

Karolina Wojtasik*

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Marek S. Szczepański**

Uniwersytet Śląski w Katowicach

NOWOCZESNE TECHNOLOGIE I INTERNET W SŁUŻBIE ORGANIZACJI TERRORYSTYCZNYCH. PRÓBA ANALIZY SOCJOLOGICZNEJ

Artykuł dotyczy sposobów używania nowoczesnych technologii i Internetu przez organizacje terrorystyczne. Empirycznymi układami odniesienia są organizacje AQAP oraz ISIS. W artykule poruszono następujące wątki tematyczne: filmowanie działań zbrojnych przez czeczeńskie oddziały i funkcje takich filmów, przedstawiono typologię filmów produkowanych przez organizacje dzihadystyczne. Ponadto opisano najbardziej znaczące i aktywne działania medialne organizacji terrorystycznych, scharakteryzowano media ISIS oraz przedstawiono typologię tych mediów. W artykule przedstawiono szereg powodów, dlaczego Internet stał się tak ważnym narzędziem dla terrorystów, oraz w jakich celach jest przez nich używany. Podsumowaniem są fragmenty oficjalnych publikacji trzech znaczących organizacji terrorystycznych.

Słowa klucze: globalizacja, terroryzm, organizacje terrorystyczne, oficjalne media organizacji terrorystycznych

WSTĘP

W dobie szybkich łącz internetowych, wielofunkcyjnych telefonów i inteligentnych technologii szybkie przekazywanie informacji jest bardzo łatwe i relatywnie tanie. Zaawansowane rozwiązania technologiczne stają się coraz bardziej dostępne (ponieważ ich cena spada) oraz łatwe w obsłudze (ponieważ programuje się je tak, by obsługiwać je intuicyjnie). W społeczeństwie opartym na wiedzy, gdzie informacje i technologie odgrywają rolę niebagatelną, taki stan rzeczy nie wzbudza zdziwienia. Jednak nowoczesne technologie komunikacyjne dostępne są także dla grup, które ich używają w celach daleko wykraczających poza ramy wyznaczające to, co dobre dla społeczeństwa. Grupy terrorystyczne doskonale zdają sobie sprawę z możliwości, jakie dają nowe media i zaawansowane technologie. Bardzo dobrze opanowały nowoczesne środki komunikowania, tworzą aplikacje pozwalające na bezpieczny kontakt między swoimi bojownikami, szyfrują połączenia, dokonują ataków hakerskich na strony internetowe. Korzystają z nowoczesnych narzędzi PR i kreują swój wizerunek, często

* Adres do korespondencji: Karolina Wojtasik, Instytut Socjologii Uniwersytetu Śląskiego, ul. Bankowa 11, 40-007 Katowice; e-mail: karolina.wojtasik@gmail.com.

** Adres do korespondencji: Marek S. Szczepański, Instytut Socjologii Uniwersytetu Śląskiego, ul. Bankowa 11, 40-007 Katowice; e-mail: marek.s.szczepanski@us.edu.pl.

zatrudniając do tego zachodnie firmy. Sieją terror, a nowoczesne technologie ułatwiają im realizowanie celów.

Oficjalne pionierzy medialni odpowiedzialni za szeroko pojętą komunikację z otoczeniem, propagandę i marketing ma dziś każda licząca się organizacja terrorystyczna. Działają po to, by „świat” szybko dowiedział się o kolejnych egzekucjach, sojuszach, manifestach, czasem planach na przyszłość. Krótkie filmy z pola walki czy obozu szkoleniowego, wypowiedzi przywódców, manifesty, zdjęcia mudżahedinów okraszone cytatami z Koranu, czy nawet magazyny światopoglądowo-instruktażowe stały się elementem walki terrorystycznej fundamentalistów islamskich (por. Saltman i Winter 2014: 37–38). Utrwalane dzięki nowoczesnej technologii, udostępniane w Internecie, podchwytywane przez media, cytowane przez publicystów rozprzestrzeniają się błyskawicznie. Skuteczność działań terrorystycznych mierzy się ich zasięgiem. Im więcej ludzi uda się przestraszyć, im więcej rządzących zastraszyć, tym większe szanse na urzeczywistnienie celów politycznych organizacji terrorystycznej (por. Liedel 2006; Białek 2005; Goban-Klas 2009). Jakkolwiek, nigdy wcześniej akcje terrorystyczne nie były dokumentowane tak szczegółowo.

