

Magdalena El GHAMARI

Collegium Civitas

Centrum Badań nad Ryzykami Społecznymi i Gospodarczymi
Pracownia Bezpieczeństwa Kulturowego

Polityka informacyjna organizacji terrorystycznych – na przykładzie Daesh

Streszczenie: Polityka informacyjna w aspekcie ekstremizmu islamskiego jest tematyką niezwykle obszerną oraz skomplikowaną. Dlatego należytem jest, by na samym początku określić, co zgodnie z przyjętym zamierzeniem prezentowanej treści, należy rozumieć pod pojęciem polityki informacyjnej oraz propagandy fundamentalistów.

Przedstawiony artykuł obejmuje szerokie spectrum propagandy polityczno, kulturowo, społecznej, jak również techniki masowej perswazji, charakteryzujące społeczeństwo postindustrialne. W tym obszarze obejmuje umiejętność posługiwania się obrazami, sloganami i symbolami, odwołującymi się do uprzedzeń oraz emocji odbiorców, przez organizacje terrorystyczne. Zidentyfikowane zostały obszary efektywnej komunikacji, oparte na wielorakich płaszczyznach, mające na celu skłonienie odbiorcy do „dobrowolnego” przyjęcia punktu widzenia organizacji terrorystycznych. Płaszczyzny komunikacji, są zależne od grupy docelowej odbiorców, których można podzielić wedle zajmowanego statusu społecznego, majątności, przekonań religijnych, postaw społecznych, konserwatyizmu czy też opcji politycznej.

W badanym kontekście, wymiar informacyjny, ekstremizmu islamskiego będzie obejmował działania grup ekstremistów, powołujących się na stworzenie kalifatu muzułmańskiego oraz tworzenie Daesh (ang. *Islamic State*) Państwa Islamskiego.

Z uwagi, iż sama historia oraz tematyka funkcjonowania, legalności oraz działań bezpośrednich ISIS, nie jest tematyką niniejszego artykułu, zostaną przedstawione jedynie metody działania polityki informacyjnej, sposoby wykorzystywania popularnych massmediów, w celach propagandowych, czy też werbunkowych, samej organizacji. Wymiar informacyjny będzie dlatego opierał się głównie na propagandzie politycznej, religijnej oraz metodach dezinformacji potencjalnego odbiorcy.

Słowa kluczowe: informacja, propaganda, wymiar informacyjny, dezinformacja, Państwo Islamskie, organizacje terrorystyczne, polityka informacyjna

Wprowadzenie

W ciągu ostatnich lat w Afryce zarejestrowano około 65 tysięcy różnych zdarzeń o charakterze zbrojnym. Zamachy terrorystyczne, konflikty zbrojne, morderstwa na tle religijnym i politycznym, uprawa-

dzenia ... – te tematy wydają się nie schodzić z pierwszych stron gazet, analiz politologicznych i wszystkich tych, którzy interesują się współczesnymi konfliktami zbrojnymi oraz bezpieczeństwem. Jaka przyszłość czeka te rejony? Jakie są główne zagrożenia? W niniejszym artykule zostaną przedstawione działania propagandowe na terytorium Afryki, które w tym kontekście staje się obszarem o rosnącym zagrożeniu radykalnym islamizmem oraz fundamentalizmem.

Na terytorium Afryki znacznie wzrosła przemoc i brutalna aktywność islamistów, szczególnie silny wzrost można zaobserwować od 2010 roku. Związany jest on przede wszystkim z nasileniem konfliktów w najważniejszych krajach tego regionu. W okresie tym odnotowano także rozprzestrzenianie się działalności islamistów w południowej i wschodniej części kontynentu. W 2012 roku odnotowano najwyższą liczbę śmiertelnych ofiar konfliktów zbrojnych w Afryce od 1997 roku, przede wszystkim ze względu na intensyfikację przemocy w Somalii i Nigerii. To właśnie w tych dwóch krajach w ostatnich 15 latach zaobserwowano największy wzrost aktywności islamistów, natomiast najbardziej znaczący spadek w Algierii. W 2012 roku najwięcej zdarzeń o charakterze zbrojnym zarejestrowano w Mali i Kenii.

Celem głównym niniejszego artykułu jest identyfikacja roli przekazu informacyjnego oraz całokształtu polityki informacyjnej, stosowanych przez organizacje terrorystyczne, takie jak Al-Kaida, Ansar Al-Sharia oraz Państwo Islamskie (ISIS¹, ISIL², Daesh³).

Celem szczegółowym prowadzonych badań jest wypracowanie i zidentyfikowanie głównych założeń związanych z bezpieczeństwem w sferze ponadnarodowej, ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa kulturowego oraz konfesyjnego. Punktem wyjścia do niniejszych rozważań jest hipoteza określająca politykę informacyjną organizacji terrorystycznych jako skomplikowany, wielopoziomowy funkcjonalny system, w którym stale istnieją procesy interakcji i konfrontacji żywotnych interesów poszczególnych grup terrorystycznych i poszczególnych zagrożeń (zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych).

Zweryfikowanie zostanie teza o interdyscyplinarności informacyjnego wymiaru ekstremizmu islamskiego oraz mediamorfosie współczesnych konfliktów w sferze medialnej.

¹ Ang. Islamic State of Iraq and Sham, ISIS.

² Ang. Islamic State of Iraq and the Levant, ISIL.

³ Arab. والشام العراق في الإسلامية الدولة, Ad-Daula al-Islamiyya fi al-Irak wa-asz-Szam, Daesh.

Głównym pytaniem badawczym jest próba odpowiedzi na pytanie, jakich metod i technik używają organizacje terrorystyczne (Daesh), by zwerbować w swoje szeregi potencjalnych bojowników.

Polityka informacyjna w obszarze działalności terrorystycznej stanowi niezwykle skomplikowany obszar badań, który jest jednocześnie niezwykle obszerny. W kontekście niniejszego artykułu, który powstał w oparciu o szczegółowe badania empiryczne, zostaną przedstawione działania wybranych organizacji terrorystycznych z Afryki, funkcjonujących pod flagą Państwa Islamskiego Daesh.

Wymiar informacyjny, będzie oznaczał szerokie spectrum propagandy polityczno, kulturowo, społecznej. Są to techniki masowej perswazji, charakteryzujące społeczeństwo postindustrialne. W tym obszarze obejmować będzie umiejętne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami, odwołującymi się do uprzedzeń oraz emocji odbiorców. Oznacza efektywne komunikowanie, na wielorakich płaszczyznach, mające na celu skłonienie odbiorcy do „dobrowolnego” przyjęcia danego punktu widzenia za swój. Płaszczyzny komunikacji, są zależne od grupy docelowej odbiorców, których można podzielić wedle zajmowanego statusu społecznego, majątności, przekonań religijnych, postaw społecznych, konserwatyizmu czy też opcji politycznej (Cybal-Michalska, 2007).

W badanym kontekście, wymiar informacyjny, ekstremizmu islamskiego będzie obejmował działania grup ekstremistów z Afryki, głoszących poddaństwo wobec Kalifa oraz przynależność do IS (ang. *Islamic State*), czyli Państwa Islamskiego.

Wzrost aktywności islamistów w Kenii, Somalii, Mali powinien budzić największy niepokój społeczności międzynarodowej. Są to kraje od dawna ogarnięte wieloma napięciami natury etniczno-regionalnej, przez co tamtejsza ludność jest bardziej podatna na retorykę przemocy i współudział w brutalnych działaniach, inicjowanych przez większe, międzynarodowe, zorganizowane grupy terrorystyczne. Przykład Mali pokazuje, że taka skala konfliktu nie byłaby tam możliwa bez współdziałania lokalnych grup rebeliantów ze zorganizowanymi, międzynarodowymi strukturami islamistów.

Teoria i praktyka sztuki wojennej od zawsze wskazuje, że sztuka obrony jest bardziej wymagająca i wyrafinowana, niż sztuka ofensywna. Wymaga więcej wysiłku i mądrości, żeby obronić się przed przeciwnikiem. Jednym ze sposobów zwiększenia swoich szans w konfrontacji z agresorem jest ucieczka w „szarą strefę” świata informacji, czyli tworzenie sytuacji, w których trudniej o łatwy dostęp do prawdziwej informacji,

gdzie ogromną rolę odgrywa pozorowanie i dezinformacja. Tym celom służy przykładowo odcinanie przeciwnika od informacji, informacyjne sterowanie jego działaniami i wpływanie własnym zachowaniem na jego wiedzę⁴.

