



# THE FAILED CRUSADE

A CURA DI MONICA MAGGIONI E PAOLO MAGRI

## **TWITTER E JIHAD: LA COMUNICAZIONE DELL'ISIS**

**ISPI**



# **Twitter e jihad: la comunicazione dell'Isis**

---

A cura di Monica Maggioni e Paolo Magri

ISBN 978-88-98014-59-0

© 2015 Edizioni Epoké  
Prima edizione: 2015

Edizioni Epoké. Via N. Bixio, 5  
15067, Novi Ligure (AL)  
<http://www.edizioniepoke.it>  
epoke@epokericerche.eu

ISPI. Via Clerici, 5  
20121, Milano  
[www.ispionline.it](http://www.ispionline.it)

*Progetto grafico e impaginazione: Simone Tedeschi*

I edizione. Edizione pdf

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta o archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il diritto d'autore.

# ISPI

Nato ottant'anni fa, l'ISPI è un think tank indipendente dedicato allo studio delle dinamiche internazionali, con l'obiettivo di favorire la consapevolezza del ruolo dell'Italia in un contesto globale in continua evoluzione.

È l'unico istituto italiano – e fra i pochissimi in Europa – ad affiancare all'attività di ricerca un altrettanto significativo impegno nella formazione, nella convegnistica e nelle attività specifiche di analisi e orientamento sugli scenari internazionali per imprese ed enti.

Tutta l'attività è caratterizzata da un approccio interdisciplinare - assicurato dalla stretta collaborazione tra specialisti in studi economici, politici, giuridici, storici e strategici, provenienti anche da ambiti non accademici - e dalla partnership con analoghe istituzioni di tutto il mondo.



# Indice

---

Introduzione	
<i>Paolo Magri</i> .....	7
Parte prima - Il messaggio	
1. Il califfato fra storia e mito	
<i>Paolo Branca</i> .....	15
2. La centralità del nemico nel califfato di al-Baghdadi	
<i>Andrea Plebani, Paolo Maggiolini</i> .....	29
Parte seconda – Le strategie di comunicazione	
3. Lo Stato Islamico: una sorpresa solo per chi lo racconta	
<i>Monica Maggioni</i> .....	55
4. IS 2.0 e molto altro: il progetto di comunicazione del califfato	
<i>Marco Lombardi</i> .....	91
Parte terza - Gli obiettivi della propaganda	
5. Califfato, social e sciami in Europa: l'appeal della propaganda dello Stato Islamico tra i nostri aspiranti jihadisti	
<i>Marco Arnaboldi, Lorenzo Vidino</i> .....	135
6. Il <i>modus operandi</i> di Isis: il messaggio politico, la propaganda e l'indottrinamento	
<i>Harith Hasan al-Qarawee</i> .....	157
Gli autori.....	179





## Introduzione

---

La presa di Mosul nell'estate del 2014 da parte del sedicente "Stato Islamico" appare ormai molto di più che un significativo evento militare all'interno del complesso scacchiere mediorientale e dell'ancora più intricata situazione irachena e siriana. Gli osservatori più attenti non sono stati presi alla sprovvista da questo evento. La nascita dello "Stato Islamico" percorre gran parte della storia più recente di questi territori e ha ormai dimostrato la capacità di trarre beneficio dall'incapacità di dare chiara soluzione alle profonde fratture politiche e sociali di questi contesti.

Simbolo di questa continua evoluzione e trasformazione sono i differenti nomi con cui si è definita nel corso dei questi anni, passando da al-Qaida in Iraq (Aqi); Stato Islamico in Iraq (Isi); Stato Islamico in Iraq e nel Levante (Isil/Isis); fino a giungere all'attuale Stato Islamico (IS). Questo è un elemento che non deve sfuggire.

IS ha dimostrato l'intenzione di voler curare direttamente questo percorso di "nominazione", facendo la più chiara rappresentazione della sua lenta evoluzione fino a giungere allo stadio finale con la proclamazione del califfato e l'autonoma definizione di stato. Non più organizzazione, formazione, fronte o quant'altro, bensì "Stato Islamico", superando così i 'dubbi' e le 'esitazioni' degli altri movimenti jihadisti, tra cui al-Qaida, e decidendo che la rifondazione del califfato sarebbe stata realizzabile ora e per di più nel cuore della storia classica dell'islam.

È così che, ancor prima di giungere alla dimensione delle immagini, dei proclami, della spettacolarizzazione delle operazioni militari e terroristiche e, infine, delle inique esecuzioni, l'attuale IS ha dimostrato di volere affrontare ad armi pari i suoi nemici fin

dalla sua nascita, facendo propria una delle grandi prerogative dell'Occidente moderno: la capacità di definire e nominare, pretendendo d'imporre inesorabilmente le proprie categorie all'esterno.

Fin dall'inizio IS ha sottratto al suo nemico il "diritto" di definire chi esso fosse, facendo dell'esposizione diretta, sfrontata e provocatrice il faro del proprio agire. La comunicazione è quindi nel Dna di quest'organizzazione, al di fuori delle abilità tecnologiche e della conoscenza dei tempi e dei suoi riti mediali. E così non poteva che essere, coerentemente all'obiettivo preposto. Quale potere politico o regime che aspiri a imporsi come soggetto statale in un dato contesto e nella dimensione internazionale non ha da sempre espresso, al pari della sua forza militare, coercitiva e culturale, anche la pretesa di definire liberamente le coordinate temporali e spaziali e i nomi del territorio e delle comunità su cui ha ambito esercitare sovranità, incarnandone l'identità e l'essenza?

Nel caso di IS, tale operazione sembra realizzarsi con particolare efficacia, riuscendo abilmente a far leva sui concetti culturali della tradizione religiosa islamica, rendendola operativa nella quotidianità dei suoi sostenitori, delle sue future nuove reclute e, naturalmente, dei suoi nemici. Fino a questo momento IS sta dimostrando di riuscire a controllare e convogliare una molteplicità di messaggi e simboli differenti, a cui fornisce sintesi e indirizzo curando una comunicazione sia, per così dire, istituzionale, almeno nella pretesa, e sia più "informale", delegata all'intraprendenza del singolo sostenitore. Proclamandosi califfato e agendo o proponendosi quale stato moderno per tutti i musulmani, intervenendo nel territorio e comunicando nello spazio virtuale di internet, guardando negli occhi ogni individuo (musulmano e non-musulmano) pur ambendo a guidare la comunità islamica intera, IS ricomponne così tempi e spazi apparentemente distanti che attraverso l'uso efficace della parola, delle immagini e degli strumenti di divulgazione e diffusione trovano apparente coerenza, o comunque un'evidente efficacia.

Ed è così che IS lancia contemporaneamente una guerra psicologica e fisica alla regione mediorientale e al mondo intero. Una

guerra psicologica fatta di testi, immagini, iconografie che quest'organizzazione diffonde capillarmente, mirando a un effetto moltiplicatore che sembra ingigantire e celebrare le sue gesta oltre i reali risultati sul campo e le effettive capacità, che ovviamente non vanno sottovalutate, ma che richiederebbero una più consapevole e cosciente valutazione.

Questo libro nasce dalla volontà di affrontare criticamente la narrazione che IS propone e impone attraverso un percorso ragionato che scompone e analizza i messaggi, i mezzi, le strategie di comunicazione, i destinatari.

Nel primo capitolo, Paolo Branca ripercorre la storia di lungo periodo dell'istituto del califfato, mettendo in luce gli snodi problematici che hanno accompagnato la sua evoluzione, mostrando le profonde differenze rispetto all'attuale pretesa di IS. Il sedicente califfato non pare porsi come reale alternativa alle attuali forme statuali, ma mette a nudo la profonda crisi politica e identitaria di un mondo globalizzato, quindi non solo arabo o mediorientale, che di fronte alla scarsità di alternative credibili si aggrappa a qualsiasi identità o proposta convincente.

Andrea Plebani e Paolo Maggiolini affrontano nel secondo capitolo il tema del rapporto tra IS, nemico e comunicazione. Appare evidente come IS sia riuscito a far risuonare prepotentemente il suo messaggio proprio attraverso l'abile rappresentazione del nemico, della sua umiliazione, uccisione e sconfitta. IS ha dimostrato di saper utilizzare i tempi e gli strumenti della comunicazione contemporanea sincronizzando le sue attività in una dimensione locale, regionale e internazionale. Il nemico e la sua manipolazione divengono lo strumento di quest'operazione nella prospettiva di una continua campagna di reclutamento e per la diffusione del terrore a tutti i livelli.

Monica Maggioni tratteggia in "Lo Stato Islamico: una sorpresa solo per chi lo racconta" un viaggio nel tempo e nello spazio del rapporto tra movimenti jihadisti e comunicazione e mette in evidenza come la proclamazione del califfato sia stata accompagnata fin dall'inizio da un'abile campagna mediatica sul territorio e a livello globale. Il documento con cui IS ha proclamato la

“rinascita” del califfato esprime immediatamente i molti registri e simboli di cui si compone la sua comunicazione, accompagnando la naturale chiamata a sé di tutti i musulmani del mondo con un’implicita e sottile minaccia verso chi non risponderà a tale invito e mobilitazione. Gli interventi di al-Baghdadi, i comunicati affidati a specifici portavoce, le immagini delle esecuzioni di chi devia, vengono rielaborati e confezionati da specifiche unità di comunicazione e “agenzie” del califfato che li affidano ai mezzi di diffusione mondiale facendo risuonare prepotentemente il messaggio.

Una comunicazione mai casuale, ma lucida e focalizzata a raggiungere interni (imporsi quale soggetto statutale credibile) ed esterni (fare proseliti) e, soprattutto, ad anettere alla presenza dello Stato Islamico su scala globale un senso d’inevitabilità che s’impone ai nostri racconti, alle scalette dei telegiornali e alle prime pagine dei giornali.

