Le recrutement numérique des adolescent.e.s par Daesh : Les chants « anasheen » djihadistes

Hasna Hussein
Sociologue des médias et du genre. Chercheuse associée au Centre Émile Durkheim (UMRS116, Bordeaux)

Les groupes djihadistes violents s’adaptent de plus en plus aux évolutions du web, qu’ils utilisent comme « une véritable plateforme opérationnelle »1. Daesh, par exemple, utilise Internet, et particulièrement les réseaux sociaux, pour diffuser sa propagande officielle2, mais aussi pour recruter parmi une population jeune. L’arsenal propagandiste de Daesh constitue en effet un pilier essentiel de sa stratégie globale3. Cet arsenal médiatique joue un rôle important dans le processus de recrutement - même si Internet à lui seul ne mène pas à la radicalisation - car il favorise l’adhésion de l’individu au groupe. Quels sont donc les canaux numériques les plus utilisés par Daesh ? Quelles sont les principales techniques numériques spécifiques déployées par ce groupe terroriste ? Les réseaux sociaux deviennent-ils un espace à risque pour les jeunes ? Et comment faire face à cela ?

La machine médiatique de la terreur
Les vidéos de propagande constituent un outil essentiel dans la stratégie de recrutement de Daesh destinée principalement aux jeunes. Le groupe terroriste utilise les réseaux sociaux, particulièrement Youtube, Facebook et Twitter pour diffuser ces vidéos de propagande qui se caractérisent par un « professionnalisme » plus ou moins important. Ces vidéos diffusent des images d’assassinats, de sermons appelant au djihad violent contre toute forme d’altérité qui ne partage pas l’idéologie daeshienne, mais aussi des vidéos de promotion dudit califat et de sacralisation de ses composantes (gouvernance « islamique », soldats, valeurs...). Le groupe utilise principalement Youtube pour diffuser ses dernières productions audiovisuelles disponibles en une trentaine de langues4, ainsi que d’autres réseaux tels que Vimeo ou Sendvid. Daesh mobilise un nombre impor-

1 Marc Hecker, « Web social et djihadisme : Du diagnostic aux remèdes », Centre des études de sécurité (CRS), Focus stratégique, n° 57, juin 2015.
4La société de production médiatique en langues étrangères de Daesh Al-Rayas Media Center produit des vidéos en français, anglais, turc, allemand, russe, afghan, bengali, indonésien, uygur, chinois, sorani, italien...
tant de ses sympathisants, notamment parmi les femmes, qui participent activement à cette forme de jihad virtuel, pour télécharger et diffuser ces productions sur les différents sites. Daesh télécharge en moyenne entre 2 et 3 vidéos de propagande par jour. On estime le nombre des vidéos produites par les sociétés médiatiques de Daesh à plus de deux mille. Face à ce flux continu, les politiques de contrôle élaborées par les géants d’Internet semblent peu efficaces. Youtube par exemple supprime seulement les vidéos contenant des images violentes et laisse les vidéos de propagande que le groupe terroriste utilise pour diffuser son idéologie meurtrière et recruter. Il est, en outre, nécessaire de signaler que la suppression d’une vidéo violente nécessite plusieurs heures, voire même plusieurs jours. Face à cela, Daesh a développé une stratégie spécifique de téléchargement mise en œuvre par ses membres. Le téléchargement d’une vidéo de propagande se fait plusieurs fois par plusieurs personnes depuis plusieurs endroits. Les autres réseaux tels que Vimeo ou Sendvid sont moins stricts par rapport aux productions djihadistes violentes. Daesh utilise en outre des sites de téléchargement internationaux tels que 4shared ou encore Adfly principalement pour ses productions audiovisuelles.

