

Jędrzej Czerep

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

MEDIALNA WOJNA O DUSZE W SOMALII EWOLUCJA AL-KATAIB, ANGLOJĘZYCZNEGO KANAŁU PROPAGANDY EKSTREMISTÓW ISLAMSKICH W LATACH 2010–2012

KONTEKST – EFEKTYWNE WYKORZYSTYWANIE PRZEZ GRUPY DŹIHADYSTYCZNE NARZĘDZI ROZPOWSZECHNIANIA PROPAGANDY W SIECI

Wykorzystywanie nowoczesnych środków masowego przekazu przez tzw. Państwo Islamskie (znane wcześniej jako tzw. Państwo Islamskie w Iraku i Syrii), w tym produkcja profesjonalnych anglojęzycznych materiałów wideo skierowanych do zachodniego odbiorcy, budzi obecnie szerokie zainteresowanie mediów, badaczy oraz opinii publicznej. Dlatego też istotne znaczenie ma dziś ocena prezentowanych produkcji w kontekście, w jakim mogły zaistnieć. Niemalą rolę w procesie dochodzenia międzynarodowego ruchu dżihadystycznego do standardów realizowanych przez tzw. Państwo Islamskie odegrało doświadczenie innego ugrupowania ekstremistów muzułmańskich, Asz-Szabab (Harakat Al Shabaab), które w latach 2009–2010 uzyskało polityczną dominację nad Mogadiszu i większą częścią centralnej i południowej Somalii¹. Ugrupowanie to było jedną z pierwszych „franczyz” Al-Kaidy², kierowało swój przekaz wprost do muzułmanów z państw Zachodu, nawołując ich do przyłączenia się do dżihadu w Somalii, w czym odnosiło sukcesy.

Anglojęzyczne produkcje wideo autorstwa propagandystów Asz-Szabab opatrzone „znakiem firmowym” Al-Kataib Media Foundation. Rozwój tej marki,

¹ S.J. Hansen, *The Changing Political and Security Situation in Somalia: Al-Shabaab and Al-Qaeda*, Institute for Near East and Gulf Military Analysis (INEGMA) 2012, s. 1.

² Asz-Szabab tworzyli aktywni ówczesnie lub byli członkowie wschodnioafrykańskiej Al-Kaidy, utrzymujący bliskie relacje z macierzystą organizacją. W 2012 r. doszło do jej formalnego wchłonięcia przez Al-Kaidę.

która w 2010 r. osiągnęła dojrzałą formę, dokonał się równoległe z powstawaniem innych „grup medialnych” o podobnym profilu. Proces ten był wynikiem szerokiego konsensusu co do strategii promocji treści przez ekstremistów muzułmańskich. Duża część aktywnych w sieci promotorów dżihadu opowiedziała się za przesuwaniem ciężaru działalności propagandowej i rekrutacyjnej z forów internetowych (kanał komunikacyjny dominujący w latach 2000.) na rzecz form bardziej efektywnych wizualnie i dostosowanych do wymogów sieci 2.0. Dostępne wcześniej anonimowe, amatorskie nagrania, np. zamachów bombowych, zaczęły być wypierane przez materiały sygnowane oficjalnym logo którejs z grup medialnych, jak Al-Sahab (głos „centralnej” Al-Kaidy³), Al-Andalus Media (Al-Kaida w Islamskim Maghrebie), Al-Furqān Media (Państwo Islamskie w Iraku), Al-Kataib (Asz-Szabab), czy Al-Malahem Media Foundation (Al-Kaidy z Półwyspu Arabskiego), wydająca również ilustrowany magazyn „Inspire” w formacie pdf, albo powstające w dobie konfliktu w Mali kolejne kanały poszczególnych frakcji islamistów walczących w tym kraju, np Askia (Ruch na Rzecz Jedności i Dżihadu w Afryce Zachodniej), a po nich ośrodki medialne dżihadystów z Libii i innych. Somalijskie Al-Kataib zajmowało wśród nich szczególne miejsce z uwagi na wytyczanie wzorców powielanych później przez innych.

Początkowo metodą rozpowszechniania materiałów wideo było publikowanie ich na forach internetowych w formie uploadu pełnego pliku do ściągnięcia z wielu różnych serwerów – miało to zainicjować samorzutne rozprzestrzenianie materiału przez kolejnych internautów, którzy ściągali go i umieszczali na dalszych stronach, forach itd. Duża liczba linków do źródeł miała zabezpieczyć materiał przed skutkami usuwania poszczególnych linków przez administratorów serwerów hostingowych. Publikacje na serwisie YouTube dokonywane były przez użytkowników wtórnych i nie stanowiły źródłowego, oficjalnego mechanizmu przekazywania informacji. Taką rolę około 2012 r. zaczął przejmować Twitter. W tym okresie użytkownicy najistotniejszych forów internetowych, jak Shumukh al-Islam, dystrybuowali listę najistotniejszych kont twitterowych islamistycznych propagandystów, a także nowoczesnych stron internetowych wspierających wojujący islam⁴.

Listy te pokrywały się w dużym stopniu z nowo tworzonymi kontami twitterowymi oficjalnych grup medialnych regionalnych organizacji. Powstały więc takie konta, jak: @HSMPress (Asz-Szabab), @Andalus_Media (Al-Kaida w Islamskim Maghrebie) czy @ABalkhi (afgańscy talibowie) lub @jbhatalnusra (Front Nusra w Syrii)⁵. Kanały na Twitterze zarządzane były przez osoby bliskie

³ B. Oualla, *Strategies of Argumentation in the Propaganda of Jihad. The Analysis of Jihadi YouTube Video* [w:] *Jihadism: Online Discourses and Representations*, ed. R. Lohlker, V&R Unipress GmbH 2013, s. 121.

⁴ *The Twitter Guide // the Most Important Jihadi Users and Support Accounts for Jihad and the Mujahideen on Twitter*, www.shamikh1.info/vb/showthread.php?t=192509 [dostęp 30.11.2014].

