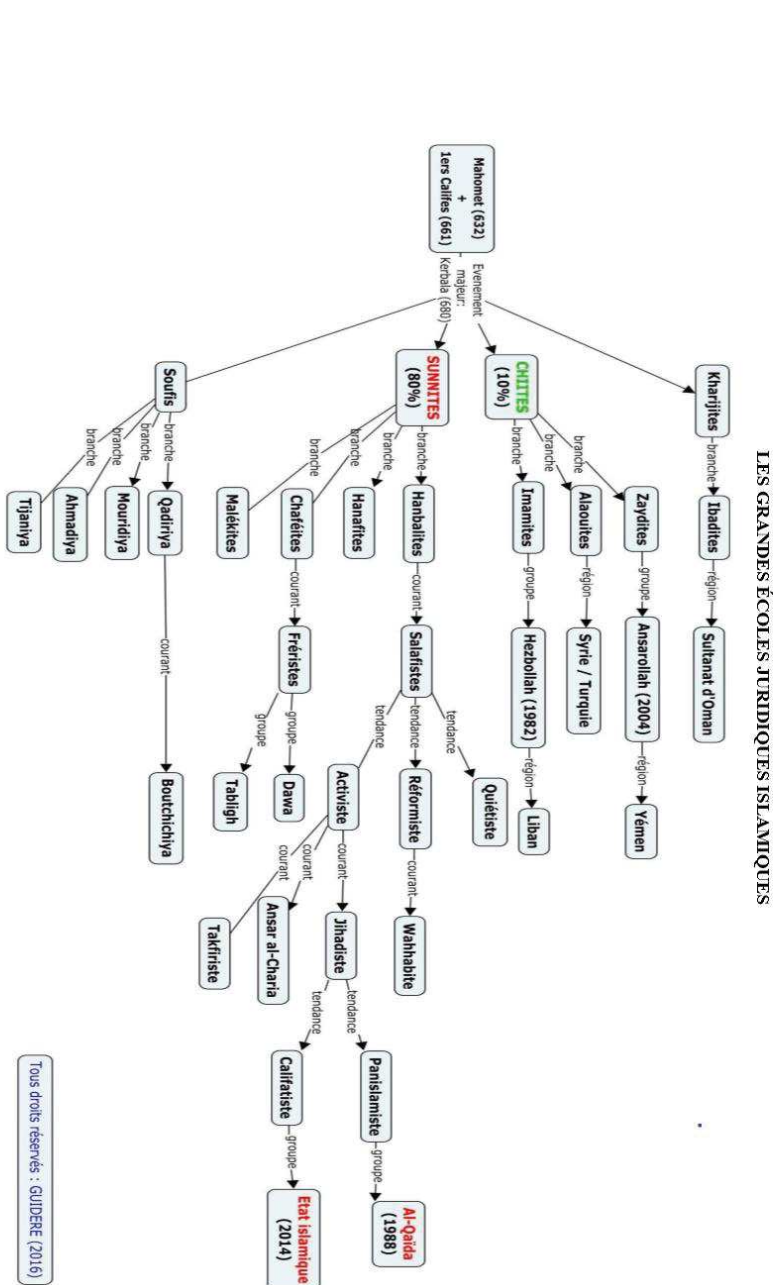
Takfir : « Excommunication d'un musulman pour mécréance. Or son application sans fondement sérieux est interdite dans la tradition sunnite. » (p.175).

Taqiyya : « la dissimulation de sa foi pour un musulman, sous la contrainte ou dans un environnement extérieur hostile. Sa pratique remonte à l'époque de Mahomet et des premiers croyants qui étaient persécutés. Il s'agit d'une mesure de prudence et d'une véritable stratégie pour l'Etat islamique » (p. 180).

