

THE
CARTER CENTER



LE CENTRE CARTER

*Atelier des Experts sur la Lutte contre la Propagande de Recrutement de Daesh
Mars 2016*

Sommaire exécutif

Le Centre Carter (le Centre) a organisé, du 22 au 24 février 2016, un atelier d'experts réunissant 21 éminents chercheurs et praticiens de 10 pays différents afin d'examiner de nouvelles perspectives sur les stratégies de recrutement de Daesh et son utilisation des technologies des médias sociaux pour séduire les jeunes marginalisés. Cinq questions thématiques ont été abordées : les efforts de promotion d'une image de marque, les combattants étrangers, le recrutement des femmes et des jeunes et les moyens de les attirer émotionnellement, le soutien et le renforcement des capacités des chefs religieux, les combattants de retour, la réinsertion des déserteurs, le partage des meilleures pratiques et les leçons apprises. Daesh a développé une image de marque moderne et technophile qui a permis à ses dirigeants de recruter des jeunes marginalisés en traversant les frontières numériques. Leurs stratégies de communication incluent un recours à l'humour et aux codes culturels, une réappropriation des médias occidentaux, des vidéos de haute technologie et des événements médiatiques créés par l'organisation. L'accent mis sur le visuel permet aux téléspectateurs de surmonter les barrières culturelles et linguistiques pour comprendre les messages voulus. Les experts de l'atelier ont évalué les stratégies de transmission des messages destinés au public interne et externe qui varient selon la langue, les sous-titres, les discours, les éléments de composition et le genre. Les participants ont convenu de la nécessité d'évaluer convenablement les vidéos de propagande de Daesh pour comprendre les pouvoirs de persuasion de ces vidéos.

Les jeunes les plus désabusés qui se sont joints à Daesh n'avaient pas de vaste culture religieuse, ni de lien avec la Syrie, ce qui leur a permis d'être une toile vierge pour l'organisation qui a ainsi pu ancrer en eux sa version de l'Islam – une « voie vers le djihad » qui passe par la destruction et le désespoir. En réalité, Daesh s'appuie sur un choc des civilisations entre l'Occident et la communauté musulmane. En amplifiant la montée du sentiment antimusulman et du racisme en Occident, Daesh a pu créer un terrain parfaitement fertile pour l'extrémisme des jeunes. Les chefs religieux qui ont gagné la confiance de leurs communautés peuvent donc influencer sur les recrues potentielles. De tels leaders sont les seuls à pouvoir réfuter de façon crédible la manipulation des textes religieux et le concept du califat de Daesh.

Les participants ont tous admis que Daesh continuera d'exister sous différents noms, que ce soit Boko Haram, Al Qaïda ou Al Shabab. Par conséquent, il est essentiel d'établir des partenariats efficaces aux fins de déradicalisation, réhabilitation et réinsertion. Les praticiens qui travaillent avec des déserteurs et des familles de jeunes radicalisés exhortent les gouvernements à considérer les combattants de retour comme étant une opportunité plutôt qu'un défi. Un exemple réussi de défection est le cas de l'un des participants à l'atelier, un ex-djihadiste, qui, aujourd'hui, communique directement avec les recrues en ligne et s'oppose aux discours de Daesh.

Les experts ont examiné plusieurs études de cas pour illustrer l'élasticité des attraits de Daesh, sans distinction de contexte, de sexe, d'âge, de culture ou de lieu. Les discussions ont principalement porté sur le recrutement continu de nouveaux combattants, les voies numériques et physiques qui mènent à l'extrémisme, et les différentes réponses des gouvernements en matière de sécurité ou d'engagement communautaire. Pour déjouer les tactiques de recrutement de Daesh qui sont fondées sur une multitude de discours, une approche multidimensionnelle est nécessaire. Bien que l'élaboration de discours bien conçus et localisés soit essentielle pour faire face à ces stratégies de recrutement, les contre-messages doivent être complétés par des «contre-offres» qui permettent de traiter les griefs au niveau local. Le combat contre les stratégies de recrutement de l'organisation ne peut être gagné sans une collaboration efficace avec les chefs religieux et communautaires. Les experts ont convenu que la confiance est la valeur la plus importante dans la prévention de l'extrémisme violent et la promotion de la crédibilité des contre-discours.