⁵ N. Prucha, A. Fisher, *Tweeting for the Caliphate: Twitter as the New Frontier for Jihadist Propaganda*, CTC Sentinel No. 6, s. 19, Combatine Terrorism Center, czerwiec 2013.

macierzystym organizacjom i to one stały się miejscem „premier” nowych materiałów wideo sygnowanych ich sztyldami. Użyteczności Twittera poświęcony był 11. numer organu prasowego Al-Kaidy na Półwyspie Arabskim „Inspire”⁶. W połowie 2013 r. liczbę kont twitterowych istotnych dla rozpowszechniania treści wspierających globalny dżihad szacowano na około 20 tys., a widzów ekstremistycznych materiałów publikowanych na YouTube – na około 450 tys.⁷

Na początku 2013 r. zmierzch formy forum internetowego odnotował jeden z głównych publicystów wśród ekstremistów muzułmańskich aktywnych w sieci, Abu Sa’d al-‘Amili. Jak zauważa Cole Bunzel, znawca zasobów ekstremistycznych treści w sieci, na serwisie Jihadica⁸, w arabskojęzycznej publikacji na łamach Fursan al-Balagh Media⁹, opisywał zamieranie wcześniej nadrzędnych forów (takich jak Shabakat al-Fida’ al-Islamiyya czy Shumukh al-Islam) i nawoływał użytkowników do ich ożywienia. W przypadku Asz-Szabab rozwój Twittera stał się jednocześnie hamulcem dla samej Al-Kataib jako grupy produkującej materiały wideo. Spowodowały to dwa czynniki:

- atrakcyjność samej formy mikrobloga, która otworzyła nowe możliwości zdobywania popularności i wiarygodności wśród odbiorców, czemu znakomicie służyło np. bezpośrednie zaangażowanie w dyskusje z dowództwem interweniującej od końca 2011 r. w Somalii armii kenijskiej również posiadającej własne konto na Twitterze¹⁰;
- konieczność racjonalizowania środków, związana z pogarszającą się sytuacją na froncie. Utrzymywanie wysokiej jakości produkcji audiowizualnych zaczęło obniżać się na liście priorytetów organizacji, zwłaszcza gdy rolę w szerzeniu przekazu w dużym stopniu przejął Twitter (zanim serwis ten zaczął likwidować kolejne konta Asz-Szabab po publikacjach drastycznych materiałów łamiących regulamin usługi).

ANGLOJĘZYCZNE FILMY AL-KATAIB JAKO NARZĘDZIE PROPAGANDOWE ADEKWATNE DO POTRZEB ZACHODNIEGO ODBIORCY

W początkowym okresie Asz-Szabab i ich sympatycy upubliczniali mniej lub bardziej amatorskie materiały, sygnowane różnymi znakami graficznymi, o odmiennych formatach, w większości arabskojęzycznych, ze sporadycznie

⁶ *AQTweets*, „Inspire”, 11 (2013), s. 17.

⁷ N. Prucha, A. Fisher, op. cit.

⁸ C. Bunzel, *Are the Jihadi Forums Flagging? An Ideologue’s Lament*, Jihadica.com, 20.03.2013, <http://www.jihadica.com/are-the-jihadi-forums-flagging-an-ideologue%E2%80%99s-lament/> [dostęp 30.11.2014].

⁹ [Http://www.jihadica.com/wp-content/uploads/2013/03/ftoor.pdf](http://www.jihadica.com/wp-content/uploads/2013/03/ftoor.pdf) [dostęp 30.11.2014].

¹⁰ D. Smith, *Al-Shabaab in War of Words with Kenyan Army on Twitter*, „The Guardian”, 13.12.2011, <http://www.theguardian.com/world/2011/dec/13/al-shabaab-war-words-twitter> [dostęp 30.11.2014].

pojawiającymi się napisami w języku angielskim. Na tym tle najistotniejszy wydaje się materiał *Labaik ya Usama* z 2009 r., w którym grupa składa hołd i deklaruje wierność Osamie bin Ladenowi. Otwierające film intro, o grafice imitującej wstęp do telewizyjnych wiadomości, zwiastowało przyszłe produkcje spod znaku Al-Kataib¹¹. We wczesnym okresie aktywności Asz-Szabab w sieci najgłośniejszym echem odbiły się materiały produkowane przez amerykańskiego dżihadystę Omara Hamami'ego, walczącego w jej szeregach od 2006 r. Nagrywał on samodzielnie krótkie filmy, w których sam występował, czasem intonując melorecytacje w stylu rap, i zachęcał do przyłączenia się do dżihadu w Somalii¹². Hamami wychował się w USA (matka baptystka, ojciec imigrant z Syrii), gdzie wzrastał w kulturze przekazu audiowizualnego, o formie atrakcyjnej dla młodzieży. Choć szczegóły jego funkcji i roli w rozwoju Asz-Szabab nie są znane, przypisuje mu się istotną rolę w rozwoju polityki rekrutacyjnej i propagandowej. Prawdopodobnie odegrał istotną rolę w wypracowaniu zunifikowanej formuły produkcji, standardu oprawy wizualnej i dystrybucji materiałów sygnowanych przez nowo utworzoną, oficjalną komórkę medialną Asz-Szabab – Al-Kataib Media Foundation.

Za pierwszą produkcję Al-Kataib można uznać materiał z kwietnia 2010 r., w większości jeszcze arabskojęzyczny, którego głównym bohaterem był Abdisalan Hirsi Mahmud Lugey¹³, autor pierwszego w Somalii zamachu samobójczego z 2006 r., którego celem miał być ówczesny prezydent rządu tymczasowego, Abdullahi Yusuf Ahmad¹⁴. Materiałowi brakuje jeszcze spójnej fabuły, narracji i dramaturgii, jakie cechują późniejsze filmy, a także konsekwencji w utrzymywaniu jakości efektów animowanych. Pojawiają się jednak elementy stanowiące znaki rozpoznawcze przyszłych, najbardziej kanonicznych produkcji, np. logo Al-Kataib, inspirowane wcześniejszym logiem Al-Sahab, które z kolei nawiązuje do symbolu największej arabskojęzycznej telewizji informacyjnej Al-Dżazira. W intro pojawia się również charakterystyczna, arabskojęzyczna ścieżka dźwiękowa, wykorzystywana później również przez inne dżihadystyczne „grupy medialne”, z powtarzającym się motywem *Bataliony wiary... bataliony wiary...* Arabskie słowo *kataib*, oznaczające oddział, brygadę, batalion, używane jest

¹¹ *Labaik ya Usama*, Al-Kataib 2009, <https://archive.org/details/AlKataibLabaikYaUsama> [dostęp 30.11.2014].

¹² A. Elliot, *The Jihadist Next Door*, „New York Times”, 27.01.2010, http://www.nytimes.com/2010/01/31/magazine/31Jihadist-t.html?hp=&pagewanted=all&_r=0 [dostęp 30.11.2014].

