

SYMBOLAE EUROPÆAE

POLITECHNIKA KOSZALIŃSKA

SYMBOLAE EUROPÆAE

STUDIA HUMANISTYCZNE
POLITECHNIKI KOSZALIŃSKIEJ

nr 10 (2:2016)

KOSZALIN 2016

Rada Naukowa

Andrzej Chodubski (Gdańsk), Peter Garbe (Greifswald), Klaus Hammer (Berlin),
Marek Jabłonowski (Warszawa), Jacek Knopek (Toruń), Honorata Korpikiewicz
(Poznań), Zdzisław Kroplewski (Szczecin), Iwona Alechowicz-Skrzypek (Opole),
Wiesław Wysocki (Warszawa), Diana Etco (Kiszyniów), Natalia Danilkina
(Kaliningrad), Przemysław Żukiewicz (Wrocław)

Zespół redakcyjny nr 10

Małgorzata Sikora-Gaca, Zbigniew Danielewicz

Przewodniczący Uczelnianej Rady Wydawniczej

Zbigniew Danielewicz

Founding Father

Bolesław Andrzejewski

Projekt okładki

Agnieszka Bil

Skład, łamanie

Karolina Ziobro

Więcej informacji o czasopiśmie i redakcji – <http://symbolae.tu.koszalin.pl>

© Copyright by Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej
Koszalin 2016

WYDAWNICTWO UCZELNIANE POLITECHNIKI KOSZALIŃSKIEJ
75-620 Koszalin, ul. Raławicka 15-17

Koszalin 2016, wyd. I, ark. wyd. 12,93, format B-5, nakład 100 egz.
Druk

***Profesorowi Bolesławowi Andrzejewskiemu
w 70. Rocznicę Urodzin
zeszyt ten poświęcają
Przyjaciele, Współpracownicy i Uczniowie***

Spis treści

TABULA GRATULATORIA	11
LIDIA SUDAKIEWICZ	
Profesor Doktor Habilitowany Bolesław Andrzejewski	17
JOLANTA BARBARA HOROJTKO	
The results of teaching intercultural communicative competence – comparative studies	21
MARIA CZAPLICKA-JEDLIKOWSKA	
Grzeczność i niegrzeczność w komunikacji językowej w opinii studentów UKW w Bydgoszczy	31
MARCIN LESZCZYŃSKI	
Rola mediów w budowaniu reputacji państwa na arenie międzynarodowej ...	47
GRZEGORZ MAŁYGA	
Rola anglojęzycznego magazynu „Dabiq” w działalności propagandowej Państwa Islamskiego	61
KATERYNA RAZGONOVA	
Pragmatyczne zastosowanie dowcipów w komunikacji międzyludzkiej	71
GERARD RONGE	
Aluzja i spekulacja. Jak przekroczyć granice epistemologii?	85
SEBASTIAN DUSZA	
Antropocentryka pierwiastka bohatera romantycznego w kontekście filozoficznego paradygmatu romantycznego w ujęciu prof. Bolesława Andrzejewskiego	107
ZBIGNIEW DANIELEWICZ	
Religia a przemoc. Karen Armstrong w poszukiwaniu zrównoważonego stanowiska	127
MAGDALENA GILICKA	
Husserlowskie uznanie Innych jako fenomenologiczny wymiar intersubiektywnej komunikacji	143

AGNIESZKA BEDNAREK

Noc oświecająca, czyli apofatyzm w teologicznych dociekaniach Adama Mickiewicza 155

AGNIESZKA OCHENKOWSKA

„Nic krom jednej rozpaczey nam dziś nie zostaje”. Alegorie ojczyzny w „Trenach na rozbiór Polski” Józefa Morelowskiego 171

ADRIANNA WOROCH

Szaleni romantycy w ujęciu Jana Švankmajera. Analiza porównawcza dzieł Edgara Allana Poea oraz filmu Szaleni 187

ANNA MROŻEWSKA

Das Räderwerk der Modernisierung und Wilhelm Heinrich Wackenroders Flucht ins Transzendente 207

KLAUS HAMMER

Bildzeichen, Zauberformel, freie Paraphrase oder eigenschöpferische Bildfindung? Zur Wirkungsgeschichte der Grimmschen Kinder- und Hausmärchen in der Illustration 217



B. Friedrichs.



BEDNAREK Agnieszka – Wydział Filologiczny Uniwersytetu Gdańskiego

BIEDROŃ Adriana – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

BUKOWSKI Stanisław – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

CZAPLICKA-JEDLIKOWSKA Maria – Katedra Gramatyki i Semantyki, Instytut Filologii Polskiej i Kulturoznawstwa, Wydział Humanistyczny Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

DANIELEWICZ Zbigniew – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

DIXON Izabela – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

DUSZA Sebastian – Zakład Językoznawstwa Niemieckiego, Instytut Filologii Germańskiej, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

GABRYSZAK Renata – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

GARBE Peter – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

GASZTOLD Brygida – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

GEBSKI Bogdan – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

GILICKA Magdalena – Zakładzie Teorii i Filozofii Komunikacji, Instytut Filozofii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

GOHLISCH Dietmar – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

GÓRKA Marek – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

HAJEK Anna – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

HAMMER Klaus – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

HANDKE Waldemar – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

HOFFMANN Tomasz – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

HOROJTKO Jolanta Barbara – I Liceum Ogólnokształcące im. Stanisława Dubois w Koszalinie