Nel quarto capitolo Marco Lombardi esamina il tema della comunicazione di IS all’interno dello spazio mediatico di internet. L’autore evidenzia l’abilità di IS nel destreggiarsi all’interno del web, sfruttando i suoi molteplici linguaggi e strumenti. Da una parte combinando una comunicazione “istituzionale” con quella “emozionale”, il web diviene un territorio dove diffondere le sue “trappole” comunicative con lo scopo di promuovere l’idea di un conflitto generalizzato e diffuso che alzi il livello di scontro e rafforzi la sua presa e prestigio. Dall’altra, IS ha dimostrato di aver ben compreso il potenziale della cosiddetta *gamification*. Giochi di ruolo e di combattimento all’infedele vengono diffusi via web con lo scopo di dare un minimo di training, reclutare e fidelizzare ma, soprattutto, rompere le barriere etiche che governano la vita.

In “Califfato, social e sciame: l’*appeal* della propaganda dello Stato Islamico tra gli aspiranti jihadisti europei”, Lorenzo Vidino e Marco Arnaboldi si concentrano, invece, sull’*appeal* che la comunicazione di IS riscontra tra le nuove generazioni musulmane d’Europa. I due autori offrono una diversa prospettiva nell’analisi di come IS si muove all’interno del web, sottolineando il ruolo dei social network e delle dinamiche di sciame. I social network

permettono ai giovani aspiranti jihadisti di essere coinvolti in un ambiente comunicativo orizzontale nel quale ogni destinatario e consumatore è un potenziale mittente e produttore di materiale propagandistico e divulgativo. In questo modo, il materiale condiviso ha potuto circolare in forma decentralizzata, determinando un aumento vertiginoso di potenziali destinatari e di know-how creativo.

In conclusione, il contributo di Harith Hasan al-Qarawee pone l'attenzione sulla dimensione locale della comunicazione di IS all'interno dei contesti di Siria e Iraq. È in questo campo che IS ha dovuto sviluppare una comunicazione sempre più sofisticata e differenziata per poter vincere la sfida di trasformarsi da movimento jihadista a "quasi" stato. Infatti, avendo presto compreso che la legittimità non può essere acquisita solo con l'uso della forza, IS ha utilizzato gli strumenti della propaganda per raffigurarsi come modello amministrativo attraente, rappresentando la soddisfazione degli abitanti che vivono nei territori sotto il suo controllo.

In questo modo, combinando comunicazione globale con quella locale, diretta al contesto e alle popolazioni tra cui opera, IS esprime la sua naturale propensione all'espansione, sia simbolica che fisica. Guerra ideologica e scontro militare in cui IS fa della propaganda un teatro fondamentale dove testare la propria forza ed efficacia.

*Paolo Magri*

Vice-presidente esecutivo e direttore dell'Ispi.



Parte prima -  
Il messaggio





# 1. Il califfato fra storia e mito

*Paolo Branca*

---

Il termine arabo *khalifa* designa, nel Corano, Adamo stesso, quale “vicario” di Dio sulla terra (2, 30) e l’autorità regale-profetica di Davide (38, 26). La designazione di un sostituto del Profeta – non prevista da alcuna disposizione di quest’ultimo, né dal Testo sacro – mostra come si avvertisse il bisogno di dare continuità all’opera iniziata da Muhammad dandogli un successore: la sua funzione non sarebbe stata più ovviamente quella di trasmettere la rivelazione, ma piuttosto di custodire l’unità della neonata Comunità islamica (*umma*) e la sua fedeltà agli insegnamenti divini e all’esempio del fondatore. L’istituzione califfale appena formata si dovette tuttavia far fronte a tensioni di ogni tipo. Com’è noto, già il primo califfo Abu Bakr si trovò a combattere le spinte centrifughe attraverso le quali lo spirito beduino cercò di svincolarsi dal potere centrale dopo la scomparsa del Profeta e le cose non migliorarono coi suoi successori a motivo del contrasto che si ebbe tra le differenti fazioni. Con il conflitto tra il quarto califfo Ali (l’ultimo in linea cronologica dei primi quattro califfi) e i suoi avversari, eredi di Uthman (il suo predecessore assassinato), l’unità della *umma* si spezzò definitivamente, dando origine a differenti e opposte formazioni che non si limitarono a contendersi titoli e ruoli, ma elaborarono argomentazioni che implicavano una diversa concezione della natura e dell’esercizio della suprema autorità, sostenuta da interpretazioni delle fonti e letture dei paradigmi originari molto diversificate, quando non del tutto antitetiche.

La stessa tradizione islamica, celebrando l’epoca d’oro dei primi quattro califfi “ben diretti” (*rashidun*), se da un lato

manifesta il desiderio di preservare del periodo delle origini un'immagine idealizzata, talvolta poco aderente alla realtà, ma proprio per questo ancor più paradigmatica, dall'altro esprime la consapevolezza della grave frattura prodottasi in seguito come di un fatto in un certo senso irreversibile. Le teorizzazioni e le diatribe intorno alla figura e alle funzioni del capo supremo della comunità prendono tutte le mosse da questa crisi, dalla sua costante rilettura e dalle interpretazioni che ne sono state date nelle epoche successive, spesso più con l'intento di avallare questa o quella tendenza contemporanea agli autori che presero posizione a riguardo che con l'obiettivo di ristabilire con esattezza il dato storico. È inoltre indispensabile richiamare l'attenzione sul fatto che nel corso della storia, come spesso accade, la pratica si discostò dalla teoria e il califfato, se pure ufficialmente abolito soltanto all'inizio del secolo scorso, era già stato di fatto affiancato o addirittura sostituito da altre forme di autorità che trovavano la loro legittimazione più nella necessità di riconoscere ruoli e funzioni di chi in pratica deteneva il potere che nella rispondenza di quest'ultimo a qualità e requisiti teoricamente stabiliti a proposito di chi dovesse reggere le sorti della Comunità.

Dal punto di vista storico, la distruzione di Baghdad da parte dei Mongoli nel 1258 venne sicuramente percepita nel mondo islamico come una sorta di vera e propria "Apocalisse". In seguito, nonostante formali "passaggi" del titolo califfale prima ai Mamelucchi d'Egitto e quindi agli Ottomani, non si riprodusse, di fatto, un vero califfato universale. Quest'ultima pur gloriosa e plurisecolare manifestazione storica, che almeno nominalmente ha potuto rifarsi al califfato, non assoggettò mai il Marocco e a oriente non seppe spingere il suo controllo oltre l'Iraq, lasciando autonome enormi aree del mondo islamico come quella iranica e centro-asiatica, il subcontinente indiano e l'insulindia, così come la gran parte dei paesi musulmani dell'Africa. Con il crollo dell'Impero ottomano sia il sultanato sia il califfato vennero aboliti definitivamente *de iure*, ponendo fine alla secolare storia dell'istituto califfale e passando immediatamente alla fondazione di stati nazionali moderni in cui il recupero di un'autorità

sovranaZIONALE non si è mai riproposta neppure come progetto definito, tantomeno tramite azioni politiche o persino militari.

Come, dunque, e perché si sia giunti solo ora a pretendere la restaurazione del califfato, forse non assente tra quanto a lungo vagheggiato, ma mai individuato almeno come obiettivo programmatico realizzabile a breve termine, resta un problema da chiarire.

Anzitutto va tenuto conto che il fenomeno del terrorismo di matrice islamica, benché abbia scelto bersagli simbolici anche in Occidente, non è tanto ingenuo da poter pretendere di sconfiggere direttamente la superpotenza americana né Israele, ma ha sempre mirato piuttosto a una destabilizzazione a danno dei vari regimi arabi e islamici. L'acuirsi della tensione fra sunniti e sciiti e la degenerazione della situazione irachena e siriana verso una vera e propria guerra civile ne sono la più eloquente dimostrazione. Il caos seguito al periodo delle cosiddette "primavere arabe" ha interessato principalmente questi due paesi che da un lato sono stati le sedi storiche del califfato omayyade di Damasco e di quello abbaside di Baghdad e dall'altro sono emersi come entità statuali proprio un secolo fa con la Prima guerra mondiale, il dissolvimento dell'Impero ottomano e l'iniqua spartizione dei territori arabi tra Francia e Gran Bretagna in forza degli accordi segreti Sykes-Picot, concordati proprio mentre Lawrence d'Arabia ne convinceva i governanti all'alleanza coi futuri vincitori a danno dei turchi e dello schieramento di cui questi ultimi facevano parte. Un'occasione troppo ghiotta per non cercare di ottenere in un sol colpo numerosi vantaggi:

- la liquidazione del nazionalismo arabo, o di quel che ne resta, nonostante i suoi meriti nell'ottenimento dell'indipendenza dalle potenze coloniali, denunciandone l'origine allogena e quindi illegittima, se non addirittura perniciosa per aver favorito una frammentazione della grande *umma* in entità fragili e litigiose;
- la messa in stato d'accusa di tutti i regimi che si sono da allora succeduti, collusi con le potenze straniere e responsabili della svendita della causa araba e dell'orgoglio islamico cui sarebbe

stato impedito scientemente e sistematicamente di ritornare agli antichi splendori;

- lo scavalcamento di tutta la galassia di movimenti islamisti che negli ultimi decenni hanno in vario modo “accettato” d’intraprendere una sorta di lunga marcia nelle istituzioni, rinunciando alla lotta armata o comunque riducendola, colpevoli di tradimento anche e forse soprattutto per esser scesi a patti con un “sistema”, almeno formalmente e gradualmente, indirizzato verso una pluralizzazione delle forze politiche e sociali chiamate a confrontarsi all’interno di una competizione politica ispirata ai modelli dell’odiato Occidente;
- l’intercettazione di un certo numero di militanti delusi e scoraggiati in forza sia di un programma di mobilitazione senza tentennamenti, sia del collegamento con simboli forse arcaici, ma appunto per questo meno usurati dalla globalizzazione, e dalla crisi economica, che hanno tolto smalto a tutte le ideologie più recenti, sia infine di un abile e spregiudicata campagna mediatica che unisce l’utilizzo degli strumenti tecnologici più raffinati al recupero di antichissime attese messianiche che parlano degli standardi neri dei combattenti musulmani provenienti da est prima della fine dei tempi e dell’avvento dell’atteso *Mahdi*, la versione musulmana del Messia.

