

Le jihad s'habille en *Prada*

Une analyse des conversions jihadistes en Europe

Olivier Moos

Cahiers de
l'Institut Religioscope

Numéro 14

Août 2016

RELIGIOSCOPE



Chercheur à l'Institut Religioscope, **Olivier Moos** est docteur en histoire contemporaine de l'Université de Fribourg et de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales. Il est l'auteur d'une thèse consacrée aux rapports entre récits et construction identitaire chez les intellectuels néo-orientalistes en Europe et aux États-Unis. Olivier Moos est correspondant pour Religioscope au Proche-Orient, où il a mené plusieurs projets de recherche sur les acteurs du champ religieux.

Ce cahier est également disponible en ligne au format PDF:
www.religioscope.org/cahiers/14.pdf

Ce cahier est distribué gratuitement et ne peut être vendu.

© 2016 Olivier Moos – Institut Religioscope

Table des matières

Introduction	3
Radicalisation jihadiste	5
Révolte politique ou culture de la radicalité ?	11
<i>It's Identity, Stupid</i>	15
Un jihad à l'européenne	21
<i>Le marketing</i> de l'État Islamique	26
Le Fabuleux Destin d'André Poulin	29
<i>Le branding</i> de l'État Islamique	32
Conclusion : kitsch et radicalité jihadiste	39

Introduction

Cet essai s'inscrit dans la continuité de deux dossiers précédemment publiés par Religioscope, consacrés à l'identité de l'État Islamique¹ et au sens politique de son iconoclasme². Dans une première partie, il analyse les aspects saillants du phénomène de radicalisation endogène (*homegrown*) qui affecte une minorité de jeunes musulmans nés et élevés dans les pays occidentaux, un phénomène qui a pris une ampleur remarquable depuis quelques années. La seconde partie de cette analyse s'arrête plus particulièrement sur les dimensions esthétique et culturelle de ces mobilisations. Afin d'illustrer notre propos, nous avons sélectionné des images tirées des publications et vidéos officielles de l'État Islamique, ainsi que des comptes Twitter, Instagram et Tumblr de membres et sympathisants.

Les trois dernières années se sont révélées être un tournant dans l'histoire du terrorisme islamique en Europe, avec une multiplication inouïe du nombre d'Européens embrassant le jihadisme et faisant allégeance à l'État Islamique. S'il est impossible de connaître exhaustivement, à la manière d'une formule chimique, ce qui précipite un individu à embrasser une pensée extrémiste ou à mener une action terroriste, il est néanmoins à la fois possible et nécessaire de circonscrire un certain nombre d'aspects de ce phénomène. Les éléments développés ci-dessous identifient des tendances et ne sont ni exhaustifs ni applicables à tous les cas.

Notre analyse s'articule sur quatre thèses principales :

1. Si les considérations politiques et l'idéologie font incontestablement partie de l'équation, ces deux dimensions ne représentent pas les facteurs explicatifs les plus convaincants pour comprendre l'attraction qu'exerce ce néo-jihadisme sur une minorité de jeunes musulmans européens et de convertis.
2. Les racines de cette attraction, et consécutivement de la conversion au jihadisme, se trouvent majoritairement dans une recherche de statut et d'identité.

¹ *L'État islamique*, Cahier Religioscope n° 13, août 2015 - <http://www.religioscope.org/cahiers/13.pdf>

² *Iconoclasme en Jihadie : Une réflexion sur les violences et destructions culturelles de l'État islamique*, Études et Analyses n° 35, Religioscope, décembre 2015 - http://www.religion.info/pdf/2015_12_Moos.pdf

3. La conversion au jihadisme de ces acteurs présente tendanciellement des qualités plus opportunistes et émotionnelles qu'utilitaristes et rationnelles.
4. Si les effets de la socialisation et de dynamiques de groupe semblent bien être la pierre angulaire du processus de radicalisation, ce dernier est facilité par l'existence d'une esthétique³ de la violence et de la transgression que partagent une sous-culture urbaine « ghetto » et la propagande de l'État Islamique.

³ Le terme « esthétique » est utilisé dans cet essai pour décrire une manière particulière de représenter le label « État Islamique », c'est-à-dire l'ensemble des conventions, codes, référents culturels, images, slogans, vocabulaire, etc., qu'utilise la propagande jihadiste contemporaine.

Radicalisation jihadiste

Avant de développer ces quatre points, il n'est pas inutile de s'arrêter sur les problèmes et ambiguïtés que le terme de « radicalisation » recouvre.

Le premier problème que soulève l'emploi du concept de radicalisation vient du fait qu'en raison de la relative jeunesse d'un champ d'étude qui s'est surtout développé après 2001 et plus sensiblement encore après les attentats de Londres en 2005 (d'extérieure, la menace devenait un produit local), notre appareillage théorique sur le sujet demeure plus épais que les informations quantitatives disponibles. Pour une raison évidente, nous manquons d'une connaissance anthropologique et en profondeur des environnements extrémistes ; il est probable que la recherche ouvrira de nouvelles perspectives dans les années à venir. Il est également possible que le développement de nouveaux outils quantitatifs pour mesurer ce phénomène nous conduira à amender dans l'avenir un certain nombre d'acquis théoriques⁴.

Le deuxième problème repose sur la nature glissante et parfois arbitraire de l'objet : la radicalité (ou inversement, la « modération ») est une notion qui est souvent vue comme évidente, mais qui demeure néanmoins culturellement relative et politiquement biaisée. L'extrémisme n'existe qu'en relation avec un ensemble de normes majoritaires dans un contexte limité et à un moment donné. Ainsi l'étiquette de radical n'est pas attribuée de la même manière en Suède qu'en Arabie Saoudite – la même pensée ou pratique peut être tenue pour recommandable dans une société autoritaire et conservatrice, et pour extrémiste dans une démocratie séculière et libérale.

Cette articulation entre pensée et pratique introduit une complexité supplémentaire : définissons-nous la radicalité sous la forme cognitive d'une pensée extrémiste en rupture avec le consensus d'une société donnée, ou sous sa forme comportementale, c'est-à-dire connectée avec la volonté de violence terroriste ou le passage à celle-ci ? De plus, le lien de causalité, corrélation ou contingence entre radicalisation cognitive et comportementale est loin d'être évident : si l'adoption d'une pensée radicale est en effet souvent et intuitivement perçue comme

⁴ Le chercheur Chris Meserole (doctorant, science politique, Université du Maryland) offre une éclairante description des difficultés à produire des informations quantitatives dans ce domaine : <https://religious.org/2016/04/25/french-connection-part-ii-radicalization-laicite-and-the-islamic-veil/>

la première étape obligée avant un comportement violent, la recherche actuelle tend pourtant à démentir cette supposition, préférant dissocier radicalisation et violence extrémiste sous la forme de deux processus distincts, dont l'importance varie selon les itinéraires individuels. Être émotionnellement séduit par le récit de l'État Islamique peut sans doute faciliter le passage à la violence, mais celui-ci n'est en aucune façon automatique⁵.

Dans le cas de la plus récente vague de radicalisation jihadiste, c'est même l'inverse que semblent décrire les itinéraires d'un nombre substantiel des jeunes musulmans européens radicalisés. Les exemples récents des individus ayant perpétré des attaques en Europe suggèrent en effet que la violence peut au contraire être vue comme une précondition pour embrasser une idéologie radicale⁶. Les recherches effectuées sur les jihadistes européens dit de la troisième vague⁷, à savoir ceux qui se sont radicalisés après l'invasion américaine de l'Irak en 2003, indiquaient déjà qu'une large majorité n'avaient aucune éducation religieuse⁸ et qu'au moins un tiers des candidats avaient un passé criminel⁹. Si nous observons la période allant de janvier 2012 à juillet 2015, les chiffres indiquent que cette affinité entre criminalité et radicalisation violente s'est accrue : 80 % des individus ayant commis des attaques terroristes en Europe avaient un passé criminel et 60 % avaient fait de la prison¹⁰. Sur les 21 attaques recensées en Amérique du Nord, Australie et Europe pendant cette période, et définies comme relevant d'un terrorisme islamiste, 18 des 25 acteurs impliqués avaient un passé de délinquants¹¹. En d'autres termes, une majorité des récents jihadistes occidentaux ayant participé à des attaques sont familiers avec un milieu et des pratiques impliquant violence et usage des armes (gangs, trafic de drogue, prisons)¹².

⁵ Peter Neumann, « The trouble with radicalization », in *International Affairs*, vol. 89, n° 4, p. 876.

⁶ Manni Crone, « Radicalization revisited : Violence, politics and the skills of the body », in *International Affairs*, vol. 92, n° 3, p. 592.

⁷ Marc Sageman, *Leaderless Jihad: Terror Networks in the Twenty-First Century*, University of Pennsylvania Press, 2008.

⁸ L'exemple le plus souvent cité pour illustrer cet aspect est celui des deux jeunes jihadistes de Birmingham (GB), Yusuf Sarwar et Mohammed Ahmed, partis en mai 2013 rejoindre les rangs de l'État Islamique : pour accompagner leur lecture du prêcheur radical Abdullah Azzam (1941-1989) et des forums jihadistes, ils avaient acheté en ligne *Islam for Dummies* et *The Koran for Dummies* (l'islam et le Coran pour les nuls) en préparation de leur départ pour la Syrie. Ils furent arrêtés à leur retour en Angleterre après que la mère d'un des deux jeunes eut prévenu la police. Vikram Dodd, « Two British men admit to linking up with extremist group in Syria », in *The Guardian*, 8 juillet 2014.

⁹ Rik Coolsaet, « Facing the Fourth Foreign Fighters Wave – What drives Europeans to Syria, and to Islamic State ? Insights from the Belgian Case », Egmont Paper 81, Royal Institute for International Relations, Bruxelles, mars 2016, p. 21 et suiv.

¹⁰ Manni Crone, art. cité, p. 592.

¹¹ Ann-Sophie Hemmingsen, Manni Crone et Jakob Peter Witt, « The politicisation of violence : An alternative to radicalization », *DIIS Policy Brief*, septembre 2015 - http://pure.diis.dk/ws/files/284689/PB_Terrorism_or_crime_WEB.pdf

¹² Anthony Faiola and Souad Mekhennet, « The Islamic State creates a new type of jihadist : Part terrorist, part gangster », in *The Washington Post*, 20 décembre 2015.

Notons encore que ces considérations relèvent plus que d'un simple enjeu académique. Elles possèdent un impact concret sur les politiques de sécurité et de contre-terrorisme des pays concernés. Si l'on considère que la radicalisation cognitive n'a que peu ou pas d'incidence sur l'action terroriste (l'approche dite anglo-saxonne), ou que l'on souligne le caractère problématique des idées extrémistes elles-mêmes et le potentiel politique et violent qu'elles pourraient incuber (l'approche dite européenne), cela encourage des pratiques dont les priorités sont différentes : la première tend à se concentrer plus étroitement sur la question du respect du droit, se focalisant sur un contre-terrorisme sur le court terme, tandis que la seconde implique une approche à la fois policière, sociale et politique du phénomène visant à sauvegarder une cohésion sociale sur le long terme¹³.

La diversité ethnique, éducationnelle et sociale des jihadistes européens¹⁴ (issus de familles musulmanes ou convertis « de souche », urbaine ou rurale, classe moyenne salariée ou petit délinquants des banlieues, hommes et femmes), ainsi que la dispersion des itinéraires de mobilisation dans un nombre croissant de plateformes virtuelles et de milieux de socialisation qui ont pris le relais de la traditionnelle « mosquée radicale », se sont révélés de sérieux obstacles à l'élaboration d'une théorie explicative concluante et applicable universellement à ce phénomène. Un récent rapport sur l'« arrière-plan de la radicalisation jihadiste en Suisse » illustre ce problème. La recherche a buté sur l'hétérogénéité des itinéraires (documentés) et aucune variable majeure ou groupe de variables n'ont pu être identifiées, que cela soit l'origine sociale, l'éducation, le statut socioéconomique, un passé criminel ou encore l'origine ethnique des convertis au jihad¹⁵. Compte tenu de cette diversité et du nombre modeste d'individus (en comparaison avec la France, la Belgique ou encore le Danemark), établir une typologie de la conversion au jihad en Suisse s'est révélé impossible.

Malgré ces difficultés, nous pouvons dégager un consensus autour de la notion de radicalisation et des moteurs de mobilisation. Le terme radicalisation décrit un processus non linéaire¹⁶ et évolutif d'un phénomène articulé – selon des priorités et des dynamiques qui

¹³ Peter Neumann, « The trouble with radicalization », in *International Affairs*, vol. 89, n° 4, 2013, pp. 885 et suiv.

¹⁴ Cf. entretien avec David Thomson (journaliste et auteur d'une enquête remarquable intitulée *Les jihadistes français*, Éd. Les Arènes, 2014), in *Nonfiction.fr*, 10 juin 2016.

