

La strategia dell'Isis nel contesto della guerra delle informazioni

Attualmente Internet è la nuova frontiera della guerra dell'informazione e si è rivelata un mezzo ideale per diffondere il terrore. Ebbene, con l'ISIS, il terrorismo ha fatto enormi progressi anche dal punto di vista strategico.

L'autoproclamato Stato Islamico è il risultato delle azioni di guerriglia e degli atti di terrorismo compiuti in Iraq dal 2003 e in Siria dall'inizio del 2013. Fin dalla sua origine l'organizzazione ha usato i metodi della guerra dell'informazione, come la diffusione dei video in cui venivano mostrati ostaggi decapitati, senza limitarsi alle rivendicazioni del terrorismo politico ma perseguendo finalità politico-militari.

Nel luglio 2014 una manovra informativa tipica della guerra psicologica è stata decisiva per la conquista di Mossul, dove le truppe governative irachene, superiori per numero e armi, sono state in parte indotte alla fuga dai messaggi simultanei lanciati da tutte le moschee della città al momento dell'attacco. Dopo la presa di Mossul, l'ISIS ha annunciato la creazione del califfato islamico, il 19 giugno, primo giorno di ramadan. La visione politica dell'organizzazione è diffusa in inglese, lingua universale, dalla sua rivista ufficiale, Dabiq e, come ha osservato Jessica D. Lewis, l'utilizzo di argomentazioni religiose nei discorsi di propaganda presuppone che abbiano collaborato alla loro stesura anche autorità religiose.

L'analisi della tattica e delle operazioni informazionali dell'ISIS non può prescindere dalla comprensione della dimensione strategica in cui s'inscrivono. L'ISIS mira senza mezzi termini alla conquista territoriale di un futuro paradiso politico-religioso. Se per Al Qaeda il califfato era un desiderio legittimo, per l'ISIS è una realtà concreta. I suoi obiettivi sono dunque innanzitutto politici: distruzione della frontiera tra Iraq e Siria per creare condizioni di guerra civile; instaurazione di uno Stato sul modello dell'Emirato Islamico; uso della propaganda per attirare combattenti da ogni parte del mondo a difesa dell'Emirato; riconoscimento del califfato da parte delle altre nazioni.

In costante polemica con altri gruppi islamisti che puntano esclusivamente a destabilizzare il sistema politico esistente, l'ISIS si muove secondo una logica di conquista territoriale che presuppone, oltre alla superiorità militare, anche la capacità di dar forma a un'entità politica stabile. Per dimostrare di possedere legittimità politica e religiosa, lo Stato Islamico conduce campagne informazionali in cui si presenta come un modello di buon governo, in grado di dare lavoro e gestire i problemi della vita quotidiana. L'ISIS si nutre di vittorie e senza di esse viene a mancare la sua stessa ragion d'essere, perciò il tempo sembra giocare contro l'organizzazione. L'Occidente, data la situazione, dovrebbe smettere di riflettere su come sconfiggere questo movimento e cominciare

invece a porsi la questione di come impedirgli di vincere.

L'ISIS, che rappresenta il passaggio da una dimensione convenzionale del terrorismo a una dimensione politica, divulga rapporti in cui dà conto del numero di attentati compiuti; per esempio, in quello del 2011-12 sono rivendicati 3.412 ordigni esplosivi, 633 omicidi e 330 attacchi suicidi con autobombe. La strategia dell'organizzazione prevede che, attraverso operazioni informazionali, sia dato risalto alle vittorie allo scopo di reclutare nuovi militanti e di infondere terrore ai nemici sul campo.