JUSZCZAK-MARASZKIEWICZ Elżbieta – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KACZMAREK-ŚLIWIŃSKA Monika – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KAMIŃSKA Żaklina – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KANIA Jan – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KLEPUSZEWSKA Magdalena – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KLEPUSZEWSKI Wojciech – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KNOPEK Jacek – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

KOSOWSKA Urszula – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

LANKIEWICZ Hadrian – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

LEMIESZ Ewa – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

LESZCZEYŃSKI Marcin – Katedra Publicystyki Ekonomicznej i Public Relations, Wydział Ekonomii Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu

MAGIEREK Dariusz – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

MAŁECKA Agnieszka – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

MAŁYGA Grzegorz – Zakład Polityki Zagranicznej RP, Instytut Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego

MARCINIAK Agnieszka – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

McNAMARA Paul – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

MEGIER Maja – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

MROŻEWSKA Anna – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

NEUBAUER Łukasz – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

NIERODA-KOWAL Anna – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

OCHENKOWSKA Agnieszka – Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego

POGONOWSKI Marek – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

POLAK Bogusław – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

POLAK Michał – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

RAZGONOVA Kateryna – Wydział Filologiczny Uniwersytetu Gdańskiego

ROGLA IRUN Alejandro – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

RONGE Gerard – Międzyobszarowe Indywidualne Studia Humanistyczne i Społeczne, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

SIKORA-GACA Małgorzata – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

SIWKO Maria – Katedra Studiów Europejskich, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

SUDAKIEWICZ Lidia – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

SYPIAŃSKA Jolanta – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

SZARSZEWSKI Piotr – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

TROJANOWICZ Wiesław – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

WAWER Zbigniew – Katedra Bezpieczeństwa i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

WERRA Zbigniew – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

WIERZCHOWIECKA-RUDNIK Iwona – Katedra Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

WOROCH Adrianna – Filmoznawstwo i kultura mediów, Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ZARZYCKA-JACKIEWICZ Elżbieta – Katedra Lingwistyki, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

ZIĘTEK Monika – Katedra Literatury i Badań nad Językiem, Wydział Humanistyczny Politechniki Koszalińskiej

Profesor Doktor Habilitowany Bolesław Andrzejewski

W polskim środowisku naukowym powstał piękny zwyczaj upamiętniania specjalną księgą lub wydaniem pism jubileuszy zasłużonych badaczy i wychowawców młodych naukowców. Rok 2016 to rok jubileuszu 70-lecia urodzin Profesora Doktora Habilitowanego Bolesława Andrzejewskiego. Dlatego Redakcja, Dziekan Wydziału Humanistycznego Politechniki Koszalińskiej oraz wszyscy Autorzy z największą przyjemnością niniejszy zeszyt ofiarowują Drogiemu Jubilatowi.

Bolesław Andrzejewski, urodzony 28 lipca 1946 roku w Grójcu, ukończył Szkołę Podstawową i Liceum Ogólnokształcące w Środzie Wielkopolskiej. Po maturze podjął studia z filologii germańskiej na Uniwersytecie im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Magisterium uzyskał w roku 1996 i w tymże samym roku rozpoczął pracę jako asystent w Instytucie Filozofii UAM. W roku 1974 obronił dysertację doktorską zatytułowaną *Inspiracje pragmatystyczne w poglądach filozoficznych Władysława Mieczysława Kozłowskiego* i w roku 1975 został zatrudniony na etacie adiunkta w Instytucie Filozofii swej macierzystej uczelni.

Z Uniwersytetem Adama Mickiewicza w Poznaniu związana jest dalsza droga naukowa Jubilata. Tu w roku 1981 habilitował się na podstawie pracy *Animal symbolicum. Ewolucja neokantyzmu Ernsta Cassirera* i w roku 1982 objął stanowisko docenta w Instytucie Filozofii. Następnie w roku 1990 został profesorem nadzwyczajnym, w roku 1993 profesorem tytularnym, a od 1998 jest profesorem zwyczajnym.

Profesor Bolesław Andrzejewski niezwykle aktywnie uczestniczy w życiu uniwersyteckim i to nie tylko swej *Alma Mater*. W latach 1981-1984 pełnił funkcję prodziekana do spraw studenckich na Wydziale Nauk Społecznych UAM, w latach 1987-1989 był wicedyrektorem Instytutu Filozofii UAM, a w latach 1987-2002 kierował, powołanym przez siebie, Zakładem Historii Filozofii Współczesnej, następnie w roku 2003 powołał i objął kierownictwo Zakładu Teorii i Filozofii Komunikacji.

Bliskie związki naukowe i dydaktyczne łączą Jubilata z Koszalinem. Swoją talent organizatorski Profesor Andrzejewski wykorzystał, przyczyniając się do utworzenia w roku 2004, na Politechnice Koszalińskiej, Instytutu Neofilologii i Komunikacji Społecznej. Jako pierwszy dyrektor (w latach 2004-2009) nowo powstałego Instytutu koordynował badania naukowe i waleń przyczynił się do utrzymania wysokiego poziomu zajęć dydaktycznych. Tu także powołał do życia, w roku 2005, „Symboleae Europaeae” – Studia Humanistyczne Politechniki Koszalińskiej. Po utworzeniu (w roku 2015) na Politechnice Koszalińskiej Wydziału Humanistycznego Profesor Andrzejewski objął funkcję kierownika

Zakładu Germanistyki, a następnie kierownika Zakładu Lingwistyki i Translacji w Katedrze Neofilologii WH.