Les efforts de développement d'une image de marque de Daesh dans les médias

Daesh s'appuie sur diverses stratégies de propagande diffusées par l'intermédiaire de médias imprimés, visuels et sociaux. Les experts en communication qui ont participé à l'atelier ont recommandé une évaluation appropriée des vidéos de propagande de Daesh afin de bien comprendre leur pouvoir de persuasion. L'un des experts a proposé une série de questions à examiner, à savoir, l'utilisation du langage, les arguments avancés, les éléments de composition utilisés et la source des images. Un autre expert a suggéré d'analyser la méthode de persuasion de Daesh comme s'il s'agissait d'une méthode adoptée par une société commerciale qui fait la promotion de ses produits, et ce, en identifiant tout d'abord le public cible, puis ses différentes mentalités. Pour ce faire, il convient de réaliser une recherche en marketing qui consiste à effectuer une série de sondages et de groupes de discussion et à analyser les associations émotionnelles implicites et explicites qui franchissent les distances et les disparités nationales, ethniques et culturelles.

Bien que l'identification des discours facilite le processus d'élaboration de contre-discours, nos experts en communication ont convenu que les images visuelles sont probablement plus efficaces pour radicaliser les recrues potentielles. En utilisant à la fois des images et des graphiques dans sa

propagande imprimée, Daesh met l'accent sur le visuel, permettant ainsi aux téléspectateurs de surmonter les barrières culturelles et linguistiques et de comprendre les messages voulus. *Dabiq*, son magazine officiel, est une plateforme destinée à son public externe. Il est publié, entre autres, en anglais, en français, en chinois, en russe et en turc. *Dabiq* emploie abondamment des images : une moyenne de 88 photographies par numéro, soit au total, plus de 1100 images dans les 12 premiers numéros. *Naba*, le périodique en ligne de Daesh, est une plateforme d'informations uniquement arabophone qui est plus clairement destinée au public interne. Contrairement à *Dabiq*, *Naba* a publié, en moyenne, 18 images par numéro, soit un total de 176 images dans 18 numéros. Pour simplifier les informations destinées à son public interne, Daesh utilise systématiquement des graphiques d'informations dans *Naba*, telles que des diagrammes, des icônes et des cartes. Plus précisément, ces graphiques sont axés sur la sécurité physique et psychologique et assurent au public interne les prouesses militaires de l'organisation, tout en éliminant les informations crédibles que peuvent communiquer ses ennemis. Cette combinaison crée une belle image de marque qui présente Daesh comme une alternative fiable à ses homologues occidentaux.

Il ne faut pas négliger le degré d'accès de Daesh et de son public à la technologie. Outre ses médias imprimés de qualité, sa communication rapide dans les médias sociaux tels que Twitter et WhatsApp est remarquable. Cet accès quasi universel a permis aux jeunes qui vivent dans des environnements traditionnellement protégés d'idéaliser les vidéos de style hollywoodien qui présente un monde de violence glorifiée, d'esclaves sexuels accessibles et d'influence sans restriction. L'un de nos experts a discuté de ces scènes romancées que l'on retrouve initialement dans les jeux numériques comme *Call of Duty* et que Daesh a souvent magistralement recrées ou imitées dans des vidéos qui ciblent les jeunes combattants potentiels. Les experts ont convenu que ce type d'image de marque doit être combattu grâce aux médias et à des programmes d'enseignement religieux.