I sostenitori dello Stato Islamico conducono campagne mediatiche quotidiane su tutte le piattaforme più diffuse nel mondo. Ad esempio, durante i mondiali di calcio in Brasile, l'ISIS ha usato hashtag su Twitter come #Brazil2014 e #WC2014 per accedere a milioni di ricerche sulla Coppa del Mondo, strumentalizzando i centri di attenzione del bersaglio. Da uno studio condotto dalla Brookings Institution è risultato che tra l'ottobre e il novembre 2014 su Twitter c'erano 46.000 account a sostegno dell'ISIS. Il conteggio escludeva gli account creati automaticamente, che possono essere moltiplicati in modo industriale ma sono facilmente rilevabili qualora vengano segnalati. L'apertura manuale degli account è una tecnica più lenta, ma più difficile da contrastare. Follower e re-tweet falsi sono utilizzati per modificare la percezione degli altri utenti, ingannandoli sul numero di sostenitori dello Stato Islamico e sul livello di partecipazione alla causa. L'automatizzazione riguarda solo il contenente, ossia i canali di diffusione, e non il contenuto, che risulta però screditato quando il fenomeno di falsificazione viene denunciato.

Il successo dei messaggi a favore dell'ISIS dipende da un ristretto gruppo di utenti iperattivi (dai 500 ai 2.000 account), che si sforzano di eludere la censura operata dalla piattaforma usando vari stratagemmi. Nel giugno 2014 Twitter ha bloccato l'applicazione The Dawn of Glad Tidings, utilizzata da centinaia di account a favore dell'ISIS che inviavano migliaia di tweet al giorno. L'ISIS ha reagito costruendo reti più piccole e numerose, ciascuna delle quali dotata di un servizio di posta e di scelta di hashtag diversi, in modo tale che la sospensione di una rete non incidesse sulle altre. Alcuni account a sostegno dell'ISIS evitano la censura moderando la frequenza dei propri interventi. Questi utenti in genere scaricano video online e passano i link ai *mujāhidīn*, i quali a loro volta li diffondono sul web. L'ISIS dispone inoltre di una fitta rete di simpatizzanti, che vengono definiti i “cavalieri dell'*uploading*”, che disseminano Internet di contenuti a favore del califfato.

Lo studio della Brookings Institution precisa che nel gennaio del 2015 la rete pro ISIS si è riorganizzata attorno a piccoli gruppi di account-chiave privati, mentre il contenuto dei tweet viene diffuso da account pubblici, seguiti da un numero molto superiore di follower. Questa costruzione conferma il legame di legittimazione reciproca che intercorre tra contenente e contenuto: il primo testimonia il grado di organizzazione dell'ISIS; il secondo è caratterizzato dalla coerenza dei

messaggi diffusi, che contribuiscono a dare un'identità precisa al progetto (l'hashtag più diffuso è l'espressione "Stato Islamico").

Un altro aspetto importante della pratica terroristica della guerra dell'informazione è legato ai simboli e alle immagini utilizzate. Gli avatar più diffusi degli account pro califfato sono la bandiera dello Stato Islamico e il ritratto di Bin Laden o di membri del movimento come Jihadi John. I sostenitori dell'ISIS non hanno un volto: quel che conta è l'organizzazione, percepita come indipendente e monolitica.

Dal settembre 2014 l'ISIS ha cominciato a imitare i media occidentali trasmettendo reportage presentati dal giornalista britannico John Cantlie, divenuto ostaggio del gruppo. La strumentalizzazione del format e dello stesso giornalista occidentale mirano a rendere più credibili i contenuti propagandistici diffusi.

L'ISIS ha realizzato un numero grandissimo di film e video, curati dall'Al Hayat Media Center, che in alcuni casi appaiono rustici per dare l'idea della dimensione reale del progetto, in altri invece sono prodotti con tecniche hollywoodiane. L'impiego di tali tecniche serve in primo luogo a dimostrare la professionalità dell'organizzazione, affinché sia credibile che possa realizzare i suoi ambiziosi programmi, e in secondo luogo a rendere "glamour" degli atti barbari. Le uccisioni di ostaggi e altre atrocità filmate corrispondono a pulsioni profonde dell'essere umano, proiettate su uno sfondo mitico. Le fantasie più atroci sembrano giustificate dal fatto di essere iscritte in un'epopea collettiva e costituiscono uno strumento di reclutamento, oltre che una fonte di terrore per i nemici.

