

Miron Lakomy

Internet w działalności tzw. Państwa Islamskiego: nowa jakość cyberdżihadyzmu?

SŁOWA KLUCZOWE:

cyberterroryzm, cyberdżihadyzm, propaganda w Internecie, tzw. Państwo Islamskie, fundamentalizm islamski

Wprowadzenie¹

Przywódca Al-Kaidy Ayman az-Zawahiri miał niegdyś stwierdzić, iż połowa bitwy o islam ma miejsce w mediach². Trudno o prawdziwsze słowa w świetle procesów, które miały miejsce w mediach elektronicznych w ostatnich latach. Już pod koniec XX wieku Internet stał się miejscem stale rosnącej aktywności szerokiej gamy islamistycznych organizacji terrorystycznych, a także innych, powiązanych z nimi grup. Zaczęły one wykorzystywać sieci komputerowe w charakterze nowego kanału propagandowego pozwalającego na ułatwione zastraszanie odbiorców, radykalizację społeczności muzułmańskich oraz inspirowanie zwolenników do przeprowadzania zamachów terrorystycznych. Internet stał się domeną, w której przestało obowiązywać wiele ograniczeń obecnych w tzw. mediach tradycyjnych (telewizja, radio, prasa). Ponadto umożliwił szybką i w miarę bezpieczną komunikację między poszczególnymi członkami

¹ W tytule i tekście występuje termin tzw. Państwo Islamskie, bowiem w opinii autora twór ten nie spełnia kryteriów stawianych przez prawo międzynarodowe, aby móc nazywać go rzeczywiście państwem.

² *Letter from al-Zawahiri to al-Zarqawi*, Global Security, http://www.globalsecurity.org/security/library/report/2005/zawahiri-zarqawi-letter_9jul2005.htm, 10.01.2015.

i komórkami organizacji terrorystycznych, łatwiejsze finansowanie ich działalności, a także ataki komputerowe przeciwko wrażliwym elementom infrastruktury teleinformatycznej państw. W literaturze przedmiotu przyjęło się całokształt tej aktywności określać mianem cyberterroryzmu³.

Przez wiele lat część środowiska naukowego, jak i służb specjalnych państw zachodnich, zwracała uwagę przede wszystkim na ryzyko wystąpienia poważnych włamań komputerowych uderzających w infrastrukturę krytyczną, często nie doceniając wagi propagandowych zabiegów islamistycznych organizacji terrorystycznych *online*⁴. Jakkolwiek tego typu incydenty w kolejnych latach rzeczywiście wystąpiły, czego najlepszym dowodem był sukces robaka *Stuxnet*, to raczej nie miały one związku z aktywnością islamistycznych ugrupowań terrorystycznych⁵. Te z kolei w międzyczasie stopniowo rozwijały swoje zdolności do propagandowego oddziaływania na internautów, tak iż zaczęto określać tego typu zabiegi mianem cyberdżihadyzmu⁶. Zjawisko to z czasem zaczęło dojrzewać, obejmując coraz bardziej wysublimowane zabiegi, choć w pierwszej dekadzie XXI wieku w wielu wypadkach nadal dominowały metody amatorskie, świadczące o niewielkim rozeznaniu islamistów w specyfice środowiska teleinformatycznego.

Wydaje się, iż pewien przełom w tej dziedzinie nastąpił wraz z powstaniem tzw. Państwa Islamskiego (IS) w 2014 roku. Ta niezwykle groźna islamistyczna organizacja terrorystyczna nie tylko odniosła spektakularne sukcesy militarne na terenach Syrii i Iraku, ale także opracowała i wdrożyła nowatorską strategię propagandową *online*, obejmującą środki,

³ Przykładowo, Marcin F. Gawrycki oraz Agnieszka Bógdał-Brzezińska zdefiniowali cyberterroryzm jako „politycznie motywowany atak lub groźba ataku na komputery, sieci lub systemy informacyjne w celu zniszczenia infrastruktury oraz zastraszenia lub wymuszenia na rządzie i ludziach daleko idących politycznych i społecznych celów». Według nich w szerszym ujęciu jest to także „wykorzystanie Internetu przez organizacje terrorystyczne do komunikowania się, propagandy i dezinformacji”. Za: A. Bógdał-Brzezińska, M.F. Gawrycki, *Cyberterroryzm i problemy bezpieczeństwa informacyjnego we współczesnym świecie*, Warszawa 2003, s. 73.

⁴ Zob. np. D.A. Shea, *Critical Infrastructure: Control Systems and the Terrorist Threat*, CRS Report for Congress, 20.01.2004.

⁵ M. Lakomy, *Cyberwojna jako rzeczywistość XXI wieku*, „Stosunki Międzynarodowe – International Relations”, 2011, nr 3–4, s. 149–150.

⁶ Stanisław Kosmyńka rozumiał przez to kreowanie w «internecie przestrzeni propagandowej, służącej rozpowszechnianiu idei «globalnej świętej wojny» i «wirtualnej ummy»». Za S. Kosmyńka, *Cyberdżihad. Wykorzystanie internetu przez współczesny terroryzm islamistyczny*, [w:] A. Podraza, P. Potakowski, K. Wiak (red.), *Cyberterroryzm zagrożeniem XXI wieku. Perspektywa politologiczna i prawna*, Warszawa 2013, s. 100.

których wcześniej nigdy nie stosowano na taką skalę lub w takiej formie. Wydaje się więc, iż warto szerzej zastanowić się zarówno nad charakterem tych działań, jak i ich implikacjami dla bezpieczeństwa państw NATO/UE.

Krótką historia cyberdżihadyzmu

Zastosowanie rosnącego potencjału komunikacyjnego Internetu przez islamistyczne organizacje terrorystyczne nie jest naturalnie wynalazkiem XXI wieku. Już w latach 90. XX wieku podejmowano pierwsze, jeszcze mało zaawansowane próby w tym zakresie, które skupiały się w zasadzie na pięciu wektorach działania: propagandzie, finansowaniu, komunikacji, przygotowaniu zamachów terrorystycznych oraz szkoleniach. Ze względu na ówczesne uwarunkowania technologiczne, do akcji propagandowych wykorzystywano przede wszystkim siermiężnie przygotowane strony internetowe, które zawierały zmanipulowane materiały informacyjne, a także artykuły, których celem była promocja ideologicznego przesłania danej organizacji. Prekursorami takich praktyk było wiele najgroźniejszych organizacji terrorystycznych, takich jak libański Hezbollah, palestyński Hamas czy al-Kaida. Przykładowo, Hezbollah stworzył całą sieć stron WWW, na których zamieszczano materiały propagandowe pochodzące z innych, kontrolowanych przez niego mediów, takich jak telewizja al-Manar oraz radio al-Nour⁷. Nieco inaczej działał palestyński Hamas, który swoją działalność w sieci skupił wokół strony internetowej The Palestine Info, dostępnej w kilku językach, w tym m.in. arabskim, angielskim oraz rosyjskim⁸. Na przełomie wieków nieco bardziej zaawansowane działania podejmowała al-Kaida, która z reguły nie polegała na oficjalnych, lecz półoficjalnych portalach, gdzie zamieszczano materiały propagandowe zachęcające do dżihadu. Należy tu wspomnieć m.in. o takich stronach jak: al-Maqdese, Azzam Publications, alneda.com czy jihad.net⁹.

Z czasem organizacje terrorystyczne zaczęły wykorzystywać Internet także w innych podejmowanych przez siebie działaniach. Z jednej strony, ich przywódcy doszli do wniosku, iż sieci komputerowe mogą być

⁷ Zob. *Jihad Online: Islamic Terrorists and the Internet*, Anti-Defamation League 2002, s. 9–29.

⁸ Współcześnie strona nosi nazwę The Palestinian Information Center i w wydaniu angielskim jest dostępna pod adresem: <http://english.palinfo.com/site/pages/>.

⁹ *Jihad Online: Islamic Terrorists and the Internet...*, s. 9–29; S. Kosmyńska, *Cyberdżihad...*, s. 109.

przydatne w zbieraniu dodatkowych środków finansowych. Przykładowo, al-Kaida jeszcze przed zamachami 11 września 2001 roku wykorzystywała w ten sposób powiązane z nią fundacje, takie jak The Benevolence International Foundation czy al-Haramain Foundation. Przy pomocy ich oficjalnych stron WWW możliwe było dokonanie przelewu bankowego, który wspierał działalność tego ugrupowania¹⁰. Z drugiej strony, ze względu na stale rosnącą funkcjonalność Internetu, stał się on zarazem dogodnym instrumentem komunikowania oraz przygotowywania zamachów terrorystycznych. Było to możliwe m.in. dzięki zastosowaniu specjalnego oprogramowania do szyfrowania wiadomości oraz technik steganograficznych. Używano także samych stron internetowych, gdzie zamieszczano utajnione lub odpowiednio spreparowane komunikaty¹¹. Co więcej, ze względu na lawinowo rosnącą zawartość, Internet stał się dogodnym źródłem zbierania informacji o potencjalnych celach. Przykładowo, w sieci zaczęto publikować plany architektoniczne budynków, mapy satelitarne oraz zdjęcia wewnątrz, które pozwoliły na planowanie zamachów z pominięciem lub ograniczeniem bezpośredniego rozpoznania terenu¹². Wreszcie, organizacje terrorystyczne zaadoptowały metody *e-learningu*, publikując w sieci materiały szkoleniowe dotyczące m.in. tego jak przygotowywać ładunki wybuchowe z ogólnodostępnych materiałów¹³.

Zamachy na World Trade Center i Pentagon w 2001 roku uruchomiły całą sekwencję wydarzeń związanych z rozpoczęciem wojny z terroryzmem, której dwoma najpoważniejszymi przejawami stały się amerykańskie interwencje w Afganistanie oraz Iraku. Poniosły one ostatecznie porażkę, stając się w pewnym sensie dodatkowym impulsem do rozwoju dżihadyzmu¹⁴. Równoległe ruch ten w coraz większym stopniu zaczął uwzględniać w swoich działaniach potencjał środowiska teleinformatycznego. Od początku XXI wieku sieć zaczęła być coraz częściej wykorzystywana przez fundamentalistów islamskich m.in. do zastraszania społeczeństw zachodnich oraz inspirowania zwolenników. W kolejnych latach

¹⁰ Zob. *Jihad Online: Islamic Terrorists and the Internet...*, s. 9–29

¹¹ T.L. Thomas, *Al Qaeda and the Internet: The Danger of „Cyberplanning”, „Parameters”, 2003, nr 1, s. 118–119.*

¹² Symbolicznym przykładem tego, jak użycie Internetu mogło ułatwiać zamachy terrorystyczne stały się ataki na World Trade Center i Pentagon w 2001 roku. Należy bowiem pamiętać, iż to właśnie globalna sieć posłużyła członkom Al-Kaidy do zakupu co najmniej 9 biletów na porwane później samoloty. Zob. S. Kosmyńska, *Cyberdżihad...*, s. 105.