Les experts ont conclu qu'un contre-discours unique ne peut être efficace, étant donné que Daesh produit une variété de discours. Les contre-politiques doivent traiter les stratégies de recrutement de Daesh, saisir la complexité du public cible, et tenir compte de la diversité des images et des technologies. Par exemple, Daesh utilise l'humour et des codes culturels pour renforcer l'identification aux jeunes musulmans qui ont été marginalisés et désarmés. Suite à l'enlèvement de plus de 200 filles par Boko Haram, les dirigeants et sympathisants de Daesh ont repris la campagne Twitter #BringBackOurGirls de la Première Dame américaine, Michelle Obama, pour créer la campagne #BringBackOurHumvees, se moquant des véhicules irakiens commandés par les États-Unis que les combattants de Daesh ont saisis et exploités. De même, une photo populaire diffusée sur les plateformes illustre le Président américain Barack Obama ayant un air triste, avec la comptine américaine « Humpty Dumpty » comme légende. En associant un poème pour enfants très connu sur un personnage qui fait une grosse chute à une image du leader du monde occidental, Daesh peut visuellement miner la force du leadership occidental et démontrer sa suprématie.

La réappropriation des médias occidentaux se fonde sur une double approche d'humour et de codes culturels. Alors que Daesh utilise l'humour et les codes culturels pour cibler certaines personnes et briser l'image des dirigeants occidentaux, les grands médias, tels que CNN et FOX News, tiennent des propos qui témoignent de la reconnaissance et de la grandeur de l'organisation. Daesh reprend les déclarations d'anciens directeurs de la CIA, de secrétaires américains à la défense, de premiers ministres et de présidents dans sa presse écrite et les utilise comme une confirmation de leur « État islamique ».

Les experts ont admis que, depuis les attaques de Paris en novembre 2015, le sentiment de peur s'est intensifié. Les attaques commises ou revendiquées par Daesh ont donné lieu à une montée de l'islamophobie et du radicalisme, marginalisant davantage les musulmans traditionnels qui vivent dans les pays occidentaux. L'un des experts de l'atelier a décortiqué les attaques à Paris, les qualifiant de « terrorisme synchronisé ». Ce type de terrorisme s'est traduit chronologiquement par une attaque physique, suivie d'une communication rapide sur les médias sociaux et complétée par des stratégies de promotion d'une image de marque moderne. Les experts ont déclaré que le modèle américain de diplomatie publique répond uniquement aux attaques physiques, mais ignore le combat médiatique de Daesh, ce qui profite à son image de marque grandiose.

Flux de combattants étrangers

L'un des participants à l'atelier a fait une importante déclaration : « les personnes ne sont pas nées extrémistes, mais le deviennent ». Les discussions ont principalement porté sur les chiffres, les voies numériques et physiques, et les différentes réponses des gouvernements en matière de sécurité ou d'engagement communautaire. En consultant les données par pays, les participants ont souligné que Daesh cherche à renforcer son attrait émotionnel pour étendre son califat, quel que soit le contexte géopolitique. En de simples termes numériques, l'Afghanistan a attiré environ 10 000 combattants dans les dix années suivant le 9 septembre et la Syrie a attiré au moins le double de ce chiffre en moins de cinq ans. Une étude de cas intéressante est la Tunisie, le berceau du Printemps arabe, où l'on recense le plus grand nombre par habitant de combattants locaux qui se battent pour Daesh, soit près de 6 000 personnes depuis 2013. En décembre 2014, Daesh a adressé son premier message vidéo aux citoyens tunisiens, mettant en vedette un combattant étranger tunisien qui explique comment son gouvernement opprime les musulmans. Les experts ont discuté du contexte historique de la politique gouvernementale qui remontant aux années 60, en particulier le combat pour un État laïc. Plus récemment, en 2015, le président tunisien Beji Caid Essebsi a déclenché une vive réaction chez les dirigeants et sympathisants de Daesh qui ont alors menacé de tuer ceux qui remplacent la charia par des lois terrestres. Ce type de discours religieux extrémiste confirme que Daesh s'attache à une définition étroite de l'islam, déclarant ainsi la guerre contre les musulmans traditionnels. Bien qu'aucune des études de cas n'explique en elle-même les attraits de Daesh, il est clair que l'organisation connaît une croissance exponentielle depuis la déclaration du califat et représente une menace sans précédent dans le monde. En effet, Daesh a construit une