In passato anche i ribelli ceceni, fortemente islamizzati, hanno diffuso video in cui sono riprese scene di inaudita violenza, ma l'azione si è rivelata controproducente per la mancanza di una corretta valutazione strategica. I ceceni, che in quanto minoranza oppressa dalla Russia riscuotevano le simpatie dell'opinione pubblica occidentale, avrebbero dovuto cercare di coltivare il sostegno europeo alla causa di liberazione nazionale, senza rischiare di pregiudicarlo con la diffusione di video in cui sono ripresi i loro crimini di guerra. L'ISIS al contrario è già in partenza nemico dell'Occidente e dei suoi valori di libertà e dignità della persona, perciò non c'è alcuna contraddizione nelle atrocità documentate dai video. Inoltre la ritualità delle esecuzioni conferisce al gesto del boia che decapita il prigioniero un significato politico, tanto più esplicito in quanto le uniformi arancioni indossate dai prigionieri durante le esecuzioni sono un'allusione a Guantánamo, e lasciano intendere che la violenza perpetrata è la risposta a una violenza subita. Esecuzioni come quella del pilota giordano di religione musulmana, bruciato vivo dentro una cella, cominciano tuttavia a screditare l'immagine dell'ISIS anche all'interno del mondo arabo, così come la violenza dello Stato Islamico contro i sunniti.

Alcuni video incitano ad atti di terrorismo in territorio straniero. L'ISIS ha diffuso i dati personali di più di cento militari americani e pubblicato fotografie anche di parenti di soldati francesi accompagnate da un messaggio in cui li invitava a stare alla larga dallo Stato Islamico se volevano salvare la vita dei loro familiari.

Parallelamente gli islamisti propongono l'immagine di una coesione sociale all'interno del califfato, presentando i benefici in esso presenti di un certo comfort, senza che ciò comporti un problema sul materialismo che vi può essere insito. La netta separazione tra i sessi e l'ambito maschile da quello femminile viene pure esibita per mostrare l'esistenza di due entità e la presenza di una comunità femminile attiva e partecipe alla vita sociale, benché distinta.

La promessa del califfato paradisiaco è l'argomento principale per arruolare degli uomini. Senza questa promessa non ci sarebbe reclutamento. Di conseguenza il califfato ha bisogno di donne e di spose. Tramite messaggi informatici si attirano donne nell'organizzazione. Talvolta si ricorre a ritocchi per abbellire immagini dei luoghi dell'ISIS o per adattare quelle di donne il cui viso e corpo non possono apparire. Facebook è un'importante piattaforma di reclutamento di elementi femminili, ai quali si promette un'assistenza integrale e rassicurante dall'intera comunità islamista, ovvero la possibilità, come si legge in un messaggio, di partecipare a un destino d'eccezione: la fantasmagoria di una vita avente un senso superiore. Un'immagine in rete dedicata alle donne nella Jihad raffigura una leonessa a guardia della sua tana. Si promettono insomma un posto, una funzione, un territorio e una protezione.

Il reclutamento delle giovani straniere è totalmente basato su operazioni informatiche, prive di alcuna notizia sulle condizioni reali cui vanno incontro le "spose". Dietro il velo puritano facilmente si nascondono le contraddizioni di una pratica di abusi sessuali su donne e uomini, su adulti e bambini.

L'ISIS ha un alto grado di comando e controllo nella gestione dei *network* e sa assicurarsi visibilità strumentalizzando i centri di interesse occidentali. Nel prospettare un progetto di califfato che presenta in corso di costituzione, l'ISIS presenta tuttavia delle vulnerabilità informazionali un po' simili a quelle dei talebani prima dell'intervento americano in Afghanistan.

Questo movimento armato sa solo esportare immagini di terrore per spaventare i nemici o attrarre nuove reclute. Il tempo gioca contro un'organizzazione che ha un continuo bisogno di vittorie per esistere. La violenza e la violazione dei valori occidentali sono diventate le sue fonti di legittimità. La denuncia dell'orrore ha dunque un effetto limitato presso popolazioni presso le quali l'ISIS cerca di rafforzare la sua audience. Conviene piuttosto indirizzare il dibattito verso le contraddizioni interne dell'organizzazione, insistendo soprattutto sulle dissonanze tra la realtà della condizione femminile e la vita nel califfato, rimarcando le numerose pecche presenti nel discorso

religioso di questo Islam e negli artifici persino caricaturali del sistema di reclutamento.