Les membres de Daesh et ses sympathisants sont aussi très actifs sur d’autres réseaux sociaux, notamment Facebook et Twitter, qui ont une grande notoriété auprès des jeunes et adolescent.e.s. Cette branche de l’armée numérique de Daesh est multifonctionnelle : télécharger les vidéos et images de propagande, informer, communiquer, créer des identités numériques multiples, bâtir des réseaux diversifiés et globalisés, liker, partager, communiquer, repérer des cibles potentielles, séduire et recruter. Même si Facebook et Twitter suppriment les comptes et les contenus violents qui font promotion de l’idéologie de Daesh, dès leur signalation par d’autres usagers, il demeure difficile de contrôler les usages déviants.

Le groupe terroriste investit beaucoup le blogging. Ce service permet à Daesh une meilleure accessibilité aux contenus via les moteurs de recherche (Google et Yahoo) ainsi qu’une flexibilité en matière d’organisation et d’esthétique. Les principales plateformes utilisées sont blogger.com, Wordpress, Nasser.me ou encore Justpaste. Les contenus disponibles sur ces sites sont aussi accessibles depuis les réseaux sociaux via des icônes de social-media afin de leur offrir une meilleure visibilité. Les professionnels des médias de Daesh prêtent une attention particulière à la capacité qu’auront les lecteurs à pouvoirs partager leurs productions sur la Toile en un minimum de temps. L’objectif principal est d’accroître grandement la visibilité et donc le nombre d’usagers. Ainsi, ils utilisent assez souvent des boutons Retweet et Facebook share afin d’offrir une grande capacité de partage. Mais quels sont les principaux produits médiatiques destinés aux jeunes et adolescent.e.s qui circulent sur les réseaux sociaux et les sites djihadistes ? Et quels discours véhiculent-ils ?

**Les anasheed, un outil d’apprentissage et d’adhésion**

La propagande officielle de Daesh est ultra-ciblée. Elle s’adresse aux jeunes et adolescents, avec des produits ayant une capacité de séduction assez élevée auprès de ces catégories d’âges. Le produit phare demeure les anasheed (chants rituels) djihadistes. Ce genre « musical » constitue en effet un alternative à la musique prohibée dans l’idéologie salafiste. Il s’agit des « chants polyphoniques, hétérogènes sur le niveau de sophistication des plans sonores, systématiquement travaillés avec des logiciels audio rajoutant des effets divers (réverbération, écho, delay, filtres) ». Les anasheed djihadistes sont des « poésies récitées » dont l’objectif principal est l’appel au jihad violent. Il existe aujourd’hui plusieurs centaines d’anasheed djihadistes diffusés en différentes langues : arabe, français, anglais, allemand, bengali,

---

afghan, turc, chinois, russe, indonésien, uyghur, sorani, etc. Daesh possède plusieurs sociétés de production spécialisées en ce genre médiatique, dont la plus célèbre est Ajnad. Pour les jeunes, les anasheed constituent un outil d’initiation et de préparation au djihad, mais aussi d’apprentissage et d’adhésion au groupe. Il y a les combattants qui chantent des poésies incitant à la bataille. Il y a aussi le chant de ceux qui se préparent au combat chantant des poèmes pour se vanter au moment de la rencontre. Ces fragments de nasheed (singulier d’anasheed) en français confirment ces propos :

« Avance, avance, avance, avance, Sans jamais reculer, jamais capituler, Avance, avance, avance, avance, Guerrier invaincu, l’épée à la main tue-les ! »

(<Amir>)

Les anasheed de batailles « Battle hymns » sont disponibles avec plusieurs sous-titrages, comme le nasheed en langue arabe intitulé Ghorabâ (« Étrangers ») et sous-littre en français et en turc. Ces anasheed contribuent à la construction d’une image idéalisée et sacralisée du « soldat d’Allah », un mythe mobilisateur pour les jeunes des deux genres (les filles sont séduites par cette image et les critères de virilité masculine qu’elle véhicule) :

« Étrangers, Étrangers, Étrangers, Étrangers, Étrangers, on incline les fronts que pour Allah Étrangers, on a choisi ceci comme devise de la vie Si vous demandez des nouvelles de nous, Alors nous ne nous inquiétons pas des tyrans Nous sommes les soldats d’Allah »

(<Étrangers>)