ANNEXE II

LES GRANDES ECOLES JURIDIQUES DE L'ISLAM

(D'après Mathieu Guidère)

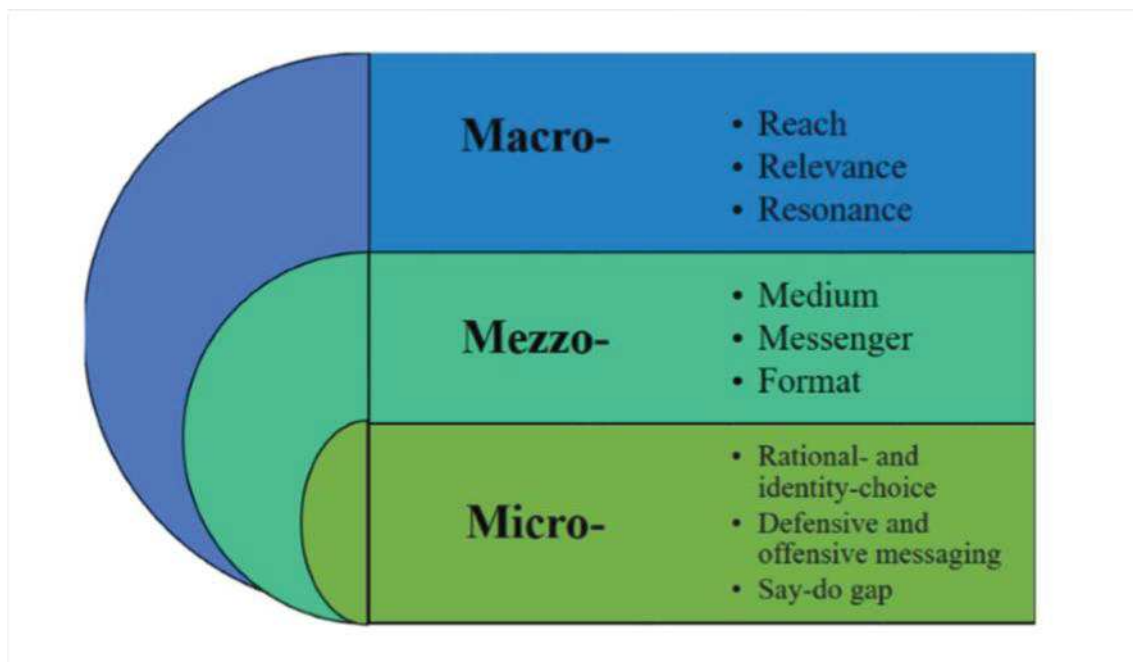


Source : Mathieu Guidère (2016)

ANNEXE III

TABLEAU DES CONSIDERATIONS A PRENDRE EN COMPTE DANS UNE COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE

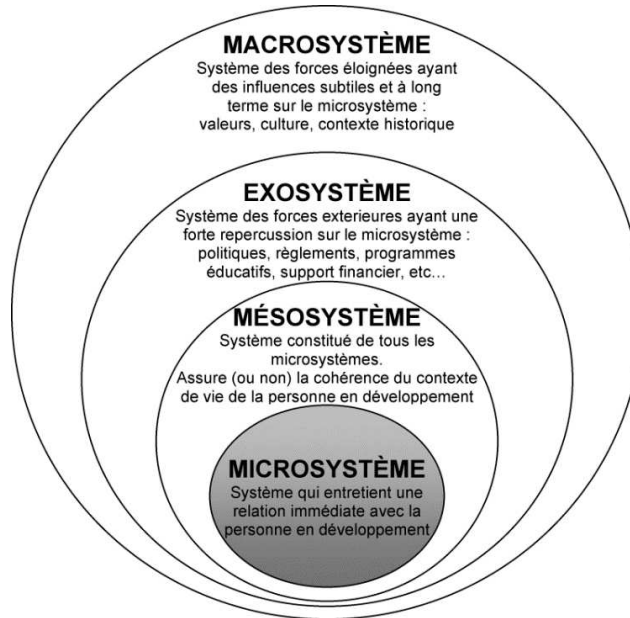
Haroro J. Ingram, Alastair Reed. « Lessons for Counter-Terrorism Strategic Communications ». *ICCT Research Paper*. La Haye : ICCT, juin 2016, p. 4