Oficjalne media organizacji terrorystycznych wydają się obszarem najrzadziej analizowanym w literaturze dotyczącej terroryzmu. Powstało bowiem i nadal powstaje wiele publikacji dotyczących pośredniej roli mediów masowych w realizacji celów organizacji terrorystycznych, jakimi są wzbudzanie strachu w społeczeństwach i manipulowanie lękiem. Publikacji dotyczących drugiej strony zjawiska – czyli materiałów tworzonych bezpośrednio przez organizacje terrorystyczne – wciąż jest niewiele, stąd też wynika zainteresowanie autorów tą mniej popularną problematyką.

Celem artykułu jest analiza różnorodnych materiałów – publikacji organizacji terrorystycznych (magazynów, filmów, muzyki, plakatów, książek) w sposób oficjalny udostępnianych przez organizacje, takie jak AQAP (Al-Kaida na Półwyspie Arabskim) oraz ISIS¹ (tzw. Państwo Islamskie). Powyższe organizacje zostały wybrane ze względu na dużą aktywność medialną i profesjonalizm w produkowaniu publikacji. Ambicją autorów jest scharakteryzować w zarysie sposób wykorzystywania nowoczesnych technologii komunikacyjnych przez te organizacje oraz odpowiedzieć na pytanie, w jakim celu organizacje terrorystyczne używają Internetu i nowoczesnych technologii.

UKŁADY ODNIESIENIA

Analizując te zagadnienia, nie sposób nie pamiętać o tych teoretycznych układach odniesienia, które dotyczą globalizacji, społeczeństwa informacyjnego, społeczeństwa opartego na wiedzy i sieciowości. Miniony wiek XX i obecny XXI przyniosły znaczny postęp

¹ Dalej nazywane Państwem Islamskim, Kalifatem bądź IS (od angielskiej nazwy *Islamic State*), używany jest także skrót ISIS/ISIL od angielskiego *Islamic State of Iraq and Syria* (Sham)/Lewant, gdyż tak oficjalnie nazywała się organizacja w latach 2013–2014. W częstym użyciu jest również akronim DAESH utworzony od arabskiej nazwy organizacji, jednak na terenach rządzonych przez tzw. Państwo Islamskie jest zabroniony, gdyż brzmi podobnie do arabskiego „zdeptać”, „wgnieść w ziemię”.

cywilizacyjny, który jest związany z globalizacją gospodarki, powstaniem ponadnarodowych instytucji o charakterze politycznym i gospodarczym, a co za tym idzie – zwiększoną mobilnością ludzi, towarów i kapitału. Te zjawiska w znaczący sposób wpłynęły na kształt i dynamikę procesów rozwojowych, a społeczeństwa zaczęły się przekształcać w dynamicznym tempie. Kluczem do zrozumienia procesów omawianych w artykule jest pojęcie społeczeństwa informacyjnego, czyli takiego układu, w którym kluczowa i dominująca jest gospodarka oparta na wiedzy. Mianem społeczeństwa informacyjnego określa się takie społeczeństwo, w którym informacja jest poważnym zasobem społecznym i ekonomicznym, gdzie kluczowa zdolność człowieka polega na poszukiwaniu, gromadzeniu, przetwarzaniu i praktycznym wykorzystaniu informacji. Także informacji o zagrożeniu, konfliktach i niebezpieczeństwie ataku. To także społeczeństwo, które posiada bogate środki komunikacji i przetwarzania informacji, a te są podstawą tworzenia dochodu narodowego oraz zapewniają źródło utrzymania większości ludzi. Niemożliwe byłoby powstanie społeczeństwa informacyjnego, opartego na wiedzy, zwanego również ponowoczesnym lub poprzemysłowym, gdyby nie poprzedzające go stopnie w drabinie rozwoju cywilizacyjnego społeczeństw – tradycyjne (agrarne) i industrialne (nowoczesne/przemysłowe).

