



LES JEUNES  
IHEDN

Comité Moyen-Orient et monde arabe

CYCLE COMPRENDRE L'ÉTAT ISLAMIQUE

# Compte-rendu

## Comment Daesh a-t-il gagné la guerre de la communication ?

Intervention : Aya Mcheimeche – Analyste Moyen-Orient et terrorisme djihadiste



in

f



*Cette conférence s'est tenue le 12 décembre 2018 à l'École militaire.  
Compte rendu réalisé par Alysée Raganot – Membre associée du comité  
Moyen-Orient et monde arabe*

## Présentation de l'intervenant

Quelques mots sur notre intervenante : Aya Mcheimeche franco-libanaise, née d'un père libanais musulman chiite et d'une mère française chrétienne catholique. Diplômée d'un Maser 2 Défense, sécurité et gestion de crise de l'école de l'Institut des Relations Internationales et Stratégiques (IRIS Sup), auteure de Armes 2.0, comment l'État islamique a gagné la guerre de la communication.

A l'occasion de cet événement exceptionnel, plusieurs visuels issus des revues du groupe État islamique ont été présentés aux participants à l'atelier. Les principales revues évoquées :

- Dabiq et Rumiya, anglophones, comptent respectivement 15 et 13 numéros ;
- Dar al-Islam, francophone, compte 10 numéros ;
- Al Naba, arabophone, compte 128 numéros. Véritable liste de toutes les actions commises par l'EI, très compact). Elles sont rédigées par des combattants ou des membres de l'organisation dont la langue est la langue maternelle, 13 langues ont été recensées.

Les revues sont très léchées : graphisme, rédaction, illustrations de très bonne qualité, reprenant les visuels occidentaux ou arabes (par exemple, le logo du al-Hayat Media Center ressemble à celui d'Al Jazeera). Pour s'assurer d'une bonne compréhension des codes culturels, les médias francophones sont produits et rédigés par des combattants francophones de l'État islamique.

Quelques mots sur les vidéos (non diffusées) :

Les vidéos sont publiées en « séries » : cinq à six d'un coup sur le même thème (vie à Raqqa, conseils pratiques, entraînement des enfants...). La violence s'inspire des films de Tarentino, des jeux vidéo... L'idée est de la rendre moins choquante et donc plus invasive. Sur le modèle de Netflix ou de YouTube, les revues proposent chaque mois un « top 10 » des vidéos à regarder.

## La communauté, argument clé de l'État islamique ?

### \*Un groupe inclusif

L'EI tient à montrer que tout le monde est le bienvenu en terre du Sham : de ce fait, de nombreuses personnes participent et écrivent dans les revues, sans véritable idée de hiérarchie (mais il faut tout de même respecter les paroles du calife) et pour rassurer les éventuels candidats au jihad inquiets. Les femmes ont aussi leur place, avec une esthétique particulière (beaucoup de rose, de blanc) et des conseils adaptés (comment s'occuper de ses deux, trois ou quatre femmes pour les maris polygames, comment élever de bons « lionceaux du califat... »).

De même, la moitié des vidéos analysées se concentrent sur la vie « tranquille » à Raqqa. L'Oumma est le seul moyen de survie pour le groupe, d'où un focus sur l'appel à la hijra, la présentation des avantages de la vie au Sham, le sentiment de famille ressenti par les combattants de l'EI. La propagande s'adresse aux « âmes perdues » qui trouveront une nouvelle communauté et une nouvelle vie sur place.

### \*L'Occident comme terre hostile à l'islam

L'une des figures principales des revues en français est Abu Suhayb al Faransi, le plus vieux combattant de l'EI (la soixantaine). Il a dit travailler pour Total (en Arabie saoudite) et s'être ennuyé à la retraite, d'où avoir rejoint l'État islamique. Il est présenté par l'EI comme l'échec de l'Occident de s'occuper de ses personnes âgées.

Plus largement, de nombreux articles s'attardent à décrire l'Occident comme une mauvaise terre pour un bon musulman sunnite, à cause du racisme et de l'islamophobie dans nos sociétés. De plus, les lois de Dieu ne sont pas respectées, les femmes ne sont pas voilées, les écoles laïques (cf. infra) : autant de points qui doivent pousser les « bons musulmans » à faire leur hijra et rejoindre l'EI.

