

THE CARTER CENTER



LE CENTRE CARTER

Mémoire de recherche

L'évolution de la propagande de recrutement de Daech à la lumière de ses pertes territoriales

Janvier 2017

Sommaire exécutif

À la fin de 2016, Daech a perdu 43 % des territoires qu'il contrôlait, notamment les principales villes irakiennes (Ramadi, Falloujah et Tikrit) et syriennes (Kobani, Tal Abyad et Manbij).¹ Vu la récente avancée des forces de sécurité irakiennes, il semble inévitable que les troupes de Daech soient définitivement expulsées de Mossoul. Ces lourdes pertes territoriales constituent une épreuve qui permet d'évaluer l'adaptabilité des stratégies de recrutement de Daech.

En réponse à ce repli, Daech a amélioré ses stratégies de communication de trois importantes et interdépendantes façons : théologiquement, stratégiquement et tactiquement. Selon l'analyse menée par le Centre Carter, l'idéologie de Daech survivra probablement à la perte considérable de ses territoires, vu que l'intervention militaire n'est pas suffisante pour éradiquer l'extrémisme violent. Malgré les revers, l'idéologie de Daech continuera à attirer des recrues et à inciter à la violence. À moins que les causes de l'extrémisme violent, y compris les griefs socio-politiques, la mauvaise gouvernance, le manque de développement, l'urbanisation rapide, la concurrence sur des ressources limitées et les conflits qui perdurent comme le conflit en Syrie, ne soient convenablement traitées, les idéologies telles que celle de Daech continueront à proliférer par l'intermédiaire des réseaux sociaux et des réseaux hors ligne. Les conclusions présentées dans ce

¹ « The Jihadi Threat : ISIS, Al Qaeda, and Beyond, » United State Institute of Peace, Décembre 2016/Janvier 2017.

rapport sont fondées sur une analyse approfondie des sources principales de Daech, y compris des vidéos, des discours audio et des magazines en ligne comme *Dabiq*² et *Rumiyah*.

Réinterprétation théologique : Construire une couverture sacrée

L’outil de propagande de Daech repose toujours sur des affirmations théologiques, notamment la mauvaise interprétation des principaux textes religieux musulmans, ce qui lui permet d’établir une autorité religieuse et de moralement justifier la violence terroriste au service d’un projet politique plus vaste.³ Les affirmations théologiques ponctuent les discours de Daech et alimentent sa propagande. Toutefois, ces interprétations ne sont pas statiques, mais évoluent en fonction des derniers développements, de manière à servir les objectifs politiques et les objectifs en matière de recrutement de l’organisation. Dans un discours audio qu’al-Furqan Media a diffusé le 2 novembre 2016, Abou Bakr al-Baghdadi, le chef de Daech, a avancé l’explication théologique de la *fitna*, fournissant une couverture sacrée aux pertes essuyées sur les champs de bataille : « Et si nous sommes affligés par des assassinats, que nos blessures se multiplient, que la tempête fait rage contre nous, et que de grandes adversités s’abattent sur nous, rien de tout cela n’est surprenant. Il s’agit de la promesse qu’Allah nous a faite. Au contraire, l’affliction est un décret inéluctable. »⁴ Les derniers articles publiés dans *Rumiyah* regorgent de vastes reformulations théologiques qui expliquent les récents revers comme une épreuve d’ordre divin précédant l’ultime victoire. Nombreux sont ceux qui citent des anecdotes historiques et des versets coraniques qui soulignent que les premières défaites ou les inégalités de force sont un signe qui présage l’intervention de Dieu qui sauvera ses soldats. La tentative de réinterpréter ses affirmations théologiques marque une reconnaissance des pertes territoriales et une évolution dans la stratégie de communication de Daech.

Ce retournement se manifeste surtout dans la réinterprétation de Daech de sa prophétie concernant la bataille apocalyptique de Dabiq. Daech reconnaît que sa défaite militaire dans la région de Dabiq, qu’elle célèbre comme étant le théâtre de sa victoire certaine contre les infidèles, pourrait avoir des répercussions négatives sur ses efforts en matière de recrutement. Par conséquent, une réinterprétation théologique du récit apocalyptique de Dabiq ainsi qu’une révision de ses objectifs stratégiques sont vitales pour ses ambitions expansionnistes. Ceci a été réalisé en remplaçant le magazine *Dabiq* par un magazine plus récent, à savoir, *Rumiyah*. Bien que les forces syriennes soutenues par la Turquie n’aient officiellement repris Dabiq des mains de Daech qu’au début d’octobre 2016, la discontinuité de *Dabiq* en juillet, suivie par la publication de *Rumiyah* en septembre, montre bien que le groupe terroriste s’attendait à un déclin imminent et a œuvré en conséquence pour donner un nouveau sens à sa mission. Cela est davantage marqué dans le troisième numéro de *Rumiyah* qui consacre un article à la perte de Dabiq. Ce qui semblait être le principal objectif stratégique et théologique de Daech, à savoir

² Dabiq est à la fois le nom d’une ville au Nord de la Syrie où une ultime bataille apocalyptique est prophétisée et le nom du cybermagazine de Daech qui est publié en ligne en anglais depuis un certain temps. Ainsi, la ville sera désignée par Dabiq et le magazine de propagande de Daech sera représenté par Dabiq.