Szczególnym darem Profesora Andrzejewskiego jest popularyzacja wiedzy. Troskę Jubilata o upowszechnienie wiedzy naukowej widać szczególnie w Jego działaniach redaktorskich. Jest On założycielem oraz wieloletnim redaktorem trzech czasopism naukowych. W roku 1992 założył i objął stanowisko redaktora naczelnego międzynarodowego czasopisma naukowego „Lingua ac Communitas”. Pismo to, wydawane w Poznaniu, ukazuje się w języku angielskim i niemieckim. W roku 2005 Profesor Andrzejewski powołał do życia dwa kolejne pisma naukowe – „Homines hominibus” (Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogiki i Administracji w Poznaniu) oraz wspomniane wyżej „Symboleae Europae”.

Zainteresowania i badania naukowe Jubilata są wielokierunkowe, głównie jednak dotyczą filozofii języka, filozofii, teorii komunikacji i antropologii filozoficznej. W kręgu badań Profesora Andrzejewskiego znajduje się też problematyka związana z historią filozofii nowożytnej i współczesnej, ze szczególnym uwzględnieniem filozofii niemieckiej oraz polskiej. Jest On autorem, bądź redaktorem, 27 książek oraz ponad 170 artykułów naukowych w języku polskim, niemieckim, angielskim, hiszpańskim, rosyjskim, chińskim oraz chorwackim. Nie sposób w krótkim tekście dokonać wyczerpującego przeglądu rozległego dorobku naukowego Jubilata, wymagałoby zapewne osobnej kilkusetstronicowej publikacji. Warto jednak przypomnieć najbardziej znane prace Profesora. To: *Filozofia słowa. Zarys dziejów* (2016), *Historia filozofii niemieckiej do połowy XIX wieku* (2007), *Poznanie i komunikacja* (2005, II wyd. 2010), *Leksykon filozofii. Postaci i pojęcia* (2000), rozprawa *Emanuel Swedenborg. Między empirią i mistycyzmem* (1992) oraz *Artur Schopenhauer. Rekonstrukcje – recepcje – interpretacje* (ed. 1991), *Wilhelm von Humboldt* (1989), obszerna monografia *Przyroda i język. Filozofia wczesnego romantyzmu w Niemczech* (1989), rozprawy: *Animal symbolicum. Ewolucja neokantyzmu Ernsta Cassirera* (1980) i *Poglądy filozoficzne Władysława M. Kozłowskiego* (1979) oraz wydane w językach obcych: *Homo universus. Mensch und Sprache in der deutschen und polnischen Philosophie* (2011), *Esbozos sobre la filosofía polaca* (1998) i *Language and interpretation* (ed. 1992).

Szczególnie dużo czasu i inwencji poświęca Jubilat dydaktyce. Prowadzi wykłady, ćwiczenia, seminaria doktoranckie, magisterskie i licencjackie. Wypromował ponad 300 magistrów i licencjatów filozofii i germanistyki, wykształcił 15 doktorów, 71 razy występował jako recenzent w przewodach profesorskich, habilitacyjnych i doktorskich.

Za swą wszechstronną działalność naukową, dydaktyczną i organizacyjną Profesor Bolesław Andrzejewski został trzykrotnie wyróżniony Nagrodą Ministra Edukacji i Szkolnictwa Wyższego, odznaczony Złotym Krzyżem Zasługi, medalem Za Długoletnią Służbę oraz medalem Komisji Edukacji Narodowej.

Świętując wraz z Profesorem Bolesławem Andrzejewskim Jubileusz 70. rocznicy urodzin, życzymy Jubilatowi, by dalsze Jego lata znaczone były wieloma nowymi i oryginalnymi osiągnięciami badawczymi, by zdrowie zawsze Mu dopisywało, wszystkie zamiary i przedsięwzięcia znalazły szczęśliwe zakończenie, a życzliwość przyjaciół i wdzięczna pamięć studentów były dla samego Jubilata zawsze źródłem zadowolenia i satysfakcji. *Ad multos annos!*

Lidia B. Sudakiewicz

Grzegorz Małyga
Instytut Studiów Międzynarodowych
Uniwersytet Wrocławski

ROLA ANGLOJĘZycznego MAGAZYNU „DABIQ” W DZIAŁALNOŚCI PROPAGANDOWEJ PAŃSTWA ISLAMSKIEGO

Wprowadzenie

Obserwując sposób, w jaki muzułmańskie organizacje terrorystyczne komunikują się z otoczeniem, w ostatnich latach można zauważyć znaczące zmiany w tej materii. Dżihadysty w swojej działalności propagandowej powszechnie stosują nowe media i posługują się środkami coraz bardziej wyrafinowanymi i skutecznymi. Postęp technologiczny w dziedzinie komunikacji sprawił, że docieranie ze swoim przekazem do odbiorców na całym świecie stało się nieporównanie szybsze, tańsze i bardziej efektywne niż jeszcze dekadę temu. Znaczącą rolę odgrywają tu przede wszystkim narzędzia internetowe, które przy minimalnym nakładzie środków pozwalają na osiągnięcie ogólnoswiatowego zasięgu. Tworzone przez terrorystów grafiki, nagrania audio, a przede wszystkim filmy umieszczane są w Internecie, gdzie dostęp do nich ma każdy. Bardzo istotną funkcję pełnią tu także media społecznościowe, w których – dzięki dużej liczbie zwolenników przed klawiaturami komputerów – materiały propagandowe są wielokrotnie kopiowane i rozpowszechniane, aby dotrzeć do oczu odbiorców, także tych, którzy nie poszukują takich treści celowo. Należy jednak zauważyć, że pomimo licznych zalet wspomnianych narzędzi, wciąż używane są także media tradycyjne jak radio, a przede wszystkim prasa.