¹³ *Understanding cybercrime. Phenomena, challenges and legal response*, International Telecommunication Union, September 2012, s. 35.

¹⁴ J. Stern, M.K. McBride, *Terrorism after the 2003 Invasion of Iraq*, Costs of War 2013.

coraz większym zainteresowaniem wśród internautów cieszyły się nie tylko regularnie zamieszczane *online* przemówienia Osamy bin Ladena czy innych liderów organizacji terrorystycznych, ale także egzekucje porwanych jeńców. Wraz z rosnącą dostępnością rozmaitych urządzeń elektronicznych, w tym kamer cyfrowych, w sieci zaczęły się także pojawiać coraz lepiej przygotowane nagrania z ataków na siły koalicji państw zachodnich na Bliskim Wschodzie i w Azji Centralnej¹⁵. Zdecydowaną większość tego typu materiałów zamieszczano na związanych z dżihadystami stronach internetowych, mających charakter niszowy. W rezultacie trafiały one głównie do zwolenników radykalnych interpretacji Koranu, a także niewielkiej grupy tych osób, które same z różnych powodów takich nagrań poszukiwały. Media tradycyjne, a także portale internetowe „głównego nurtu” (np. Yahoo!, CNN, BBC; w Polsce Wirtualna Polska czy Onet) w pierwszej dekadzie XXI wieku raczej unikały publikowania tego typu materiałów. Nawet, jeśli pojawiały się w nich relacje np. dotyczące drastycznych egzekucji, to z reguły okraszone były one wyłącznie zdjęciem, często zresztą ocenzurowanym. W tym kontekście całokształt zaangażowania propagandowego islamistów *online* posiadał na początku XXI wieku kilka cech szczególnych. Za Stanisławem Kosmyńką można tu wymienić m.in. celową manipulację przekonaniem i opiniami odbiorców, stosowanie symboli wizualnych w celu generowania emocji u odbiorców, utrzymywanie jedności i spójności ideologicznej, poszukiwanie nowych kandydatów do „świętej wojny”, obciążanie odpowiedzialnością za rozlew krwi zachodnie rządy, a także wzbudzenie pozytywnego oddźwięku wśród wspólnot muzułmańskich¹⁶.

„Nowa jakość” cyberdżihadizmu w połowie drugiej dekady XXI wieku – *casus* tzw. Państwa Islamskiego

Omówiona powyżej ewolucja aktywności islamistycznych organizacji terrorystycznych *online* zaczęła wkraczać w nową fazę na początku drugiej dekady XXI wieku, do czego przyczyniło się kilka procesów. Pierwszym były zmiany technologiczne w ujęciu ilościowym, dotyczące proliferacji komputerów oraz dostępu do Internetu na całym świecie. W 2005 roku

¹⁵ Nadal jednak miały one głównie charakter amatorski. Zob. M. Lakomy, *Oblicza cyberterrorizmu*, [w:] T. Szczurek (red.), *Asymetryczne zagrożenia bezpieczeństwa narodowego w XXI wieku*, Warszawa 2014, s. 195–196.

¹⁶ S. Kosmyńka, *Cyberdżihad...*, s. 105, 108.

liczba internautów wynosiła ok. 888 mln, tymczasem w grudniu 2014 r. było ich już 3,079 mld¹⁷. Oznaczało to, iż w ciągu dekady lawinowo wzrosła liczba potencjalnych odbiorców propagandy zamieszczanej w globalnej sieci. Po drugie, w tym samym okresie doszło do zasadniczych zmian technologicznych w ujęciu jakościowym. Przejawiało się to dwojako. Z jednej strony, ogromną popularność zyskały media społecznościowe, w tym przede wszystkim Facebook (FB). Świadczyły o tym statystyki, według których tylko w latach 2008–2012 liczba użytkowników tego serwisu wzrosła ze 100 mln do 1 mld. W 2015 roku liczbę użytkowników FB oceniano na 1,441 mld osób¹⁸. Oprócz niego rosnącą popularność zaczęły zyskiwać inne serwisy, takie jak Twitter, Instagram czy Tumblr. Z drugiej strony, światowym fenomenem stały się smartfony, które połączyły w sobie cechy telefonu komórkowego, kamery, aparatu, komputera. Co niezwykle ważne, umożliwiły one również stały i mobilny dostęp do Internetu oraz ułatwiły korzystanie ze wspomnianych mediów społecznościowych¹⁹. Sprzężenie obu tych procesów w sposób naturalny otworzyło nowe możliwości zarówno przed propagandą wojenną, jak i propagandą realizowaną przez islamistyczne organizacje terrorystyczne. Usprawniło błyskawiczne nagrywanie i publikowanie w sieci wysokiej jakości materiałów propagandowych, które mogły następnie trafić do szerokich rzesz odbiorców.

Nowe możliwości w tym zakresie objawiły się częściowo już podczas arabskiej wiosny, bowiem w składających się nań rewolucjach zasadniczą rolę odegrały media społecznościowe. Ułatwiły one opozycji m.in. organizację protestów oraz omijanie cenzury reżimów autorytarnych²⁰. Stosunkowo szybko jednak metody te zostały zaadaptowane przez ruchy rebelianckie oraz ugrupowania terrorystyczne działające m.in. w Libii i Syrii. Coraz częściej zaczęły one zamieszczać materiały propagandowe w takich serwisach jak YouTube czy Facebook, ciesząc się rosnącym zainteresowaniem internautów. Symbolem tych przemian stała się głośna śmierć Muammara Kadafiego w październiku 2011 roku. Jego lincz oraz zabójstwo z rąk rebeliantów libijskich zostało nagrane smartfonami

¹⁷ Zob. *Internet Growth Statistics*, <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>, 15.07.2015.

¹⁸ *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2015 (in millions)*, Statista, <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, 15.07.2015.

¹⁹ P. Gawrysiak, *Cyfrowa rewolucja*, Warszawa 2008, s. 276–277.

²⁰ Szerzej: M. Lakomy, *Arab Spring and New Media*, [w:] B. Przybylska-Maszner (red.), *The Arab Spring*, Poznań 2011.

przez wiele osób, a następnie rozpowszechnione za pomocą Internetu. W ciągu kilku godzin obieżyły cały świat. Drastyczne sceny cieszyły się ogromną popularnością nie tylko wśród indywidualnych odbiorców korzystających np. z portalu YouTube, ale także wśród mediów masowych²¹.

Naukę z tych doświadczeń szybko wyciągnęli ekstremiści islamscy, którzy w coraz większym stopniu zaczęli uwzględniać popularne serwisy internetowe w prowadzonych przez siebie działaniach propagandowych. Przykładowo, próby takie podejmowały bardzo często ugrupowania walczące na terytorium Syrii, takie jak Front an-Nusry czy Front Islamski, zamieszczając w sieci wiele filmów dokumentujących przebieg starć zbrojnych z armią rządową, a także zawierających przesłania przywódców o charakterze ideologicznym. Niemniej, mimo wykorzystania nowych technologii oraz popularnych serwisów internetowych materiały te, w sensie jakościowym, nadal sprawiały wrażenie produkcji raczej o charakterze amatorskim. Świadczyła o tym m.in. niska jakość publikowanych nagrań, brak lub niska jakość ich edycji, treść, a także stosowany język (przeważnie arabski). Ograniczało to krąg potencjalnych odbiorców radykalnego przekazu ideologicznego.

Wyraźny przełom nastąpił dopiero w momencie proklamowania tzw. Państwa Islamskiego (IS) w czerwcu 2014 roku (wcześniej Islamskie Państwo w Iraku i Wielkiej Syrii – ISIS)²². W porównaniu do dotychczasowych metod właściwych dla cyberdżihadu, zaczęło ono wykorzystywać potencjał globalnej sieci w sposób bardziej profesjonalny oraz skuteczniejszy. U podstaw nowej strategii leżało zrozumienie, iż kluczem do efektywnych zabiegów propagandowych jest wykorzystanie tych portali internetowych, które cieszą się największą popularnością wśród internautów w sposób, do którego są przyzwyczajeni. Na tym tle warto więc dokonać pogłębionej analizy omawianego zagadnienia na przykładzie dwóch motywów przyświecających członkom organizacji Abu Bakra al-Baghdadię: generowania strachu i poczucia zagrożenia wśród „niewiernych” i „heretyków”, a także inspirowania oraz rekrutowania zwolenników.

²¹ Zob. np. *Gaddafi caught alive and shot dead.flv.flv*, Shaizal Ashraff, <https://www.youtube.com/watch?v=OEHM7CQbgAw>, 15.07.2015.

²² Zob. np. C. Bunzel, *From Paper State to Caliphate: The Ideology of the Islamic State*, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, March 2015.

Generowanie strachu i poczucia zagrożenia

Wraz z ogłoszeniem powstania „kalifatu” w połowie 2014 roku rozpoczęto kampanię propagandową, której celem stało się zastraszenie szerokich rzesz odbiorców, przede wszystkim z państw strefy euroatlantyckiej. Głównym środkiem w realizacji tego celu stały się, podobnie jak we wcześniejszych dekadach, filmy przedstawiające egzekucje jeńców. Ze względu na ich formę oraz sposób dystrybucji, osiągnęły one jednak zdecydowanie większe efekty propagandowe, szybko trafiając do świadomości obywateli krajów NATO/UE. Do najgłośniejszych nagrań tego typu, które wywarły największe wrażenie na międzynarodowej opinii publicznej, należy zaliczyć dekapitacje:

- Jamesa Foleya – opublikowaną w sierpniu 2014 r.,
- Steve’a Sotloff’a – opublikowaną we wrześniu 2014 r.,
- Davida Hainesa – opublikowaną we wrześniu 2014 r.,
- Alana Henninga – opublikowaną w październiku 2014 r.,
- Petera Kassiga – opublikowaną w listopadzie 2014 r.,
- Kenji’ego Goto – opublikowaną w styczniu 2015 r.

Wszystkie one odbiły się szerokim echem w mediach światowych, które wielokrotnie informowały o ich przebiegu oraz zawartym przekazie. Na tej podstawie powstaje więc pytanie, jakie czynniki wpłynęły na to, iż w przeciwieństwie do setek innych egzekucji publikowanych w Internecie przez organizacje terrorystyczne, akurat te wywołały tak żywiołową reakcję opinii publicznej w krajach zachodnich? Wydaje się, iż wynikało to z kilku powodów.

Przede wszystkim, wzorem doświadczeń zdobytych przez inne grupy ekstremistów islamskich w okresie arabskiej wiosny, główną platformą oddziaływania na obywateli państw rozwiniętych stały się najpopularniejsze portale umożliwiające bezpłatne zamieszczanie *online* zdjęć i nagrań filmowych. Kluczową rolę przyznano powstałemu w 2005 roku portalowi YouTube (YT), obecnie najpopularniejszemu serwisowi, który jest regularnie wykorzystywany przez ponad 1 miliard użytkowników²³. W jego zasobach, obok teledysków, filmów czy muzyki znajdują się setki nagrań zawierających drastyczne sceny egzekucji jeńców przez członków islamiistycznych ugrupowań terrorystycznych²⁴. Nie może więc dziwić fakt, iż

²³ *Statistics*, YouTube, <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>, 17.04.2015.