Dunque, per concludere, la guerra con i mezzi informatici ha spostato i confini di parecchi ambiti, compreso quello della stessa informazione, che si estende ormai all'influenza militare, geoeconomica, culturale e all'attivazione delle tecniche della guerra dell'informazione. Cambia anche l'ambito specifico della guerra, come si è visto nella conquista di Mossul dopo un'infiltrazione minuziosa nelle moschee delle città, che ha permesso di diffondere dei messaggi simultanei al momento dell'attacco.

I conflitti del Medio Oriente e le crisi militari in Georgia e poi in Ucraina hanno spinto gli USA e la NATO a sviluppare il concetto di guerra ibrida, che è una combinazione di operazioni delle forze speciali, di campagna d'informazione e disinformazione sul territorio, ma anche attraverso i *network*.

C'è però un'incognita: il modo in cui le forze terroristiche, ma anche le potenze che possono essere tentate di manipolarle a vantaggio dei propri obiettivi geopolitici ed economici, faranno evolvere questa nuova area immateriale di scontro di cui Internet è la rappresentazione più visibile.

Nell'analizzare la strategia di comunicazione dello Stato Islamico, si deve notare innanzitutto una differenza fra i combattenti di Al Qaeda, che hanno fatto il loro battesimo del fuoco in Afghanistan durante la guerra fredda, e i jihadisti dell'ISIS, che hanno come termine di confronto l'invasione americana dell'Iraq nel 2003. Costoro, hanno combattuto agli ordini di al Zarqawi negli anni '90, prima che il Movimento per l'Unicità e la Jihad da lui fondato desse vita allo Stato Islamico in Iraq. Sono dunque molto più giovani, dei *digital natives*, pratici di Internet e della rete di comunicazione, e ciò spiega l'abilità e l'efficacia che dimostrano a tale riguardo.

La fortuna dell'ISIS fra il 2013-14 non si spiega se non si tiene conto del prestigio e dell'ascendente esercitato dai suoi promotori. L'ISIS, conquistato dalle armi di circa 50.000 jihadisti, è riuscito a imporsi su un territorio grande quanto la metà della Francia e nel quale vivono più di dieci milioni di persone. Senza il sostegno di una parte della popolazione, esso non potrebbe durare. Si possono individuare tre elementi che determinano questo consenso: l'immagine simbolica del califfato restaurato, che ispira a certi musulmani l'idea di un'età dell'oro; l'apparente efficienza di uno Stato che sostituisce quello corrotto instaurato dagli americani in Iraq, e il terrore con cui si annienta ogni forma di opposizione.

Il califfato è stato ufficialmente abolito dopo il crollo dell'Impero Ottomano e l'abdicazione di Abdülmecid II, 101° e ultimo califfo. Il califfato proclamato dall'ISIS si richiama tuttavia a quello degli Abbassidi, che regnarono dal 750, e alla presa di Bagdad nel 1258, portando con l'esercizio della Shari'a o legge islamica, secondo le cronache celebrative, la civiltà musulmana al suo apogeo. L'ISIS fonda la sua propaganda sull'attrattiva di un ideale collettivo e di un passato

glorioso. Abu Bakr al Baghdadi non ha scelto il suo nome a caso: Abu Bakr fu infatti il primo califfo succeduto a Maometto dopo la sua morte. Nel discorso pronunciato al momento del suo insediamento, dopo la presa di Mossul nel luglio del 2014, si è presentato come un arbitro e un umile servitore di Allah, non come un dittatore, annunciando di essere stato designato per dirigere i musulmani alla realizzazione del califfato, voluta da Allah. Al Baghdadi fa poche apparizioni in pubblico, per circondarsi di un'aura quasi divina e restare una figura misteriosa. Con il suo vero nome Ibrahim 'Awwad Ibrahim Ali al-Badri è nato in Iraq nel 1971, e questo è uno dei rari dati certi della sua biografia, dalla quale ne risultano alcuni, quali la discendenza dalla tribù del profeta, miranti a legittimare la sua odierna autorità.