infrastructure robuste dans quasiment tous les continents du monde, et non seulement en Syrie, en Irak et en Libye. La discussion sur le flux des combattants étrangers a engendré deux sous-catégories: le rôle des femmes et des jeunes dans le recrutement et la prévention et le retour, la réhabilitation et la réinsertion.

Le recrutement des enfants et des jeunes

Un participant allemand a discuté du dilemme auquel de nombreux jeunes sont confrontés, à savoir, choisir entre leur religion et leur nationalité ; une décision qui, selon Daesh, ne laisse aucune place à la possibilité d'insertion. Daesh a créé un choc des civilisations qui suppose un combat entre l'Occident et toute la communauté musulmane pour assurer une succession pérenne. En mettant en avant le dénigrement culturel et la montée des sentiments antimusulmans, Daesh génère une parfaite dichotomie et un terrain fertile pour l'extrémisme des jeunes.

Ce terrain fertile prospère en ligne du fait que Daesh ait développé une image de marque moderne et technophile qui a permis à ses dirigeants de recruter des jeunes marginalisés en traversant les frontières numériques. Grâce aux plateformes des médias sociaux comme Twitter et WhatsApp, des conversations peuvent être engagées à des fins de recrutement, sans que les familles ou les instances de gouvernance locales ne puissent les surveiller. Un participant a affirmé avoir réussi à discuter en ligne avec de jeunes Occidentaux qui avaient manifesté leur intérêt à se rendre en Syrie, en contestant leurs interprétations des écritures sacrées de l'islam. Il encourage les conversations privées pour traiter les raisons qui poussent les personnes à rejoindre les rangs de Daesh. De nombreux jeunes avec qui il a communiqué ont fondé leurs choix sur l'émotion plutôt que la raison. Il a déclaré que, souvent, un SSPT se développait après des interactions répétées en ligne et la visualisation d'images montrant la souffrance des autres. Les participants à l'atelier ont salué ce type d'intervention comme étant globalement plus efficace que les méthodes traditionnelles d'intervention ou de politique. Toutefois, il a également été convenu qu'il était difficile de recréer ce type d'orientation à plus grande échelle.

Pour faire face à cette crise d'identité et à cette dissonance, l'une des expertes a fondé, en Allemagne, un programme qui renforce les capacités des jeunes musulmans afin qu'ils luttent contre l'islamophobie et la radicalisation religieuse. Son programme a permis de mettre en place une plateforme consacrée à l'analyse critique et réflexive du radicalisme et de l'islamophobie qui a conclu ce qui suit : les deux phénomènes partagent la conviction que certaines personnes valent beaucoup plus que d'autres ; les deux phénomènes se développent uniquement en discriminant des personnes différentes et inconnues ; et les deux phénomènes intègrent la notion du bien contre le mal. Elle exhorte les jeunes musulmans européens à accepter une identité hybride : ils sont musulmans, ils sont allemands, et ils appartiennent à l'Europe. En organisant ses ateliers dans des mosquées allemandes, elle a aidé les jeunes à mieux connaître le patrimoine culturel diversifié de l'islam. Analysant la propagande des groupes salafistes allemands, le programme offre un

environnement sûr pour discuter de l'impact de cette propagande sur la société musulmane et non musulmane allemande. Elle défie les imams d'abolir la discrimination linguistique et les stéréotypes sexistes retrouvés dans les milieux religieux traditionnels.