Zgodnie z teorią, nowymi mediami nazywa się interaktywne środki przekazu oferujące dostęp do treści na żądanie. Dostępne są one zazwyczaj za pośrednictwem Internetu dzięki urządzeniom cyfrowym, a cechą charakterystyczną stanowi dla nich dialog między odbiorcą a nadawcą¹. Badacze zwracają także uwagę na wzajemne powiązania takich mediów, dostęp indywidualnych użytkowników, którzy mogą wystąpić tak w charakterze nadawcy, jak i odbiorcy treści, mnogość sposobów użycia oraz ich otwartość, wszechobecność, niedo-

¹ Por. B. Vogt, *The Church and New Media: Blogging Converts, Online Activists, and Bishops Who Tweet*, Huntington 2011, s. 17.

określoność przestrzenną i delokalizację². Choć wielu medioznawców sprzeciwia się ustanawianiu wyraźnej granicy między mediami tradycyjnymi a nowymi mediami, a w teorii mediów nie ma jednoznacznego stanowiska odnośnie do tego, czym te ostatnie są, to jako sztandarowe ich przykłady wymienia się technologie związane z Internetem i komputerami (w tym w szczególności strony internetowe, media społecznościowe, gry komputerowe, blogi), z wyłączeniem z tej klasyfikacji telewizji³. Z kolei do grupy mediów tradycyjnych, którym brak elementu interaktywności, przez co ich użytkownik jest jedynie odbiorcą treści pozbawionym możliwości jej współtworzenia i bezpośredniej odpowiedzi na nią, zalicza się telewizję, film, radio, książki, prasę i wszelkie publikacje papierowe⁴.

Państwo Islamskie (PI), najbardziej aktywna obecnie muzułmańska organizacja terrorystyczna, bardzo intensywnie korzysta z możliwości, jakie dla celów uprawiania propagandy daje wydawanie własnych gazet. Wzorcowym przykładem jest tu anglojęzyczny magazyn PI „Dabiq”, który spełnia ważną rolę w strategii medialnej tej organizacji. Istotnym zagadnieniem jest jednak kwestia tego, do kogo skierowane jest przesłanie periodyku, co może być z istotne z perspektywy wypracowania metody zwalczania terrorystów w swoistej wojnie informacyjnej. Niniejsza analiza za cel przyjmuje postawienie odpowiedzi na to pytanie.

Państwo Islamskie i propaganda

Jedna z szerzej akceptowanych definicji terroryzmu, której autorem jest Bruce Hoffman, kładzie wyraźny nacisk na fakt, że immanentną częścią tego zjawiska jest świadome budzenie strachu, zdobywanie rozgłosu poprzez przemoc, zastraszanie „namierzonej widowni”, która może obejmować wrogą grupę etniczną bądź religijną, cały kraj, rząd lub partię polityczną czy też opinię publiczną⁵. Organizacją, która w ostatnich latach zdobyła największy rozgłos, stając się niemal synonimem muzułmańskiego terroryzmu religijnego, jest Państwo Islamskie. Ugrupowanie to na dużą skalę posługuje się wyrafinowaną propagandą w celu nagłośnienia swoich działań, uzyskania wspomnianego wcześniej efektu zastraszenia, a także aby rekrutować nowych zwolenników w swoje szeregi.

Państwo Islamskie (IS – *Islamic State*, znane także pod angielskimi akronimami odnoszącymi się do poprzedniej nazwy: ISIS – *Islamic State of Iraq and Syria* lub ISIL – *Islamic State of Iraq and Levant*) to sunnicka salafistyczna

² Por. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 57.

³ Por. M. Szpunar, *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia medioznawcze” 2008, nr 4, s. 33.

⁴ Por. L. Manovich, *New Media from Borges to HTML*, Cambridge 2001, s. 13.

⁵ Por. B. Hoffman, *Oblicza terroryzmu*, Warszawa 2001, s. 42.

organizacja terrorystyczna wyrosła na terenach Syrii i Iraku, której celem jest ustanowienie światowego kalifatu. Jej początków należy szukać jeszcze na przełomie XX i XXI wieku, zaś w chaotycznej rzeczywistości syryjskiej wojny domowej i postsadamowskiego Iraku rozwój grupy nabrał tempa, doprowadzając ją do obecnej potęgi. Państwo Islamskie ewoluując, wielokrotnie zmieniało też nazwy, a tę, pod którą znane jest obecnie, przyjęło w czerwcu 2014 r., kiedy jego przywódca Abu Bakr al-Baghdadi ogłosił się kalifem, zgłaszając tym samym pretensje do zjednoczenia pod swoją polityczno-religijną władzą wszystkich muzułmanów na świecie⁶. Dążąc do stworzenia na terenach Iraku i Lewantu realnie funkcjonującego państwa, dżihadyści wytworzyli szereg instytucji odpowiadających za sprawy administracyjne, socjalne i polityczne. Rodzajem quasi-ministerstwa do spraw informacji jest Al-Hayat Media Center, odpowiedzialne za produkcję i dystrybucję materiałów propagandowych, często wysublimowanych i stojących na wysokim poziomie warsztatowym⁷. Istotną rolę w tej działalności odgrywa prasa, o czym świadczy wydawanie przez PI magazynu francuskojęzycznego „Dar al Islam”, rosyjskojęzycznego „Исток” („Istok”) i tureckojęzycznego „Konstantiniyye”. Jednak najdłużej istniejącym i mającym, z racji języka, największy zasięg jest anglojęzyczny „Dabiq”.