Spółeczeństwo informacyjne jest niewątpliwie efektem rewolucji internetowej; warta odnotowania jest niezwykła dynamika tego medium, które w krótkim czasie osiągnęło popularność nieporównywalną ze wcześniejszymi zjawiskami czy „nowinkami” technologicznymi. Pierwsze 50 milionów słuchaczy radio osiągnęło po trzydziestu ośmiu latach nadawania, telewizja – pierwsze 50 milionów widzów po trzynastu latach emisji, w przypadku komputera było to szesnaście lat, natomiast Internetu – już tylko cztery lata. Społeczeństwo informacyjne można definiować także z uwzględnieniem jego swoistych cech i wyznaczników. Po pierwsze, informacja staje się podstawowym zasobem ekonomicznym, środkiem wzrostu i akumulacji dochodu, ale również konkurencyjności. Należy też zaznaczyć, że informacja w coraz większym stopniu stanowi czynnik życia społecznego i politycznego: ludzie „pochłaniają” coraz więcej informacji jako konsumenci (nie bez przyczyny też powstał termin *infotainment*), ale także jako obywatele korzystający ze swoich praw. I wreszcie rosnącą rolę informacji wymusza szybki rozwój sektora środków i usług komunikacyjnych – następuje swoiste sprzężenie zwrotne: jednostki i podmioty polityczne, ekonomiczne i inne zużywają (potrzebują i wymagają) coraz więcej informacji, co z kolei wymusza rozrost tego sektora.

Wobec olbrzymiej dynamiki zmian oraz zaawansowania procesów technologicznych podmioty działają w sieciach. Koncepcja społeczeństwa sieciowego zakłada, że w nowej rzeczywistości społecznej i ekonomicznej niezwykle ważną rolę odgrywają sieci relacji społecznych i swobodny dostęp do uczestnictwa w różnorodnych organizacjach i grupach społecznych. Jednostka organizuje swoje życie dzięki własnym wyborom interakcji z określonymi podmiotami, tworząc tym samym sieć wzajemnych relacji. Znaczącej zmianie podlega rola jednostki jako obywatela oraz państwa, które dotychczas było podstawową formą zrzeszania się jednostek, jak również dotychczasowej struktury i funkcji kapitalistycznej gospodarki. Za istotny czynnik zmian uważa się rozwój nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych oraz rozbieżność tradycyjnych form interakcji ludzkich. Istniejące podziały społeczne zorganizowane zostają wokół nowej wartości centralnej – informacji.

CZECZEŃSKIE POCZĄTKI

Z raportu pt. *Evolution of Jihadi Video* opracowanego przez IntelCenter wynika, iż Palestyńczycy i Czeczeni jako pierwsi zaczęli filmować działania zbrojne i walkę partyzancką (IntelCenter 2005). Dowódca czeczeńskich oddziałów, Ibn Al-Khattab (Thamir Saleh Abdullah) bardzo szybko pojął, że udane ataki na rosyjskie posterunki co prawda osłabiają wroga, ale przynoszą relatywnie niewielkie efekty, bo z powodu blokady informacyjnej (dziennikarzy w Czeczenii wtedy nie było) rosyjska opinia publiczna nie dowie się, że rosyjscy żołnierze ponoszą porażki, a rząd nie kontroluje sytuacji. Filmowanie działań zbrojnych miało też inny równie ważny cel – podnosiło morale innych bojowników. Nagrania pokazujące udane akcje i zwycięstwa inspirowały i motywowały do walki w bardzo trudnych i niesprzyjających warunkach. Z tego powodu grupy pod dowództwem Ibn Al-Khattaba nagrywały codzienne życie oddziału: potyczki z rosyjskimi żołnierzami, sprawnie zorganizowane zasadzki, ale także narady wojenne.

W 2000 roku grupa opublikowała czterdziestominutowe nagranie zatytułowane *Russian Hell No.1*. Celem filmu było pokazanie, że czeczeńscy bojownicy biorą udział w potyczkach z rosyjskimi żołnierzami, odnoszą sukcesy, są dobrze wyszkoleni i bezwzględni dla pojmanych wrogów. Film jest amatorską produkcją, nakręconą przez przypadkowych ludzi, którzy nie mieli przeszkolenia i najprawdopodobniej dysponowali zwykłą kamerą VHS. Operator kamery, któremu trzęsą się ręce, nie kontroluje w pełni kadru, słabo opanował opcje przybliżania i oddalania obrazu. Film składa się z kilku połączonych w całość fragmentów i pokazuje walkę partyzancką, udane zasadzki na rosyjskich żołnierzy, niszczenie ich sprzętu, zabijanie lub „dobijanie” jeńców. Dźwięk szwankuje, dlatego zamiast odgłosów walki słyszymy utwory wokalne, tzn. *nasheed*, melodyjne, rzewne, śpiewane *a cappella* pieśni o pięknie walki i umieraniu w imię Boga (Allaha). Kilka elementów nagrania wymaga komentarza, bowiem wiele scen nie znalazło się w filmie przypadkowo, a poszczególne kadry mają, poza dokumentacyjnymi, inne funkcje.

