

**Hasna Hussein**

## **La propagande de Daesh**

Article publié le 4 juillet 2016 dans la revue *Esprit*.

<http://esprit.presse.fr/news/frontpage/news.php?code=459>

La propagande officielle de l'« Etat islamique » (connu sous l'acronyme arabe *Daesh*) diffusée sur internet est plus complexe que ce que laissent entendre les médias traditionnels et les résultats de certaines recherches francophones. L'étude critique de cette propagande permet pourtant de comprendre le processus de radicalisation violente<sup>[1]</sup>.

### **Une vision révolutionnaire du monde**

La stratégie d'attraction de Daesh profite d'un ensemble de crises sur les plans social, politique, religieux, économique et/ou identitaire qui caractérisent les sociétés contemporaines. Ainsi, Daesh se présente comme un acteur alternatif à l'Etat-nation, la famille moderne, ou encore l'individualisme avec une nouvelle vision révolutionnaire du monde<sup>[2]</sup> véhiculée par sa propagande. En effet, les individus les plus vulnérables à la radicalisation violente dont une grande partie éprouve du mal à trouver sa place dans la société aspirent à une nouvelle forme de subjectivité « hyper narcissique », un désir de s'affirmer et de « sortir de l'insignifiance<sup>[3]</sup> ». Ils sont en quête de certitudes, de discours sur l'authenticité, et d'intransigeance.

Cette nouvelle vision révolutionnaire du monde présente, d'une part, à travers un discours identitaire et de victimisation appelant à la haine, au rejet de la société et à la violence envers les Etats « impies » ou « Croisés », ses représentants (dont la police et l'armée) et ses fondements (la démocratie, la liberté et la laïcité) ainsi que toute forme d'altérité. D'autre part, la propagande de Daesh repose sur un registre discursif et visuel de légitimation par la sacralisation et l'héroïsation de l'image du califat, ses soldats, ses « martyrs », ses lois, ses pratiques sociales et systèmes de valeurs réputées conformes à la charia (voir la capture d'écran ci-dessous). Cette propagande utilise un champ, lexical mettant en scène un imaginaire martial : « les soldats du califat/les lions du califat/les cavaliers du djihâd » sont exposés dans les magazines de Daesh et ses vidéos de propagande telles des gravures de mode, cagoulés de face ou de profils, munis d'épées ou d'armes automatiques et vêtus de tenues militaires ou de *djellabas*, parfois juchés sur des chevaux.



Capture d'écran d'une image de propagande mettant en avant la « fraternité » des « soldats du califat » prônée par Daesh, *Dabiq* n° 11, novembre 2015.

Cet imaginaire est une forme d'exaltation d'un « héroïsme militaire et viril » exaltant la guerre « sainte » et d'un « idéalisme du caractère » et de la « détermination des combattants du califat » qui se traduit également à travers des métaphores guerrières très présentes dans les chants rituels (*anasheed*) de Daesh :

*Dans le sentier d'Allah nous marcherons vers les portes du paradis [...] Nous sommes des hommes, qui aimons la mort comme vous aimez votre vie. Nous sommes des soldats, qui combattons de jour comme de nuit [...] mais les soldats d'Allah sont plus que prêts [...] Le temps est venu pour gagner les batailles.* (fragment d'un *nasheed* sur le thème « Dans le sentier d'Allah » servant comme fond « musical » de plusieurs vidéos de propagande)

Cette représentation fantasmée et idéalisée d'un monde nouveau, celui du califat<sup>[4]</sup> (*Dâr al-islâm, dawlat al-khilâfa*) et d'une communauté imaginaire (*Umma islâmiyya, al firqa al nâjiya*) repose sur des idées, des valeurs sacrées et un discours de foi qui ne sont pas uniquement territoriales ou matérielles, mais symboliques. Il ne s'agit pas seulement de mener un djihad de conquête dans les « territoires du châm », mais aussi d'être capable d'imposer un nouvel ordre symbolique source de sens et d'espoir pour les individus.

La dynamique révolutionnaire de Daesh résulte aussi des caractères hétérogènes et néofascistes de son projet ainsi que de nouvelles règles et stratégies mises en œuvre : changer et sauver le monde à travers une idéologie purificatrice et meurtrière qui doit être adoptée par tous les nouveaux membres hommes ou garçons (voir la capture d'écran ci-dessous).



Capture d'écran d'une vidéo de propagande sur le thème « Sur les traces de mon père » où l'on voit un enfant et un adolescent exécuter deux soldats syriens, bureau médiatique d'Alep, mai 2016.