²⁴ Umożliwia to polityka portalu, która dopuszcza zamieszczanie drastycznych scen. Zob. *Violent or graphic content*, YouTube Help, <https://support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=en>, 23.07.2015.

portal ten zaczął być wykorzystywany na masową skalę przez organizację Abu Bakra al-Baghdadię. Świadczą o tym najlepiej wyniki wyszukiwania hasła „ISIS execution” w YT, które w lipcu 2015 roku dały zawrotną liczbę ok. 54 100 odnalezionych nagrań²⁵. Naturalnie nie wszystkie z nich zawierały egzekucje. Większość z nich stanowiły materiały publicystyczne lub informacyjne, dotyczące działań „kalifatu” lub innych, pokrewnych ideologicznie grup terrorystycznych. Obok nich znaczną popularnością cieszyły się kontrowersyjne materiały rozrywkowe, będące *de facto* parodią egzekucji Państwa Islamskiego. Reszta, stanowiąca nadal dziesiątki lub nawet setki nagrań, zawierała jednak rzeczywiste sceny brutalnych mordów islamistów (zarówno z ISIS, jak i innych ugrupowań) na jeńcach. W tym kontekście warto zauważyć dwie sprzeczne cechy aktywności byłego ISIS na YT. Z jednej strony, najgłośniejsze dekapitacje (w których pojmani występują w charakterystycznych pomarańczowych kombinezonach) były trudne do odnalezienia w zasobach tego portalu. Dostępne były z reguły ich wersje ocenzurowane, pozbawione najbardziej drastycznych ujęć i wzbogacone krytycznym komentarzem. Inne zawierały jedynie część propagandową, dotyczącą przesłania zawartego przez terrorystów. YouTube słusznie usuwało wszystkie oryginalne nagrania. Z drugiej strony jednak, równolegle YT udostępniało wiele innych, mniej medialnych filmów, gdzie członkowie tzw. Państwa Islamskiego dokonywali brutalnych mordów na więźniach, np. lojalistach Baszara al-Assada.

Ze względu na trudności w zamieszczaniu pełnych wersji egzekucji na YouTube wykorzystywano równolegle jeszcze dwa inne popularne portale umożliwiające publikowanie *online* nagrań filmowych. Pierwszym z nich jest LiveLeak.com (LL). W sensie technicznym ma on podobny charakter do YouTube, choć kieruje się nieco bardziej liberalną polityką, jeśli chodzi o drastyczne materiały. Szczególną rolę w kampanii tzw. Państwa Islamskiego LL odegrał w kwietniu 2014 roku, kiedy w jego zasobach zamieszczono film przedstawiający śmierć amerykańskiego obywatela Jamesa Foleya. Związany z tym szok odbiorców był tak duży, iż jakkolwiek samego nagrania nie usunięto, to władze LiveLeak.com zakazały publikacji kolejnych materiałów IS, tłumacząc to niechęcią wobec „reklamowania” jego działań. Należy jednak podkreślić, iż podobnie jak na YT, równolegle na portalu tym obecnych było wiele mniej profesjonalnie sporządzonych egzekucji na jeńcach (głównie syryjskich i irackich), prze-

²⁵ https://www.youtube.com/results?search_query=isis+execution, 14.07.2015.

prowadzonych przez członków tej organizacji²⁶. Jest to dla jej zabiegów propagandowych o tyle istotne, iż serwis ten stale cieszy się znaczną popularnością (niecałe 2 miliony odwiedzających dziennie)²⁷.

Kolejny z wykorzystywanych przez tzw. Państwo Islamskie portali ma charakter niszowy – jest to kanadyjski BestGore.com. Jak sama nazwa wskazuje, jest to serwis, na którym zamieszczane są najbardziej patologiczne zdjęcia oraz filmy prezentujące m.in. sceny morderstw czy akty kanibalizmu. Mimo związanych z nim ogromnych kontrowersji²⁸, podobnie jak inne tego typu strony, funkcjonuje on legalnie korzystając z usług hostingowych w Stanach Zjednoczonych. W 2015 roku odwiedzało go średnio 80 000 internautów dziennie²⁹. W przeciwieństwie do YT czy LL, BestGore nie usuwał zamieszczanych przez tzw. Państwo Islamskie nagrań z egzekucji obywateli państw zachodnich, co czyniło go dogodnym instrumentem realizacji założonej strategii zastraszania. Warto zauważyć, iż korzystanie z tego typu stron stało się przedmiotem ożywionej debaty w zachodnich mediach. Co dość zaskakujące, część publicystów stwierdziła wręcz, iż wszyscy internauci powinni zapoznawać się z tak brutalnymi materiałami w celach informacyjnych. Choć inni przedstawiali takie zwyczaje w kategoriach psychologicznej słabości odbiorców i unikali bezwarunkowego potępiania. Takie opinie *de facto* jedynie wzmacniały skuteczność zabiegów propagandowych organizacji Abu Bakra al-Baghdadiego³⁰.

Oparcie strategii zastraszania o trzy popularne serwisy umożliwiające zamieszczanie i odtwarzanie filmów pozwoliło zdecydowanie podnieść prawdopodobieństwo odnalezienia nagrań z egzekucji przez przypadkowych internautów. Taki sposób rozpowszechniania materiałów mających zastraszyć odbiorców był zdecydowanie bardziej obiecujący niż wcześniejszy zwyczaj wykorzystywania do tego niszowych WWW dżihadystów. Ze względu na mechanizmy działania wyszukiwarek internetowych, materiały tego typu mogły się pojawiać w wynikach samoistnie, np. w trakcie

²⁶ Zob. *Clarification on the IS issue*, LiveLeak.com, 24.04.2014, http://www.liveleak.com/view?i=279_1408868558, 23.07.2015; *ISIS Execute Soldiers HD (+18 GRAPHIC)*, http://www.liveleak.com/view?i=162_1395973623, 23.07.2015.

²⁷ *Liveleak.com website analysis*, <http://liveleak.com.statout.com/>, 23.07.2015.

²⁸ B. Bambury, *Brent Bambury: The legality of blood and gore websites*, CBCNews, 01.06.2012, <http://www.cbc.ca/news/canada/brent-bambury-the-legality-of-blood-and-gore-websites-1.1171801>, 23.07.2015.

²⁹ *BestGore.com website analysis*, <http://bestgore.com.statout.com/>, 23.07.2015.

³⁰ B. Snyder, *Why I Can't Stop Watching Horrifying ISIS Decapitation Videos*, „Wired”, <http://www.wired.com/2015/02/on-watching-gore-and-death-online/>, 23.07.2015.

poszukiwań reportaży na temat wojen w Libii bądź Syrii. Co więcej, ze względu na specyfikę funkcjonowania takich portali jak YT, po zapoznaniu się z takimi nagraniami, portal mógł sam sugerować danemu użytkownikowi kolejne o podobnym charakterze. Tym samym w niektórych przypadkach ułatwiał rozprzestrzenianie przekazu islamistów.

Nie był to jednak jedyny czynnik, który sprawił, iż egzekucje wywarły znaczny wpływ na świadomość zachodnich społeczeństw. Rzeczone dekapitacje były, w przeciwieństwie do wcześniejszych nagrań tego typu, opracowane w taki sposób, który świadczył o wysokich umiejętnościach twórców, przede wszystkim jeśli chodzi o stronę techniczną. W głównej mierze był to efekt prac funkcjonującego od połowy 2014 roku w ramach organizacji Państwa Islamskiego al-Hayat Media Center³¹. Publikowane przez niego materiały filmowe posiadały kilka cech charakterystycznych, wśród których należy wymienić:

- nagrania z kilku kamer wysokiej jakości,
- profesjonalną reżyserię (zastosowanie zabiegów właściwych m.in. dla nowoczesnych, zachodnich reklam telewizyjnych, dokumentów bądź wywiadów)
- stosowanie zaawansowanych technik postprodukcji, oraz
- wykorzystanie kompetentnie przygotowanej grafiki komputerowej (zarówno w formie 2D, jak i 3D), o czym świadczy m.in. logo al-Hayat Media Center, które pojawia się na początku wielu materiałów filmowych.

Wszystko to bez wątpienia przyciągało uwagę odbiorców zachodnich przyzwyczajonych do tego typu środków medialnych. Zdecydowanie wyróżniało je wśród setek amatorskich nagrań tego typu, zamieszczanych m.in. na YouTube czy LiveLeak. Na tej podstawie można więc zaryzykować stwierdzenie, iż organizacja Abu Bakra al-Baghdadiego jako pierwsza zaczęła publikować w sieci nagrania, które od strony technicznej nie odbiegały poziomem od najlepszych dokumentów, reportaży czy reklam telewizyjnych obecnych w wiodących mediach masowych.

O przemyślanej formie materiału propagandowego ISIS/IS świadczyła także postać występującego w wielu egzekucjach kata – Mohammeda Emwazi (szerzej znanego jako tzw. Jihadi John). W swoich manifestach ideologicznych poprzedzających lub kończących moment zabójstwa używał on starannego języka angielskiego z brytyjskim akcentem, co nie

³¹ *ISIS Declares Islamic Caliphate, Appoints Abu Bakr al-Baghdadi al 'Caliph', Declares All Muslims Must Pledge Allegiance to Him*, The Middle East Media Research Institute, 30.06.2014, <http://www.memri.org/report/en/0/0/0/0/0/8049.htm>, 16.07.2015.

może dziwić ze względu na fakt, iż był on wcześniej znanym w Wielkiej Brytanii raperem³². Zabieg ten zdecydowanie ułatwiał odbiór internautom pochodzącym ze Stanów Zjednoczonych oraz Europy. Wzmagał także negatywne emocje, bowiem sugerował, iż członek IS pochodzi z kraju Unii Europejskiej, a sama organizacja posiada tam znaczne wpływy.