¹³ *Abdisalan Hirsi Mahmud Lugey*, Al-Kataib 2010, <https://archive.org/details/AlKataib-ChildrenOfTheMartyrs> [dostęp 30.11.2014].

¹⁴ *Al-Shabab Releases Video of Man Who Targeted Former President*, Biyokulule Online, 18.04.2010, http://www.biyokulule.com/view_content.php?articleid=2697 [dostęp 30.11.2014].

na określenie samodzielnych jednostek zbrojnych grup islamistów, np. *katibaty* Al-Kaidy w Islamskim Maghrebie¹⁵ czy Syrii¹⁶. Nazwa niesie klarowny przekaz: kolejny front globalnego dżihadu ma miejsce na polu medialnym. Jest on równie istotny jak walka na polu bitwy w terenie. Materiał otwiera dedykacją w języku angielskim: *Dedicated to the People of Tawheed in Nigeria*, co wskazuje na bliskość ideologiczną i poczucie wspólnoty dżihadystów z Somalii (Asz-Szabab) i Nigerii (Boko Haram), a także podsyca przypuszczenia o możliwej współpracy między nimi¹⁷. Nigeryjska organizacja islamistyczna w ówczesnym czasie sprawiała wrażenie rozbitej po śmierci jej pierwszego lidera, Mohameda Yusufa (lipiec 2009 r.¹⁸).



Dedykacja Asz-Szabab dla Boko Haram. Zrzut z ekranu pierwszego filmu sygnowanego marką Al-Kataib.

¹⁵ *Counter-Terrorism and State Political Violence: The „War on Terror” as Terror*, ed. S. Poyntind, D. Whyte, Routledge 2012, s. 223.

¹⁶ Na przykład Kata'ib al-Farouq al-Islamiya (KFI – Islamic al-Farouq Brigades), *Kata'ib al-Farouq al-Islamiya: A Key Armed Opposition Group in the Battle to Cut Assad Off from Damascus*, „Terrorism Monitor”, Vol. 11, Issue 18, The Jamestown Foundation, 19.09.2013, [http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews\[tt_news\]=41381&no_cache=1#.VIDnG4cwSN0](http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews[tt_news]=41381&no_cache=1#.VIDnG4cwSN0) [dostęp 30.11.2014].

¹⁷ D. Smith, *Africa's Islamist Militants „Co-Ordinate Efforts in Threat to Continent's Security”*, „The Guardian”, 26.06.2012, <http://www.theguardian.com/world/2012/jun/26/africa-islamist-militants-coordinating-threat> [dostęp 30.11.2014].

¹⁸ *Nigeria's Boko Haram Chief „Killed”*, AlJazeera English, 31.07.2009, <http://www.aljazeera.com/news/africa/2009/07/2009730174233896352.html> [dostęp 30.11.2014].

Za pierwszy w pełni dojrzały anglojęzyczny materiał Al-Kataib należy uznać opublikowany w czerwcu 2010 r. 10-minutowy film *African Crusaders. Fighting the West's War*¹⁹. Otwiera go po raz kolejny imponujące intro, imitujące czołówkę wiadomości telewizyjnych, zawierające przebitki fragmentów materiału, który czeka na widza w zasadniczej części filmu. Jako pierwszemu dokumentowi towarzyszy mu przez całość trwania anglojęzyczna narracja, prowadzona przez niewidoczną na ekranie osobę o wyczuwalnym brytyjskim akcencie. Narracja, co charakterystyczne dla omawianej serii filmów, jest komentarzem do bieżących wydarzeń politycznych w Somalii i regionie oraz do sytuacji na froncie. W odbiorze niezorientowanego w miejscowych realiach widza relacjonuje, wyjaśnia, konceptualizuje i umiejscawia prezentowane obrazy w szerszym kontekście. Imitacja schematu wiadomości telewizyjnych oraz reportażu ma za zadanie uwiarygodnienie przekazu. Upodobnienie, imitacja formy znanej z profesjonalnych serwisów telewizyjnych nadaje przekazowi powagi i pozorów obiektywizmu.

Materiał wprowadza charakterystyczne dla dalszych produkcji terminy, określające poszczególnych aktorów konfliktu: mudżahedini (Asz-Szabab), krzyżowcy (siły interwencyjne Unii Afrykańskiej AMISOM²⁰, zwłaszcza wojska ugandyjskie), apostaci (legalne somalijskie władze tymczasowe, wspierane przez UA i społeczność międzynarodową²¹). Terminologia ta, powtarzana nieustannie w kolejnych materiałach, miała utrwalić się w umysłach widzów i wytworzyć automatyczne skojarzenia jasno definiujące strony konfliktu jako należące do obozów wiary i niewiary, prawdy, fałszu czy zdrady. Popieranie Asz-Szabab stawało się w tej interpretacji wprost obowiązkiem religijnym. Odczytując ten zabieg w kontekście teorii *Agenda-Setting* Maxa McCombsa, w której dowodzi się, że jeśli media koncertują się na kilku wybranych zagadnieniach, to widz zaczyna postrzegać te rzeczy jako ważniejsze od innych, różnienia prezentowane przez Al-Kataib urastają do rangi centralnych problemów, są „stawiane na agendzie”²².

Omawiany materiał powstawał w momencie szczytu przewagi militarnej i zasięgu administracji Asz-Szabab, w 2010 r., kiedy władza legalnego rządu Somalii ograniczona była do kilku kilometrów kwadratowych stolicy, wokół Villa Somalia. Narrator, opisując stan sił somalijskich i międzynarodowych

¹⁹ *African Crusaders*, Al-Kataib Media Foundation, czerwiec 2010, <https://archive.org/details/Al-Kataib-TheAfricanCrusaders> [dostęp 30.11.2014].

²⁰ Misję AMISOM utworzono na mocy postanowień 69. Spotkania Rady Pokoju i Bezpieczeństwa Unii Afrykańskiej.

²¹ Transitional Federal Government, władze utworzone w 2004 r., od 2006 r. w Somalii osłaniane przez interwencyjne siły etiopskie, uznane przez Asz-Szabab za nieprawomocne, skażone współpracą z niewiernymi.