Znaczenie nazwy „Dabiq”

Nazwa „Dabiq” wywodzi się z sunny, drugiego po Koranie najważniejszego źródła wiary islamskiej. Odnosi się ona do miejsca, w którym w czasie końca świata ma się odbyć decydująca bitwa między armią muzułmańską a *kuffar* („niewiernymi”). Eschatologiczny w swej wymowie hadis (fragment sunny) mówi: „Abu Huraira przekazał, że Posłaniec Allaha (pokój niech będzie z nim) powiedział: Ostatnia Godzina nie nadejdzie, dopóki Rzymianie nie przybędą do Al-A'maq lub do Dabiq. Armia składająca się z najlepszych ludzi na ziemi nadejdzie w tym czasie z Medyny, aby przeciwstawić się im”⁸. Dalsza część tego hadisu opisuje przebieg decydującej bitwy, w której armia muzułmańska podzieli się na trzy części: tych, którzy zbiegną z pola walki i ściągną na siebie gniew Allaha, tych, którzy zginą w boju jako męczennicy oraz tych, którzy pokonają Rzymian i zdobędą Konstantynopol. Tytuł czasopisma ma zatem znaczenie symboliczne, gdyż nawiązuje do ostatecznej klęski chrześcijaństwa

⁶ Por. Stanford University, *Mapping Militant Organizations: The Islamic State*, <http://web.stanford.edu/group/mappingmilitants/cgi-bin/groups/view/1>, dostęp: 29.02.2016.

⁷ Por. L.A. Husick, *The Islamic State's electronic outreach*, s. 1, http://www.fpri.org/docs/husick_-_media_war_1.pdf, dostęp: 29.02.2016.

⁸ Al-Muslim, *As-Sahih*, rozdział 41, hadis 6924, tłum. własne na podst.: *Sunnah.com*, <http://sunnah.com/muslim/54/44>, dostęp: 29.02.2016.

i, szerzej, całego Zachodu, co symbolizują przegrani Rzymianie i podbity Konstantynopol. Dabiq, niewielka miejscowość istniejąca w rzeczywistości i położona na północy syryjskiej prowincji Aleppo, kilka kilometrów od granicy tureckiej, to także pole ważnej bitwy z 1516 r., w której siły Osmanów pokonały egipskich mameluków, co przyczyniło się do konsolidacji ostatniego powszechnie uznawanego kalifatu islamskiego⁹. W momencie wydania pierwszego numeru magazynu, 5 lipca 2014 r., to niezbyt licznie zamieszkane miasto o istotnym znaczeniu było jeszcze pod kontrolą armii syryjskiej, jednak już niecałe 2 miesiące później przeszło pod kontrolę Państwa Islamskiego. Było to osiągnięcie, którego znaczenie propagandowe było większe nawet od militarne-

Cele i charakter pisma

Od lipca 2014 r. do lutego 2016 r. ukazało się w nieregularnych odstępach czasowych (od 3 do ponad 14 tygodni) 13 numerów „Dabiq”. W okresie poprzedzającym ofensywę dżihadystów na Mosul (czerwiec 2014 r.) anglojęzyczne raporty wojskowe Państwa Islamskiego publikowane były w formie magazynu „Islamic State News” (wydawanego od 31 maja 2014 r.), zaś kwestie polityczne poruszano w „Islamic State Report” (od 3 czerwca 2014 r.). W ramach każdego z tych tytułów ukazało się kilka krótkich wydań, aż do momentu, gdy „Dabiq” połączył oba z nich, dodając jeszcze istotną porcję tematyki religijnej. Odzwierciedla to starania organizacji o stworzenie spójnej narracji, w której wizja religijna wspierana jest działaniami polityczno-militarnymi¹⁰. Podstawową wersją „Dabiq” jest wersja cyfrowa w formacie pdf. Istnieją nieliczne doniesienia mówiące o kolportażu wydrukowanej gazety na terenach opanowanych przez PI, jednak są one trudne do zweryfikowania¹¹. Należy także nadmienić, że zdarzają się przypadki prób rozprowadzania papierowych egzemplarzy za pośrednictwem platform sprzedaży online¹². Pismo znaleźć można w Internecie, gdzie najpierw jest umieszczane w obszarach sieci niedostępnych dla zwykłych przeglądarek (tzw. *deep web* lub *darknet*), a następnie kopiowane i rozpowszechniane przy użyciu mediów społecznościowych i innych kanałów komunikacyjnych.

⁹ Por. H.K. Gambhir, *Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State*, s. 2-3, http://www.understandingwar.org/sites/default/files/Dabiq%20Background_Harleen%20Final.pdf, dostęp 29.02.2016.