¹⁵ https://www.zhaw.ch/storage/shared/sozialarbeit/Forschung/Deliquenz_Kriminalpraevention/Jugendkriminalitaet_Jugendgewalt/Schlussbericht-Jihadismus-FR.pdf

¹⁶ Notons que la majorité des modèles propose une approche linéaire du processus de radicalisation, c'est-à-dire un processus séquentiel variant de 4 à 6 étapes. Cf. Michael King et Donald M. Taylor, « The radicalization of homegrown Jihadists : A review of theoretical models and social psychological evidence », in *Terrorism and Political Violence*, vol. 23, n° 4, 2011, p. 605. Nous avons opté ici pour une définition non linéaire qui nous semble mieux transcrire la diversité des parcours du jihadisme européen. Ce choix n'invalide en aucune manière les modèles linéaires et il est probable que ceux-ci soient des supports méthodologiques tout à fait pertinents pour comprendre les trajectoires d'une partie du même échantillon européen.

varient selon les échantillons analysés, les observateurs, et leur champ de spécialisation – autour de quatre dimensions¹⁷ :

1. *Les griefs* : cette notion décrit le mécontentement personnel qui peut naître de la perte de statut, d'une crise transitionnelle, de la marginalisation économique ou culturelle, ou encore des ségrégations urbaines basées sur l'ethnicité¹⁸. Un sentiment d'aliénation ou de victimisation qui peut aussi naître de la perception d'une injustice généralisée, produite par les autorités proches, la politique étrangère de son pays ou encore par le double standard qui caractérise le traitement médiatique du jihadisme par rapport à d'autres types de mobilisation violente¹⁹.

Les griefs nés dans les trajectoires individuelles souvent faites d'échecs, familles éclatées, humiliations ou frustrations (réelles ou imaginées), de désespoir²⁰, trouvent une réponse dans une contre-culture de la déviance, où la criminalité sert à la fois d'instrument pour obtenir des gains matériels et d'exutoire par le plaisir de la transgression. La propagande jihadiste peut apparaître à cette démographie comme la contre-culture par excellence, leur fournissant la possibilité d'une nouvelle identité transposant leur désespoir et frustration dans un grand récit, celui d'une oppression globale et d'une humiliation des musulmans, à laquelle doit répondre la guerre sainte. Cette articulation entre individualisation des moteurs de mobilisation et leur canalisation au service d'un groupe est rendue encore plus efficace en raison de l'âge moyen des acteurs, tendancielle plus jeune que les vagues jihadistes précédentes²¹. Ce schéma, cependant, ne s'applique pas à tous les jihadistes européens. Un certain nombre de radicalisés, issus des classes moyennes et souvent convertis (entre 20 et 30 % du contingent selon les pays), n'ont pas nécessairement connu de trajectoire d'échec, ni d'expérience criminelle, et leurs ressources culturelles sont plus diverses qu'une sous-culture de ghetto (même si cette dernière a été en partie réappropriée bien au-delà des « quartiers »). Les motivations d'individus non musulmans à la conversion au jihadisme peut être très diverses, depuis l'anti-

¹⁷ Mohammed Hafez et Creighton Mullins, « The radicalization puzzle : A theoretical synthesis of empirical approaches to homegrown extremism », in *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 38, n° 11, 2015, p. 961.

¹⁸ Il existe un robuste ensemble d'indices pointant vers un lien causal entre un taux plus élevé d'actes terroristes perpétrés dans le pays de résidence et sentiment de ségrégation d'un groupe ethnique : James A. Piazza, « Poverty, minority economic discrimination, and domestic terrorism », in *Journal of Peace Research*, vol. 48, n° 3, mars 2011, pp. 349–350. Cité par Mohammed Hafez et Creighton Mullins, art. cité.

¹⁹ Ida Nord Holmer, « Explaining the appeal of militant Salafism in a Norwegian context », in *FLEKS*, vol. 3, n° 1, 2016, p. 11.

²⁰ Plus qu'aucune autre raison, écrit le chercheur belge Rik Coolsaet, *no future* est au cœur d'une sous-culture jeune qui pousse une majorité de candidat au jihad partant pour la Syrie, échappant ainsi à une vie apparemment insignifiante. Rik Coolsaet, « Facing the fourth foreign fighters wave », art. cité, p. 27.

²¹ *Ibid.*, p. 20. Voir aussi Wim Meeus, « Why do young people become Jihadists ? A theoretical account on radical identity development », in *European Journal of Developmental Psychology*, vol. 12, n° 3, 2015, pp. 275-281.

impérialisme, les considérations humanitaires, la recherche d'un nouveau spirituel, un parcours de rédemption, l'appartenance à un groupe ethnique minoritaire, etc. Si, en nombre absolu, ces convertis sont très minoritaires et ne peuvent pas être considérés comme un échantillon représentatif du jihadisme européen, ils constituent néanmoins un sous-groupe significatif étant donné la proportion importante de convertis impliqués dans des attaques terroristes sur sol européen²². Le romantisme est un élément clef des mobilisations jihadistes, une perception où se mélangent des envies d'aventure, d'héroïsme porteur de sens, le *glamour* d'être membre de la rébellion la plus paradigmatique et au centre de l'attention médiatique, un ensemble fluide composé d'une esthétique de la révolte et d'une recherche d'expériences *cool* qui brise l'anomie ou l'ennui²³.

2. *Les réseaux* : cette dimension décrit les relations familiales ou d'amitiés entre individus ordinaires et radicaux menant à la diffusion d'idées extrémistes, des effets de pression et de dynamiques de groupe, une rupture avec le monde extérieur. Cette socialisation dans des réseaux fluides, sans claire hiérarchie ni réelle structure (les individus qui rejoignent un groupe violent le font souvent en raison de la présence d'un parent ou d'un ami), répond aussi à un besoin psychologique (homophilie) d'appartenance et encourage l'émergence d'une identité de groupe qui se pose graduellement en rupture avec son environnement, et se radicalise par des effets de synergies entre les membres.
3. *Les environnements conducteurs et structures de soutien* : c'est-à-dire les lieux physiques (prisons, camps d'entraînement, lieux de rassemblement formels ou informels), et virtuels (les réseaux sociaux, plateformes de socialisation virtuelle, nouveaux outils de communication) qui procurent un support idéologique, technique et matériel, et solidifie l'engagement des individus radicalisés.
4. *L'idéologie* : contrairement à une idée courante qui veut qu'un individu soit en quelque sorte agi par ses croyances, la manière dont l'idéologie participe au processus de radicalisation est ambivalente. Le plus souvent, elle n'émerge pas comme un facteur déclencheur au début d'un processus, mais plutôt comme la dimension narrative ajoutée au sein d'un environnement conducteur multifactoriel. Elle représente un ensemble de ressources narratives et symboliques qui sont convoquées par les acteurs pour ordonner leur vision du monde, justifier et cadrer l'action. Le fait d'embrasser une idéologie radicale ou de résistance – même « religieuse » – n'implique pas nécessairement le passage à la violence. Même dans le cas de militance extrémiste, l'acteur n'est pas une marionnette passive au service d'une idée : il négocie avec le

²² Emmanuel Karagiannis, « European converts to Islam : Mechanisms of radicalization », in *Politics, Religion & Ideology*, vol. 13, n° 1, 2012, p. 103.

²³ Marion Van San, « Striving in the way of God : Justifying jihad by young Belgian and Dutch Muslims », in *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 38, n° 5, 2015, pp. 330-331. Jamie Bartlett, Jonathan Birdwell et Michael King, *The Edge of Violence*, Demos, 2010, pp. 99-100.

bagage théorique qui lui est fourni, le mélange avec ses propres fantasmes et référents culturels²⁴, triche avec la norme en quelque sorte (par exemple en utilisant le crime pour financer ses actions), s'adapte à son environnement et choisit la figure d'autorité à son goût²⁵.

L'idéologie radicale contribue à la rupture d'un individu avec la société, à identifier l'ennemi, à justifier le dépassement du *statu quo* par la violence et à inciter au sacrifice rédempteur, mais ne jouit pas, à elle seule, d'une qualité causale directe. Cela ne signifie pas pour autant que les idées n'importent pas ; elles sont au contraire souvent essentielles pour comprendre les formes que prend la violence, et contribuent à délimiter le faire et le croire dans un temps et un contexte donné. L'idéologie présente donc plutôt une qualité instrumentale : elle est choisie et utilisée arbitrairement et sélectivement par les acteurs en fonction de leurs préférences et besoins, et absorbée par un individu par le truchement d'une socialisation conductrice.

²⁴ A ce sujet, voir Matteo Vergani, « Neo-Jihadist prosumers and Al Qaeda single narrative : The case study of Giuliano Delnevo », in *Studies in Conflict & Terrorism*, n° 37, 2014, pp. 604-617.

²⁵ Manni Crone, art. cité, p. 603.

Révolte politique ou culture de la radicalité ?

Le politique fait bien partie de l'équation jihadiste en Europe. A un niveau contextuel, l'environnement plus ou moins conducteur dans lequel évoluent certaines franges des populations urbaines musulmanes est largement un produit politique : les discriminations ethniques ou confessionnelles, une *Guerre contre le Terrorisme* apparemment interminable et perçue comme fondamentalement hostile à l'islam, ou encore la banalisation de



l'islamophobie dans un contexte de croissance du populisme de droite, sont autant de symptômes résultant, à des degrés divers, de choix et dysfonctionnements politiques (internationaux, nationaux, municipaux). À un niveau abstrait, non seulement existe-il une importante littérature consacrée à la gouvernance dans le champ salafiste-jihadiste²⁶, mais encore l'État Islamique incarne bien la tentative de construction d'une gouvernance à la fois réelle et symbolique la plus aboutie de l'histoire du jihadisme. Le prêt-à-penser qu'offre la propagande du néo-califat est riche en fantasmes politiques, et ce lexique est invoqué par les acteurs eux-mêmes sur les vidéos de propagande, révélé dans les forums et entretiens avec journalistes et chercheurs.

Il n'est donc pas question ici de nier l'importance du politique et de l'idéologique dans l'analyse des groupes et militants salafistes-jihadistes, mais plutôt de minimiser leur rôle dans le processus de conversion et le passage à la violence terroriste de musulmans européens attirés par ce type d'extrémisme. En somme, en rejoignant physiquement la Syrie ou en faisant allégeance au nouveau calife al-Baghdadi, le néo-jihadiste européen devient par définition un acteur politique, mais cette conversion ne s'est pas faite en raison de logiques politiques.

²⁶ Shiraz Maher, *Salafi-Jihadism: The History of An Idea*, Hurst, 2016.

En Europe, la majorité des jihadistes sont des jeunes issus de familles musulmanes, le plus souvent de seconde génération, avec une expérience de la délinquance et de la prison, qui présentent un profil largement dépolitisé, désocialisé et dé-culturalisé : généralement dénués d'éducation religieuse ou d'affiliation politique identifiable, ils n'ont pas rejoint une organisation islamique, un lobby ou une ONG luttant – par exemple – pour le droit des Palestiniens, ni ne se sont impliqués dans la vie de leur mosquée de quartier²⁷. Ni l'appareillage idéologique du salafisme-jihadiste, ni la *Realpolitik*, ni encore l'islam de leurs parents ne semblent structurer significativement leur vie mentale.

L'illustre, parmi d'autres, l'itinéraire des frères Brahim et Salah Abdeslam, deux jeunes franco-belges d'origine marocaine qui ont participé aux attentats de Paris de novembre 2015. Ces deux jihadistes semblent avoir dérivé, en l'espace de quelques mois, d'un environnement fait de petite délinquance, nightclub et jeux vidéo, à un engagement au service de l'État Islamique et à la violence terroriste. La relative rapidité de leur conversion a amené plus d'un observateur à s'interroger sur l'apparente incohérence d'un tel parcours : comment en effet expliquer ce glissement rapide, apparemment sans signaux de rupture, d'une sous-culture urbaine sybarite, vers celle, spartiate et brutale, du jihadisme ? Cette relative soudaineté et ce passage entre deux univers de sens supposément en opposition ne sont pourtant pas si surprenants quand on les resitue dans le contexte d'une culture individualiste du divertissement de masse et de la délinquance *cool*, le seul capital de ressources symboliques accessible à la majorité de ces jeunes néo-jihadistes, une culture où fleurissent théâtralisation et normalisation de la violence, zapping sur média sociaux et plaisir de la transgression.

