



Comprendre l'État islamique

#1

La communication de l'État islamique Compte-rendu

Le comité Moyen-Orient des Jeunes de l'IHEDN a entrepris l'organisation d'un cycle exceptionnel: Comprendre l'État islamique. Au travers de cette nouvelle approche d'étude, nous analyserons le groupe État islamique au travers des éléments si particuliers de son organisation qui ont fait sa force.

Ce cycle articulera des événements réguliers et des publications. Il se déroulera de décembre 2018 à juin 2019 et va permettre d'alimenter la production d'un dossier de fond qui sera publié en septembre 2019, pour comprendre ce qui a fait la force de cette organisation et tenter d'identifier des leviers pour la vaincre.

Fadila Leturcq

*Responsable du comité Moyen-Orient
97e Séminaire Jeunes – Bordeaux 2016*

Kevin Merigot

Secrétaire Général du comité Moyen-Orient

Comprendre l'Etat islamique

Compte-rendu de l'intervention

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 Etat 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 étaient 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'Etat 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 Tarantino, 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 proposaient chaque mois un « top 10 » des vidéos à regarder. Les réseaux sociaux n'ont quant à eux pas été abordés à l'occasion de cet atelier.

1. La communauté, argument clef de l'Etat 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 participaient et écrivaient 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 avaient 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'Etat islamique. Il est présenté par l'EI comme une figure de l'échec de l'Occident à 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 sont laïques (cf. infra) : autant de points qui doivent pousser les « bons musulmans » à faire leur *hijra* et à rejoindre l'EI.

Comprendre l'Etat islamique

L'État islamique s'adressait aux Occidentaux mécréants qui lisaient 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 était donc tellement certain de son emprise qu'il se permettait d'exposer des combattants à la critique de leurs actions. D'autres intègrent des « ventes aux enchères » d'otages occidentaux avec un numéro de téléphone (Telegram) à contacter pour payer leur rançon (le prix est fixe et affiché sur les revues). Leur décapitation est ensuite mise en scène dans le numéro suivant de la revue, dans les cas où 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 a notamment été 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 concentraient sur les **camps d'entraînement**, voire les meurtres commis par les enfants, dès sept ans (garçons uniquement). Des publicités s'adressaient 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 étaient 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.**

II. L'essentielle construction de l'Etat

**Les « capacités étatiques » de l'Etat islamique*

Les attributs étatiques de l'EI étaient beaucoup mis en valeur dans la propagande, afin de donner au groupe la légitimité d'un État et d'une bureaucratie. On pouvait ainsi trouver des **statistiques** (invérifiables) sur le bon fonctionnement d'un hôpital de Raqqa (afin d'attirer des médecins étrangers), des conseils pour l'élaboration 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 étaient d'ailleurs bien mis en valeur, avec des **appels aux investisseurs étrangers**, comme tout État faisant la promotion de ses entreprises. Des **bilans comptables** étaient 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 possédait aussi **ses propres forces de l'ordre**. La propagande accordait une large place aux entraînements militaires, l'armée servant tant à conquérir de nouveaux territoires qu'à protéger les familles déjà présentes. La police était assurée par les hommes, mais aussi quelques femmes, membres de la Hisbah (police des mœurs). Il s'agissait d'un privilège réservé aux femmes présentes depuis longtemps, et mariées à des combattants méritants.

Comprendre l'Etat islamique

III. 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 **vellités 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 ont fait l'objet d'une **glorification** et d'un bilan souvent à l'honneur de l'EI. Le groupe a ainsi annoncé 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 dispensaient 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 étaient 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'Etat islamique est une armée défaite sur le terrain, mais une idéologie toujours vivace.

Alysée Raganot

Membre associée du comité Moyen-Orient

Les Jeunes de l'IHEDN est la première association française de jeunes sur les questions de Défense, de sécurité et d'engagement.

Notre réseau, tant civil que militaire

Nos différents événements réunissent chaque année environ 10 000 personnes d'horizons divers : diplomates, journalistes, élus, jeunes professionnels, militaires, etc. C'est cette pluralité de profils qui fait la richesse de notre réseau et qui nous permet de fédérer une communauté soudée et passionnée. Aujourd'hui, plus de 26 000 personnes sont inscrites à notre newsletter et suivent les activités de notre association. Faites comme eux !

Notre maillage territorial, rendu possible grâce au travail de nos délégations régionales et internationales

Nos 24 délégués régionaux contribuent à faire rayonner l'esprit de défense sur tout le territoire national. Leurs actions sont indispensables afin de permettre aux jeunes présents dans toute la France de contribuer à la réflexion. Au-delà des frontières de l'Hexagone, nous avons également ouvert des délégations dans des grandes villes à l'étranger : Berlin, Singapour, New-York et Londres ont déjà répondu à l'appel !

La qualité de nos travaux

Les analyses et revues publiées par nos quinze comités d'études et délégations régionales sont d'une grande qualité et sont reconnues dans des médias nationaux ou des blogs thématiques. De même, les événements organisés réunissent des intervenants de grande qualité, particulièrement reconnus dans le milieu.

Le dynamisme et la qualité de nos membres, formés pour la plupart par l'IHEDN, dans le cadre des Séminaires Jeunes

Les Jeunes de l'IHEDN repose entièrement sur ses membres, tous bénévoles. C'est grâce à leur engagement quotidien, à leurs bonnes idées et à plus de 60 000 heures de bénévolat annuelles que notre association connaît un développement sans précédent.