

I combattenti virtuali di Da'esh

di Erika Panuccio

Abstract

L'efficacia della propaganda jihadista di IS o Da'esh è stata più volte affermata e riconosciuta dagli analisti del settore. Tuttavia, è importante mettere in luce il ruolo svolto dai sostenitori, o *fanboy*, di Da'esh, i quali non sono meno importanti dei membri effettivi e si reputano 'combattenti della rete'. Questi individui sono la reale chiave del successo della sua propaganda, perché hanno permesso all'organizzazione di dare risonanza ai propri atti e di illustrarli nella forma per sé più vantaggiosa. Insieme costituiscono una struttura complessa, una comunità virtuale e internazionale, che è stata definita 'camera di risonanza della radicalizzazione'. È probabile che senza di loro questa organizzazione non avrebbe acquisito una tale rilevanza ed è altrettanto probabile che saranno loro a proseguire la diffusione del messaggio jihadista, a prescindere dalla sopravvivenza di Da'esh nei tempi a venire. La seguente trattazione vuole sintetizzare i risultati di una ricerca svolta tra il 2015 e 2016 sul social network Twitter.

Profilo dell'autore

Erika Lisa Panuccio è Dottoressa magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa. Si interessa di propaganda del terrore ed è autrice di una tesi su questo tema, premiata dal DIS. Scrive analisi di geopolitica sulla regione asiatica e americana.

Keyword terrorismo, jihadismo, propaganda, internet

Sommario Introduzione – I *fanboy* di Da'esh – Gli obiettivi della comunicazione – Conclusioni – Note – Bibliografia

Introduzione

L'organizzazione Stato Islamico (IS) o Da'esh si è appropriata dei canali e delle tecniche comunicative del nemico per diffondere il suo messaggio jihadista. I materiali che sono stati diffusi tramite Internet hanno avuto un grande impatto proprio perché si basano su uno studio attento della retorica e della narrazione. Nell'ambito degli studi sul terrorismo, si adotta esattamente il termine *storytelling* (o 'narrativa') per indicare il complesso di basi ideologiche e atti comunicativi adottati dai gruppi estremisti per mantenere la coesione interna, indicare in modo chiaro i propri obiettivi –

soprattutto alle cellule indipendenti –, pubblicizzare la propria causa, reclutare nuovi membri e dare uno scopo e una coerenza di fondo alle proprie attività.¹

Così come avviene nella realtà, anche su Internet Da'esh si approfitta dei vuoti di potere per conquistare uno spazio proprio, che poi difende tenacemente, come afferma un rapporto di Brookings.² Tale controllo persiste ancora oggi nella virtualità, sebbene Da'esh abbia dovuto abbandonare gran parte dei territori occupati nel cosiddetto 'Siraq', ampia regione che abbraccia Siria e Iraq. Il successo della sua attività comunicativa è collegato, tra l'altro, alla volontà delle compagnie social di garantire la libertà di espressione a tutti i loro utenti. A questo si unisce una limitata regolamentazione di Internet – una terra di nessuno in cui è difficile stabilire il confine tra libertà e attività illecite e dove la legislazione dei singoli Stati spesso non arriva.

Tra i canali di comunicazione adottati da Da'esh, Twitter gli è risultato particolarmente utile. Tale piattaforma permette di diffondere informazioni puntuali e aggiornate, ma anche di entrare direttamente in contatto con un bacino potenziale di 300 milioni utenti. La condivisione di messaggi e materiali è facile e immediata e attraverso l'inserimento di opportuni *hashtag* è possibile raggiungere anche utenti sconosciuti, che si trovano al di fuori della propria cerchia di contatti. Twitter permette, inoltre, di commentare i *tweet* di altri utenti e dei media. Questo fornisce l'occasione di mostrare i fatti da un altro punto di vista, fino a girare a proprio favore persino le notizie diffuse con l'intenzione di condannare l'organizzazione o di minarne reputazione e credibilità.

I fanboy di Da'esh

Negli ultimi anni, Da'esh non ha potuto contare solo su un Dipartimento Media interno, ma anche su un esercito di sostenitori che operano sulla rete: i cosiddetti *fanboy*, che si sono occupati della diffusione di video, riviste digitali e di varie attività propagandistiche. Nel 2017, molti dei canali ufficiali sono stati eliminati o sono in stato di inattività, per via delle perdite subite durante i combattimenti e la fuga di numerosi membri dell'organizzazione. Tuttavia, gruppi di *fanboy* stanno mantenendo in vita la comunità di sostenitori di Da'esh tramite Internet e app di messaggistica. In un'intervista condotta dal ricercatore ed esperto di estremismo Amarnath Amarasingam,³ uno di loro affermò:

It is our obligation to call people to our cause and explain it to them, to debunk lies by the mass media about jihad and the mujahideen [fighters]. We are rewarded for our efforts by Allah azza wajal [the Glorious and exalted].⁴