Polityka informacyjna – informacja czy dezinformacja?

Dezinformacja, to według jednej z zachodnich definicji „sfabrykowane świadectwa, taktyka oczerniania oraz sfabrykowane dokumenty wykorzystane do zdyskredytowania przeciwnika”. Według innej zachodniej definicji, dezinformacja, to tworzenie i rozpowszechnianie wprowadzających w błąd lub fałszywych informacji w celu wyrządzenia szkody wizerunkowi kraju wybranego za cel (Bennett, 2002, s. 69).

Dezinformacja może mieć wymiar strategiczny bądź taktyczny. Analitycy amerykańscy dzielą dezinformację taktyczną na trzy rodzaje: polityczną, wojskową i ekonomiczną. Przykładami mogą być:

- opublikowanie sfabrykowanej notatki wewnętrznej polityka wyznaczonego do skompromitowania;
- podsuniecie nieprawdziwych danych technicznych czołgu lub „podkolorowanie” danych statystycznych celem wywołania wrażenia, że stan gospodarki państwa jest lepszy (albo gorszy) od rzeczywistego (za: Lewczenko, 1988, s. 1).

Dezinformacja taktyczna trwa stosunkowo krótko i ma na celu wprowadzenie w błąd w jednej lub kilku zązębiających się kwestiach. Prowadzona jest raczej w skali miesięcy niż lat. Jednak konfrontując działania Państwa Islamskiego okazuje się, że teoria nie jest zgodna z zaistniałą praktyką. Działania informacyjne, dezinformacyjne, czy też propagandowe są sukcesywnie prowadzone od wielu lat. Ich intensyfikacja nastąpiła po atakach na World Trade Centre oraz Pentagon w 2001 roku i jeszcze bardziej się „wyspecjalizowała” w trakcie arabskich rewolucji w 2011 r. Od tego czasu obserwujemy coraz lepsze techniki informacyjne, wykorzystywane przez organizacje terrorystyczne, zarówno w wymiarze wirtualnym oraz rzeczywistym.

Dezinformacja strategiczna, to systematyczne przekazywanie fałszywych sygnałów politycznych, informacji i ich fabrykacji, celem wytworzenia wypaczonego obrazu powodującego wadliwą analizę sytuacji

⁴ Wystąpienie Szefa Biura Bezpieczeństwa Narodowego, <http://www.bbn.gov.pl/pl/wydarzenia/6570,Rola-dezinformacji-w-konfliktach-zbrojnych.html>.

(Lenczowski, 1985, s. 6). Przykładem może być podsycana przez organizacje terrorystyczne idea świętej wojny, walki z Zachodem i niewiernymi, jak samo powoływanie się na świętą księgę muzułmanów, Koran.

Fundamentalizm islamski, cechuje uznawanie prymatu czynnika religijnego nad życiem świeckim, dążenie do utworzenia państwa islamskiego, oparcia prawa na Koranie, eliminacji wpływów nieislamskich, zwalczanie prób modernizacji islamu przez współwyznawców. Działania ekstremistów, czy też fundamentalistów są skrajnie konserwatywne. Ich zwolennicy przeciwstawiają się jakimkolwiek zmianom w obrębie religii i obyczajowości. Przyjmują jednocześnie, że posiadają monopol na prawdę i nie dopuszczają możliwości dialogu z innymi koncepcjami.

Ekstremiści islamscy opowiadają się przeciwko wpływom islamskim, jak i nieislamskim, przeciwko modernizacji islamu przez swoich współwyznawców. Całościowo odrzucają cywilizację euroamerykańską, gdyż Zachód utożsamiają z upadkiem wszelkich wartości moralnych, z demoralizacją. Zjawisko religii prywatnej uważają za świat zamaskowanego politeizmu, gdyż religia według fundamentalistów powinna wyznaczać normy dla całych społeczeństw. Krytykują ideę państwa świeckiego i demokratycznego oraz ostro zwracają się przeciwko innowiercom oraz krajom Zachodu, idealizując koncepcję wielkiego kalifatu muzułmańskiego oraz ummy⁵ (społeczeństwa muzułmańskiego). Zdarza się, że fundamentaliści występują przeciw swoim własnym rządóm, jak to ma miejsce w Iraku, Somalii, Jemenie, Tunezji, Libii, Syrii oraz innych miejscach w obszarze Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej.

Dlatego też, szczegółowa analiza działań organizacji terrorystycznych jest niezwykle ważna. Bez niej nie można określać potencjalnych zagrożeń bezpieczeństwa międzynarodowego czy globalnego. Zmiana paradygmatu bezpieczeństwo, jak ma to miejsce w ostatnich latach pokazuje, że obecne zagrożenia są dynamiczne i stanowią ciąg przemyślanych działań ze strony ekstremistów. Problemem w obliczu którego stanęły Państwa Zachodu, to nie tylko niedocenywanie siły kulturowo-religijnej, fundamentalistów, ale i brak efektywnych metod przeciwdziałania im.

Państwo Islamskie, obecnie największa organizacja terrorystyczna dąży do utworzenia Kalifatu, który będzie rozszerzany na kolejne państwa Bliskiego Wschodu, a nawet Europę. Kalifat ma poparcie części sunnickiej ludności i przy okazji kolejnych podbojów w Iraku dokonuje

⁵ Umma to wspólnota muzułmańska, zwana też gminą. Pierwszą ummę założył w Medynie prorok Mahomet. Dzisiaj tym terminem określa się muzułmanów mieszkających na całym świecie.

masakr szyitów, których uznaje za niewiernych. Oznacza to powrót do idei z VII wieku, gdy kalifat był ustrojem państwowym, który powstał dawno po Mahomecie. Kalifowie sprawowali przywództwo polityczne. Czterej pierwsi, zwani sprawiedliwymi, rządili całym imperium muzułmańskim. Po pewnym czasie doszło do podziału i powstało kilka kalifatów, a każdy był oddzielnym państwem muzułmańskim. Tytuł kalifa utrzymywano jeszcze w Imperium Osmańskim, a w 1924 roku został on zniesiony przez Atatürka. Wieki temu, Kalifat stanowił normalne państwo, ale można też odczytywać go symbolicznie, jako generalną ideę zjednoczenia państw muzułmańskich pod przywództwem kalifa. W wersji prezentowanej przez Państwo Islamskie, ma to być Państwo, ze wszystkimi atrybutami państwowości oraz prawem szariatu. Swoje działania ekstremiści opierają na nawiązaniu do religii muzułmańskiej (Koranu, Sunn⁶ oraz Hadisów⁷).

Obecnie stolicą Kalifatu – Państwa Islamskiego⁸ jest miasto Rakka w północnej Syrii. Organizacja (IS) jest dobrze uzbrojona i zaopatrzona w tak zwanych *nauczycieli*, którzy po zdobyciu kolejnych miast, wprowadzają radykalną wersję *szariatu*⁹ i ustanawiają nowe prawa, powołując się na religię i misję tworzenia kalifatu islamskiego. Policja religijna pilnuje, by kobiety zakrywały włosy i twarz, by sklepy były zamknięte w czasie modlitw, odejście od Islamu lub zmiana wyznania równa się śmierci, alkohol, narkotyki i papierosy są zakazane, kobiety muszą całkowicie zakrywać swoje ciało i nie powinny opuszczać domu bez potrzeby, inne ugrupowania polityczne i religijne są zakazane, kapliczki i groby są niszczone, muzułmanie nie mogą sprzymierzać się ciemiężcami etc.

⁶ Sunna to cztery podstawy muzułmańskiego Prawa (szari'atu) opracowywanego w wielu sunnickich szkołach prawniczych. Mówi się, że „sunna mogłaby istnieć bez Koranu, ale Koran nie mógłby bez sunny”.

⁷ Na sunnę składają się różne „wspomnienia” (hadisy) z życia Proroka i jego przyjaciół. Opisany w nich sposób postępowania stał się wzorcem prawa dla sunnitów. Ostatecznie sześć zbiorów hadisów uznano za kanoniczne, najważniejszymi są zbiór Buchariego (zmarł 870) oraz Muslima (zmarł 875).

