

Issue on War Rhetoric

Retoryka wojny

2/2015

MARCIN STYSZYŃSKI

KATEDRA STUDIÓW AZJATYCKICH

UNIwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

MARTIN@AMU.EDU.PL

Apoteoza przemocy w propagandzie Państwa Islamskiego

Abstract

Eskalacja przemocy ze strony organizacji ISIS (Islamic State of Iraq and Sham- Państwo Islamskie w Iraku i Lewancie) i wpływ ideologii głoszonej przez lidera ugrupowania Abu Bakra al-Baghdadiego wynikają z zastosowania odpowiedniej strategii propagandowej, która pozwala sankcjonować trwającą przemoc, gloryfikować bojowników i zamachowców, a także indoktrynować i rekrutować nowych zwolenników dżihadu.

Kampania agitacyjna polega na korzystaniu ze stylu charakterystycznego dla kazań (ar. *_chutba_*) wygłaszanych w trakcie piątkowych nabożeństw, a także z zasad dotyczących klasycznej retoryki arabskiej (ar. *_balagha_*).

Państwo Islamskie wykorzystuje również tradycyjne reguły wystąpień publicznych w czasie liturgii, jak i najnowsze środki masowego przekazu takie jak Internet i media społecznościowe adresowane do młodego lub zachodniego odbiorcy.

Key words

propaganda, retoryka, agitacja, media, dżihad

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 Poland. The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

Apoteoza przemocy w propagandzie Państwa Islamskiego

Światowa opinia publiczna z przerażeniem obserwuje eskalację przemocy na Bliskim Wschodzie w związku z ofensywą organizacji ISIS (Islamic State of Iraq and Sham- Państwo Islamskie w Iraku i Lewancie) i ogłoszeniem kalifatu na terenach Iraku i Syrii przez nowego lidera ekstremistycznych nurtów w islamie Abu Bakra al-Baghdadię. Dodatkowe obawy budzi fascynacja działalnością terrorystyczną okazywana przez młode pokolenie, w tym obywateli zachodnich rekrutowanych przez ISIS. Napad na restaurację w Sydney w połowie grudnia 2014 roku oraz ataki terrorystyczne w Paryżu przeprowadzone na początku stycznia 2015 roku przeciwko satyrycznemu czasopismu Charlie Hebdo wskazują na intensyfikację zagrożenia nie tylko w krajach arabsko-muzułmańskich, ale również na terenie Europy i innych krajów zachodnich.

Obok możliwości militarnych, operacyjnych i finansowych, Państwo Islamskie przyjęło zręczną taktykę propagandową, która pozwala sankcjonować trwającą przemoc, gloryfikować bojowników i zamachowców, a także indoktrynować i rekrutować nowych zwolenników dżihadu.

Trwająca kampania propagandowa przebiega dwutorowo. Organizacja wykorzystuje zarówno najnowsze środki masowego przekazu takie jak Internet i media społecznościowe adresowane do młodego lub zachodniego odbiorcy, jak i najstarsze formy komunikacji społecznej w świecie islamu związane z dyskursem liturgicznym. Tradycyjne formy komunikacji polegają także na umiejętnym łączeniu stylu charakterystycznego dla kazań (ar. *chutba*)¹ wygłaszanych w trakcie piątkowych nabożeństw z klasyczną retoryką arabską (ar. *balagha*).

Niezależnie jednak od grup docelowych i form przekazu, zasadniczą rolę w materiałach propagandowych odgrywają odpowiednio dobrane środki retoryczne wpływające na emocje audytorium i siłę przekazu.

1. Przykłady arabskie zawarte w artykule opierają się na polskim systemie transkrypcji języka arabskiego zaproponowanym przez Bogusława R. Zagórskiego (<http://ksng.gugik.gov.pl/pliki/latynizacja/arabski.pdf>).