Difendere la Verità, o Verbo del Dio (*Haqq*), e farla prevalere sulle bugie degli 'ipocriti' (*munaafiqun*) viene considerato un atto di fede, affine allo sforzo di un combattente, un *mujahid*. Per questo motivo, i *fanboy* più dediti alla causa si sono imposti di resistere con tenacia alle continue sospensioni di account e rimozioni di contenuti che *service provider* come Twitter compiono ogni giorno. I loro account rappresentano in tutti i sensi dei *ribat* virtuali, ossia ciò che in antichità erano i posti di guardia collocati ai confini del territorio conquistato, finalizzati a respingere i nemici dell'Islam. Assumere questo compito implicava essere impegnato in un *jihad* perenne e questa dedizione alla causa permetteva di guadagnarsi il favore di Dio e il perdono dei propri peccati.⁵ Secondo gli usi, quanti non potevano unirsi ai *mujahidin* potevano partecipare

aiutando finanziariamente i combattenti oppure divulgando la chiamata al jihad nella propria comunità ed è esattamente ciò di cui si occupano i membri della cosiddetta 'Baqiya Family'. Il grido di battaglia dell'organizzazione, *baqiyya wa tatamaddad* ('rimanere ed espandersi'), si è così trasferito fluidamente dalla realtà alla virtualità della rete.

Considerando Twitter, è possibile catalogare gli utenti che sostengono Da'esh in base al loro approccio e alle attività svolte online. Per quanto riguarda l'approccio, si distinguono essenzialmente due macroaree, ossia account attivi e passivi: i primi si dedicano con costanza ai compiti di propaganda e proselitismo, anche realizzando materiali in proprio, mentre i secondi si limitano a condividere tweet e contenuti prelevati dagli altri account. Ciò non significa che gli utenti passivi siano poco coinvolti, anzi, molti di loro ripubblicano contenuti altrui con un'altissima frequenza giornaliera. Un'altra ricerca del Brookings Institution afferma che gran parte del successo della strategia mediatica di Da'esh è dipeso proprio da questi utenti.⁶

Facendo invece riferimento alle attività svolte online, è possibile individuare diversi sottogruppi di individui, ognuno dei quali possiede una funzione ben precisa. Ad esempio, gli addetti alle traduzioni si occupano della trascrizione in diverse lingue straniere dei video e discorsi ufficiali, del reclutamento di altri individui disposti a collaborare a questa attività e della divulgazione online delle versioni tradotte – spesso archiviate per ragioni di sicurezza su siti di condivisione di file (Diaspora, LiveLeak, justpaste.it, archive.org) o su canali privati di app come Telegram.

Official English translation of Al-Baghdadi speech now ready in PDF on [Telegram] channel. Soon will create archive links⁷
@272ASFURA – 28 dicembre 2015

Aumentare il numero di versioni tradotte significa aumentare la portata del messaggio. I contenuti più importanti vengono tradotti in una molteplicità di lingue, come esemplificato dal tweet seguente, riferito a un discorso dell'ultimo leader di Da'esh, Abu Bakr al-Baghdadi (definito *umarā' al-mu'minīn*, o 'Comandante dei Fedeli'):⁸

One point to download Ameerul Momnin's new address in 14 languages.⁹
<https://t.co/0AfX3Hu1bU> #IslamicState #IS #ISIS #ISIL
@Mndslfe – 29 dicembre 2015

Oltre a questi utenti, ve ne sono però altri che mantengono volutamente un basso profilo o rendono il proprio account privato, in modo da non essere sospesi e si occupano di rimettere in contatto gli utenti attraverso la messaggistica privata. In breve, così come Da'esh si è strutturato in una organizzazione gerarchica, disposta in livelli e in cui ogni membro possiede un ruolo preciso e non ha una visione globale delle operazioni svolte, nello stesso modo si è conformata la rete esistente su Twitter.

Come in una reale *guerrilla*, i combattenti della rete hanno imparato ad adattarsi alle circostanze: così creano account di back up, si tengono in contatto e si scambiano informazioni e consigli. La resistenza e perseveranza di alcuni di loro si spiega con il fatto che, basandosi sul Corano, l'atto di abbandonare il 'campo di battaglia' e i propri compagni viene considerato un grave peccato e questo precetto è stato apparentemente esteso anche all'ambito virtuale.¹⁰

Brothers and sisters, I see some of you retreat back when suspended! That's not our way.
PLEASE MARCH FORTH AND DO NOT STOP! #IslamicState
@al_amriki7957 – 9 gennaio 2016

BAQIYA FAMILY ALWAYS COME
SUSPENSION MAKE US STRONGER
DON'T UNDERESTIMATE HOW VALUABLE YOU ARE!
DIE IN YOUR RAGE!
@baqiya94 – 3 dicembre 2015