⁸ Dżihadystyczne ugrupowanie Islamskie Państwo Iraku i Lewantu (ISIS lub ISIL) ogłosiło przywrócenie na terytorium Syrii i Iraku kalifatu – państwa, które powstało ponad 1,5 tys. lat temu, po śmierci proroka Mahometa.

⁹ Prawo islamskie – nie ogranicza się do regulacji społecznych i karnych. Obejmuje dyrektywy dotyczące każdej sfery życia muzułmanina i dlatego proste określenie „prawo islamskie” nie oddaje w pełni znaczenia tego terminu. Lepiej zdefiniowane pojęcie szariatu to: ogół boskich praw, norm, zasad postępowania oraz nauk mających na celu przyniesienie korzyści jednostce i społeczeństwu.

Zaś odstępstwa od przedstawionych zasad są bardzo surowo karane, m.in. przez publiczne egzekucje i amputacje.

Strategia działania polega na absolutnym uzależnieniu od siebie mieszkańców danej miejscowości. Dlatego Państwo Islamskie natychmiast przejmuje sklepy, piekarnie, stacje paliw, apteki, a potem centralizuje dystrybucję niezbędnych dóbr. Co więcej prowadzi kampanie informacyjną o swoich działaniach. Najsilniej jest ona widoczna w internecie. Poziom rozwoju technologicznego umożliwił wykorzystywanie portali społecznościowych, for internetowych, tworzenia gier komputerowych, filmików indoktrynacyjnych, oraz własnego rynku pracy oraz pola do handlu online.

Na tej podstawie informacyjny wymiar ekstremizmu islamskiego, prezentowanego przez Państwo Islamskie obejmuje:

- systematyczne próby wpłynięcia na myśli, uczucia i działania podporządkowanych osób za pomocą przekazywanych argumentów (Zimbardo, Ruch, s. 675), mit szczęścia w kalifacie islamskim;
- jednoznaczne informowanie o niezbędności dokonania określonego wyboru, głównie przy tłumaczeniu zamachowców – samobójców;
- rozpowszechnianie określonych idei, doktryn czy sposobów działania dla poparcia własnego stanowiska lub zdyskredytowania stanowiska przeciwnika – koncepcja wiernego i niewiernego;
- indoktrynację, poprzez nowy system szkolnictwa i modele edukacyjne oparte na nauczaniu „na pamięć”.

Siła informacji oraz dezinformacji od zawsze była wykorzystywana w konfliktach na szeroką skalę.

Do głównych zadań polityki informacyjnej, ekstremizmu islamskiego IS, należy informacja oraz mobilizacja, czyli przekonywanie, nakłanianie do wykonania „wspólnej sprawy” (por.: Sztumski, 1990, s. 18–30; Aronson, 1987, s. 89–91). Ze względu na prezentowane wiadomości, organizacja Islamic State wykorzystuje działania: polityczne (wybór Kalifa), społeczne (ustalenie systemu socjalnego), religijne (podstawowe kanony wiary, prawo koraniczne – szariat), kulturowe (sposób ubioru, zachowania) (Lepa, 1994, s. 55–69; por. Staniak, 1985, s. 107–118; Abramowska, 1985, s. 9–41).

Działania w wymiarze informacji i dezinformacji organizacji terrorystycznych, można definiować w sposób wąski oraz szeroki. Działania informacyjne w sensie szerokim będą tworzyć akcje psychologiczne, czyli metody czysto psychologiczne stosowane w celu modyfikowania opinii (powtarzanie sformułowań koranicznych przy każdej możliwej okazji).

Prowadzenie wojen psychologicznych, które są adresowane do przeciwników wewnętrznych, jak i zewnętrznych za pomocą środków psychologicznych w celu obniżenia lub zniszczenia ich morale (pokazywanie zdjęć osób, które źle wypowiadają się o Islamie). Działania polegają również na reedukacji i praniu mózgu, którego celem jest transformacja przeciwnika w sprzymierzeńca (tworzenie chrześcijańskich oddziałów bojowników, zwerbowanych przez IS). Odnoszenie się do publicznych, ludzkich relacji, których celem jest promowanie i afirmowanie pewnych wartości, a także adaptacja jednostki i grup społecznych do konsumpcji i aktywności (wytworzenie postaw konformistycznych, poprzez pokazywanie szczęśliwych ludzi, wspólnych uścisków dłoni, dzieci oraz kobiet). W sensie wąskim informacja i dezinformacja organizacji to połączenie technik organizacyjnych i obramowań, czyli zarządzanie i programowanie akcji propagandowej (Nieć, 2007, s. 35). Można zaryzykować, iż organizacje terrorystyczne prowadzą *asymetryczną partyzantkę informacyjną* (zob. El Ghamari, 2015). Asortyment do przeprowadzania asymetrycznych ataków na media głównego nurtu własnymi treściami, jest jak na razie niezwykle tani i wymaga jedynie łącza internetowego, czasu i chęci. Posty/komentarze/linki do artykułów można umieszczać praktycznie na wszystkich stronach internetowych, blogach, forach, miejscach na komentarze, stronach społecznościowych itp. Zwykle pozostawienie linka w internecie procentuje kilkudziesięcioma nowymi osobami, które będą mogły poszerzyć swój światopogląd. Podkładanie takich bomb informacyjnych w miejscach często odwiedzanych przez czytelników jest jeszcze bardziej skuteczne. W wojnie informacyjnej liczy się ilość, szybkość i jakość informacji, to wszystko jest dostępne poprzez internet. Wspólnie mamy więcej komputerów, kamer i czasu na działanie niż wszystkie redakcje mediów głównego nurtu razem wzięte (McLuhan, 2004, s. 223–231).

Kolejne już generacje ekstremistów, radykałów islamskich nauczyły się, że media to nie tylko potęga, ale i miejsce pozyskiwania rekrutów do walki. Dzięki kampaniom propagandowym, obserwujemy wzrost udziału bojowników, czy też męczenników ze świata Zachodu, którzy często, nie należą do muzułmańskiego kręgu cywilizacyjnego.

Analizując informacyjny wymiar ekstremizmu islamskiego, należy przedstawić szereg działań, jakie mają miejsce w sieci online. Pierwszym z nich są martyrologia – publikowane na stronach i forach internetowych. Regularnie publikowane są martyrologia, czyli hagiograficzne relacje o śmierci tak zwanych męczenników. Przybierają one różnora-

ką formę, od wydawnictw piśmienniczych, stron on-line po portale typu Twitter oraz Facebook. Jednym z nich jest magazyn Inspire, który swoją działalność publicystyczną dostępną jedynie poprzez źródła internetowe rozpoczął już w 2003 roku. Bezkarnie, członkowie Al-Kaidy wzywają samotnych bojowników (*samotne wilki*) do mordowania byłych przywódców największych zachodnich krajów, informują o zamachach terrorystycznych, możliwości skonstruowania bomby w warunkach domowych, obsługi broni oraz o swojej nowej taktyce, słowami takimi jak: „łatwiej jest organizować małe precyzyjne zamachy. Ta strategia atakowania wroga za pomocą mniejszych, lecz częstszych operacji jest czymś, co bywa nazywane taktyką tysiąca ciosów. Celem jest wykrwawienie wroga na śmierć („Magazyn INSPIRE”, nr 11). Poniższe fotografie pokazują bezpośrednie formy przekazu Al-Kaidy, w których informują o dokładnej formie kontaktu z osobami, które mogą »pomóc«, czy też »wesprzeć« – »brata lub siostrę w wierze«. INSPIRE pokazuje męczenników i wychwala ich zasługi, publikuje materiały reklamowe o poświęceniu Bogu oraz dżihadowi.

Kolejny przykład manipulacji informacją to magazyn „Dabiq”. Magazyn o charakterze religijnym, propagujący idee świętej wojny oraz obowiązki muzułmanów w wersji radykalnej.

Zgodnie z ideą rozszerzania kalifatu, działania tak zwanego Państwa Islamskiego obejmują akcje propagandowe w Indonezji oraz Malezji, gdzie znajduje się duża rzesza muzułmanów. Magazyn „Mustaqbal” jest odpowiedzią na te działania. Obejmuje problematykę azjatycką i jest wydawany w rodzimych dla ludności językach. Często do kolejnych numerów, dodawane są gadzety z symboliką Państwa Islamskiego.

