



Article de recherche

PROPAGANDE TERRORISTE À L'ÈRE NUMÉRIQUE : PEUR, IDÉOLOGIE ET RECRUTEMENT EN LIGNE

Traduction en français à l'aide de l'IA (DeepL)

Rebeca Radío Armino

Étudiante en doctorat à l'UDIMA et ingénieure en cybersécurité chez INDRA

Master en sécurité, défense et géostratégie (UDIMA)

rebecaradiio@gmail.com

ORCID : 0009-0007-4760-8020

Reçu le 28/09/2025

Accepté le 24/10/2025

Publié le 30/01/2026

doi : <https://doi.org/10.64217/logosguardiacivil.v4i1.8546>

Citation recommandée : Radío, R. (2026). Propagande terroriste à l'ère numérique : peur, idéologie et recrutement en ligne. *Revista Logos Guardia Civil*, 4(1), 249–276. <https://doi.org/10.64217/logosguardiacivil.v4i1.8546>

Licence : Cet article est publié sous licence Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)

Dépôt légal : M-3619-2023

NIPO en ligne : 126-23-019-8

ISSN en ligne : 2952-394X

PROPAGANDE TERRORISTE À L'ÈRE NUMÉRIQUE : PEUR, IDÉOLOGIE ET RECRUTEMENT EN LIGNE

Sommaire : 1. INTRODUCTION. 2. PROPAGANDE DJIHADISTE EN LIGNE. 2.1. La propagande comme moyen de diffusion de la peur. 2.2. Propagande idéologique. 2.3. La propagande comme moyen de recrutement. 2.3.1. Profil cible. 2.3.2. Stratégies de genre pour le recrutement en ligne. 3. CONCLUSION 4. RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.

Résumé : Internet a transformé le terrorisme djihadiste, devenant un canal clé pour la propagande idéologique, le recrutement et la peur. L'exposition répétée à des contenus violents et à des récits idéologiques normalise la violence et renforce l'adhésion des individus vulnérables, en particulier les mineurs et les jeunes, qui sont en quête d'identité, d'appartenance et de sens. Les groupes extrémistes exploitent ces besoins émotionnels en adaptant leurs stratégies aux plateformes numériques et aux jeux vidéo moins réglementés. La prévention nécessite donc une approche globale combinant surveillance technologique, éducation numérique et renforcement des facteurs de protection individuels et sociaux, en s'attaquant à la fois aux agents externes et à la vulnérabilité interne des individus. Ainsi, l'internet apparaît comme un territoire stratégique de conflit, où la cybersécurité et l'analyse du comportement numérique sont essentielles pour contrer l'extrémisme violent.

Resumen: Internet ha transformado el terrorismo yihadista, convirtiéndose en un canal clave para la propaganda ideológica, el reclutamiento y el miedo. La exposición repetida a contenidos violentos y a narrativas ideológicas normaliza la violencia y refuerza la adhesión de individuos vulnerables, especialmente menores y jóvenes, quienes buscan identidad, pertenencia y propósito. Los grupos extremistas explotan estas necesidades emocionales, adaptando sus estrategias a plataformas digitales y videojuegos menos regulados. Por ello, la prevención requiere un enfoque integral que combine vigilancia tecnológica, educación digital y fortalecimiento de factores de protección individuales y sociales, abordando tanto los agentes externos como la vulnerabilidad interna de los individuos. Así, Internet se perfila como un territorio estratégico de conflicto, donde la ciberseguridad y el análisis del comportamiento digital son esenciales para contrarrestar el extremismo violento.

Mots clés : Propagande, cyberspace, cyberpsychologie, recrutement en ligne, radicalisation, propagation de la peur, idéologie extrémiste, terrorisme.

Palabras clave: Propaganda, ciberespacio, ciberpsicología, reclutamiento online, radicalización, difusión de miedo, ideología extremista, terrorismo.

ABRÉVIATIONS

ARPANET : Advanced Research Agency Network

BOE : Bulletin officiel de l'État

BMC : BioMed Central

CP : Code pénal

CITCO : Centre de renseignement contre le terrorisme et le crime organisé

CTED : Direction exécutive du Comité contre le terrorisme

CTC : Centre de lutte contre le terrorisme

DGT : Direction générale de la circulation routière

DSN : Département de la sécurité nationale

États-Unis : États-Unis d'Amérique

ECTC : Centre européen de lutte contre le terrorisme

EI : État islamique

FBI : Federal Bureau of Investigation

FCSE : Forces et corps de sécurité de l'État

ISIS : Islamic State of Iraq and Syria (État islamique d'Irak et de Syrie)

ICCT : Centre international pour la lutte contre le terrorisme

NCP : Protocole de contrôle de réseau

OIET : Observatoire international d'études sur le terrorisme

ONU : Organisation des Nations Unies

OTAN : Organisation du Traité de l'Atlantique Nord

RAE : Académie royale espagnole

RAN : Réseau de sensibilisation à la radicalisation

RDL : Décret royal législatif

TCC : The Carter Center

TCP/IP : Protocole de contrôle de transmission/Protocole Internet

TIC : Technologies de l'information et de la communication

TOW : sites web gérés par des terroristes

UE : Union européenne

UNIR : Université internationale de La Rioja

1. INTRODUCTION

L'origine d'Internet remonte aux années 1960, dans le contexte de la guerre froide, lorsque le ministère américain de la Défense a encouragé le développement d'un réseau de communications capable de résister aux attaques nucléaires et de garantir la transmission d'informations entre différents ordinateurs, même en cas de destruction partielle du réseau. Comme le souligne Cristina Martín Jiménez (2025) dans *La tiranía de la mentira (La tyrannie du mensonge)* : « C'est ainsi qu'est né ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*), qui reliait initialement quatre universités de Californie et de l'Utah via le protocole NCP (*Network Control Protocol*). Au fil du temps, le réseau a évolué et, en 1983, il a adopté le protocole TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*), qui a permis l'interconnexion de multiples réseaux et a jeté les bases de ce que l'on appelle aujourd'hui Internet » (Martín Jiménez, 2025, p. 89).

Cependant, ce qui était au départ un projet militaire stratégique s'est progressivement transformé en un outil d'envergure mondiale, capable de modifier profondément la société et la vie quotidienne. C'est ainsi qu'est apparu un écosystème mondialisé, ouvert et dynamique qui a transformé la communication, l'économie et la culture à l'échelle mondiale. Cependant, bien qu'il constitue un instrument de progrès, le cyberspace est devenu un terrain propice à de nouvelles formes de conflit, parmi lesquelles le terrorisme. Dans cette optique, l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN), l'Union européenne (UE) et divers États — dont les États-Unis, l'Espagne, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et le Canada — reconnaissent officiellement le cyberspace comme un domaine d'opérations qui nécessite une protection stratégique comparable à celle des domaines traditionnels — terre, mer, air et espace. Cette reconnaissance, évoquée par le colonel d'artillerie Fuente Cobo (2022) dans son article « *L'OTAN et le cyberspace : un nouveau domaine d'opérations* », a été officialisée lors du sommet de Varsovie en 2016 et reflète donc l'importance stratégique croissante du cyberspace dans les conflits contemporains.

De même, en ce qui concerne le concept de cyberspace mentionné ci-dessus, le général de division Argumosa Pila (2022), dans son article *Impact du cyberspace sur les guerres du XXI^e siècle*, le définit comme un domaine mondial composé des technologies de l'information et de la communication (TIC) ainsi que d'autres systèmes électroniques. De plus, dans cette perspective, le général souligne que l'une des caractéristiques les plus importantes du cyberspace est qu'il s'agit d'un environnement virtuel sans limites géographiques dans lequel se déroulent des activités vitales pour la société et où apparaissent la criminalité, le terrorisme et l'espionnage (Argumosa Pila, 2022, p. 69).

Dans ce nouveau contexte, et conformément aux affirmations du général (2022), le terrorisme, en particulier dans sa forme djihadiste, a trouvé dans Internet un moyen qui lui permet d'opérer sans les contraintes physiques traditionnelles. Ainsi, dès 2006, le rapport de l'Assemblée générale des Nations unies (ONU) intitulé « *Unis contre le terrorisme* » soulignait que « l'Internet est un excellent exemple de la manière dont les terroristes peuvent agir de manière véritablement transnationale [...] ». En outre, le rapport mentionne que « ceux qui veulent utiliser le cyberspace à des fins terroristes peuvent le faire depuis pratiquement n'importe où dans le monde » (Assemblée générale, 2006, p. 14). Ainsi, l'Assemblée fait explicitement référence non seulement à l'adaptation de ce type de groupes aux réponses des États, mais aussi à la nécessité de développer des stratégies de sécurité adaptées à ce nouveau scénario. De même, ce rapport mentionne la

résolution 1624 (2005) du Conseil de sécurité, qui jette les bases pour ériger en infraction pénale l'incitation à commettre des actes de terrorisme et le prosélytisme à cette fin, y compris par le biais d'Internet (Assemblée générale, 2006, p. 14).