Su Twitter è possibile imbattersi anche in messaggi che indicano il comportamento da seguire per evitare di incorrere in sospensioni indesiderate e di rivelare dati sensibili, tra cui la propria posizione geografica. Questi fanno parte delle cosiddette OpSec, ossia operazioni di sicurezza. I consigli sono talvolta corredati da link a brevi opuscoli in formato digitale, realizzati in arabo e in inglese e corredati di figure che mostrano passo per passo come mettere in pratica queste procedure.¹¹

Questo dimostra come la comunità virtuale prenda seriamente il compito di diffondere il messaggio di Da'esh e anche come si sia organizzata in modo da resistere alle iniziative di contrasto sui social network. Secondo alcuni ricercatori, come J.M. Berger e Heather Perez, la strategia di sospensione degli account estremisti su Twitter si è rivelata efficace. Dalle loro ricerche, risulterebbe che dopo ogni sospensione la loro rete di contatti si riduca di dimensione e il ritmo delle attività rallenti.¹² Secondo altri, si tratta solo di un rimedio e non di una soluzione, in quanto per creare un nuovo account servono pochissimi minuti e quindi si rivela uno sforzo vano. Inoltre, secondo una *sentiment analysis* realizzata dai ricercatori di VOICES from the Blogs, spin-off dell'Università degli Studi di Milano, pare che questo approccio possa paradossalmente favorire il reclutamento di nuovi membri. L'appartenenza a una comunità virtuale permette di dare voce alle proprie opinioni radicali e quindi funge da valvola di sfogo. La sua eliminazione – che si traduce nella privazione della possibilità di esprimersi liberamente – può portare un individuo a unirsi fisicamente alla comunità, diventando un *foreign fighter*.¹³ Considerata la battuta d'arresto che ha subito la 'emigrazione' in Siraq, si potrebbe aggiungere che questo tipo di censura può anche portare un singolo individuo (*lone wolf*) a compiere atti estremi pur di superare la barriera comunicativa e attirare l'attenzione su di sé e sul messaggio di Da'esh, nella forma di attacchi terroristici o aggressioni armate.

Gli obiettivi della comunicazione

Da'esh è il primo gruppo terroristico che fa del marketing e dell'internazionalità la sua vera arma e 'IS', nelle sue varie declinazioni, è ormai un marchio riconoscibile e condiviso, così come lo sono le bandiere nere o i prigionieri in tuta arancione dei video che mostrano le esecuzioni. La sua strategia comunicativa è finalizzata a difendere la propria reputazione e a creare un'immagine dal duplice effetto, capace di affascinare e terrorizzare. La comunità islamica (*Ummah*), il primo pubblico di riferimento, riceve messaggi volti a conquistare la sua legittimazione e ad attirare seguaci. Il nemico, invece, è il secondo pubblico di riferimento, destinatario di contenuti volti a

suscitare un diffuso senso di insicurezza, nonché di una propaganda che punta a danneggiare l'immagine del fronte anti-Da'esh.

Analizzando i contenuti divulgati tramite Twitter da un campione di utenti¹⁴, sono emersi quattro obiettivi di comunicazione:

1. ottenere la legittimazione delle popolazioni locali e della comunità musulmana internazionale
2. attirare nuovi membri e sostenitori
3. conquistare l'attenzione e mantenerla
4. danneggiare l'immagine del nemico.

1. Ottenere la legittimazione della comunità musulmana

Circondarsi di persone pronte a difendere l'organizzazione dai nemici, che affrontino il rischio di essere legalmente perseguite o persino di morire, significa dotarsi di una corazza che le armi non possono scalfire. Per convincere la comunità musulmana che le proprie azioni siano guidate da Dio, l'organizzazione ha esaltato con toni iperbolici ogni successo militare. La vittoria è un segno del favore divino e viene usata per sottolineare che Allah è dalla parte dei soldati del Califfato:

None can defeat the Army of Allah, it is only shaytan [il Diavolo] who is fooling u with fake promises but he is weak & u r weak
@skxx88xx – 23 dicembre 2015

Persino quando l'organizzazione versava in una situazione sfavorevole, questo veniva comunque interpretato in modo positivo:

Obama: "ISIS losing ground"
We: That is where you are wrong, #IS isn't fighting for ground or oil. IS fights to make Allah's word superior.
@AmirBakistani51 – 19 dicembre 2015

Ciò che contraddistingue Da'esh da altri gruppi, è il fatto che la sua narrativa non si limita a promuovere la guerra santa (*jihad*). Questa organizzazione si è impegnata a realizzare un nuovo Califfato, sul modello di quello fondato dal Profeta Maometto più di mille anni fa, vera e propria *dar al-Islam* ('Casa' di tutti i credenti). Per conquistare il sostegno della *Ummah*, la propaganda ha fornito l'immagine di uno Stato che garantisce il benessere ai propri abitanti. Non si è trattato solo di un modo per placare il dissenso, bensì di una necessità ideologica. Il Califfato originario fu per tradizione un 'distributore di rendite' sotto forma di denaro, doni, concessioni immobiliari e 'bottini di guerra' (*ghanima*).¹⁵ Parallelamente al corpo bellico, Da'esh si è dotato di un vero e proprio esercito di civili che si è occupato, tra l'altro, di mantenere i flussi commerciali e garantire i rifornimenti di viveri, elettricità e medicine nei territori occupati.