Après les attentats contre Charlie Hebdo (7 janvier 2015) et les fusillades à Copenhague (14 et 15 février 2015), les Français Chérif et Saïd Kouachi et Amedy Coulibaly, et le Danois Omar Abdel Hamid El-Hussein ont été acclamés sur les sites Internet jihadistes du monde entier ainsi que dans le magazine de l'État Islamique *Dabiq*. Tous les quatre avaient un passé criminel, des expériences d'incarcération ou d'appartenance à un gang violent. En mettant leur désir de violence au service d'une cause, ils purent transformer leur statut de *losers* en celui de héros. L'allégeance au Calife transforme le délinquant en moudjahidin, c'est-à-dire en acteur politique, même si cette dimension demeure très superficielle.



²⁷ Olivier Roy, « France's oedipal Islamist complex », in *Foreign Policy*, 7 janvier 2016.

Cela ne signifie pas que tous les jihadistes ont nécessairement un passé criminel préexistant à leur mobilisation, mais les chiffres suggèrent néanmoins que la familiarité avec des activités criminelles ou l'attraction pour une esthétique de la violence sont des indicateurs plus significatifs de mobilisation que les croyances politiques ou religieuses. Nous sommes loin du pilier de mosquée ou du militant politique. Pour reprendre l'expression attribuée à Olivier Roy et devenue fameuse en France notamment dans le cadre de son débat avec François Burgat²⁸, il s'agit plutôt là d'« une islamisation de la radicalité »²⁹.

Le point commun de ces itinéraires repose sur une propension à, et une fascination pour la violence canalisée par l'utopie. Les acteurs sont déjà sur la scène de la révolte radicale, ajustant leur costume, avant que le script « salafiste-jihadiste » ne leur soit donné. Ce script s'articule en effet sur des ressources narratives politico-religieuses, mais celles-ci sont convoquées *a posteriori* par les acteurs, c'est-à-dire consécutivement à leur introduction dans une socialisation (virtuelle ou réelle) conductrice et/ou à leur voyage initiatique dans les pays où la guerre sainte est menée, accentuant la rupture avec leur société d'origine et consolidant leur engagement. Ces ressources peuvent présenter une qualité de traction ou de consolidation de l'engagement, être intériorisées par un individu qui les identifiera, diachroniquement, comme siennes lorsque mis en demeure de rationaliser ses choix, mais, pour une majorité des cas, les mobiles politiques ne semblent pas être à la racine de la mobilisation.

Ce constat introduit trois éléments importants :

1. En premier lieu, le type de parcours qu'illustrent les frères Abdeslam met à mal le modèle de la radicalisation comme un processus graduel et linéaire. Dans le contexte domestique occidental, l'entrée en jihad semble pouvoir se faire aussi rapidement que le glissement, au grès de rencontres et de crises, dans et hors de la délinquance (laquelle peut être motivée à la fois par le profit et la révolte). La familiarité avec la petite criminalité et une culture de la transgression facilitent la conversion au super-gang avec une cause que représente l'État Islamique³⁰.

²⁸ Le chercheur F. Burgat voit dans cette dépolitisation la volonté d'ignorer – afin de disculper les pays occidentaux – la corrélation (sinon causation) entre un ensemble de problèmes (vieux rapports de domination nord-sud, échec des politiques d'intégration, islamophobie et interventions occidentales dans les pays musulmans), et la mobilisation jihadiste. La violence jihadiste en Europe est vue par Burgat comme l'écho d'un dysfonctionnement des institutions politiques, c'est-à-dire des systèmes de représentation et d'allocation de ressources, à la fois au Moyen Orient et dans les pays occidentaux, qui a nourri une globalisation du ressentiment et encouragé l'adhésion à un projet utopique commun. Notons ici que cette lecture centrée autour du facteur politique nous semble très minoritaire parmi les chercheurs travaillant sur la vague récente du jihadisme endogène. <http://rue89.nouvelobs.com/2015/12/01/reponse-a-olivier-roy-les-non-dits-lislamisation-radicalite-262320>. Voir aussi le débat O. Roy-F.Burgat, « Daesh : regards pluriels », in *Savoirs ENS*, 13 juillet 2016 - <http://savoirs.ens.fr/expose.php?id=2602>

²⁹ <https://www.les-crises.fr/olivier-roy-le-djihadisme-est-une-revolte-generationnelle-et-nihiliste/>

³⁰ A ce sujet, voir Simon Cottee, « Jihadism as a subcultural response to social strain : Extending Marc Sageman's "Bunch of Guys" thesis », in *Terrorism and Political Violence*, vol. 23, n° 5, 2011, p. 735 et suiv.

2. Ensuite, cette opposition fondamentale que nous supposons entre l'univers d'une culture urbaine occidentale et moderne, et celui d'un jihadisme millénariste « oriental » et archaïque, nous empêche de voir les ponts et affinités communes qui existent entre ces deux espaces. L'Europe a été témoin depuis un certain nombre d'années d'une nouvelle sous-culture de ghetto, écrit le chercheur Lorenzo Vidino, embrassée par beaucoup de jeunes musulmans nés en Europe mais se sentant aliénés dans leur société. Cette sous-culture mélange comportements urbains violents (notamment sous la forme du gang « islamisé »), nihilisme, fondamentalisme islamique, musique rap, vidéos jihadistes et posters d'Oussama Ben Laden³¹. Or cet ensemble de codes, pratiques, images et préjugés où se bousculent narcissisme, violence kitsch, machisme et pensée-slogan, trouve un écho dans l'encodage visuel de la propagande de l'État Islamique, encodage lui aussi de facture « occidentale ». Ainsi que nous le développerons plus loin, l'esthétique de la violence jihadiste joue sur une palette dont les couleurs et accentuations ne sont pas étrangères à la gamme qui compose cette sous-culture ; pour cette démographie particulière, le plus souvent politiquement et religieusement invertébrée, ce voisinage esthétique facilite la conversion d'une révolte informelle à celle codifiée du jihadisme.
3. Enfin, et liés au point précédent, les moteurs de conversion à la radicalité jihadiste et la violence terroriste sont plus opportunistes, individualistes et émotionnels qu'utilitaristes et rationnels. La transformation en néo-jihadiste semble prioritairement s'appuyer sur la satisfaction personnelle, la recherche de sens et le plaisir de la transgression radicale : le meurtre de masse et le martyre présentent une valeur en eux-mêmes, complémentaire voire indépendante de l'objectif politico-religieux que discours ou actions sont censés annoncer.

³¹ Lorenzo Vidino, « Current trends in Jihadi networks in Europe », in *Terrorism Monitor*, vol. 5, n° 20, 25 octobre 2007.

It's Identity, Stupid

« Enlevez tous les griefs et la myriade des déclencheurs individuels qui peuvent mener une personne à rejoindre un groupe extrémiste, écrit le chercheur et ancien membre du *Hizb ut-Tahrir* Shiraz Maher³², et vous trouvez, sous-jacentes, les questions d'identité et d'appartenance. »³³ Dans un même esprit, Adam Deen, chercheur à la *Quilliam Foundation* et ancien membre actif de l'organisation salafiste *al-Muhajiroun* (« les Émigrants »), raconte que, dans sa trajectoire de radicalisation, le récit extrémiste conféra rapidement une direction totalisante à sa vie, une nouvelle clarté corrigeant la complexité et dans laquelle il pouvait se reconstruire, faire sens de ses griefs à l'encontre de la société³⁴.

Le jihadisme, souligne Farhad Khosrokhavar, est un acte de « recouvrement d'identité » par la violence radicale et d'émancipation, de réaffirmation de soi par l'héroïsme du jihad et la célébrité du martyr³⁵. Cette conversion n'est pas strictement « religieuse » ou « politique », dans le sens où c'est à la radicalité même du jihad que beaucoup de ces jeunes, majoritairement issus des marges urbaines et sociales, se convertissent. Cette conversion ne se construit pas sur des mobiles politiques, comme le rejet de la démocratie au profit d'un modèle de gouvernance alternatif et totalitaire, mais sur l'attrance d'une « expérience limite », transformatrice et pourvoyeuse en identité et statut. L'utopie du Califat, combinée avec la dimension romantique et violente du jihad, exerce ainsi une fascination non seulement sur une



³² Chercheur à l'*International Center for the Study of Radicalization* (ICSR) (King's College, Londres). Son itinéraire personnel est particulièrement intéressant: ancien militant du Hizb ut-Tahrir, il quitte cette organisation en 2005, consécutivement aux attentats de Londres. Le HuT est une organisation politique sunnite islamiste, fondamentaliste et non-violente, fondée par le juriste palestinien Taqi al-Din al-Nabhani (1909-1977), active dans de nombreux pays et prêchant le rétablissement du Califat.

³³ Shiraz Maher, « The roots of radicalisation? It's identity, stupid », in *The Guardian*, 17 juin 2015.

³⁴ Adam Deen, « I used to be an Islamic extremist. This is the truth about how you can prevent further terror attacks », in *The Independent*, 21 juillet 2016.

³⁵ Farhad Khosrokhavar, *Radicalisation*, Éd. de la Maison des Sciences de l'Homme, 2014, pp. 94-95.

catégorie de jeunes plus ou moins démunis évoluant dans une sous-culture de ghetto, mais aussi sur ceux issus de la classe moyenne en recherche de sens, de ré-enchantement, d'une cause juste à embrasser totalement, une catégorie de radicalisés qui a sensiblement augmenté depuis 2013³⁶.

Cette expérience de la radicalité jihadiste est à la fois transformatrice et transgressive : elle recapitalise et ordonne un ensemble confus et contradictoire de sentiments et fantasmes (griefs, frustrations et injustice, sentiment d'humiliation, désir de puissance et de célébrité) dans un système de croyance, c'est-à-dire que l'extrémisme religieux (ou politique) réintroduit une dimension transcendante et normative dans un environnement confus, anémique, désenchanté et sans horizon³⁷. La radicalité réduit l'amplitude du roulis et confère un gouvernail au radeau en dérive. La conversion au jihadisme fournit de surcroît un espace où l'ambivalence entre révolte délinquante « utilitariste » (visant à obtenir des biens de consommation) et plaisir « expressif » de la transgression peut se résoudre dans la violence sacrée du jihad. L'État Islamique devient le lieu où la transgression absolue des normes civilisées de leur société d'origine est non seulement possible, mais normalisée par le récit utopique d'un « Retour du Roi » et d'une fin du monde prochaine. De délinquance informelle, la révolte individuelle se charge de sens et prend une dimension cosmique. La violence sacrée est le passage initiatique vers l'identité de jihadiste.

Cet aspect transgressif de « l'expérience limite » fait partie du processus de reconstruction identitaire, notamment par sa qualité émancipatrice : l'État Islamique incarne un espace frontière, à la fois réel et imaginé, où normes et identités peuvent être reconstruites, où le protocole de relation entre les genres peut être brisé ou inversé.

Ce n'est probablement pas un hasard si l'État Islamique a rencontré un succès comparativement remarquable dans son effort de recrutement de musulmanes occidentales, dont une confortable majorité de citoyennes européennes³⁸. Leur nombre est estimé à environ 10 % des radicalisés du



³⁶ Farhad Khosrokhavar, « The new European Jihadism and its avatars », in *Interdisciplinary Journal for Religion and Transformation in Contemporary Society*, Vienna University Press, juillet 2016, n° 3, p. 9.

³⁷ Roger Griffin, *Terrorist's Creed – Fanatical Violence and The Human Need for Meaning*, Palgrave Macmillan, 2012, pp. 88 et suiv.

³⁸ L'auteur tient à remercier Géraldine Casutt, doctorante à l'Université de Fribourg/EHESS, pour ses commentaires. G. Casutt prépare, sous la direction de Farhad Khosrokhavar, une thèse consacrée au rôle des femmes dans le jihad : *Les femmes musulmanes dans l'ombre du jihad : une "armée de roses" entre soutien visible et invisible à l'utopie jihadiste dans une conception féminine du "fard al ayn"*.

Continent, soit environ 500³⁹, et les chiffres indiquent que la tendance est à la hausse. Un récent rapport d'Europol souligne que le nombre de femmes arrêtées en Europe pour des activités liées au terrorisme jihadiste s'est accru exponentiellement, de 6 en 2013 à 52 en 2014, pour atteindre 128 en 2015. Les femmes comptent pour approximativement 20 % des Allemands et Finlandais qui ont rejoint les terres califales, et 40 % de tous les « émigrés » hollandais qui se sont rendus, à un moment ou un autre, en Syrie ou Irak⁴⁰.