Źródła propagandy Państwa Islamskiego

W arabskiej *balagha* wyróżniamy trzy podstawowe działy. Pierwsza zasada dotyczy semantyki (ar. *ma'ani*) i odnosi się do jasności i zwięzłości w wyrażaniu myśli, a także dobierania precyzyjnego, dobitnego słownictwa i przekonujących argumentów. Dział *ma'ani* uwzględnia także zabiegi retoryczne związane ze składnią i kompozycją przemowy (ar. *insza*), rodzajem stosowanych zdań, a także równowagą między formą i treścią (ar. *musawa*).

Równie ważną rolę odgrywa klasyczna koncepcja polemiki (ar. *džadal*) polegająca przekonywaniu odbiorcy w oparciu o wiarygodne, szanowane źródła takie jak Koran, *hadisy* (przypowieści przypisywane Prorokowi Mahometowi), analogie historyczne, cytaty znanych osobistości czy wreszcie ludowe opowieści i luźne, błahe historie krążące w społeczeństwie (Raof 2006, 295-296). Z ideą polemiki wiąże się również pojęcie cytowania i odwoływania się do autorytetu (ar. *iktibas*), które dotyczy cytowania źródeł teologicznych, zwłaszcza wersetów koranicznych pozwalających nadać rangę prezentowanej treści i dobrze ugruntować przesłanie w myślach odbiorcy (Abbas 2002, 112).

Drugi dział retoryki obejmuje *bajan* (jasne wyrażanie się) dotyczący rozmaitych tropów stylistycznych takich jak porównania (ar. *taszbih*) czy też różnych form metafor (ar. *madżaz*). W retoryce arabskiej wyróżniony zostaje także dział *badi* (figury retoryczne, kunsztowny styl) zawierający takie ozdobniki treści jak antonimy (ar. *tibak*), homonimy (ar. *dżinas*), antyteza (ar. *mukabala*) czy wyolbrzymienie (ar. *mubalagha*) i anafora (ar. *takrar*) polegająca na cyklicznym powtarzaniu określonego słownictwa w tekście lub przemowie (Siwiec 2008, 77-127).

Badania filologiczne w zakresie *balagha* stanowiły inspirację do badań nad sposobem prowadzenia skutecznej komunikacji. Zasadniczym warunkiem jest stosowanie środków stylistycznych pokrywających się z otaczającą rzeczywistością i dostosowanych do danego kręgu audytorium. Istotna i uzasadniona w tym wypadku staje się analiza wyrazów danej warstwy społecznej oraz unikanie zakłóceń językowych spowodowanych mieszaniem słów przypisywanych określonej grupie odbiorców. Jako przykład, literatura przedmiotu wskazuje charakterystyczny zasób słownictwa dominujący wśród ludzi zamieszkujących pustynię, którzy stosują najczęściej wyrazy wiążące się z upałem, ogniem i elementami towarzyszącymi beduińskiemu obozowiskom. Mieszkańcy gór używają natomiast słów odnoszących się bardzo często do uciążliwości klimatycznych związanych z opadami śniegu, silnym wiatrem i dokuczliwym zimnem (Al-Haszimi 2011).

Studia nad normami komunikacji uwzględniają także czynniki pozawerbalne takie jak odpowiednia gestykulacja w trakcie wystąpień publicznych, umiejętność przykuwania uwagi audytorium, unikanie chaotyczności tematycznej w trakcie przemowy, a także zachowanie płynności wypowiedzi i poprawności artykulacyjnej.

Koncepcja klasycznej retoryki przetrwała do czasów współczesnych, stanowiąc podstawę dalszych badań literaturoznawczych i językoznawczych. Pewnym wyjątkiem jest nurt *hidżadż* (dowodzenie, argumentowanie i perswazja), który dostosowuje ustalone reguły *balagha* do współczesnych potrzeb językowych i odnosi się do różnych technik perswazyjnych zawartych w obszarze komunikacji werbalnej i pozawerbalnej, zwłaszcza w takich dziedzinach jak media, polityka, marketing czy wspomniany dyskurs religijny (At-Talaba 2008).