Warto również zwrócić uwagę na samą treść przekazu propagandowego, zawartą w najgłośniejszych nagraniach egzekucji przygotowanych przez tzw. Państwo Islamskie. W tej dziedzinie w zasadzie jedynie rozwinęto kanony znane już z nagrań islamistów znanych z początku XXI wieku. W większości z materiałów al-Hayat pojawiały się przemówienia jeńców, którzy krytykowali politykę zagraniczną Stanów Zjednoczonych i ich sojuszników wobec państw muzułmańskich. Przykładem może być pierwsze nagranie tego typu z sierpnia 2014 roku pt. *A Message to America*, w którym dokonano dekapitacji Jamesa Wrighta Foleya. Na wstępie pojawił się w nim fragment przemówienia Baracka Obamy, który ogłosił rozpoczęcie operacji militarnej przeciwko tzw. Państwu Islamskiemu. W następnym ujęciu pojawił się klęczący James Foley (wraz ze stojącym obok terrorystą – M. Emwazi), który wezwał swoją rodzinę i przyjaciół do walki z rządem Stanów Zjednoczonych, oskarżając go o przyczynienie się do swojej śmierci. Na koniec, co z pewnością wywarło wpływ na wielu amerykańskich odbiorców, przyznał, iż wolałby nie być obywatelem Stanów Zjednoczonych. Wstrząsającą wypowiedź Foleya uzupełnił „Jihadi John”, który oskarżył Biały Dom o agresję wobec muzułmanów. Przemówienie skończył stwierdzeniem: „Tak więc każda Twoja próba, Obamo, aby odmówić muzułmanom ich praw do życia w bezpieczeństwie pod [panowaniem – M.L.] Kalifatu Islamskiego będzie skutkowało rozlewem krwi twoich ludzi”. Po dekapitacji jeńca pojawiło się ujęcie kolejnego więźnia, Stevena Joela Sotloff’a, podczas którego Mohammed Emwazi stwierdził: „Życie tego amerykańskiego obywatela zależy od twojej następnej decyzji Obamo”³³. Świadczyło to o próbie zastosowania szantażu wobec odbiorców oraz władz Stanów Zjednoczonych.

Brak zgody na przerwanie operacji wojskowej na Bliskim Wschodzie skutkowało na początku września 2014 roku pojawieniem się w sieci nagrania z egzekucji Stevena Sotloff’a, które zostało przygotowane w podobnej formie. Na początku nagrania zwrócił się on z następującymi słowami do

³² D. Casciani, *Islamic State: Profile of Mohammed Emwazi aka 'Jihadi John'*, BBC News, 08.03.2015, <http://www.bbc.com/news/uk-31641569>, 23.07.2015.

³³ *IS Beheads Captured American James Wright Foley, Threatens to Execute Steven Joel Sotloff*, 03.09.2014, <https://news.siteintelgroup.com/Jihadist-News/is-beheads-captured-american-james-foley-threatens-to-execute-another.html>, 24.07.2015.

prezydenta Stanów Zjednoczonych: „Obama, twoja polityka zagraniczna interwencji w Iraku miała uchronić amerykańskie życie i interesy, to dlaczego płacę cenę za Twoje mieszanie się moim życiem? Czy nie jestem amerykańskim obywatelem? Wydałeś miliardy (...) dolarów i straciliśmy tysiące naszych żołnierzy w naszych wcześniejszych walkach przeciwko Państwu Islamskiemu, to gdzie leży interes ludzi, aby ponownie rozpalić tę wojnę (...)?”. Wypowiedź jeńca uzupełnił Emwazi, który stwierdził „Wróciłem Obama i wróciłem z powodu twojej aroganckiej polityki zagranicznej wobec Państwa Islamskiego (...) Tak więc, tak jak twoje rakiety będą uderzały w naszych ludzi, nasze noże będą nadal uderzały w karki waszych ludzi”. Drastyczny materiał zakończył się prezentacją kolejnego jeńca zachodniego przeznaczonego do egzekucji – Brytyjczyka Davida Hainesa³⁴. Po raz kolejny jednak próba szantażu nie odniosła skutku. Co za tym idzie, nagranie jego śmierci pojawiło się w sieci 13 września 2014 roku. Niedługo później, w październiku 2014 roku w Internecie zamieszczono również film dokumentujący brutalne morderstwo Alana Henninga. Oba materiały pod względem zawartej treści zostały przygotowywane na podobnej zasadzie³⁵. Przykładowo, film pt. *A Message to the Allies of America* zawierający sceny morderstwa Davida Hainesa, rozpoczęło nagranie wypowiedzi premiera Wielkiej Brytanii Davida Camerona, który następnie został oskarżony przez jeńca o pełną odpowiedzialność za swoją śmierć³⁶. Nieco odmienną formę miały egzekucje Petera Kassiga oraz Kenji’ego Goto. W przeciwieństwie do wcześniejszych więźniów, Ci nie wydali przed śmiercią oświadczeń, które godziłyby w politykę zagraniczną swoich państw.

Oczywiście takie przesłania nie są niczym nowym, bowiem już w głośnych egzekucjach z przełomu XX i XXI wieku występowały tego typu komunikaty. Powielono schematy, według których skazanego jeńca należało zmusić do wypowiedzi godzących we własny rząd lub kraj oraz dezinformujących odbiorców. Nagminnie stosowanym środkiem stał się także zwyczaj zrzucania winy za śmierć więźnia na państwa zachodnie,

³⁴ D. Lamothe, *Here’s the transcript of the video showing Steven Sotloff’s reported execution*, „The Washington Post”, <https://www.washingtonpost.com/news/checkpoint/wp/2014/09/02/heres-the-transcript-of-the-video-showing-steven-sotloffs-reported-execution/>, 24.07.2015.

³⁵ D. Casciani, *Islamic State: Profile of Mohammed Emwazi aka ‘Jihadi John’*, BBC News, 08.03.2015, <http://www.bbc.com/news/uk-31641569>, 24.07.2015.

³⁶ Z. Haberman, *David Haines video: Full transcript of ISIS footage that allegedly depicts beheading of British aid worker*, Daily News, 13.09.2014, <http://www.nydailynews.com/news/world/transcript-isis-video-alleged-beheading-david-haines-article-1.1938691>, 24.07.2015.

które wedle słów członków tzw. Państwa Islamskiego miały stosować represje wobec muzułmanów. Pozwalało to przedstawiać akt morderstwa jako zemstę za podobne czyny ze strony np. żołnierzy USA. Pewnym *novum* było natomiast wmontowanie w nagrania z egzekucji wypowiedzi polityków zachodnich, co z perspektywy odbiorców usprawniało odbiór „polemiki” terrorystów z polityką państw NATO/UE. Ponadto treść nagrań sugerowała, iż celem twórców było zastraszenie odbiorców, lecz bez przesadnego ich antagonizowania. W zamian podejmowano próby wzbudzenia w nich współczucia wobec bezbronnych ofiar oraz wątpliwości, co do zasadności polityki zagranicznej państw zachodnich. Taki zabieg pozwalał terrorystom mieć nadzieję, iż skłonią wrażliwe społeczeństwa krajów NATO/UE do kontestacji przyjętego przez nie modelu zaangażowania wojskowego na Bliskim Wschodzie.

Reasumując ten wątek należy stwierdzić, że materiały mające wzbudzić strach i dezorientację wśród odbiorców publikowane przez organizację al-Baghdadię przyniosły oszałamiające skutki w porównaniu z wcześniejszymi próbami cyberdżihadystów. W pełni wykorzystując potencjał popularnych wśród internautów portali, a także dzięki profesjonalnej edycji prezentowanych materiałów, w stopniu zdecydowanie większym niż na początku XXI wieku udało im się trafić z przesłaniem propagandowym do obywateli państw strefy euroatlantyckiej. Nigdy wcześniej egzekucje popełniane przez fundamentalistów islamskich nie wzbudziły tak dużej reakcji światowej opinii publicznej. Świadczyło o tym najlepiej opublikowanie w sierpniu 2014 roku na portalu YouTube (a także LiveLeak i Best-Gore) wspomnianego już filmu *A Message to America*. Mimo jego usunięcia przez YT, bardzo szybko rozprzestrzenił się on po sieci, docierając do ogromnej rzeszy internautów³⁷. Równoległe został on dostrzeżony przez media masowe, które zaczęły dokładnie opisywać przebieg dekapitacji oraz sens przekazu propagandowego, łącznie z publikacją wybranych fragmentów³⁸ oraz pełną transkrypcją wypowiedzi jeńców oraz zabójcy. Co więcej, nowoczesna pod względem technicznym forma nagrań sprawiła, iż materiały te zaczęły być szeroko redystrybuowane oraz kome-

³⁷ W wersji ocenzonej dostępne pod adresem: *ISIS/ISIL Beheads American Journalist James Wright Foley in Video Message to U.S.A.*, Evaonnews, <https://www.youtube.com/watch?v=wnuuReks08s&bpctr=1437041511>, 16.07.2015; *ISIS Banned From Controversial Video Site LiveLeak After James Foley Execution Video*, „Business Insider”, 22.08.2014, <http://www.businessinsider.com/isis-banned-from-liveleak-over-james-foley-video-2014-8>, 16.07.2015.

³⁸ *[BEHEADING NOT SHOWN] Steven Sotloff Speech Before Beheading by ISIS*, Latest News, 03.09.2014, <https://www.youtube.com/watch?v=rFRVmlcU3lg>, 17.07.2015.

towane przez liczne media internetowe. W takiej formie publikowano je np. ponownie na YouTube. Czyniły tak m.in. CNN³⁹, News 24⁴⁰, Canale 25, CBS, TomoWorld, Dominicam News TV. Podobną tendencję można było zauważyć w rodzimych mediach. Wszystkie media głównego nurtu, w tym wiodące portale internetowe, odnotowywały kolejne egzekucje tzw. Państwa Islamskiego⁴¹. Innymi słowy, propagandowy przekaz tej organizacji terrorystycznej był przez światowe media wielokrotnie powielany i rozpowszechniany, choć w nieco łagodniejszej, ocenzonej formie. Najwyraźniej nie zdawano sobie sprawy z faktu, iż służyło to celom stawianym przez przywódców tego ugrupowania. Była to zarazem zasadnicza zmiana w stosunku do nagrań z egzekucji publikowanych w sieci przed arabską wiosną. Bardzo rzadko zdarzało się wówczas, iż w mediach ukazywały się szczegółowe relacje z egzekucji zachodnich jeńców. Tymczasem w latach 2014–2015 stało się to regułą.

Nie może więc dziwić fakt, iż omówione materiały propagandowe „kalifatu” wywarły wpływ na świadomość obywateli państw NATO/UE, wzbudzając w nich uzasadniony strach przed brutalnością i zamachami terrorystycznymi ze strony tzw. Państwa Islamskiego. Świadczą o tym dobitnie badania opinii publicznej. Już we wrześniu 2014 roku, czyli w początkowej fazie kampanii zastraszania, aż 94% Amerykanów słyszało o dekapitacjach popełnionych przez „kalifat”. Aż 47% z nich uważało, iż USA są mniej bezpieczne niż przed zamachami terrorystycznymi z 2001 roku. W stosunku do 2013 roku oznaczało to zasadniczy, 19-procentowy wzrost⁴². Tendencje te potwierdziło również badanie Pew Research Center, przeprowadzone w lipcu 2015 roku. Uzyskane wyniki wskazywały na to, iż niemal wszystkie społeczeństwa zachodnie za największe zagrożenie dla swojego bezpieczeństwa uznały funkcjonowanie właśnie tzw. Państwa Islamskiego. Opinię taką wyraziło odpowiednio: 68% ankietowanych w USA, 58% w Kanadzie, 71% we Francji oraz 70% w Niemczech. Obywatele tych krajów obawiali się brutalności tego ugrupowania

³⁹ Zob. *Sotoff execution video released same day as U.S. airstrike*, CNN, 03.09.2014, <https://www.youtube.com/watch?v=hVDOKrHrxk>. Dostęp: 14.07.2015.