Poza magazynami, działają całe platformy internetowe, które zajmują się publikacją filmów oraz raportów z IS. Przykładem takiego portalu jest Ad-Dawlah. Przykładowo poniżej zostały przedstawione tytuły nagrań z lutego i marca 2015 roku:

- Happiness of the Muslims for the Burning of the Jordanian Pilot,
- Messages from the Murabiteen #3,
- Reopening the Schools with the New Curriculum,
- Sons of My People, A Message for You #3,
- To the Lone Lions,
- Nasheed: My Aspiration in This World,
- A Message to the Leaders of Disbelievers,
- Eliminating a Cell Belonging to the Sahawaat,

- Dabiq Magazine #8,
- The Course of the Battles Against the Nusayris #2,
- Messages to the Lions – The Muraabiteen in Tikrit,
- So Strike Their Necks,
- Wilaayah Ar-Raqqaq Flourishing in the Shade of the Khilaafah,
- A Clear Vision of the Victories of the Monotheists,
- The Battle for the Conquest of Sijaariyya,
- An Aspect From the Battles on the Outskirts of `Ayn Al Islam,
- The Happiness of the Monotheists on the Bay`ah from Africa to the Khaleefah of the Muslims,
- From Darkness to Light,
- A Message to the People of Kurdistan,
- *Honour is Here* (zob. <https://addawlah.wordpress.com/2015/03/>).

Obejmują one radykalne podejście do świata zachodniego. Prezentowane filmy są bardzo brutalne, głównie są to egzekucje osób oskarżonych o bycie niewiernymi, albo działających na szkodę IS.

Inną platformą jest portal Jihadology, obejmujący szeroki zakres publikacji (od nagrań wideo, nagrań głosowych, po raporty, odniesienia do ważnych dla IS wydarzeń oraz komentarze do obecnych działań), w nich publikacje Aarona Y. Zelin`a:

- *Will Gaza Be the Global Jihadists' Next Ground Zero?* (por. Ha`aretz, 9.10.2014),
- *Turks Or Uyghurs Arrested In Indonesia?* (por. Jihadology, 17.10.2014),
- *The Radicalization of Syria, Per Concordiam* („Jihadology”, 2014, vol. 5, Issue 3),
- *Abu Bakr al-Baghdadi: Islamic State's Driving Force* (BBC, 30.08.2014),
- *Colonial Caliphate: The Ambitions of the Islamic State* („Jihadology”, 8.09.2014),
- *ISIS Is Dead, Long Live the Islamic State* („Foreign Policy”, 30, 2014),
- *Syria: The Epicenter of Future Jihad* („Policy Watch” 2278),
- *The War Between ISIS and al-Qaeda for Supremacy of the Global Jihadist Movement* („Research Notes”, 2014),
- *The Massacre Strategy* („Politico”, 2014),
- *The ISIS Guide to Building*.

Nie tylko nastawienie na kraje azjatyckie jest widoczne w działaniach informacyjnych IS, ale również nastawienia na kraje afrykańskie. Dlate-

go też powstał „Amka Magazine”, jako przykład propagandy szerzenia jihu w krajach takich jak: Mali, Somalia, Nigeria etc.

Transformacja współczesnych mediów spowodowana jest przez złożone wzajemne oddziaływanie czynników, takich jak: potrzeby ludzkie, presja konkurencyjna, presja polityczna, zmiany społeczne i technologiczne innowacje. Nie należy analizować sposobów oddziaływania konkretnego medium, lecz postrzegać go jako element większego systemu mediów, w którym poszczególne media wchodzi z sobą w różnorodne relacje, przenikają się wzajemnie i wykazują wiele podobieństw. Funkcjonujące zatem obok siebie media należy postrzegać jako elementy złożonego systemu, uwarunkowanego politycznie, społecznie, kulturowo oraz gospodarczo.

Barbara Fatyga tak pisze o tendencji kształtowania się tożsamości za sprawą mediów: „Ogólnie można ją wyartykułować w postaci zdania: istnieje, jeśli inni się o mnie dowiedzą (w innej wersji: istnieje, jeśli upodobnie się do medialnego wzorca) (Fatyga, Tyszkiewicz, 2001, s. 105–106). Stopień uzależnienia od innych, w tym przede wszystkim od mediów, niewątpliwie w tej sytuacji wzrasta, powodując nieuchronnie destrukcję tradycyjnych sposobów nabywania tożsamości”. Na potwierdzenie powyższej tezy można przywołać przykład popularności, jaką szczególnie wśród młodych ludzi cieszą się idee promowane przez Daesh, jak liczne są publikacje ekstremistów oraz jak silnie rozwinięty jest biznes marketingowy związany z samym ISIS:

- „**Dar Al-Harb Magazine**” – magazyn o charakterze religijnym, wydawany w języku arabskim i angielskim;
- „**Al-Shamika Magazine**” – magazyn propagandowy dla kobiet, z licznymi zaleceniami, jak być prawdziwą muużmanką i jak postępować;
- „**Al-Kitab media Al-Shabab**” – raporty wydawane przez organizacje „stowarzyszone” z IS i przyznające się do uznania kalifatu Państwa Islamskiego;
- „**Dar al-Islam**” – magazyn o charakterze religijnym, wydawany w języku arabskim, angielskim oraz rosyjskim;
- „**Ihya Kalikhat**” – propaganda polityczna IS (j. arabski);
- „**Gaidi Mtaani Kenia**” – magazyn o charakterze religijnym, wydawany w języku angielskim oraz językach afrykańskich;
- „**Raporty Islamic State**”.

Popularność działań IS potwierdza stworzenie linii odzieżowej **Mujahdeen** oraz sieci sklepów promujących idee Jihu (zob. <http://warrior>).

scout.com/story/1414293-the-jihad-shopping-network-courtesy-of-isis, 17.03.2015).

- „**IOS Minaret Magazine**”;
- **powstanie „Kalifatobook”** – odpowiednik Facebooka, dostępny tylko dla osób zarejestrowanych;
- **Kanały IS na Youtubie**;
- **profile na Facebooku, Instagramie oraz Twitterze**;
- **gry komputerowe**, takie jak: Call of Duty, GTA 5 i 6, Counter Strike, Intifada...¹⁰;

Mediamorfoza?

Nowe formy medialnych przekąźników, nie wyłaniają się z nicości. Pojawiają się z metamorfozy starych mediów, które nie zanikają, lecz ciągle ewoluują, by móc dostosować się do nowych warunków. Nawet stare media stają się w pewnym sensie nowe, bowiem poddają się oddziaływaniu ich następców. Tezy te potwierdzają wydarzenia w świecie arabskim, rozpoczęte właśnie przez media. Przy użyciu środków masowego przekazu, młode środowisko muzułmańskie dokonało przewrotu politycznego na miarę światową, poprzez obalenie reżimów w Tunezji, Libii oraz Egipcie. Nikt się wówczas nie spodziewał, że te same, ewoluują na tyle by stać się jednym z największych zagrożeń w walce z terroryzmem. Dynamizm, szybka komunikacja, natychmiastowy dostęp do informacji, został wykorzystany przez ekstremistów, do werbunku nowych mudżahedinów do struktur terrorystycznych.

Sprawne wykorzystanie mediów do swoich celów znajduje swoje podstawy w terminie, jakim jest „ekologia mediów” (Postman, 2002, s. 24). Termin ten został po raz pierwszy użyty przez Neila Postmana w 1968 roku. Postman zwracał uwagę, iż technologia wpływa na niemal wszystkie dziedziny życia. Jego zdaniem termin ekologia implikuje badanie środowisk: ich strukturę, zawartość i wpływ na ludzi. Co więcej ekologia mediów zwraca uwagę na to, jak media wpływają na ludzką percepcję, uczucia, wartości, ale także, jak nasze interakcje z mediami ułatwiają lub utrudniają nasze szanse na przetrwanie. Dlatego też używa się sformułowania „ekologiczny”, odwołując się do podstawowych relacji ze środowiskiem (obszarem) (Hall, 1996, s. 31).

¹⁰ Ludyczny charakter, intertekstualność i antymimetyzm świata przedstawionego dla niektórych badaczy stanowią podstawę zaliczenia komiksu do literatury postmodernistycznej.