Outre les jeunes, le rôle des femmes et des filles a été considéré comme important dans le recrutement de Daesh. Un groupe de discussion s'est penché sur les attraits de la propagande de Daesh pour les femmes et les filles, le rôle que les femmes jouent dans la prévention et la nécessité de lancer un contre-discours qui cible un public féminin. Les participants à l'atelier se sont accordés sur le fait que l'analyse actuelle de la dimension de genre de Daesh était insuffisante et que cette recherche devrait être plus approfondie. Les femmes et les filles ne peuvent être uniquement considérées comme les victimes ou les mères des extrémistes violents. Ce paradigme doit changer. Étant donné que le genre est un point d'entrée essentiel pour inciter les communautés à faire face à Daesh et à s'y opposer, s'attaquer aux complexités des genres peut nous aider à mieux comprendre l'extrémisme violent.

Souvent, les femmes qui ont déjà prêté allégeance à Daesh jouent un rôle actif en soutenant le recrutement d'autres femmes ou filles par l'intermédiaire des plateformes des médias sociaux. Suite à la publication d'un article du New York Times mettant en lumière le viol de plus de 200 femmes yézidies, Daesh a ajouté dans son magazine imprimé Dabiq une rubrique intitulée « To Our Sisters » (À nos sœurs), répondant directement aux allégations du New York Times. Un expert, qui a créé un programme d'orientation en Allemand pour les personnes qui sont impliquées dans des groupes salafistes radicaux ou en voie de radicalisation, a discuté de l'attractivité de Daesh. Les filles plus jeunes ont manifesté leur volonté de devenir les « mères du premier califat » pour aider les autres dans les hôpitaux et les établissements de services sociaux (pour lesquels ils sont actuellement trop jeunes dans les sociétés occidentales) et d'épouser un fort combattant. Des experts ont affirmé que, pour quitter leur famille et leur pays, les mineures voyagent souvent avec des filles plus âgées ou de jeunes femmes, jusqu'à la frontière turque où elles sont ensuite transportées, en petits groupes, en Syrie.

Cependant, la réalité que rencontrent les femmes et les jeunes est très différente de leurs attentes. À leur arrivée, Daesh contrôle chaque étape du processus d'intégration. Premièrement, tous leurs documents, appareils de communication et pièces d'identité sont confisqués. Les jeunes filles et les femmes sont placées dans un logement réservé aux femmes et sont obligées de travailler, quel que soit leur choix. Les femmes sont autorisées à combattre, mais elles sont plus souvent exploitées pour satisfaire sexuellement les combattants masculins. Les participants à l'atelier ont convenu qu'il est indispensable de traiter le problème de la marginalisation des femmes et des jeunes dans les sociétés. Leur inclusion dans les discussions sur la sécurité ne devrait pas être limitée aux questions liées au genre et aux jeunes, mais il conviendrait plutôt de les mobiliser et de renforcer leurs capacités pour qu'ils deviennent des partenaires égaux dans les efforts de consolidation de la paix.

Retour, réhabilitation et réinsertion

Étant donné que Daesh continuera d'exister sous différentes formes, la résilience devrait s'appuyer sur des partenariats efficaces qui traitent les questions de déradicalisation, de réhabilitation et de réinsertion. Un participant a noté : « Nous devons nous rappeler que les insurgés et les terroristes ne sont pas nés comme tel, mais sont créés ». Cette création a été entraînée par les solutions rapides qui ont été trouvées. En effet, plutôt que de fonder un groupe d'entreprises privées, de fonctionnaires et d'organisations à but non lucratif, la stratégie occidentale de lutte contre le terrorisme a choisi la méthode « capturer, tuer et perturber ». Bien qu'il y ait des défis à surmonter dans l'approche sécuritaire et l'engagement communautaire, les participants ont tous admis que si des programmes ne sont pas établis, ces menaces referont surface à l'avenir.