Anche la bandiera dell'ISIS si rifà all'età d'oro degli Abbassidi. Il nero è lo stesso delle bandiere dei califfi abbassidi, il cerchio si riferisce al sigillo del profeta, mentre il bianco simboleggia la pietà. L'aspetto più simbolico è forse costituito dalla scrittura ricalcata su quella dei primi Corani dell'VIII secolo. La frase "Non c'è altro dio all'infuori di Dio" è pure un simbolo di pietà e di intransigenza verso gli "infedeli" come gli occidentali o i "devianti" come gli sciiti e gli yezidi, ugualmente considerati degli adoratori di Satana.

La politica di Nouri al Maliki, Primo Ministro iracheno imposto dagli americani, ha una responsabilità nel malcontento diffuso tra le popolazioni locali. Sciita di confessione, al Maliki aveva promesso una distribuzione di cariche che coinvolgesse anche sunniti e baasisti, poi invece esclusi o addirittura finiti nelle file dell'esercito dell'ISIS. Dal 2003 l'Iraq era uno Stato caotico e in Siria contemporaneamente cresceva un'opposizione ad Assad disposta anche al terrorismo. Si determinava quindi un terreno favorevole al sorgere dell'ISIS come Stato in grado di funzionare al suo interno e di reprimere la corruzione precedente alla rinascita del califfato. C'è una notevole differenza tra l'aggressività che l'ISIS dispiega alle sue frontiere e la relativa tranquillità che riesce a imporre entro i suoi confini. Nel maggio 2014 ha creato un proprio organo di stampa, al Hayat Media Centre, che diffonde vari periodici. *The Islamic State Report*, pubblicato in inglese, è un ottimo esempio della dicotomia tra la guerra esterna e la pace interna: ci sono articoli di glorificazione dei successi militari e altri di cronaca sociale. Nel secondo numero ne compare uno sullo *zakat*, che è un tributo religioso per i poveri, predicata dalla legge islamica. Secondo la tradizione è lo Stato che deve incaricarsi di questa raccolta. Nello stesso articolo si parla dei provvedimenti a favore dei coltivatori diretti e delle misure intraprese di giustizia sociale. L'articolo è inoltre illustrato da immagini di campi estesi a perdita d'occhio, che danno un'idea di prosperità. La propaganda vuole suggerire il perseguimento di un ideale di pace e di giustizia. Alle popolazioni dei territori occupati è imposta una tassa personale di dieci dollari al mese, ma alcuni commercianti la considerano di molto inferiore a quanto dovevano versare alle autorità corrotte del governo di al

Maliki. Interrogati dai giornalisti di Reportage Arte, gli iracheni hanno dichiarato che lo Stato Islamico non aveva cambiato la loro vita e non si sentivano coinvolti in un conflitto religioso e politico.

L'ISIS dà l'illusione di uno Stato funzionale, che protegge i cittadini pattugliando le strade, controllando la circolazione e l'ordine grazie a una polizia in regolare uniforme. Fa applicare la Shari'a e la sua legge del taglione, in base alla quale i terroristi dell'ISIS contrassegnano le case dei cristiani nei territori conquistati e lasciano loro una scelta: convertirsi, andare in esilio o essere uccisi. Sono in compenso meno clementi verso gli yezidi, che assassinano sistematicamente; ma al suo interno lo Stato Islamico si presenta all'insegna della normalità e le stesse autorità irachene contribuiscono a tale scopo versando regolarmente nei territori dell'ISIS i salari agli impiegati del settore pubblico.