L'État islamique s'adresse aux Occidentaux mécréants qui lisent leurs revues. Certaines reprennent des articles rédigés par des journalistes occidentaux, pour forger l'esprit critique des combattants et leur montrer qu'ils sont détestés par l'Occident (l'EI est donc tellement certain de son emprise qu'il se permet d'exposer des combattants à la critique de leurs actions. D'autres publient des « ventes aux enchères » d'otages occidentaux avec un numéro de téléphone (Telegram) à contacter pour les payer leur rançon (le prix est fixe et affiché sur les revues). Leur décapitation est mise en scène dans le numéro suivant de la revue car l'Occident ne les a pas récupérés (un point négatif supplémentaire).

## \*La haine des déserteurs

Toujours pour préserver la communauté, les déserteurs – même les musulmans non-combattants – sont très fortement critiqués. Le petit Aylan est montré en symbole de ce qui peut arriver aux musulmans qui fuient le Sham, sur lesquels s'abat la colère de Dieu.

Les « revenants » occidentaux sont aussi visés : l'EI appelle les jihadistes restés dans leur pays d'origine à tuer ces traîtres mécréants dès leur sortie de prison.

## \*Les enfants au cœur de la propagande

Les « lionceaux » sont l'avenir de l'EI et doivent à tout prix échapper à la « perversion » de l'Occident, où qu'ils soient. Les parents en Europe ne doivent donc pas les envoyer dans une école laïque, car ils deviendront (et leurs parents également) des mécréants, que l'on peut assassiner au même titre que des non-musulmans.

Au Sham, de nombreuses vidéos et publications se concentrent sur les camps d'entraînement, voire les meurtres commis par les enfants, dès sept ans (garçons uniquement). Des publicités s'adressent aussi à eux (apprendre l'arabe grâce à une application mobile hostile envers les Occidentaux).

## \*L'importance des communautés en dehors du Sham

Les serments d'allégeance des groupes à l'étranger sont reproduits dans les revues, avec une carte actualisée tous les mois des nouvelles branches à l'étranger de l'EI (et une tendance à l'exagération). Pour leur communication, ces groupes restent d'ailleurs dépendants du centre Al-Hayat, qui centralise les diffusions de revendications, d'actions et autres. On remarque un focus sur la Libye, l'Afghanistan et les Philippines, avec de régulières allusions à des cellules dormantes dans ces pays et partout dans le monde. La communauté existe donc en dehors du Sham.

## L'essentielle construction de l'État

### \*Les « capacités étatiques » de l'État islamique

Les attributs étatiques de l'EI sont beaucoup mis en valeur dans la propagande, afin de donner au groupe la légitimité d'un État et d'une bureaucratie. On peut ainsi trouver des statistiques (invérifiables) sur le bon fonctionnement d'un hôpital de Raqqa (afin d'attirer des médecins étrangers), des conseils pour l'édition de certificats de naissance ou de décès, des reportages (mensongers) sur des marchés syriens remplis de victuailles, une annonce de la mise en service du dinar-or (monnaie frappée par l'EI) permettant la « fin de la domination des usuriers juifs ».

L'argent et sa gestion sont d'ailleurs bien mis en valeur, avec des appels aux investisseurs étrangers, comme tout État faisant la promotion de ses entreprises. Des bilans comptables sont publiés dans la revue (arabophone) al-Naba, afin de voir comment sont répartis les dons et investissements (nourriture pour les combattants, armes, salaires, logistiques d'attentats...).

### \*Le monopole de la violence légitime

Comme tout État, en plus de frontières gardées, d'une monnaie frappée et d'une population identifiée, l'EI possède aussi ses propres forces de l'ordre. La propagande accorde une large place aux entraînements militaires, l'armée servant tant à conquérir de nouveaux territoires qu'à protéger les familles déjà présentes. La police est assurée par les hommes, mais aussi quelques femmes, membres de la Hisbah (police des mœurs). Il s'agit d'un privilège réservé aux femmes présentes depuis longtemps, et mariées à des combattants méritants.

## La propagande de l'action

« L'islam est la religion de l'épée et non de la paix » : ce slogan, régulièrement répété dans la propagande, affiche clairement les velléités combattantes de l'État islamique, tout en se moquant des imams occidentaux qui prônent l'islam comme religion de paix (notamment après les attentats de Paris et Nice). L'épée est d'ailleurs l'un des symboles du groupe.