Relacje między koncepcją kazań piątkowych i retoryką dotyczą przede wszystkim narracji przemowy liturgicznej, która zawiera wyodrębnione zasady odwołujące się do działu *ma'ani*. Zasadniczą rolę w strukturze kazań odgrywają odpowiednie inwokacje religijne i cytaty z Koranu rozpoczynające i kończące przemowę. Wystąpienia zawierają na początku wyrażenia w rodzaju: „*bi-smi Allahi ar-rahmani ar-rahim*” (W imię Boga Miłościwego i Litościwego), „*as-salatu wa as-salamu al an-nabijji*” (Niechaj modlitwa i pokój będą z Prorokiem) czy: „*a'udu bi-Allahi min asz-szajtani ar-radżimi*” (Poszukuję w Bogu schronienia przed szatanem). Przemowę kończą z kolei frazy typu: „*la hawla wa la quwwata illa bi-Allahi*” (Nie ma innej mocy i schronienia niż Bóg) oraz: „*li-takuna kalimatu Allahi hiya al-ulya*” (Słowo Boga jest najważniejsze i najwyższe). Uzupełnieniem wyrażeń są cytaty koraniczne gloryfikujące wiarę i wartości muzułmańskie. Inwokacje zostają ponadto rozdzielone charakterystycznym wyrażeniem: „*wa ba'd*” (a potem, następnie), które jest symbolicznym przejściem do zasadniczej części poruszającej rozmaite zagadnienia teologiczne i społeczne jak problem grzechu, moralności, etyki, życia doczesnego i pozagrobowego czy wreszcie kwestie bezrobocia, korupcji, przemocy i narkotyków. (Gaffney 1994, 271-293).

Środkowy fragment kazania daje równocześnie najwięcej możliwości w stosowaniu rozmaitych środków stylistycznych odnoszących się do poszczególnych reguł retoryki. Przemowy zawierają jednak najczęściej zasady związane z *ma'ani* takie jak precyzyjne słownictwo i przekonująca argumentacja odwołująca się do analogii historycznych, cytowania autorytetów religijnych oraz uznanych źródeł teologicznych. Równie ważnym elementem są wspomniane normy komunikacji międzyludzkiej, które odnoszą się przede wszystkim do czynników pozawerbalnych związanych z okolicznościami i warunkami wygłaszanej przemowy oraz odpowiednimi atrybutami mówcy. Studia nad dyskursem religijnym pozwoliły wyodrębnić takie cechy jak właściwe przygotowanie merytoryczne oratora, jego doświadczenie w publicznych wystąpieniach, sakralny strój, umiejętne operowanie tonem głosu w zależności od poruszanych kwestii czy wreszcie ograniczenie gestykulacji do uniesionego wskazującego palca umożliwiającego podkreślenie danych problemów. Równie ważnym czynnikiem jest konieczność wygłoszenia kazania na podium (ar. *minbar*) w meczecie o konkretnej porze dnia przed

zgromadzeniem liczącym minimum kilkadziesiąt osób (Jones 2012, 48-67).

Należy zaznaczyć, iż środkowa część kazania jest bardzo często wykorzystywana do celów politycznych, stając się tubą propagandową rozmaitych partii i organizacji wykorzystujących liderów religijnych do głoszenia populistycznych haseł i ideologicznych sloganów. Nadanie sakralnej, podniosłej oprawy pozwala nadać głoszonym programom politycznym odpowiedniej rangi, a także wpływać na emocje i przekonania audytorium.

Upolitycznienie dyskursu religijnego widać między innymi na gruncie radykalnych środowisk związanych z dżihadem. Ostatnio dotyczy to również Państwa Islamskiego, które w oparciu o powyższe teorie realizuje skutecznie swoją brutalną politykę na kontrolowanych terenach, a także rozszerza dalsze wpływy w innych regionach świata.