⁴⁰ Zob. *ISIS releases horrifying new execution video*, News 24, 24.06.2015, <https://www.youtube.com/watch?v=x8tMSSMCgd0>, 17.07.2015.

⁴¹ Zob. *Wiadomo już, kim jest „Jihadi John”. To Mohammed Emwazi*, Onet, 26.02.2015, <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/wiadomo-juz-kim-jest-jihadi-john-to-mohammed-emwazi/zxngm>, 17.07.2015.

⁴² J. Hook, C.E. Lee, *WSJ/NBC Poll: Almost Two-Thirds Back Attacking Militants*, „The Wall Street Journal”, 10.09.2014, <http://www.wsj.com/articles/wsj-nbc-poll-finds-that-almost-two-thirds-of-americans-back-attacking-militants-1410301920>, 27.07.2015.

zdecydowanie bardziej niż: globalnych zmian klimatycznych, Iranu, Rosji, Chin czy niestabilności ekonomicznej⁴³. Choć naturalnie nagrania z egzekucji nie były jedynym czynnikiem, który wpłynął na te poglądy, to i tak można mówić o historycznym sukcesie propagandowym organizacji Abu Bakra al-Baghdadięgo, porównywalnym tylko z reakcją światowej opinii publicznej na zamachy terrorystyczne na World Trade Center i Pentagon w 2001 roku. Okazał się on możliwy, ponieważ al-Hayat Media Center stosując stare środki generowania strachu wśród odbiorców, przystosowało je pod względem formy oraz sposobu dystrybucji do uwarunkowań środowiska teleinformatycznego połowy drugiej dekady XXI wieku.

Inspirowanie i rekrutowanie zwolenników

Drugim wektorem oddziaływania propagandowego tzw. Państwa Islamskiego w Internecie stało się bez wątpienia inspirowanie i rekrutowanie zwolenników. Cel ten zaczęto realizować w sposób znacząco odbiegający od praktyki przyjętej przez islamistyczne organizacje terrorystyczne w pierwszej dekadzie XXI wieku. Strategia „kalifatu” oparta została o szereg popularnych serwisów społecznościowych, takich jak Facebook, Twitter, Instagram, Ask.fm czy Tumblr⁴⁴. Zasadniczą rolę odegrać miał także wspomniany już YouTube. To za ich pośrednictwem organizacja miała nadzieję dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców z przekazem pozytywnym, dostosowanym do uwarunkowań kultury Internetu połowy drugiej dekady XXI wieku. Przyjęto tu kilka rozwiązań, które kolejno należałoby szerzej scharakteryzować.

Przede wszystkim al-Hayat Media Center zaczęło w sieci zamieszczać krótkie nagrania muzyczne o treści religijnej (tzw. *nasheed*), mające zachęcać odbiorców do zaangażowania w świętą wojnę z „niewiernymi”. Warto podkreślić, iż podobnie jak materiały mające zastraszyć odbiorców, były one przygotowywane przez profesjonalistów, o czym świadczyła warstwa merytoryczna (zastosowane techniki manipulacji), graficzna oraz dźwiękowa. Za najsłynniejszą i zarazem najgroźniejszą produkcję tego typu al-Hayat Media Center należy uznać *Let's Go for Jihad*. Co dość zaskakujące, zawiera ona ścieżkę dźwiękową w języku niemieckim

⁴³ J. Carle, *Climate Change Seen as Top Global Threat*, Pew Research Center, 14.07.2015, <http://www.pewglobal.org/2015/07/14/climate-change-seen-as-top-global-threat/>, 27.07.2015.

⁴⁴ Zob. np. B. Berton, P. Pawlak, *Cyber jihadists and their web*, „Brief ISSUE” 2015, nr 2.

(z widocznym tłumaczeniem na j. angielski i arabski), przygotowaną przez obywatela niemieckiego, który dokonał w 2010 roku konwersji na islam – Abu Talhę al-Almaniego, znanego wcześniej jako Denis Cuspert. Przed zmianą wiary był on znanym w Niemczech raperem o pseudonimie *Deso Dogg*. Posiadał więc duże umiejętności oraz spore doświadczenie w pracach nad materiałami muzycznymi⁴⁵. *Let's Go For Jihad* stanowi w zasadzie kompilację mniej lub bardziej znanych nagrań z walk oraz egzekucji popełnionych przez IS, które występują na zmianę z ujęciami zabitych muzułmańskich cywilów (przeważnie dzieci, co wynika z potrzeby wzbudzenia współczucia w odbiorcach). Ujęciom tym towarzyszą śpiewne wezwania do wzięcia udziału w dżihadzie typu: *Let's Go For Jihad, Brothers Rise Up, Claim Your Victory*. Na koniec *nasheed* zawarto przesłanie, które w gruncie rzeczy skonfrontowało „szlachetną” świętą wojnę z dominującym na świecie, „grzesznym” konsumpcjonizmem⁴⁶. Inną wyróżniającą się *nasheed* al-Hayat Media Center, przygotowaną prawdopodobnie przez tego samego autora, jest dostępna na portalu LiveLeak *Fisabilillah*. Będąc tak samo profesjonalna w warstwie technicznej, różni się ona jednak od wcześniej omówionej celem powstania. Podczas gdy *Let's Go For Jihad* miała na celu zainspirowanie odbiorców do partycypacji w dżihadzie, *Fisabilillah* połączyła w sobie dwa wątki: inspiracji do zamachów terrorystycznych na Zachodzie oraz zastraszenia odbiorców. O tym drugim motywie świadczyły zawarte w niej bardzo drastyczne ujęcia egzekucji, których brakowało w *Let's Go For Jihad*. Pierwszy był zrealizowany bardziej subtelnie. „Teledysk” przedstawiał żyjącego prawdopodobnie w Europie przyszłego „męczennika”, który przygotowuje się do zamachu samobójczego. Zdjęcia te przeplatały się z prawdziwymi nagraniami terrorystów odpowiedzialnych za zamachy we Francji w styczniu 2015 roku. Z warstwą wizualną współgrała treść tłumaczonej na angielski *nasheed*, która zachęcała do walki z „niewiernymi”, o czym świadczyły np. słowa: „O Allahu, zniszcz ich, przyznaj nam zwycięstwo nad nimi (...) We Francji zostało to potwierdzone przez uczynki, niemieckie uśpione komórki już czekają, bracia pracują terroryzując niewiernych, wojna dopiero się rozpoczęła”. Generalnie wymowa całego materiału nawoływała muzułmanów mieszkających w państwach

⁴⁵ S. Rose, *The Isis propaganda war: a hi-tech media jihad*, „The Guardian”, 07.10.2014, <http://www.theguardian.com/world/2014/oct/07/isis-media-machine-propaganda-war>, 24.07.2015.

⁴⁶ A.Y. Zelin, *al-Hayat Media Center presents a new video nashid from the Islamic State of Iraq and al-Sham: „Let's Go For Jihad”*, Jihadology, 15.06.2014, <http://jihadology.net/2014/06/15/new-video-nashid-from-al-%E1%B8%A5ayat-media-center-lets-go-for-jihad/>, 24.07.2015.

zachodnich do organizowania ataków terrorystycznych wzorem wydarzeń w Paryżu w 2015 roku⁴⁷. Warto zauważyć, iż oba nagrania posiadały podobne cechy, jeśli chodzi o warstwę techniczną. Zastosowane techniki edycji (w tym postprodukcji) świadczyły o tym, iż twórcy chcieli je upodobnić do najpopularniejszych teledysków zachodnich twórców. Chodziło więc prawdopodobnie o to, aby trafić w gust muzułmanów przyzwyczajonych do produkcji właściwych dla kultury masowej.

Obok tych starannie przygotowanych przez al-Hayat *nasheed*, w sieci dostępnych jest wiele innych nagrań tego typu. Są one zamieszczane albo przez zwolenników „kalifatu”, albo też w celach informacyjnych przez innych użytkowników Internetu. Co ciekawe, w przeciwieństwie do produkcji al-Hayat Media Center, te są ogólnodostępne np. na portalu YouTube⁴⁸ i cieszą się setkami tysięcy lub nawet milionami wyświetleń. Naturalnie nie wszystkie z nich są poświęcone i przygotowane z myślą o „kalifacie”, nie wszystkie też wzywają do dżihadu. Jednak wiele *de facto* nawołuje do nienawiści na tle religijnym oraz walki z niewiernymi. Przykładowo film zamieszczony w grudniu 2013 roku przez użytkownika AgainItzMe na portalu YouTube pod tytułem *Nasheed For Our Brothers In Jihad* do lipca 2015 roku został wyświetlony niemal 600 000 razy, zyskując niemal 2000 polubień. Co ciekawe, pod filmami bardzo często pojawiają się deklaracje wsparcia dla dżihadystów i terrorystów, a także ostre polemiki i spory z przeciwnikami tzw. Państwa Islamskiego czy Al-Kaidy⁴⁹. Tego typu mniej profesjonalnych, ale nadal groźnych propagandowo filmów zamieszczanych przez zwolenników byłej ISIS jest zdecydowanie więcej.

Drugim środkiem służącym inspirowaniu i rekrutowaniu zwolenników stały się dłuższe materiały mające w założeniu przypominać reportaże telewizyjne. Symbolem tych zabiegów jest z pewnością opublikowane przez al-Hayat nagranie pod tytułem *Flames of War*. W tym trwającym 55 minut filmie zawarto zarówno wątki historyczne, przedstawiające

⁴⁷ M.S. Smith II, *Da'Ish Music Video 'Fisabilillah' Calls for Attacks in the West*, Inside the Jihad, 14.04.2015, <http://insidethejihad.com/2015/04/daish-music-video-fisabilillah-calls-for-attacks-in-the-west/>, 25.07.2015.

⁴⁸ Al-Hayat Media Center posiada nawet konto na YouTube, przy czym nie ma pewności, iż jest to konto oficjalne: <https://www.youtube.com/channel/UCveWde6hJXnxkTQz7AvK6nw/about>, 27.07.2015.