Analyser la relation entre le terrorisme islamiste et Internet apparaît donc aujourd'hui comme une tâche fondamentale. Cependant, pour aborder cette question, il convient de partir de l'intersection entre la psychologie et les nouvelles technologies, c'est-à-dire de la psychologie numérique ou « cyberpsychologie ». Cette discipline consiste à étudier l'interaction entre la technologie et le comportement humain, en se concentrant sur l'influence des TIC sur la façon dont la société pense, interagit, communique et se comporte. Sur cette base, diverses études ont démontré l'influence des stimuli numériques sur la perception et le comportement humains. En particulier, Robert Boleslaw Zajonc, psychologue social reconnu pour ses recherches sur les émotions, la cognition et la perception sociale, a démontré dans son ouvrage *Attitudinal Effects of Mere Exposure*, publié dans le *Journal of Personality and Social Psychology*, que la répétition d'un stimulus, même s'il est initialement perturbant, augmente sa familiarité et réduit la réaction négative, facilitant ainsi son acceptation (Zajonc, 1968, p. 1-27). Ce principe permet de comprendre pourquoi la diffusion de contenus extrémistes — ou de contenus nuisibles en général — sur Internet est si efficace pour les groupes criminels, touchant chaque jour un nombre croissant d'utilisateurs.

Partant de ce principe, les activités djihadistes dans le domaine numérique qui tirent le plus parti des effets de la cyberpsychologie se concentrent principalement sur deux axes : la propagande et le recrutement en ligne. Ces deux axes sont étroitement liés, car dans le contexte du terrorisme mondial, la propagande s'est imposée comme un outil aussi puissant que les armes physiques, dont la fonction ne se limite pas seulement à générer la peur ou à légitimer des idéologies, mais s'étend également au recrutement et à l'adhésion de nouveaux membres. Ainsi, comme nous le verrons dans les chapitres suivants, la propagande devient un instrument central pour l'expansion et le maintien de ce type d'organisations criminelles.

Partant d'une analyse du cyberspace en tant que nouveau domaine de conflit et de l'étude de son utilisation comme moyen de diffusion de contenus violents et de radicalisation djihadiste, cet article explore comment la propagande et le recrutement en ligne reconfigurent les modèles traditionnels du terrorisme. Il vise également à souligner l'importance de combiner la surveillance technologique avec l'analyse du comportement numérique basée sur des aspects psychologiques, voire liés au genre, afin d'optimiser le travail des forces et corps de sécurité de l'État (FCSE) ainsi que des services de renseignement.

2. PROPAGANDE DJIHADISTE EN LIGNE

Selon l'Assemblée générale des Nations unies (2006), l'utilisation de l'internet à des fins de propagande par les groupes djihadistes a connu une croissance exponentielle au cours de la dernière décennie. Alors qu'en 1998, ces groupes disposaient de moins de 20 sites web, à la fin de 2005, il existait environ un million de plateformes numériques actives consacrées à la diffusion d'informations sur les combats et à la propagande terroriste. De même, le rapport mentionne que « certains des principaux attentats récents [tels que, à l'époque, ceux du 11 septembre ou du 11 mars] se sont appuyés sur des informations obtenues sur Internet » (Assemblée générale, 2006, p. 14). Torres Soriano (2014) souligne

même que « les principaux membres de la cellule du 11 mars ont passé beaucoup de temps à naviguer sur le web, à consommer des contenus téléchargés sur Internet et à communiquer virtuellement avec d'autres éléments clés de l'organisation » (Torres Soriano, 2014, p. 98).

À cet égard, une preuve récente de l'évolution des dynamiques de la propagande djihadiste dans l'environnement numérique se trouve dans *l'Annuaire du terrorisme djihadiste 2024*, publié par l'Observatoire international d'études sur le terrorisme (OIET). Ce rapport met en avant *l'opération Almuasasa*, une intervention internationale qui représente la plus grande action menée ces dernières années contre l'infrastructure de propagande en ligne liée à l'État islamique (EI), en particulier en ce qui concerne les *sites web terroristes* (TOW). L'opération, qui s'est achevée le 11 juin 2024 par une action conjointe de « *takedown* » (terme qui désigne l'interruption, la mise hors service ou la suppression de contenus illégaux ou nuisibles sur Internet), a permis de démanteler les principaux serveurs utilisés pour la diffusion de propagande alignée sur l'EI. À cet égard, le dispositif a bénéficié de la participation d'agences telles que le FBI et Europol, et a été dirigé en Espagne par l'Unité centrale spéciale n° 2 du quartier général de la Garde civile. En conséquence, neuf personnes ont été arrêtées sur le territoire espagnol dans les localités d'Algésiras (Cadix), Almería, Ténérife et Gérone. Les personnes arrêtées, originaires du Maroc, de Jordanie et de Palestine, faisaient partie d'un réseau d'entités médiatiques — qui formaient la structure appelée « *Sarh al Khilafa* » — parmi lesquelles figurait le site web pro-Daech « *Fundación l'lam* », caractérisé par la publication de contenus propagandistes de type djihadiste traduits en espagnol (OIET, 2024, p. 114).

Plus précisément, l'Académie royale espagnole (RAE) propose plusieurs acceptions du terme « propagande ». Toutefois, dans le contexte de cette étude, il est particulièrement pertinent de l'entendre de deux manières. Premièrement, comme « l'action et l'effet de faire connaître quelque chose dans le but d'attirer des adeptes ou des acheteurs » et, deuxièmement, comme « l'association dont le but est de propager des doctrines, des opinions, des comportements, etc. ». En ce sens, on observe un lien direct entre la première acception et la dimension du recrutement, tandis que la seconde acception met en évidence la fonction de la propagande en tant qu'instrument idéologique, reflétant la mesure dans laquelle ces organisations peuvent fonctionner comme des structures dédiées à la diffusion d'une vision extrémiste de l'islam, à la légitimation de la violence et à la consolidation d'une communauté transnationale de croyants radicalisés.

Sur la base de ces définitions, on observe trois motifs principaux derrière la diffusion de propagande par ces groupes : la diffusion de la peur, la diffusion de récits idéologiques extrémistes et, enfin, le recrutement. Ainsi, on peut comprendre par propagande terroriste l'ensemble des messages, images, symboles et récits diffusés dans le but d'intimider les sociétés, de démoraliser les adversaires et d'amplifier l'impact psychologique des actions violentes. Ainsi, à travers les réseaux sociaux tels que Twitter (aujourd'hui X), Telegram ou Facebook, les groupes terroristes diffusent en permanence des contenus spécialement conçus pour attirer l'attention des utilisateurs.

Comme annoncé précédemment, bien que l'on puisse distinguer trois objectifs principaux dans la diffusion de la propagande terroriste (générer la peur, propager des discours idéologiques et recruter de nouveaux membres), ceux-ci ne sont pas isolés, mais étroitement liés et fonctionnent généralement de manière complémentaire dans la stratégie de communication des groupes djihadistes. Dans ce cadr , le recrutement est

compris comme « le processus de captation de personnes afin de les associer à un groupe qui adopte une idéologie radicale tendant à promouvoir la peur, les conflits intergroupes et le recours à la violence » (Moyano Pacheco & Trujillo Mendoza, 2013, p.35), constituant ainsi, comme mentionné dans le chapitre précédent, un autre élément clé pour garantir l'expansion et la pérennité de ces organisations.

De même, il est particulièrement important de comprendre le concept d'algorithme de recommandation, compte tenu de son importance dans le processus de propagande de ce type de groupes et dans l'expérience numérique des utilisateurs en général. Ces algorithmes, conçus pour maximiser le temps passé sur une plateforme, analysent en permanence l'historique des interactions (recherches, clics, temps de visualisation et habitudes de navigation) afin de prédire et de hiérarchiser les contenus les plus susceptibles d'attirer l'attention de l'utilisateur. Cela signifie que plus la consommation d'un certain type de contenu est importante, plus l'algorithme lui-même donne la priorité et affiche des contenus de même nature, dans le but de maintenir l'utilisateur connecté plus longtemps. Ce mécanisme de rétroaction, basé sur la détection de modèles et l'apprentissage automatique (*machine learning*), renforce les préférences initiales et favorise la création d'environnements informationnels de plus en plus homogènes, dans lesquels l'exposition à des messages similaires s'intensifie progressivement. Dans le contexte de la propagande extrémiste, ce processus est particulièrement préoccupant et dangereux, car chaque visualisation ou interaction contribue à accroître la visibilité des contenus radicaux, favorisant des environnements avec un pourcentage moindre de contenus différents et facilitant de plus en plus l'accès à des contenus à forte charge émotionnelle ou sensationnalistes.

2.1. LA PROPAGANDE COMME MOYEN DE DIFFUSION DE LA PEUR

Comme indiqué précédemment, l'une des fonctions essentielles de la propagande terroriste est la diffusion de la peur comme outil stratégique. Loin d'être une conséquence secondaire des actes violents, la peur constitue leur objectif principal. Les groupes terroristes planifient soigneusement leurs campagnes de propagande afin de provoquer une terreur psychologique à grande échelle, de générer des troubles sociaux et de conditionner le comportement politique et citoyen. Dans ce contexte, l'hyperconnectivité offerte par Internet et la logique de la viralité numérique agissent comme des multiplicateurs d'impact, permettant aux contenus propagandistes de traverser les frontières en quelques minutes, voire quelques secondes.