Plusieurs enquêtes réalisées auprès des djihadistes rentrés de Syrie ou d’Irak montrent en effet un usage intensif des anasheed, principalement pendant la phase d’endoctrinement et d’embrigadement. Dans la première phase, celle de l’endoctrinement, l’individu est soumis à l’acceptation et à l’apprentissage de la doctrine djihadiste violente. Alors que la deuxième, celle de l’embrigadement, marque l’intégration de l’individu-cible dans le groupe ou la communauté, dans qu’il s’approprie les gestes, les codes et les comportements. Les anasheed constituent ainsi un outil important d’apprentissage et d’adhésion aux valeurs et croyances qui sont inculquées aux cibles de la propagande. Jihed Haj Salem, un sociologue tunisien, a publié une étude (en langue arabe) en 2014 dans laquelle il traite de l’usage des anasheed par les djihadistes, et de leur rôle dans le processus de radicalisation. Le sociologue tunisien raconte l’anecdote suivante : « lors d’un entretien avec un jeune djihadiste, celui-ci nous montre une vidéo prise sur son portable lors d’une cérémonie de mariage d’un ami à lui. On y voit un groupe de jeunes djihadistes interpréter un nasheed avec beaucoup d’enthousiasme » (notre traduction). Le chercheur insiste sur ce rite, notamment pendant ce genre de cérémonie, qui précède le sermon sur le mariage en islam. Le rite des anasheed djihadistes est souvent accompagné d’autres pratiques, dont le fait de soulever les drapeaux de l’État islamique, de prononcer le takbir (clrier « Allah ouakbar ! ») et de tirer des feux d’artifices, tout ceci dans un contexte d’interaction et d’effervescence sociale caractéristique de l’aspect festif et fraternel que les mouvements djihadistes mettent en avant pour recruter. Pour les membres novices, ces rites facilitent, selon le chercheur, l’adhésion au groupe et participent à la formation d’une identité collective :

« Dans le sentier d’Allah Nous marcherons vers les portes


Du paradis
Où nos vierges (Hoûr) nous attendent
Nous sommes des hommes qui aimons la mort
Comme vous aimez votre vie
Nous sommes des soldats qui combattons
De jour comme de nuit (Dans le sentier d’Allah, nasheed français)

Ou encore une vidéo d’un nasheed (singulier anasheed) en langue arabe sous-titrée en français intitulée « Ma caravane de la sagesse » paru en 2013, qui s’adresse directement à la jeunesse et les « générations futures » avec un discours de supériorité. Cette vidéo a été vue plus d’un million de fois :

« Elle a soufflé comme le vent fort
Elle a jailli comme une flamme lumineuse
Elle est devenue comme la jeunesse déterminée
Elle s’est encolée comme le faucon fier
Elle est devenue comme la jeunesse déterminée
Elle s’est encolée comme le faucon fier »

L’objectif principal est de responsabiliser cette jeunesse aux sujets de la « gloire de l’islam » et de la « restauration du califat » afin de les motiver à rejoindre la « cause sacrée » :

« Ô mes frères, le jihad est le chemin
Du retour à l’honneur et à nos jours de Gloire
La promesse d’Allah restera pour toujours
Le combat pour sa cause
est le plus grand bénéfice » (Dans le sentier d’Allah, nasheed français)

Des anasheed pour renforcer la colère et ritualiser la violence

Les anasheed constituent une forme de soutien au djihad, mais aussi un moyen pour renforcer la colère des jeunes. La rhétorique victimaire et apocalyptique de certains anasheed favorise l’activation de « sentiments primaires (racisme, xénophobie, superstitions) et de représentations sociales fortes à l’aide de mots et de symboles appelés « leviers » 16. Franck Bilingue, spécialiste des questions de radicalisation sur Internet, décortique les techniques de manipulation des groupes djihadistes. Selon ce chercheur, il existe quatre leviers utilisés par ces groupes en vue de bloquer le sens critique chez le spectateur : « leviers de vertu » par le biais de l’appel aux valeurs de l’islam, de la liberté, de la justice, de l’indépendance, de la fraternité, de la pureté, « leviers poisons » à travers l’association de mots à valence négative tels que l’Occident/Satan, chrétiens et juifs/infridèles, mécréants, « leviers d’autorité » en faisant référence aux autorités religieuses ou morales intouchables (Allah, prophète, compagnons...) et « leviers de conformisme » à travers l’appel à la solidarité et à la pression émotionnelle et collective (Oumma).