W wymiarze ekologicznym, podkreśla się zasadniczą tezę: jedna znacząca zmiana generuje zmianę całościową. Mianowicie usunięcie z pewnego środowiska danego zwierzęcia powoduje nieodwracalne skutki i uruchamia mechanizm zmian przyczynowo-skutkowych. W ten sposób funkcjonuje ekologia środków przekazu. Nowa technologia nie dodaje niczego ani niczego nie odejmuje. Nowa technologia wszystko zmienia. Zaś jej umiejętne wykorzystanie zmienia percepcję terroryzmu oraz działań samych ekstremistów.

Propaganda, czy też dezinformacja prowadzona przez organizacje terrorystyczne jest obecnie, w ostatniej fazie mediamorfozy. Według D. Gillmor pierwszym etapem mediamorfozy była maszyna drukarska, która wyzwoliła słowo Boże spod monopolu kapłanów (etap ten określa jako Media 1.0). Kolejny etap stanowi według badacza telegraf, który niweluje odległości, ale nie pozwala docierać bezpośrednio do wszystkich jednostek (Media 1.5). Bezpośrednie dotarcie umożliwiły dopiero – radio (Media 2.0) i telewizja (Media 2.5). Finalny etap mediamorfozy osiągnęło medium łączące w sobie wszystkie wcześniejsze media i łączące różne modele komunikacyjne – internet (Media 3.0).

Identyfikacja zjawiska mediamorfozy w badanym aspekcie, wywołuje potrzebę szerszej analizy zjawiska oraz specjalistycznego wyodrębnienia etapów znajdujących się właśnie w fazie Media 2.0, 2.5, oraz 3.0. Pierwszym etapem jest współlistnienie, gdy wszystkie dostępne formy mediów funkcjonowały obok siebie i rozwijały się w obrębie złożonego systemu. Następnie jest to metamorfoza, kiedy powstają nowe media, które ewoluują ze swoich poprzedników. Jak zauważa Piotr Celiński, każde medium już w momencie swoich narodzin zmuszone jest bazować na istniejących w kulturze mechanizmach i elementach – telewizja zatem powstała dzięki istniejącym wcześniej medium, takim jak radio i film. Kolejną jest rozprzestrzenianie dominujących cech, gdzie nowo powstałe media wykorzystują dominujące cechy swoich poprzedników (Fiske, 2010, s. 45). To umożliwiło pojawienie się następnego, poziomu mediamorfozy, czyli przetrwania. Media zmuszone są do ewoluowania i dostosowywania się do zmieniającej się sytuacji, bowiem tylko konwersja zapewnia trwanie w zmieniającym się środowisku. Specyfikę tej fazy trafnie oddają słowa Tomasza Gobana-Klasa, który zauważa, iż niedoskonałości medium stymulują wynalzców do konstruowania ich ulepszonej wersji. W dobie internetu i nowych mediów nierzadko te innowacje są wprowadzane przez użytkowników, a nie twórców narzędzi (Storey, 2003, s. 52). Otwarta struktura znacznie ułatwia możliwość

konfigurowania i modyfikowania nowych mediów. Co potwierdza, sprawne wykorzystanie mediów na przełomie 2009 i 2012 roku w Egipcie, Tunezji oraz Libii, czego skutkiem jest pojawienie się kolejnej fazy – możliwości i potrzeb. Tutaj zwraca się uwagę, iż nie tyle technologia daje impuls (możliwości) sprzyjający wyłanianiu się nowych mediów, ale bardzo często pojawienie się nowego medium to efekt społecznych, ekonomicznych i politycznych potrzeb. Celiński operuje tutaj pojęciem refiguracji, zwracając uwagę, że media zmieniają się pod wpływem kultury, ale i kultura zmienia się pod ich wpływem, co potwierdza regresja kulturowa w świecie muzułmańskim i arabskim oraz nieodwracalne zmiany kulturowe.

Ostatnim poziomem jest opóźnione przyjęcie, które obecnie ma miejsce. Współczesny świat zachodu zrozumiał siłę mass mediów i zrozumiał potrzebę zmiany swojej polityki medialnej. Biernie zaakceptowano sytuację, w której ekstremiści publikują na masową skalę swoje magazyny, artykuły propagandowe, gry komputerowe, prowadzą sklepy on-line, umieszczają na portalach społecznościowych zdjęcia oraz filmy z wykonywanych egzekucji.

Dynamiczny model rozwoju mediów, przedstawiony przez John Merrill i Ralph Lowensteina, obrazuje trzy stadia odbioru medium przez środowisko: elitarne – popularne – specjalistyczne. Obecny poziom wykorzystania technik komputerowych oraz narzędzi dezinformujących wskazuje na niezwykle przygotowanie się organizacji terrorystycznych, do wprowadzania zmian w świecie arabskim. Tendencje te nie są stanem natychmiastowym, pojawiającym się od wydarzeń arabskich rewolucji. Wręcz przeciwnie jest to przemyślany, zaplanowany proces, którego idea powstała już na początku XX wieku. Oczekiwano jedynie na odpowiednie warunki, czyli sytuację międzynarodową, żeby wykorzystać zmiany polityczne i wprowadzić swoją ekstremistyczną wizję świata.

Należy w tym miejscu podkreślić hipotezę opóźnienia kulturowego, stanowiącego skutek działań propagandowych organizacji terrorystycznych. Obecne praktyki kulturowe nie nadążają za zmianami w obszarze technologii. Dominująca technologia komunikowania stanowi podstawę procesów społeczno-politycznych, ponieważ nowy środek komunikowania jest natychmiast wykorzystywany przez klasę rządzącą do dystrybucji wiedzy. Nowe kanały komunikacyjne wymuszają zmianę społeczno-kulturową, bowiem wpływają na niemal wszystkie sfery naszego życia. Każdą epokę można charakteryzować poprzez dominujące w niej formy mediów, które przenosząc i utrwalając informacje, pozwalają je prze-

kształcać w systemy wiedzy. Dla kultury oralnej właściwe są zamknięte, statyczne, niezmiennie i trudno poddające się zmianie struktury, z tradycyjnymi formami władzy. W kulturze tej pamięć o przeszłości i kulturowanie tradycji stanowią niezwykle ważne wartości. Według Innisa to pismo, symbolizuje władzę czasu. Zaś kultura pisma implikuje ekspansję terytorialną, dynamizm oraz otwarcie.

We współczesnych warunkach, technologia przybrała aspekt totalny. Organizacje terrorystyczne, rozpoczęły fazę konsolidacji i są na końcowym etapie tworzenia struktur państwowych. Casus Daesh (ISIS) wskazuje, że grupa ta posiada terytorium, ustanowioną władzę, w postaci Kalifa, prawo (szariat), sposoby działania, armię (Armia Islamska), walutę etc. Są to atrybuty świadczące o państwowości. Dlatego w takim wymiarze propaganda medialna nabiera jeszcze silniejszego wydźwięku.

Organizacja Al-Shabaab opublikowała swój pierwszy magazyn w języku angielskim „AMKA”, czyli w tłumaczeniu: Afryka Wschodnia jest Baya’ah. Słowo Baya’ah, z języka arabskiego *بِيعَة* o i w terminologii islamskiej, to przysięga wierności dla lidera (Kalifa).

Aby właściwie zrozumieć, jakie motywy, łączą grupy takie jak al-Shabaab, Al-Kaidę, Boko Haram i ISIS, należy dokładnie zagłębić się w przestudiowanie tego magazynu. Dlatego poniżej zamieszczam przetłumaczony tekst jednego z ważniejszych fragmentów z magazynu „AMKA”.

„[...] Z Syrii do Nigerii, a coraz bliżej domu tutaj w Afryce Wschodniej, kuffar (nie-muzułmanie) nadal powiela swój stary, zmęczony slogan, że: Dżihad jest nad. Dla każdego wiadomym jest, że dżihad istnieje i rośnie w siłę na całym świecie z prędkością pioruna. W Afryce Wschodniej, został wsparty przez Harakat al-Shabaab-al-Mudżahedini oraz grupę sił Ansar al-Mudżahedinów, którzy trwają wiernie w obronie islamu przed złem krzyżowców i ich marionetek: ONZ i AMISOM. Zaledwie kilka miesięcy temu, 1 września 2014 r ukochany Amir Sheikh Mukhtara Abu Zubeyr (może Bóg przyjmie go), został podniesiony do rangi czcigodnych męczenników. Niewierni kuffar mylili się w przekonaniu, że »zostanie on usunięty z pola bitwy« i to osłabi determinację Mudżahedinów w Somalii. Wręcz przeciwnie, męczeństwo Amira służy jako przykład, do którego bracia na całym świecie dążą: w Australii, Kanadzie, Francji, Kenii. Odważni Bracia okazują chęć poświęcenia się z otwartym sercem w obronie islamu i sprawiedliwych ścieżek Boga.