⁴⁹ Np. użytkownik Babo Babo we wpisie z czerwca 2015 r. pisał pod filmem: „Jesteśmy żołnierzami Allaha (...) zawiesimy flagę Państwa Islamskiego nad Białym Domem i zabijemy wszystkich niewiernych”. Zob. *Nasheed For Our Brothers In Jihad*, AgainItzMe, YouTube, 06.12.2013, <https://www.youtube.com/watch?v=FZYK9N1IP5Q>, 25.07.2015.

zmanipulowany przebieg „wojny z terroryzmem”, jak i współczesne, dotyczące powstania „kalifatu” oraz jego celów („zjednoczyć się pod jednym wezwaniem, jedną flagą, jednym liderem”). Motywem tych zabiegów było oczywiście przekonanie odbiorców, iż warto dołączyć do walki z „niewiernymi” i „heretykami”. Ponadto podobnie jak inne produkcje PI, nagranie miało charakter antyamerykański, krytykujący politykę USA wobec muzułmanów. Pod koniec przedstawiono sceny z ataku terrorystów na bazę wojsk syryjskich w al-Raqqa. Należy je uznać za niezwykle sugestywne, nie tylko ze względu na egzekucje żołnierzy armii rządowej, ale także ich wcześniejsze wypowiedzi wspierające organizację al-Baghdadię. Profesjonalnie nagrany i zmontowany materiał zakończył przekaz bezpośrednio skierowany do państw zachodnich: „*Proxy war* nie pomoże wam w Lewancie, tak jak nie pomogła wam w Iraku. W najbliższej przyszłości zostaniecie zmuszeni do bezpośredniej konfrontacji”⁵⁰. Na tej podstawie *Flames of War* należy uznać za kolejną produkcję przygotowaną z myślą o odbiorcach zachodnich, która zawierała w sobie równoległe wątki zachęcające ich do udziału w dżihadzie, jak i zasiania w nich zwątpienia. Film, jakkolwiek usunięty z YouTube, jest ogólnodostępny np. na portalu LiveLeak.

Po trzecie w strategii inspirowania oraz rekrutowania „kalifat” bardzo szeroko oparł się o najmodniejsze mechanizmy komunikacji dominujące w mediach społecznościowych. Należy tu wskazać na kilka metod pozytywnego zwolenników. Przede wszystkim, aby dotrzeć do świadomości internautów, propagandziści zaczęli szeroko odwoływać się do bardzo popularnych, lecz specyficznych środków, jakimi są tzw. memy⁵¹, rozpowszechniając je głównie za pomocą Twittera (302 miliony użytkowników miesięcznie⁵²), a także Facebooka. Zawarto w nich krótkie treści okraszane zdjęciem, które w swoim zamyśle bawiąc powinny trafić do świadomości odbiorców. Przykładowo na jednym z memów opublikowanych przez użytkownika Abu Omar na Twitterze widoczne były dwa zdjęcia: jedno uzbrojonych amerykańskich żołnierzy z napisem *At first I was like...*, drugie z trumnami amerykańskich żołnierzy z napisem: *But then I was all...* Zabieg ten miał zakpić z fiaska zaangażowania militarnego USA na Bliskim Wschodzie. Setki publikowanych w ten sposób memów

⁵⁰ *Flames of War*, alHayat Media Centre, <https://alhayatmedia.wordpress.com/flammes-of-war/>, 25.07.2015.

⁵¹ Por. A. Zięba, *Mem dżihadu. Al-Qa'ida wróg nr jeden, dwa trzy...*, [w:] S. Sulowski, F. Ilkowski (red.), *Wybrane idee, partie i organizacje polityczne Bliskiego Wschodu*, Warszawa 2014, s. 181–201.

⁵² *Twitter Usage*, <https://about.twitter.com/company>, 25.07.2015.

uderzało m.in. w zaangażowanie wojskowe USA na Bliskim Wschodzie, amerykańskich sojuszników (np. irackich, sugerując, iż rząd w Bagdadzie „oddał swoją duszę”), inne grupy religijne (np. szyitów), czy liberalną demokrację. Wiele z nich wykorzystywało do tego najpopularniejsze, szablonowe zdjęcia będące „bazą” popularnych internetowych memów⁵³. Najbardziej symboliczne dla tych tendencji stały się jednak zdjęcia okraszone hashtagiem *#CatsOffJihad*, które odegrały jeszcze bardziej przewrotną rolę. Publikowane przez szeregowych członków i zwolenników tzw. Państwa Islamskiego na Twitterze (w mniejszym stopniu na Facebooku) zawierały zdjęcia bawiących się kociąt. Metoda ta nawiązuje do legendarnej wręcz popularności wśród internautów zabawnych zdjęć i filmów z tymi zwierzętami. Przykładowo Abu Fulan al-Muhajir (nie będący jednak członkiem PI) na jednym ze zdjęć zamieszczonych w sieci zaprezentował stojącego przy AK-47 małego kota, z podpisem: „Nasz mały przyjaciel tutaj w domu. Mały *mujahid*”⁵⁴. Islamiści zaczęli korzystać z tego kanonu, aby przekonywać internautów o tym, iż są zwykłymi, wrażliwymi osobami, zdolnymi do opieki nad bezbronnymi zwierzętami. Takie przesłanie, jak się wydaje, z jednej strony miało na celu ocieplenie wizerunku dżihadystów, słusznie przedstawianych przez media jako bezwzględni mordercy. Z drugiej był to zabieg, który miał trafić do naiwnych, młodych odbiorców o nieukształtowanym jeszcze światopoglądzie, kierujących się w ocenie rzeczywistości bardziej emocjami niż wiedzą.

Wymowę takich środków wzmacniały również inne materiały kolportowane przez członków i zwolenników tzw. Państwa Islamskiego w mediach społecznościowych. Szczególnie ciekawe są krótkie nagrania filmowe w formie wywiadów czy reklam, których celem jest zdobycie wśród odbiorców poparcia dla organizacji lub przekonanie ich do wzięcia udziału w dżihadzie. Przykładowo al-Hayat Media Center regularnie zaczęło publikować materiały nazwane *Mujatweet* (kombinacja słów *tweet* i *mujahid*), w których występujący „poddani” Abu Bakra al-Baghdadięgo chwala panujący na zajętych terenach ład i porządek oraz zapraszają muzułmanów do złożenia wizyty na Bliskim Wschodzie⁵⁵. Do tego należy dodać swoiste „spoty reklamowe”, publikowane w różnych językach i skierowane do wybranych grup narodowościowych. Jedno z takich

⁵³ B. Makuch, *These Jihadist Memes Are All Over Twitter*, MotherBoard, 17.06.2014, <http://motherboard.vice.com/read/western-jihadis-memes-are-a-real-thing>, 25.07.2015.

⁵⁴ B. Roffee, *PHOTOS: The Internet's Obsessed With Cats, Jihadi Rebels Included*, RYOT, <http://www.ryot.org/cats-of-jihad-twitter-iraq-syria/723829>, 25.07.2015.

⁵⁵ *AlHayat Media Mujatweet 6*, WN.com, 19.06.2014, http://wn.com/al_hayat_media_center, 25.07.2015.

nagrań zostało np. poświęcone kanadyjskiemu konwertycie Abu Muslimowi w filmie zatytułowanym *Al-Ghuraba – The Chosen Few of Different Lands*⁵⁶. Warto zauważyć, że na korzyść takich metod inspiracji świadczy fakt, iż materiały propagandowe zaczęły być publikowane w wielu językach, w tym m.in. po angielsku, francusku, niemiecku, rosyjsku, kurdyjsku, kazachsku, indonezyjsku, hindusku, albańsku czy turecku. Co dość zaskakujące, w sieci pojawiły się również materiały przetłumaczone na język polski. Takie zabiegi pozwalają dotrzeć ze zmanipulowanym przekazem do jak największej liczby grup narodowych.

Po czwarte tzw. Państwo Islamskie nawiązało w swojej działalności propagandowej do doświadczeń uzyskanych przez Al-Kaidę, która kilka lat wcześniej rozpoczęła wydawanie w sieci słynnego magazynu „Inspire”. Jej wzorem także „kalifat” zaczął publikować profesjonalnie opracowane materiały prasowe oraz biuletyny informacyjne. Należy tu wskazać m.in. na:

- biuletyn „Islamic State News”, publikowany w formie .PDF, posiadający nowoczesną formę graficzną, przypominającą stylem czołówki największych telewizji informacyjnych na świecie; numer pierwszy, który ukazał się 1 czerwca 2014 roku zawierał m.in. informacje o postępach ISIS na froncie, reportaże z „polowania na czołgi”, a także artykuły na temat ideologii dżihadu. Jak większość materiałów tego typu został on zamieszczony na portalu Archive.org⁵⁷,
- magazyn propagandowy „Constantinople”, publikowany w języku tureckim⁵⁸,
- magazyn „Dabiq”, który stał się sztandarowym pismem tzw. Państwa Islamskiego, publikowanym w kilku językach (w tym po angielsku); cechując się profesjonalną oprawą graficzną, zawierał artykuły zarówno o charakterze ideologicznym, jak i quasi-informacyjnym; Przykładowo w numerze pierwszym „Dabiq” ogłoszono powrót „Kalifa”, numer drugi nawiązywał do znanej z Biblii oraz Koranu historii Potopu i Arki Noego, natomiast okładkę numeru czwartego okraszono zmodyfikowanym zdjęciem Placu Świętego Piotra w Rzymie z powiewającą na

⁵⁶ *Ghuraba – Abu Muslim Al Canadi*, <https://archive.org/details/GhurabaAbuMuslimAlCanadi>, 25.07.2015.

⁵⁷ *The Islamic State of Iraq and Al-Shaam Al-Hayat Media Centre (HMC) presents Islamic State News (ISN) Issue #1*, Archive.org, 31.05.2014, https://archive.org/details/HMC_ISN1. Dostęp: 25.07.2015.

⁵⁸ A.Y. Zelin, *Al-Hayat Media Center presents a new magazine from The Islamic State: „Constantinople #1”*, Jihadology, <http://jihadology.net/2015/06/02/al-%E1%B8%A5ayat-media-center-presents-a-new-magazine-from-the-islamic-state-constantinople-1/>, 25.07.2015.

nim flagą PI; Jak stwierdzili jego twórcy, treść „Dabiq” skupiła się na takich zagadnieniach jak: dżihad, poszukiwanie prawdy (*manhaj*), jedność (*tawhid*), a także przekazywanie najnowszych informacji na temat „kalifatu”⁵⁹.

Po piąte wreszcie integralnym elementem strategii inspirowania i rekrutowania zwolenników w sieci jest rozproszona działalność na portalach społecznościowych (typu Facebook, Twitter, Ask.fm), którą zajmują się szeregowi członkowie tzw. Państwa Islamskiego. Mimo pozornej spontaniczności tych zachowań, wydają się one być skoordynowane, jeśli chodzi o ich ogólny zamysł oraz realizowane w ten sposób cele. Jak stwierdzono wcześniej, wielu z nich zaczęło publikować na swoich profilach różnorodne materiały propagandowe mające przekonać internautów w sposób bliski ich dotychczasowym przyzwyczajeniom o sensie świętej wojny z „niewiernymi”. Miały temu służyć takie zabiegi jak wspomniane memy, które w krótkiej formie tekstowo-zdjęciowej zawierają często duży ładunek propagandowy. Poza tym konta te były wykorzystywane do zamieszczania rozmaitych zdjęć i komentarzy mających pozytywnie przedstawiać codzienne życie dżihadystów (zabawa z dziećmi, rozdawanie żywności itp.), co w zamysle powinno promować ten „styl życia” wśród młodzieży. Wreszcie członkowie IS zaczęli aktywnie komunikować się z innymi użytkownikami mediów społecznościowych, próbując w ten sposób przekonać ich do wsparcia organizacji, wyjazdu na Bliżni Wschód lub zorganizowania zamachów samobójczych w krajach zachodnich. Według danych Europolu, skala tego zjawiska w 2015 roku była ogromna. Tylko na portalu Twitter w działalność propagandową na rzecz PI zaangażowanych było ok. 45 000 do 50 000 kont. Średnio każde z nich śledziło ok. 1000 użytkowników. Należy przy tym podkreślić, iż media społecznościowe były przydatne terrorystom jedynie do wstępnego nawiązania kontaktu z potencjalnymi zwolennikami. Dalsza komunikacja odbywała się dotychczas za pomocą bezpieczniejszych środków, takich jak np. Skype czy WhatsApp⁶⁰.