La propagande fondée sur la peur fonctionne grâce à une combinaison de violence explicite, de symbolisme émotionnel, de théâtralisation de la souffrance et de techniques audiovisuelles très sophistiquées. Ces ressources maximisent la portée du message en tirant parti des plateformes numériques et des algorithmes de recommandation mentionnés ci-dessus pour une diffusion immédiate et massive. Comme indiqué précédemment, l'exposition répétée à ce type de contenu génère un effet de normalisation de la violence et des discours extrémistes, réduisant la résistance initiale et facilitant le terrain pour la radicalisation. Dans ce contexte, diverses recherches sur l'extrémisme *en ligne* confirment que cette dynamique est systématiquement exploitée par les groupes djihadistes. Plus précisément, l'étude *Terrorism in Cyberspace: The Next Generation* souligne que « la répétition constante de contenus violents habitue les utilisateurs à la violence et au langage extrémiste » (Weiman, 2015, p. 47-50), ce qui coïncide avec les

études mentionnées d'abord de Zajonc (1968) sur les effets de l'exposition répétée à des contenus sur la perception et l'acceptation des stimuli.

Pour comprendre l'ampleur et la sophistication de cette pratique, il est instructif d'analyser des cas paradigmatiques de propagande diffusée par les groupes djihadistes. Un exemple représentatif, décrit par Andrés Ortiz Moyano (2023) dans son livre *#Yihad : Cómo el Estado Islámico ha conquistado Internet y los medios de comunicación* (Yihad : comment l'État islamique a conquis Internet et les médias), est la vidéo mettant en scène Abu Suhayb al-Faransi, un citoyen français et ancien homme d'affaires qui est apparu en 2015 sur les réseaux sociaux, armé d'un fusil AK-47 et affichant l'image typique du djihadiste converti : barbe longue, vêtements austères et langage religieux. Dans la vidéo, Abu Suhayb décrit sa nouvelle vie dans le califat comme « épanouissante et spirituellement enrichissante », contrairement à son existence antérieure en France (Moyano, 2023, p. 43).

C'est un exemple de la manière dont ce type de discours tente de renforcer l'attrait émotionnel du projet djihadiste tout en transmettant un message implicite de menace. En montrant comment un citoyen occidental peut se « transformer » en combattant extrémiste, l'État islamique (EI) met en garde contre sa capacité à influencer et à radicaliser des individus au-delà de ses frontières. La figure du converti devient ainsi un symbole propagandiste de réussite idéologique et de transformation personnelle, qui séduit les jeunes Occidentaux tout en suscitant la peur et l'incertitude dans les sociétés d'accueil. Ce cas illustre donc comment la propagande djihadiste combine la diffusion de la peur avec l'appel émotionnel et identitaire, en utilisant la viralité numérique pour amplifier son impact et toucher un public mondial.

Un autre cas paradigmatique, également documenté par Ortiz Moyano (2014), est la vidéo diffusée par l'État islamique (EI) en août 2014, montrant la décapitation du journaliste américain James Foley, kidnappé en Syrie. Avant son assassinat, le groupe avait exigé une rançon de plusieurs millions à sa famille et à son agence, mais ces demandes n'ont pas été satisfaites. En guise de représailles et de message à l'Occident, l'EI a publié la vidéo sur Internet, générant un impact médiatique mondial grâce, là encore, à la logique de la viralisation. Dans la vidéo, Foley apparaît à genoux, vêtu d'une combinaison orange qui imite délibérément l'uniforme des prisonniers de Guantanamo, tandis qu'il transmet un message dans lequel il accuse le gouvernement des États-Unis (USA) d'être responsable de son sort. La mise en scène — posture soumise, message politique et exécution devant la caméra — a ensuite été reproduite dans de nombreuses vidéos, s'imposant comme un modèle propagandiste de l'État islamique (EI) destiné à maximiser l'effet émotionnel et médiatique (Moyano, 2023, p. 43). En mai 2025, la vidéo est toujours disponible sur Internet, ce qui montre que la permanence et la capacité de viralisation de ces contenus en tant qu'outil de terreur sont très révélatrices.

Ainsi, ces deux cas illustrent comment la propagande fondée sur la peur cherche non seulement à terroriser le public, mais aussi à saper le moral collectif et à générer un impact médiatique.

2.2. PROPAGANDE IDÉOLOGIQUE

Outre la propagande fondée sur la peur et l'impact médiatique, les groupes djihadistes utilisent la propagande comme un discours idéologique extrémiste pour justifier leurs actions et renforcer leur base de soutien. Ce type de propagande ne se limite pas à montrer des images violentes, mais construit un cadre doctrinal qui légitime la violence comme un instrument nécessaire pour atteindre des objectifs politiques ou religieux. La violence est présentée comme un devoir moral ou une forme de justice divine à travers des discours, des manifestes, des forums en ligne et du matériel audiovisuel. Ainsi, les groupes projettent une vision dualiste du monde qui divise l'humanité entre « *croyants fidèles* » et « *ennemis de l'islam* », renforçant la polarisation et alimentant les processus de radicalisation.

Contrairement à la propagande fondée sur la peur, qui vise à intimider et à déstabiliser la société, la propagande idéologique a pour objectif principal de convaincre et de manipuler. En ce sens, ce type de propagande est beaucoup plus lié au recrutement que le type expliqué précédemment, car il fournit un récit qui explique le monde, justifie la violence et offre aux individus un motif et un sentiment d'identité transcendant. Ces récits génèrent des modèles de référence — combattants exemplaires, martyrs ou convertis réussis — qui servent de symboles aspirationnels pour les nouvelles recrues. Le militantisme djihadiste est présenté comme une voie vers l'héroïsme, la réalisation de soi et l'épanouissement personnel. Parallèlement, ils favorisent la cohésion interne en créant un sentiment d'appartenance et de communauté transnationale entre les sympathisants, renforçant ainsi la loyauté envers le groupe et garantissant la continuité du message extrémiste, même dans des environnements numériques fragmentés.

De même, diverses études officielles confirment l'importance de l'idéologie dans ce processus. Dans son rapport intitulé *Sacred Violence: The Enduring Role of Ideology in Terrorism and Radicalisation*, publié par la *Commission for Countering Extremism* du Royaume-Uni, le Dr Donald Holbrook conclut que « l'idéologie est indispensable pour comprendre pourquoi les terroristes se battent, ce qu'ils espèrent accomplir et ce qu'ils considèrent comme acceptable » (Holbrook, 2025, p. 5). Holbrook soutient également que cela est dû au fait que l'idéologie joue un rôle irremplaçable dans le domaine du terrorisme, car elle crée un cadre sur la manière de se comporter et de penser, afin de définir ensuite les récompenses pour avoir accompli certaines actions (Holbrook, 2025, p. 5). De manière complémentaire, le *rapport analytique* du Comité contre le terrorisme du Conseil de sécurité des Nations unies (*Direction exécutive du Comité contre le terrorisme*, CTED), intitulé *Countering Terrorist Narratives Online and Offline* (2020), identifie les discours extrémistes comme l'un des principaux moteurs de la radicalisation, soulignant que les messages de griefs partagés, les promesses d'objectifs communs et les appels à l'action collective agissent comme des catalyseurs pour mobiliser les individus.

Un exemple particulièrement illustratif de cette stratégie est la référence récurrente à *Al-Andalus* dans ce type de propagande. Selon Torres Soriano (2015), la première mention explicite de l'Espagne par Oussama Ben Laden a eu lieu le 7 octobre 2001 dans une vidéo diffusée par la chaîne *Al Jazeera*, dans laquelle le chef d'Al-Qaïda déclarait : « Que le monde sache que nous ne permettrons pas que la tragédie d'Al-Andalus se répète en Palestine » (Torres Soriano, 2015, p. 27). Par cette référence, Ben Laden évoquait la perte du territoire que les musulmans ont gouverné dans la péninsule Ibérique entre 711 et 1492, dont la chute définitive est survenue avec la Reconquista

chrétienne. Dans ce cas, comme dans presque tout l'imaginaire djihadiste, *Al-Andalus* fonctionne comme un symbole de l'u de la gloire islamique perdue, plutôt que comme un objectif territorial concret. Sa reconquête opère comme un mythe mobilisateur, comme une revendication historique chargée d'émotion qui cherche à renforcer le sentiment d'injustice, à légitimer la lutte armée et à relier les aspirations actuelles du djihadisme mondial à un passé idéalisé. Cette utilisation de l'histoire comme arme discursive correspond parfaitement à ce qu'indique le CTED (2020), qui identifie les récits de préjudice historique comme l'un des éléments les plus efficaces pour radicaliser, fédérer et mobiliser les sympathisants, tant dans les environnements numériques qu'en dehors de ceux-ci. La journaliste Loretta Napoleoni (2015) aborde également cette logique dans son ouvrage *El Fénix islamista : L'État islamique et la refonte du Moyen-Orient*, où elle explique la capacité du terrorisme islamique à « renaître de ses cendres une fois détruit » (Napoleoni, 2015, p. 18) en renforçant l'idée d'un conflit permanent entre l'islam et l'Occident.