Och bracia i siostry, wyznawcy Tauhiid, nadszedł czas na Afrykę Wschodnią. Będzie to zemsta w obronie islamu. Naszym

pierwszym krokiem w tym chwalebnym obowiązku musi być rekojmią wierności ukochanej Amir Sheikh Ahmed Omar Abu Ubaidah. Tak więc w Al-Muhajiroun, czyli przedstawiciel emigracji z Afryki Wschodniej, uroczyste nieodwracalnie przysięgam męczennikom: Amir Abu Baya'ah i Amir Ayman Ubaidah (niech Bóg uchowa Zawahiri`ego).

Poświęcam i przedstawiam pierwszy numer AMKA jako zastaw wierności, tak, by inspirował innych do naśladownictwa. Wierzę, że harcerze dżihadu w Afryce Wschodniej będą unoszeni na potężnej fali wierzących, tak by unicestwić niewiernych w krajach muzułmańskich i poza nimi [...].¹¹

Analiza tego fragmentu ukazuje przynależność bojowników z Afryki Wschodniej do ISIS oraz ich chęć do propagowania globalnego dżihadu. Określenie od „Syrii do Nigerii” wskazuje na obszar zajmowany przez Państwo Islamskie oraz kontrolę władzy w tych terytoriach (dżihad jest nad”). Niepodważalnie ISIS nie ma szacunku dla granic, innych religii, prawa oraz ludzi.

Z uwielbieniem opisywani są bojownicy, którzy dokonali zamachu na siedzibę „Charlie Hebdo”. Opisywani są jako mudżahedini i nawołuje się do naśladowania ich poczynań. Wzywa się wszystkich mieszkańców Afryki Bayah do prowadzenia zbrojnego dżihadu i informowanie o swoich dokonaniach, jako formę autoreklamy.

Religijność oraz powrót do korzeni, stały się we współczesnych realiach, remedium dla ekstremistycznych organizacji. Przedstawiciele organizacji terrorystycznych dostrzegają w nich sposób działania oraz narzędzie, które nauczyli się umiejętnie wykorzystywać w swoich działaniach i prowadząc ideologiczną propagandę.

Techniki informacyjne

Na popularnych portalach społecznościowych organizacje te aktualizują wszystkie wiadomości o zamachach oraz o ich wykonawcach, ukazując wzniosłość oraz siłę organizacji. Przykładem mogą być „reklamy” męczenników w gazetach „Inspire”, „Dabiq”, „Mustaqbal” etc., czy też strony Facebooka takie jak funpage znanych terrorystów.

W 2013 roku zainicjował działalność oficjalny kanał na Twitterze reprezentujący stronę internetową uważaną za jedną z głównych witryn

¹¹ Tłumaczenie własne, magazyn „AMKA”.

kojarzonych z al-Kaidą. Kanał *@shomokhalislam* obserwuje ponad 6241 osób, a osoby opiekujące się nim są bardzo aktywne, publikując sporo tweetów po arabsku, jak i po angielsku (McQuail, 2007, s. 111–112).

Techniki informacyjne wykorzystywane przez Państwo Islamskie to „chwyt propagandowy”, praktyczny sposób redagowania i przekazywania komunikatu, którym posługuje się islamska propaganda. Do najczęściej wykorzystywanych przez IS technik należy (cyt. Gąsiorowska, 2009):

- powtarzanie – często zróżnicowane, np. ta sama treść antyzachodnia w publikacjach, ulotkach, muzyce, napisach na murach;
- przemilczanie – jedna z najtrudniej wykrywalnych technik, eliminacja z życia publicznego pewnych treści, np. tematów niemuzułmańskich, roli kobiety, praw człowieka, możliwości przemian społecznych i kulturowych;
- tak zwana „publiczność odziedziczona” – wykorzystanie tych odbiorców, którzy nastawili się na percepcję zupełnie innych treści, np. emisja nagrań wideo tuż przed ważnym meczem;
- symbol – łatwo komunikatywny, związany z daną ideą, działa na sferę psychiczną, motywacyjną i emocjonalną, symbol IS (czarna flaga z koranicznym napisem);
- niezwykłość przekazu – często w postaci sensacyjnego ujęcia problemu czy przedstawienia faktu, np. paradoksalność sytuacji w tytule artykułu (artykuły „Inspire”, „Dabiq”);
- selekcja – stroniczo eliminuje treści niewygodne dla dysponentów propagandy, np. podkreślanie tylko wad przeciwnika (artykuły poświęcone wadom w świecie Zachodu);
- manewr odciągający – w celu odwrócenia uwagi społeczeństwa od spraw niekorzystnych dla dysponentów, podsuwa się inny obiekt zainteresowania, np. opisy sklepów, otwieranych pod egidą IS w Syrii i Iraku, zdjęcia dostępnych produktów, szczęśliwych ludzi, robiących zakupy, gdy tymczasem trwają walki;
- wyolbrzymianie, hiperbolizacja – samych faktów (przedstawianych jako „niezwykłe”, „historyczne”) i całej maszyny informacji (przez zwielokrotnienie przekazu), np. tytuły magazynu „Dabiq”;
- nadmierne uogólnienie – ma prowadzić do przekonania, że dane zjawisko wykazuje znamiona powszechności, np. użycie zwrotów „wszyscy muzułmanie tacy są”, „jak powszechnie wiadomo...”;
- jawność – dysponenti propagandy w wersji ekstremizmu islamskiego, często podkreślają, że „nie mają niczego do ukrycia”, co często

- jest techniką opóźnienia informacji o wydarzeniach, np. publikują informacje o wydarzeniach, które mają się wydarzyć;
- autorytet – uwiarygodnia treść lub jako tzw. autorytet przeniesiony wypowiada się na tematy, w których nie jest specjalistą, np. Osama bin Laden udzielał wywiadu o efekcie cieplarnianym i zmianach klimatycznych;
 - imperatywność treści – kategoryczne wezwanie adresata, do zastosowania się do życzeń i wytycznych skłania odbiorców do podejmowania oczekiwanych decyzji, np. tytuły postów: „odezwa”, „uwaga muzułmanie”;
 - oddziaływanie pośrednie – najczęściej kieruje się do niektórych osób z otoczenia właściwego adresata, np. informacje o fundacjach wspierająca dzieci na terenie kalifatu;
 - ultymatywność sformułowań – „albo – albo”, zawęża pole wyboru, wyraźnie wskazując na zalecaną treść, np. „albo walka Zachodem, – albo walka z niewiernymi etc.”;
 - chaos pojęć i idei – ma stwarzać poczucie chaosu w dziedzinie wartości, relatywizacji znaczeń, np. stosowanie bełkotu językowego w opisie pewnych zjawisk religijnych, np. artykuły w magazynie „Dabiq” (El Ghamari, 2015).

Zasadnym jest podkreślenie niezwyklej roli, jaką odgrywa *moda* w działalności informacyjnej organizacji terrorystycznych – odbiorca ulega obowiązującym w jego środowisku modom. Zbudowana jest ona na mechanizmie naśladownictwa, lęku przed ośmieszeniem, tendencji do niewyróżniania się, do bycia nowoczesnym, być trendy, jazy, glamour.

Autorka pracy określa to zjawisko, jako „cool jihad”¹². Zjawisko to rozpowszechniło się wraz z rewolucjami arabskimi oraz stało się symbolem, wspólnej walki. Państwo Islamskie wykreowało nową generację wojowników, którzy określają się jako zwycięzcy, którzy są modni – ang. *cool*. Wspierani przez ideologię, gotowi do pełnego poświęcenia w imię sprawy stali się bohaterami, których chcą niestety naśladować młode pokolenia muzułmanów, którym przyszło dorastać w warunkach wojennych. Idea konfliktu ze światem Zachodu, koncepcja wiernych oraz niewiernych, walka, czyli jihad oraz mit Al-Kaidy – jako organizacji ojców, stały się nośnymi hasłami, popularnymi wśród młodego pokolenia muzułmanów.