Alcuni fotoreportage, diffusi su Twitter nel periodo della sua massima espansione, presentavano ad esempio nuovi negozi o *suq* (mercati) in zone prive di attività commerciali, per risolvere il problema della disoccupazione rurale. Inoltre, spesso mostravano la reintroduzione della pratica della *zakat*, ossia il pagamento di una decima a favore dei poveri, che può essere elargita in forma di

denaro, cibo, bestiame o abitazioni. Anche la salute degli abitanti veniva tenuta sotto controllo, attraverso controlli periodici volti a riscontrare possibili malattie. I trasporti erano garantiti attraverso la creazione di una linea di bus tra la Siria e l'Iraq, la distribuzione gratuita di benzina e l'asfaltatura delle strade. In molte *wilayat* – questo il nome dei territori occupati, divenute 'province' del cosiddetto Califfato – venivano fondate scuole e organizzate attività educative religiose come i 'Forum missionari', in cui i bambini imparavano i principi dell'Islam (di Da'esh) attraverso il gioco. Con questo ritratto idilliaco, la propaganda metteva in secondo piano eccidi, rapimenti, stupri e soprusi di ogni tipo, spesso subiti in silenzio dalle popolazioni locali per paura di peggiori ripercussioni.

I *fanboy* continuano ciononostante a esaltare il Califfato di Da'esh, anche attraverso il confronto con lo stile di vita dei musulmani che vivono all'estero, che diventa l'occasione per criticare anche le forme di governo democratiche.

9 millions de Français vivent désormais avec moins de 964 euros par mois, sur fond d'accroissement des inégalités
@Saladain74Is – 2 febbraio 2016

As a woman living in da #caliphate, furniture to groceries come our doorstep, this is how shari'ah give us, what does demon-crazy give u?
@ImranGetu10 1 – 6 gennaio 2016

Al contrario delle 'demon-crazie', così definite perché si basano precetti non islamici e perciò 'diabolici', Da'esh promette un supporto costante ai poveri e gli svantaggiati, una maggiore inclusione sociale e l'integrazione di ogni cittadino musulmano disposto a seguire le regole comuni, a prescindere dalla sua provenienza geografica. Per ottenere il consenso, inoltre, la propaganda ritrae la *shari'a*, la legge islamica, come un sistema perfetto, capace di garantisce ordine e giustizia. Si tratta di un'opinione comune tra i sostenitori dell'organizzazione:

Only Islamic Shariah Law can protect society from the decay of man made law.
We declare #No2Democracy #Yes2Islam
@MuslimPrisoners – 27 novembre 2015

Le 'leggi fatte dall'uomo' (*man-made law*) devono essere respinte perché non rispettano i precetti islamici e perciò non garantiscono la protezione della *Ummah* dai mali che potrebbero farla deviare dal giusto cammino. Inoltre, nella loro ottica, il fatto che siano gli stessi uomini a darsi delle leggi è segno di idolatria, in quanto si sostituiscono ad Allah nel compito della creazione.¹⁶ Per questo motivo, la legge adottata da Da'esh può essere solo quella islamica, tratta dal Corano, che è Parola ed emanazione diretta di Dio.

Muslims don't vote, Muslims implement shariah, so don't go to polling stations to cast your vote bcoz our man-haj methodology is the bullet.
@KMustafah3 – 22 gennaio 2016

Il termine 'democrazia' viene usato con tono sprezzante, spesso in associazione alla guerra. Questo lo lega indissolubilmente a connotati negativi, che privano persino i diritti umani della loro positività:

Any logical Muslim will spit on your lies of "human rights", "war crimes", "democracy", & your false slogans

@khalidi4sham3 – 22 dicembre 2015

La #France veut nous imposer des ordures intellectuelles telles:

liberté d expression

égalité homme femme

droit de disposer de son corps

@6ius7v5 – 10 gennaio 2016

Il Califfato è anche definito come l'unico luogo dove un musulmano è libero dalla discriminazione, perché è *dar al-Islam*, la Casa di tutti i credenti – ovviamente il razzismo qui è concepito a senso unico, solo se rivolto ai musulmani, mentre è concesso e, anzi, incoraggiato nei confronti di 'infedeli' e 'miscredenti'.