Un ruolo fondamentale è rivestito dalla piena padronanza delle tecnologie moderne dell'informazione e della comunicazione. Da una quindicina d'anni i gruppi di Al Qaeda si legittimano e si dichiarano su siti che passano tutti attraverso il *branding* ufficiale di vari organismi in grado di autenticare le fonti. L'EIAI-Furqan Media Production si è ispirata a tale modello sin dal 2007, quand'era ancora lo Stato Islamico in Iraq e rappresentava la branca locale di Al Qaeda, dotandosi di un proprio organo di produzione video: i combattenti in genere sono equipaggiati di una camera GoPro o affine. Ogni battaglia, ogni aspetto della vita quotidiana sono archiviati in una colossale banca dati da cui l'ISIS può trarre le immagini più adatte al messaggio da trasmettere. Si possono così montare delle clip di gruppo, in cui una battaglia assomiglia a un videogioco, accompagnato da un sottofondo musicale e magari da musiche hollywoodiane. I terroristi sono ora *digital natives*, che si rivolgono ad altri giovani da catturare per il domani dello Stato Islamico. Ogni vittoria militare viene celebrata con una frase tipica, un grido "bari'a", che significa "resterà". Il successo fenomenale di questa espressione, specie tra i giovani, è considerato da Romain Caillet una prova di capacità molto superiori in termini di comunicazione a quelle mostrate da Al Qaeda in passato.

Se è centralizzata la strategia di comunicazione interna, i membri dell'ISIS hanno invece una notevole libertà d'azione, con il solo obbligo di inserire nei loro messaggi il logo del gruppo. In questo modo sono circolati su Internet numerosi video, alimentando la propaganda, cui pure contribuiscono massicciamente le reti sociali. Al momento della presa di Mossul più di 40.000 tweet sono stati spediti in un giorno da Al-Furqan Media Production. La mira è anche quella di far sì che le parole chiave dell'ISIS abbiano la priorità nei meccanismi dei risultati di ricerca telematica.

Quando la strategia di adesione non funziona, il movimento comunica con il terrore, ma le

immagini shock non sono indirizzate solo agli occidentali e devono anzi avere un primo impatto sui nemici territoriali, in modo da fiaccarli, ridicolizzarli e reprimere ogni velleità di opporsi.

Nella presa di Mossul del 10 giugno 2014, le spoglie dei vinti furono oggetto di oltraggi e lordure e vennero infine esibite come trofei sugli automezzi. L'ISIS conduce pure una guerra di sterminio di genere confessionale ed etnico: le crocifissioni degli oppositori sono numerose e i principali nemici (gli sciiti, gli yezidi e i curdi) sono massacrati senza eccezione o venduti come schiavi. Al Baghdadi fa della sua intransigenza un simbolo di purezza religiosa che legittima la propria autorità. Testimonianze raccolte da giornalisti di Reportage Arte riferiscono le atrocità metodiche e le esecuzioni compiute dai terroristi dell'ISIS pervenuti in un nuovo territorio.

Il regno del terrore voluto dall'ISIS ha tuttavia una differenza dottrinale che lo distingue da Al Qaeda. Fu infatti al Zarqawi, fondatore del gruppo poi diventato l'ISIS, il primo a filmare ed esibire su Internet la decapitazione di un ostaggio occidentale, Nicholas Berg, nel maggio 2004. Pareva una scelta dell'orrore destinata a ripercuotersi contro chi lo compiva e invece l'ISIS domina ora il campo della comunicazione e le sue competenze sono invidiate da altri gruppi terroristici, compresa Al Qaeda. Boko Haram ha rivelato di recente una convergenza, che forse già risaliva a un periodo precedente, e compiuto progressi nelle azioni terroristiche dovuti probabilmente ai consigli dell'ISIS.

Per destabilizzare le democrazie occidentali il movimento ha predisposto una strategia di comunicazione "esterna", fondata su una perfetta padronanza dei messaggi da inviare e delle immagini utili al raggiungimento dei suoi fini. Lo scopo è il contrasto dei governi che cercano di coalizzarsi contro lo Stato Islamico, favorendo nei loro Paesi l'affermarsi del convincimento di una vittoria ineluttabile dell'ISIS.