Opisane powyżej przedsięwzięcia przyczyniły się do ogromnego sukcesu propagandowego „kalifatu”. Świadczyły o tym dobitnie dwa fakty. Pierwszym były statystyki obywateli państw zachodnich, którzy wyje-

⁵⁹ *The Islamic State's (ISIS, ISIL) Magazine*, The Clarion Project, 10.09.2014, <http://www.clarionproject.org/news/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq#>, 25.07.2015.

⁶⁰ K. Bora, *Pro-ISIS Social Media Accounts, Extremists Behind Propaganda Campaign To Be Tracked By Europol Web Unit*, „International Business Times”, 22.06.2015, <http://www.ibtimes.com/pro-isis-social-media-accounts-extremists-behind-propaganda-campaign-be-tracked-1976839>, 27.07.2015.

chali na Bliski Wschód, aby czynnie wesprzeć tzw. Państwo Islamskie. W czerwcu 2015 roku oceniano ich liczbę na ok. 4000⁶¹. W tym kontekście media wielokrotnie przytaczały przypadki zazwyczaj młodych osób, które porzucały dotychczasowe życie, aby wziąć udział w dżihadzie. Symboliczna dla tych tendencji stała się sprawa z lutego 2015 roku, kiedy świat obiegła informacja o ucieczce trzech brytyjskich muzułmanek w wieku 15 i 16 lat: Kadizy Sultany, Amiry Abase oraz Shamimy Begum. Wszystkie trzy utrzymywały wcześniej kontakt ze zwolennikami „kalifatu” w mediach społecznościowych⁶².

O sukcesie kampanii inspirowania zwolenników świadczy również poziom poparcia społecznego dla tzw. Państwa Islamskiego w krajach NATO/UE. Wydawałoby się, iż tego typu brutalna organizacja terrorystyczna nie powinna cieszyć się poparciem osób mieszkających w obrębie zachodniego kręgu cywilizacyjnego. Tymczasem badania opinii publicznej w Wielkiej Brytanii, przeprowadzone w lipcu 2015 roku wskazały, że aż 9% respondentów miało pozytywne zdanie na temat tej organizacji⁶³. Jeszcze groźniejsze tendencje występowały we Francji. Już w 2014 roku aż 16% tamtejszych respondentów popierało „kalifat”. W grupie wiekowej 18–24 była to ponad ¼ wszystkich ankietowanych⁶⁴. Przywołane dane świadczą o niezwykle groźnych procesach, które mają dziś miejsce w Europie. Okazało się, iż zastosowane przez tzw. Państwo Islamskie techniki propagandowe *online* trafiły na podatny grunt, do szerokich rzesz muzułmanów mieszkających na Starym Kontynencie, którzy wedle zapewnień elit politycznych oraz wielu badaczy są w zdecydowanej większości w pełni zintegrowani i niezradkalizowani⁶⁵. Powyższe statystyki

⁶¹ K. Bora, *ISIS Recruiting 'Increasingly Young' Europeans; About 4,000 Joined Islamic State In Syria: EU*, „International Business Times”, 18.06.2015, <http://www.ibtimes.com/isis-recruiting-increasingly-young-europeans-about-4000-joined-islamic-state-syria-eu-1972462>, 27.07.2015.

⁶² D. Harvey, *How Islamic State extremists use social media to recruit*, BBC, 23.02.2015, <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/31574846/how-islamic-state-extremists-use-social-media-to-recruit>, 27.07.2015; *Islamic State Using Social Media to Lure British Muslim Girls: Think Tank*, „Newsweek”, 23.02.2015, <http://www.newsweek.com/islamic-state-using-social-media-lure-british-muslim-girls-think-tank-308810>, 27.07.2015.

⁶³ N. Sommerlad, *Muslim leader: 'ISIS-supporting Brits may be disenfranchised by Tory cuts'*, Mirror, 07.07.2015, <http://www.mirror.co.uk/news/uk-news/muslim-leader-isis-supporting-brits-disenfranchised-6018357>, 27.07.2015.

⁶⁴ M. Grant, *16% of French Citizens Support ISIS, Poll Finds*, „Newsweek”, 26.08.2014, <http://www.newsweek.com/16-french-citizens-support-isis-poll-finds-266795>, 27.07.2015.

⁶⁵ Zob. np. Sasnal: *Nie napędzajmy błędnego kola antymuzułmańskich nastrojów*, „Krytyka Polityczna”, 09.01.2015, <http://www.krytykapolityczna.pl/artykuly/francja/20150109/sasnal->

zdają się jednak wskazywać na to, iż fundamentaliści islamscy sympatyzujący z ugrupowaniami terrorystycznymi nie są bynajmniej marginalnym zjawiskiem w bogatych krajach zachodniej Europy. Warto o tym pamiętać w kontekście toczącej się obecnie w Polsce dyskusji na temat przyjmowania uchodźców z Afryki i Bliskiego Wschodu.

Wnioski

Wszystkie omówione zagadnienia związane z działalnością propagandową tzw. Państwa Islamskiego w sieci świadczą o pojawieniu się nowej jakości w głównym nurcie cyberdżihadyzmu. Nigdy wcześniej żadna inna islamistyczna organizacja terrorystyczna, włącznie z Al-Kaidą, nie podjęła tak szeroko zakrojonej i tak skutecznej kampanii zastraszania odbiorców, a także inspirowania zwolenników w Internecie. Wydaje się, iż jej wpływ na świadomość społeczną w krajach NATO/UE można porównać tylko z początkiem wojny z terroryzmem.

Wydaje się, iż do historycznego sukcesu propagandowego „kalifatu” przyczyniło się kilka cech nowego podejścia. Po pierwsze, wszystkie materiały publikowane w sieci są na bardzo wysokim poziomie, zarówno pod względem czysto technicznym (strona wizualna, dźwiękowa, montażowa), jak i pod względem treści mającej manipulować przekonaniem odbiorców. Dżihadystyczne produkcje propagandowe przełomu XX i XXI wieku były z reguły niskiej jakości, co świadczyło o ich głównie amatorskim przygotowaniu. Nagminnie wykorzystywały dość prymitywne środki przekazu, czego symbolem stały się znane, choć monotonne przemówienia Osamy bin Ladena. Tymczasem od 2014 roku al-Hayat Media Center zaczęło zamieszczać w Internecie materiały, które zostały tak przygotowane, aby trafić w gust internautów przyzwyczajonych do zachodniej kultury masowej. Nagrania al-Hayat zaczęły przypominać zachodnie spoty reklamowe, teledyski, filmy dokumentalne czy nawet sensacyjne. Część materiałów nawiązywała *stricte* do najpopularniejszych kanonów kultury internetowej połowy drugiej dekady XXI wieku, o czym świadczyły wspomniane memy, *mujatweets* czy produkcje porównujące codzienną aktywność dżihadystów do słynnych gier komputerowych (np. popularnej i kontrowersyjnej serii

nie-napedzajmy-blednego-kola-antymuzulmanskich-nastrojow, 31.07.2015; P. Kugiel, P. Sasnal, *Czy Polska powinna przyjmować uchodźców?*, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, 17.07.2015, <http://www.pism.pl/Wydarzenia/Wydarzenia-INNE/Czy-Polska-powinna-przyjmowac-uchodzcow>, 31.07.2015.

Grand Theft Auto⁶⁶). Innymi słowy, głównym celem zabiegów manipulacyjnych ISIS/IS stali się obywatele państw strefy euroatlantyckiej, przyzwyczajeni do tego typu środków przekazu

Po drugie, zmieniły się także najważniejsze platformy wywierania wpływu na internautów. Wcześniej były to odosobnione strony internetowe, które gromadziły osoby zainteresowane świętą wojną. Od 2014 roku tzw. Państwo Islamskie odeszło od tego zwyczaju, szeroko korzystając z potencjału mediów społecznościowych. Pozwoliło to w sposób rozproszony docierać do szerokich rzesz internautów. Wykorzystując takie portale jak Youtube, LiveLeak, Facebook, Twitter, Tumblr czy Instagram uzyskano potencjalną możliwość komunikacji z setkami milionów odbiorców. Co ciekawe, zabiegi te spotęgowała nieprzemyślana do końca aktywność mediów masowych, które w pogoni za sensacją zaczęły szeroko przywoływać i komentować materiały propagandowe „kalifatu”. Zdaje się, iż nigdy wcześniej nie przytaczały one tak dokładnie i tak często np. przebiegu egzekucji pojmanych zachodnich jeńców, łącznie z publikacją fragmentów tych nagrań. Ten nowy zwyczaj wiodących stacji telewizyjnych oraz najpopularniejszych portali informacyjnych sprawił, iż odbiorcy mieli ułatwiony dostęp do zmanipulowanego przekazu tzw. Państwa Islamskiego, nawet biorąc pod uwagę fakt, iż towarzyszący im komentarz był jednoznacznie krytyczny. Należałoby się w tym kontekście zastanowić, czy nie lepszym rozwiązaniem byłoby jednak informowanie o tych materiałach w sposób bardziej powściągliwy, bez publikacji np. transkrypcji przemówień propagandowych czy charakterystyki przebiegu dekapitacji.

Po trzecie wreszcie, wykorzystanie serwisów społecznościowych pozwoliło dżihadystom z tzw. Państwa Islamskiego nawiązać, wcześniej bardzo utrudniony, bezpośredni kontakt z internautami. Dzięki takim portalom jak Twitter, Facebook czy Ask.fm, mogli oni sami inicjować dyskusje z potencjalnymi „ofiarami”. Jak wspomniano, na zabiegi te szczególnie podatne okazały się osoby młode, przyzwyczajone do nawiązywania znajomości poprzez media społecznościowe, często o nieukształtowanych jeszcze poglądach. Nie posiadając wystarczającej wiedzy o świecie, w wielu wypadkach byli oni nieodporni na umiejętnie stosowane techniki manipulacji, czego symbolem stały się wspomniane *#CatsOffihad*.

⁶⁶ L. Watson, *Islamic State mocks up GTA game to recruit young fighters*, „The Telegraph”, 19.09.2014, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/iraq/11108676/Islamic-State-mocks-up-GTA-game-to-recruit-young-fighters.html>, 11.08.2015.