2. Attirare nuovi membri

Secondo obiettivo generale è attirare nuovi sostenitori. Dal testo programmatico *Black Flags from the Islamic State* si apprende che il modo migliore per farlo sia contattarli direttamente, agendo attraverso conoscenze in comune, piuttosto che andare nelle moschee a fare proselitismo – poiché è evidente che l'Intelligence tenga sotto controllo i luoghi di preghiera sul suo territorio. Tuttavia, non è facile raggiungere questi individui e convincerli ad affrontare tutti i rischi che implicano il *jihad*, l'emigrazione in Siraq e il terrorismo. Per questo motivo, la propaganda si dimostra necessaria per attirare a sé, poco per volta, gli individui inclini alla radicalizzazione ma che esitano a fare un passo decisivo in quella direzione:

The media attention given to it [terrorism attack] would cause it [jihadist organization] to be feared and respected, curious people would try to search for who this group was and what it calls for. If the group had good propaganda online on a website, people could read their messages and those who were sympathetic to the cause could join its Jihad project by supporting it; ideologically - by spreading its message, financially donating, or joining the Jihad struggle themselves.¹⁷

In tal modo, quella che inizialmente è solo una tendenza verso idee estremiste, che si esprime attraverso dei *tweet*, con il tempo si evolve e si rafforza, finché si giunge alla radicalizzazione vera e propria. In altre parole, l'individuo fa propria l'ideologia degli utenti con cui interagisce e si convince che sia anche la propria. Dall'unione degli account più influenti (i 'nodi') e una moltitudine di sostenitori (gli 'amplificatori'), nasce una vera e propria 'radicalization echo chamber'.¹⁸ Questa rete virtuale aumenta la portata e la potenza del messaggio, perché viene personalizzato e reinterpretato dagli utenti in modi che lo rendono più attrattivo. In alcuni casi, questi sostenitori non si fermano al sostegno pubblico di Da'esh (*advocacy*), ma iniziano a partecipare più attivamente al progetto del Califfato e questo può significare radicalizzare altri musulmani, contattare i reclutatori perché li aiutino a emigrare nel Califfato, o pianificare attentati terroristici nel proprio Paese.

3. Conquistare l'attenzione

Il terzo obiettivo della campagna mediatica di Da'esh è quello di attirare l'attenzione, non solo della comunità musulmana mondiale ma anche dei propri nemici, per costringere gli avversari in uno stato di apprensione e aumentare le tensioni interne, che possono favorire l'obiettivo secondario della radicalizzazione. Uno dei modi migliori per ottenere questo scopo è il ricorso alla violenza, che deve necessariamente essere indiscriminata e avvenire in luoghi, momenti e modalità inaspettate per risultare rilevante per i media stranieri. Non vi è prova che tutte le azioni terroristiche sinora rivendicate siano state volute e pianificate da Da'esh.¹⁹ In ogni caso, associando il nome di Da'esh a eventi violenti e sensazionalistici, è assicurata una copertura mediatica.

Il fenomeno terroristico in sé può essere interpretato come un atto comunicativo, basato su quattro elementi: un mittente (il terrorista), un destinatario (l'obiettivo desiderato), un messaggio (autobomba, attacco a sorpresa, esecuzione di un ostaggio) e un feedback (la reazione del destinatario). Non è però immediato concludere che il destinatario sia anche la vittima di un'azione terroristica, anzi: un terrorista non trae vantaggio dalla morte della vittima, ma dalla reazione che si verifica negli individui che diventano partecipi del gesto, direttamente o indirettamente. Secondo il ricercatore John Pitseys, le vittime fungono solo da 'effetto di richiamo', ossia servono per ottenere visibilità e per reiterare uno stesso concetto di fondo, che unisce le une alle altre come se ognuna fosse 'un tweet perfezionato' o l'episodio di una serie televisiva.²⁰ In questo senso, i video che mostrano le esecuzioni dei prigionieri comportano gli stessi risultati di un attacco terroristico, perché colpiscono la sfera psicologica del nemico e vengono infatti definiti *PsyOps* (*Psychological Operations*) dalla stessa organizzazione:

This type of warfare is known as PsyOps (Psychological Operations) which scare the enemy in their minds before a direct confrontation. PsyOps would be a powerful tool the followers of al-Zarqawi would use, and the Islamic State continues to use it to deter enemies before a direct confrontation.²¹

Lo scopo secondario del terrorismo, come già accennato, è favorire la radicalizzazione, in particolare una 'doppia radicalizzazione' all'interno del fronte nemico. Non solo i musulmani si radicalizzano: suscitando un'atmosfera di pericolo e allarme, possono emergere tra i non musulmani dei sentimenti e atteggiamenti ostili nei confronti dei membri della comunità islamica locale, i quali iniziano a essere considerati una minaccia a prescindere dalle proprie posizioni ideologiche. Nell'ebook *Black Flags* è possibile trovare esattamente questo ragionamento, che dimostra il reale intento dei numerosi attacchi all'Europa: «[...] so people of Europe will realise there is a constant war in their country, they will not feel safe, and they will gradually not trust their governments to protect them. This will make groups in the West attack Islam and the Muslims in Europe (example: a group in Belgium called "The Christian State" threatened Muslim mosques and businesses on 28th November 2015), forcing Muslims in the West to pick up weapons and start to fight back to defend themselves too. Then a Jihad (meaning: Armed Struggle) will begin in Europe like it did in Iraq, and this book gives guidance on how that was performed.»²²