Alors que les femmes sont largement « invisibles » dans l'histoire des groupes salafistes-jihadistes, le marketing de l'État Islamique a réussi à séduire un segment de la population qu'intuitivement nous pourrions supposer imperméable à l'inhérente phallocratie de cette idéologie. Cette démographie certes très minoritaire mais néanmoins révélatrice, inclut d'ailleurs un nombre élevé de converties européennes issues de la classe moyenne. Il y a quelque chose de fondamentalement contre-intuitif, au regard de valeurs libérales et progressistes, à penser qu'une jeune femme moderne et instruite puisse être séduite par un régime patriarcal, rétrograde et totalitaire. Le libéralisme concevant l'individu comme rationnel et fondamentalement épris de liberté, le fait qu'une personne puisse choisir librement un univers carcéral et liberticide apparaît spontanément comme irrationnel. Cependant, cette perception est erronée à plus d'un titre. D'abord, elle sous-estime la séduction que les systèmes de croyance utopiques et totalisants peuvent exercer sur les individus vivant dans les sociétés libérales, ainsi qu'en témoigne, parmi d'autres, la fascination du communisme en Europe durant le XX^e siècle⁴¹. Ensuite, cette vision vient de l'idée – elle aussi incorrecte – que, dans le champ islamique en général et plus encore dans les militances islamiques, la femme est nécessairement un acteur passif et « voilé »⁴².

Or, la propagande de l'État Islamique met justement en évidence le rôle actif des femmes, les exhortant à prendre leur destin en main, à surmonter les limitations familiales et sociales pour émigrer vers la Syrie, et même, si nécessaire, à outrepasser la norme salafiste qui impose à la femme en voyage la présence d'un gardien mâle. Dans la geste de l'État Islamique, les femmes tout comme les hommes sont encouragées à s'émanciper de leur milieu et à découvrir leur « vraie » identité de musulmanes. La connotation de violence armée est jusqu'à présent largement absente de ce modèle féminin, mais pas celle de la révolte et de la transgression.

³⁹ Shiv Malik, « Lured by ISIS: How the young girls who revel in brutality are offered cause », in *The Guardian*, 21 février 2015.

⁴⁰ *European Union Terrorism Situation and Trend Report*, Europol, juillet 2016, pp. 7, 11, 29.

⁴¹ François Furet, *Le passé d'une illusion, Essai sur l'idée communiste au XX^e siècle*, Robert Laffont/Calmann-Lévy, 1995.

⁴² A sujet, voir les travaux de Nilüfer Göle, *Musulmanes et modernes : Voile et civilisation en Turquie*, Paris, La Découverte, 2003 ; Nadine Weibel, « La modernité de Dieu : Regard sur des musulmanes d'Europe libres et voilées », in *Socio-Anthropologie*, n° 17-18, 2006 ; Lila Abu-Lughod, « Do Muslim women really need saving? Anthropological reflection on cultural relativism and its other », in *American Anthropologist*, n° 3, vol. 104, septembre 2002 ; Joan W. Scott, *The Politics of the Veil*, Princeton University Press, 2007.

Inversant le modèle individualiste féministe, ce récit offre une émancipation chargée de sens au sein d'une existence certes sédentaire et très codifiée, mais au service d'une cause divine.

Probablement par un mélange de conviction et de coup publicitaire, les entrepreneurs du Califat sont allés jusqu'à annoncer la création d'une brigade entièrement féminine, *al-Khansa*⁴³, du nom d'une poétesse arabe du VII^e siècle, dédiée à la police des mœurs et qui serait presque



exclusivement composées de musulmanes occidentales et instruites. Si la référence est archaïque, l'effet d'annonce de cette brigade a quelque chose de proprement révolutionnaire et moderne : l'Émirat taliban, par exemple, n'offrait que ségrégation et isolement, et le rôle des femmes dans les groupes salafistes-jihadistes concurrents demeure largement dans l'ombre. L'État Islamique a même sa poétesse officielle en la personne de la syrienne Ahlam

al-Nasr (littéralement « rêves de victoire »), petite-fille de Shaykh Mustafa al-Bugha, un imam syrien renommé pour son soutien public à Bashar al-Assad. Après avoir soutenu le soulèvement contre le régime oppressif de Damas, Ahlam al-Nasr s'est progressivement radicalisée et a rejoint le Califat en automne 2014, faisant à présent l'éloge des héros jihadistes⁴⁴.

Le message à l'attention des femmes s'articule sur quatre thèmes principaux : émancipation, délivrance, participation et piété. La femme peut prendre en main sa propre vie similairement aux hommes et participer à la restauration du Califat en épousant un jihadiste, époux fiable et viril s'il en est, se délivrer des maux d'une vie occidentale et s'assimiler à une nouvelle solidarité féminine, baignant dans la piété, au service d'une cause transcendante qu'elles peuvent soutenir activement en donnant naissance et en éduquant les « lionceaux » du *Khilafah*. Il y a quelque chose de libérateur et de transgressif dans ce message, un appel à une renaissance dans un espace où les normes occidentale de représentation de la femme (sur-visibilité et sexualisation du corps, féminisme, indépendance) sont inversées au profit d'un modèle conservateur et entièrement cadré. Dans la demeure d'al-Baghdadi, la femme peut renaître en musulmane pieuse au service d'une cause rédemptrice⁴⁵.



Le cliché photographique ci-contre, apparemment tiré du compte Twitter d'une australienne nommée Zehra Duman et dont les figurantes sont probablement d'origines

⁴³ Kathy Gilsinan « The ISIS crackdown on women, by women », in *The Atlantic*, 25 juillet 2014.

⁴⁴ Halla Diyab, « Ahlam al-Nasr : Islamic State's Jihadist poetess », in *Militant Leadership Monitor*, vol. 6, n° 6, The Jamestown Foundation, 30 juin 2015.

⁴⁵ Haras Rafiq et Nikita Malik, *Caliphettes : Women and the Appeal of Islamic State*, Quilliam Foundation, novembre 2015.

australienne et nord-américaine, est un remarquable condensé d'hybridité néo-jihadiste : le stéréotype « voiture de luxe », signal de richesse hérité d'une sous-culture rap réduisant



fréquemment la femme à un objet sexuel, détourné par quatre Occidentales en niqab, armées d'AK47, ayant choisi l'allégeance à l'idéologie virilisante et phallocratique de l'État Islamique. Cette image n'est pas représentative de la conception officielle du rôle de la femme – essentiellement épouse et mère – promue par l'EI⁴⁶, mais révèle néanmoins la manière dont les califettes élevées dans les sociétés occidentales peuvent reconstruire leur identité, entre détournement de symboles et codes culturels, et inversion paradoxalement émancipatrice du

féminisme occidental. Cette attitude témoigne de la modernité d'une démarche qui non seulement demeure ancrée dans un consumérisme en décalage avec la doctrine jihadiste, mais souligne aussi un processus d'individualisation par la transgression des codes traditionnels de représentation féminine occidentaux.

Pour les jeunes hommes et femmes, la radicalité elle-même fait partie du processus de reconstruction identitaire dans le sens où elle achève une rupture avec les normes morales et sociétales de leur pays d'origine. L'extrémisme fonctionne comme une mort symbolique et rédemptrice – celle de son ancienne identité, aussi insignifiante ou fautive fût-elle – préfigurant le martyr lui-même, mort-apothéose du héros récompensé par la reconnaissance hagiographique. L'allégeance à l'État Islamique confère donc un ensemble de plaisirs et d'assouvissements, mais surtout un statut et la reconnaissance qui l'accompagnent : celle, positive, de ses pairs et, négative, de sa société d'origine. L'engagement redéfinit positivement l'identité des acteurs, qui passent du statut de « victimes » à celui de célébrité internationale (pour les auteurs d'attentats), de héros et martyr⁴⁷. Embrasser et suivre strictement les valeurs de la culture jihadiste, commente Simon Cottee, résout d'un seul coup non seulement le problème de statut, mais aussi celui d'identité⁴⁸. La radicalité violente est le langage de la conversion s'adressant aussi bien à soi-même, à ses compagnons de route ainsi qu'à la société contre laquelle l'acteur se révolte.



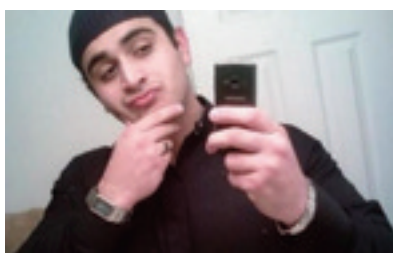
⁴⁶ Charlie Winter, *Women of the Islamic State : A Manifesto on Women by the Al-Khanssaa Brigade*, Quilliam Foundation, février 2015.

⁴⁷ F. Khosrokhavar, *Radicalisation*, op. cit., pp. 94-95.

⁴⁸ « Jihadism as a subcultural response to social strain », art. cité, p. 739.

C'est à une conclusion similaire que parviennent les chercheurs Bart Schuurman et John Horgan dans leur analyse du *Hofstadgroup* en Hollande, un réseau terroriste composé surtout de musulmans d'origine nord-africaine, qui devint célèbre après le meurtre de Theo van Gogh (1957-2004) dans une rue d'Amsterdam par un de leurs membres, Mohammed Bouyeri⁴⁹. L'étude de cet échantillon de radicalisme endogène met en évidence que le calcul stratégique, les logiques organisationnelles ou même les convictions religieuses extrémistes ne parviennent pas à expliquer la planification ou le passage à la violence. Ce que cette enquête suggère est que le passage à la violence terroriste de convertis au jihadisme en Europe n'est pas nécessairement le produit d'un calcul stratégique au service d'une cause politico-religieuse, mais aussi – voire prioritairement – un moyen d'expression personnelle et de rédemption (désir de vengeance, émulation de rôles modèles et volonté d'afficher et de défendre une nouvelle identité de « vrai » musulman). Un nombre croissant d'études pointent en effet vers une composante « expressionniste » dominante dans ce type d'extrémisme endogène, c'est-à-dire l'utilisation de la violence comme moyen d'expression personnelle, de réalisation de soi par l'intermédiaire d'une brutalité sacralisée. Le néo-jihadisme est un festival narcissique.

La composante narcissique⁵⁰ de la conversion à l'extrémisme est symptomatique d'une culture hybride et contemporaine, un style à l'intersection du gangster et de l'ascète, qui



mélange outils de représentation de soi, violence sacrée et radicalité transgressive. Cette violence ressemble à une performance artistique dans laquelle le révolté devient auteur de son propre drame et chronique en image sa transformation identitaire en jihadiste. Omar Mateen, l'auteur de la tuerie dans un club homosexuel d'Orlando (Floride) le 12 juin 2016, dont le *selfie* est reproduit ici, ou le Franco-Marocain Larossi Abballa⁵¹,

petit délinquant radicalisé qui a assassiné un couple de policiers à Magnanville en France (13 juin 2016), représentent une parfaite illustration de ce narcissisme violent. Quelques minutes après son double meurtre, Abballa poste sur Facebook une vidéo⁵² faite à l'aide de son téléphone, dans laquelle il se vante de son acte et déclare son allégeance à l'EI. Ses propagandistes éditeront et mettront en ligne cette vidéo via leur agence *Amaq*, décrivant Abballa comme un « combattant de l'État Islamique »⁵³.

⁴⁹ Bart Schuurman et John Horgan, « Rationales for terrorist violence in homegrown jihadist groups: A case study from the Netherlands », in *Aggression and Violent Behavior*, vol. 27, mars-avril 2016.

⁵⁰ Anne Manne, « Narcissism and terrorism : How the personality disorder leads to deadly violence », in *The Guardian*, 8 juin 2015.

⁵¹ Elise Vincent, « Que sait-on de Larossi Abballa, le meurtrier d'un couple de policiers à Magnanville ? », in *Le Monde*, 15 juin 2016.

⁵² <https://www.youtube.com/watch?v=p6xv7ylwEa8&bpctr=1468327853>

⁵³ Jérémie Pham-Lê, Ludwig Gallet et Victor Garcia, « Attentat de Magnanville: ce que Daech a coupé dans la vidéo de Larossi Abballa », in *L'Express*, 21 juin 2016.

Un jihad à l'européenne

Le jihadisme européen émerge et se déploie dans un environnement culturel jeune et urbain occidental, une sous-culture caractérisée par le divertissement de masse, une théâtralisation de la violence et du sexe, l'éloge de la célébrité, le narcissisme du *selfie*, une conception de la réussite que résume le slogan rap « *Get Rich or Die Tryin'* »⁵⁴. Une érotisation de la violence, écrit Peter Harling, qui est un symptôme de leur culture profondément déracinée, globalisée, jeune et chargée de ressentiment, laquelle a plus en commun avec les massacres dans les écoles aux Etats-Unis qu'avec le mouvement jihadiste que nous avons connu jusqu'à présent⁵⁵.

Ces repères et valeurs symboliques qui forment une sous-culture urbaine jeune sont bien sûr transformés parallèlement à l'adoption de cette nouvelle identité des acteurs : les symboles de la « réussite » sont renversés et se mesurent en pose martiale et martyr médiatisé, le langage et les signaux se chargent de slogans politico-religieux et de référents islamiques. En d'autres termes, un certain *style* demeure tout en s'islamisant.