Les praticiens ont partagé des histoires sur les déserteurs et la façon dont leur marginalisation et leur aliénation les ont poussés à se joindre à Daesh. Ces personnes ont été contactées en personne ou par l'intermédiaire des médias sociaux. Les praticiens qui travaillent avec des déserteurs et des familles de jeunes radicalisés exhortent les gouvernements à considérer les combattants de retour comme étant une opportunité plutôt qu'un défi. Les participants ont tous confirmé qu'ils pouvaient constituer une ressource directe pour comprendre l'idéologie de Daesh et servir de voix puissante contre cette organisation. L'un de nos participants a mis en place, en partenariat avec le bureau d'immigration nationale de son pays, un service téléphonique national de services-conseils sur la radicalisation qui sert d'outil pour rediriger les appels reçus vers des partenaires locaux non gouvernementaux. Le contact doit être établi par les personnes de retour ou leurs familles respectives, de sorte qu'une évaluation des risques puisse être effectuée pour déterminer les options de conseils. Les conseils individuels offerts en allemand, en anglais, en arabe et en perse sont ensuite systématiquement prodigués sur une base de trois piliers : pragmatique, idéologique et affectif. Cette approche axée sur des piliers permet la mise en œuvre d'un processus de réhabilitation stable qui passe par un travail de base et un environnement familial stable, une communication active visant à éliminer les discours radicaux et un renouvellement des vieux contacts sociaux qui permet de renforcer les liens affectifs.

Le concept de réinsertion peut s'avérer complexe en fonction des politiques régionales ; cependant, les participants à l'atelier ont présenté de nombreux exemples d'options de réinsertion active qui offrent du soutien aux jeunes à risque. À New York, l'Arab-American Family Support Center a adopté un modèle de « centre d'œuvres sociales » en 2009, afin d'offrir des services sociaux culturellement et linguistiquement compétents qui tiennent compte des traumatismes subis. Pendant 22 ans, l'Arab American Family Support a aidé des immigrants AMEMSA (arabe, moyen-oriental, musulman et sud-asiatique) à s'acclimater aux communautés d'accueil à New York City, par l'intermédiaire de programmes d'éducation et d'alphabétisation des adultes, de programmes de services juridiques, et de programmes de lutte contre la violence. Leur programme dédié aux jeunes s'adresse notamment aux élèves âgés de 7 à 18 ans. Il encourage l'excellence

académique et nourrit leurs ambitions grâce à la promotion de la participation communautaire, à des excursions locales et à des programmes d'anglais langue seconde. En outre, le Centre a établi un partenariat avec l'initiative Engage Media Lab de la New School pour lancer le projet « I Need to Be Heard » (j'ai besoin d'être entendu) qui permet aux étudiants d'acquérir des compétences techniques et créatives, de créer des courts métrages et de participer à des festivals de film nationaux. Cette éducation médiatique positive s'oppose aux messages de propagande de Daesh en renforçant les capacités des jeunes et en promouvant l'engagement communautaire.

Rôle des chefs religieux et communautaires

Contrairement à ce que les médias véhiculent, les jeunes les plus désabusés qui se sont joints à Daesh n'avaient pas de vaste culture religieuse ni de lien avec la Syrie. Cette particularité de l'ignorance en matière de religion repose sur l'analyse qualitative que le Centre Carter a effectuée, et a été la cible directe des efforts de déradicalisation qui ont été déployés par de nombreux participants. Les intervenants sur le rôle des chefs religieux et communautaires ont mis en lumière le rôle positif que les chefs religieux et communautaires peuvent jouer dans la lutte contre l'extrémisme. Deux des participants qui travaillent sur les questions religieuses ont invité les organisations musulmanes à développer et à adopter dans leurs programmes une approche fondée davantage sur les « maqasid », soit les valeurs, de manière à prodiguer un enseignement de l'islam qui encourage également la pensée critique. En outre, les chefs religieux qui ont gagné la confiance de leurs communautés et sont considérés comme une autorité peuvent énormément influencer sur l'opinion publique. Ce sont les seuls qui ont l'autorité et le pouvoir légitime de réfuter la manipulation des textes religieux et le concept du califat de Daesh.