Tradycyjne formy propagandy Państwa Islamskiego

Upolitycznienie retoryki i kazań widać doskonale na przykładzie dyskursu polityczno-religijnego prowadzonego przez lidera Państwa Islamskiego, Abu Bakra al-Baghdadię. Szczególne znaczenie w tym kontekście ma jego kazanie w czołowym meczecie w mieście Mosul w okresie świąt kończących Ramadan w 2014 roku. Orędzie było zapowiedzią utworzenia kalifatu na przejętych terytoriach w Iraku i Syrii (Lynch 2014). W pierwszej kolejności należy zaznaczyć, iż Al-Baghdadi stosuje się ściśle do zasad przemowy liturgicznej. Kazanie jest wygłaszane w meczecie na podium, mówca ma na sobie sakralne ubranie, mówi spokojnym tonem, podnosząc jedynie głos przy omawianiu wybranych zagadnień, których sens zostaje dodatkowo wzmocniony gestem podnoszonego co jakiś czas palca wskazującego.



1. Zdjęcie lidera Państwa Islamskiego, Abu Bakra Al-Baghdadię wygłaszającego kazanie w meczecie w Mosulu zapowiadające ustanowienie kalifatu na kontrolowanych terytoriach w Iraku i Syrii (Abdallah 2014).

Al-Baghdadi unika bezpośrednich konotacji politycznych i zaznacza wyłącznie teologiczne przesłanie orędzia, koncentrując się na duchowym wymiarze Ramadanu, oczyszczeniu z grzechów, nadziei i pomyślności współwyznawców. Dodaje jednak na marginesie, iż przypadające święta są doskonałą okazją do ogłoszenia radosnej nowiny związanej z utworzeniem kalifatu, wprowadzeniem rygorystycznego prawa koranicznego (szariatu) i kontynuowaniem dżihadu w innych regionach. Rozważaniom towarzyszy zastosowanie wspomnianej polemiki i argumentacji (ar. *dżadal* oraz *hidżadż*) zmierzającej stworzenia podniosłej, uduchowionej atmosfery gloryfikującej ideologię Państwa Islamskiego, a także legitymizującej skrajne działania organizacji ISIS na zajętych terenach.

Argumentacja zostaje poparta różnymi inwokacjami religijnymi, cytatami z Koranu i *hadisów*, a także odpowiednimi epitetami wartościującymi ideologię Państwa Islamskiego oraz przykładami apostrofy (ar. *iltifat*) polegającej na bezpośrednim adresowaniu przemowy do zgromadzonych. Bardzo ciekawym zabiegiem retorycznym jest również odwoływanie się przez Al-Baghdadiego do autorytetu. Przywódca ISIS parafrazuje na przykład historyczną przemowę pierwszego kalifa Abu Bakra, który objął władzę po śmierci Proroka Mahometa i panował w latach 632–634. W tradycji islamu jest on uznawany za jednego z czterech kalifów prawowiernych przedstawianych jako wzór władcy idealnego (Le Bon 2009, 117-120). Abu Bakr jest również autorem wielu słynnych kazań wygłaszanych w historycznych i kluczowych dla społeczności muzułmańskiej chwilach, zwłaszcza po śmierci Mahometa i w czasie sporów, jakie rozgorzały w związku z sukcesją władzy. Jedną z takich przemów jest słynne kazanie ogłaszające powstanie kalifatu, złożenie wierności Allahowi, a także wyrażające prośbę o okazanie lojalności ze strony lokalnych społeczności (Hauziński 1993, 14-15).

Al-Baghdadi nadmienia między innymi: „Bądźcie mi posłuszni tak długo jak ja będę posłuszny Bogu i Jego Prorokowi. A jeśli sprzeniewierzę się Bogu i Jego Prorokowi, posłuszeństwo wasze nie będzie mi należne” (Lynch 2014).

Parafrazowanie słynnych słów kalifa przez Al-Baghdadi ma na celu wyróżnienie przywódcy ISIS i nadanie mu szczególnych atrybutów porównywalnych z zaletami przypisywanymi pierwszym liderom gminy muzułmańskiej. Słowa mają też symbolizować nowe otwarcie w losach regionu rządzonego od tej pory przez organizację ISIS, która poprzez nobilitujące słowa zyskuje na znaczeniu i staje się jedyną autoryzowaną siłą polityczną.