Développé d'abord par le Yéménite d'éducation américaine Anwar al-Awlaki (1971-2011), ce marketing à l'occidentale du jihad, écrivent David Martin Jones et Michael Rainsborough, a rendu ce type de radicalisme plus *cool* que le hip-hop, encourageant l'émergence dans les pays occidentaux du phénomène *Jihadi John*⁵⁶. Ce pseudonyme fait référence à Mohammed Emwazi (1988-2015) – représenté ici dans ses



⁵⁴ Titre du premier album du rappeur nord-américain 50 Cent, 2003.

⁵⁵ Peter Harling, « The reinvention of Jihadism in the Middle East », in *Turkish Policy Quarterly*, 28 juin 2016.

⁵⁶ David Martin Jones et M.L.R. Smith, « Curbing the enthusiasm: Why de-radicalization programs get fanaticism wrong », in *War On The Rocks* (blog), 8 décembre 2015.

costumes respectivement de rappeur et de jihadiste, un Britannique d'origine koweïtienne et éduqué en Angleterre, qui devint célèbre dans son rôle de bourreau décapitant des otages sur les vidéos de l'État Islamique. Ce que cet extrémisme de type *Jihadi John* suggère, c'est que nous avons affaire à un produit « occidental », un hybride élevé au grain d'une culture de masse globalisée. De ce point de vue, le néo-jihadisme européen n'est pas vraiment symptomatique d'un échec ou même d'un refus d'intégration : la marginalisation sociale et économique, le grippage de la mobilité sociale, jouent bien sûr un rôle important – bien que non causal⁵⁷ – dans la trajectoire d'une majorité des acteurs, mais il n'en demeure pas moins que, culturellement, ces derniers sont modernes et occidentaux, jusque dans leur ignorance de la tradition islamique.

La connotation « orientale » attachée au terme « jihadiste » est donc trompeuse : la radicalisation d'une minorité de musulmans en France, Belgique ou Angleterre s'exprime certes dans un lexique islamiste, mais elle s'opère surtout dans un environnement culturel, social et politique européen qui affecte en partie sa forme, ses socialisations et ses géographies d'émergence. Cette conversion au jihadisme se fait à l'aide de ressources symboliques et esthétiques distinctivement occidentales. La sous-culture du néo-jihadisme n'a donc rien de traditionnel ; c'est une des métastases d'une modernité en crise. Elle incarne la forme la plus spectaculaire et la plus célèbre sur le marché de la radicalité. En ce sens, le néo-jihadisme a quelque chose de complémentaire à l'extrémisme de droite : deux systèmes de croyance sacralisés, violents et imperméables au compromis, qui se développent selon une dynamique cumulative⁵⁸ et dans un paysage de crise identitaire européenne.

La trajectoire du jeune Franco-Algérien Mohamed Merah, qui tua sept personnes (dont trois enfants juifs) dans le sud de la France en mars 2012, peut être ainsi lue en miroir de celle du Norvégien Anders Behring Breivik, qui fit exploser une bombe dans le quartier gouvernemental d'Oslo le 22 juillet 2011 et massacra 69 participants à un camp de jeunes du Parti travailliste sur l'île d'Utoya.

Le premier répond à un profil commun parmi les jeunes jihadistes européens : petite frappe radicalisée, issu d'une famille marquée par la délinquance (père, frères aîné et cadet), profond sentiment d'injustice et révolte contre la société, écoles religieuses salafistes au Caire, fascination pour la violence et al-Qaïda, animé par un narcissisme typique



⁵⁷ Sadeq Rahimi et Raissa Graumans, « Reconsidering the relationship between integration and radicalization », in *Journal For Deradicalization*, n° 5, hiver 2015-16, pp. 28-62.

⁵⁸ Virginie Andre, « Merah and Breivik : A reflection of the European identity crisis », in *Islam and Christian-Muslim Relations*, vol. 26, n° 2, 2015, pp. 183-204.

de cette forme d'extrémisme⁵⁹. Le second, issu d'un milieu plus privilégié, est lui aussi un exemple extrême de narcissisme⁶⁰. Anders Breivik ressemble *a priori* plus à la figure du *loup solitaire* (membre d'aucune organisation, une présence limitée sur les réseaux sociaux), mais sa trajectoire de radicalisation ne s'est pas pour autant construite en isolement. Sa fixation islamophobe et son idéologie sont en partie le produit d'un mouvement social anti-islamique⁶¹, dont le discours n'a certes pas *causé* sa radicalisation⁶², mais a certainement nourri son univers mental, défini les contours conspirationnistes, anti-*establishment* et profondément islamophobes de sa violence terroriste⁶³. Breivik est en effet l'auteur d'un manifeste détaillant ses motivations sur plus d'un millier de pages, intitulé *2083 : Une déclaration européenne d'indépendance*. Ce bric-à-brac glané sur Internet et largement inspiré par les publications d'une communauté virtuelle anti-islamique, appelle au nettoyage de l'Europe des musulmans et des traîtres, et à la restauration d'une Europe patriarcale et mono-culturelle. Ce n'est probablement pas un hasard si ce fantasme de sacralisation de l'espace par la violence et de re-virilisation de l'homme n'est pas sans rappeler celui des apôtres de l'État Islamique.

Au-delà de leurs différences, ces deux itinéraires de radicalisation ont en commun un parcours qui se déploie à l'intersection entre une culture contemporaine de masse, dans laquelle fascination de la violence et narcissisme digital⁶⁴ occupent une place prépondérante⁶⁵, et, contextuellement, un climat européen de « crise identitaire ».

⁵⁹ Il a filmé ses meurtres à l'aide d'une caméra GoPro attachée sur sa poitrine, édité son œuvre en y ajoutant des chants religieux et récitations coraniques, et envoyé la vidéo à *Al Jazeera* dans l'espoir de devenir une célébrité.

⁶⁰ Ingrid Melle, « The Breivik case and what psychiatrists can learn from it », in *World Psychiatry*, vol. 12, n° 1, 2013, pp. 16-21.

⁶¹ Andrew Brown, « Anders Breivik's spider web of hate », in *The Guardian*, 7 septembre 2011. Pour une approche plus approfondie du sujet, nous renvoyons le lecteur à notre essai : *Lénine en Djellaba : critique de l'islam et genèse d'un néo-orientalisme*, 2012 - http://www.fasopo.org/sites/default/files/jr/th_moos.pdf.

⁶² L'un des essais parmi les plus influents de ce mouvement est *Eurabia : l'axe euro-arabe* (Éd. Jean-Cyrille Godefroy, 2006), par l'historienne Gisele Littman (Bat Ye'Or de son nom de plume), qui décrit la grande conspiration des élites européennes complotant à transformer les valeurs spirituelles et politiques du Continent en l'islamisant. Cette auteure figure en bonne place dans ce manifeste. Parmi les auteurs cités par Breivik, nous trouvons des activistes comme le blogueur norvégien Peder Jensen – Fjordman de son pseudonyme sur son blog *Gates of Vienna*, l'américain Robert Spencer qui maintient le site web *Jihad Watch*, ou encore le politicien hollandais Geert Wilders. Il est intéressant de noter que le manifeste de Breivik présente un dilemme cornélien pour les figures de ce mouvement anti-islamique : comment, en effet, sauver le mythe d'un islam(isme) *causant* la violence terroriste, tout en niant toute causalité entre leur idéologie et les actions non moins terroristes de Breivik ?

⁶³ Lars Erik Berntzen et Sveinung Sandberg, « The collective nature of lone wolf terrorism : Anders Behring Breivik and the anti-Islamic social movement », in *Terrorism and Political Violence*, vol. 26, n° 5, 2014, pp. 759-779.

⁶⁴ <https://www.psychologytoday.com/blog/the-narcissism-epidemic/201308/how-dare-you-say-narcissism-is-increasing>

⁶⁵ Tomas Chamorro-Premuzic, « Sharing the (self) love : The rise of the selfie and digital narcissism », in *The Guardian*, 13 mars 2014.

Cette culture du divertissement de masse ,couplée aux outils digitaux encourageant l'autopromotion par l'image (Instagram, Facebook, Tumblr), exerce nécessairement un impact sur la manière dont les acteurs, souvent jeunes et passablement incultes, pensent et représentent leur identité. Les ressources narratives et symboliques à leur immédiate disposition pour exprimer leur révolte sont fournies par ces productions culturelles globales, nivelées et faciles d'accès, un ensemble de codes et de valeurs articulé autour du plaisir immédiat, de l'héroïsme kitsch, de la réussite et de la célébrité⁶⁶. Les outils pour mettre en scène cette identité et avec lesquels ils sont les plus familiers, sont ceux encourageant justement une constante promotion de soi par l'image et la vidéo. A la fois cette culture du divertissement et les outils de valorisation exponentielle de l'ego sont des produits *made in the West*.

Le contexte de « crise identitaire » en Europe – à défaut d'une expression plus satisfaisante – est un autre espace que partagent les acteurs des extrémismes de droite et néo-jihadiste. Cette crise se caractérise par la déconnection entre le besoin fondamental d'appartenance stable, d'identifications collectives « solides » et sécurisantes des individus (communautés, nations), et l'expérience anxio-gène de croissante fluidification de leurs environnements sociaux (érosion des solidarités sociales et individualisation), économiques et politiques (séparation entre localité du politique et globalité des enjeux)⁶⁷. Très schématiquement, à ce climat d'insécurité tous azimuts répond une crise de la représentation politique et la multiplication des protestations populistes à l'encontre tant des élites politiques des pays européens que d'une Union Européenne aux contours alambiqués et dénuée d'un récit mobilisateur. La conjugaison entre, d'un côté, l'érosion du pouvoir politique et l'épuisement des grandes idéologies collectives⁶⁸ et, de l'autre, les transformations sociales « visibles » de sociétés européennes de plus en plus multiculturelles (la crise migratoire a eu un effet multiplicateur), encourage des effets de crispations identitaires, c'est-à-dire des tentatives de restaurer un sentiment de stabilité et de contrôle.

La séduction croissante qu'exerce en Europe un retour au modèle de démocratie autoritaire et aux récits nationalistes, ou le rôle de symbole par excellence d'une hétérogénéité anxio-gène occupé par l'islam dans les discours de (ré)affirmation identitaire, sont deux exemples parmi d'autres des conséquences cumulatives de cette crise. Les interdictions du niqab (Belgique), les limitations du port du voile islamique et le durcissement de la laïcité

⁶⁶ Yalda T. Uhls et Patricia M. Greenfield, « The rise of fame : An historical content analysis », in *Cyberpsychology : Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, vol. 5, n° 1, 2011.

⁶⁷ Zygmunt Bauman, *Le Présent liquide : Peurs sociales et obsession sécuritaire*, Paris, Seuil, 2007.

⁶⁸ F. Khosrokhavar souligne que, depuis les années 1990, le vide idéologique des sociétés modernes a rendu l'utopie transcendante du radicalisme islamique plus attractif. La France, en particulier, fait l'expérience d'une profonde forme de malaise en raison du fait que la base de la vie sociale depuis la Révolution de 1789 a été politique. Le projet citoyen en échec, l'idéal républicain essoufflé, et l'extrémisme prend le relais. Les adeptes du jihadisme trouvent la réalisation des promesses d'égalité et de fraternité dans leur propre mort et le meurtre de l'ennemi (« The new European Jihadism and its avatars », art. cité, p. 13).

(France)⁶⁹, la fixation sur les symboles visibles de l'islam (les minarets en Suisse), les lois limitant la liberté d'expression⁷⁰ ou encore les politiques répressives censées répondre à la menace terroriste, peuvent être interprétées comme autant de symptômes périphériques d'une crise identitaire se cristallisant autour de la figure du musulman et de l'islam, ainsi que d'un affaiblissement plus général du libéralisme politique sur le Continent.

Si cette crise se cristallise autour d'un certain nombre d'éléments politiques et économiques, l'islamité n'en demeure pas moins le symbole par excellence⁷¹ d'une transformation « visible », socialement et médiatiquement, de l'idée « blanche », chrétienne et séculière de l'Europe. La manière dont les acteurs de l'initiative populaire contre les minarets en Suisse (2009) ont formulé leurs arguments en représente un cas d'école : l'islam est décrit comme une menace potentielle contre l'identité suisse et sa visibilité – c'est-à-dire paradoxalement sa progressive indigénisation – le problème central⁷². Avec une participation élevée, 57.5 % des votants ont approuvé cette initiative dont le moteur fut clairement la peur et le rejet de l'islam.