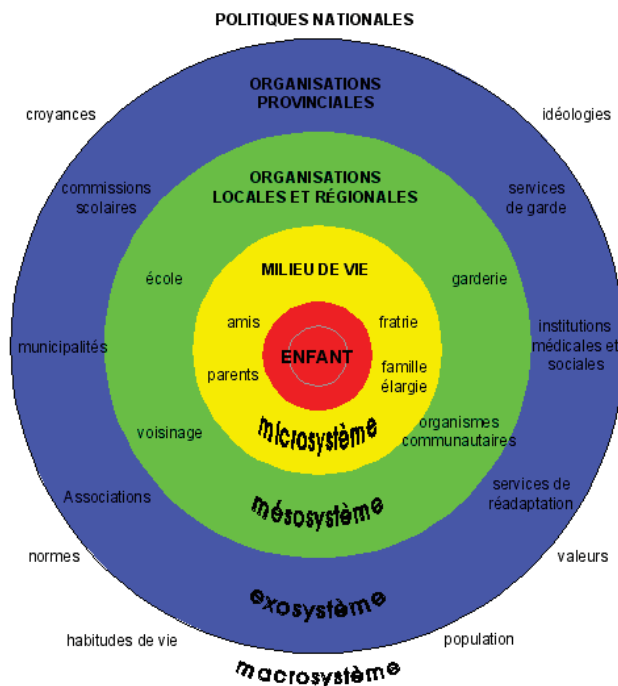
ANNEXE IV

LE MODELE ECOLOGIQUE DE DEVELOPPEMENT HUMAIN

Urie Bronfenbrenner. *The ecology of human development: Experiments by nature and design.*
Cambridge : Harvard university press, 1979



MODÈLE ÉCOSYSTÉMIQUE

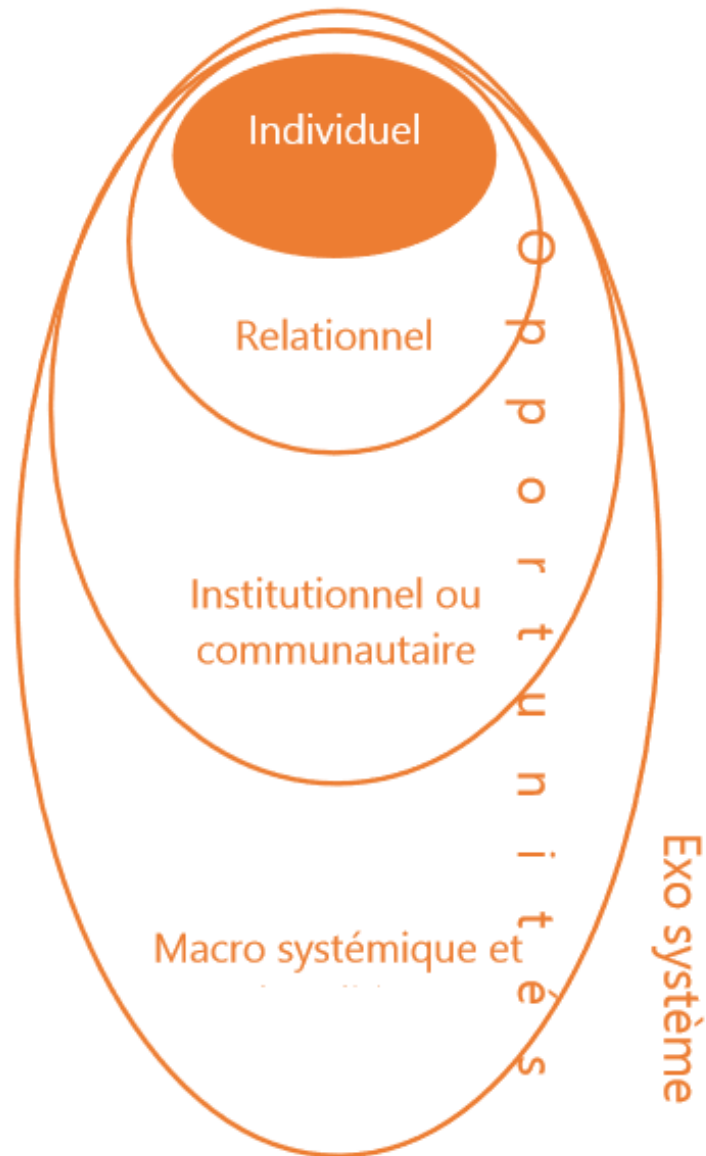


Inspiré du modèle écologique développé par Bronfenbrenner (1979, 1986)