³ Il est important de souligner que Daech est avant tout un groupe politique, même si ses objectifs revêtent la forme de discours religieux et de mobilisation théologique.

⁴ Abu Bakr al-Baghdadi, Al Furqan Media, le 2 novembre 2016.

accélérer l'apocalypse à Dabiq, a été redéfini à la lumière des pertes territoriales. Tous les numéros de *Dabiq* débutaient par une citation de Abu Mus'ab az-Zarqaoui,⁵ affirmant que la lutte du djihad continuera « jusqu'à ce qu'elle brûle les armées de la croisade à Dabiq. »⁶ Cependant, *Rumiyah* souligne les différences entre les petites batailles qui se déroulent à Dabiq et l'ultime bataille apocalyptique. La « dernière heure » à Dabiq est imminente, mais reportée. Les pertes militaires sont considérées comme de simples revers sur le chemin qui mène à l'inéluctable victoire : « Cette guerre d'attaque et de retrait qui sévit à Dabiq et ses environs, soit la petite bataille de Dabiq, conduira inévitablement à la grande Malhamah (bataille) de Dabiq, même si elle devrait être précédée par un repli, selon l'ordre d'Allah. »⁷ Daech fournit ainsi une couverture théologique à ses pertes tout en mettant en garde ses ennemis et en rassurant ses partisans.

Le discours du « vainqueur » : la communication stratégique sur l'espace en ligne

L'innovation théologique a évidemment permis à Daech d'assurer une couverture religieuse à ses défaites et aux revirements de situation, mais sa stratégie de communication quotidienne a aussi évolué dans le but de défier toute concurrence dans l'arène médiatique. Daech est conscient qu'il est essentiel de rationaliser et de justifier la perte de ses territoires pour apaiser psychologiquement ses combattants, ses partisans, et ses recrues potentielles.

Traditionnellement, les vidéos diffusées par Daech comportent un pourcentage considérable d'images illustrant la vie à l'intérieur des territoires de l'organisation comme étant une utopie. On y voit notamment des enfants qui jouent, des habitants qui profitent des services sociaux offerts et la manière dont les lois et l'ordre sont imposés dans des zones qui ont constamment été en état de guerre pendant plus d'une décennie. Les récentes vidéos diffusées à la fin de 2016, en particulier celles qui ont été prises dans la province de Ninive (y compris Mossoul), ont davantage glorifié le djihad militaire, montrant souvent des soldats de Daech engagés dans une offensive contre les forces irakiennes.

Par exemple, une série de deux vidéos tournée dans la région de Mossoul à la fin d'octobre 2016 et intitulée *The Ignition of War* (la machine de guerre) utilise des termes glorieux pour dépeindre la bataille de Mossoul, qualifiant ainsi les combattants de Daech de vainqueurs et non seulement de personnes courageuses. Les images montrent ces combattants détruire des chars Abrahams et du matériel militaire irakien et saisir des dizaines de munitions appartenant à l'ennemi. Une autre vidéo de Mossoul, diffusée en décembre 2016 et intitulée *Tank Hunters* (chasseurs de chars), résume les histoires et les tactiques des combattants de Daech dans leur lutte contre les véhicules

⁵ Abu Mus'ab az-Zarqaoui a fondé al-Qaïda en Mésopotamie en 2004 après avoir prêté serment d'allégeance à al-Qaïda. Les déclarations de Zarqaoui sont souvent citées dans la campagne de propagande de Daech à des fins stratégiques et rhétoriques.

⁶ Dabiq, numéros 1-15

⁷ Rumiyah, numéro 3, pg. 26

blindés. De telles vidéos débordent de représentations infographiques⁸ qui illustrent le nombre de matériels détruits de l'ennemi.