Un autre exemple paradigmatique se trouve dans le magazine numérique *Dabiq*, organe de propagande officiel du groupe terroriste État islamique. Selon Moreno Valle et Veres (2025), dans leur article intitulé « *Yihad, la encrucijada entre violencia y terrorismo* » (Le djihad, à la croisée de la violence et du terrorisme), le numéro 6 dudit magazine affirmait ce qui suit : « Ils inventent des mensonges à notre sujet et nous décrivent de la manière la plus dure qui soit : apostats, déviants, fous [...] et avertissent les gens que nous sommes des meurtriers et que nous les massacrerons » (Moreno Valle & Veres, 2025, p. 62). Ce discours victimaire vise à convaincre les partisans qu'il existe une guerre contre l'islam, renforçant ainsi la perception d'une menace extérieure. De même, dans le numéro 10 du même magazine, il était insisté sur le fait que « des dizaines de nations se sont unies dans une guerre contre l'État islamique », présentant le combat comme une défense nécessaire selon le groupe, face à des ennemis supérieurs et oppresseurs [l'Occident]. De même, Talal Asad (2008), dans son ouvrage *Sur le terrorisme suicide*, interprète que ce type de messages n'est pas diffusé comme un « choc des civilisations », mais que ces groupes font référence à une « lutte de la civilisation contre les incivilisés », justifiant la violence comme une réponse morale (Asad, 2008, p. 35-40).

Enfin, la rhétorique de *Dabiq* culmine dans un appel explicite à l'action : « Moudjahidine, nous vous appelons à défendre l'État islamique [...] ils ont commencé leur guerre contre nous à tous les niveaux. Alors levez-vous, moudjahidine. Levez-vous et défendez votre État où que vous soyez [...] pour élever haut la parole d'Allah et piétiner la démocratie et le *nationalisme* » (Moreno Valle & Veres, 2025, p. 62). Ce message met en évidence le lien direct entre le recrutement et la diffusion de la propagande idéologique. On observe donc un devoir religieux manifesté en invoquant la défense de « l'État islamique » et de la « parole d'Allah », ainsi que la présentation du conflit comme une obligation sacrée et non comme un choix politique. De même, le rejet des valeurs occidentales est mis en évidence par l'utilisation de l'expression « piétiner la démocratie et le nationalisme », qui dénote une opposition frontale aux systèmes politiques différents. L'idée de « guerre à tous les niveaux », d'autre part, communique que la lutte n'est pas seulement militaire, mais aussi culturelle, sociale et idéologique. Enfin, en s'adressant directement aux moudjahidines, le sentiment d'appartenance et l'idée que tous les croyants font partie d'une même *umma* (communauté islamique) qui doit, et a besoin, selon le groupe, de se défendre, sont renforcés.

Ainsi, il apparaît clairement que les messages exposés ci-dessus reflètent de manière claire et convaincante la manière dont la propagande djihadiste articule une idéologie extrémiste, exalte le terrorisme et justifie ses actions violentes. En outre, elle montre la composante de radicalisation et l'appel explicite à l'incorporation de nouveaux adeptes dans ses cellules d' s à l'aide d'impératifs tels que « levez-vous » ou « défendez ». De même, en disant « où que vous soyez », les barrières géographiques et logistiques sont éliminées, conformément aux propos du général Argumosa Pila (2022) mentionnés au début de cette analyse, invitant à la fois à se rendre au califat et à agir dans les pays d'origine (*terrorisme domestique*) et élargissant ainsi l'éventail des recrues potentielles. Le discours est donc conçu pour avoir un impact émotionnel, polariser et attirer les personnes susceptibles d'être radicalisées, consolidant ainsi la fonction stratégique de la propagande dans le terrorisme contemporain.

2.3. LA PROPAGANDE COMME MOYEN DE RECRUTEMENT

Bien que le chapitre précédent ait exposé l'importance de la radicalisation en tant qu'objectif central de la propagande djihadiste, il est nécessaire d'approfondir cette question. Contrairement aux campagnes visant à instiller la peur ou une idéologie extrémiste et violente, il existe un type de propagande dont le but est, de manière beaucoup plus directe et spécifique, d'attirer de nouveaux adeptes et d'entamer leur processus de radicalisation.

Diverses études confirment l'ampleur de ce phénomène dans l'environnement numérique. Le rapport *The ISIS Twitter Census*, élaboré par Berger et Morgan (2016), a estimé qu'entre 2014 et 2015, il existait environ 460 000 comptes Twitter (aujourd'hui X) qui affichaient un soutien explicite aux idées de l'État islamique autoproclamé. De manière complémentaire, une analyse de Ceron, Curini et Iacus, citée par Francesco Marone (2019) dans son étude *Digital Yihad: online communication and violent extremism*, a révélé que, pendant cette même période, la moyenne quotidienne de *tweets* favorables à l'État islamique atteignait 160 000 (Marone, 2019, p. 74). Ces chiffres reflètent la portée de la propagande de recrutement, ainsi que la capacité des groupes djihadistes à exploiter les réseaux sociaux comme un écosystème de recrutement.

Cependant, dans certains cas, les organisations terroristes développent même leurs propres moyens et applications pour amplifier leur message. L'État islamique, par exemple, a lancé l'application *Dawn of Glad Tidings* (« l'aube des bonnes nouvelles »), conçue pour publier automatiquement des *tweets* de propagande sur les comptes des utilisateurs qui l'ont téléchargée, multipliant ainsi la diffusion de messages pro-djihadistes (Marone, 2019, p. 6). De plus, parmi le large éventail de stratégies utilisées par ces groupes, l'utilisation de *hashtags* joue un rôle crucial. En facilitant la recherche de contenus et la viralisation des messages, les *hashtags* permettent d'atteindre un public large et segmenté, mettant en relation des sympathisants potentiels avec des contenus idéologiquement proches. Par exemple, des campagnes telles que #HijrahToISIS (« émigrer vers l'État islamique ») ont incité les jeunes musulmans d'Europe et d'autres régions à se rendre en Syrie et en Irak pour rejoindre les rangs du groupe EI. D'autres initiatives, telles que #TheFridayOfSupportingISIS, #KhilafahNews ou la dynamique « *Jihadist Follow Friday* », ont encouragé la création de nouveaux comptes et l'élargissement régulier des réseaux de contacts, reproduisant des pratiques populaires sur les réseaux sociaux afin de renforcer leur attractivité.

Cependant, la propagande terroriste n'est pas diffusée de manière arbitraire ou indiscriminée. Au contraire, elle répond à une stratégie soigneusement élaborée. Les groupes analysent le contexte sociopolitique, les tendances de consommation numérique et les profils psychologiques des recrues potentielles. En ce qui concerne ces derniers, il convient de souligner que la sélection des adeptes potentiels n'est pas aléatoire, mais répond à des critères sociologiques, psychologiques et politique, afin d'optimiser les possibilités de recrutement et de radicalisation.

2.3.1. Profil cible

L'étude intitulée *The Devoted Actor* offre un cadre théorique fondamental pour comprendre pourquoi certaines personnes sont prêtes à faire des sacrifices extrêmes — y compris à risquer ou même à donner leur vie — pour une cause ou un groupe, au-delà de tout calcul rationnel des risques et des récompenses. Dans cet ouvrage, Atram soutient que « les guerres contemporaines, les révolutions et le terrorisme mondial sont menés par des acteurs dévoués qui se battent et risquent leur vie non pas parce qu'ils y sont contraints, mais en raison d'un engagement moral profond envers une cause sacrée ou incontestable » (Atram, 2016, p. 3), reflétant ainsi le sentiment d'appartenance et d'identité des membres des groupes terroristes. Pour ces individus, la violence est perçue comme moralement justifiée pour défendre un objectif suprême et commun, rejetant ainsi l'autorité de l'État et subordonnant leur vie personnelle à une loyauté supérieure. De plus, selon Atram, « l'engagement de ces acteurs dévoués est total envers ce qu'ils considèrent comme moralement juste et ne tient pas compte des risques ou des récompenses que leurs actions impliquent » (Atram, 2016, p. 2). La théorie de la fusion d'identité complète cette idée en soulignant que les actions d'un individu peuvent être considérées comme indissociables de celles du groupe, renforçant ainsi le lien émotionnel et la disposition au sacrifice.

Dans ce contexte, la radicalisation violente est définie, selon *l'article 1 de la décision-cadre relative à la lutte contre le terrorisme*, comme « le phénomène par lequel des personnes adhèrent à des opinions, des points de vue et des idées susceptibles de les conduire à commettre des actes terroristes » (Commission européenne, 2002, art. 1). Comme l'ont démontré diverses études sur la communication persuasive et la radicalisation, la propagande djihadiste adapte son contenu, son format et ses canaux de diffusion en fonction du profil du destinataire, dans le but explicite de mener à bien cette radicalisation violente (CTED, 2020B, p. 9). Par exemple, les messages destinés aux jeunes occidentaux utilisent généralement une esthétique moderne, des références culturelles mondiales et un langage émotionnel qui fait appel à la recherche d'identité, d'appartenance et de sens à la vie. En revanche, pour les publics des pays à majorité musulmane, le discours met l'accent sur le devoir religieux, la défense de la *umma* et la dénonciation de l'oppression étrangère. De plus, la propagande s'adapte aux événements internationaux, s'intensifiant en période de crise, de conflit ou de campagne militaire afin d'accroître la pression sociale et politique et de mettre en évidence le triple objectif de la propagande djihadiste défini dans le présent article.

En outre, dans le contexte de cette étude, des auteurs tels que Coolsaet (2005), Kirby (2007) ou Sageman (2008) dans leur étude *The evolution of terrorism in 2005*, soulignent que l'auto-recrutement est de plus en plus courant, notamment grâce au rôle d'Internet. Sur cette base, il convient de souligner la différence de signification entre le recrutement, défini dans les chapitres précédents, et la radicalisation. Cette dernière peut

se produire de manière indépendante, sans qu'il y ait de processus de recrutement formel, car une personne peut adopter des idées extrémistes par elle-même et même agir comme un « loup solitaire ». En revanche, le recrutement est généralement plus efficace lorsque l'individu présente déjà un certain degré de radicalisation, car dans cet état, il est plus enclin à accepter l'influence d'une organisation et à s'intégrer dans ses activités.