ANNEXE V

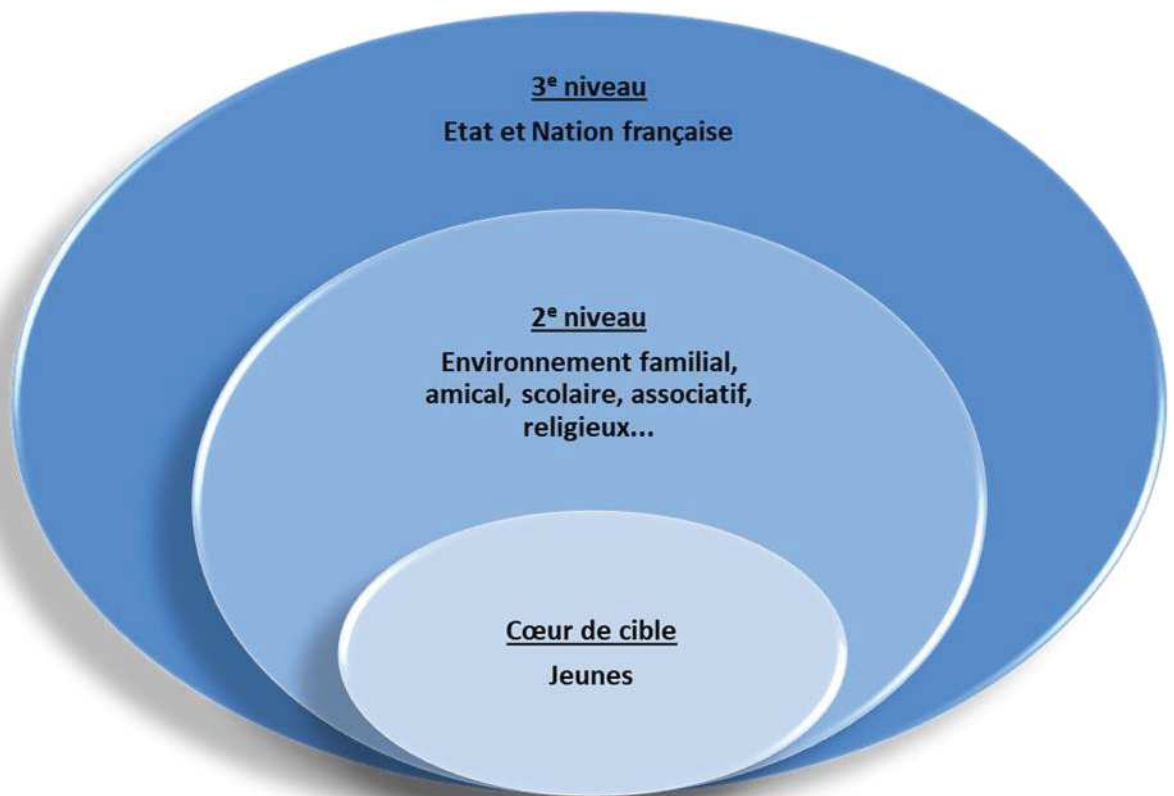
SCHEMA DES FACTEURS D'OPPORTUNITES

P. Madriaza et A. Ponsot. *Comment prévenir la radicalisation : une revue systématique*. Montréal : CIPC, décembre 2015, p.32



ANNEXE VI

SCHEMA DES PUBLICS CIBLES DE LA COMMUNICATION CONTRE-DJIHADISTE



ANNEXE VII

AFFICHE DU SITE STOP-DJIHADISME SUR LES SIGNES DE RADICALISATION



RADICALISATION DJIHADISTE LES PREMIERS SIGNES QUI PEUVENT ALERTER

Les comportements suivants peuvent être les signes qu'un processus de radicalisation est en marche. Plus ils sont nombreux, plus ils doivent alerter la famille et l'entourage.