Al-Baghdadi równie często stosuje w swojej propagandzie charakterystyczny zespół epitetów wartościujących przeciwników i wrogów ideologicznych i politycznych. Kluczowym hasłem wielokrotnie powtarzanym w manifestach jest wyrażenie: „*Hamla salibijja didda al-islam*” (Krucjata przeciwko islamowi). Szczególnie eksponowane są także wyrazy: „*salibijjun*” (krzyżowcy),

„*sihjuniijun*” (syjoniści), „*kuffar*” (niewierzący) czy „*murtaddun*” (apostaci, odszepieńcy) (<http://shabakataljahad.net/vb/index.php>). Przytaczane słowa tracą swoje podstawowe historyczne i religijne znaczenie i odnoszą się do współczesnej problematyki, tworząc zarazem hiperboliczny lub eufemistyczny sens poszczególnych pojęć. Propagandziści Państwa Islamskiego ożywiają różnice i waśnie religijne, a także spory światopoglądowe i narodowościowe w społeczeństwie arabsko-muzułmańskim. Stąd częste przytaczanie motywu wojen krzyżowych determinujących bieżące działania państw zachodnich w świecie islamu czy też uwypuklanie pojęcia syjonizmu wzbudzającego zazwyczaj krytyczne konotacje w społeczeństwie arabskim. Dodatkowym bodźcem wpływającym na negatywny obraz jest podkreślanie znaczenia grzechu, odstępstwa od wiary, a także zestawianie przeciwników z obrazem szatana. Dochodzi ponadto do generalizacji poszczególnych grup religijnych i narodowościowych, co ma dodatkowo zdyskredytować i poniżyć przeciwnika.

Nowoczesne formy propagandy

Organizacja ISIS korzysta równolegle z najnowszych środków masowego przekazu, w szczególności mediów społecznościowych w rodzaju Facebook i Twitter pozwalających adresować przekaz do młodych i zachodnich odbiorców oraz tworzyć rozmaite profile gloryfikujące kalifat i aktywność organizacji ISIS (<http://shabakataljahad.net/vb/index.php>). Autorzy serwisów internetowych mają dużą swobodę przy tworzeniu informacji i prezentowaniu manifestów ideologicznych, choć starają się jednocześnie utrzymać podstawową linię ideologiczną związaną z uzasadnieniem działań ugrupowania i wprowadzaniem skrajnego prawodawstwa muzułmańskiego.

Najbardziej charakterystycznym elementem medialnej kampanii agitacyjnej jest tabloidyzacja przekazu polegająca na uwypuklaniu sugestywnej grafiki i kolorystyki, emocjonujących zdjęć czy dosadnych nagłówków i komentarzy zawierających esencję przekazu. Dodatkową zaletą jest szybkość wymiany informacji i współuczestnictwo audytorium komentującego lub umieszczającego swoje materiały w poszczególnych serwisach. Należy również zauważyć, że tak sporządzony przekaz ogranicza rozwlekłą polemikę teologiczną charakterystyczną dla tradycyjnego dyskursu w meczetach. I tak długie wersety koraniczne, *hadisy* czy cytaty autorytetów religijnych uzasadniające ustanowienie kalifatu zostają zastąpione wymownym zdjęciem uzbrojonych bojowników ISIS paradujących ulicami zajętych miast. Alternatywą dla szczegółowych argumentów objaśniających politykę kalifatu są ilustracje prezentujące dystrybucję żywności i leków dla ludności cywilnej czy zdjęcia ukazujące remontowanie obiektów publicznych.

Innym, dobrym przykładem mediatyzacji i tabloidyzacji technik propagandowych są reakcje Państwa Islamskiego na niedawne ataki terrorystyczne na Zachodzie. Kilka godzin po brutalnych atakach na redakcję czasopisma satyrycznego w Paryżu na początku stycznia 2015 roku, zwolennicy ISIS rozpoczęli prezentację krótkich komentarzy, zdjęć i grafik na portalach społecznościowych pochwalających napad i mitologizujących zamachowców. Przykładem mogą być poniższe zdjęcia i podpisy:



2. Zdjęcia prezentujące egzekucję policjanta w trakcie ataku na redakcję czasopisma Charlie Hebdo z podpisami: „Jeśli nie pomścimy naszego Proroka, nie zaznamy szczęścia” oraz: „Popieram atak na czasopismo, które opublikowało rysunki szkalujące Proroka.” (www.twitter.com/ss20y14_zz/status/552908774030454784).