### \*De nombreux RETEX

Les principales batailles font l'objet d'une glorification et d'un bilan souvent à l'honneur de l'EI. Le groupe annonce ainsi la mort de 6 500 adversaires pendant la bataille de Mossoul et la saisie de 216 véhicules, des chiffres invérifiables.

Les attentats du 13 Novembre 2015 ont bénéficié d'un numéro spécial de Dar al-Islam (qui a circulé même en dehors des cercles de chercheurs français sur le jihad) : on y retrouve le portrait et les testaments des attaquants, des interviews de leur(s) femmes(s) et surtout un mode opératoire détaillé.

### \*Des conseils pour apprentis terroristes

Pour les jihadistes n'ayant pas pu rejoindre le Sham (un trajet de plus en plus difficile depuis 2016), les revues dispensent des conseils pour commettre un attentat en France, en « terre impure ». Trois techniques sont privilégiées : le couteau, l'incendie et la voiture-bélier. Les modes opératoires sont très détaillés, allant jusqu'à préciser le modèle de couteau à choisir, la zone du corps à viser ou, pour les voitures, s'assurer que l'on dispose de papiers en règle et que le réservoir est plein. On rappelle aussi qu'il est nécessaire de faire une vidéo d'allégeance avant de commettre l'attaque, afin de permettre une récupération par l'EI.

### \*Question de la salle sur la contre-propagande

L'intervenante est assez critique vis-à-vis de la contre-propagande mise en place par les États occidentaux, comme Stop Djihadisme (surtout utilisés par les familles et qui a été assez moqué par les populations ciblées – les jeunes). Elle suggère de « noyer le poisson » dans une masse de tweets parlant de l'islam et du terrorisme d'une façon « contrôlée », en construisant un vrai contre-discours. L'État islamique est une armée défaite sur le terrain, mais une idéologie toujours vivace.

## QU'EST-CE QUE LE CYCLE « COMPRENDRE L'ÉTAT ISLAMIQUE » ?

En quatre ans d'existence, le groupe État islamique a su s'imposer comme la première organisation militaire et politique djihadiste dans le monde. Faisant se côtoyer codes médiévaux et modernité, Orient et Occident, barbarie et civilisation, la stratégie de rupture mise en place par l'État islamique lui a permis d'ériger son projet politique comme véritable modèle inspirationnel pour des jeunes du monde entier.

Comment l'État islamique est-il devenu aussi puissant ?

Comment cette organisation a-t-elle réussi à se construire en détruisant équilibres politiques, ethniques et religieux ?

Comment est-elle parvenue à nous frapper avec autant de force ?

Soucieux d'apporter des réponses à ces questions, citoyens engagés souhaitant proposer des solutions de long terme sur les enjeux sécuritaires au Moyen-Orient, nous avons décidé de lancer le cycle « Comprendre l'État islamique » en décembre 2018. Sur une année, nous décryptons la stratégie de l'État islamique et les éléments qui ont fait sa force autour d'experts thématiques et à travers des publications. Pluridisciplinaires, portés par des jeunes, croisant expériences académiques et approches terrain, ces travaux s'adressent aux personnes et aux institutions qui ont le souci de comprendre l'organisation pour apporter une réponse de fond.

Parce que nous avons la conviction que pour vaincre une idéologie il faut comprendre les systèmes qui la portent, ses racines, sa nature et ses déclinaisons, ce cycle d'étude conduit un travail d'analyse globale. Il enrichira un rapport, délivrant des angles d'analyse inédits et proposant des actions concrètes, qui vous sera diffusé à l'issue et qui sera présenté aux acteurs régaliens.

L'esprit de Défense « demeurera et s'étendra ».

## LES INITIATEURS DU CYCLE

Ce cycle est initié par le comité Moyen-Orient et monde arabe des Jeunes de l'IHEDN. Il représente des centaines d'heures de travail, d'échanges et de productions.



Fadila LETURCQ [in](#)

Fadila est responsable de la stratégie des Jeunes de l'IHEDN. Elle a piloté le comité Moyen-Orient pendant 3 ans et exerce désormais ses responsabilités au sein du comité directeur de l'association.



Kevin MERIGOT [in](#)

Kevin est responsable du comité Moyen-Orient et monde arabe des Jeunes de l'IHEDN depuis 2018. Il a mis en place une stratégie ambitieuse pour son comité et y apporte son expertise des enjeux sécuritaires au Moyen-Orient.



# Les Jeunes IHEDN

COMITÉ MOYEN-ORIENT ET MONDE ARABE



in



jeunes-ihedn.org