²² M. McCombs, *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, University of Texas at Austin 2002.

broniących tymczasowego rządu jako bliski upadkowi, nie mijał się z prawdą. Ekipa rządowa przedstawiona została jako tonący okręt, z którego tchórzliwie uchodzą kolejni figuranci. Najmocniej atakowane werbalnie były wojska ugandyjskie, przedstawiane konsekwentnie jako siły chrześcijan, „afrykańskich krzyżowców”, toczących wojnę w imieniu Zachodu – a więc wojnę nie swoją. Chcąc nastroić negatywnie własnych odbiorców do sił ugandyjskich, prezentowano przypadki ostrzałów cywilnych celów jako zamierzone działania. Pojawia się wreszcie „przesłanie” do Ugandy i Burundi, by wycofały swoje siły z misji AMISOM, albo spotka je kara. Materiał kończy się animowanym zakończeniem, na którym powraca muzyka i logo z czołówki, opatrzone adnotacją: „Nie zapominajcie o nas w waszych modlitwach” – dodatkowo emocjonalny apel odwołujący się do jedności muzułmańskiej ummy.

Fragment ten jest o tyle istotny, że rzeczywiście 11 lipca 2011 r. w stolicy Ugandy Kampali doszło do krwawych zamachów terrorystycznych – zginęły 74 osoby, zgromadzeni w barach widzowie telewizyjnych relacji finałów mistrzostw świata w piłce nożnej²³. Okazało się więc, że groźby przekazywane za pośrednictwem kanału Al-Kataib mogą odnosić się do rzeczywistych przygotowań do konkretnej akcji zbrojnej lub zamachu w Somalii albo poza jej granicami. Umiejscawiało to medialną gałąź grupy na pozycji najlepiej poinformowanej, zatem uprawnionej do prezentacji własnych interpretacji wydarzeń jako prawdziwych.

SZCZYT MOŻLIWOŚCI I STOPNIOWA UTRATA WIARYGODNOŚCI PRZEKAZU MEDIALNEGO EKSTREMISTÓW

Bezpośrednio po zamachu w Kampali, zanim sytuacja na froncie zaczęła się zmieniać, ukazał się kolejny, najbardziej spójny materiał, cechujący się najmocniejszym wydzwiękiem pt. *Mogadishu – The Crusaders’ Graveyard*²⁴. Można go uznać za modelowy przykład materiału propagandowego, którego celem jest przeprowadzenie odbiorcy przez kolejne etapy zaangażowania emocjonalnego, aż do pełnej akceptacji i oddania sprawie. Materiał rozpoczyna się od najbardziej rozbudowanego animowanego intro, który kończą hasła mające przyświecać na obecnym etapie misji Al-Kataib: informować, inspirować, podsycać (*to inform, to inspire, to incite*). Opis sytuacji na froncie rozpoczyna się od oglądu sytuacji w poszczególnych częściach Mogadiszu, gdzie islamiści przejęli właśnie kontrolę nad strategicznym portem. Wysiłki wojsk afrykańskich określane są jako beznadziejne próby odzyskania dramatycznie kurczącego się terenu.

²³ X. Rice, *Uganda Bomb Blasts Kill at Least 74*, „The Guardian”, 12.07.2010, <http://www.theguardian.com/world/2010/jul/12/uganda-kampala-bombs-explosions-attacks> [dostęp 30.11.2014].

²⁴ *Mogadishu – The Crusaders’ Graveyard*, Al-Kataib Media Foundation, lipiec 2010, <https://archive.org/details/AlKataib-MogadishuTheCrusadersGraveyard> [dostęp 30.11.2014].

Cechą charakterystyczną tego, a także kolejnego materiału są zdjęcia prosto z linii frontu, dokonywane z wielu ujęć, dowodzące panowania nad sytuacją w terenie przez bojowników Asz-Szabab, których postępowaniu towarzyszy bojowa, triumfalna muzyka. Po scenach zwycięskiego pochodu i kolejnych udanych ataków i okrzyków „Allahu Akbar” akcja przenosi się na konferencję prasową rzecznika sił AMISOM, który wygląda na zagubionego w obliczu pytań o cywilne ofiary. Komentujący przeklina interweniujących Ugandyjczyków, a następnie akcja przenosi się przed płonący czołg sił Unii Afrykańskiej, z którego wyciągnięto zwęglone zwłoki. W obliczu odbiorcy następuje dehumanizacja wroga, ważny element przygotowania adepta totalitarnej ideologii, który ma być gotowy do zabijania. Następnie ukazane są zdjęcia z zamachu terrorystycznego w Kampali sprzed kilku tygodni oraz komentarz, że na Ugandyjczyków, którzy nie usłuchali ostrzeżeń, spadła zasłużona kara, która będzie lekcją na przyszłość. Widz, wprowadzony w „realia” somalijskie przez mającą zewnętrzne znamiona wiarygodności formę, zostaje poddany kolejnym stopniom „inicjacji” – oglądając materiał postawiony zostaje w pozycji emocjonalnego przymusu do akceptacji najokrutniejszych metod stosowanych przez terrorystów i uznania ich za słuszne w imię wyższej sprawy.

Dla dalszego rozwoju sytuacji w Somalii i kształtu propagandy kluczowe znaczenie miały konsekwencje, jakie wywołał ten drastyczny krok. Po zamachu w Kampali Rada Bezpieczeństwa ONZ rozszerzyła mandat sił interwencyjnych: przyznała im prawo atakowania przeciwnika bezpośrednio i z wyprzedzeniem, a także autoryzowała podniesienie stanu liczebnego wojsk afrykańskich uczestniczących w misji do 12 tys.²⁵ W kolejnych miesiącach spowodowało to stopniową zmianę sytuacji na froncie, zwłaszcza w Mogadiszu, gdzie Asz-Szabab zaczęło tracić inicjatywę. Z punktu widzenia analizy przekazu medialnego, interesująco w związku z tym rozwijały się próby utrzymania przez Al-Kataib spójności wypracowanej wcześniej narracji, która przyzwyczaiła odbiorców do relacjonowania zwycięskiego pochodu islamistów.

Po „relacji” z miejsca zamachu w filmie przedstawione są sceny „spontanicznego” wieceu okolicznych mieszkańców²⁶, mających reprezentować wszystkie regiony Somalii pozostające pod władzą islamistów, na których widz obserwuje zwykłych mieszkańców, w tym kobiety i dzieci, świętujących zwycięstwo sił islamu. Dzieci przedstawione są jako rzekome ofiary ataków sił AMISOM (niektóre trzymają transparenty z hasłami informującymi, że ich rodzice zginęli z rąk wojsk Unii Afrykańskiej). Liderzy ekstremistów w mo-

²⁵ Security Council Extends Mandate of African Union Mission in Somalia until 31 October 2012, Adopting Resolution 2010 (2011), Update 2011, UN Security Council 6626th Meeting (AM).