Brutalne zdjęcia zastępują rozwlekłą argumentację popartą licznymi źródłami i stają się wyrazistym symbolem walki i zwycięstwa nad Zachodem, który, zdaniem radykalnych środowisk muzułmańskich, od lat prowadzi krytyczną kampanię wobec islamu, nie reagując na działania ubliżające wyznawcom. Atak na redakcję i późniejsze komunikaty na portalach społecznościowych stały się ponadto inspiracją do zamieszczania innych podobnych wpisów rozbudowujących negatywną kampanię przeciwko wrogom z Zachodu. Użytkownicy Internetu dodają inne, sugestywne zdjęcia i grafiki opatrzone hasłami i sloganami potępiającymi zachodnie interwencje zbrojne w krajach muzułmańskich, czerpanie zysków z wydobywania surowców mineralnych czy prawa zakazujące noszenia strojów muzułmańskich przez kobiety czy budowę meczetów i odprawianie obrzędów religijnych.

Należy dodać, iż stałym elementem działań propagandowych są wspomniane powyżej epitety definiujące w krytyczny sposób wrogów kalifatu. Poszczególne wyrazy są odwzorowywane z języka arabskiego i dostosowywane pod względem zapisu i wymowy do języków zachodnioeuropejskich. Grafiki i zdjęcia zostają niekiedy wzmocnione ekspresyjnymi hasłami w rodzaju: „Kalifat został ustanowiony”, „Nadeszła nowa era” czy „Albo Państwo Islamskie albo powódź”.

Są one uproszczeniem rozbudowanych konstrukcji stylistycznych zawartych w tradycyjnej formie dyskursu. Wyrażenia charakteryzują się ponadto patosem i wyolbrzymieniem polegającym na artykułowaniu zdecydowanych, jednoznacznych sądów wskazujących, iż utworzony kalifat jest jedyną formą trwałej państwowości oraz symbolem radykalnych zmian społecznych i obyczajowych.

Podsumowanie

Zaprezentowane badania wskazują, iż kampania propagandowa Państwa Islamskiego stanowi nieodłączny element prowadzonej polityki i odgrywa taką samą rolę jak aktywność zbrojna i terrorystyczna organizacji oraz działania administracyjne i prawne zmierzające do wprowadzania skrajnych form islamu na kontrolowanych terenach.

Analizy przedstawione w artykule dowodzą, że techniki propagandowe ISIS stanowią połączenie liturgii charakterystycznej dla kazań wygłaszanych w trakcie piątkowych nabożeństw z klasyczną retoryką arabską. Zasadniczą funkcję w tym zakresie pełni zasada *ma'ani* (znaczenia, semantyka) obejmująca jasność i zwięzłość w wyrażaniu myśli, odpowiednią narrację, a także dobitne słownictwa i dobór przekonujących argumentów opartych na Koranie, historycznych analogiach oraz cytatach autorytetów.

Powyższe rozważania wskazują ponadto, że mechanizmy propagandowe Państwa Islamskiego odzwierciedlają zasady retoryki dotyczące procesu komunikacji, zwłaszcza jeśli chodzi o dostosowanie przekazu do konkretnej grupy odbiorców.

W przypadku ISIS komunikacja obejmuje dwie płaszczyzny działań. Z jednej strony organizacja wykorzystuje tradycyjne formy komunikacji społecznej w świecie islamu charakterystyczne dla dyskursu liturgicznego w meczetach. Z drugiej zaś, przekaz uwzględnia najnowsze środki takie jak Internet i media społecznościowe adresowane do młodego lub zachodniego odbiorcy oraz jego kręgu kulturowego.