4. Danneggiare l'immagine del nemico

Il quarto e ultimo obiettivo generale della comunicazione di Da'esh è il danneggiamento della credibilità del nemico, che si ottiene enfatizzandone i lati negativi e proponendosi come alternativa migliore e più desiderabile. Attraverso analogie svilenti e accuse d'ipocrisia e malignità, gli oppositori risultano disumanizzati, come accadeva con la propaganda di guerra novecentesca in Europa, che con la tecnica dell'iper-rappresentazione attribuiva ai soldati avversari tratti caricaturali o grotteschi. Allora come oggi, questo processo è destinato a dare un volto e caratteristiche riconoscibili a una controparte altrimenti vaga e generalizzata, in modo da poter indirizzare verso di essa l'ostilità del popolo. Queste immagini vengono rafforzate da una ricca terminologia tratta dal Corano, i cui versetti forniscono alla propaganda delle parole che posseggono tutta la persuasività di uno slogan e la potenza stilistica e simbolica di un testo sacro.

Così i 'nemici dell'Islam' sono *kuffar*, infedeli, o 'crociati' se cristiani. I loro capi sono *taghut*, entità malevole che si oppongono all'autorità e le leggi di Allah, oppure Faraoni, che si oppongono all'emigrazione verso il nuovo Califfato come fece il noto Faraone d'Egitto che si oppose all'esodo del popolo di Mosè.²³

La minaccia, inoltre, non è solo quella che proviene da lontano, in quanto la propaganda punta il dito anche contro il nemico interno, considerato molto più pericoloso di quello straniero, in quanto si mescola con la popolazione civile, rischiando così di contaminarla. Questa preoccupazione sta all'origine della pulizia etnica che Da'esh ha portato avanti. Il musulmano 'puro' prende il posto dell'uomo ariano, ma la logica di fondo è la stessa: solo quanti sono disposti a seguire le regole imposte dall'organizzazione e a giurare fedeltà al suo leader possono avere salva la vita – gli altri sono solo erbacce nel giardino terrestre che essa sta cercando di costruire, riprendendo la metafora coniata da Zygmunt Bauman per descrivere l'approccio hitleriano.²⁴ Si assiste così a una campagna d'odio verso i musulmani sciiti, definiti *rafidah*, il cui significato è 'rinnegatori', in quanto l'antico scisma tra sunniti e sciiti si basa proprio sul ripudio da parte di questi ultimi del primo Califfo Abu Bakr, ripudio che è stato rinnovato nei confronti dell'odierno Abu Bakr al-Baghdadi.

Un altro termine spesso adottato è 'ipocrita'. Nel Corano, questa parola indica coloro che in epoca maomettana si convertirono, stringendo un patto di fedeltà con il Profeta e Allah, ma poi rinnegarono la fede, pur fingendo di essere ancora votati all'Islam. Questi individui vengono condannati nel testo sacro come mentitori guidati dal demonio. La propaganda insiste molto sul fatto che i *munaafiqun* ('ipocriti') vogliono insinuare il dubbio nelle menti dei veri credenti e distoglierli dalla Verità (*Haqq*) e avvertono che tra di loro si annoverano anche degli studiosi islamici. L'obiettivo è delegittimare le dichiarazioni di quegli *'ulama* (dotti, teologi) che criticano Da'esh per la sua spietatezza e i massacri perpetrati anche nei confronti di altri musulmani. Anche in questo caso, per umiliare questi studiosi e privarli di autorevolezza, si ricorre a una strategia disumanizzante, che li trasforma in 'asini' e 'cani', paragonandoli agli ebrei che in un *ayat* della *sura* dell'Adunanza (LXII:5) vengono spregiativamente descritti come bestie che portano sulla propria schiena i libri sacri, ma non ne comprendono il valore e il senso.²⁵ In altri casi, vengono descritti come *dollar scholar*, un'espressione che li marchia con l'onta della corruzione, in quanto si allude al fatto che le loro dichiarazioni di condanna siano motivate solo dalle pressioni degli americani o dei loro alleati.

Gli appellativi conati dai *fanboy* sono più dissacranti che ispirati al sacro o alla storia: Barack Obama, ex presidente degli Stati Uniti, è stato definito da alcuni ‘the mule of the Jews’.²⁶ Un'altra espressione molto diffusa è ‘coconut Muslim’, usata per riferirsi ai musulmani che sono scuri (musulmani) all'esterno e bianchi (‘occidentalizzati’) all'interno, ossia che danno mostra di atteggiamenti e pensieri tolleranti nei confronti delle altre confessioni religiose. Su Twitter, i *coconut* sono fonte di grande ilarità tra i sostenitori di Daesh e l'appellativo ha dato origine a *meme* (immagini accompagnate da frasi sarcastiche), vignette satiriche e persino un *hashtag* in francese, #TweetCommeUnCoconut, con cui scimmiettano quanti si rifiutano di accostare la violenza all'Islam.