La lotta contro l'Occidente si situa chiaramente al livello dei valori. Nelle società occidentali la morte ha un peso sempre più difficile da sopportare. Con immagini di morte violenta, con l'assassinio di ostaggi occidentali non bellicosi e perfino armati di buone intenzioni pacifiche, gli islamisti intendono palesare un disprezzo che concerne anche i membri delle ONG, mossi da intenti umanitari, o i giornalisti presenti su un teatro di guerra per informare. Sono due tipi di vittime che feriscono particolarmente la sensibilità occidentale, segnata nei maggiori Paesi industrializzati da una lunga pace dopo la Seconda Guerra Mondiale, su cui è caduto il segnale d'allarme degli attentati alle Torri Gemelle.

Nella pratica terroristica della guerra dell'informazione i colpi fisici sono anche informativi. Le uccisioni di giornalisti sono simboliche e traumatiche per le nostre società quanto quelle dei collaboranti umanitari. È precisamente il fine voluto dai salafiti, i quali adottano metodi somiglianti a quelli usati prima di loro dai nazisti. I predicatori del pensiero salafita sono

depositari della verità e nulla di quanto detto e scritto prima di questa sua manifestazione può opporvisi. Dio è ridotto a una volontà ed essa guida la Jihad, la lotta che ciascuno deve condurre affinché la volontà s'imponga in uno stesso tempo su ogni uomo, divenendo anche un modo di governare la società.

Il terzo elemento che va a colpire come una frustata le società occidentali nel cuore dei loro valori e dei loro punti di riferimento è la distruzione sistematica e mediatizzata delle ricchezze culturali storiche e archeologiche, come il museo di Mossul. Nell'abbandonarsi a questo saccheggio e filmarlo l'ISIS si assicura una copertura mediatica enorme. Si tratta dell'applicazione del fenomeno di dissonanza cognitiva. La distruzione non ha alcun interesse strategico, ma pone le società occidentali in uno stato di disgusto, creando un clima di terrore e di sconforto cognitivo. L'ISIS applica il fenomeno che Yannick Bressan ha definito "adesione emergentista", secondo la quale un individuo aderisce a una nuova realtà tendendo a cancellare quella sua quotidiana e riposizionandosi nella realtà in cui comunque vive. Diventa un "individuo dissonante" che troverà nella realtà emergente che è stata costruita e gli è proposta una forma di "ri-conforto" di cui la mente ha bisogno per funzionare correttamente.

I propagandisti dell'ISIS usano dunque a piene mani mezzi di manipolazione sociale per creare una grande distanza fra i popoli occidentali e i loro governi intenzionati a eventuali azioni contro il califfato.

La propaganda dell'ISIS fa un continuo rilancio mediatico sul prezzo da pagare per un intervento militare a suo danno. Gli islamisti, approfittando dell'assenza di commenti sui loro rovesci, enfatizzano la loro padronanza del terreno e delle tecniche di combattimento in zona urbana. La migliore preparazione non eviterebbe perdite di truppe nemiche di terra. Il precedente dell'Afghanistan insegna quanto le popolazioni siano poco disposte ad accettare queste perdite, anche di soldati professionisti. Negli Stati Uniti e in Inghilterra si è affievolito il consenso per queste operazioni e su tale tema nel 2010 è caduto il governo nei Paesi Bassi; in Francia l'imboscata nella valle afghana di Uzbini ha provocato un trauma nazionale. L'ISIS fa leva su queste paure e cerca di accrescere i dubbi sulle capacità di eserciti moderni sovrequipaggiati ed evoluti tecnologicamente di vincere combattenti ideologizzati. I talebani sono stati affrontati per più di dieci anni da una coalizione molto superiore in numero e mezzi e non sono stati eliminati.

Il carattere estremamente crudele delle uccisioni effettuate dagli islamisti ammonisce poi le popolazioni sugli oltraggi da loro perpetrabili sulle spoglie dei nemici. I video trasmessi su YouTube o su Dailymotion, facili da trovare, rispondono a questo obiettivo di terrore.

Bibliografia

Ecole de Guerre Economique, **Rapport d’alerte - La France peut-elle vaincre Daech sur le terrain de la guerre de l’information?**, Mai, 2015 <http://www.ege.fr/index.php/actualites/evenements/item/rapport-d-alerte-la-france-peut-elle-vaincre-daech-sur-le-terrain-de-la-guerre-de-l-information.html>