Le recours massif de Daech à l'infographie dans le cadre de sa propagande en ligne lui permet de représenter ses pertes territoriales à Mossoul comme un succès stratégique dans une guerre d'usure qu'il est théologiquement convaincu de gagner. Des images similaires servent à humilier et à se moquer de ses ennemis, en particulier, les membres de la coalition occidentale. La diffusion des récits de guerre dans des vidéos telles que celles mentionnées ci-dessus mettent l'accent sur le manque de ressources dont dispose Daech comparativement à la richesse et à la puissance de ses ennemis, mettant ainsi en valeur la virilité, le courage et la piété des combattants de l'organisation islamique. Alors que l'appel au djihad armé était assez répandu dans *Dabiq*, son invocation persistante comme thème central dans la plupart des articles de *Rumiyah* reflète également une intensification générale du discours militaire. Ceci indique que les communications stratégiques tirées des centres médiatiques provinciaux et des magazines en ligne de Daech cherchent de plus en plus à présenter un « discours de vainqueur » qui encourage les partisans et se moque des ennemis, surtout à la suite de son récent échec militaire.

Changements tactiques : encourager le djihad chez soi

Daech a globalement été cohérent dans sa propagande de recrutement en ligne, appelant à la *hijra* de tous ses partisans, soit à leur émigration vers les territoires qu'il contrôle. Assurer un territoire vers lequel les futurs djihadistes pourraient émigrer faisait partie intégrante de l'appel de Daech. De plus, ceci distinguait Daech d'al-Qaïda qui décourageait l'émigration massive vers l'Afghanistan, contrôlait étroitement ses recrues et les exhortait de perpétrer des attaques dans leur pays. Compte tenu de la perte de ses territoires, Daech encourage maintenant davantage ses adeptes dans ses vidéos et ses publications à rester dans leur pays d'origine et à se livrer au terrorisme par tous les moyens. Ceci est bien mis en évidence par le changement de rhétorique, vu que le message initial de l'organisation passé dans *Dabiq* : « ce djihad n'est possible que si vous faites vos valises et que vous vous rendez à la Khilafat »⁹ a connu des modifications reflétées dans les articles de *Rumiyah* : « mobilisez-vous dans votre tanière afin de soulager la douleur qui touche les cœurs des musulmans en attaquant les *kuffars* (infidèles) chez eux » parce que « c'est seulement la *hikmah* (sagesse) d'Allah qui vous a dispersés dans les quatre coins de la terre et dans diverses régions des croisés pour voir lequel d'entre vous accomplira les meilleurs actes. »¹⁰ En d'autres termes, la *hijra* (l'émigration) vers le califat n'est plus une condition nécessaire au djihad ni une obligation théologique. Au lieu de cela, les partisans sont sollicités pour mener des attaques isolées dans leur pays d'origine.

Pour aider les partisans à commettre des attaques dans leur pays au nom de Daech, l'organisation a commencé à proposer des vidéos et des articles de démonstration pratique dédiés aux terroristes locaux. Une nouvelle rubrique intitulée *Juste Terror Attacks* (Juste des attaques

⁸ L'infographie désigne les représentations d'informations et de données visuellement sophistiquées. Daech mise fortement sur l'infographie en tant qu'outil stratégique lui permettant de rendre ses messages faciles à comprendre, attirants et susceptibles d'avoir des répercussions psychologiques à long terme.

⁹ *Dabiq*, numéro 3, A Call to Hijra, pg. 31

¹⁰ *Rumiyah*, numéro 1, pg. 17

terroristes)¹¹ a été introduite dans le 12^e numéro de *Dabiq* et figure désormais régulièrement dans *Rumiyah*; elle vise exclusivement à encourager les attaques isolées. Elle indique quand et comment une attaque de grande envergure peut être exécutée et quelles sont les éventuelles armes qui pourraient être utilisées. Des articles tels que *The Kafir's Blood is Halal for You, So Shed It* (Le sang des infidèles est halal pour vous, versez-le)¹² et *Brutality and Severity towards the Kuffar* (Brutalité et sévérité envers les infidèles)¹³ tentent de rationaliser, de normaliser et de glorifier la violence dans le but d'éliminer toute mauvaise conscience qui pourrait dissuader les partisans de Daech à l'étranger de commettre des actes terroristes isolés. De même, *Oh You Must Fight Them, Muwahiddun!* (Unis, vous devez les combattre!), une vidéo diffusée fin novembre 2016, propose un tutoriel en français, en arabe et en anglais sur les attaques à l'arme blanche et la fabrication d'explosifs. Elle présente des motifs cognitifs (récits de victimisation et de persécution), émotionnels (solidarité collective fondée sur l'identité religieuse), et comportementaux (instruction détaillée sur la méthode à suivre) aux visiteurs. Cela montre la façon dont les médias imprimés et visuels de Daech évoluent de manière à servir, entre autres, de terrain d'entraînement virtuel.¹⁴