Wedle uznawanej przez organizacje terrorystyczne koncepcji, nadszedł czas na nową generację jihadistów, dobrze wykształconych, am-

¹² Jest to zastosowanie kalki językowej z języka angielskiego.

bitnych, znających się na sztuce wojennej, często będących osobami wychowanymi na Zachodzie.

Moda na jihad, przejawia się w sferze wizualnej, mianowicie popularne są sklepy internetowe, w których można zakupić odzież oraz inne gadzety z symboliką Państwa Islamskiego.

Trendy te potwierdza, pierwszy amerykański członek Państwa Islamskiego, znany jako Douglas McAuthur McCain (zob. Italiano, 2014). Jego historia pokazuje, jak silna może być indoktrynacja oraz jak może zmieniać człowieka. McCain zawsze chciał być raperem, zaś na swoim twitterze, często umieszczał teksty nawiązujące do palenia marihuany. Przemianę tego człowieka widać na portalach społecznościowych, gdzie od „wyluzowanego” staje się coraz bardziej religijny, aż w końcu radykalny. Rozpoczął publiczne wyrażanie nienawiści do białych ludzi po obejrzeniu filmu *The Help*, o erze praw obywatelskich.

Innego zwerbowanego bojownika, obywatela brytyjskiego Abdel Maged Abdel Bariego, którego oskarża się, o ścięcie amerykańskiego dziennikarza James Foley`a, również podejrzewa się o chęć zrobienia kariery muzycznej oraz wewnętrzne rozterki i frustrację związane z niepowodzeniami w karierze (Tharoor, 2014).

W jednej ze swoich piosenek, Abdel Bary wyraża chęć zabijania, jako formę odreagowania na aresztowanie ojca, Adel Abdel Bariego, który był starszym członkiem Al-Kaidy. Został aresztowany w Wielkiej Brytanii za udział w zamachach bombowych w 1998 roku na dwie ambasady Stanów Zjednoczonych w Afryce. Bojownik, wyrażał w swoim utworze dumę i akceptację działań ojca, mówiąc: „daj mi dumę i honor, jak mój ojciec” (Tharoor, 2014).

Oczywiście wykorzystywanie muzyki, jako formy rozrywkowej i artystycznej swojej ekspresji, nie jest zjawiskiem nowym. Jednakże w sposób jaki to robi Państwo Islamskie, nabiera zupełnie nowego charakteru i stanowi zagrożenie na skalę światową (Kahn, 2014).

Dzisiejszy *cool jihad* ma niewiele wspólnego z jego odpowiednikami europejskimi z lat siedemdziesiątych. Małe grupy ekstremistyczne takie jak włoskie Czerwone Brygady czy niemieckie Baader-Meinhof Group, były stanowczo zupełnie inną formą *mody* na działania partyzanckie. Składały się z kilku lub kilkunastu osób i nie miały tak wielkiego wpływu na innych (Chumley, 2014).

Analizowana kultura *cool jihadu*, wywiera ogromny wpływ na dzieci i młodzież muzułmańską, również w społeczeństwach zachodnich. Wystarczy być online, włączyć popularne komunikatory społecznościowe

by zaobserwować skalę tego zagrożenia. Społeczność jhidystów w sieci, nie ogranicza się do kilkuset zagorzałych bojowników. Obejmuje ona znacznie szerszą publiczność biernych kibiców, którzy co najmniej emocjonalnie identyfikują się ze swoimi aktywnymi w walce braćmi.

Dlatego też tak niezwykle istotne jest określenie, prawdziwego znaczenia radykalizacji, jako formy przekazu informacyjnego. O radykalizację młodych muzułmanów zachodnich często obwinia się ekstremistycznych, czy też zbyt konserwatywnych kaznodziejów (Klausen, 2014). Taka interpretacja wynika, z wielowiekowej tradycji, która za określone działania obwinia tajemniczego sprawcę, który jest manipulatorem, udziela sugestii i wykorzystuje młodych adeptów wiary w własnych bliżej nieokreślonych celach. Zawsze jednak w aspekcie radykalizacji muzułmańskiej, należy odnosić to zjawisko do umiejętnego wykorzystywania przekazu religijnego i manipulowania nim (Hisham, 2014). Ta wersja teorii psychologicznej manipulacji jest przekazywana właśnie w ramach teorii radykalizacji. Teoria ta twierdzi, że młodzi ludzie – często określanii jako „zagrożeń” – stają się ofiarami radykalizacji, ponieważ są podatni na informacyjną manipulację, propagandę udzielaną im jako lekcję wiary, przez charyzmatyczne postacie. Poniekąd tak jest, ale z drugiej strony osoby podatne na informacyjny wymiar radykalizacji islamskiej, często same się przyłączają do organizacji terrorystycznych, z powodów osobistych. Sami szukali stron jhidystów, sami nawiązali kontakt z organizacją etc. Dużo niebezpieczniejszym zjawiskiem jest celowy werbunek osób, niezwiązanych z kręgiem kulturowym oraz religijnym świata muzułmańskiego, a tych które zostały wychowane i korzystają z kultury Zachodu. Bez wątpienia przywódcy jhidystów starają się promować atrakcyjność swojej marki, czy też ideologii i rekrutować nowych zwolenników.

Oczywistym jest, że uścisk radykalnego islamu jest połączony z odrzuceniem sposobu życia młodych ludzi, a często i całej społeczności. Dlatego też pokoleniowy bunt, nie będzie odnosić się tylko do młodzieży muzułmańskiej. Będzie on stanowić odrzucenie zachodniego społeczeństwa z perspektywy konsumenta. „Czy jesteś gotów poświęcić pracę, duży samochód, rodzinę, wszystko co masz?” – pyta Abdula Raqib Amin w sponsorowanym filmie wideo ISIS. Jego poglądy, przyciągają zwolenników anty-konsumpcyjnej retoryki Zachodu. Do odrębnej subkultury młodzieżowej, o korzeniach muzułmańskich, przekaz informacyjny jest już nieco odmienny „Czy jesteś gotów poświęcić to, w imię Allaha”¹³.

¹³ Nagrania mp4, materiały prywatne.

Okazuje się, że rozwój indywidualizmu, połączony z wyobcowaniem stał się dla organizacji terrorystycznych szansą, z której korzystają i indoktrynują, werbują młodych ludzi.

Kolejno, wyobcowanie młodych muzułmanów, żyjących na Zachodzie i stworzenie koncepcji „urazy” do społeczeństwa Zachodu, logicznie staje się głównym motywem ich zainteresowania organizacjami terrorystycznymi. Niestety, w przeciwieństwie do typowego przejawu różnicy pokoleń, związaną się i włączenie w ruch *cool jihu*du, może mieć bardzo niszczycielskie następstwa.

Przez długi czas terroryzm był przede wszystkim narzędziem w rękę samych rządzących, których celem było posiadanie władzy absolutnej. Największe totalitarne państwa XX wieku takie jak Rosja sowiecka, hitlerowskie Niemcy czy komunistyczne Chiny były państwami, w których władza bardzo często sięgała po terror, aby podporządkować sobie własne społeczeństwo. Nie można więc zapominać, że terroryzm państwowy był główną postacią terroryzmu i to na wielką skalę.

Zakończenie

Charakterystyka obecnej polityki informacyjnej, prowadzonej przez Daesh oraz inne organizacje, definiuje potrzebę określenia elementów, bez których nie można podjąć się tej tematyki:

- problem niewspółmierności poziomu kultury i cywilizacji;
- kulturowej zmiany;
- zwrotu kulturowego;
- syndrom braku odporności na informację;
- pułapkę doraźności;
- neoprymitywizmu współczesnych społeczeństw;
- kulturowej alienacji oraz łamania kodu kulturowego;
- tworzenia się nowej mapy Bliskiego Wschodu;
- końca „pewnej” historii oraz układów politycznych.