## 1.1 Fine del nazionalismo?

Il concetto stesso di nazionalismo è un prodotto del pensiero occidentale moderno. La sua affermazione presso popoli abituati a concepire i rapporti tra etnia, lingua e stato in altri termini non si è quindi realizzata senza incontrare problemi e molteplici contraddizioni. Nel mondo musulmano, in particolare, dove l’appartenenza all’unica *umma* si fondava essenzialmente su basi religiose, per un certo periodo l’ideale panislamico costituì un’alternativa alla penetrazione del nazionalismo. Nonostante ciò quest’ultimo finì per prevalere a causa di diverse ragioni. Intere aree del grande impero islamico avevano, infatti, conservato nel corso dei secoli una propria specificità nella quale sussistevano molti elementi che

potevano essere interpretati come costitutivi di una particolare identità nazionale. Inoltre, con il progressivo indebolimento del potere centrale si era assistito alla rinascita di tradizioni letterarie e culturali locali che, pur non mettendo in discussione l'adesione alla comunità islamica, rappresentavano la manifestazione più recente dell'antica insofferenza nei confronti vuoi di un'arabizzazione mai definitivamente compiuta (come nel caso dei persiani o dei berberi), vuoi dell'egemonia di una determinata etnia all'interno della *umma* stessa (come nel caso degli arabi nei confronti dei turchi). Essendo infine parte integrante della cultura di quei paesi europei che stavano progressivamente mostrando la loro potenza e imponendo la propria egemonia sul resto del mondo, il nazionalismo sembrava il mezzo più adatto sia per mettersi alla scuola dell'Occidente nella speranza di colmare il distacco accumulato negli ultimi secoli, sia per affrontarlo in prospettiva sul suo stesso terreno. Le concezioni e gli ideali propri del nazionalismo hanno così fatto il loro ingresso anche nel mondo arabo e musulmano, e sono stati paradossalmente tanto più assimilati da ciascun paese quanto maggiormente esso ha dovuto penare per vederli riconosciuti e realizzati grazie a un'aspra lotta per ottenere l'indipendenza proprio da quanti avevano contribuito a far conoscere e diffondere quegli stessi concetti e ideali. L'ambiguità del rapporto con l'Occidente, ritenuto nello stesso tempo un modello e un ostacolo, ha origine appunto in questo paradosso, pur essendosi arricchita di altri fattori nel corso delle fasi successive. Queste ultime a loro volta non sarebbero comprensibili se non si tenesse conto del fatto che, per quanto innovativi, gli elementi provenienti dalla cultura occidentale non furono in grado di scalzare del tutto quelli tradizionali, né seppero amalgamarsi con essi in una sintesi compiuta, sovrapponendosi piuttosto come un'ulteriore stratificazione tutto sommato piuttosto precaria.

Si deve inoltre tener conto che, per quanto epica ed esaltante, la lotta di liberazione nazionale ha ottenuto risultati soltanto parziali, così come restavano irrisolte altre delicatissime questioni: il nazionalismo che aveva avuto ragione dei colonialisti non aveva

paradossalmente allo stesso tempo legittimato proprio quelle entità territoriali che essi avevano creato spartendosi le spoglie dell'Impero ottomano in funzione dei loro interessi? Quali istanze avrebbero dovuto avere la precedenza nella politica dei nuovi stati indipendenti? Quelle che miravano al superamento di una condizione di frammentazione giudicata comunque innaturale con opzioni in chiave panarabista o addirittura panislamica? Oppure ulteriori autonomie avrebbero dovuto essere concesse a quei raggruppamenti che non avevano ancora goduto dei benefici della battaglia indipendentista (etnie, come berberi e curdi, o comunità religiose come drusi e maroniti)? In tal modo, come i movimenti islamici non avevano potuto non aderire alle campagne nazionaliste pur rifiutandone l'ideologia, dopo l'indipendenza i governi dei nuovi stati, nonostante la loro più o meno esplicitamente dichiarata laicità, si trovarono a fare appello all'islam come fattore di legittimazione e di coesione più efficace e sicuro di altri di fronte alla complessità e alla delicatezza della situazione che dovevano affrontare. Troppi insuccessi lungo un ampio arco di tempo hanno fatto perdere al nazionalismo progressivamente anche la sua maggior fonte di legittimazione: il prestigio di aver conquistato l'indipendenza. Se per gli adulti, infatti, quest'ultimo resta intatto, le nuove generazioni, non avendo memoria diretta di quegli eventi, avvertono maggiormente la delusione per le loro speranze disattese.

L'importanza della stagione nazionalista non va però troppo ridimensionata, poiché sembra conservare comunque un valore non del tutto svilito. Non a caso gli esponenti dell'attuale radicalismo islamico si affannano molto di più nel contestare il valore del nazionalismo che non nel criticare le concezioni più tipiche della fase successiva, ossia quella rivoluzionaria. Quest'ultima, infatti, non ha interessato tutti i paesi arabomusulmani, ma soltanto una parte di essi, è stata inoltre più breve e ha avuto un carattere più intellettuale ed elitario. D'altra parte, come l'ultimo scorcio del XX secolo ha dimostrato con fin troppa evidenza, tra le ideologie che lo hanno caratterizzato, quella nazionalista non sembra la più indebolita, ma anzi quella capace di

trarre alimento dalla crisi delle altre, che appare molto più rovinosa e inarrestabile.

## 1.2 Delegittimazione “religiosa”

Ogni forma di governo che non dipenda direttamente dalle norme islamiche sarebbe priva di qualsiasi legittimità. Non si tratta certamente di un argomento nuovo, basti pensare (oltre ai *kharijiti*<sup>1</sup>) che persino il califfato omayyade di Damasco (terminato del 750 d.C.) fu accusato di essere solo una forma di potere (*mulk*) e di essersi distaccato dalla prassi corretta improntata alla religione (*din*) dei primi quattro califfi “ben diretti”. Ma è soltanto nell’epoca più recente che l’anatema (*takfir*) rivolto all’intera società ritenuta “non più musulmana” o “apostata” ha cercato di giustificare il ricorso al terrorismo che colpisce indiscriminatamente anche innumerevoli civili innocenti. Nessun compromesso sembra pertanto possibile, come del resto è stato ribadito dal portavoce dell’IS Abu Muhammad al-Adnani al-Shami nella

---

<sup>1</sup> Tale movimento ebbe origine dai contrasti nati tra i seguaci di Ali dopo che quest’ultimo ebbe accettato di interrompere il combattimento in atto a Siffin, nel 657 d.C., per affidare a un arbitrato la soluzione della controversia che lo opponeva ai suoi avversari. Se non vi sono dubbi sul fatto che questa sia stata la causa immediata della defezione dal campo di Ali da parte dei *kharijiti*, le vicende relative a questo movimento dissidente sono ben più complesse e rivelatrici di dinamiche profonde che sono state giustamente richiamate dagli specialisti. Ciò che è più interessante per noi, in questa sede, è notare come già nella denominazione di questo movimento e nelle sue “parole d’ordine” fossero prefigurate posizioni che ancor oggi si ritrovano presso gli esponenti del radicalismo islamico, che le riprendono più o meno consapevolmente. Si sa che il loro principio ispiratore di fondo fu quello espresso dall’affermazione “Non v’ha giudizio se non quello di Dio” (*la hukma illa li-llah*) e che uno dei versetti coranici da loro più volte citato era “Combatteteli finché non vi sia più scandalo e il culto tutto sia reso solo a Dio” (Corano 8, 39). All’estremo opposto si trovavano quanti ritenevano opportuno rinviare (*irja*) a Dio il giudizio sulla fede dei singoli, mirando così a stemperare l’aspetto ideologico delle controversie per privilegiare l’interesse della Comunità che aspirava a vivere in pace e garantendo l’ordine sotto un’autorità riconosciuta più per la necessità della sua esistenza che per la legittimità delle sue origini e l’impeccabilità dei suoi comportamenti.

lettera aperta resa nota all'inizio del mese di Ramadan 2014<sup>2</sup> nella quale ogni autorità salvo quella califfale sarebbe «un semplice regno, frutto di conquista e di conseguenza, foriero di distruzione, corruzione, ingiustizia, terrore e riduzione dell'essere umano al livello animale». Nella stessa missiva si annunciava tra l'altro la modifica dell'acronimo Isis semplicemente in IS, unica forma di stato ammissibile per i credenti non fuorviati da “democrazia, laicità o nazionalismo”, perciò invitati a riconoscersi in esso e a schierarsi dalla sua parte. La recente risposta delle istituzioni islamiche ufficiali conferma la natura assai problematica di una questione irrisolta e tutta interna: la barbara esecuzione del pilota giordano arso vivo dall'Isis ha scatenato, come si sa, la reazione militare del suo paese, ma anche l'università di al-Azhar non ha mancato di far udire la sua condanna in termini perentori: «Devono essere uccisi, crocifissi e bisogna tagliare loro le mani e i piedi». La durissima affermazione è coranica, ma ripeterla tale e quale senza contestualizzarla rischia di far percepire il linguaggio del Testo sacro simile a quello dei fanatici che si vorrebbero in tal modo intimorire. La sanzione stabilita dal Corano è, infatti, riservata al brigantaggio e oggi sarebbe da interpretare piuttosto come somma minaccia per la criminalità organizzata, tenendo però anche conto che all'epoca del Profeta non esistevano prigionieri e vigeva la legge del taglione in una società che non poteva certo definirsi uno stato di diritto.

Quand'anche si ritenga il Corano parola di Dio “alla lettera”, non si dovrebbe dimenticare che nessun testo può esser letto senza la testa (a meno che non lo si ripeta come i pappagalli) e occorrerebbe riflettere sul motivo che ha spinto il creatore a mettere la testa in cima a tutto il resto del corpo. Altrimenti si corre il serio rischio di ragionare con altre parti assai meno nobili del corpo stesso, finendo per sragionare e dare implicitamente ragione ai nostri avversari semplicemente perché ci mettiamo al loro livello, legittimandone il linguaggio e la logica che esso sottende. Logica

---

<sup>2</sup> <https://sites.google.com/site/islam201407260145/miscellaneous-files/archive-for-al-hayat-media-center/translated-official-speeches/-this-is-the-promise-of-allah--sh-abu-muhammad-al--adnani>



perversa e distruttiva per entrambi i presunti contendenti, due facce della medesima moneta fasulla.