Dans ce contexte, une partie des communautés musulmanes en Europe, déjà souvent plus touchées par le chômage que les moyennes nationales, se sent de plus en plus aliénée. Leur patrimoine culturel et religieux se trouve rejeté par des segments croissants des populations européennes comme incompatible avec l'ensemble de repères culturels et symboliques qui circonscrivent leur identité, plus sensiblement encore quand ces repères deviennent des fétiches dé-historicisés et décontextualisés. Ce climat de crise, à la fois réel et perçu, apporte du combustible aux idéologies de rupture et au développement de socialisations conductrices (virtuelles et physiques), accentuant à leur tour l'attraction des identités étroites (religieuse, ultra-nationaliste, fondamentaliste, etc.). L'idéologie islamophobe, machiste et anti-libérale qui anime la mobilisation d'un Anders Breivik et le jihadisme non moins machiste et anti-libéral revendiqué par Mohammed Merah, représentent deux faces d'un même Janus, et ce dernier n'a rien d'« oriental ».

⁶⁹ Observant que quatre des cinq pays dans le monde présentant le plus haut taux de radicalisation jihadiste (proportionnellement à leur population de confession musulmane) sont francophones, les chercheurs William McCants et Christopher Meserole identifient un lien entre militance sunnite et culture politique française (plus spécifiquement son sécularisme agressif), urbanisation et chômage. La relation entre ces éléments et la mobilisation jihadiste n'est pas claire, mais suggère néanmoins que la focalisation sur la question de l'islam dans l'arène politique, résultant à notre avis de ce climat de crise identitaire, pourrait contribuer au phénomène de radicalisation dans certaines franges urbaines des populations musulmanes. Cf. « The French Connection : Explaining Sunni militancy around the world », in *Foreign Affairs*, 24 mars 2016.

⁷⁰ Voir le dossier consacré à ce sujet par *The Economist*, 4 juin 2016.

⁷¹ Richard Wike, Bruce Stokes and Katie Simmons, *Europeans Fear Wave of Refugees Will Mean More Terrorism, Fewer Jobs*, Pew Research Center, juillet 2016.

⁷² Voir Patrick Haenni et Stéphane Lathion (dir.), *Les minarets de la discorde*, Infolio/Religioscope, 2009.

Le marketing de l'État Islamique

Le produit phare de l'État Islamique n'est pas un discours doctrinal complexe et structuré, mais une utopie incarnée : un récit qui raconte la restauration en Syrie et Irak du Califat sunnite. Cette renaissance est régulièrement dépeinte sous les traits d'un État « normal » (agriculture, hôpitaux, marchés, éducation, etc.), qui se déploie dans un contexte eschatologique – un thème récurrent dans les publications de l'EI, celui d'un combat cosmique sur fond de prochaine Fin des Temps. Une des composantes clés de la promotion de ce proto-État passe par cette articulation entre confortable banalité, légitimité transcendante et transgression absolue.

La propagande de l'EI reproduit un mélange de stratégies rhétoriques instrumentale, constitutive et mythique, développées par l'organisation en Irak déjà⁷³. Par rapport à ses prédécesseurs, la nouveauté de ce marketing du jihad réside d'abord dans sa professionnalisation et le développement technique. Émergeant dans une période où la caméra digitale est bon marché, Internet suffisamment rapide, offrant des possibilités quasi illimitées de stockage de données, et séduisant une génération née dans l'ère du multimédia et des réseaux sociaux, l'État Islamique a créé une véritable industrie de production de matériel de propagande : documentaires, vidéos, photo reportages, programmes radio, matériel de prédication, publications (un magazine en ligne, *Dabiq*,⁷⁴ qui en est déjà à son quinzième numéro (31 juillet 2016), et même un rapport annuel décrivant ses succès militaires, graphiques à l'appui⁷⁵). Cette propagande s'appuie sur une large administration de



⁷³ Samuel P. Perry et Jerry Mark Long, « “Why would anyone sell paradise ?” : The Islamic State in Irak and the making of a martyr », in *Southern Communication Journal*, vol. 18, n° 1, pp. 1-17.

⁷⁴ <http://www.clarionproject.org/news/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq>

⁷⁵ http://www.understandingwar.org/sites/default/files/ISWBackgrounder_ISIS_Annual_Reports_0.pdf

48 unités⁷⁶ dévolues à sa production et distribution, ainsi qu'un réseau de volontaires (disséminateurs, « évangélistes » et recruteurs), plus ou moins affiliés à l'État Islamique, qui en accélère la diffusion et la portée⁷⁷. Une étude de la *Brookings* a estimé qu'entre septembre et décembre 2014, il existait un minimum de 46'000 comptes Twitter tenus par des sympathisants de l'État Islamique⁷⁸. Si la majorité de cette production est en arabe, la propagande de l'EI propose toutefois du matériel en neuf langues supplémentaires : turc, ouïghour, allemand, italien, anglais, français, russe et parfois même bengali et bosniaque.

Cette propagande, analyse Charlie Winter, s'articule autour de six thèmes principaux qui se renforcent réciproquement et s'adressent à différentes audiences⁷⁹:

1. la *brutalité*, conviant un mélange de vengeance contre les Infidèles et de suprématie, adressée à la fois aux opposants potentiels ou actifs de l'État Islamique et aux recrues séduites par une esthétique de violence et transgression ;
2. la *compassion*, un thème associé avec l'idée de repentance envers Dieu mais aussi envers le Califat⁸⁰, lequel pardonne les erreurs de parcours et anciennes affiliations en échange d'une complète obéissance ;
3. le *statut de victime*, un thème commun à tous les groupes jihadistes (et plus largement récurrent dans toutes les formes de militance islamique) décrivant la victimisation des musulmans et leur « résistance » à une guerre globale contre l'islam ;
4. la *guerre*, c'est-à-dire la représentation (stratégiquement sélectionnée pour impressionner et parfois désinformer) des combats des troupes du Califat ou les actions terroristes de leurs affiliés ;
5. le thème de *l'appartenance*, celui qui exerce probablement la plus forte attraction sur les jihadistes occidentaux, articulé autour de la camaraderie, dans des vidéos mettant

⁷⁶ Le plus connu est le *al-Hayat Media Center*, établi en juin 2014 et responsable de la plupart des produits en langue anglaise à destination d'une audience occidentale, dont le mensuel *Dabiq*.

⁷⁷ Charlie Winter, *The Virtual 'Caliphate' : Understanding Islamic State's Propaganda Strategy*, Quilliam Foundation, juillet 2015.

⁷⁸ J.M. Berger and Jonathon Morgan, *The ISIS Twitter Census. Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter*, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, n° 20, mars 2015, p. 7.

⁷⁹ Recruteurs, membres actifs, recrues potentielles, disséminateurs (des individus soutenant la cause de l'État Islamique par leur activisme sur les réseaux sociaux, augmentant considérablement la portée de cette propagande), et « évangélistes » (*proselytizers*, ceux que C. Winter appelle le corps diplomatique de l'EI, des individus souvent socialement isolés s'engageant dans une sorte de *jihad-light* sur Internet pour assouvir leur désir de révolte sans risquer l'allégeance formelle ou l'émigration physique). Charlie Winter, *The Virtual 'Caliphate'*, art. cité, pp. 34-40.

⁸⁰ Un exemple frappant que cite Charlie Winter (*idem*, p. 24) est une vidéo intitulée « De l'ombre à la lumière » (produite par le bureau média de la Province de Khayr, 16 avril 2015) dans laquelle des combattants de Jabhat al-Nusra, l'Armée Libre Syrienne et l'armée régulière gouvernementale sont mis en scène reniant leurs anciennes croyances et allégeances, et rejoignant ensemble la néo-oumma de l'État Islamique.

en scène les combattants savourant un thé ou chantant ensemble, une nouvelle *oumma* offrant sécurité, amitié et une fraternité basée sur la croyance ;

6. *l'utopie millénariste*, le thème central et récurrent de la propagande de l'État Islamique sur lequel sa légitimité repose : la Fin des Temps est proche⁸¹, la restauration du *Khilafah* en est un des signes majeurs et le Paradis ne sera qu'accessible à ses membres.

⁸¹ Pour une analyse approfondie du millénarisme de l'État Islamique, voir William McCants, *The ISIS Apocalypse: The History, Strategy, and Doomsday Vision of the Islamic State*, St Martin's Press, 2015.

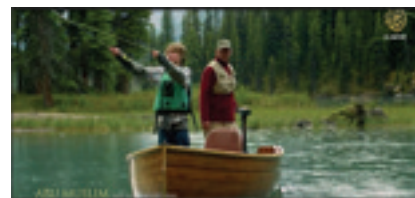
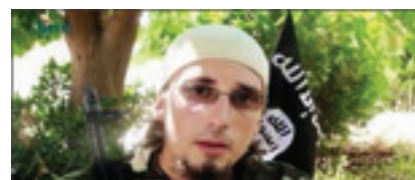
Le Fabuleux Destin d'André Poulin

La vidéo produite par l'office média al-Hayat en juillet 2014 et intitulée « Al-Ghuraba: The Chosen Few of Different Lands »⁸² (« Les Étrangers : Les quelques élus de différents pays ») est une parfaite illustration du type de propagande produite à l'attention des recrues occidentales.

Il s'agit de l'histoire d'un jeune converti du nom d'André Poulin, balayeur de rue originaire de Timmins, une petite ville au nord-est de l'Ontario, qui quitte le monde idyllique des grands



espaces canadiens pour rejoindre l'État Islamique en Syrie (2012). Accompagné par un chant poétique (*nashîd*), le court métrage débute avec une série de plans grandioses témoignant de la beauté du Canada qui pourraient aisément figurer dans une brochure touristique, pour ensuite suivre la trajectoire du narrateur – rebaptisé Abu Muslim al Canadi – depuis ses tribulations avec les forces de l'ordre canadiennes⁸³, décrites sous la forme d'un harcèlement des



Infidèles contre un pieux musulman, en passant par sa vie « ordinaire » dans les terres du Califat, jusqu'à son martyre en août 2013 à l'aéroport de Mennegh (province d'Alep) et sa glorification finale. La fin de l'aventure prend la forme d'une hagiographie, un narrateur

⁸² <http://jihadology.net/2014/07/12/al-%E1%B8%A5ayat-media-center-presents-a-new-video-message-from-the-islamic-state-al-ghuraba-the-chosen-few-of-different-lands-abu-muslim-from-canada/>

⁸³ A. Poulin répond au profil entre petite vie et délinquance, socialement à la dérive: problèmes de famille, emprisonnement, condamné pour harcèlement, port d'arme, vol et menaces de mort. <http://www.cbc.ca/news/andre-poulin-jihadi-from-timmins-ont-confirmed-dead-in-syria-1.2499801>

différent faisant l'éloge, au nom du groupe, de la détermination et du courage d'Abu Muslim, détaillant son combat final, sa mort et sa transformation en martyr. Ce statut est rendu visible par une longue focale sur son visage nettoyé, presque cajolé, par deux mains anonymes, et rendu audible par le retour, à la fin du clip, d'un Abu Muslim « vivant », la voix éditée par un effet d'écho pour qu'elle semble comme résonner de l'au-delà.

La construction narrative de cette vidéo reprend l'archétype littéraire du parcours héroïque, une série d'étapes structurant la transformation du héros dans sa quête d'un trésor ou d'un savoir : se sentant en inadéquation avec sa société, André Poulin quitte le confort de sa patrie, connaît épreuves et tribulations du *muhajir*, s'établit dans un État Islamique où il vit une série d'aventures transformatrices, sa détermination et son courage sont testés, il atteint finalement le but de son épopée – son *hégire*⁸⁴ – et devient un héros, conférant à sa nouvelle communauté le don du martyr.

En lieu et place de considérations doctrinales, l'État Islamique propose une expérience faite d'aventure, de violence et de rédemption, qui n'est pas sans rappeler les clichés de l'héroïque-fantastique : la légitimité transcendante d'une figure royale, al-Baghdadi, « Calife sous la montagne » pour paraphraser un thème médiéval européen, auquel le pèlerin prête allégeance ; l'utilisation fréquente d'images de guerriers à cheval brandissant épées et bannières ; la fratrie guerrière qui ignore les discriminations de classe, d'ethnie ou d'éducation ; le héros jihadiste cavalcadant vers son martyr ; la grande Bataille Finale qui opposera les « vrais » musulmans aux Croisés – il n'est pas difficile de voir que ces thèmes et cette construction narrative ne sont pas une orientale étrangeté, mais trouvent au contraire un fort écho non seulement dans les traditions mythologiques et littéraires, mais aussi et surtout dans les productions cinématographiques globalisées – c'est-à-dire occidentales – qui représentent presque inévitablement une source majeure d'inspiration pour les jeunes jihadistes européens. André Poulin pourrait tout aussi bien s'appeler Anakin Skywalker (*Guerre des Étoiles*).