De toute façon, nous musulmans on est contre les jihadistes pck L'Islam c pas la violence,
c'est la paix et l'amour #TweetCommeUnCoconut
@ZinebMch – 18 febbraio 2016

Conclusioni

Considerato l'impegno dei sostenitori di Da'esh sulla rete, è possibile affermare che senza il loro contributo la propaganda jihadista dell'organizzazione non avrebbe avuto una simile diffusione e impatto sul pubblico internazionale. L'alta qualità dei materiali e l'attenta strategia sviluppata dai responsabili della comunicazione hanno di certo contribuito ad attirare l'attenzione sul messaggio, ma l'esito è piuttosto dipeso dalla rete di individui che lo ha amplificato oltre i confini nazionali, attraverso uno strumento universale come Internet, rendendolo così accessibile a chiunque e dovunque, in una molteplicità di lingue e versioni.

Per questo motivo, è pericoloso credere che le sconfitte subite sul terreno fisico implicino la scomparsa totale di Da'esh. Il suo messaggio è stato diffuso e interiorizzato da individui per anni e continuerà a esistere almeno per altrettanto tempo. La minaccia terroristica, purtroppo, non scompare eliminando il leader di un'organizzazione. È sufficiente che altri individui continuino a farsi portavoce della sua causa perché essa sopravviva.

Note

(ultimo accesso ai link indicati: 7 novembre 2017)

- ¹ C. ARCHETTI, *(Mis)Communication Wars, Terrorism, Counterterrorism and the Media*, in *Propaganda, Power and Persuasion*, a cura di D. Welch, IB Tauris, Londra 2013.
- ² *Here to stay and growing: Combating ISIS propaganda networks*, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, U.S.-Islamic World Forum Papers 2015, ottobre 2015, p. 12.
- ³ Amarnath Amarasingam è Senior Research Fellow presso l'Institute for Strategic Dialogue, partecipa al Program on Extremism della George Washington University (Washington DC, USA), e co-dirige uno studio sui *foreign fighter* 'occidentali' presso la University of Waterloo (Ontario, Canada).
- ⁴ Intervista a 'Abu Ahmad' uno dei sostenitori di IS su Twitter. Contenuta in A. AMARASINGAM, *What Twitter Really Means for Islamic State Supporters*, "War on the Rocks", 30 dicembre 2015.
- ⁵ Secondo quanto trasmesso in un *hadith* (cronache sulla vita di Maometto) da Fadalath ibn 'Ubayd, il Profeta disse: «The deeds of every deceased person are sealed by their death, except for the one who dies as a *Murabit* [person guarding the Muslim frontiers] in the Cause of Allah; his deeds will continue to be grown [increased] for him until the Day of Resurrection and he will be safe from the *Fitnah* [trial] of the grave.», (<http://tawheedmovement.com/2012/09/29/an-alternative-to-achieve-the-benefits-of-ribat-for-those-who-wished-to-join-jihad-but-couldnt-do-so/>)
- ⁶ J.M. BERGER, J. MORGAN, *The ISIS Twitter Census. Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter*, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World Analysis Paper, N.20, marzo 2015.
- ⁷ Si tratta esattamente di Telegram perché in coda al tweet era riportato un link che indirizzava a un gruppo chiuso creato attraverso questa app. L'accesso era consentito solo dopo aver comunicato tramite Twitter ad Asfura il proprio nickname di Telegram.
- ⁸ Il link è ancora funzionante in data 27 ottobre 2017. Sebbene in questo elenco non sia presente l'italiano, ciò non vuol dire che non esistano testi tradotti nella nostra lingua. Un esempio: Ansar al-Khilafah Productions: *Italian Translation of Indeed the polytheists are filth*, <https://t.co/sT1fz6aIyM> #IS (@ansarulkhilafah – 30 novembre 2015).
- ⁹ Il link presente nel testo fornisce l'accesso a un archivio contenente il discorso di al-Baghdadi in albanese, arabo, inglese, francese, tedesco, indonesiano, serbo, bengasi, turco, kartuli (lingua georgiana), russo, urdu, farsi (lingua persiana), uiguri (lingua della popolazione musulmana del Turkestan orientale).
- ¹⁰ «O voi che credete! Quando incontrerete quei che repugnano alla Fede in marcia contro di voi, non volgete loro le spalle. Chiunque, in quel giorno, mostrerà loro le spalle (a meno che non si distacchi dagli altri per combattere, o non si unisca a un'altra schiera combattente), incorrerà nell'ira di Dio e sua dimora sarà la *gehenna* ['inferno']: qual tristo andare!» (Corano, VIII:15-16).
- ¹¹ Esistono anche documenti più corposi che raccolgono le tecniche già sperimentate e gli strumenti considerati più affidabili, come Mappr, una app per falsificare la geolocalizzazione delle foto scattate con iPhone, o FireChat, che permette di inviare file a un massimo di 80 dispositivi presenti nel raggio di 200m senza ricorrere a Internet, oppure browser alternativi come Yandex OperaMini, che permetterebbe di criptare le comunicazioni e di accedere anche a siti bloccati (*Several cyber security to protect your account in the social network Twitter* <http://justpaste.it/172d>).
- ¹² J.M. BERGER, H. PEREZ, *The Islamic State's Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters*, George Washington University Program on Extremism, febbraio 2016.
- ¹³ *Here's a paradox: shutting down the Islamic State on Twitter might help it recruit*, in «The Washington Post», 10 dicembre 2015.