Choć obie techniki zachowują podstawowe założenia ideologiczne dotyczące dżihadu i szariatu, przekaz internetowy kładzie nacisk na obrazowe i uproszczone przedstawianie tych idei. Stąd koncentracja na apologii kalifatu i uzasadnianiu przemocy dotyczącej między innymi niedawnych ataków terrorystycznych na świecie.

O zagrożeniach płynących z prowadzonej kampanii propagandowej świadczy też fakt, iż po raz pierwszy skrajnej organizacji islamistycznej udało się przejąć kontrolę nad meczetami i głoszonymi w nich kazaniach. Przykładem jest orędzie Al-Baghdadiego, który w głównym meczecie w Mosulu zapowiedział ogłoszenie kalifatu przy zachowaniu reguł i etykiety związanej z koncepcją kazań. Warto

w tym miejscu zaznaczyć, iż dotychczas zbrojne grupy islamskie były zmuszane do wygłaszania manifestów i komunikatów w trudnych warunkach bojowych ograniczających możliwość nakładania sakralnego stroju czy prezentacji odezwy zgodnie z zasadami. Nowe możliwości sprawiają, iż przekaz zyskuje na znaczeniu i wpływa na reakcje odbiorców, którzy traktują wygłaszane treści z powagą i zrozumieniem charakterystycznymi dla podniosłości towarzyszącej piątkowym nabożeństwom.

Duże zagrożenie niesie również drugi kanał komunikacyjny skoncentrowany wokół nowych technologii. O ile w przeszłości radykalne ugrupowania islamiistyczne opierały się na odgórnych komunikatach i manifestach przygotowywanych przez liderów, o tyle aktualnie zwolennicy dżihadu mają znaczną swobodę w redagowaniu i publikowaniu treści, co umożliwia im współuczestnictwo w kreowaniu opinii i inspirowaniu wielu wydarzeń zagrażających regionalnemu i światowemu bezpieczeństwu.

Bibliografia

- Abbas, Adnan.** 2002. *Arabic Poetic Terminology*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Abdallah, Amir.** 2014. „ISIS releases Abu Bakr al-Baghdadi sermon in Mosul Grand Mosque”. *Iraqi News*. <http://www.iraqinews.com/features/urgent-video-isis-releases-abu-bakr-al-baghdadi-sermon-mosul-grand-mosque/> (dostęp 14 marca 2015).
- Gaffney, Patrick.** 1994. *The Prophet's pulpit*. Berkeley: University of California Press.
- Al-Haszimi, Ahmad.** 2011. *Dżawahir al-balagha*. Al-Kahira: Maktabat al-Adab.
- Hauziński, Jerzy.** 1993. *Burzliwe dzieje kalifatu bagdadzkiego*. Warszawa-Kraków: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jones, Linda.** 2012. *The Power of oratory in the medieval Muslim world*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Komisja Standaryzacji Nazw Geograficznych poza Granicami Rzeczypospolitej Polskiej (KSNG). <http://ksng.gugik.gov.pl/pliki/latynizacja/arabski.pdf> (dostęp 14 marca 2015).
- Le Bon, Gustave.** 2009. *La civilisation des Arabes*. Alger : Casbah Editions.
- Lynch, Dennis.** 2014. “ISIS Leader al-Baghdadi Makes First Video Appearance.” *International Business Times*. <http://www.ibtimes.com/isis-leader-al-baghdadi-makes-first-video-appearance-video-1620012>. (dostęp 14 marca 2015).
- Raof, Hussein.** 2006. *Arabic rhetoric, a pragmatic analysis*. New York: Routledge.
- At-Talaba, Mohammad.** 2008. *Al-Hidżadż fi al-balagha al-mu'asira*. Banghazi: Dar al-Kitab al-Dżadid.
- Shabakat al-Jihad al-Alami.** 2014. <http://shabakataljihad.net/vb/index.php>. (dostęp 12 marca 2015).
- Siwiec, Paweł.** 2008. *Zarys poetyki klasycznego wiersza arabskiego*. Kraków: Księgarnia Akademicka.