- 1) Zbliżenia na zakrwawione, czasem zdefragmentowane ciała wrogich żołnierzy nie są przypadkowe. Ich funkcją jest pokazanie, że słynący z okrucieństwa, ale i dobrego wyszkolenia, żołnierze rosyjscy są śmiertelni i można ich pokonać.
- 2) W filmie zastosowano zasadę kontrastu, którą potem skopiuje w swoich materiałach propagandowo-informacyjnych wiele innych ugrupowań terrorystycznych. Martwy szahid² filmowany jest w uporządkowanym ubraniu, z umytą twarzą, pełen godności, wręcz pogodny i zwycięski, otoczony innymi mudżahedinami³, którzy oddają mu cześć. Żołnierzy rosyjskich pokazuje się w zupełnie inny sposób. W filmie znalazły się ujęcia przedstawiające „dobijanie” żołnierzy, brutalne pastwienie się nad ich ciałami, a także kadry pokazujące bardzo okaleczone zwłoki lub ich fragmenty. Przekaz tego typu ujęć

² Szahid (arab. świadek, męczennik) koraniczne określenie oznaczające kogoś, kto oddaje swoje życie w sprawie wiary, za co zostanie nagrodzony życiem w Raju. Obecnie tym terminem określa się islamskich bojowników, którzy ponoszą śmierć w walce zbrojnej.

³ Mudżahedin – święty wojownik, osoba prowadząca zbrojny dżihad (*jihad*). Obecnie tym mianem określa się motywowanych względami religijnymi muzułmańskich bojowników, którzy biorą udział w walkach partyzanckich bądź walczą przeciw nieakceptowanej władzy.

jest bardzo jasny: do mudżahedina śmierć przychodzi szybko, jest bezbolesna i prowadzi prosto do Raju, żołnierze wroga umierają długo i w męczarniach, po śmierci nie otrzymują ani szacunku, ani pochówku.

- 3) Duży nacisk położono także na pokazanie więzi łączących mudżahedinów, przyjaźni, lojalności, wspólnotowości. Nagranie ma na celu przedstawienie spójnej grupy, z którą można się identyfikować, utożsamiać, a uczestnictwo w niej nobilituje.
- 4) Element religijny jest stale obecny w nagraniu, które rozpoczyna koraniczny wers. Bóg (Allah) wspominany jest w pieśniach, w scenach pokazujących martwych bojowników, także widoczny jest na sztandarach. Zmarli bojownicy nazywani są szahidami, a to termin koraniczny.

Kolejne produkcje z kręgu *Russian Hell*⁴ nie odbiegają od schematu. I choć formuła *Bismillah ar-rahman ar-rahim*⁵ rozpoczyna wszystkie produkcje w tej serii, pokazano na nich wszystko oprócz miłosierdzia i litości.

Pomysł Czeczenów został wkrótce skopiowany przez Al-Kaidę. Ugrupowanie opublikowało kilka miesięcy później dwugodzinny film pt. *The Destruction of the Destroyer USS Cole*. Wkrótce ambicją każdej większej grupy terrorystycznej stało się dokumentowanie swoich osiągnięć. Rozwój Internetu i postęp technologiczny sprawił, że filmowanie i upublicznianie aktów terroru nigdy wcześniej nie było tak łatwe i tanie.

Na określenie tego rodzaju produkcji ukuto nieprzetłumaczalny termin *jihadi video production*. W 2005 roku w ramach raportu *Evolution of Jihadi Video* powstała typologia filmów tworzonych przez dzihadystyczne ugrupowania terrorystyczne (IntelCenter 2005: 6–8). Wśród nich wyróżniamy:

- filmy przedstawiające organizację, cel jej działania, przywódców (*produced videos*);
- filmy pokazujące działania organizacji – potyczki, ataki, walkę, ale także integrację z ludnością cywilną, udzielanie pomocy i wsparcia (*operational videos*);
- filmy pokazujące zakładników (*hostage videos*) – potwierdzające porwanie, informujące o żądaniach grupy, pokazujące egzekucje zakładników;
- filmy pokazujące oświadczenia (*statement videos*) dotyczące sojuszy, zmian we władzach grupy, planów organizacji, przyznania się do przeprowadzenia zamachu, zapowiedź dokonania kolejnych;
- filmy powstałe dla upamiętnienia zmarłego ważnego przywódcy/członka organizacji (*tribute videos*);
- filmy pokazujące elementy szkolenia bojowników (*internal training videos*); produkuje się je albo do użytku wewnętrznego organizacji, albo w celach promocyjnych;
- filmy instruktażowe (*instructional videos*), najczęściej pokazują sposoby wykonania improwizowanych ładunków wybuchowych⁶ lub obchodzenia się z bronią (rozkładanie, czyszczenie broni, pozycje strzeleckie).

⁴ Powstały cztery części cyklu, ze względu na wysoki poziom brutalności są trudno dostępne.

⁵ Arab. „W imię Boga Miłosiernego, Litościwego” – pierwsze słowa sury *Al-Fatiha*, rozpoczynającej Koran.

⁶ IED (*Improvised Explosive Device*) – ładunek wybuchowy przygotowany niefabrycznie celem użycia w zamachu terrorystycznym lub akcji dywersji.

OFICJALNE MEDIA ORGANIZACJI TERRORYSTYCZNYCH

Organizacje terrorystyczne nie są przypadkowymi, chaotycznymi grupami nie zrównoważonych socjopatów. Takie stereotypowe wyobrażenia są tyleż nieprawdziwe, ile wręcz szkodliwe (z punktu widzenia działań prewencyjnych), ale wciąż funkcjonują w opinii publicznej. Grupy terrorystyczne mają zwykle strategię działania, cel i dostosowaną doń taktykę, przywódcy tych grup kalkulują koszty i zyski, oceniają ryzyko, ich decyzje najczęściej są racjonalne, przemyślane i w pełni świadome (Bolechów 2010: 23–46). Organizacja terrorystyczna we współczesnych warunkach musi działać jak dobrze zarządzana firma. Potrzebuje sprawnego systemu dowodzenia, organizacji działań, rekrutacji i szkolenia nowych członków. Potrzebuje rzecznika i sprawnie działających specjalistów od mediów, kształtowania wizerunku, informacji i propagandy. Musi mieć dobrze zorganizowaną sieć logistyczną oraz system finansowania i komunikacji, które są niezbędne do sprawnego funkcjonowania, zwłaszcza w warunkach konspiracji. Istnieje zatem wiele obszarów działania organizacji terrorystycznych, które mogą być badane za pomocą narzędzi ekonomicznych (Jaworski 2006: 52–57) bądź analizowane z wykorzystaniem metod i technik badań społecznych i nauk o komunikowaniu.

Najbardziej interesująca z punktu widzenia tematyki tego artykułu jest aktywność organizacji terrorystycznych dotycząca produkcji i upubliczniania oficjalnych materiałów – magazynów, książek, muzyki i filmów. Empirycznym układem odniesienia jest przede wszystkim działalność ISIS i AQAP, jakkolwiek nie są to jedyne organizacje terrorystyczne używające mediów i tzw. nowych mediów. Ciekawym przykładem jest choćby medialne ramię libańskiego Hezballahu, stacja oraz portal al-Manar (pol. latarnia), które od lat głoszą kontrowersyjne poglądy i promują zachowania będące zagrożeniem dla bezpieczeństwa (nawoływanie do ataków na Izrael i Amerykę, zachęcanie do dokonywania samobójczych zamachów). Przekazują też informacje z innych dziedzin życia, zawsze jednak w sposób pozytywny, pokazując działania „Partii Boga”. Portal oferuje sporo materiałów do pobrania, a także mobilne aplikacje, również w języku angielskim i francuskim. Jak pokazuje powyższy przykład, obecnie platformą publikacji, komunikacji i wymiany informacji jest dla organizacji terrorystycznych przede wszystkim Internet.

W sieci publikuje się obecnie magazyny online, książki, podręczniki i umieszcza filmy oraz muzykę. Znaczną część publikacji stanowią materiały instruktażowe i propaganda dla przyszłych bojowników. To nie jest nowe zjawisko, bowiem kasyety VHS z instrukcją, jak zrobić ładunek wybuchowy oraz materiały rekrutacyjno-propagandowe w formie broszur, książek, pieśni bojowych czy przemówień przywódców były używane na długo przed pojawieniem się ISIS, na przykład w czasie wojny radziecko-afgańskiej (1979–1989). Jakkolwiek publikacje tworzone w języku arabskim lub w językach używanych w Afganistanie – pasztu lub dari, stąd dostępne były tylko dla ograniczonego grona odbiorców. Tych odbiorców nie trzeba było specjalnie przekonywać do dżihadu, a jeśli to się odbywało – na pewno nie za pomocą propagandy opartej na zachodnich, popkulturowych odniesieniach.