<p>Ils se méfient des anciens amis qu'ils considèrent maintenant comme des « impurs ».</p>	<p>Ils rejettent des membres de leur famille.</p>	<p>Ils changent brutalement leurs habitudes alimentaires.</p>
<p>Ils abandonnent l'école ou la formation professionnelle car l'enseignement dispensé fait partie du complot.</p>	<p>Ils arrêtent d'écouter de la musique car elle les détourne de leur « mission ».</p>	<p>Ils ne regardent plus la télévision et ne vont plus au cinéma car on y voit des images qui leur sont interdites.</p>
<p>Ils arrêtent les activités sportives parce qu'elles sont mixtes.</p>	<p>Ils changent leur tenue vestimentaire notamment pour les filles, avec des vêtements qui cachent le corps.</p>	<p>Ils fréquentent assidûment des sites et des réseaux sociaux à caractère radical ou extrémiste.</p>

Mais aussi ils se replient sur eux-mêmes, tiennent des propos asociaux, rejettent toute forme d'autorité, ou la vie en collectivité.

Chaque situation est spécifique.
l'identification d'un ou plusieurs signes
n'implique pas systématiquement une radicalisation.

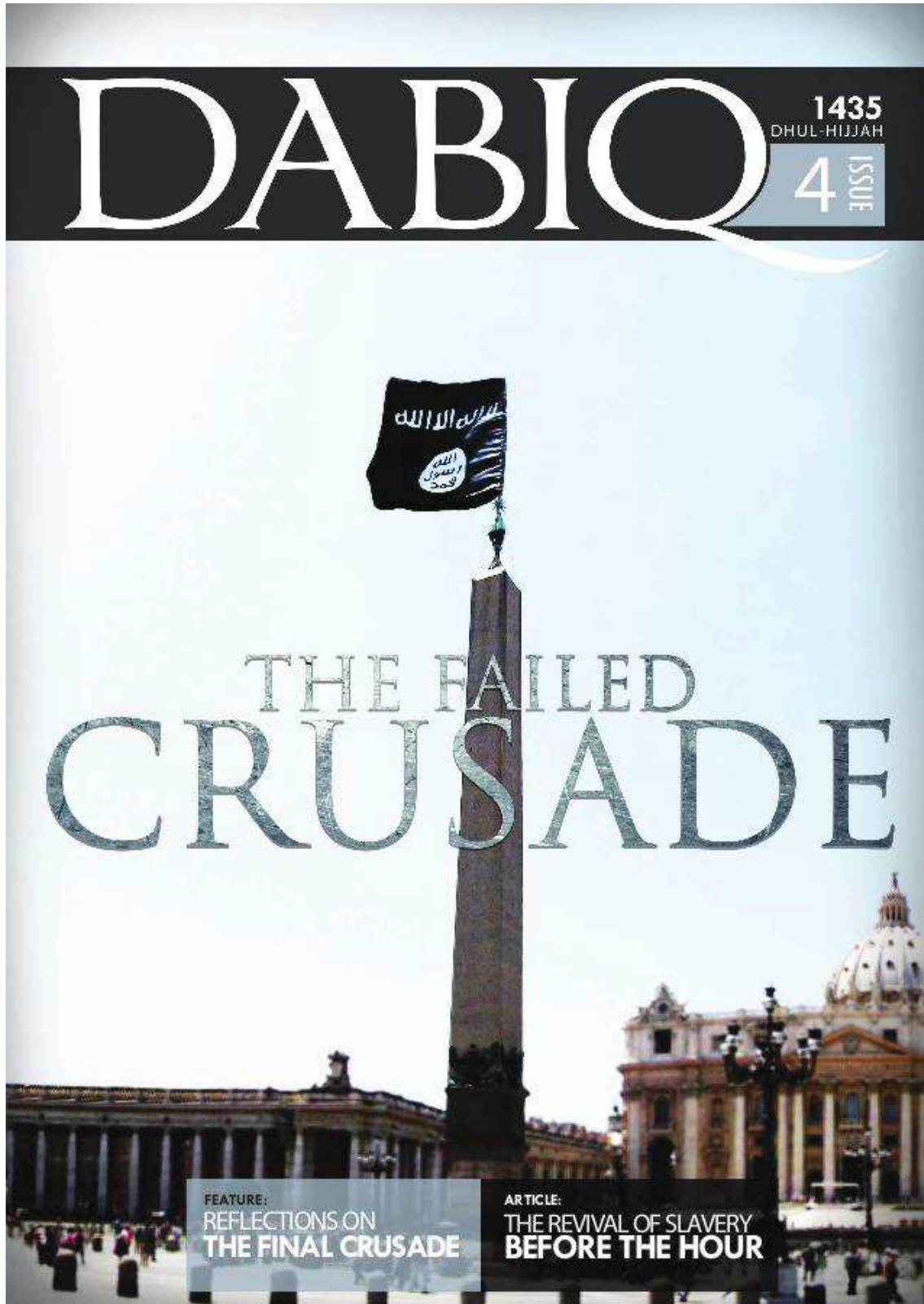
SI VOUS AVEZ DES DOUTES, DES QUESTIONS :