L'importance des réseaux de recrutement hors ligne

Malgré les changements considérables dans les stratégies de communication en ligne, la conséquence la plus notable des récentes pertes territoriales de Daech est son recours accru aux réseaux de recrutement hors ligne. L'enquête sur le terrain menée par le Centre Carter en Afrique du Nord indique que les réseaux de recrutement salafistes-takfiristes qui reposent sur les liens géographiques et les contacts sur les réseaux sociaux continuent d'être actifs. Étant donné qu'il est de moins en moins possible de voyager dans les territoires de Daech, les réseaux djihadistes locaux gagnent en importance, ce qui pourrait même attirer d'éventuels combattants étrangers vers des régions de conflit plus proches.¹⁵

Les stratégies de recrutement de Daech dans les communautés marginalisées se concentrent sur des motifs hyper localisés, à savoir, des antécédents de dissidence, une mauvaise relation entre la communauté et le pouvoir central, le manque de possibilités de mobilité ascendante, la médiocrité des services sociaux et une politique sécuritaire oppressive contre les communautés religieuses conservatrices. Dans une ville côtière pauvre au nord du Maroc, un avocat qui mène des recherches sur l'extrémisme a raconté l'histoire de Cochito, un jeune homme devenu célèbre

¹¹ *Dabiq*, numéro 12, Just Terror Attacks.

¹² *Rumiyah*, numéro 1, pg. 34

¹³ *Rumiyah*, numéro 2, pg. 22

¹⁴ Les données sur l'incidence de l'encouragement des attaques « locales » ou « isolées » au cours de la période considérée ne sont pas encore disponibles, et la corrélation entre les attaques de grande envergure en 2016, comme celles d'Orlando et de Nice et la propagande de Daech reste difficile à établir avec certitude. Toutefois, les données montrent que les attaques isolées sont aujourd'hui plus répandues que dans le passé. Consultez la base de données mondiale sur le terrorisme en accédant au programme START de l'Université du Maryland : <http://www.start.umd.edu/gtd/>.

¹⁵ Le personnel du Centre Carter a mené plus de 50 entretiens structurés sur les stratégies de recrutement et l'idéologie takfiriste de Daech avec d'anciens combattants étrangers, des membres de communautés salafistes isolées et des familles de prétendues recrues de l'organisation islamique. Les premiers entretiens ont eu lieu en octobre 2016, suivis d'autres entrevues menées en décembre 2016.

grâce à une vidéo de recrutement graphique de Daech dans laquelle il exposait sept têtes coupées. Avant d'émigrer en Syrie pour rejoindre les rangs de l'organisation, Cochito était le fruit d'un système éducatif inefficace et figé, n'ayant aucune perspective d'emploi, d'enseignement supérieur ou de mariage. Cochito est devenu encore plus célèbre après sa mort, et la circulation permanente de son image sur plusieurs plateformes médiatiques a renforcé sa notoriété, entraînant ainsi le recrutement de plusieurs partisans de son quartier. En pareil cas, les contacts sont maintenus après le recrutement grâce à Facebook messenger et à What's App, ce qui permet d'intensifier le recrutement dans certains quartiers particuliers. Un système d'éducation publique défaillant, le manque de programmes pour les jeunes et les possibilités limitées créent une situation qu'un interlocuteur a qualifiée de « cocotte-minute ». Même si Daech disparaît de l'Irak et de la Syrie, les conditions qui génèrent l'extrémisme violent dans toute la région persistent et sont systémiques.

Conclusions

La perte des territoires de Daech est militairement et symboliquement importante. Cependant, son repli à Dabiq, à Mossoul, ou même à Raqqa, ne marque pas sa défaite totale. L'étendue des territoires contrôlés par Daesh en Irak et en Syrie et son expansion rapide en 2014 resteront ancrées dans sa mythologie, un fait que Baghdadi a personnellement souligné dans ses récents discours adressés à ses partisans. Ses principaux atouts résident dans sa capacité à maîtriser son discours (« nous contre eux, » guerre et paix, atrocités et blâme) et à motiver les personnes, de Paris aux Philippines, à mettre leur vie au service du « Califat ». Daech a été pionnier dans l'utilisation des médias en ligne et a développé l'exploitation des réseaux de recrutement hors ligne comme aucun autre groupe ne l'a fait auparavant; nul n'a besoin de base territoriale pour poster un message sur Tweeter (ou Telegram ou JustPaste.it). L'intervention militaire ne suffit pas à prévenir l'extrémisme violent. Cela ne signifie pas que la défaite militaire ne portera pas un sérieux coup à la prétention de Daech d'avoir établi la « *khilafat* » prophétisée qui était censée être « *baqiyah* », c'est-à-dire, pérenne. Toutefois, il est peu probable que cela permette d'éradiquer la crédibilité rhétorique de l'organisation et son expertise en matière de recrutement.

Le Centre Carter
One Copenhill
453 Freedom Parkway
Atlanta, Georgia 30307
www.cartercenter.org