Reasumując należy stwierdzić, iż przyjęty przez tzw. Państwo Islamskie model działalności propagandowej w sieci stanowi bez wątpienia poważne zagrożenie dla bezpieczeństwa państw NATO/UE. Wynika to nie tylko z ich opisanej wyżej innowacyjności, ale także „wtopienia się” w codzienną komunikację odbywającą się w Internecie. Na początku XXI wieku główne środki wykorzystywane przez cyberdżihadystów były zdecydowanie prostsze do identyfikacji oraz zwalczania. Dziś, gdy są oni aktywni na największych portalach społecznościowych w stopniu wcześniej niespotykanym, sama skala tego zjawiska, jego rozproszenie oraz stała ewolucja sprawiają, iż jest ono trudne do zablokowania. Potrzebne są więc takie rozwiązania, które systemowo pozwolą powstrzymać tę kampanię. Obecnie jest to jednak nadal duży problem. Służby specjalne reagują na wiele z tych przedsięwzięć ze znacznym opóźnieniem. Równie poważnym wyzwaniem wydaje się przeciwdziałanie już dokonanym spustoszeniom w świadomości wielu internautów. Wymagałoby to zmasowanej i skoordynowanej na szczeblu międzynarodowym kampanii komunikacyjnej⁶⁷. Jest to o tyle istotne, iż pośrednio może wpływać na poziom zagrożenia terrorystycznego, zważywszy na poziom poparcia społecznego dla organizacji al-Baghdadięgo w niektórych państwach europejskich. Szczególnie ewidentny jest tu fenomen określany mianem „mikroterroryzmu”, zapobieganie któremu jest zdecydowanie trudniejsze od bardziej konwencjonalnej działalności organizacji terrorystycznych. To właśnie w tym kierunku podążyła kampania tzw. Państwa Islamskiego i niestety odniosła określone skutki. Najdobitniej świadczy o tym fakt, iż od grudnia 2014 roku do czerwca 2015 roku w samej tylko Francji doszło w sumie do 7 zamachów lub prób zamachów terrorystycznych, których sprawcami byli fundamentaliści islamscy. Większość z nich wyraźnie nawiązywała swoimi hasłami i zachowaniem do ideologii „kalifatu”. W tym kontekście wydaje się, iż znalezienie skutecznych rozwiązań, które pozwoliłyby zablokować i odwrócić skutki dotychczasowej kampanii propagandowej tzw. Państwa Islamskiego jest obecnie jednym z głównych wyzwań, przed którymi stoją państwa NATO i Unii Europejskiej. Brak właściwej reakcji będzie oznaczał, iż skala zagrożenia zamachami terrorystycznymi oraz poziom zastraszenia i dezorientacji zachodnich społeczeństw będą stale rosnąć.

⁶⁷ Zob. np. B.T. van Ginkel, *Responding to Cyber Jihad: Towards an Effective Counter Narrative*, International Centre for Counter-Terrorism, Hague, March 2015.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest przedstawienie propagandowej aktywności tzw. Państwa Islamskiego w Internecie z perspektywy zagrożeń dla bezpieczeństwa państw NATO/UE. Jego konkluzją jest stwierdzenie, iż publikowane w sieci materiały propagandowe tzw. Państwa Islamskiego znacząco różnią się formą i sposobem dystrybucji od wcześniejszych metod i technik stosowanych przez cyberdżihadystów na przełomie XX i XXI wieku. W zamyśle artykuł powinien przyczynić się do lepszego zrozumienia potencjału Internetu jako domeny, która w coraz większym stopniu może determinować charakter oraz skalę zagrożeń związanych z islamistycznym terroryzmem.

Miron Lakomy

INTERNET IN ACTIVITIES OF THE SO CALLED ISLAMIC STATE: A NEW TREND IN CYBERJIHADISM?

The major goal of this manuscript is to present propaganda activities of the so called Islamic State in the Internet from the perspective of the NATO/EU states' security. It was based both on up-to-date think-tank reports, as well as al-Hayat Media Center productions currently available in the Internet. This article argues that the Islamic State online propaganda is much more sophisticated than common methods used so far by cyberjihadists. Therefore, its efficiency is usually much higher. The manuscript should contribute to the better understanding of the Internet as a domain, which due to its specificity, may determine the character and scale of Islamic terrorism threat.

KEY WORDS: *cyberterrorism, cyberjihadism, propaganda online, Islamic State, Islamic fundamentalism*

Bibliografia

- Berton B., Pawlak P., *Cyber jihadists and their web*, „Brief ISSUE” 2015, nr 2.
- Bunzel C., *From Paper State to Caliphate: The Ideology of the Islamic State*, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, March 2015.
- Clarification on the IS issue*, LiveLeak.com, 24.04.2014, http://www.live-leak.com/view?i=279_1408868558, 23.07.2015.

- Flames of War*, alHayat Media Centre, <https://alhayatmedia.wordpress.com/flames-of-war/>, 25.07.2015.
- Gaddafi caught alive and shot dead.flv.flv*, Shaizal Ashraff, <https://www.youtube.com/watch?v=OEHM7CQbgAw>, 15.07.2015.
- Ghuraba – Abu Muslim Al Canadi*, [https://archive.org/details/ GhurabaAbuMuslimAlCanadi](https://archive.org/details/GhurabaAbuMuslimAlCanadi), 25.07.2015.
- Internet Growth Statistics*, <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>, 15.07.2015.
- IS Beheads Captured American James Wright Foley, Threatens to Execute Steven Joel Sotloff*, 03.09.2014, <https://news.siteintelgroup.com/Jihadist-News/is-beheads-captured-american-james-foley-threatens-to-execute-another.html>, 24.07.2015.
- ISIS Banned From Controversial Video Site LiveLeak After James Foley Execution Video*, Business Insider, 22.08.2014, <http://www.businessinsider.com/isis-banned-from-liveleak-over-james-foley-video-2014-8>, 16.07.2015.
- ISIS Declares Islamic Caliphate, Appoints Abu Bakr al-Baghdadi al ‘Caliph’, Declares All Muslims Must Pledge Allegiance to Him*, The Middle East Media Research Institute, 30.06.2014, <http://www.memri.org/report/en/0/0/0/0/0/0/ 8049.htm>, 16.07.2015.
- ISIS Execute Soldiers HD (+18 GRAPHIC)*, http://www.liveleak.com/view?i=162_1395973623, 23.07.2015.
- ISIS/ISIL Beheads American Journalist James Wright Foley in Video Message to U.S.A*, Evaonnews, <https://www.youtube.com/watch?v=wnuuReks-08s&bpctr=1437041511>, 16.07.2015.
- Islamic State Using Social Media to Lure British Muslim Girls: Think Tank*, Newseek, 23.02.2015, <http://www.newsweek.com/islamic-state-using-social-media-lure-british-muslim-girls-think-tank-308810>, 27.07.2015.
- Jihad Online: Islamic Terrorists and the Internet*, Anti-Defamation League 2002.
- Kosmynka S., *Cyberdżihad. Wykorzystanie internetu przez współczesny terroryzm islamistyczny*, [w:] Podraza A., Potakowski P., Wiak K. (red.), *Cyberterroryzm zagrożeniem XXI wieku. Perspektywa politologiczna i prawna*, Warszawa 2013.
- Lakomy M., *Arab Spring and New Media*, [w:] Przybylska-Maszner B. (red.), *The Arab Spring*, Poznań 2011.
- Lakomy M., *Cyberwojna jako rzeczywistość XXI wieku*, „Stosunki Międzynarodowe – International Relations”, 2011, nr 3–4.
- Lakomy M., *Oblicza cyberterroryzmu*, [w:] Szczurek T. (red.), *Asymetryczne zagrożenia bezpieczeństwa narodowego w XXI wieku*, Warszawa 2014.
- Lamothe D., *Here’s the transcript of the video showing Steven Sotloff’s reported execution*, „The Washington Post”, <https://www.washingtonpost.com/>

- news/checkpoint/wp/2014/09/02/heres-the-transcript-of-the-video-showing-steven-sotloffs-reported-execution/, 24.07.2015.
- Liveleak.com website analysis*, <http://liveleak.com.statout.com/>, 23.07.2015.
- Makuch B., *These Jihadist Memes Are All Over Twitter*, MotherBoard, 17.06.2014, <http://motherboard.vice.com/read/western-jihadis-memes-are-a-real-thing>, 25.07.2015.
- Roffee B., *PHOTOS: The Internet's Obsessed With Cats, Jihadi Rebels Included*, RYOT, <http://www.ryot.org/cats-of-jihad-twitter-iraq-syria/723829>, 25.07.2015.
- Shea D.A., *Critical Infrastructure: Control Systems and the Terrorist Threat*, CRS Report for Congress, 20.01.2004.
- Smith II M.S., *Da'Ish Music Video 'Fisabilillah' Calls for Attacks in the West*, Inside the Jihad, 14.04.2015, <http://insidethejihad.com/2015/04/daish-music-video-fisabilillah-calls-for-attacks-in-the-west/>, 25.07.2015.
- Snyder B., *Why I Can't Stop Watching Horrifying ISIS Decapitation Videos*, „Wired”, <http://www.wired.com/2015/02/on-watching-gore-and-death-online/>, 23.07.2015.
- Sommerlad N., *Muslim leader: 'ISIS-supporting Brits may be disenfranchised by Tory cuts'*, Mirror, 07.07.2015, <http://www.mirror.co.uk/news/uk-news/muslim-leader-isis-supporting-brits-disenfranchised-6018357>, 27.07.2015.
- The Islamic State of Iraq and Al-Shaam Al-Hayat Media Centre (HMC) presents Islamic State News (ISN) Issue #1*, Archive.org, 31.05.2014, https://archive.org/details/HMC_ISN1, 25.07.2015.
- The Islamic State's (ISIS, ISIL) Magazine*, The Clarion Project, 10.09.2014, <http://www.clarionproject.org/news/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq#>, 25.07.2015.
- Thomas T.L., *Al Qaeda and the Internet: The Danger of "Cyberplanning"*, „Parameters” 2003, nr 1.
- Understanding cybercrime. Phenomena, challenges and legal response*, International Telecommunication Union, September 2012.
- van Ginkel B.T., *Responding to Cyber Jihad: Towards an Effective Counter Narrative*, International Centre for Counter-Terrorism, Hague, March 2015.
- Zelin A.Y., *al-Hayat Media Center presents a new video nashid from the Islamic State of Iraq and al-Sham: „Let's Go For Jihad"*, Jihadology, 15.06.2014, <http://jihadology.net/2014/06/15/new-video-nashid-from-al-%E1%B8%A5ayat-media-center-lets-go-for-jihad/>, 24.07.2015.
- Zięba A., *Mem džihadu. Al-Qa'ida wróg nr jeden, dwa trzy...*, [w:] S. Sulowski, F. Ilkowski (red.), *Wybrane idee, partie i organizacje polityczne Bliższego Wschodu*, Warszawa 2014.