Pour sa part, Gabriel Weinmann (2004) a mené une étude dans son ouvrage *Terror on Internet* sur l'utilisation que font les terroristes d'Internet, concluant que cet outil joue un rôle important dans la sélection de nouvelles recrues (Weinmann, 2004, p. 55). Cependant, malgré l'importance croissante d'Internet dans les processus de sélection des adeptes potentiels, les organisations elles-mêmes continuent de jouer un rôle central dans le recrutement et la recherche de sympathisants. Ainsi, les recruteurs n'adoptent pas une attitude passive, mais recherchent activement des candidats potentiels qui, d'une manière générale, ont souvent pour caractéristique commune la vulnérabilité.

Selon Manuel Moyano Pacheco, docteur en psychologie de l'université de Grenade, et Humberto M. Trujillo Mendoza, professeur de psychologie dans la même université, dans leur ouvrage *Radicalización islamista y terrorismo* (Radicalisation islamiste et terrorisme), la réalité est que « qu'il existe ou non une figure externe (recruteur actif ou leader) qui serve de lien entre la recrue et l'organisation, il faut partir du principe que, d'un point de vue psychologique, les vulnérabilités (ce que l'on pourrait appeler les facteurs de risque) sont personnelles [...] ». Ainsi, en analysant les relations fonctionnelles de la personne avec son environnement, le recrutement sera toujours « externe » et les vulnérabilités seront portées par la personne, qui sera ainsi plus ou moins exposée au risque de captation, de radicalisation et de recrutement ultérieur » (Moyano Pacheco & Trujillo Mendoza, 2013, p. 37-42). Cette affirmation explique que ce n'est pas seulement l'existence d'un recruteur qui détermine le risque de radicalisation, mais aussi les caractéristiques et les circonstances personnelles de l'individu victime. La prévention doit donc se concentrer à la fois sur la réduction de l'influence des agents externes et sur le renforcement des facteurs de protection individuels et sociaux.

À cet égard, les personnes considérées comme « vulnérables » partagent souvent certaines caractéristiques ou circonstances qui les rendent plus susceptibles d'être influencées par des discours extrémistes. Les personnes qui se sentent marginalisées ou discriminées pour des raisons ethniques, religieuses, économiques ou culturelles peuvent chercher à appartenir à des groupes radicaux qui leur offrent une identité et un but. En outre, les victimes de violence, d'abus, de guerre ou de pertes importantes peuvent développer du ressentiment ou chercher à se venger, ce qui peut être exploité par des groupes extrémistes. D'autre part, l'absence de figures de soutien, les familles déstructurées ou le manque de modèles positifs peuvent conduire à rechercher des modèles chez les leaders radicaux. Même la pauvreté, le chômage ou le manque d'opportunités peuvent rendre attrayantes les promesses d'un groupe radical (argent, statut, « justice », etc.).

Un aspect particulièrement important dans ce contexte est le nombre et l'âge des utilisateurs qui accèdent à Internet et à ce type de contenu. Le nombre d'internautes augmente chaque jour de manière significative, tandis que l'âge moyen diminue de manière notable. Selon le *Digital Report 2025* publié par *We Are Social*, au début de l'année 2025, il y avait 5,56 milliards d'utilisateurs d'Internet dans le monde, soit 67,9 % de la population mondiale (We Are Social, 2025). Rien qu'en 2024, le nombre d'utilisateurs a augmenté de 266 millions, soit 5,6 % de plus que l'année précédente (We

Are Social, 2024), et au cours des 25 dernières années, le nombre d'internautes a augmenté de 1 301 %. Concrètement, cela signifie que l'accès à Internet chez les enfants et les adolescents est pratiquement universel. En Espagne, par exemple, comme le montre l'étude de Rideout et Roob (2020) citée dans le rapport *Utilisation des appareils mobiles chez les enfants* publié par l'université de La Corogne, 97 % des enfants âgés de 0 à 8 ans ont accès à Internet depuis leur domicile et se connectent de plus en plus tôt, la majorité d'entre eux commençant même à utiliser les réseaux sociaux avant l'âge minimum autorisé (González-Sanmamed, Losada-Puente & Rebollo-Quintela, 2023, p. 3).

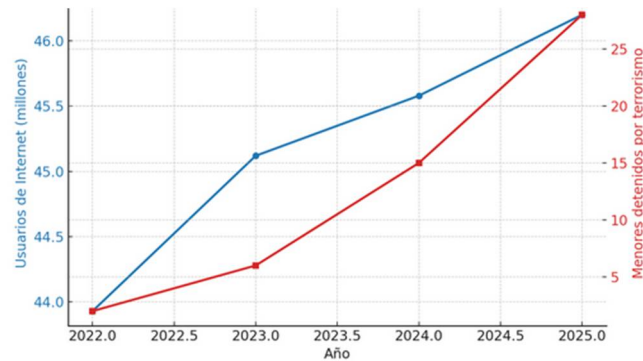
Ainsi, des plateformes telles que YouTube, WhatsApp, Instagram et TikTok font partie de la vie quotidienne des jeunes dès leur plus jeune âge, et beaucoup passent plusieurs heures par jour à se connecter, ce qui augmente les risques d'exposition à des contenus de nature diverse, y compris ceux qui sont potentiellement dangereux pour leur développement émotionnel, psychologique et social. Parmi ces risques figurent la désinformation, la manipulation, les discours haineux, la violence, la misogynie, la xénophobie et, bien sûr, la propagande extrémiste et les messages encourageant la radicalisation.

En ce qui concerne les chiffres sur le territoire espagnol, au cours de la dernière décennie, l'Espagne a connu une profonde transformation numérique qui a eu un impact direct sur l'enfance et l'adolescence. Selon le rapport de Save the Children, *près de 9 adolescents sur 10 se connectent plusieurs fois par jour à Internet ou sont en permanence en ligne*, et près de 30 % des mineurs accèdent régulièrement à Internet avant l'âge de 10 ans. Cette tendance s'est intensifiée au fil du temps, l'âge moyen d'accès au réseau étant estimé à environ 7,5 ans en 2025 (Save the Children, 2024). Parallèlement, le rapport *Digital 2025 : Spain*, publié par *We Are Social & Meltwater*, indique que le nombre d'utilisateurs d'Internet a augmenté de manière soutenue, atteignant 46,2 millions en 2025, soit 96,4 % de la population espagnole. Ce taux élevé de pénétration numérique a facilité l'accès des mineurs aux réseaux sociaux et aux plateformes de contenu, souvent sans surveillance adéquate, ce qui augmente leur exposition à des risques tels que la désinformation, le cyberharcèlement et, dans les cas les plus graves, la radicalisation violente.

Dans ce contexte, les registres officiels des arrestations de mineurs pour terrorisme djihadiste en Espagne entre 2015 et 2025, établis à partir des données du ministère de l'Intérieur et du Centre de renseignement contre le terrorisme et le crime organisé (CITCO), reflètent une évolution préoccupante. Le nombre de mineurs arrêtés pour des activités liées au djihadisme a considérablement augmenté, passant de chiffres isolés (2 à 4 cas par an entre 2015 et 2020) à 28 arrestations en 2025, ce qui met en évidence le lien direct entre l'exposition numérique précoce croissante et l'intensification des stratégies de recrutement et de radicalisation en ligne.

Figure 1

Évolution du nombre d'arrestations et du pourcentage de femmes en Espagne (2020-2025).



Elaboration propre.

Parallèlement, diverses études montrent que le cyberharcèlement a augmenté parallèlement à la croissance de l'accès à Internet, en particulier chez les enfants et les adolescents. Plus précisément, une étude menée en 2023 par l'Université internationale de La Rioja (UNIR) auprès de 1 142 adolescents âgés de 11 à 18 ans a révélé que plus de 4 adolescents sur 10 avaient été victimes de cyberharcèlement à un moment donné au cours des 13 mois qu'a duré l'étude, et une incidence (nouveaux cas) de 25 %, ce qui signifie qu'un quart des mineurs ont été touchés par ce problème au cours de cette période. De même, la maison d'édition scientifique BioMed Central (BMC) a publié une étude intitulée *Longer hours on social media may increase teens' risk of cyberbullying (Plus d'heures passées sur les réseaux sociaux peuvent augmenter le risque de cyberharcèlement chez les adolescents)*, soulignant que les adolescents âgés de 14 à 17 ans sont plus susceptibles d'être victimes de cyberharcèlement s'ils utilisent les réseaux sociaux plus de 2 heures par jour pendant les jours d'école. De même, une étude réalisée en 2010 et intitulée *Cyberbullying: adolescent victimization through mobile phone and internet*, basée sur un échantillon de 2 000 adolescents âgés de 11 à 17 ans, a conclu que 24,6 % d'entre eux avaient été victimes de harcèlement par téléphone portable au cours de cette même année et que 29 % avaient subi une forme d'agression sur Internet.