¹⁰ Por. Tamże, s. 2.

¹¹ Por. Al Arabiya English, *ISIS issues print, electronic newspaper*, <http://english.alarabiya.net/en/media/2014/07/10/ISIS-issues-print-electronic-newspaper-.html>, dostęp 29.02.2016.

¹² Por. A. Masi, *ISIS Propaganda Magazine Dabiq For Sale On Amazon, Gets Taken Down*, <http://www.ibtimes.com/isis-propaganda-magazine-dabiq-sale-amazon-gets-taken-down-1961036>, dostęp 29.02.2016.

Na początkowych stronach pierwszego numeru „Dabiq” zarysowany jest profil, jaki Al-Hayat Media Center chce nadać pismu: ma ono zawierać „fotoreportaż, aktualne wydarzenia i artykuły informacyjne na tematy związane z Państwem Islamskim” oraz odwoływać się do takich wartości muzułmańskich, jak *dżihad* (zmaganie, walka, święta wojna), *hidżra* (migracja, wywędrowanie), *tawhid* (monoteizm, jedność), *dżama’at* (społeczność) oraz *manhadż* (poszukiwanie prawdy)¹³. Zwraca uwagę wysoki poziom edytorski, graficzny i językowy periodyku, co świadczy o tym, że dziennikarze i redaktorzy „Dabiq” posiadają nie tylko wymagany warsztat zawodowy, ale też umiejętności językowe na poziomie *native speaker*. Potwierdzają to relacje świadków, którzy dotarli do osób odpowiedzialnych za tworzenie magazynu¹⁴. Taka staranność może świadczyć o tym, że „Dabiq” jest kierowany do odbiorców posługujących się językiem angielskim na co dzień i mających wysokie wymagania wobec prasy.

Analiza treści i docelowych grup odbiorców

Pierwsze numery magazynu „Dabiq” liczyły średnio 40-50 stron, jednak z czasem objętość ta zwiększyła się i obecnie najnowsze wydania mają przeciętnie ok. 60-80 stron zawierających kolorowe fotografie, grafiki oraz teksty. Analizując treść publikowanych artykułów, można określić, do kogo kierowane jest przesłanie dżihadystów. Stałym elementem w magazynie są relacje z bieżących działań militarnych Państwa Islamskiego z podziałem na wilajety (jednostki administracyjne; nazwa nawiązuje do podziału stosowanego m.in. w kalifacie osmańskim). Co charakterystyczne, opisywane są tu wyłącznie sukcesy wojskowe dżihadystów, przedstawiane jako nieunikniony wynik boskiego przyzwolenia, a tekst często wzbogacony jest o zdjęcia, niekiedy przedstawiające drastyczne sceny. Często powraca też temat rywalizacji PI z innymi grupami islamskimi (szczególną wrogością darzona jest Al-Qaida i jej sojusznicy) oraz tradycyjnego hołdu *bayat*, jaki samozwańczemu kalifowi Abu Bakrowi al-Baghdadiemu złożyli przedstawiciele lokalnych plemion i bojówek a także ugrupowań z odległych od Bliskiego Wschodu rejonów świata. Informację o takiej przysiędze wierności w wykonaniu przywódców miejscowych syryjskich plemion znajdujemy już w pierwszym numerze pisma¹⁵. Wydanie piąte donosi, że *bayat* złożyli mudżahedini na Synaju, w Libii, Jemenie, Algierii i na Półwyspie Arabskim¹⁶, zaś ósme informuje o przysiędze nigeryjskiego Boko

¹³ Por. *Dabiq magazine*, „Dabiq” 2014, nr 1, s. 2.

¹⁴ Por. S. Moubayed, *Under the Black Flag: At the Frontier of the New Jihad*, London 2015, s. 144.

¹⁵ Por. *Halab tribal assemblies*, „Dabiq” 2014, nr 1, s. 12-13.

¹⁶ Por. *Unifying the ranks*, „Dabiq” 2014, nr 5, s. 12.

Haram¹⁷. Zarówno relacje ze zwycięstw militarnych, jak i z sukcesów w jednoczeniu islamskich grup wokół idei kalifatu mają na celu podnoszenie morale muzułmanów przebywających na terenach opanowanych przez Państwo Islamskie oraz budowanie wśród nich przekonania o potędze tej organizacji i prawowitości ogłoszonego przezeń kalifatu. W pewnym stopniu mogą też oddziaływać na muzułmanów mieszkających na Zachodzie – przekonanych bądź potencjalnych zwolenników PI – jednak do tej grupy kierowane są inne teksty z bardzo wyraźnym przesłaniem.

Jako że Państwo Islamskie dużą wagę w swojej doktrynie przykładą do budowy w pełni funkcjonalnego państwa, dużo miejsca w jego propagandzie poświęcone jest wyidealizowanym opisom życia codziennego w ramach nowo ogłoszonego kalifatu¹⁸. Dodatkowym czynnikiem, który ma zachęcać do przyjazdu na tereny Syrii i Iraku, jest motywacja religijna. Dżihadyści nawiązują do *hidżry* (wędrowki Mahometa z Mekki do Medyny), argumentując, że obowiązkiem każdego muzułmanina jest migracja na tereny nowego kalifatu. Motyw ten poruszany jest w „Dabiq” wielokrotnie, zaś w trzecim wydaniu stanowi on główny temat numeru¹⁹. Wyrażone wprost wezwanie do przyścia z pomocą Państwu Islamskiemu na terenach przezeń zajmowanych znajduje się także w numerze pierwszym, lecz – co istotne – nie jest ono skierowane do potencjalnych bojowników. Jego adresatami są „wszyscy muzułmańscy lekarze, inżynierowie, naukowcy i specjaliści”²⁰, co wprost wynika ze strategii tworzenia organizmu państwowego mającego sprawnie działać na każdym polu, a nie nastawionego jedynie na przetrwanie i zbrojną konfrontację w obronie dotychczasowych zdobyczy terytorialnych.