« Ainsi l'État islamique envoya ses braves chevaliers pour mener la guerre dans les pays des malfaisants Croisés, laissant Paris et ses résidents choqués et impressionnés »⁸⁵, peut-on lire dans un récent numéro de *Dabiq*. La culture jihadiste est à bien des égards une culture romantique, versifiant le meurtre de masse en geste chevaleresque, citant les hauts faits et batailles du Prophète et de ses compagnons comme source d'émulation. À l'image du fantasme de la restauration du *Khilafah* ou du retour à l'âge d'or des pieux ancêtres,



⁸⁴ C'est-à-dire l'imitation de l'exil (622) vers l'oasis de Yathrib (Médine) du Prophète Mohammed et de ses compagnons fuyant l'hostilité de la classe marchande de la Mecque. *Muhajir* désigne celui qui s'exile.

⁸⁵ *Dabiq* 12, p. 2. Notre traduction.

ces références légitimatrices à un passé glorieux exercent aussi une fonction de coagulant imaginaire, inscrivant les acteurs, souvent déracinés, dans une tradition de longue durée, une identité guerrière intemporelle descendant directement des compagnons du Prophète.

Cela indique que le récit seul n'est pas suffisant. Il permet aux candidats et membres du groupe de « raconter » leur identité, mais son pouvoir séducteur serait considérablement réduit sans l'existence d'un *style* immédiatement identifiable, d'une esthétique à la fois *cool* et héroïque du jihad, s'adressant aussi bien au petit délinquant en recherche de rédemption et d'exutoire, qu'au converti romantique en quête d'une juste cause à servir. Cette dimension esthétique du récit relate la même histoire, mais sur un registre non verbal, quasi sensoriel, qui charge l'idéologie émotionnellement, la rend plus attractive, et simultanément accentue le sentiment d'appartenance des membres et sympathisants en créant un langage visuel de reconnaissance. L'« habit » fait le jihadiste.

Le branding de l'État Islamique

La séduction qu'exerce le label « État Islamique » sur une population jeune baignant dans une culture du divertissement et de la consommation présente quelques ressemblances avec l'attrait du « luxe » dans sa forme *bling-bling*, terme hérité du jargon hip-hop qui décrit l'exhibitionnisme et la surcharge de signaux de richesse. Dans ce contexte, l'objet convoité est l'expérience limite, transgressive et transformatrice *État Islamique*, ce qui se fait actuellement de plus en plus mode et de plus en plus visible sur le marché de la radicalité politico-religieuse.

Une marque de luxe cherche à séduire un public niche en encourageant, par la publicité, une relation entre l'objet et le consommateur, une relation qui se joue à la fois sur un plan sensoriel et psychologique. Si l'expérience de plaisir qui découle de l'appropriation d'un objet de luxe se décline sur différents registres (une expérience tactile et visuelle, amour de l'artefact de précision, etc.), la sociologie tend à y voir d'abord un symbole de statut : c'est-à-dire que l'objet lui-même et son label signalent une identité, en direction des autres (distinction), de ses pairs (appartenance) et de soi-même (identité). Il y a quelque chose d'*a priori* irrationnel à investir des sommes disproportionnées pour l'achat d'un sac *Prada* ou d'une montre *Panerai* si l'on considère ces objets sous le seul angle utilitariste, même si cette utilité contient aussi implicitement une valeur ajoutée d'ordre sociale. L'objet possède bien sûr des propriétés physiques qui induisent une expérience sensorielle positive, mais il acquiert surtout une valeur par son histoire, réelle ou imaginée, c'est-à-dire par sa place dans un récit, à l'image par exemple d'une montre portée par un président ou les reliques d'un saint⁸⁶.



La propagande qui s'adresse aux potentielles recrues occidentales s'efforce similairement de vendre le produit phare du marché de l'extrémisme politico-religieux à une audience niche.

⁸⁶ Paul Bloom, « The lure of luxury », in *Boston Review*, 2 novembre 2015.

Pour ce faire, il utilise des méthodes de marketing modernes, jouant sur une esthétique particulière et visant à créer une relation émotionnelle et un effet d'identification avec ses futurs et présents consommateurs. Le coût du label *Jihad cool*⁸⁷ peut sembler lui aussi *a priori* irrationnel, étant donné qu'il implique périlleux combats et possible martyre. Cependant, le statut convoité de jihadiste confère plus qu'un uniforme de rebelle, une AK47 et des esclaves sexuelles ; il procure une nouvelle identité, héroïque l'individu, lui offre une rédemption par le sacrifice, transfigure une révolte informelle en l'intégrant dans un système de croyances et pratiques radicalement transgressives. Dans ce sens, le jihadisme *made in Khilafah* est le produit *bling-bling* par excellence de la violence extrémiste : « coûteux », exhibitionniste, réservé à une « élite » prête à payer son allégeance au prix du sang, et conférant une reconnaissance internationale.

Caroline Joan S. Picart identifie deux composantes clés de ce jihadisme *cool* : l'attrait de la célébrité et la recherche d'une vie « vertueuse » et simultanément luxueuse. Dans les repères culturels de ces jeunes jihadistes, luxe clinquant et célébrité vont de pair, ainsi qu'en témoignent les comptes Instagram et les blogs Tumblr mettant en scène, à la manière des rappeurs américains, des maisons avec piscine, 4x4, AK47 et laptops, symboles de réussite et de



virilité par les armes. L'exemple de l'ancien soldat néerlandais d'origine turque Israfil Yilmaz illustre ce phénomène : il est devenu célèbre grâce à son blog intitulé *Chechclear* sur Tumblr – l'une des plateformes favorites des jihadistes – où il partageait des photos avec filtres glamours en tenue de combat, sur la ligne de front ou cajolant un chaton⁸⁸. L'image de couverture de cet essai est d'ailleurs tirée de son blog. Cet effort d'autopromotion a payé, non seulement parmi les fans de

l'État Islamique dont beaucoup s'en inspireront, mais aussi à l'échelle internationale : le *New York Times*⁸⁹, notamment, a publié un article sur son cas⁹⁰.

La propagande de l'EI utilise les codes visuels de la modernité occidentale, faisant de sa *brand* non pas un produit AOC local difficile à exporter, ou encore l'insurrection d'une élite pieuse doctrinalement structurée sur le mode al-Qaïda, mais plutôt le *McDonald* de l'extrémisme sunnite, adapté aux goûts nivelés d'une audience internationale déconnectée des appartenances sociales, politiques ou religieuses traditionnelles, et aux référents globalisés.

⁸⁷ L'expression « jihadi cool » est de Marc Sageman: *Leaderless Jihad*, op.cit., p. 160.

⁸⁸ Son Blog a été fermé en novembre 2015. https://www.buzzfeed.com/elliievhall/ask-a-jihadi-an-isis-fighters-blog-about-life-in-syria?utm_term=.gy7d9a7XOZ#.nnM1JWKZVw

⁸⁹ <http://www.nytimes.com/2015/11/21/world/middleeast/a-dutch-isis-fighter-is-taking-questions-on-tumblr.html>

⁹⁰ « "Jihad Cool/Jihad Chic": The roles of the Internet and imagined relations in the self-radicalization of Colleen LaRose (Jihad Jane) », in *Societies*, n° 5, avril 2015, p. 363.

Cela permet à une diversité d'acteurs, issus de milieux différents et pas nécessairement en mesure de se rendre physiquement dans les terres califales, de (se) signaler une même appartenance. A l'image de son utopie millénariste, l'esthétique de l'État Islamique est fondamentalement déculturée et déterritorialisée⁹¹ : elle n'est pas « arabe » ou « syrienne », mais un hybride globalisé mélangeant des ressources symboliques médiévales islamiques et post-modernes occidentales. Son pouvoir de séduction et de recrutement provient en partie de son absence de racines réelles qui le limiteraient géographiquement, linguistiquement ou ethniquement : l'allégeance et l'obéissance sont les seules conditions. Il suffit de le faire, pour paraphraser la célèbre campagne publicitaire « Just Do It » de la marque Nike.



L'ensemble de repères visuels (uniformes typés, couleurs, pick-up Toyota, barbe, etc.) de comportements (pose doigt levé, *selfie* avec AK47, mélange de signaux de compassion et de violence sauvage), de langage (le parler émaillé d'expressions religieuses, l'utilisation de la poésie vocale) et symboles (drapeaux noir) fait converger les trajectoires et goûts individuels dans un faire et un paraître partagés. Certains esprits entrepreneurs (en Turquie, l'échoppe stambouliote *Islami Giyim*⁹², et en Indonésie, *Zirah Moslem*⁹³) sont même allés jusqu'à développer des produits dérivés estampillés ISIS, dont T-shirts et pulls à capuche⁹⁴. L'esthétique



entre en synergie avec le récit, le prêt-à-porter rejoint le prêt-à-croire. Ces éléments qui la composent doivent être à la fois distinctifs, reconnaissables et suffisamment globalisés pour être endossés par une pluralité d'« émigrés ». Ces objets et pratiques servent à la fois d'élément de séduction et de coagulant de groupe, l'économie émotionnelle annulant le sens critique et soudant les participants dans une sous-culture avec ses codes et ses références, à la fois verbales, musicales, visuelles, comportementales.

Clara F. Arfvidson souligne à quel point ce qu'elle appelle le *Jihad-look*, un style d'habillement et de pose guerrière mis en évidence dans les publications de l'État Islamique, ressemble au caractère-type des très populaires jeux vidéo *first person shooter* tels que *Counter*

⁹¹ Un aspect important de la relation entre globalisation et néo-fondamentalisme remarquablement bien développée par Olivier Roy dans *La Sainte Ignorance: le temps de la religion sans culture*, Paris, Seuil, 2008.

⁹² Joseph Dana, « The Jihadi gift shop in Istanbul », in *Roads & Kingdoms*, 2014 - <http://roadsandkingdoms.com/2014/the-jihadi-gift-shop-in-istanbul/>

⁹³ https://twitter.com/zirah_moslem

⁹⁴ <http://english.alarabiya.net/en/variety/2014/06/24/The-ISIS-gift-shop-T-shirts-and-hoodies-now-sold-online.html>

Strike, *Grand Theft Auto*, ou *Call of Duty*.⁹⁵ Les jeunes hommes joignant le jihad s'identifient fortement avec les stéréotypes masculins promus dans l'univers des jeux vidéo et il est courant de voir dans cette propagande des reprises, en image ou vidéo, d'extraits tirés de ces jeux, appelant les recrues à abandonner leur écran et rejoindre un *Call of Duty* grandeur nature, où la mort n'est pas plus à craindre que sur sa console⁹⁶.



Beaucoup d'observateurs ont souligné le mimétisme esthétique entre les productions de l'État Islamique et le style hollywoodien. Cette ressemblance s'exprime surtout techniquement, par l'usage d'un standard digital de qualité élevée, avec un cadrage, une lumière, des jeux d'angle et des transitions témoignant d'un

maîtrise professionnelle⁹⁷, mais aussi en termes de contenu, avec un mélange de romantisme kitsch et de lyrisme qui font écho au renouveau du péplum et de l'héroïque-fantaisie dans le cinéma grand public depuis une dizaine d'années. Une récente analyse quantitative des productions visuelles de l'État Islamique a mis en évidence que plus de 15 % de ce matériel est directement inspiré de films, séries



TV, jeux vidéo et clips musicaux caractéristiques de la culture populaire de divertissement, des films tels que *Saw*, *The Matrix*, *American Sniper*, *V for Vendetta*, des jeux vidéo comme *Call of Duty*, *Mortal Combat X* et *Grand Theft Auto*.⁹⁸



Les propagandistes de l'État Islamique puisent aussi bien dans les ressources visuelles du cinéma nord-américain, des jeux vidéo, voire des œuvres d'auteurs contemporains (à l'image de l'image ci-contre, détournement d'une œuvre photographique de Brian

⁹⁵ Clara Lebedinski Arfvidson, « *To Die in Rage: Violence, masculinity and aesthetics in the narrative of ISIS* », mémoire de Bachelor, Université de Göteborg, printemps 2015, p. 21

⁹⁶ Anne Speckhard, « The hypnotic power of ISIS imagery in recruiting Western youth », *ICSVE Brief Report*, avril 2016, pp. 22-23. www.icsve.org/brief-reports/the-hypnotic-power-of-isis-imagery-in-recruiting-western-youth-2

⁹⁷ Cori E. Dauber et Mark Robinson, « ISIS and the Hollywood visual style », in *Jihadology Blog*, 6 juillet 2015 - <http://jihadology.net/2015/07/06/guest-post-isis-and-the-hollywood-visual-style/>

⁹⁸ Javier Lesaca, « On social media, ISIS uses modern cultural images to spread anti-modern values », *Brookings*, 24 septembre 2015 - <http://www.brookings.edu/blogs/techtank/posts/2015/09/24-isis-social-media-engagement>

McCarty dans *Dabiq*⁹⁹), que dans celles de la tradition islamique, poésie classique arabe en tête. Le premier universalise le message à destination d'une jeunesse particulièrement réceptive à ces produits culturels et le second fabrique de l'authenticité en chargeant le récit et l'esthétique d'images, symboles, collages de références coraniques et musiques « islamiques ». De même que la radicalisation néo-jihadiste peut être décrite comme une islamisation de la radicalité, la propagande de l'EI correspond à bien des égards à une islamisation de produits culturels



globalisés, utilisant la vitesse acquise de leur quasi universalité. Ce langage propagandiste a quelque chose d'un esperanto dont la grammaire est celle du divertissement de masse et le vocabulaire celui du salafisme-jihadiste. En ce sens, l'ironie de l'œuvre intitulée *Balloon Dog in Syria Desert* (2015) de l'artiste finlandais Julius Granström traduit très habilement la modernité kitsch de l'esthétique *État Islamique*¹⁰⁰.