²⁶ Zgromadzenia takie często zwolowano pod przymusem.

wach pełnych zapiekłości atakują siły afrykańskie, przysięgają zemstę. Jednocześnie zgromadzeni pytani, „kto jest gotowy na męczeństwo” w imię islamu reagują entuzjastycznie – wezwaniu odpowiada las rąk. U widza sceny te mogą wzbudzić poczucie solidarności z rzekomo pokrzywdzonymi przez „krzyżowców” somalijskimi muzułmanami, wczuć się w ich krzywdę, a zarazem zapalać nieprzejednaną żądzą odwetu. Kolejna, symptomatyczna scena wprowadza nową postać: nadającego z miejsca akcji reportera. Zamaskowany bojownik, posługujący się nienagannym angielszczyzną, ogląda miejsce zniszczenia czołgu, dotyka go oraz komentuje „na żywo” zastane obrazy. Kończy wypowiedź w sposób charakterystyczny dla korespondentów telewizyjnych: „Na żywo z linii frontu w Mogadiszu dla Al-Kataib News Channel”. Wystąpienie wprowadza osobę przewodnika – przyjaciela, znającego Zachód, ale w pełni oddanego sprawie dżihadu w Somalii: punkt zaczepienia dla adepta świętej wojny, który odpowiada: nie będziesz sam, są tu ludzie tacy jak ty.

Materiał kończą nieco rozmyte, sprawiające wrażenie marzenia sennego ujęcia, przedstawiające sceny z walk towarzyszy proroka Mahometa (na wielbłądach z szablami) oraz samochodów Asz-Szabab jadących na kolejną misję. Towarzyszy im kojąca melodia i słowa odwołujące się do chwalebnej przeszłości islamu, jego dawnych zwycięstw, prezentujące somalijskich bojowników jako bezpośrednich kontynuatorów, naśladowców pierwszych muzułmanów. Pieśń, której tłumaczenie na język angielski podane jest w podpisach, opisuje ciągłość historii zmagania islamu z przeciwnikami, wskazuje na nieuchronność zwycięstwa jako historycznej powinności, której nie sposób się sprzeciwić. Stany, jakie u widzów zamierzali wywołać autorzy filmu, porównać można do opisywanego przez Czesława Miłosza mechanizmu uwodzenia intelektualistów przez ideologię komunistyczną w czasach stalinizmu: odbieraną jako realizację praw historycznych, konieczny i jedynie możliwy etap rozwoju ludzkości²⁷. Intonowanym słowem pieśni *Bataliony wiary... bataliony wiary... towarzyszy* podpis: „Bataliony nadchodzą: przygotuj się na długą podróż”. Dalsze słowa pieśni mówią, że „nie ma innej drogi niż ta, aby osiągnąć cel, będzie to droga pełna wyrzeczeń, trudności prawie niemożliwych do pokonania”, ale jest to jedyna droga. Zakończeniu ponownie towarzyszy adnotacja „Nie zapomnijcie o nas w swoich modlitwach”. Materiał *Mogadiszu – The Crusaders' Graveyard* można uznać za szczytowe osiągnięcie techniki produkcyjnej Al-Kataib: spójne pod względem formalnym i programowym, atrakcyjne wizualnie, silnie oddziałujące na emocje, prezentowane w momencie szczytu potęgi militarnej grupy.

²⁷ C. Miłosz, *Zniewolony umysł*, Maisons-Laffitte 1953.



Pierwsze ujęcie przewodnika-reportera. Screen z filmu *Mogadishu – The Crusaders' Graveyard*.

Kolejny wart uwagi materiał opublikowano w listopadzie 2010 r. Dłuższy, 35-minutowy film *And Inspire the Believers*²⁸ jest istotny ze względu na świadectwa szeregowych członków Asz-Szabab, pochodzących z różnych państw i mówiących różnymi językami. Zachęcają oni swoich rodaków do przyłączenia się do dżihadu w Somalii. W odróżnieniu od wcześniejszych publikacji, brakuje tu bezpośrednich odwołań do wydarzeń na froncie. Materiał rozpoczynają sceny z obozu treningowego, niewyróżniające się niczym na tle przeciętnych materiałów propagandowych islamistów. Później jednak kolejno występują: dżihadysta z Sudanu (mówiący na tle byłej rezydencji prezydenta, „apostaty” Sheikha Sharifa Sheikha Ahmeda), Etiopii, Wielkiej Brytanii, Szwecji, Pakistanu, Tanzanii. Brytyjczyk (prawdopodobnie somalijskiego pochodzenia) mówi, że pochodzi z kraju, gdzie ludzie są niewolnikami własnych potrzeb, a imigranci są wyobcowani. Dlatego przyjechał do Somalii – ziemi, gdzie odnajduje realizację własnych przekonań, wiary. Nawołuje muzułmanów żyjących w opresji, aby odbyli pielgrzymkę (*hidżra*) do Somalii – kraju wolności, chwały i dżihadu. Obywatel Szwecji odwołuje się w emocjonalnym wystąpieniu do sprawy karykatur Proroka, które w jego kraju tworzył rysownik Lars Vilks²⁹. Obiecuje zemstę za obrazę muzułmańskich świętości.

²⁸ *And Inspire the Believers*, Al-Kataib Media Foundation, listopad 2010, <https://archive.org/details/AlKataib-InspireTheBelievers> [dostęp 30.11.2014].

²⁹ L. Vilks, *Muhammad Cartoonist, Attacked During Lecture*, Associated Press, 5.11.2010, http://www.huffingtonpost.com/2010/05/11/lars-vilks-muhammad-carto_n_572464.html [dostęp 20.11.2014].

W materiale najbardziej wyraźne jest zamierzenie osiągnięcia efektu podobieństwa do warstwy wizualnej kanału Al Jazeera English. Widoczne jest to w użyciu identycznego kształtu czcionek, kolorów tła planszy, a także graficznej konstrukcji prezentowanych map. Interesująca jest mapa Etiopii, z której granic usunięto region Ogadenu, czyli części kraju zamieszkiwanej przez Somalijszczyków. Przyłączenie tego regionu do Somalii było dawnym postulatem nacjonalizmu somalijskiego³⁰. Jednocześnie apel odnosi się do wszystkich muzułmanów etiopskich, nie tylko tych z Ogadenu. To dosyć karkołomna próba pogodzenia postulatów otwarcie antyetyopskich z zaproszeniem dla Etiopczyków podzielających wiarę w dżihad – dotarcia do bazy społecznej wywodzącej się z nurtów nacjonalistycznych (pansomalijskich) i internacjonalistycznych (ideologicznie bliskich Al-Kaidzie).