Zasadnicze pytanie jakie pojawia się wśród młodych ludzi we wszystkich kręgach cywilizacyjnych, brzmi: Kim jestem? Za przyczyną propagandy organizacji terrorystycznych, ich mediów i kultury popularnej, czyli zjawiska *cool jihu*du, problem tożsamości współczesnego człowieka nabiera nowego wymiaru, pozostając przy tym jednym z aktualnych i kluczowych zagadnień. Dzisiaj wiedza o tożsamości (Kim jestem? Jaki jestem?), składająca się na ogólną wiedzę o własnym „ja”, wydaje się

z założenia niekompletna, bowiem – jak pisze Bogdan Wojciszke – żyjemy w kalejdoskopowym świecie, gdzie nieustannym zmianom ulegają role społeczne i tożsamości (Wojciszke, 2009, s. 136–140). Te same pytania zadają sobie ludzie na całym świecie. Im więcej w nich buntu, frustracji, braku odpowiedzi na elementarne pytanie, tym częściej stają się łatwą zdobyczą dla organizacji terrorystycznych, które mają i oszukują zagubione osoby, stwarzając im wizję idealnego świata, lub po prostu odpowiadają na ich potrzeby, co później, już po samym werbunku okazuje się sensem życia (bardzo silna radykalizacja) lub fikcją i fałszem (zob. m.in.: Szkudlarek, Melosik, 1998; Harwas-Napierała, Liberska, 2007).

Z tego względu organizacje terrorystyczne odwołują się w pierwszej kolejności do tożsamości. Tożsamość jest żywa, stąd jej nigdy niekończąca się aktualność, a co za tym idzie, konieczność podejmowania wciąż na nowo zagadnień związanych z konceptualizacją tego pojęcia. Według Stuarta Halla, znamioną cechą tożsamości jest jej dyskursywność. Tożsamość rodzi się z różnych, często sprzecznych, lecz aktualnie dostępnych źródeł, wzorów i reprezentacji. Kształtowanie się tożsamości ma cechy procesu, który nieustannie się toczy (Hall, 1996, s. 4). Zdaniem Stuarta, tożsamość jest bardziej zespołem otwartych pytań niż konkretnych odpowiedzi. Pytań, które – skądinąd – sięgają nie tylko do osobistej, grupowej i społecznej tradycji, języka i kultury, lecz także do otaczającej teraźniejszości, do „tu i teraz” (Melosik, 2007, s. 74). Obraz samego siebie, a wraz z nim poczucie własnej wartości, podlegają gwałtownej dynamice zmian, których nie sposób przewidzieć, zakwestionować ani też kontrolować. Dlatego jest to jeden z podstawowych elementów propagandowych ekstremistów.

Bibliografia

- Abramowska J. (1985), *O bajce politycznej*, w: *Miejsca wspólne. Szkice o komunikacji literackiej i artystycznej*, pod red. E. Balcerak, S. Wysłouch, Warszawa.
- Aronson E. (1987), *Człowiek – istota społeczna*, tłum. J. Radzicki, PWN, Warszawa.
- Bennett M. R. (2002), *Espionage: An Encyclopedia of Spies and Secrets*, Virgin Books, Londyn.
- Chumley C. K. (2014), *Terrorists go 'Jihad Cool,' use rap to entice young Americans*, Times, 22.09, Washington.
- El Ghamari M. (2015), *Informacyjny wymiar ekstremizmu islamskiego na Przykładzie Państwa Islamskiego*, e-terroryzm, 02.2015.
- Emerson S. (2014), *Jihad is Cool: Jihadist Magazines Recruit Young Terrorists*, „Family Security Matters”, 22.10.2014.

- Fiske J. (2010), *Zrozumieć kulturę popularną*, przeł. K. Sawicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Gašiorowska H. (2009), *Bunt w kulturze masowej: Komiks*, „Literacje”, nr 1 (15).
- Hall S. (1996), *Who Needs 'Identity'?*, w: *Questions of Culture Identity*, red. S. Hall, P. du Gay, SAGE Publications Ltd, London.
- Harwas-Napierała B., Liberska H. (red.) (2007), *Tożsamość a współczesność. Nowe tendencje i zagrożenia*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Hisham A. (2014), *Is Extremist Hip Hop Helping ISIS?*, „Cicero”, 29.09.2014.
<http://warrior.scout.com/story/1414293-the-jihad-shopping-network-courtesy-of-isis>.
<http://www.bbn.gov.pl/pl/wydarzenia/6570,Rola-dezinformacji-w-konfliktach-zbrojnych.html>.
<https://addawlah.wordpress.com/2015/03/>.
- Italiano L. (2014), *American Muslims flocking to jihadist group*, „New York Post”, 22.09.2014.
„Jihadology” (2014), vol. 5, Issue 3.
- Kahn A., *Al Qaeda's New Front: Jihadi Rap*, „Politico”, 29.10.2014.
- Klausen J. (2014), *The YouTube Jihadists: A Social Network Analysis of Al-Muhajiroun's Propaganda Campaign*, „Perspectives on Terrorism”, nr 6 (1), 22.11.2014.
- Lenczowski J. (1985), *Soviet Disinformation: An Overview*, „Background”, nr 465, 20 październik, The Heritage Foundation, Waszyngton DC.
- Lepa E. (1994), *Świat propagandy*, Wyd. Tygodnik Katolicki „Niedziela”, Częstochowa.
- Lewczenko S. (1988), *Private Channel*, w: *Influence: A KGB Disinformation Tool, Counterpoint: A monthly report on Soviet Active Measures*, t. 3, nr 11, kwiecień.
„Magazyn Dabiq”, nr 1–8.
„Magazyn INSPIRE”, nr 1–5.
„Magazyn Politico”, 17.08.2014.
- McLuhan M. (2004), *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, Warszawa.
- McQuail D. (2007), *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa.
- Melosik Z. (2007), *Kultura popularna, walka o znaczenie i pedagogika*, w: *Kultura popularna i (re)konstrukcje tożsamości*, A. Gromkowska-Melosik (red.), Wyższa Szkoła Humanistyczna w Lesznie, Poznań–Leszno.
- Nieć M. (2007), *Zjawisko „porzucania propagandy” (na tle historii komunikowania ... Prasa dawniej i dziś*, w: *Oblicza współczesnej polityki*, Kielce.
„Policy Watch” 2278, Washington Institute for Near East Policy, 30.10.2014.
- Postman N. (2002), *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Wydawnictwo MUZA, Warszawa.
„Research Notes” (2014), 20, Washington Institute for Near East Policy.

- Staniak M. (1985), *Socjotechnika propagandy w walce informacyjnej*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 2.
- Storey J. (2003), *Studia kulturowe i badania kultury popularnej. Teorie i metody*, przeł. J. Barański, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Stuster J. D. (2014), *9 Disturbingly Good Jihadi Raps*, „Foreign Policy”, 9.04.2014.
- Szkudlarek T., Melosik Z. (1998), *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*, Wydawnictwo Impuls, Kraków.
- Sztumski J. (1990), *Propaganda – jej problemy i metody*, seria: Skrypty Uniwersytetu Śląskiego, nr 438, Katowice.
- Tharoor I. (2014), *The strange role of rappers in the Islamic State's jihad*, „The Washington Post” 29.10. 2014.
- Wojciszke B. (2009), *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Zimbardo P. G., Ruch F. L. (1997), *Psychologia i życie*, Warszawa.

Information policy of terrorist organizations – on the example of Daesh

Summary

Information policy analyzed with reference to Islamic extremism is an extremely comprehensive and complex issue. It is therefore appropriate to start by defining what is meant by information policy and fundamentalist propaganda with reference to the contents of this paper. The article covers a wide spectrum of political, cultural and social propaganda, as well as mass persuasion techniques that characterize post-industrial society. It discusses terrorist organizations' skilful use of images, slogans and symbols relating to the prejudices and emotions of the audience. It identifies the areas of effective communication exercised through various channels, aimed at persuading the audience to “voluntarily” adopt the point of view of the terrorist organizations. These communication channels depend on the target audience, which can be divided in terms of social status, wealth, religious beliefs, social attitudes, conservatism or political options. In this context, the information dimension of Islamic extremism includes the activities of extremist groups referring to the establishment of the Muslim caliphate and the creation of Daesh (Islamic State). Since the history, operation, legal status and direct actions of ISIS are not the subject of this article, only its information policy methods, the ways in which popular mass media are used for the purposes of propaganda or recruitment will be presented. The information dimension will, therefore, primarily refer to political and religious propaganda and the methods of misinforming potential recipients.

Key words: MENA region, security, terrorism, interculturalism, crisis response operations, migrations