Organizacje terrorystyczne poszerzają pole działań i rekrutują bojowników spoza obszaru konfliktu, często z szeroko pojętego Zachodu, nieznających bliskowschodnich języków. Dlatego w sieci pojawia się coraz więcej materiałów w języku angielskim (najczęściej), francuskim, niemieckim i rosyjskim. Te publikacje charakteryzują się wysokim profesjonalizmem

wykonania, ponieważ grupy terrorystyczne, zwłaszcza te dysponujące dużymi funduszami, posiadają sztab specjalistów od mediów, a często specjalne pionierzy odpowiedzialne za komunikację medialną, z których najbardziej znane to: As-Sahab (Al-Kaida) Al-Malahem Media (AQAP) oraz Al-Hayat Media Centre i Al-Furqan Institute (ISIS). Logo ostatniej z wymienionych organizacji bardzo przypomina logo katarskiej telewizji Al-Jazeera. Wykonano je tym samym krojem liter, w podobnej kolorystyce, logotypy mają ten sam kształt, tak że dla laika są one łatwe do pomylenia. Al-Hayat to organizacja, która ma ambicje dorównać pod względem zasięgu i popularności katarskiej telewizji, a nawet być dla niej konkurencją. Organizacje terrorystyczne korzystają z mediów społecznościowych, posiadają oficjalne konta w serwisach typu Facebook czy Twitter, publikują treści propagandowe i informacyjne, odpowiadają na pytania w serwisach typu ask.fm. Ich siłą są nie tylko oficjalne konta, ale przede wszystkim setki tysięcy profili zwolenników i sympatyków, którzy wymieniają się informacjami, publikują materiały wizualne, nawiązują znajomości z potencjalnymi rekrutami, komunikują się, często używają szyfrowanych aplikacji i w sposób profesjonalny wykorzystują Internet do celów organizacji.

Pierwszym anglojęzycznym magazynem publikowanym online jest wydawany przez AQAP (Al-Kaida na Półwyspie Arabskim) magazyn „Inspire”. W latach 2010–2016 ukazało się szesnaście numerów periodyku. Magazyn ma charakter propagandowo-instruktażowy; drukuje wywiady z przywódcami grup terrorystycznych, dowódcami oddziałów, muzułmańskimi duchownymi, publikuje opowieści mudżahedinów z różnych części świata, także z Europy, dokumentuje osiągnięcia organizacji, szczegółowo opisuje zamachy terrorystyczne dokonane przez organizację, pokazuje reportaże z obozów szkoleniowych, przede wszystkim jednak dostarcza profesjonalnych instrukcji wykonania różnego typu ładunków wybuchowych, a także innych sposobów uśmiercenia liczby ludności cywilnej. Autorzy tekstów w sposób wyraźny nawołują do dokonywania zamachów na terenach państw Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych.

Kolejną organizacją, która doskonale wykorzystuje siłę mediów, jest tzw. Państwo Islamskie. Jego medialno-propagandowe działania dotyczą dwóch obszarów. Po pierwsze, pokazują określoną wizję Kalifatu i warunków życia w Iraku i Syrii na terenach kontrolowanych przez organizację, która szuka poparcia (i finansowania) dla swoich działań u społeczności muzułmańskiej z całego świata oraz zachęca do przyjazdu do Syrii ochotniczek i bojowników. Po drugie, działania maszyny propagandowej ISIS koncentrują się na tym, by zastraszać i epatować brutalnością. Dlatego powstają filmy, które pokazują ISIS jako organizację bezwzględną, bezkompromisową w egzekwowaniu swoich nakazów i zakazów, która jest groźnym przeciwnikiem dla Zachodu. Oficjalne publikacje ISIS można podzielić na cztery kategorie: po pierwsze, materiały przeznaczone dla ochotników/ochotniczek przybywających na tereny kontrolowane przez organizację⁷; po drugie, magazyny o charakterze informacyjnych i światopoglądowym⁸, po trzecie, filmy⁹ oraz muzyka; po czwarte, wydawane w formie

⁷ Na przykład *Hijra to the Islamic State*.