Ostatnią grupą docelową, do której jest skierowane przesłanie „Dabiq”, są czytelnicy z kręgu cywilizacji zachodniej (na co wskazuje stosowany język angielski; należy jednak zauważyć, że z racji powszechnej znajomości tego języka jego użycie znacząco poszerza grono odbiorców, czego przykładem może być wypowiedzenie przez IS wojny Japonii na łamach pisma²¹), *kuffar* – niewierni, ale także muzułmanie, których wizja islamu jest odmienna od sala-fickiej interpretacji głoszonej przez dżihadystów. Mogą oni zapoznać się z magazynem „Dabiq” celowo, mogą przypadkiem znaleźć w Internecie treści, które umyślnie zostały zatytułowane bądź opisane w mylący sposób i udostępnione np. w mediach społecznościowych, w końcu mogą także odnaleźć w mediach

¹⁷ Por. *The bay'ah from West Africa*, „Dabiq” 2015, nr 8, s. 14.

¹⁸ Por. H. K. Gambhir, *Dabiq: The Strategic...*, dz. cyt., s. 4.

¹⁹ Por. *A call to hijrah*, „Dabiq” 2014, nr 3, s. 1.

²⁰ *A call to all Muslim*, „Dabiq” 2014, nr 1, s. 11.

²¹ Por. *Foreword*, „Dabiq” 2015, nr 7, s. 3.

tradycyjnych materiał, w którym opisane jest przesłanie islamistów zawarte w ich materiałach propagandowych (przypadek depeszy KAI dotyczącej gróźb w stosunku do chrześcijan, którą przedrukowały liczne media krajowe²²). Przykładami artykułów skierowanych do opisanej tutaj grupy są pojawiające się w „Dabiq” historie schwytych zakładników, opatrzone drastycznymi fotografiami z egzekucji i stanowiące ostrzeżenie dla obywateli państw zachodnich przebywających na Bliskim Wschodzie np. jako dziennikarze. Czasem też groźby wyrażane są wprost i kierowane do całych narodów, grup religijnych, ale też poszczególnych osób, np. do prezydenta USA Baracka Obamy. Tematem czwartego numeru pisma była *Nieudana krucjata*, zaś na okładce umieszczono fotomontaż obelisku na watykańskim Placu Świętego Piotra z zatknietą na szczycie czarną flagą Państwa Islamskiego. W numerze znaleźć można m.in. takie słowa: „Zdobędziemy wasz Rzym, połamamy wasze krzyże i zniewolimy wasze kobiety, jeśli pozwoli Allah, Najwyższy”²³. Dwunasty numer gloryfikuje sprawców zamachów w Paryżu z listopada 2015 r., na okładce drukując tytuł „Just Terror” i zapowiadając kolejne akty terroryzmu²⁴. Trzynaste wydanie pisma na pierwszych stronach przywołuje natomiast postacie zamachowców z amerykańskiego San Berardino i przypomina o wezwaniu samozwańczego kalifatu, by „muzułmanie uderzali w krzyżowców w ich własnych państwach”²⁵. Oczywiście celem takich artykułów jest wywołanie strachu u określonych odbiorców – „namierzonej widowni”, o której wspomina B. Hoffman w swojej definicji terroryzmu. Tą widownią są opisani wcześniej czytelnicy z Zachodu, którzy stanowią tym samym trzecią wyraźnie wyodrębnioną grupę docelową, do jakiej kierowane jest przesłanie propagandowego magazynu Państwa Islamskiego „Dabiq”.

Podsumowanie

W swojej działalności propagandowej muzułmańskie grupy terrorystyczne posługują się wieloma dopracowanymi narzędziami. Sztukę tę do perfekcji opłnowała organizacja Państwo Islamskie, która dysponuje nawet specjalnie do tego celu powołanym departamentem Al-Hayat Media Center. Tworzony przez to swoiste ministerstwo informacji anglojęzyczny magazyn „Dabiq” jest wydawnictwem stojącym na profesjonalnym poziomie edytorskim, które stosuje zróżnicowany środki w zależności od tego, do kogo kierowany jest jego prze-

²² Por. Onet, *Magazyn Państwa Islamskiego atakuje Watykan*¹, <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/magazyn-panstwa-islamskiego-atakuje-watykan/cy3cx>, dostęp: 29.02.2016.

²³ Por. *Foreword*, „Dabiq” 2014, nr 4, s. 5.

²⁴ *Just Terror*, „Dabiq” 2015, nr 12, s. 1.