### 1.3 “Primavere” ambigue

Con le recenti sollevazioni che in molti paesi arabi hanno condotto alla fine di regimi autoritari e corrotti abbiamo visto grandi masse mobilitarsi in nome di principi e valori che ritenevamo estranei o comunque lontani dalla sensibilità di popolazioni in gran parte musulmane. Anche l’assenza di slogan anti-occidentali o comunque ostili all’imperialismo, al neocolonialismo e al sionismo hanno sorpreso non pochi osservatori, e chi ha potuto seguire in lingua originale il dibattito che si è aperto in quei giorni ha avuto occasione di constatare che esso verteva anche su neologismi altamente significativi. Il concetto di laicità, infatti, comunemente espresso in arabo col termine *‘ilmaniyya* (da *‘ilm*, “scienza”, o da *‘alam*, “mondo”), fortemente dipendente da concezioni appunto razionaliste o secolariste tipicamente europee e un po’ “datate”, è stato sostituito dal termine *madaniyya* (unito a *dawla*, cioè “stato”) che significa “civile”, non soltanto contrapposto a “militare”, ma anche a “clericale” o “religioso” in senso confessionale. Ciò spiega, tra l’altro, anche la decisa partecipazione alle proteste sia di cristiani arabi sia di musulmani non radicali.

Il fatto che, specialmente in Tunisia e in Egitto, si sia passati alla vittoria di movimenti islamisti alla prima tornata elettorale sembrerebbe contraddittorio, ma era in parte inevitabile che ne approfittassero inizialmente quei movimenti già esistenti e radicati nel territorio che hanno a lungo rappresentato l’unica forza di opposizione organizzata in quei paesi. Il processo di trasformazione iniziato con le “primavere arabe” ha dunque contribuito a un’emersione ancor più evidente di molti nodi irrisolti piuttosto che alla loro soluzione. Si sono manifestate così dinamiche finora represses o sottostimate che potrebbero ancora dar frutto nel medio periodo.

Ne sono una prova alcune provocazioni che esponenti dei gruppi più tradizionalisti hanno osato manifestare e che, pur nel

loro carattere paradossale o forse proprio grazie a esso, pongono in questione alcuni punti cruciali e dirimenti rispetto alla posizione dei singoli e dei gruppi circa uno stato moderno e rispettoso dei diritti umani dei suoi stessi cittadini. Il presunto ritorno all'applicazione integrale e intransigente della cosiddetta legge islamica, che mai è stata codificata e si è configurata piuttosto come una giurisprudenza che come un diritto positivo, ha rappresentato il pretesto per qualcuno non solo di proporre il ripristino (come ad esempio in Tunisia dov'era vietata) della poligamia, ma addirittura del concubinato. Il Corano, come del resto la Bibbia, registra, infatti, la schiavitù come una prassi che tenta di moderare nelle sue manifestazioni estreme, ma non vieta esplicitamente. È chiaro che lo status di "non mogli" legalmente ammissibili dipenderebbe da una reintroduzione della schiavitù, cosa non immediatamente percepibile né apertamente rivendicata dai sostenitori di questa restaurazione, in quanto improponibile anche alla sensibilità dei loro stessi fautori. Analogamente, quando si giunge a proporre di ritornare alla tassa di sottomissione da parte delle minoranze cristiane o d'altra fede, è implicita una regressione verso epoche e stili di vita di carattere feudale, dove la mancanza di uno stato di diritto poteva far concepire come legittimo uno *status* di cittadinanza di serie B per i seguaci di religioni diverse da quella dominante, dispensati dal servizio militare, ad esempio, e proprio per questo tenuti a compensare tale "privilegio" con uno speciale tributo.

Quando certa propaganda si ostina a considerare l'islam in se stesso incompatibile con la democrazia in quanto "teocratico", commette due errori fondamentali: il primo è quello appunto di usare un termine errato, il vero rischio in ambito musulmano, infatti, non è quello della teocrazia ma del cesaropapismo, essendo il potere politico a strumentalizzare la religione e non viceversa (almeno in campo sunnita, che rappresenta circa il 90 per cento del mondo islamico), il secondo è quello di dare per scontato che tutti i musulmani ritengano giusto, se non indispensabile, reintrodurre le norme mutuata dalle fonti tradizionali, ignorando che molto probabilmente gran parte di loro riterrebbe inconcepibile tornare

alla schiavitù o alla discriminazione delle minoranze religiose, una volta posta chiaramente di fronte a tale prospettiva.

Resta tuttavia evidente che la gestione piuttosto fallimentare del consenso ottenuto dai gruppi islamici radicali “storici” in casi come quello dell’Egitto possano aver contribuito a un ritorno di fiamma favorevole ai movimenti oltranzisti ed eversivi quali appunto l’IS.

#### 1.4 Decadenza e messianismo

Infine, ma non meno importante, è l’atmosfera apocalittica che si è rafforzata: il caos dominante quasi ovunque e la consapevolezza di vivere un periodo di profonda crisi porta fatalmente alla ribalta simboli e slogan da “fine del mondo”. Lo stesso stendardo nero del neo-califfato è collegato, nella lettera menzionata in precedenza, a quello che i veri credenti innalzeranno in prossimità del Giudizio finale per “passarlo al Messia” nello scontro decisivo fra le forze del bene e del male.

Quanto tale amalgama di catastrofismo e di attese epocali possa attrarre militanti sia dall’interno del mondo islamico sia da altrove è intuibile, benché forse il fenomeno dei *foreign fighters* abbia una rilevanza più simbolica e mediatica che effettiva.

Il 19 settembre 2014 oltre centoventi sapienti musulmani hanno reso nota una “lettera aperta” indirizzata al neo auto-dichiarato califfo, significativamente nota con un titolo che non vi appare *You Don’t Understand Islam*. Il testo tenta di confutare le argomentazioni del “discorso d’insediamento” di al-Baghdadi con ampio ricorso a versetti coranici e detti profetici. Se da un lato ciò è stato in qualche misura inevitabile, dall’altro mostra quanto lo pseudo-califfo abbia costretto i suoi avversari a confrontarsi con lui sul medesimo terreno, il che è già di per sé emblematico. Un conflitto sull’interpretazione delle Fonti rivela, infatti, da un lato quanto esse siano ancora potenti, ma dall’altro manifesta anche una spaventosa carenza di elaborazione di un discorso politico alternativo, esito di una stagnazione e perfino di una regressione intellettuale quanto mai pernicioso.

È tuttavia rilevante che molte prassi dell'IS siano state condannate proprio in forza di quelle fonti, come l'uccisione di civili innocenti e disarmati o di emissari diplomatici, l'inammissibile "scomunica" di altri musulmani, il mancato rispetto per le minoranze religiose, le conversioni forzate, l'indiscriminata applicazione di pene corporali e la distruzione di luoghi cari alla pietà popolare. Sul versante politico, tuttavia, si ammette che il califfato sia un'istituzione che i musulmani dovrebbero restaurare, senza però riconoscere ad al-Baghdadi l'autorità necessaria per poterlo pretendere. Molto meno chiaro sembra chi e a quali condizioni potrebbe farlo. L'amore per la propria patria, intesa non come la *umma* araba o quella islamica, viene difeso, così come si reputa assurda la richiesta che i musulmani emigrino per vivere finalmente sotto tutela di un vero stato islamico e tantomeno per supportarlo e difenderlo. Le ragioni storiche e soprattutto l'esperienza dei milioni di credenti che da secoli ormai conducono un'esistenza perfettamente in linea con i principi e i precetti dell'islam in condizioni socio-politiche svariatissime non è purtroppo in grado di mettere in crisi un modello mitico che sembra resistere a ogni contestualizzazione e analisi critica articolata.

## Conclusioni

Alcune problematiche "classiche" del rapporto tra religione e politica in ambito islamico tornano dunque a ripresentarsi, anche se con spirito e in forme inediti. Si tratta di una questione che per sua stessa natura è destinata a non essere mai definitivamente risolta, ma costantemente riletta e reinterpretata alla luce sia dei suoi presupposti più antichi sia delle esigenze e delle inquietudini del presente.

L'articolo 6 della recentissima Costituzione tunisina 2014 relativo alla libertà di culto ne è un'impressionante dimostrazione<sup>3</sup>.

Il clima è evidentemente assai pesante, ma la realtà degli stati nazionali moderni che si sono via via costituiti in tutta l'area musulmana difficilmente potrà esser rimessa in discussione, tantomeno da parte di gruppi settari ed estremisti, fortemente localizzati e determinati da conflittualità contingenti. La resurrezione di un califfato almeno come suprema autorità morale, dell'immensa e articolata *umma* musulmana manca ancora dei minimi requisiti basilari, tutto il resto gioca invece a favore di un'ulteriore e drammatica frammentazione etnica e religiosa: più che di un sogno si tratta di un incubo, pagato a caro prezzo non solo dalle minoranze del Medio Oriente, ma dalla totalità della popolazione che rischia di non trovare più nella fede islamica almeno quel riferimento etico e spirituale che, nonostante tutto, per secoli ha rappresentato per milioni e milioni di credenti. Per gli arabi in particolare tutto ciò avviene come se ogni acquisizione compiuta almeno negli ultimi due secoli, e l'ancor più ricca e poliedrica esperienza delle epoche precedenti, semplicemente non fosse mai esistita.