Grafika i literactwo imitujące Al Jazeera English. Mapa Etiopii bez Ogadenu. Screen z filmu *And Inspire the Believers*.

Rok 2011 przyniósł zasadniczą zmianę na froncie, co wpłynęło na zaskakującą ewolucję treści prezentowanych w produkcjach Al-Kataib. Na początku tego roku siły rządowe i międzynarodowe zawarły sojusz z lokalną, suficką milicją Ahlu Sunna Wal Jamma (ASWJ), która powstała jako siła samoobrony na fali naruszeń lokalnych tradycji kultury przez Asz-Szabab (niszczenie gro-

³⁰ I.M. Lewis, *The Ogaden and the Fragility of Somali Segmentary Nationalism*, „African Affairs”, Vol. 88, No. 353 (Oct., 1989), s. 573–579.

bowców sufickich świętych) oraz jej niezdolności do zarządzania klęską głodu³¹. Nadało to istotny impuls do przejścia sił rządowych i międzynarodowych do działań ofensywnych. W marcu 2011 r. kontyngent sił afrykańskich wzmocniło kolejne tysiąc żołnierzy z Burundi³². Rosnąca presja militarna spowodowała w lipcu tego samego roku wycofanie się Asz-Szabab ze stolicy i przejęcie nad nią kontroli przez wojska sprzymierzone. W kolejnych miesiącach toczyły się jeszcze walki na niektórych przedmieściach, w tym Daynille. Dodatkowy front otworzył się na granicy z Kenią – po serii porwań w tym kraju w październiku 2011 r. Kenia rozpoczęła zbrojną interwencję w południowej Somalii, kierując swoje siły w stronę Kismayo³³.

PROPAGANDA JĘZYKIEM DZIENNIKARSTWA ŚLEDZCZEGO

Najlepszą ilustracją odczuwalnej także w szeregach propagandystów zmiany jest materiał *The Burundian Bloodbath* z listopada 2011 r.³⁴, poświęcony właśnie wydarzeniom z Daynille. W odróżnieniu od poprzednich, zwłaszcza *African Crusaders* i *Mogadishu...*, rzuca się tu w oczy oddalenie od toczących się wydarzeń. Widz nie ogląda reportażu z miejsca walk, lecz z rzekomych miejsc, gdzie niedawno *miały rozgrywać się* decydujące bitwy (pojawiająca się w czołówce zapowiedź „zdjęć z pola bitwy” opatrzona jest nieprzekonującym ujęciem stojącego tyłem na tle zarośli uzbrojonego mężczyzny strzelającego w nieokreślonym kierunku). Bitwy, jak deklaruje przewodnik-reporter, znany z wcześniejszych produkcji, zostały zakończone zwycięstwem, lecz ewidentnie coś nie pozwala mu czuć się pewnie na odwiedzanym terenie. Sceny ukrywających się wśród krzewów nerwowych bojowników, wymuszonej ciszy, ewidentnego braku panowania nad sytuacją kontrastują z wizualnym efektem poprzednich produkcji. Jednocześnie nie zmienia się ogólna linia narracji: widz dowiadyuje się, że w Daynille miały miejsce wydarzenia przywołujące pamięć o znanych z odległej historii decydujących starciach sił muzułmanów z niewiernymi, a w Somalii, jak przekazywano już w poprzednich filmach, w kulminacyjną fazę wchodzi wojna islamu i chrześcijaństwa. Reporter-przewodnik, którego rola została tu wyjątkowo uwydatniona, przyjmuje nową rolę: zaklinającego rzeczywistość.

³¹ *Somalia: The Transitional Government on Life Support*, Africa Report No. 170, International Crisis Group, Bruksela 2011, s. 1.

³² *Burundi Sends 1,000 Extra AU Troops to Somalia*, Reuters, 12.02.2011, <http://af.reuters.com/article/burundiNews/idAFLDE72B08T20110312> [dostęp 30.11.2014].

³³ J. Gettleman, *Kenyan Forces Enter Somalia to Battle Militants*, „New York Times”, 16.10.2011, http://www.nytimes.com/2011/10/17/world/africa/kenyan-forces-enter-somalia-to-battle-shabab.html?_r=0 [dostęp 30.11.2014].

³⁴ *The Burundian Bloodbath – Battle of Daynille*, Al-Kataib Media Foundation, listopad 2011, <https://archive.org/details/AlKataib-TheBurundianBloodbath-BattleOfDaynille> [dostęp 30.11.2014].

Prowadzone przez niego „śledztwo” przyjmuje karykaturalne formy. Podnosząc z ziemi ogryzek, oświadcza, że z pewnością był to ostatni posiłek burundyjskiego żołnierza, który zginął nie dokończywszy jedzenia owocu. Sceny przedstawiające ciała ofiar rzekomej masakry na Burundyjczykach, w której zginąć miało ponad sto osób, prawdopodobnie przynajmniej w części zostały zainscenizowane przy wykorzystaniu ciał własnych poległych³⁵.

Co istotne, podczas gdy w pierwszych materiałach ostrzeżenie było skierowane w stronę kontyngentu z Ugandy, tutaj zamierzeniem było wywołanie strachu wśród dowództwa sił zbrojnych i opinii publicznej z Burundi. Wiązało się to z pozycją tego państwa, które w marcu 2011 r. wzmocniło swój kontyngent i dawało przykład innym krajom, aby odciążyć Ugandę³⁶. W konsekwencji efekt propagandowy mogłyby spowodować powstrzymanie, a nawet cofnięcie procesu powiększania składu sił interwencyjnych AMISOM, co ratowałyby Asz-Szabab przed wizją ulegnięcia silniejszemu przeciwnikowi (próba ta nie powiodła się). Publikacja materiału zbiegła się w czasie nie tylko z interwencją kenijską i zaraz później etiopską, na razie niezależnymi od misji Unii Afrykańskiej³⁷, ale także z intensywnym rozrostem międzynarodowych sił interwencyjnych. W grudniu 2011 r. swoje oddziały przysłał kolejny kraj, Dżibuti³⁸. W styczniu 2012 r. siły AMISOM osiągnęły stan liczebny 10 tys. żołnierzy³⁹, a międzynarodowa konferencja w Londynie w kolejnym miesiącu zadekretowała ich dalszą rozbudowę do 17,7 tys.⁴⁰, co przesądziło o definitywnym przejściu inicjatywy przez siły międzynarodowe, pokonaniu bariery strachu przed somalijskimi islamistami i początku stopniowego odzyskiwania terytorium poza Mogadiszu, w interiorze.