²⁵ *Foreword*, „Dabiq” 2015, nr 13, s. 3.

kaz. Wśród głównych grup odbiorców propagandy „Dabiq” można wyróżnić muzułmanów z terenów opanowanych przez PI, u których pismo stara się podnosić morale i utwierdzać w przekonaniu, że ogłoszony przez Abu Bakra al-Baghdadiego kalifat jest zgodny z islamskim prawodawstwem i tradycją. Drugą grupą są muzułmanie mieszkający na innych terenach, którzy są namawiani do *hidżry*, motywowanej religijnie migracji w celu wspomżenia kalifatu na miejscu. W tym gronie propagandyści islamscy chcieliby widzieć nie tylko bojowników gotowych ginąć za Allaha, ale także cywilnych specjalistów mogących budować podwaliny nowego państwa. Wreszcie ostatnim wyraźnie wyodrębnionym kręgiem odbiorców są wszyscy ci, których Państwo Islamskie uznaje za wrogów, dążąc do zastraszenia ich bezwzględnością swoich przeszłych działań i groźbą ich powtórzenia w nieokreślonej przyszłości.

THE ROLE OF „DABIQ” MAGAZINE IN THE PROPAGANDA OF THE ISLAMIC STATE

Streszczenie

Muzułmańska organizacja terrorystyczna Państwo Islamskie dużą wagę w swojej aktywności przykładą do działalności propagandowej. Oprócz nowoczesnych technologii cyfrowych, szczególnie mediów społecznościowych, w stosowaniu których organizacja osiągnęła wysoki poziom sprawności, istotną rolę pełni tu też prasa, m.in. publikowany w Internecie anglojęzyczny magazyn „Dabiq”. Periodyk ten cechuje się wysokim poziomem warsztatu dziennikarskiego i różnorodną treścią, na którą składają się m.in. teksty o tematyce religijnej, relacje z pola walki, wywiady, sylwetki. Do grupy docelowej odbiorców „Dabiq” zaliczają się nie tylko muzułmanie – tak na Bliskim Wschodzie, jak i w Europie czy USA – ale także „niewierni”, których ma zastraszyć przekaz płynący z pisma.

Słowa kluczowe

Państwo Islamskie, islam, terroryzm, propaganda, Dabiq

Abstract

Muslim terrorist organization the Islamic State considers propaganda activity crucial in its strategy. Apart from modern hi-tech tools, especially social media, where Islamic State's activists achieved high level of proficiency, very important role plays a press, e.g. online published English-language „Dabiq” magazine. Released every 1-2 months “Dabiq” is characteristic for its high production value and big variety of articles, such as religious features, battlefield reports, interviews etc. Target group of this sophisticated magazine is not only Muslims, both in the Middle East and in the western hemisphere, but also the *kuffar* (infidels), who are supposed to be frightened by the Islamic propaganda presented in the Islamic State's media.

Key words

Islamic State, ISIS, Islam, terrorism, propaganda, Dabiq

Bibliografia:

A call to all Muslim, „Dabiq” 2014, nr 1.

A call to hijrah, „Dabiq” 2014, nr 3.

Al Arabiya English, *ISIS issues print, electronic newspaper*, <http://english.alarabiya.net/en/media/2014/07/10/ISIS-issues-print-electronic-newspaper-.html>, dostęp 29.02.2016.

Al-Muslim, *As-Sahih*, rozdział 54, hadis 44, tłum. własne na podst.: *Sunnah.com*, <http://sunnah.com/muslim/54/44>, dostęp 29.02.2016.

Dabiq magazine, „Dabiq” 2014, nr 1.

Foreword, „Dabiq” 2014, nr 4.

Foreword, „Dabiq” 2015, nr 7.

Foreword, „Dabiq” 2015, nr 13.

Halab tribal assemblies, „Dabiq” 2014, nr 1.

Gambhir H. K., *Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State*, Institute for the Study of War 2014, http://www.understandingwar.org/sites/default/files/Dabiq%20Backgrounder_Harleen%20Final.pdf, dostęp 29.02.2016.

Hoffman B., *Oblicza terroryzmu*, tłum. H. Pawlikowska-Gannon, Warszawa 2001.

Husick L. A., *The Islamic State's electronic outreach*, Foreign Policy Research Institute 2014, http://www.fpri.org/docs/husick_-_media_war_1.pdf, dostęp 29.02.2016.

Just Terror, „Dabiq” 2015, nr 12.

Manovich L., *New Media from Borges to HTML*, Cambridge 2001.

Masi A., *ISIS Propaganda Magazine Dabiq For Sale On Amazon, Gets Taken Down*, International BusinessTimes 2015, <http://www.ibtimes.com/isis-propaganda-magazine-dabiq-sale-amazon-gets-taken-down-1961036>, dostęp 29.02.2016.

McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

Moubayed S., *Under the Black Flag: At the Frontier of the New Jihad*, London 2015.

Onet, *Magazyn Państwa Islamskiego atakuje Watykan*, <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/magazyn-panstwa-islamskiego-atakuje-watykan/cy3cx>, dostęp: 29.02.2016.

Stanford University, *Mapping Militant Organizations: The Islamic State*, <http://web.stanford.edu/group/mappingmilitants/cgi-bin/groups/view/1>, dostęp 29.02.2016.

Szpunar M., *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia medioznawcze” 2008, nr 4.

The bay'ah from West Africa, „Dabiq” 2015, nr 8.

Unifying the ranks, „Dabiq” 2014, nr 5.

Vogt B., *The Church and New Media: Blogging Converts, Online Activists, and Bishops Who Tweet*, Huntington 2011.