Lo stesso riformismo islamico che durante la *nahda* ha effettivamente saputo aprire inedite prospettive all'interno di una dinamica generale di rinnovamento, si è presto trovato ad assumere una funzione di supplenza rispetto a quanto nella società è stato invece bloccato da involuzioni autoritarie. E ha per di più dovuto farlo rispondendo a esigenze contrastanti e quasi mai in posizione di reale indipendenza dal potere politico. Le parole d'ordine religiose che riemergono sono pertanto logore già in

---

<sup>3</sup> L'articolo della recentissima Costituzione tunisina relativo alla libertà di culto ne è un'impressionante dimostrazione: "L'État est gardien de la religion. Il garantit la liberté de croyance, de conscience et le libre exercice des cultes; il est le garant de la neutralité des mosquées et lieux de culte par rapport à toute instrumentalisation partisane. L'État s'engage à diffuser les valeurs de modération et de tolérance, à protéger les sacrés et à interdire d'y porter atteinte, comme il s'engage à interdire les campagnes d'accusation d'apostasie et l'incitation à la haine et à la violence. Il s'engage également à s'y opposer".

partenza e vanamente pretendono di rispondere a quell'ansia di riscatto e di rinascita nazionale che pure ne determinano il relativo successo, in mancanza di alternative. Ciò che non si è realizzato nelle istituzioni e nella prassi di stati solo apparentemente moderni, non ha alcuna chance di prodursi in forza di slogan più demagogici che carismatici, velleitari nelle intenzioni e atroci nelle prassi che producono, ancora una volta a danno di popoli che stentano a essere riconosciuti come cittadini e sembrano condannati a rimanere sempre e comunque sudditi. Il presunto califfato non si pone dunque come credibile alternativa, al pari di quel che apparirebbe per l'Europa la pretesa di una restaurazione del Sacro Romano Impero. Dice però molto a proposito di alternative credibili che scarseggiano in tutto il mondo "globalizzato" che si aggrappa a qualsiasi identità (più nel senso del *belonging* che del *believing*), quand'anche fosse posticcia e un tantino irrealistica (come il matrimonio alle fonti del Po, che i Celti non hanno mai praticato), ma comunque utile punto di riferimento agli sbandati della "società liquida", come il non troppo remoto destino dei vicinissimi Balcani ha molto eloquentemente e dolorosamente dimostrato non tanti anni fa, a due passi da casa nostra.

## 2. La centralità del nemico nel califfato di al-Baghdadi

*Andrea Plebani, Paolo Maggiolini*

---

L'idea di affrontare il tema della conflittualità e del rapporto con l'altro può apparire nel caso del sedicente Stato Islamico (IS), in arabo *Dawla al-Islamiyya* o anche *Dawla Islamiyya fi Iraq wa Sham* (Stato Islamico nell'Iraq e nel levante - Isil/Isis o *Daish*), un esercizio prettamente retorico, quasi tautologico. Il carico di violenza che sottende l'attività di IS e la sua brama espansionistica contro tutto e tutti, infatti, sono gli aspetti che più connotano l'azione del movimento retto da Abu Bakr al-Baghdadi – questo anche alla luce del fatto che per IS la distinzione tra avversario (*inimicus*) e nemico (*hostis*) non ha di per sé alcuna valenza. Non è di fatto riconosciuto uno spazio sociale o politico minimamente condiviso all'interno del quale concedere all'altro un reale diritto di esistenza, al di fuori della sottomissione e della spogliazione. Tale principio ispira tutta la narrazione di IS a partire dalla peculiare concezione di califfato da essa supportato, come chiaramente spiegato nel contributo precedente, fino a giungere alla definizione e relazione con l'"altro".

Ciò è vero non solo per la sfera non musulmana, ma anche nei confronti della medesima dimensione musulmana, come dimostrato dal ricorso continuo allo strumento del *takfir*<sup>1</sup>, e per gli stessi

---

<sup>1</sup> Il termine *takfir* identifica l'atto di dichiarare infedele (*kafir*, da cui comporre il termine *takfir*) una persona o una pratica. Per l'Islam, la dichiarazione di *takfir* rappresenta una grave accusa e comporta delle serie conseguenze sia per l'accusatore, il quale può vedersi rivolgere la medesima accusa qualora la sua dichiarazione fosse giudicata falsa, sia per l'accusato, passibile di morte. Secondo l'interpretazione militante jihadistica, la questione del *takfir* viene direttamente posta

altri attori della galassia jihadista non disposti a riconoscere l'autorità del "nuovo califfo". È evidente che qualsiasi diversità, alterità o contrapposizione sia interna al mondo a cui questi soggetti si riferiscono che, a maggior ragione, all'esterno di questo è interpretata secondo la dimensione del nemico e mai come avversario. Un nemico verso cui non è concessa esitazione o pietà alcuna.

Le pagine che seguono si propongono di approfondire il percorso inaugurato nel capitolo precedente ripensando, dopo l'analisi di quale sia il concetto di califfato nel messaggio di IS, a quale sia il rapporto che IS ha stabilito tra il nemico, nei suoi molteplici volti, e la dimensione della comunicazione mediatica, concentrandosi sulla definizione di chi sia realmente l'oggetto della violenza di questo gruppo e del perché esso sia stato incluso nella categoria di *hostis*. Infatti, ancor più dei risultati effettivi conseguiti sul campo, IS è riuscita a far risuonare prepotentemente il proprio messaggio attraverso l'abile rappresentazione del nemico, umiliato e sconfitto. Inoltre, nel saper alimentare efficacemente questo rapporto, IS è stata in grado di sincronizzare la sua attività unendo dimensione locale, regionale e internazionale, sostenendo al contempo una campagna di reclutamento e diffusione del terrore su tutti i livelli disponibili<sup>2</sup>.

## 2.1 Il binomio IS/violenza

La contestualizzazione del tema dell'esercizio della violenza per IS e del suo rapporto con il nemico all'interno della più ampia sfera della comunicazione consente di delineare una serie di tratti importanti per la comprensione del gruppo e del suo progetto politico. In questo senso, l'esercizio brutale della violenza da parte del *Dawla al-Islamiyya* e la sua rappresentazione estetica non

---

all'interno della dimensione musulmana divenendo lo strumento per legittimare l'uccisione di fedeli musulmani giudicati empì o negatori della "vera" fede.

<sup>2</sup> I. Eido, "ISIS: The Explosion of Narratives – The Land of the Revolution Between Political and Metaphysical Eternities", *Jadaliyya*, 3 ottobre 2014, [ONLINE]



segnano semplicemente un salto qualitativo nella tecnica e nella regia di un'attività che il terrorismo jihadista contemporaneo ha dimostrato di curare con particolare attenzione fin dalle prime apparizioni di al-Qaida. Nel caso di IS, infatti, la relazione sembra assumere una rilevanza ancor più significativa. Il nemico non è solamente l'ostacolo che si frappone alla realizzazione di un progetto politico, e non è nemmeno semplicemente la condensazione di tutto ciò verso cui combattere o la minaccia strutturale che può essere sia vicina sia lontana (i tristemente celebri *near* e *far enemy*). Esso diviene piuttosto oggetto e soggetto della dottrina del gruppo, tanto da finire col rappresentare una parte costituente della stessa, senza la quale l'intero castello dottrinale di IS rischierebbe di perdere buona parte del proprio significato.

Dal punto di vista ideologico, la peculiare interpretazione del rapporto esistente tra messaggio religioso e obiettivo politico (la ricostituzione del califfato e l'imposizione della *sharia*) favorisce, in una sorta di cortocircuito, quasi la "reificazione" della violenza, politicizzando la dimensione e l'affiliazione religiosa. Tale risultato è raggiunto attraverso una duplice operazione. Da una parte la violenza è mediatizzata attraverso la trasmissione d'immagini e testi che apparentemente la incardinano all'interno di formule istituzionalizzate del monopolio della forza (guerra, punizione del nemico, somministrazione della punizione a chi devia dalla legge ecc)<sup>3</sup>. Dall'altra, la continua e terribile esposizione della violenza produce un effetto banalizzante e assuefatorio. Attraverso la sua reificazione, che non potrebbe esistere senza la leva mediatica e la sfera di internet, IS mira ad affascinare nuove reclute e a terrorizzare i "nemici".

Nel proporsi come realizzazione fisica dell'ideale di stato islamico, IS porta questa riflessione, comune a tutte le formazioni jihadiste, alle estreme conseguenze escludendo categoricamente il concetto di compromesso con l'altro da sé, sia all'esterno sia all'interno dello spazio controllato dal gruppo. Al tempo stesso, la reinterpretazione delle fonti coraniche che fonda la peculiare

---

<sup>3</sup> C. Lister, *Profiling the Islamic State*, Brookings Doha Center Analysis Paper, no. 13, novembre 2014, p. 26.

riflessione fondamentalista di formazioni come al-Qaida e IS porta a una concezione del mondo chiaramente ancorata al principio della necessità di combattere il nemico, ovunque esso sia. In questo senso tra l'esperienza di al-Qaida e IS non si rilevano differenze sostanziali a livello dottrinale nei confronti della categoria di nemico, che viene strutturata e definita sulla base di una personale rilettura dei testi coranici nella prospettiva del proprio progetto politico. L'Occidente, terra dei crociati, i cristiani e gli ebrei (per IS ontologicamente infedeli, *kufiruna* oppure *kuffar*), gli sciiti e i sunniti che osteggiano l'attività jihadista e, in particolare per IS, le altre minoranze religiose presenti in Medio Oriente sono i nemici per eccellenza.

Inoltre, rispetto alla visione tradizionale che ha dominato le formazioni politiche succedutesi nel mondo musulmano nel corso dei secoli, i movimenti jihadisti tendono a rileggere tale tipologia da una prospettiva prettamente etica e de-territorializzata. Il fronte della battaglia è ovunque, poiché la divisione tra compagno nella lotta e nemico si pone in ogni luogo e su ogni livello. Ciò perché questi movimenti propongono una lettura del mondo non più fondata su una separazione tra un campo dell'islam (*dar al-Islam*), definito dalla presenza di un sistema politico retto da musulmani, e una terra della guerra (*dar al-harb*). È lo stesso IS che tiene a ribadire questa visione nel primo numero del suo giornale *Dabiq* quando parla di un «mondo diviso in due campi»: da un lato, si staglia il campo dell'islam e della fede (*dar al-Islam*), ovunque si trovino musulmani e *mujaheddin* che sostengono la causa. Dall'altro, si estende il campo della miscredenza (*kufir*) e dell'ipocrisia, composto da ebrei, crociati, i loro alleati e con loro il «resto delle nazioni e delle religioni *kufir*, tutte quante guidate dall'America e dalla Russia, e mobilitate dagli ebrei»<sup>4</sup>.