Dans leur essai consacré à la poésie (*nashîd*) jihadiste, les professeurs Robyn Creswell et Bernard Haykel souligne à quel point les *anashîd* occupent une place centrale dans la culture arabe, et consécutivement dans les modes d'expression des groupes islamistes et jihadistes¹⁰¹. Remontant à la période pré-islamique, la tradition de la poésie est très vivante et jouit encore d'une grande popularité dans la région. Parmi les programmes de télévision les plus populaires au Moyen Orient se distingue l'émission *Sha'ir al-Milyoun* (« le Poète Millionnaire »), produite à Abu Dhabi, qui présente des versificateurs amateurs venus de l'ensemble du monde arabe pour réciter leurs poèmes devant un jury. La poésie jihadiste est infiniment plus martiale mais représente néanmoins un dérivé de cet art populaire, ainsi qu'en témoignent les nombreuses vidéos de jihadistes récitant des poèmes ou chantant en vers. Sans surprise, après les thèmes de la guerre, du martyr et du deuil, la forme la plus commune dans le milieu jihadiste est l'épigramme funèbre, à la manière du court métrage consacré à André Poulin, préservant l'histoire du héros mort au combat pour la postérité et fabricant un calendrier commun pour les militants, les martyrs demeurant la pierre angulaire de l'histoire commune d'un groupe.

« Un bon *nashîd*, écrivait le maître propagandiste d'al-Qaïda Anwar al-Awlaki, peut se répandre si largement qu'il atteint un public qu'on ne pourrait atteindre à travers une conférence ou un livre. Les poèmes (*anashîd*) sont surtout une source d'inspiration pour les jeunes, qui sont la fondation du Jihad à toutes les époques. Les poèmes sont un élément

⁹⁹ Soraya Nadia McDonald, « What do you do when ISIS steals your antiwar art to recruit members ? », in *Washington Post*, 8 décembre 2015.

¹⁰⁰ <http://www.saatchiart.com/art/Sculpture-Islamic-State-ISIS-Balloon-Dog-in-Syria-desert-Study-2015/151701/2462530/view>

¹⁰¹ « Battle Lines : Want to understand the jihadis ? Read their poetry », in *The New Yorker*, 8-15 juin 2015.

important dans la création d'une "culture du Jihad" »¹⁰². L'utilisation du chant versifié par la propagande de l'État Islamique s'inscrit dans la continuité du renouveau des *anashîd* politiques et contestateurs au tournant des années 1970-80 : les Frères Musulmans en Syrie dans leur opposition au gouvernement de Hafez al-Assad (dont certains chants sont encore utilisés par les groupes jihadistes dans leur confrontation avec son fils Bashar al-Assad), en Palestine avec l'émergence du Hamas (issus des Frères Musulmans) dans les années 1980 comme un acteur clef de la résistance à l'occupation israélienne, des chants moudjahidin de la guerre d'Afghanistan (1979-89) où la « Caravane des martyrs » devint le premier album jihadiste à connaître la célébrité, réédité à plusieurs reprises jusqu'à aujourd'hui. La guerre contre les Soviétiques en Afghanistan fut non seulement le prélude du mouvement jihadiste, mais aussi celui d'une culture jihadiste¹⁰³. Ironiquement, la poésie chantée des mouvements salafistes-jihadistes doit plus aux Frères Musulmans – la « Confrérie Apostate »¹⁰⁴ honnie par l'État Islamique – qu'au wahhabisme saoudien¹⁰⁵.

Si le contenu idéologique et les thèmes principaux demeurent les mêmes, les poètes de l'EI versifient à partir d'une position de dominance (et non de celle d'un petit groupe résistant) et avec une accentuation plus strictement traditionnelle. La poésie néo-califale élimine instruments et percussions, et respecte plus scrupuleusement une manière de versifier héritée de la poésie préislamique et du début de l'islam¹⁰⁶. Cet accent sur une esthétique stricte et traditionnelle est probablement héritée du purisme et de la méfiance que salafisme et wahhabisme partagent envers la musique, mais il sert aussi de bande son à la chorégraphie d'une restauration du Califat, un des outils pour fabriquer de l'« authentique ». Nettoyé des scories culturelles, le *nashîd* devient le costume musicale du fantasme « cape et épée » de la geste califale.

Pour les candidats au jihad pourvu d'un talent musical, le *nashîd* peut représenter un moyen supplémentaire d'intégration et de réalisation identitaire, un élément artistique accentuant l'authentification de sa révolte. A l'image de l'État Islamique bricolant une tradition, le chant versifié peut également devenir un instrument de transformation qui charge d'authenticité une révolte individuelle qui s'exprimait originellement dans un langage urbain occidental de type *gangsta*. Comme le *selfie* en uniforme kaki et la kalachnikov, la barbe ou

¹⁰² A. l-Awlaqi, « 44 ways to support Jihad », Victorious Media, 2009, p. 18 - http://ebooks.worldofislam.info/ebooks/Jihad/Anwar_Al_Awlaki_-_44_Ways_To_Support_Jihad.pdf, cité par Jonathan J. Lee, *The ISIS Aesthetic and the Imagined Islamic State: A comparative study between the anashîd of the Islamic State of Irak and Syria and the poetry of the Taliban*, mémoire de master, Institut d'Études arabes et islamiques, Université d'Exeter, 2015, p. 32. Nous traduisons.

¹⁰³ Behnam Said, « Hymns (Nasheeds) A contribution to the study of the Jihadist culture », in *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 35, n° 12, 2012, pp. 865 -868.

¹⁰⁴ Thème de couverture de *Dabiq* n° 14.

¹⁰⁵ Behnam Said, art. cité, p. 874.

¹⁰⁶ Jonathan J. Lee, art. cité, p. 35.

l'index levé, le chant versifié fait partie des signaux annonçant la conversion au jihadisme. Le rappeur Denis Cuspert, Deso Dogg de son nom de scène et Abu Talha Al-Almani de son nom de



guerre, en est un exemple révélateur. Moitié Ghanéen, moitié Allemand, né dans le quartier de Kreuzberg à Berlin, après un itinéraire en dent de scie entre petite criminalité, gang et musique rap, il abandonne sa carrière musicale et se convertit à l'islam en 2010 (et bien sûr poste une vidéo sur Youtube pour en

témoigner). Après sa conversion religieuse, Cuspert s'associe rapidement à un groupe salafiste à présent interdit en Allemagne, Millatu Ibrahim, mené alors par le prêcheur Muhammad Mahmoud (Abu Usama Al-Gharib), avant de zigzaguer entre différents milieux fondamentalistes et jihadistes en Egypte, Libye puis en Syrie, où il rejoint finalement l'État Islamique en 2014. *Jihadi Dogg* est devenu célèbre sur la scène jihadiste germanophone en composant des *anashîd* à destination d'une audience allemande, incarnant jusqu'à la caricature le passage d'une esthétique « ghetto » à celle du jihadisme¹⁰⁷.

Le sous-titre de son album *Alle Augen Auf Mich*, « Tous les yeux braqués sur moi », pourrait être le slogan de cette génération.

¹⁰⁷ Il apparaît en novembre 2014 dans une vidéo de l'EI brandissant la tête coupée d'un prisonnier : « Bruder, Kämpfer, Dschihadist », in *Spiegel*, 18 novembre 2014, p. 6.

Conclusion : kitsch et radicalité jihadiste

Le néo-jihadisme européen présente les atours d'une révolte jeune et « expressionniste ». En partie, rébellion narcissique fascinée par la violence et la terreur, trouvant dans la radicalité l'engin de revanche et d'émancipation corrigeant humiliation, désespoir et aliénation ; en partie, mutinerie romantique contre la part d'ombre de la modernité occidentale, un ré-enchantement existentiel par le lyrisme du combat et la sacralité d'une cause.

Si le processus de radicalisation a en effet besoin de terrains sociaux et politiques fertiles pour se développer, la séduction du label *État Islamique* ne provient pas de son programme politique ou d'un corpus doctrinal. L'attrait qu'exerce la radicalité jihadiste sur des milliers de jeunes musulman(e)s européen(ne)s largement déculturés et dépolitisés est plus subtil qu'une relation verticale et causale entre *Realpolitik* et mobilisation violente. Il est vrai qu'il serait vain d'analyser, par exemple, la trajectoire d'un bédouin du Sinaï rejoignant un groupe salafiste-jihadiste sans introduire les variables économique et politique de la violence d'État, mais cela ne signifie pas pour autant que toutes les mobilisations utilisant le lexique du jihadisme sont articulées sur des mobiles politiques ou qu'il s'agisse d'une révolte de même nature. La globalisation du langage jihadiste n'implique pas l'universalité des causes.

Dans les pays européens, la séduction du label *Khilafah* s'appuie sur le *branding* efficace d'un produit de consommation qui répond aux attentes et besoins d'un public niche. Au banlieusard en révolte, il procure un espace où inverser positivement les stigmates d'un parcours en échec et en dérive, canalise la part de plaisir de la transgression délinquante en la chargeant de slogans politico-religieux. Au converti en recherche d'une nouvelle patrie spirituelle, il offre un terrain où la restauration physique du Califat correspond à l'injection de sacré et d'ardeur venant solidifier l'acquisition d'une nouvelle identité.

Pelez l'oignon des dysfonctionnements politiques, économiques et sociaux, des lexiques religieux et slogans politiques, et vous trouverez le cœur du néo-jihadisme, une recherche de statut et d'identité.

Le succès de ce *branding* repose pour une large part sur une esthétique hybride qui mélange images, valeurs et codes empruntés à la culture globalisée du divertissement de masse et au champ du salafisme-jihadiste. Elle s'appuie ainsi sur des éléments qui résonnent avec une

sous-culture « ghetto », ainsi qu'avec le lyrisme kitsch et la théâtralisation de la violence des *blockbusters* du cinéma hollywoodien.

Ce terme de kitsch suggère un effet de faux-vieux et d'exhibitionnisme, une copie tape à l'œil qui dénature un original en voulant s'en approprier le prestige. Ce n'est pas un hasard si le kitsch est souvent le langage artistique des pouvoirs autoritaires, ainsi que l'illustre le néo-ottomanisme du Président Erdogan en Turquie, paradant aux côtés de soldats en rutilant costumes ottomans¹⁰⁸ sur les marches de son grotesquement colossal palais présidentiel¹⁰⁹. Néo-ottomanisme ou néo-califat, ces tentatives de capture de l'« authentique » ressemblent à ces monuments sous cloche sur lesquelles il neige lorsqu'on les retourne.

De ce point de vue, l'« authenticité » de l'objet fait partie intégrale de l'expérience néo-jihadiste. Il doit ressembler au « vrai », non seulement pour en justifier le coût, c'est-à-dire l'exil et le martyre, mais aussi afin d'en amplifier l'expérience émotionnelle et sensorielle (à l'image de l'effet suggestif sur l'expérience gustative qu'exerce une étiquette prestigieuse annonçant un grand cru). C'est d'ailleurs à cette logique que souscrit l'expression si courante dans la presse de « soi-disant État Islamique » : le « vrai » califat, historique ou théorique, comme modèle « authentique » doit être distingué de sa copie abâtardie, la monstruosité kitsch de Daesh.

¹⁰⁸ http://www.huffingtonpost.fr/2015/01/12/erdogan-abbas-turquie-palais-ankara-international-photos_n_6456102.html

¹⁰⁹ 1150 chambres et trente fois la taille de la Maison Blanche.

Pourquoi un nombre aussi élevé de jeunes musulman(e)s européen(ne)s, élevés au grain d'une culture sybarite et moderne, choisissent-ils d'embrasser l'utopie meurtrière et millénariste de l'État Islamique ? Les réactions médiatiques et politiques à la multiplication des attaques terroristes inspirées par le néo-califat ont eu pour effet collatéral de brouiller la compréhension de ce phénomène. Cet essai a pour objectif de contribuer à dissiper ce brouillard de guerre en analysant l'état actuel de la recherche et la manière dont la séduction de la violence jihadiste s'exerce sur certaines franges marginales de la jeunesse européenne.

Institut Religioscope

Grand'Places 14 - 1700 Fribourg - Suisse

www.religioscope.org

www.religion.info