- ¹⁴ Tra il 27 novembre 2015 e il 29 febbraio 2016, sono stati individuati e posti sotto osservazione 156 account Twitter che condividevano contenuti esplicitamente pro-Da'esh. Questa procedura ha fornito un totale di 39.931 tweet, in seguito analizzati manualmente.
- ¹⁵ Y. BEN ACHOUR, *La tentazione democratica: politica religione e diritto nel mondo arabo*, Edizioni Ombre Corte, Verona, 2010, p. 62.
- ¹⁶ «Dio è personalità e realtà tremendamente viva nel Corano» e rappresenta l'agente definitivo delle azioni umane. Ad esempio, vi sono numerosi passi coranici in cui si usa il termine arabo *nashara*, che significa 'portare a vittoria' e ciò implica che l'esito delle azioni individuali non dipende dal singolo, bensì deriva dalla sola volontà di Dio. Per questo motivo, ogni musulmano nel parlare del futuro usa la formula *Inshallah*, 'se Dio vuole'. (Cfr. commento del Corano di Alessandro Bausani).
- ¹⁷ L'estratto si riferisce alle operazioni jihadiste nella Penisola Araba, ma risulta valido per ogni altra operazione di questo tipo. Cfr. *Black Flags from the Islamic State: How al-Qaida became the Islamic State (1989-2016)*, pp.64-65.
- ¹⁸ L. VIDINO, S. HUGHES, *Isis in America: From Retweets to Raqqa*, George Washington University Program on Extremism, dicembre 2015, p.21.
- ¹⁹ «Abdel Hamid went to Syria, in the Islamic State a few years ago. He worked his way up from a footsoldier to become a military commander. Because he had good skills, the Islamic State selected him and trained him in insurgency skills and sent him back to Europe to start his own Clandestine Cells to start a Jihad in France (he said this in an interview in the February 2015 edition of the Dabiq magazine).» *Black Flags from the Islamic State* cit., p. 111.
- ²⁰ J. PITSEYS, *Attentats de Paris: un certain idéal de communication politique*, "Les @analyses du CRISP en Ligne", Centre de recherche et d'information socio-politiques (CRISP), 18 novembre 2015.
- ²¹ In riferimento all'esecuzione del giornalista americano Nicholas Berg in Iraq (2004), involontario protagonista del primo video realizzato per volontà di Abu Musab al-Zarqawi (fondatore dell'organizzazione poi divenuta Da'esh), in cui compare lui stesso mentre legge ad alta voce la sentenza di condanna. *Black Flags from the Islamic State*, cit., p. 42.
- ²² *Black Flags from the Islamic State*, cit., p. 144.
- ²³ Alcuni utenti di Twitter si sono spinti persino a trarre paralleli tra le piaghe d'Egitto e le catastrofi naturali che si sono verificate negli Usa e in Europa (tornado, inondazioni), indicandole come 'teofanie negative', manifestazioni della collera di Allah contro gli infedeli.
- ²⁴ Cfr. Z. BAUMAN, *Modernità e olocausto*, Il Mulino, Bologna 1992.
- ²⁵ Il Corano si 'autodefinisce' quale ultima e reale rivelazione della Parola di Dio, che integra e talvolta abroga le Sacre Scritture rivelate da profeti precedenti a Maometto, ossia la Torah e il Vangelo, che sembrano essere considerate le parti di un singolo testo sacro («Non vedesti tu dunque coloro cui fu data una parte del Libro?», III:23). A riprova di questo fatto, ebrei e cristiani sono spesso definiti 'Gente del Libro'.
- ²⁶ Anche in questo conflitto, come è già accaduto in passato, gli ebrei (ossia gli israeliani) vengono considerati gli oscuri mandanti della Coalizione internazionale. La 'teoria del complotto giudaico' trova le sue radici nel medioevo europeo, ma è a partire dal XX secolo che si sviluppò in speculazioni complottiste molto elaborate, come dimostrano i cosiddetti *Protocolli dei savi Anziani di Sion*, una falsificazione propagandistica antisemita, apparsa per la prima volta nel 1903, usata per provare l'esistenza di un piano di dominio mondiale degli ebrei attraverso l'alta finanza e l'agitazione terrorista.