⁸ *Dabiq*, Rumiyah, *Islamic State Report*, *Islamic State News* – wydawane w języku angielskim, *Dar Al-Islam* w języku francuskim, tureckojęzyczny *Konstiniyye* oraz ISTOK (ИСТОК) w języku rosyjskim.

⁹ Na przykład *The flames of War, Although disbelievers dislike it*, seria *Mujatweets*.

e-booków książki o powstaniu Kalifatu, historii i kierunkach działań¹⁰ oraz podręczniki dla bojowników gotowych na ataki na ludność cywilną w Europie¹¹.

Jakkolwiek, szerokie wykorzystanie sieci i duża skuteczność internetowej propagandy w przypadku ISIS są bezprecedensowe, do tego stopnia, że można stwierdzić, iż organizacja wyznacza w tej chwili standardy, jeśli chodzi o ilość i jakość sieciowego marketingu. Jest to niewątpliwie znak czasów, ale też oznaka stopnia profesjonalizacji ugrupowania, które działa jak dobrze zorganizowana korporacja. Z jednej strony propaganda ISIS jest scentralizowana – przy zarządzie każdej prowincji powołano do życia specjalne komórki odpowiedzialne za media, a produkcją materiałów zajmują się profesjonalne agencje medialne. Z drugiej strony do dystrybucji wymienionych wyżej materiałów używa się wielu, często przypadkowych kont i profili, które w każdej chwili mogą zniknąć z sieci. Cechą charakterystyczną tego rodzaju dystrybucji jest to, że film czy teledysk raz umieszczony w przestrzeni Internetu jest praktycznie nieusuwalny. Wielokrotnie udostępniany, kopiowany, ściągany na tysiące prywatnych komputerów, wreszcie – komentowany i cytowany przez sympatyków, sceptyków, przeciwników i media – rozprzestrzenia się błyskawicznie.

Należy podkreślić, że dzięki takim działaniom terroryści mają ogromny wpływ na to, jakie komunikaty o ich działalności będą obecne w mediach. Wcześniej skazani byli na oficjalne media, które ze swojego punktu widzenia relacjonowały wydarzenia. Sieć i nowoczesna technologia pozwoliły grupom terrorystycznym umieszczać treści kontrolowane tylko przez nich. Dzięki temu terroryzm, czyli walka za pomocą zastraszania, siania trwogi i utrzymywania atmosfery lęku wkroczyła na zupełnie nowy obszar, a sieć pozwoliła na dokonywanie tych działań w zasięgu globalnym. Światowy zasięg zyskuje także ideologia organizacji. Skrajnie radykalne interpretacje islamu, bajkowa wizja życia w Kalifacie będącym ziemskim rajem wszystkich muzułmanów i inne treści docierają do użytkowników Internetu na całym świecie.

Nie sposób więc nie zgodzić się z Patrikiem Cockburnem, który w analizie funkcjonowania ISIS/ISIL podkreśla, że: „Ideologia, działalność, cele fundamentalistycznych sunnickich dżihadystów są codziennie nadawane za pośrednictwem telewizji satelitarnej, serwisów YouTube, Twitter i Facebook. Tak długo, jak istnieją te potężne narzędzia propagandowe, grupom podobnym do Al-Kaidy nie zabraknie pieniędzy czy rekrutów” (Cockburn 2014: 68).

ZAMIAST ZAKOŃCZENIA

18 grudnia 2014 roku pakistańska grupa terrorystyczna Tehreek-e-Taliban Pakistan (TTP) zamieściła w Internecie film, na którym brodaty mężczyzna przyznaje się do autorstwa i kierowania atakiem na szkołę w Peszawarze. Zamach, w którym zginęło 132 dzieci i dziecięciu nauczycieli, określa mianem akcji odwetowej. „Jeśli nasze kobiety i dzieci umierają jako męczennicy, wasze dzieci nie unikną tego samego losu. Będziemy walczyć, tak jak wy walczyście z nami i pomścimy niewinnych”¹² – przekonuje.

¹⁰ *The Islamic State 2015, The Revived Caliphate.*

¹¹ *How to survive in the West. A Mujahid Guide.*

¹² <http://www.dawn.com/news/1151879> [dostęp: 27.02.2016].