Emergono, però, distingo nell'ordine di priorità nell'affrontare i molteplici nemici della causa jihadista, ritenuta espressione unica e definitiva dell'islam, e nella scelta tattica di come convogliare la violenza contro questi. Per bin Laden e al-Zawahiri la lotta deve essere indirizzata primariamente, o secondo

---

<sup>4</sup> *Dabiq*, n. 1, 1435, *Ramadam*, p. 11-12.

un'opportunità strategica e tattica, contro il cosiddetto nemico lontano: l'Occidente guidato dagli Stati Uniti, indicati come nuovi crociati e i loro alleati giudei<sup>5</sup>. Con questi sono categoricamente vietate ogni tipo di associazione o alleanze. Ovviamente non sono dimenticati i nemici "vicini", siano essi musulmani sunniti o sciiti, oltre che i fedeli di altre religioni residenti in paesi a maggioranza musulmana. Ma questi sono tatticamente posti da al-Qaida su un piano secondario rispetto al nemico lontano. Pienamente inserito in questa prospettiva, l'IS segna però un passo in avanti nel senso della predisposizione all'uso della violenza e dell'importanza dedicata allo sterminio del nemico vicino. Di fatto, esso propone una radicalizzazione della cosmologia qaidista e un suo ribaltamento, ponendo come prioritario l'assalto al nemico "vicino" senza naturalmente ignorare quello "lontano". In tale prospettiva, la guerra psicologica attraverso i media e la comunicazione diviene strategicamente importante poiché permette a IS d'"internazionalizzare" lo scontro che avviene sui territori di Iraq e Siria<sup>6</sup>. In questo percorso globale, IS dimostra la sua terribile attualità.

## 2.2 Un mondo dominato da nemici

Sulla base di tali assunti, il processo di creazione del nemico costituisce un elemento cardine dell'impostazione del sedicente Stato Islamico, tanto da dominarne quasi completamente l'elaborazione dottrinale e l'attività propagandistica. Non è un caso, infatti, che al-Baghdadi e le sue coorti siano riuscite a uscire dalla cappa di silenzio e irrilevanza in cui erano cadute, ricorrendo a una strategia che ha dedicato estrema attenzione al processo di ridefinizione del nemico e alla sua esposizione mediatica, pur fondandosi *in primis* sul varo di una nuova stagione eversiva,

---

<sup>5</sup> Cfr. G. Kepel (a cura di), *Al-Qaeda. I testi*, Roma-Bari, Laterza, 2006.

<sup>6</sup> E. Brooking, "The ISIS Propaganda Machine Is Horrifying and Effective. How Does It Work?", *Defense in Depth*, 21 agosto 2014, <http://blogs.cfr.org/davidson/2014/08/21/the-isis-propaganda-machine-is-horrifying-and-effective-how-does-it-work/>.

chiamata a dimostrare la vitalità e le ritrovate capacità operative dell'organizzazione<sup>7</sup>. E non poteva essere altrimenti visti i pesanti e durevoli strascichi che il conflitto interno alla galassia arabo-sunnita irachena aveva lasciato sul campo. Il tracollo subito dalle forze dell'Isi (sigla che identifica uno dei nomi assunti inizialmente da IS, ovvero Stato islamico in Iraq) tra il 2006 e il 2009, infatti, era maturato all'interno di un quadro segnato dalla crescente ostilità nutrita nei confronti del movimento, non solo dai suoi avversari storici (ad esempio, coalizione internazionale a guida statunitense, nascenti forze di sicurezza irachene e milizie sciite), ma anche da quelli che erano stati i suoi principali alleati all'interno del paese. Proprio il sapiente sfruttamento di queste divisioni aveva permesso al comando statunitense di rompere l'asse che aveva sino ad allora unito le comunità arabo-sunnita-irachena, l'insurrezione e l'Isi, dando vita a quei consigli del risveglio<sup>8</sup> (*sahwa*) rivelatisi poi fondamentali per la sconfitta delle forze jihadiste. Non era stato, però, uno scontro facile né combattuto alla luce del sole: al contrario si era trattato di una guerra strisciante, fatta di tradimenti, “soffiate”, attentati e faide intestine che aveva messo l'uno contro l'altro attori che avevano condiviso per anni la lotta alle nuove istituzioni irachene e ai loro patroni/protettori internazionali. Questi avvenimenti, uniti al ritiro delle forze armate americane dall'Iraq (completato nel 2011 e unanimemente considerato come una delle principali motivazioni alla base del successo dello Stato Islamico) imponevano una rivoluzione interna che non poteva essere procrastinata. Per poter rinascere IS (allora ancora solo Stato Islamico dell'Iraq) non poteva continuare a combattere vecchi fantasmi o nemici ormai inesistenti, ma adeguare la propria strategia sulla base delle mutate condizioni locali, pur tenendo fede alle linee guida tracciate da Abu Musab al-Zarqawi e rivendicando l'obiettivo di riscuotere –

---

<sup>7</sup> Si veda A. Plebani, *The unfolding legacy of al-Qa'ida in Iraq*, in Idem (ed.), *New (and old) patterns of jihadism: al-Qa'ida, the Islamic State and beyond*, ISPI Studies, ottobre 2014.

<sup>8</sup> Sul tema si veda J. MacCary, “The Anbar Awakening: an Alliance of Incentives”, *The Washington Quarterly*, vol. 31, n. 1, 2009.

prima o poi – il credito di sangue vantato dal gruppo nei confronti dei movimenti *sahwa*.

Così come per altri gruppi jihadisti più o meno direttamente connessi alla filiera qaidista, la formazione di al-Baghdadi non potrebbe esistere senza un *hostis* al quale contrapporsi, in una dinamica segnata da una totale dicotomia tra “sostenitori della vera fede” e oppositori da schiacciare con ogni mezzo. Un’impostazione, questa, che riprende tematiche esposte da una nutrita schiera di pensatori che hanno dominato il panorama islamista del corso del secolo scorso e che unisce idealmente autori del calibro di Abu al-Ala al-Mawdudi, Sayyid Qutb, Abdullah Azzam e lo stesso Ayman al-Zawahiri<sup>9</sup>. Ma chi è questo nemico che il sedicente Stato Islamico si propone di colpire ovunque e con ogni mezzo sino a che «bruceranno le armate dei crociati a Dabiq?»<sup>10</sup>. Sebbene, a livello sostanziale, rientrino in questa categoria tutti coloro che non aderiscono al disegno del *Dawla*, il movimento ha dedicato una parte significativa del proprio *corpus* dottrinale e propagandistico a chiarire chi possa essere considerato suo nemico, a quali caratteristiche esso debba rispondere e sulla base di quali argomentazioni sia lecito considerarlo tale, in una dinamica che ha finito spesso con l’unire elementi propri del piano teologico a considerazioni ben più prosaiche e spesso legate a specifici interessi tattici e strategici.

### *Il nemico interno*

Sulla base di tali considerazioni, una prima fondamentale differenziazione può essere operata in relazione all’appartenenza – reale o millantata, riconosciuta o meno – dell’*hostis* alla comunità islamica. Come nel caso di altri movimenti jihadisti, infatti, il nemico non viene individuato necessariamente ed esclusivamente

<sup>9</sup> “Engaging with a Legacy: Nehemia Levtzion (1935-2003)”, *Canadian Journal of African Studies / Revue Canadienne des Études Africaines*, special issue, vol. 42, n. 2-3, pp. 553-555.

<sup>10</sup> Questa formula dà il nome a una rivista di IS, per l’appunto *Dabiq*. La frase, che apre ogni volume, è attribuita ad Abu Musab al-Zarqawi, prospettando una visione millenarista del gruppo che dovrebbe trovare il termine ultimo della sua missione nello scontro apocalittico alla fine dei tempi.

al di fuori del *dar al-Islam* e della cerchia dei fedeli, ma anche tra coloro che si presentano come parte integrante della *umma* (comunità islamica) e che la dottrina di IS non esita a definire miscredenti – posizione, questa, punibile con la morte. Anzi, proprio il gruppo fondato da al-Zarqawi si è distinto sin dai primi anni della sua formazione per la lotta feroce che ha ingaggiato contro una serie di comunità islamiche accusate di aver snaturato il messaggio profetico e che, proprio in virtù delle loro posizioni, sono state considerate come ancora più pericolose degli infedeli e di quel *far enemy* (nemico lontano) che al-Qaida, e Ayman al-Zawahiri in particolare, avevano invece eletto a loro nemesi assoluta.