Des enfants semblent en effet imprégnés par le discours belliqueux de cette idéologie qui tente de les manipuler afin de les départir de toute espèce de valeurs humaines à travers un double processus de désocialisation/resocialisation. Daesh impose aux enfants du califat auto-proclamé une forme d'endurcissement physique, à l'instar de l'éducation nazie, et d'initiation aux règles de combat (*founoûn qitâliyya*) et militaire (*'askariyya*). Ces enfants subissent ainsi une forme de lavage de cerveau, de manipulations mentales et comportementales afin de les conditionner à cette nouvelle vision du monde apocalyptique et décadente.

### **Le mythe du paradis califal**

La propagande de Daesh présente son nouveau projet sociétal d'une manière suffisamment professionnelle, forte et convaincante pour attirer de nouveaux adhérents. L'efficacité de cette propagande se révèle aussi dans sa capacité de manipuler et mobiliser ses adhérents autour du mythe du « paradis califal ». Pour

expliquer l'adhésion des individus à ces nouvelles croyances, valeurs et mythes, il est nécessaire de prendre en considération l'idée qu'une partie importante de ceux-ci a peut-être des raisons d'y croire.

Daesh veut à tout prix montrer que son projet califal ne repose pas uniquement sur une base religieuse et sociétale solide, mais aussi sur un ensemble des règles qui visent à produire un résultat « utile » afin « d'être tenu pour vrai », pour reprendre l'expression d'Emile Durkheim. Ces productions médiatiques mettent en avant le soi-disant bon fonctionnement, l'utilité et l'efficacité de son modèle de gouvernance présenté comme prophétique (qui suivrait les principes édictés par le prophète Muhammad). Paradoxal, car d'autres productions montrent des images des zones de bataille et des bombardements de la coalition ou du régime syrien.

Dans le même objectif, la propagande de Daesh utilise des photos et des vidéos montrant des plants de cannabis incendiés ou de bouteilles d'alcool détruites, des « nettoyeurs » de rue ainsi que des maternités, des complexes éducatifs, sportifs, médicaux, de la faune ou des chutes d'eau, des grandes villas avec des piscines voire même des palais, des centres commerciaux (voir la capture d'écran ci-dessus) offerts à la jouissance de ceux qui se sont engagés dans l'imposition d'un supposé califat. On y met en scène la satisfaction de ses « citoyens » dans des vidéos, en contraste avec des images des réfugiés syriens et irakiens noyés en méditerranée.

Le processus de démonstration par l'image et le texte de Daesh laisse peu de possibilités aux individus pour vérifier l'efficacité de ces « corrélations fallacieuses », selon l'expression de Raymond Boudon. Ainsi, ses sympathisants se concentrent plus sur les vies « stables » et « glorieuses » de leurs frères ailleurs et sur les présumées victoires des combattants que sur les personnes inquiétées par le système « Etat islamique ».

\*\*\*

Le phénomène Daesh, système reposant sur des « formes de pensée collective s'écartant des règles de la pensée ordinaire de l'homme moderne[5] », se caractérise par sa complexité. Cela nécessite de renforcer les efforts de recherche et la mise en place de politiques de lutte contre cette idéologie néofasciste, au niveau de la prévention et de la « déradicalisation » classique, mais aussi en mettant en place des ateliers de sensibilisation critique aux codes discursifs et visuels de cette propagande.

Hasna Hussein[6]

---

[1] Nous nous intéresserons plus particulièrement aux techniques d'attraction déployées par cette propagande pour recruter de nouveaux sympathisant-e-s. Ainsi, le corpus exploité est constitué de toutes sortes de productions médiatiques disponibles sur internet en trois langues: arabe, français et anglais : magazines, bulletins de guerres, images et vidéos de propagande, chants rituels (*anasheed*), brochures.

[2] Scott Atran, *L'Etat islamique est une révolution*, Paris, Ed. Les liens qui libèrent, 2016.

[3] Farhad Khosrokhavar, *Radicalisation*, Paris, Ed. Fondation Maison des Sciences de l'Homme (FMSH), 2014.

[4] Nabil Mouline, *Le califat. Histoire politique de l'islam*, Paris, Flammarion, 2016.

[5] Boudon Raymond, « La rationalité du religieux selon Max Weber », *L'Année sociologique* 1/2001 (Vol. 51), p. 9-50.

[6] Hasna Hussein est sociologue des médias et du genre, auteure du blog académique « Contre-discours radical » (<https://cdradical.hypotheses.org/>), chercheuse associée à l'Observatoire des radicalisations (FMSH, Paris) et au Centre Emile Durkheim (UMR5116, Bordeaux) et membre du conseil scientifique du Centre d'action et de lutte contre la radicalisation des Individus (CAPRI, Gironde).