W podręczniku dla ochotników przygotowujących się do wyjazdu na tereny zajęte przez ISIS czytamy: „Odkąd w muzułmańskim świecie utworzono Państwo Islamskie, wierzący mogą świętować, ponieważ dane jest im żyć w wyjątkowych czasach. Muzułmanie mogą teraz dokonywać aktów terroryzmu, uciec z kraju i znaleźć tu bezpieczne miejsce schronienia. Jeszcze kilka lat temu nie było to możliwe, ale Allah jest łaskawy dla swoich wyznawców” (*How to survive in the West. A Mujahid's Guide* 2015: 66). Tereny okupowane przez tzw. Państwo Islamskie jawią się więc jako bezpieczny azyl dla terrorystów i zbrodniarzy. Ale to nie jedyna wizja Kalifatu, jaką przedstawia propaganda ISIS: „Jesteśmy wspaniałą wspólnotą, formujemy społeczności, żyjemy razem, pomagamy sobie wzajemnie. [...] Rodzina jest budulcem społeczeństwa i to społeczeństwo jest bazą Państwa Islamskiego” (*Hijra to the Islamie State* 2015: 14).

Do radykalizującej się młodzieży z państw zachodnich, którą namawia się do dokonywania ataków terrorystycznych na terytorium Europy, wystosowano następujące wezwanie: „liderzy Al-Kaidy i Państwa Islamskiego uważają, iż muzułmanie mogą zabijać niemuzułmanów w odwecie za to, co niewierni robią na ziemiach muzułmanów za pomocą armii, dronów i myśliwców” (*How to survive In the West. A Mujahid Guide* 2015: 13).

W numerze magazynu „Dabiq”, który ukazał się 19 stycznia 2016 roku, zaprezentowano sylwetkę szahida, którego media nazwały Jihadi John¹³. Obszerny życiorys bojownika uzupełniały informacje, że oprócz odwagi w walce cechowały go koleżeńskość i ofiarność. Nauczał Koranu, odwiedzał sierocińce, otaczał opieką młodszych kolegów, pomagał innym bojownikom, a gdy otrzymywał branki, oddawał je w prezencie braciom, którzy nie mieli własnych.

BIBLIOGRAFIA

- Białek, Tomasz. 2005. *Terroryzm: manipulacja strachem*, Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
- Bolechów, Bartosz. 2010. *Terroryzm: aktorzy, statyści, widzowie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cockburn, Patrick. 2014. *The Jihadist Return. ISIS and the New Sunni Uprising*, New York – London: OR Books.
- Goban-Klas, Tomasz. 2009. *Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Hijra to the Islamie State*. 2015. b.m.w.
- How to survive in the West. A Mujahid's Guide*. 2015. b.m.w.
- IntelCenter. 2005. *Evolution of Jihadi Video*, Tempest Publishing, <https://intelcenter.com/EJV-PUB-v1-0.pdf> [21.04.2016].
- Jaworski, Michał. 2006. *Ekonomia a terroryzm*, w: Krzysztof Liedel (red.). *Terroryzm. Anatomia zjawiska*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar – Collegium Civitas Press: 21–66.
- Liedel, Krzysztof (red.). 2006. *Terroryzm. Anatomia zjawiska*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar – Collegium Civitas Press.

¹³ Jihadi John to brytyjski ochotnik, który dokonał publicznych egzekucji schwytych przez ISIS zakładników.

Saltman, Erin Marie i Charlie Winter. 2014. *Islamic State: The Changing Face of Modern Jihadism*, Quilliam Foundation, <http://www.quilliamfoundation.org/wp/wp-content/uploads/publications/free/islamic-state-the-changing-face-of-modern-jihadism.pdf> [26.04.2016].

MODERN TECHNOLOGIES AND THE INTERNET IN THE SERVICE OF TERRORIST ORGANIZATIONS.
AN ATTEMPT AT SOCIOLOGICAL ANALYSIS

The aim of this article is to analyse how terrorist organizations use new technology and the internet. The empirical references are the AQAP and ISIS organizations. The article addresses the following themes: filming military action by the Chechen troops and functions of such films as well as the typology of films produced by jihadi organizations. Furthermore, the most significant and active media activities of terrorist organizations are described. The article presents a number of reasons why the internet has become such an important tool for terrorists, and what they use it for. Summary fragments are official publications of the three major terrorist organizations.

Keywords: globalization, terrorism, terrorist organizations, the official media of terrorist organizations