Tra i primi nomi della “lista nera” del gruppo troviamo quindi senza dubbio le comunità sciite della regione. Solitamente indicate coll’appellativo *rawafid* (coloro che rifiutano, termine che non compare nel Corano a differenza di altri vocaboli impiegati per identificare il nemico), in virtù delle loro posizioni ritenute antitetiche rispetto a quelle dell’islam ortodosso sunnita, gli sciiti sono ben presto divenuti l’obiettivo principale delle operazioni lanciate da quella che era allora conosciuta come al-Qaida in Iraq. Sebbene condotti più per ragioni tattiche che prettamente teologiche, i massacri perpetrati dalle forze di al-Zarqawi ai danni della comunità sciita irachena hanno contribuito in misura determinante all’emergere di una deriva settaria che, seppur presente e storicamente radicata nello scenario mediorientale e legata a precise dinamiche geopolitiche<sup>11</sup>, è stata da questi ridestata e amplificata. Una posizione, quella espressa dal gruppo, che si è distanziata significativamente da quella propria della galassia jihadista “mainstream” che – pur non nutrendo particolari

---

<sup>11</sup> È evidente in questo caso il riferimento alla competizione geopolitica scatenata da quella che a suo tempo re Abdallah di Giordania aveva indicato col nome di mezzaluna sciita, facendo riferimento all’accresciuto peso geopolitico acquisito dall’Iran a partire dai primi anni Duemila. Questa tesi è corroborata anche dal fatto che il termine *rafida* tendeva spesso a esser accompagnato o sostituito nella propaganda da quello di persiani-safavidi (*safawi*), così da ancorare la lotta al nemico sciita non solo su un piano religioso e dottrinale ma anche a livello geopolitico. Cfr. V. Nasr, *La rivincita sciita, Iran, Iraq, Libano. La nuova mezzaluna*, Milano, UBE, 2007.

simpatie per la comunità sciita – non ha mancato di criticare aspramente e a più riprese la scelta del gruppo<sup>12</sup>. Simili considerazioni, seppur tendenzialmente legate al solo piano teologico, accompagnano anche la lotta ingaggiata da IS ai danni delle confraternite sufi e ai santuari a esse associate. Si tratta di una posizione tutt'altro che esclusiva del movimento fondato da al-Zarqawi e che s'inserisce nel solco di una visione dicotomica del mondo che tende a considerare i sufi e la mistica spesso a loro associata come eterodossa, espressione evidente della contaminazione cui il credo islamico è stato esposto nei secoli.

Gli strali del sedicente califfato non si limitano però esclusivamente a quelle forme di islam tradizionalmente accusate di eterodossia, ma anche a tutta un'ampia serie di attori che, sebbene appartengano al mondo islamico sunnita, non riconoscono l'autorità di al-Baghdadi: capi tribù, imam e capi di stato, ma anche semplici credenti, divengono quindi, a causa di questa posizione, obiettivi legittimi del jihad armato promosso dal movimento. Una posizione dottrinale, questa, che ha spinto molti studiosi ad accostare IS al movimento kharijita<sup>13</sup>. Non si sottraggono a quest'impostazione nemmeno quei movimenti islamisti che, pur condividendo un retroterra dottrinale parzialmente comune, non sono disposti a seguire la via tracciata dal califfato e a riconoscerne la supremazia. Evidente è in questo caso il riferimento alla Fratellanza musulmana e ai suoi *offshot*, ma anche allo stesso network qaidista, accusato a più riprese di aver smarrito la retta via<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Cfr. S. Brooke, *The Preacher and the Jibadi*, in H. Fradkin, H. Haqqani, E. Brown (eds), *Current Trends in Islamist Ideology*, Hudson Institute Publications, vol. 2, 2005

<sup>13</sup> Non è facile spiegare brevemente il significato di *kharijita* in quanto tale termine passa attraverso tutta la storia dell'islam, esprimendo secondo i contesti e i vari momenti storici forme di dissidenza religiosa o politica finanche atteggiamenti definiti dal sistema di potere ufficiale come eretici rispetto all'ortodossia sunnita. Più semplicemente con l'utilizzo di questo termine si vuole mettere in luce la volontà di rottura violenta e militante dei movimenti jihadisti con il potere costituito e con le autorità ufficiali in campo religioso, giudicate corrotte e negatrici dei veri principi contenuti nelle fonti.

<sup>14</sup> Cfr. A. Plebani, *The unfolding legacy of al-Qa'ida in Iraq*, op. cit.

### *Il nemico esterno*

Venendo alla dimensione del nemico esterno, IS assume in maniera integrale la prospettiva jihadista che vede nell'Occidente, nei suoi alleati e più ampiamente in tutti i soggetti non professanti la religione musulmana l'obiettivo naturale e necessario della sua causa militante. Come ricordato in precedenza, IS non offre particolari "innovazioni" nella definizione di nemico secondo la peculiare interpretazione dei movimenti jihadisti. In tal senso, la selezione dei riferimenti delle fonti sacre avviene solo nella prospettiva di quei passaggi che possono sostenere e giustificare la lotta armata. Per tale ragione, ogni apertura contenuta nella tradizione e nelle fonti coraniche rispetto alla possibilità di una convivenza o accettazione dell'altro viene ignorata o al più riproposta prosaicamente. Di conseguenza, tutta la riflessione islamica nei confronti dell'altro precipita brutalmente nel baratro ideologico aperto da IS con la conseguenza di vedere in questi solo un nemico, catalogato secondo le tipologie del miscredente (*kuffar*), del politeista (*mushrik*) o dell'apostata (*murtad*), come essa stessa chiaramente esprime nei vari video o articoli rilasciati dalle sue unità di propaganda. In verità, tale tripartizione non deve trarre in inganno e non deve essere semplicemente giudicata sulla base dei riferimenti esistenti all'interno delle fonti. Se a livello prettamente teorico è possibile definire quali conseguenze derivino dal configurare un nemico secondo queste distinzioni, in realtà, la propaganda e l'uso disinvolto della denigrazione e della violenza fa sì che IS le utilizzi in modo quasi interscambiabile, privandole di ogni riferimento contestuale e teologico, stabilendo solo occasionalmente dei distinguo che appaiono dettati più da ragioni tattiche che ideologiche.

Nella propaganda di IS la categoria del *kuffar* assume una sua importanza secondo due direzioni distinte, nonostante vi siano occasionali interconnessioni e sovrapposizioni. Da una parte, l'uso di questo riferimento serve a identificare tutto un mondo esterno, riassumibile sommariamente con l'Occidente e i suoi alleati (musulmani e non), verso cui la galassia jihadista, e IS, si pone in chiara opposizione e contrapposizione. È questo il nemico che



secondo il movimento assedia l'islam, ne minaccia l'esistenza rendendo necessario il jihad difensivo. Dall'altra, l'uso della categoria di *kuffar* serve a stabilire una fusione tra la questione del nemico e la sfera della minaccia etica ed esistenziale per il musulmano. Trasfigurato, il *kuffar* diviene una piaga che corrompe il musulmano; la "cattiva compagnia", come recita *Dabiq*<sup>15</sup>, che travia anche il buon credente che rispetta integralmente i precetti dell'islam e lo sottopone al costante pericolo del peccato. Sulla scia di questa minaccia di contagio, compromissione e associazione, il buon musulmano che risiede pacificamente tra i *kuffar* correrebbe il più pericoloso dei rischi, ovvero quello di abbandonare o venir meno al jihad, peccato capitale nella prospettiva di IS. È evidente come tutta questa costruzione cosmico-etica del rapporto tra il credente e il miscredente non indichi solo una prospettiva individuale di scontro e contrapposizione, ma suggerisce anche la necessità, secondo IS, che il musulmano dia soluzione definitiva alla minaccia di contagio, innanzitutto prendendone atto e, poi, scegliendo di separarsi con la migrazione (*hijra* – migrazione/separazione) verso i territori sotto il suo controllo, impegnandosi nello sterminio nel contesto mediorientale.

Venendo ora alla questione del rapporto tra IS e il nemico inteso come *kuffar* all'interno delle aree in cui conduce le sue operazioni belliche, esso dimostra di riconoscere solo teoricamente quel complesso di garanzie, per quanto degradanti e sminuenti, che hanno permesso il susseguirsi degli imperi multi-religiosi caratterizzanti la storia delle società musulmane, e che le fonti tradizionali concedono alle cosiddette genti del libro (*ahl al-kitab*)<sup>16</sup>. Così come evidenziano le numerose fonti video e le pubblicazioni on-line rilasciate da IS, la questione della protezione (*dhimma*) in cambio del pagamento della tassa di difesa (*jizya*) per i popoli del libro viene solo retoricamente e prosaicamente evocata, mentre all'atto pratico IS non ha dimostrato alcuna pietà

---

<sup>15</sup> *Dabiq*, n. 3, 1435 Shawwal, p. 32.

<sup>16</sup> I fedeli delle religioni monoteiste riconosciute (cristianesimo, ebraismo, zoroastriani).

nel momento in cui si è trovata a operare nei contesti siriani e iracheni in cui risiedevano i cristiani. Sia nel caso di Raqqa, nel febbraio del 2014, sia di Mosul, nell'estate del 2014, i militanti del sedicente califfato hanno dato chiara prova di voler perseguire una politica di sterminio ed epurazione dei cristiani<sup>17</sup>. Di fatto, la conversione è stata l'unica via lasciata realmente aperta a queste comunità<sup>18</sup>. L'introduzione dell'istituto della *dhimma* nelle due "costituzioni" promulgate a Raqqa (febbraio 2014) e Mosul (luglio 2014) ha solo temporaneamente fermato il braccio armato di IS<sup>19</sup>. A Mosul, in particolare, la *dhimma* è stata introdotta sotto la formula «nient'altro che la spada», prefigurando di fatto una sorta di tregua piuttosto che la possibilità di porsi sotto la protezione, seppur umiliante e degradante, di questo istituto. È così che IS ha concesso solo 48 ore per compiere la propria scelta di abbracciare l'islam o di abbandonare le città. Una "libertà" decisamente retorica che ha sotteso e preparato, in una sorta di pathos abilmente e terribilmente teatralizzato, ben altri intenti. Di fatto, la "verità" trasmessa dai video e dal materiale on-line ha dimostrato l'intenzione di IS di utilizzare le sofferenze e le umiliazioni di queste vittime come chiaro e inequivocabile manifesto della sua forza bellica e della sua indefessa abnegazione allo sterminio del diverso<sup>20</sup>. La scelta di segnare le proprietà dei cristiani con la lettera araba "nun" (*nasara*) e degli sciiti delle comunità Shabak e Turkmene con la lettera araba "ra" (*rafida*) ha ben rappresentato quest'intenzione di spettacolarizzare e spazializzare la sofferenza del nemico e dell'altro, creando una forte eco di terrore e sconcerto sia sul piano internazionale sia nel territorio appena conquistato<sup>21</sup>. In questo modo IS ha portato alle estreme conseguenze la sua guerra psicologica. Naturalmente, questa spinta distruttiva e nichilista ha coinvolto anche luoghi di culto, cimiteri

<sup>17</sup> <http://elaph.com/Web/News/2014/12/964325.html>.