N°Vert 0 800 00 56 96

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

ANNEXE IX

COUVERTURE DU N° 4 DE DABIQ D'OCTOBRE 2014



VI. RESUME

L'irruption ultraviolente du salafisme djihadiste au sein de nombreuses sociétés, notamment occidentales, ne cesse pas de sidérer ceux de nos contemporains qui avaient fini par se convaincre que la paix civile actuelle, par sa remarquable longueur, était désormais ancrée de manière irréversible. En s'appuyant sur le terrorisme et l'embrigadement des individus les plus vulnérables, l'idéologie djihadiste a fait voler en éclat les certitudes les plus assurées, par un travail de sape opéré par une propagande d'une efficacité redoutable. Cette forme de communication dénuée de tout scrupule et prête à user de tous les moyens pour parvenir à ces fins, impose, par conséquent, sa mise en échec comme une ardente nécessité.

Parmi les différents dispositifs qui s'offrent à nous pour endiguer les effets de cette propagande, la communication apparaît comme une arme donnant l'opportunité de se mesurer d'égal à égal. Toutefois, une analyse plus approfondie nous démontre qu'un tel affrontement repose sur un équilibre asymétrique tournant, initialement, à l'avantage de la propagande. Dès lors, cette étude se propose de dégager les contours d'une communication capable d'inverser le rapport de force en faveur de notre société. Il s'agit donc ici, d'entrevoir de quelle manière élaborer, diffuser et évaluer une communication apte à se mesurer au défi du djihadisme.

Dès lors, un premier tour d'horizon a permis de dresser le constat de certaines faiblesses qu'il s'agissait, en conséquence, de confirmer ou d'invalider. Ces hypothèses ont ainsi permis de suivre trois axes d'approches sur lesquels la communication contre-djihadiste devait produire un effort substantiel pour renforcer son efficacité. Aussi, de notre point de vue, la construction de cette communication implique de reposer sur un ensemble de concepts et de principes précis permettant la diffusion de contenus adaptés au moyen d'un mécanisme organisationnel *ad hoc*.

Ainsi, cette étude entend offrir une description de l'adversaire contre lequel elle combat autant que de l'esprit de défense communicationnel de la société française. De ce fait, elle ouvre des perspectives sur les implications possibles de la réussite de la communication contre-djihadiste, comme des risques soulevés par une éventuelle défaite. Dans un cas comme dans l'autre, il semble que la menace qui s'insinue chaque jour d'avantage place désormais notre société dans un nouveau rapport au temps et à son destin. Il est donc souhaitable qu'une communication spécifique participe à ce nouvel élan auquel l'avenir nous appelle. Espérons que ce mémoire y contribue, même de manière infime.

VII. MOTS CLES

Islam	Contre-discours
Musulman	Discours d'alternatives
Djihad	Discours stratégique
Djihadisme	Internet
Salafisme	Réseaux sociaux
Hijrah	Counter Violent Extremism
Al-Qaïda	Radicalisation
Etat islamique	Déradicalisation
Terrorisme	Radicalisation Awareness Network (RAN)
Repentis	Réseau de Sensibilisation à la Radicalisation (RSR)
Foreign Terrorist Fighters (FTF)	Comité Interministériel de Prévention de la Délinquance et de la Radicalisation (CIPDR)
Communication	Institut for Strategic dialogue (ISD)
Propagande	
Discours	