Przekaz prezentowany w filmie *Burundian Bloodbath*, choć był kontynuacją wypracowanej wcześniej narracji, zawiera nowe wątki. Wysiłki narratora i „reportera” koncentrują się na demaskowaniu ukrytej rzekomo *prawdy* o wielkim zwycięstwie militarnym dżihadystów, a także na przekazaniu informacji o zagranicznym wsparciu dla burundyjskich żołnierzy. Dlatego też prezentacja kamizelki kuloodpornej wyprodukowanej we Francji staje się koronnym do-

³⁵ *AU Rejects Al-Shabab Bodies „Stunt” in Somalia*, Horseed Media, 21.10.2011, <http://horseedmedia.net/2011/10/21/au-rejects-al-shabab-bodies-stunt-in-somalia/> [dostęp 30.11.2014].

³⁶ Państwami, które jako pierwsze zgłosiły akces do AMISOM, były m.in. Malawi, Nigeria i Tanzania. W praktyce nie były one jednak skłonne wysłać swoich wojsk na tereny walk.

³⁷ *External Intervention in Somalia's Civil War. Security Promotion and National Interests?*, ed. M. Eriksson, FOI-R--3718--SE, FOI – Swedish Defence Research Agency 2013, s. 95–115.

³⁸ *Djibouti Troops Join AU Force in Somalia*, BBC News, 20.12.2011, <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-16267664> [dostęp 30.11.2014].

³⁹ *A Year in Mogadishu. Looking Back at 2011*, AMISOM Review Issue 6, January 2012, Nairobi 2012, s. 6.

⁴⁰ N. Brangwin, „*A Ray of Hope*”: *London Somalia Conference, 23 February 2012*, Parliament of Australia, Department of Parliamentary Services, 22.02.2012, http://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/download/library/prspub/1439055/upload_binary/1439055.pdf;fileType=application/pdf#search=%222010s%20background%20note%20%28parliamentary%20library,%20australia%29%22 [dostęp 30.11.2014].

wodem na bezpośrednio zaangażowanie Paryża w wojnę w Somalii oraz na niesamodzielność i bezsilność Burundyjczyków. „Reporter” wielokrotnie powtarza słowa o misji, którą prowadzi: ma ona na celu ujawnić skrywaną prawdę. Nocny podjazd w pobliże sił burundyjskich przedstawiony jest jako heroiczna próba przełamania blokady informacyjnej, która nie pozwala opinii publicznej zapoznać się z rzeczywistymi kulisami walk. Jednak przedstawienie odkrycia – wyprodukowanego w Kenii kartonika po mleku, jako koronnego dowodu na potwierdzenie stawianych tez i sukcesu misji badawczej, wyraźnie wskazuje na oderwanie od rzeczywistości. Trudno oczekiwać, że nawet podatny na manipulację, nieprzygotowany widz uległby oddziaływaniu zaprezentowanych w ten sposób sugestii. W odróżnieniu od pierwszych materiałów, zwłaszcza *Mogadishu – The Crusaders’ Graveyard*, celem nie wydaje się tu bojowa mobilizacja, wychowanie nowego, zdeterminowanego bojownika, ale... rzucenie wyzwania zachodnim lub ulegającym Zachodowi mediom. Oględzinom kartonika towarzyszą słowa: „pierwszą ofiarą wojny jest zawsze prawda”, a także stwierdzenie, że zachodni dziennikarze bez dostępu do takich informacji nie są w stanie zrozumieć złożoności konfliktu w Somalii. Działania Al-Kataib służą więc nie tylko poparci własnego punktu widzenia, ale *prawdzie* w ogóle. Materiał kończy odmienne od poprzednich zakończenie: „Reporting the Reality from the Battlefields of Jihad”.



„Reporter” w okolicach Daynille. Screen z filmu *The Burundian Bloodbath*.

Porównując treści początkowych materiałów medialnej „dywizji” Asz-Szabab z okresu potęgi militarnej ugrupowania z przesłaniem prezentowanym po odwróceniu ze stolicy, można zaryzykować stwierdzenie, że twórcy Al-Kataib uwierzyli w rolę, którą odgrywali przez ostatnie 1,5 roku. Z głosicieli propagandowej treści, której podporządkowana była imitująca przekaz dziennikarski forma, przeszli na pozycje obrońców samej esencji dziennikarskiego, reporterskiego powołania. Nie poprawiając rzetelności i wiarygodności prezentowanego materiału, przeciwnie – pograżając się w kuriozalnych i łatwych do zdezawuowania pseudodociekaniach, wydali się bardziej niż kiedykolwiek zaangażowani i przeświadczeni o słuszności własnej misji. Nie można przy tym wykluczyć, że zmiana sytuacji militarnej, a więc obnażenie nieprawdziwości lansowanej uprzednio tezy o nieuchronności i konieczności zwycięstwa, wywołała u twórców propagandy Asz-Szabab reakcję obronną – każącą maskować dysonans poznawczy (sytuację dyskomfortu psychicznego, gdy rzeczywistość nie odpowiada przeświadczeniom i oczekiwaniom)⁴¹. Można też przypuszczać, że zmiana ta wywołała otrzeźwienie i przewartościowanie: przejście z celów nierealistycznych (doprowadzenie do pełnego zwycięstwa globalnego dżihadu) do dostępnych (ukazanie jakichś kulisów walk z terenów, do których Asz-Szabab ma wyłączny dostęp, a zatem zaprezentowanie przewagi w danym czasie i miejscu). Pochopna byłaby jednak ocena, że Al-Kataib w ciągu lat 2010–2011 przeszedł z pozycji ofensywnych na *stricte* defensywne. Mogła też zająć – niezależnie albo łącznie – każda z zasygnalizowanych motywacji. Bez wątpienia jednak w obliczu zmiany sytuacji na froncie doszło do istotnej ewolucji treści prezentowanych przez ugrupowanie na potrzeby zachodniego, anglojęzycznego odbiorcy.