Les anasheed véhiculent un discours identitaire et victimaire capable de susciter la colère des jeunes en quête de sens et assoiffés de vengeance envers la société, le système et ses représentants (la police, l’armée et les institutions, notamment l’école). De ce fait, la stratégie d’attraction de Daesh, comme celle du nazisme, réside dans la nature de l’offre : « la lutte, le danger et la mort » 17. Les hymnes et anasheed jouant sur la fibre identitaire et le sentiment national occupent une place importante pour les deux idéologies fascistes. Ces chants rituels reposent, comme nous avons pu le montrer, sur un vocabulaire « idéaliste » du « caractère » et de la « détermination » qui appartient à l’éthique du surhomme (surmusulman, pour Daesh). Ils reposent sur une forme d’exaltation d’un hérosisme militaire et viril exaltant la guerre éclair à travers des métaphores guerrières (nous, des hommes qui aimons la mort ; qui combattons de jour comme de nuit ; soldats d’Allah...).

Les anasheed djihadistes participent en outre au


processus d’initiation à la violence chez les usagers. Le discours de haine qu’ils véhiculent vise non seulement à terroriser l’ennemi mais aussi à ritualiser la violence.

Le *nasheed* « Avance », dont nous avons cité un passage plus haut, confirme cette idée :

« Tue les traîtres, attaque-les par surprise Éorge-les, fais leur payer leur traîtrise Identifie l’hypocrite au cœur mort qui bat Qui ne bat que pour les intérêts d’ici-bas Il pense qu’Allah ne va pas le dévoiler Quel vrai imbécile, inconscient au cœur voilé Achève-le d’une balle dans la tête Tel est le sort du criminel qui s’entête ! »

Ou encore, le *nasheed* plus récent en langue française intitulé « Pour Allah » :

« Pour Allah, celui que nous unifions (sic) Pour Allah, nous les sacrifions Pour Allah, oui nous vous terrifions Pour Allah seul, nous avons fait cette joie Tuez avec des cœurs remplis de joie Nous vous tuerons sans aucune pitié »

Certains *anasheed* sont interprétés par des *munchidûn* (décimateurs) parmi les plus populaires de Daesh. Mais qui sont ces « stars » ? Et quel rôle jouent-ils dans le recrutement des jeunes ?

**Les munchidûn, stars de Daesh**

Daesh possède ses propres stars populaires parmi les sympathisants et grands consommateurs d’*anasheed* djihadistes. L’analyse d’un nombre important de ces *anasheed*, principalement en arabe et en français produits sur plusieurs années, révèle une évolution de l’exigence du groupe terroriste en matière de compétences et de qualité de voix. Les *munchidûn* (pluriel *munchid*) ou interprètes - pour éviter de dire « chanteurs », activité désignée *haram* - recrutés par Daesh doivent désormais répondre aux exigences du groupe terroriste. Ils possèdent de plus en plus des voix douces et mélodieuses, ce qui semble de prime abord paradoxal avec la doctrine salafiste virilomachiste du groupe. Dans l’idéologie salafiste, les voix féminines, de la même manière que les voix masculines mélodieuses, font partie de l’*awra*, zones du corps qui doivent être cachées, couvertes par pudeur et « respect de la religion ». Elles sont ainsi prohibées, car elles peuvent susciter la tentation (fitna) et éveiller dangereusement les pulsions de deux genres. Les anciennes générations de *munchidûn* tels Abû al-Layth al-Iraqî ou d’autres possèdent plutôt une voix plus rude, dans un dialecte irakien assez sec et parfois peu compréhensible dans le reste du monde arabe, quand les *munchidûn* actuels ont des voix plutôt suaves et chantent dans un arabe le plus littéraire possible.