Les participants à l'atelier ont convenu de la nécessité de mobiliser à long terme des chefs religieux qui sont des personnes d'autorité et de confiance pour leurs communautés. Nous ne pouvons pas choisir des chefs religieux qui pensent uniquement « comme nous ». Les participants ont considéré avec prudence la méthodologie de mobilisation des chefs religieux et les pièges des nombreux programmes internationaux qui adoptent des modèles verticaux en aval. Pour éviter le « baiser de la mort », les participants ont discuté de la nécessité d'écouter les chefs religieux et de les traiter comme des partenaires égaux dans le cadre des efforts de consolidation de la paix. En outre, en élevant et en amplifiant les voix des chefs musulmans qui participent aux efforts de consolidation de la paix, ils peuvent mieux s'opposer à la manipulation de la religion par Daesh. Enfin, les discussions ont également porté sur la dynamique de religion fondée sur le genre et la manière dont les hommes contrôlent et entretiennent toujours la sphère religieuse. Il existe peu de femmes érudites en religion dans les communautés musulmanes et, par conséquent, il est urgent de pousser les femmes à entreprendre des études théologiques approfondies et de leur donner les capacités nécessaires pour ce faire.

Défis de la lutte contre Daesh : gouvernement, griefs et meilleures approches

Daesh a tiré profit du vide politique créé par les États faillis et l'incapacité des gouvernements nationaux à traiter les griefs sociopolitiques fondamentaux. Une militarisation accrue et une plus grande peur de l'islamophobie ont accompagné l'émergence de ce groupe violent. Pourtant, à ce jour, les discussions sur la meilleure manière de traiter l'idéologie violente de Daesh sont restées superficielles. Ces débats doivent dépasser les options militaires et adopter plutôt des approches nuancées qui atténueront davantage les attraits émotionnels qui séduisent les combattants étrangers. L'un de nos experts a présenté une approche plus large qui englobe la paix, la sécurité et le développement et qui a été adoptée au Nigéria - un programme de lutte non militaire contre l'extrémisme violent. Le programme a été conçu dans le but de mobiliser des personnes déjà radicalisées, de prévenir toute radicalisation potentielle, de lutter contre les discours extrémistes et de fournir un soutien psychosocial aux victimes du terrorisme. En s'appuyant sur une approche horizontale (gouvernement fédéral, Etat et gouvernement local) et verticale (société civile, milieux universitaires et chefs religieux et communautaires), le programme a eu recours à des structures existantes pour garantir la stabilité. Bien qu'il ne soit pas certain que cette approche à plusieurs niveaux réussisse dans un pays plus grand, ou une région différente, la collaboration du gouvernement et de la société civile est susceptible d'être cruciale dans la prévention et la réhabilitation des combattants étrangers.

Après la conclusion, les participants ont eu la possibilité de donner aux organisateurs leurs avis sur l'atelier et de discuter des prochaines étapes. Le Centre Carter a été invité à fournir une plateforme comme référentiel de ressources qui comprend, sans s'y limiter, les données qualitatives et quantitatives actuelles du Centre Carter sur les vidéos, les médias imprimés et les sources coraniques. Il a aussi été appelé à offrir une formation médiatique et une meilleure compréhension des discours de Daesh et des approches consacrées aux femmes syriennes déplacées à l'intérieur de leur pays et aux chefs religieux et communautaires. Les participants ont encouragé le Centre Carter à être la principale organisation qui rassemble les praticiens communautaires et les universitaires afin que ceux-ci partagent les efforts mondialement déployés dans le cadre de programmes de déradicalisation, de programmes de réhabilitation et d'engagements communautaires qui se sont avérés bien efficaces.