Ce phénomène a des conséquences profondes : de nombreuses victimes de cyberharcèlement ont tendance à s'isoler davantage dans les environnements numériques, cherchant refuge dans les jeux vidéo en ligne, les chats, les forums et autres plateformes, ce qui crée un cercle vicieux d'isolement et de vulnérabilité. Cette tendance aggrave non seulement les problèmes de santé mentale tels que l'anxiété, la dépression ou la faible estime de soi, mais augmente également la susceptibilité de tomber dans les réseaux extrémistes, en recherchant dans les communautés *en ligne* un sentiment d'appartenance, d'identité et de validation qu'ils ne trouvent pas dans leur environnement quotidien.

Les groupes radicaux et extrémistes exploitent précisément ces besoins émotionnels, en offrant acceptation, but et sens de la mission à ceux qui se sentent marginalisés. Un exemple récent est fourni par l'étude *Policing extremism on gaming-adjacent platforms: Awful but lawful?* des chercheurs William Allchorn et Elisa Orofino, qui souligne que l'utilisation d'Internet comme principal canal de radicalisation chez les jeunes de moins de 30 ans a augmenté de 413 % au cours de la dernière décennie (Allchorn & Orofino, 2025, p. 2). Cela montre comment les groupes extrémistes adaptent leurs stratégies et migrent vers des plateformes moins réglementées, telles que les jeux

vidéo, où ils peuvent interagir directement avec des utilisateurs jeunes et vulnérables, renforçant ainsi les mécanismes de recrutement et de radicalisation déjà analysés.

2.3.2. Stratégies de genre pour le recrutement en ligne

Le 26 mai 2025, selon les informations publiées par López-Fonseca (2025) dans le quotidien *El País*, deux sœurs ont été arrêtées en Espagne, accusées d'avoir créé une « Académie du djihad », dont le but était d'attirer des jeunes femmes dans les rangs de l'État islamique en Irak et en Syrie (ISIS, selon son acronyme anglais). Toutes deux comptaient des centaines d'adeptes et géraient plus d'une vingtaine de profils sur les réseaux sociaux, à partir desquels elles diffusaient des messages de propagande, des contenus audiovisuels et des proclamations liés à l'idéologie djihadiste.

Cette affaire illustre la manière dont les campagnes de recrutement et de propagande du djihadisme contemporain ont délibérément intégré des stratégies de genre, adaptant leur discours pour interpeller spécifiquement les femmes et les présenter comme des acteurs essentiels du projet idéologique du califat. À cet égard, Paul Cruickshank, dans son rapport *A View from the CT Foxhole* publié par le *Combating Terrorism Center (CTC)*, rapporte une interview réalisée en 2019 avec l'ancienne directrice exécutive d'Europol, Catherine De Bolle, qui a souligné que « l'État islamique (EI) a bien sûr besoin de femmes pour construire un État [...]. Si l'EI affirme que le jihad offensif n'est pas obligatoire pour les femmes, il soutient également que l'honneur d'une femme réside dans le fait d'être productrice de jihadistes » (Cruickshank, 2019, p. 17).

Dans ce contexte, en analysant plus en détail l'évolution quantitative de la participation féminine au terrorisme djihadiste en Espagne entre 2020 et 2025, on observe une augmentation progressive tant du nombre total d'arrestations pour des activités liées au djihadisme que du pourcentage de femmes impliquées dans ces activités. Cette tendance reflète non seulement l'implication croissante des femmes dans les processus de radicalisation, mais aussi l'efficacité des stratégies de recrutement ciblant spécifiquement les femmes. Le tableau ci-dessous présente l'évolution annuelle des arrestations pour terrorisme djihadiste sur le territoire espagnol, ainsi que le pourcentage correspondant de femmes arrêtées, afin de mettre en évidence la corrélation entre ces deux variables.

Tableau 1
Étude sur les arrestations pour terrorisme et le pourcentage de femmes en Espagne entre 2020 et 2025

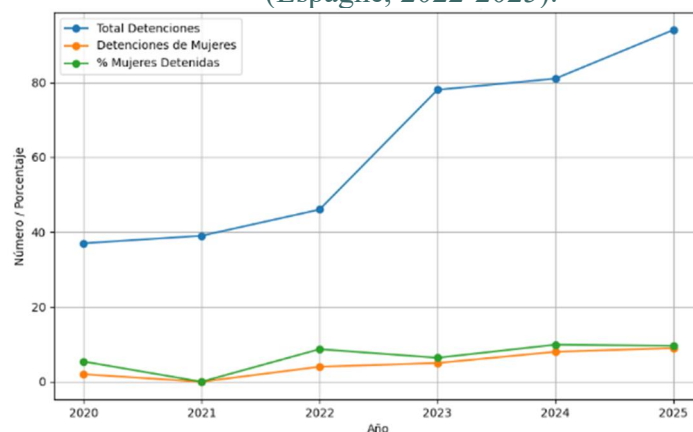
Année	Nombre d'arrestations	Pourcentage approximatif de femmes arrêtées
2020	37	6
2021	39	0
2022	46	8,7
2023	78	7
2024	81	8
2025	94	10

Élaboration propre.

Le Département de la sécurité nationale (DSN) (2025), dans l'une de ses publications les plus récentes, indique qu'il y a cinq ans, en 2020, 37 arrestations liées au terrorisme djihadiste ont été enregistrées en Espagne, dont seulement deux concernaient des femmes, soit 6 % du total. Un an plus tard, en 2021, 39 arrestations ont été effectuées, mais cette fois-ci, aucune femme n'a été comptabilisée, ce qui constitue une exception à la tendance générale. En 2022, le nombre d'arrestations est passé à 46, dont quatre concernaient des femmes, atteignant ainsi 8,7 %, le pourcentage le plus élevé jusqu'à présent. Par la suite, en 2023, 78 arrestations ont été enregistrées, avec une participation féminine estimée entre 6 et 7 %. En 2024, tant le nombre total d'arrestations que le taux de femmes impliquées ont de nouveau augmenté, l'année se terminant avec 81 arrestations et 10 % de femmes. Enfin, en 2025, et selon les données disponibles au 3 octobre, 94 arrestations ont été enregistrées, soit une proportion similaire à celle de l'année précédente, avec un pourcentage de participation féminine oscillant entre 8 et 10 %.

Figure 2

Relation entre le nombre d'utilisateurs d'Internet et les arrestations de mineurs (Espagne, 2022-2025).



Élaboration propre.

Toutefois, à la lumière des données présentées ci-dessus, il convient de souligner non seulement la corrélation directement proportionnelle entre l'augmentation du nombre d'arrestations pour terrorisme et l'augmentation du pourcentage de femmes impliquées en Espagne, mais aussi le rôle joué par la pandémie de COVID-19 dans cette évolution. En ce sens, la crise sanitaire a agi comme un catalyseur, passant de chiffres marginaux en 2020 et 2021 à des pourcentages proches de 10 % en 2024 et 2025. Le confinement prolongé et la réduction conséquente des interactions sociales en présentiel ont favorisé une plus grande exposition aux environnements numériques, espaces où les organisations djihadistes ont considérablement intensifié leurs activités de propagande et de recrutement.

Dans ce contexte, et conformément aux déclarations de l'ancienne directrice De Bolle mentionnées précédemment, les discours utilisés pour attirer les femmes via les réseaux sociaux se concentrent généralement sur des valeurs telles que le sentiment d'appartenance, le statut social — matérialisé par la promesse de devenir épouse ou « mère de la communauté » — et même l'épanouissement personnel par l'assomption de rôles reproductifs et familiaux. Partant de ce principe, il est important de souligner que, dans de nombreux cas, ce sont les femmes elles-mêmes qui deviennent des agents de recrutement d'autres femmes, reproduisant et renforçant ces discours dans une perspective

de proximité et de confiance. Cependant, il existe également des situations où cette dynamique se présente de manière partielle, avec l'intervention de figures masculines qui agissent comme des influences ou des facilitateurs dans le processus de radicalisation.

En ce qui concerne la radicalisation directe *en ligne* chez les femmes, cette dynamique s'explique par le fait qu'une fois intégrées au groupe, beaucoup d'entre elles jouent un rôle actif dans la diffusion de la propagande et le recrutement de nouvelles adeptes. À cet égard, Al Khazraji, dans son article *Turning to Terrorism: Why Shamima Begum and Other Women Joined ISIS*, souligne qu'environ 80 % des femmes recrutées consacrent la majeure partie de leur journée à interagir sur les réseaux sociaux dans le but d'attirer de nouveaux membres à la cause (Al Khazraji, 2023, p. 1). De manière complémentaire, le *Centre européen de lutte contre le terrorisme* (ECTC), dans son article *Suffering and Hardship as Stepping-Stones to Paradise: Radicalisation of Women in IS*, souligne qu'entre 30 % et 40 % des femmes qui se sont rendues en Syrie et en Irak entre 2013 et 2018 ont été recrutées directement par d'autres femmes (ECTC, 2019, p. 25). Ces chiffres concordent avec ceux fournis par Arianna Braga dans son rapport *Las novias del ISIS y sus hijos* (Les épouses de l'EI et leurs enfants), qui souligne qu'« entre 664 et 746 femmes occidentales se sont rendues en Syrie et en Irak pour rejoindre l'EI entre 2013 et 2019 » (Braga, 2025, p. 1). De même, selon des sources telles qu'*Infobae*, en mars 2025, plus de 200 femmes étaient toujours emprisonnées en Irak pour leurs liens avec l'État islamique, tandis que près de 500 enfants avaient été rapatriés de ce pays, bien que leur situation actuelle soit inconnue (Newsroom Infobae, 2024).