La nouvelle génération des *munchidûn* de Daesh déclame principalement des poèmes écrits en
arabe littéraire (et dans plusieurs autres langues) afin d’assurer une large diffusion auprès des publics arabophones mais pas uniquement.

Quelle politique de prévention et de contre-discours ?

Les jeunes et adolescent.e.s constituent la cible principale de la propagande de Daesh. Selon les derniers chiffres de l’Unité de coordination de la lutte anti-terroriste (UCLAT), 20 % des personnes signalées « radicalisées » en 2016 (11 175 personnes au total) sont des mineurs avec une majorité de filles. Les autorités françaises estiment à environ 400 le nombre des mineurs actuellement présents dans les zones de conflits tenues par Daesh. « Les deux tiers sont partis avec leurs parents, le tiers est composé d’enfants nés sur place qui ont donc moins de quatre ans », a précisé récemment, lors d’une audition à l’Assemblée nationale le directeur général de la sécurité intérieure (DGSI), Patrick Calvar. La stratégie d’attraction déployée par cette propagande fonctionne toujours et comme prévu. Comment faire alors pour s’attaquer à ce radicalisme violent et immuniser nos jeunes contre cette idéologie meurtrière et néo-fasciste ? L’État français a adopté, depuis quelques années, une approche combinant le sécuritaire au militaire pour combattre ce radicalisme. Les dimensions idéologiques et religieuses dans ce processus ne sont toujours pas prises au sérieux par les autorités françaises. De plus, la contre-propagande élitiste s’avère inefficace face aux flux continus de propagande djihadiste violente qui inondent le Web, particulièrement les réseaux sociaux.

Dans cette situation, une nouvelle réflexion autour des politiques de prévention et de contre-discours devient une urgence. L’objectif principal est d’éviter qu’un maximum de jeunes et d’adolescent.e.s basculent dans une radicalisation qui mène à la violence. À cet effet, il devient nécessaire, dans le cadre d’une prévention pratique, de développer deux aspects auprès des jeunes : l’éducation aux médias et à l’information et le développement d’un sens critique. Cela nécessite un travail de formation préalable auprès de l’équipe pédagogique afin de le orienter vers des activités pratiques et efficaces. Les jeunes sont aussi des acteurs importants dans ce travail pédagogique. C’est pour cela qu’il faut les impliquer dans la réflexion et l’élaboration des actions proposées dans ce cadre : des groupes de parole, des ateliers de travail, ou encore des projections-débats autour des films, des documentaires ou des mallettes pédagogiques. Elles permettent de sensibiliser les jeunes sur les dangers du radicalisme violent à travers l’information et l’argument en vue d’instaurer un état de vigilance à l’égard d’un phénomène menaçant. Des capsules vidéo sur le modèle de Storytelling sur la base des témoignages de personnes repenties, par exemple, peuvent éveiller les jeunes aux techniques de manipulation utilisées par les groupes terroristes. De tels outils pédagogiques permettent d’activer ou débloquer le sens critique chez le public-cible à travers un discours argumenté par introduction de la vraie information ou de données crédibles. Quant aux groupes de parole, ils favorisent l’interaction physique, facilitant ainsi l’exercice d’un pouvoir d’influence et d’une capacité d’agir par l’échange. L’objectif de ces groupes consiste à motiver l’individu à dialoguer dans cette forme de proximité où il se sent en sécurité. Ils favorisent également la connaissance sur le radicalisme violent et le développement d’un sens critique chez l’individu-cible.

Ce travail complexe nécessite alors l’implication de plusieurs acteurs à la fois : l’école, les enseignants, les éducateurs, les associations, les lieux de culte, les familles, les politiques et les chercheurs. Car il y a urgence à prendre en charge la jeunesse et les mineurs en danger, et pour certains en souffrance. C’est le plus beau cadeau que l’on peut léguer aux générations futures.

---