PÓŹNE MATERIAŁY AL-KATAIB

Rok 2011 nie zakończył funkcjonowania Al-Kataib jako grupy produkującej materiały propagandowe. Zmiana okazała się trwała – poziom wykonania kolejnych materiałów stopniowo obniżał się, traciły też one element aktualności i adekwatności prezentowanych treści do wydarzeń. Pewnym wyjątkiem był jeszcze materiał ze stycznia 2012 r. *El Wak – Repelling Kenyan Proxies*⁴², który miał ambicje prezentowania kulis nowego frontu – na granicy kenijskiej. Zabrakło jednak w nim charakterystycznej postaci „reportera”, a podawane fakty dotyczące ruchów wojsk budziły wątpliwość. Kolejny film, *Under the Shade of Sharia*⁴³ z maja 2012 r., kontynuował motyw odkrywania ukrytej prawdy,

⁴¹ L. Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford 1957, s. 3–4.

⁴² *El Wak. Repelling Kenyan Proxies*, Al-Kataib Media Foundation, 2012, <https://archive.org/details/Hayyashabaab>.

⁴³ *Under the Shade of Sharia*, Al-Kataib Media Foundation, 2012, <https://archive.org/details/AlKataib-UnderTheShadeOfShariah>.

tudzież kontrowania narracji zachodnich mediów. Hasło prezentowane w zwia-
stunie „A Factual Verification” zapowiadało rozwinięcie formuły zaprezen-
towanej w *Burundian Bloodbath*. Wyemitowano go wkrótce po najeździe wojsk
etiopskich na północną część Somalii, zwłaszcza na miasto Baidoa. W filmie
nie ma nowego materiału, wykorzystano tu robocze nagrania wykonane rok
wcześniej. Postać „reportera” pojawia się w tle, ale nie jest eksponowana. Wypo-
wiedzi mieszkańców Baidoa, wychwalające porządki zaprowadzone przez Asz-
Szabab, są raczej standardowe dla mieszkańców terenów okupowanych, którzy
muszą dostosować się do języka obecnej władzy, aby przeżyć.

Narrator stawia za cel „podważenie mitów i dezinformacji” dotyczących ży-
cia pod rządami szariatu, jakie rozpowszechniają zachodnie media. Jedyną cie-
kawą nowością, wpisującą się w informacyjną misję zadeklarowaną we wcze-
śniejszych materiałach, są dane sygnowane HSM Statistic Office, a więc przez
quasi-oficjalne „biuro statystyczne” dżihadystów. Dotyczą one np. poziomu
rozwoju miasta pod rządami Asz-Szabab, spadku przestępczości czy liczby szkół
koranicznych. Na uwagę zasługuje jeszcze materiał z maja 2013 r. *They Are the
Enemy so Beware of Them 2*⁴⁴, w którym historię własnej zdrady opisują zwer-
bowani przez CIA członkowie Asz-Szabab (w momencie kręcenia dokumen-
tu aresztowani, oczekujący na wyrok), którzy pomagali przygotowywać ataki
dronów na liderów grupy. Ma on jeszcze wartość unikalnego reportażu „z we-
wnątrz” – reporter ujawnia, zapewne zgodnie z prawdą, że dostęp do więźniów
umożliwili „bracia” z dywizji wywiadowczej Asz-Szabab. Jednak w większości
późnych materiałów zaczyna brakować konstytutywnych elementów klasycz-
nych produkcji Al-Kataib – charakterystycznej animowanej grafiki, logotypów,
muzyki, anglojęzycznej narracji: zapewne z powodów oszczędności i szersze-
go wykorzystania Twittera. O ile więc nie ogłoszono nigdy rozwiązania grupy
medialnej, a w 2014 r. nadal pod jej szyldem publikowane są nowe materiały,
rok 2012 należy uznać za schyłkowy okres dla ewolucji wypracowanej przez nią
formuły, którą rozpoczął odwrót z Mogadyszu.

KONKLUZJE I ZAKOŃCZENIE

Anglojęzyczne produkcje wideo Asz-Szabab z lat 2010–2012 wyznaczyły
standard dla narracji audiowizualnej dżihadystów, kierowanej do odbiorcy wy-
chowanego na Zachodzie, rozwinięty później przez kolejne „fundacje medial-
ne”, reprezentujące zbliżone ideologicznie grupy z innych części świata. Wyjąt-
kowego charakteru nadawały jej zdolność uprzedzania faktów, adaptowanie się
do zmieniającej się sytuacji politycznej i wojskowej regionu, a także centralne

⁴⁴ *They Are the Enemy So Beware of Them 2*, Al-Kataib Media Foundation, 2013, <https://archive.org/details/3d-f7dhrhm-2>.

miejsce komentarza do bieżących zwrotów afrykańskiej polityki. Znakiem rozpoznawczym Al-Kataib, kopiowanym później przez naśladowców, była imitacja dziennikarstwa śledczego, a warstwie technicznej logotypy, zaawansowana grafika i ścieżka dźwiękowa. Słabością okazał się niespójny przekaz (próby pogodzenia nacjonalizmu z internacjonalizmem), kontynuacja nieadekwatnej narracji zwycięzców wobec porażek na polu walki oraz zagubienie się w poszukiwaniu własnej misji. Wydaje się, że te niedoskonałości rekompensowała widzom wprowadzona od samego początku i konsekwentnie utrzymana nomenklatura odwołująca się do wczesnych lat islamu i narzucająca podział: my – oni. Pozwalała ona widzowi wybaczyć wady własnego „obozu” i trwać po „właściwej” stronie. Nacisk na emocje wywoływane u odbiorcy odzwierciedlało znaczenie, jakie propagandziści przykładali do „wychowania” zwolenników gotowych akceptować brutalne metody Asz-Szabab, radykalnie odstające od standardów współczesnego społecznego przyjętych na Zachodzie.

Analiza ewolucji anglojęzycznych materiałów publikowanych pod szyldem Al-Kataib Media Foundation dostarcza szczegółów dotyczących ideologicznego zaplecza, techniki oraz kierunków prowadzenia osi narracyjnej propagandowych produkcji. Jeśli opatrzyć je odpowiednim, krytycznym komentarzem zyskają wartość historyczną: ich powstawanie odzwierciedlało zmieniającą się kondycję grupy macierzystej Asz-Szabab, ewolucję jej zapatrywań na otaczającą rzeczywistość oraz na (nie)zdolność do utrzymania budowanej wcześniej wiarygodności w oczach „grupy docelowej”. Studium przypadku pozwala zatem w szerszym kontekście spojrzeć na głośne w drugiej połowie 2014 r. i w 2015 r. produkcje audio-wizualne tzw. Państwa Islamskiego i innych zbrojnych grup dżihadystycznych.