À cet égard, et selon le rapport *Women in Islamic State Propaganda*, le recours à des recruteuses féminines constitue un outil particulièrement efficace pour augmenter le recrutement d'adolescentes et de jeunes femmes occidentales, principalement dans la tranche d'âge comprise entre 15 et 25 ans (Europol, 2019). En effet, les groupes djihadistes, tels que Daech ou Al-Qaïda, considèrent les femmes comme des agents plus efficaces pour attirer et fidéliser d'autres femmes, en proposant un discours empreint d'empathie, de légitimité et de proximité émotionnelle. Ces recruteuses abordent des questions liées au mariage, à la vie familiale, à la modestie ou au rôle des femmes dans l'islam d'un point de vue plus crédible et persuasif. Ainsi, les djihadistes agissent comme des « grandes sœurs » numériques, créant des liens de confiance et d'appartenance entre leurs adeptes.

Un exemple illustrant cette dynamique remonte à 2014, lorsqu'une Canadienne connue sous le nom d'Aisha s'est rendue en Syrie après avoir suivi un cours en ligne sur l'étude du Coran, dispensé par une femme résidant à Edmonton qui donnait des cours à des groupes réduits de quinze élèves. Par la suite, la sœur d'Aisha a déclaré que la même instructrice l'avait également recrutée pour rejoindre l'État islamique et lui avait facilité son voyage en Syrie, où elle a vécu pendant un certain temps avec une autre femme originaire du Québec (Margolin & Cook, 2024, p. 23).

Toutefois, comme indiqué précédemment, dans certains cas, les femmes n'agissent pas de manière isolée dans les processus de recrutement. Diverses études, telles que le *rapport CTED Trends Report* de l'Organisation des Nations unies (ONU), publié en 2019 et mis à jour en 2021, ainsi que les rapports du *Radicalisation Awareness Network* (RAN), montrent que, dans certains contextes, les recruteurs masculins jouent un rôle initial de « pêcheurs », identifiant les candidates potentielles et les orientant ensuite vers des réseaux féminins chargés de leur consolidation idéologique ou logistique.

Dans ces cas, les hommes font souvent appel à des sentiments romantiques ou protecteurs en utilisant des expressions telles que « je prendrai soin de toi », « tu es spéciale » ou « ton rôle sera important », dans le but de créer un lien affectif et de dépendance. Par la suite, les recruteuses renforcent ce lien par un discours qui légitime la subordination au sein de l'idéologie djihadiste, en utilisant des appels tels que « tu seras une bonne épouse » ou « mère de martyrs ».

Sur la base de ce qui précède, on peut distinguer deux schémas principaux de radicalisation féminine *en ligne*. D'une part, le modèle féminin-féminin, dans lequel des femmes radicalisées recrutent directement d'autres femmes, souvent des adolescentes, et d'autre part, le modèle masculin-féminin, dans lequel un homme établit le premier contact et, une fois le lien émotionnel établi, le transfère à une femme chargée de consolider le processus de radicalisation.

En ce qui concerne ce dernier schéma, le cas d'une femme résidant à Ceuta, dont les deux enfants — un garçon et une fille — ont été recrutés par Daech et ont achevé leur processus de radicalisation en migrant vers le territoire syrien entre 2014 et 2015, illustre clairement la séquence dans laquelle les hommes agissent comme agents initiaux du processus de recrutement avant l'intervention féminine. Dans ce cas, le fils a d'abord été recruté par un groupe de jeunes qu'il a rencontrés dans le cadre d'un programme de formation professionnelle. Le contact avec sa famille n'a eu lieu que lorsque le jeune homme se trouvait déjà en Turquie, en route vers la Syrie.

Par la suite, sa sœur, refusant de renier son frère, a commencé à passer des nuits entières dans sa chambre à parcourir les réseaux sociaux tels que Facebook, WhatsApp et Telegram à la recherche d'informations le concernant. C'est dans ce contexte qu'elle est entrée en contact avec un jeune homme qui affirmait connaître son frère et qui, de plus, prévoyait également de se rendre en Syrie. La relation a rapidement évolué : d'abord une amitié, puis une histoire d'amour et enfin un mariage. Il convient toutefois de souligner que toute cette interaction s'est déroulée entièrement en ligne, ce qui reflète l'importance de l'environnement numérique et du cyberspace dans les processus contemporains de recrutement et de radicalisation. Les deux jeunes gens ne se sont rencontrés en personne que lorsqu'elle s'est rendue en Syrie pour rejoindre les rangs de Daech.

Aisha — nom sous lequel la jeune femme s'est identifiée — a ensuite contacté sa mère après la mort de son mari, lui envoyant des photos de son nouveau-né et rejetant ses supplications pour qu'elle revienne en Espagne. Dans ses communications, elle affirmait que Daech lui avait fourni un logement, une allocation et l'opportunité de contribuer à la construction d'un projet d'importance historique mondiale. Fort du sentiment d'émancipation qu'elle a éprouvé au sein du califat, Aisha a commencé à conseiller d'autres femmes migrantes en Syrie (The Carter Center, 2019, p. 4), ce qui met en évidence le rôle de recruteur décrit dans ce chapitre, ainsi que l'influence des facteurs doctrinaux liés au sentiment d'appartenance, à la famille et à la notion de cause supérieure.

Ce cas constitue donc un exemple représentatif du schéma masculin-féminin et de la manière dont il combine séduction émotionnelle et endoctrinement idéologique, en tirant parti de l'influence affective initiale de l'homme et du renforcement doctrinal apporté par d'autres femmes déjà intégrées dans la structure du groupe.

Enfin, en ce qui concerne les techniques utilisées par les femmes recruteuses, le rapport *Daesh Online Recruitment and Women*, publié en 2020 par l'*International Centre*

for Counter-Terrorism (ICCT), documente l'existence de divers groupes fermés sur des plateformes telles que Telegram, Facebook et WhatsApp, gérés exclusivement par des femmes. Dans ces espaces, auxquels seules les femmes ont accès, sont partagés des instructions religieuses, des manuels de conduite, du matériel de propagande et des liens vers des informations logistiques liées au déplacement vers les zones de conflit (ICCT, 2020). Ainsi, le rapport *The Agency and Roles of Foreign Women in Islamic State (L'agence et les rôles des femmes étrangères dans l'État islamique)* relate le cas de la Britannique Aqsa Mahmood, qui gérait un blog dans lequel elle s'attachait à démystifier les « mythes » sur la vie dans le califat, offrant une vision idéalisée et apparemment normalisée de la vie quotidienne dans le territoire contrôlé par Daech. À travers cet espace numérique, elle invitait ses lectrices à la contacter si elles souhaitaient se rendre en Syrie, agissant ainsi comme un maillon direct dans les chaînes de recrutement et de facilitation du groupe (Margolin & Cook, 2024, p. 23).

3. CONCLUSION

Internet a profondément transformé les modes d'action du terrorisme djihadiste, devenant un outil stratégique pour l'expansion et la consolidation de ses objectifs. La propagande djihadiste en ligne combine de manière structurée trois objectifs fondamentaux : la diffusion de la peur, la légitimation et la consolidation des idéologies extrémistes, et le recrutement de nouveaux membres. Dans ce contexte, la vulnérabilité particulière des mineurs et des jeunes a été mise en évidence. En raison de leur exposition précoce, continue et massive à l'environnement numérique, ils deviennent des cibles prioritaires pour la propagande et le recrutement virtuel. Des facteurs tels que l'isolement social, les expériences de marginalisation ou de discrimination, et même le cyberharcèlement, sont systématiquement exploités par les groupes extrémistes pour susciter un sentiment d'appartenance et offrir de fausses promesses de reconnaissance et d'utilité.

De même, les campagnes de recrutement et de propagande du djihadisme contemporain ont délibérément intégré des stratégies de genre, adaptant leur discours pour s'adresser spécifiquement aux femmes et les présenter comme des éléments fondamentaux du projet idéologique du califat. À cet égard, on distingue deux principaux schémas de radicalisation féminine dans l'environnement numérique : le modèle masculin-féminin, dans lequel un homme initie le contact et une femme consolide le processus, et le modèle féminin-féminin, dans lequel des femmes radicalisées recrutent directement d'autres femmes, généralement des adolescentes ou des jeunes adultes.

Par conséquent, la lutte contre la radicalisation djihadiste dans le cyberspace exige une approche globale et multidisciplinaire, qui agisse à la fois sur les agents externes (les groupes et les structures qui génèrent et diffusent la propagande) et sur les facteurs internes de vulnérabilité individuelle. Il est essentiel de comprendre le phénomène d'un point de vue psychologique, sociologique et sexospécifique, tout en analysant en permanence les dynamiques numériques, afin de concevoir des politiques de prévention et des stratégies d'intervention efficaces, capables de contrer la capacité d'attraction, de persuasion et d'expansion mondiale de ces groupes extrémistes.

4. RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Allchorn W. & Orofino, E. (2025). Policing extremism on gaming-adjacent platforms: Awful but lawful. *Frontiers in Psychology*, n° 16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1537460>
- Al Khazraji, R. (2023). *Turning to terrorism: Why Shamima Begum and other women joined ISIS*. Extrait de TRENDS Research & Advisory. <https://trendsresearch.org/insight/turning-to-terrorism-why-shamima-begum-and-other-women-joined-ISIS/>
- Argumosa Pila, J. (2022). Impact du cyberspace sur les guerres du XXIe siècle. *Revue Ejército de Tierra Español*, n° 972.
- Asad, T. (2008). *Sobre el terrorismo suicida*. Kinik. Barcelone : Laertes S.A.
- Assemblée générale des Nations Unies. (2006). *Unir nos forces contre le terrorisme : recommandations pour une stratégie antiterroriste mondiale (A/60/825)*. <https://undocs.org/A/60/825>
- Atram, S. (2016). The Devoted Actor: Unconditional Commitment and Intractable Conflict across Cultures. *Current Anthropology*. https://www.researchgate.net/publication/296472495_The_Devoted_Actor_Unconditional_Commitment_and_Intractable_Conflict_across_Cultures
- Berger, J. M. & Morgan, (2016). *The ISIS Twitter Census*. Booking Institution.
- BioMed Central (BMC). (2023). *Longer hours on social media may increase teens' risk of cyberbullying*. BMC Part of Springer Nature. <https://www.biomedcentral.com/about/press-centre/science-press-releases/10-07-2018>
- Braga, A. (2025). *Les « épouses de Daech » et leurs enfants : violations continues des droits de l'enfant en Syrie et en Irak*. Humanium. <https://www.humanium.org/es/las-novias-del-isis-y-sus-hijos-violaciones-continuas-de-los-derechos-de-la-infancia-en-siria-e-irak/>
- Buelga S, Cava M. J, Musitu G. (2010). *Cyberharcèlement : victimisation des adolescents par le biais du téléphone portable et d'Internet*. Psicothema, p. 1. <https://www.psicothema.com/pdf/3802.pdf>
- Coolsaet, R. (2005). *The evolution of terrorism in 2005*. Département de sciences politiques, Université de Gand. <https://rikcoolsaet.be/en/the-evolution-of-terrorism-in-2005/>
- Comité contre le terrorisme du Conseil de sécurité des Nations Unies (CTED) (2020). *Analytical Brief – Countering Terrorist Narratives Online and Offline*. Nations Unies. <https://www.un.org/securitycouncil/ctc/content/cted-analytical-brief-%E2%80%93-countering-terrorist-narratives-online-and-offline>

- Comité contre le terrorisme du Conseil de sécurité des Nations Unies (CTED) (2020B). *Alerte sur les tendances : États membres préoccupés par la menace croissante et de plus en plus transnationale du terrorisme d'extrême droite*. Nations Unies. https://www.un.org/securitycouncil/ctc/sites/www.un.org.securitycouncil.ctc/files/documents/2021/Jan/cted_trends_alert_extreme_right-wing_terrorism.pdf
- Cruickshank, P. (2019). Combating Terrorism Center at West Point. *CTC Sentinel*, Vol. 12, Issue 6. <https://ctc.westpoint.edu/wp-content/uploads/2019/07/CTC-SENTINEL-062019.pdf>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025 : Espagne*. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-spain>
- Europol. (2019). *Les femmes dans la propagande de l'État islamique – Rôles et motivations*. Rapport spécialisé d'Europol. https://www.europol.europa.eu/cms/sites/default/files/documents/women_in_is_lamic_state_propaganda_3.pdf
- Europol. (2019). *Suffering and hardship as stepping-stones to paradise: Radicalisation of women in IS*. European Counter Terrorism Centre (ECTC). <https://www.europol.europa.eu/publications-documents/suffering-and-hardship-stepping-stones-to-paradise>
- González-Sanmamed, M., Losada-Puente, L., Rebollo-Quintela, N., & Rodríguez-Machado, E. (2023). *Use of mobile devices in the childhood: Opportunities and risks*. *Psychology, Society & Education*. <https://doi.org/10.21071/pse.v15i3.16103>
- Fuente Cobo, I. (2022). L'OTAN et le cyberspace : un nouveau domaine pour les opérations. *Revista Ejército de Tierra Español*, n° 972, p. 84. https://bibliotecavirtual.defensa.gob.es/BVMDefensa/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=298185
- Holbrook, D. (2025). *Sacred violence: The enduring role of ideology in terrorism and radicalisation*. Commission for Countering Extremism. <https://www.gov.uk/government/publications/the-enduring-role-of-ideology-in-terrorism-and-radicalisation>
- Kirby, A. (2007). Les poseurs de bombes de Londres en tant qu'« auto-initiateurs » : une étude de cas sur la radicalisation indigène et l'émergence de cliques autonomes. *Études sur les conflits et le terrorisme*, 30(5), 415-428. <https://doi.org/10.1080/10576100701258619>
- La Gaceta. (2025). La menace terroriste islamiste s'intensifie en Espagne : plus de 80 arrestations depuis le début de l'année, soit 66 % de plus qu'en 2020. *La Gaceta de la Iberosfera*. <https://gaceta.es/espana/crece-la-amenaza-por-terrorismo-islamista-en-espana-mas-de-80-detenciones-en-lo-que-va-de-ano-un-66-mas-que-en-2020-20251001-0959/>

- López-Fonseca, Ó. (2025). Le nombre de mineurs arrêtés pour djihadisme a explosé au cours des deux dernières années. *El País*. <https://elpais.com/espana/2025-10-31/el-numero-de-menores-detenidos-por-yihadismo-se-dispara-en-los-dos-ultimos-anos.html>
- Margolin, D., & Cook, J. (2024). *Le rôle et l'influence des femmes étrangères au sein de l'État islamique*. Centre international pour la lutte contre le terrorisme. <https://www.icct.nl/sites/default/files/2024-06/4.%20The%20Agency%20and%20Roles%20of%20Foreign%20Women%20in%20ISIS.pdf>
- Marone, F. (2019). *Digital jihad: Online communication and violent extremism*. Ledizioni/ISPI. https://www.ispionline.it/sites/default/files/pubblicazioni/ispidigitaljihad_web.pdf
- Martín Jiménez, C. (2025). *La tyrannie du mensonge*. Éditions Martínez Roca, Ed.1, p.89.
- Moreno Valle, S., & Veres Cortés, L. (2025). Le djihad, à la croisée de la violence et du terrorisme : une analyse du discours haineux dans la propagande de l'État islamique. *EU-topías. Revue d'interculturalité, de communication et d'études européennes*, 29, 57–72. <https://doi.org/10.7203/eutopias.29.29842>
- Moyano Pacheco, M., & Trujillo Mendoza, H. (2013). *Radicalisation islamiste et terrorisme : clés psychosociales*. Éditions Université de Grenade.
- Napoleoni, L. (2015). *Le phénix islamiste : l'État islamique et la refonte du Moyen-Orient*. Paidós.
- Newsroom Infobae. (2024). *Plus de 200 femmes sont toujours emprisonnées en Irak pour leurs liens avec l'État islamique*. Infobae. <https://www.infobae.com/america/agencias/2024/12/20/mas-de-200-mujeres-siguen-encarceladas-en-irak-por-vinculos-con-estado-islamico/>
- Observatoire international d'études sur le terrorisme (OIET). (2024). *Annuaire du terrorisme djihadiste 2024*. ES-ANUARIO-OIET-2024.pdf
- Observatoire national des technologies et de la société (ONTSI). (2024). *L'utilisation des technologies par les mineurs en Espagne. Édition 2024 – Données 2023*. Ministère de la Transformation numérique et de la Fonction publique. <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2024-07/El%20uso%20de%20menores%20en%20Espa%C3%B1a%202023.pdf>
- Ortiz Moyano, A. (2015). *#Yihad : Comment l'État islamique a conquis Internet et les médias*. Editorial UOC, S.L.
- Recio, E. (10 janvier 2025). *Le djihad fait son chemin parmi les plus jeunes : en 2024, l'Espagne a arrêté 15 mineurs pour terrorisme*. *The Objective*. <https://theobjective.com/espana/2025-01-10/yihad-cala-mas-jovenes-espana-15-menores-terrorismo/>

- Save the Children. (11 juillet 2024). *Nouveau rapport : près de 9 adolescents sur 10 se connectent plusieurs fois par jour à Internet ou sont connectés en permanence*. Save the Children Espagne. <https://www.savethechildren.es/notasprensa/nuevo-informe-casi-9-de-cada-10-adolescentes-se-conectan-varias-veces-al-dia-internet-o>
- Nations Unies. (2006). *Unir contre le terrorisme : recommandations pour une stratégie antiterroriste mondiale* (A/60/825). <https://undocs.org/A/60/825>
- Sageman, M. (2008). *Leaderless Jihad: Terror Networks in the Twenty-First Century*. University of Pennsylvania Press.
- Sageman, M. (2008). *A Strategy for Fighting International Islamist Terrorists*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 618, 223–231. https://artisresearch.com/files/articles/sageman_strategy_for_fighting.pdf
- The Carter Center. (2019). *Women in Daesh: From recruiters to jihadists*. The Carter Center. https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict_resolution/countering-isis/women-in-daesh.pdf
- Torres Soriano, M. R. (2014). *Al Andalus 2.0 : Le cyber-djihad contre l'Espagne*. Bibliothèque GESI.
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025 : Rapport global*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Weiman (2015). *Terrorism in Cyberspace: The Next Generation*. Woofrow Wilson Center Press.
- Weimann, G. (2004). *Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges*. United States Institute of Peace Press. <https://www.usip.org/publications/2010/05/terror-internet>
- Zajonc, R. B. (1968). Effets attitudinaux de la simple exposition. *Journal of Personality and Social Psychology*.