<sup>18</sup> [http://www.bbc.co.uk/arabic/inthepress/2014/03/140303\\_press\\_wednesday](http://www.bbc.co.uk/arabic/inthepress/2014/03/140303_press_wednesday).

<sup>19</sup> *Report of the Independent International Commission of Inquiry on the Syrian Arab Republic. Rule of Terror: Living under ISIS in Syria*, 14 novembre 2014, p. 2-5.

<sup>20</sup> <http://www.doualia.com/2014/08/18/ش-بازا-ت-خ-تن-داعش/>

<sup>21</sup> <http://www.releaseinternational.org/iraq-ultimatum-to-mosul-christians-leave-by-noon-or-be-killed/>.

e testimonianze artistiche che sono state oggetto di profanazione e distruzione.

Stessa sorte è toccata alle comunità yazide del Sinjar tra l'inizio di luglio e agosto del 2014. In questo caso però è da sottolineare il particolare accanimento che IS ha voluto dimostrare nei loro confronti, sia a livello dell'esercizio della forza fisica che in quello della sua mediatizzazione e comunicazione. Gli yazidi sono un gruppo minoritario di estrazione curda che testimonia, dal punto di vista religioso, un complesso intreccio di principi mistici e tradizioni culturali e teologiche di antiche fedi presenti in Medio Oriente. Per la verità, la storia di questa realtà è segnata da episodi di persecuzione fin dai tempi dell'Impero ottomano, passando poi per i tentativi assimilazionisti dei vari regimi che si sono succeduti in Iraq.

Pur inserendosi nel solco dell'accusa di essere *mushrik* (pagani), IS ha portato tale pregiudizio su livelli paradigmatici. La loro martirizzazione è stata, infatti, mostrata apertamente e con orgoglio, finanche ostentata, mediante l'impiego di qualsiasi strumento di comunicazione. In tal modo, la persecuzione degli yazidi è stata costruita come il caso esemplare che mostra al mondo, musulmano e non, il significato del progetto di IS e le sue modalità di applicazione nei confronti dei nemici e di qualsiasi tipo di "minaccia". Nell'ideologia distorta di questo gruppo, gli yazidi non sono semplicemente dei pagani o dei *mushrikun* (politeisti), ma diventano l'espressione idealtipica della categoria peggiore di nemico; un nemico etico che esprime, nella sua antica tradizione religiosa, la permanenza del rifiuto del messaggio islamico. Per tale ragione, contro di loro tutto è permesso e lecito secondo la propaganda di IS. Agli yazidi, infatti, tale organizzazione ha lasciato solo la scelta di convertirsi o morire. Come emerge negli articoli dedicati da *Dabiq* al loro strazio, IS ha pervicacemente ribadito che questa comunità, a differenza di quanto avvenuto con cristiani ed ebrei, non poteva essere accettata nella *dhimma*. Nella prospettiva del *Dawla al-Islamiyya*, nessuna protezione era possibile in cambio della sottomissione e della loro umiliazione.

Gli yazidi sono diventati quindi il “bottino” ideale di IS, sia in senso propagandistico (l’oggetto su cui si sperimenta ed esercita tutto il carico di violenza possibile mediatizzandolo), sia nel senso materiale del termine, schiavizzando le donne e i bambini che sono stati divisi tra quanti hanno partecipato alla loro “conquista”. Il motivo prettamente simbolico di questo massacro è ulteriormente confermato dalla scelta che IS ha compiuto, decidendo di allargare il fronte a un’area come quella del Jebel Sinjar (dove risiedono gli yazidi) priva di un eccezionale interesse strategico e operativo dal punto di vista militare, rispetto al significato politico e al prestigio che ha comportato la conquista di Mosul. Tale comportamento può essere spiegato, infatti, solo facendo riferimento alle dinamiche sopra evidenziate: non erano tanto i territori occupati dagli yazidi o le risorse in loro possesso a interessare la leadership jihadista, ma il loro essere l’agnello sacrificale ideale per cementare l’unità del composito schieramento riunito da al-Baghdadi. Particolarmente desolante è la lettura delle pagine di *Dabiq*<sup>22</sup> in cui IS sembra simulare quasi un approccio “positivista” che invita il lettore a far conoscenza con questo essere disumanizzato, il *mushrik*, ovvero lo yazide. La giustapposizione fitta di fonti e opinioni informa questo percorso, senza che ci sia nessun tipo di rigore, ma solo lo sforzo di giustificazione e razionalizzazione della correttezza nella sua uccisione, schiavitù e umiliazione. Unica via di uscita da questo stadio “bestiale” è la conversione che emenda la colpa e ferma il braccio armato di IS.

In questo senso il nemico esterno, ma vicino, nelle sue varie definizioni denigratorie rappresenta lo strumento drammaticamente più semplice per sostenere la spregiudicata campagna mediatica del movimento. Disumanizzate e umiliate, le vittime di IS divengono simboli per eccellenza, esempi della durezza e fermezza nel voler istituire un nuovo ordine, puro e omogeneo contro tutte le differenze e le resistenze. Il nemico, spogliato e inerme, serve al *Dawla al-Islamiyya* per articolare la sua versione semplificata d’interpretazione della tradizione religiosa, spostando

---

<sup>22</sup> *Dabiq*, n. 4, 1435 Dhul-Hijjah, pp. 14-17.

l'attenzione dalla teoria alla carne sofferente. Al tempo stesso, tale operazione è necessaria per la guerra psicologica che il gruppo intende combattere in modo spregiudicato su ogni piattaforma mediatica a disposizione, mettendo in mostra la sua forza, “reizzando”, come detto prima, la violenza che dispensa, e ritualizzando ogni morte e ogni sofferenza, sia individuale sia collettiva.

### **2.3 IS e la violenza necessaria**

Una volta definito chi IS individui come proprio nemico è importante comprendere perché il processo di creazione di questi rivesta una rilevanza così significativa all'interno del *corpus* dottrinale e propagandistico del movimento. Senza alcun dubbio le motivazioni devono essere ricercate tanto sul piano dottrinale e di *grand strategy* quanto, e forse più, a livello tattico. Sin dalla fondazione di *Tawhid wa-l-Jihad* in Iraq (capostipite dei movimenti che portarono alla formazione di IS), la capacità di colpire duramente e con continuità il nemico ha rappresentato l'unico modo a disposizione del gruppo per attestare la propria rilevanza e la propria capacità di resilienza a fronte di una pressione che, soprattutto a cavallo tra 2006 e 2009, aveva raggiunto livelli da molti considerati insostenibili. In un contesto come quello delineato, un “animale da combattimento” come IS poteva, e può, sopravvivere solo se costantemente dimostra di poter mantenere l'offensiva, in modo da veicolare un messaggio di aggressività rivolto tanto ai propri oppositori quanto alla propria *constituency* di riferimento e agli attori ruotanti attorno a essa. Diversamente da quanto siamo portati a credere, la presa di IS e dei movimenti che l'hanno preceduta sui territori sotto la sua autorità è sempre stata tutt'altro che assoluta e ha dovuto fare i conti con l'esistenza di attori sociali e centri di potere locali caratterizzati da agende e obiettivi di lungo periodo profondamente diversi da quelli esposti dal movimento. Il mantenimento di una postura fortemente aggressiva e, quindi, di una pressione esterna estremamente elevata è servita e serve anche a rafforzare quella che in gergo è

definita *in-bound solidarity*, mantenendo vivo il senso di missione del gruppo, contribuendo a cementarne lo spirito di corpo e rimarcandone l'alterità rispetto a soggetti terzi. Un elemento, quest'ultimo, che è rafforzato ulteriormente dai processi di disumanizzazione e di "de-islamizzazione" (nel caso di nemici che si dichiarino musulmani) adottati nei confronti dell'avversario. In quest'ambito, particolarmente interessante è la modalità attraverso cui è gestito e giustificato il conflitto contro membri della stessa *umma*. Pur rifacendosi a un'ampia serie di autori che hanno giustificato l'estensione della lotta anche all'interno della comunità islamica, IS ha, però, spinto l'asticella del conflitto intra-islamico su livelli mai registrati prima. È proprio la lotta contro coloro che, pur professandosi musulmani, sono ritenuti responsabili della decadenza del mondo islamico e del suo ritorno a uno stato di *jahilliya* (ignoranza) assimilabile a quello antecedente alla predicazione del Profeta il tratto distintivo dell'intero *corpus* dottrinale di IS. Più che la lotta al nemico lontano, infatti, è stata la dichiarazione di guerra lanciata alle comunità islamiche (eterodosse e non) a differenziare sin dal principio il gruppo fondato da Abu Musab al-Zarqawi dal resto della galassia jihadista. È su queste basi che va letta la battaglia ingaggiata da al-Qaida in Iraq e dai suoi epigoni contro la comunità sciita irachena, così come lo scontro senza esclusione di colpi avviato con quelle parti della comunità sunnita non disposte a sostenere la causa del movimento. Nel primo caso l'uso della violenza è giustificato dalla scelta delle vittime di non riconoscere l'autorità dei califfi succedutisi ad Ali (non è casuale, infatti, che venga usato nei loro confronti il termine *rafida*) e quindi di perpetuare la condizione di divisione che ha segnato in maniera indelebile l'islam delle origini. Nel secondo, la causa scatenante del conflitto è da individuarsi non tanto nel rifiuto formale di abbracciare l'ortodossia sunnita, ma nella scelta di non aderire al messaggio ultra-radicale promosso dal movimento e, quindi, di scegliere l'errore pur essendo stati esposti alla verità (da qui la tendenza a ricorrere al concetto di *taghut* e alla pratica del *takfir*).

La scelta di concentrare lo scontro in seno alla comunità islamica non è basata, però, su considerazioni esclusivamente legate al piano teologico e dottrinale. Anzi, molto spesso essa è figlia di considerazioni ben più materiali e contingenti, oltre che legate a esigenze strategiche e tattiche. Come ben sottolineato da Brian Fishman, infatti, la scelta di Abu Musab al-Zarqawi di colpire la comunità sciita irachena (e dar vita a una vera e propria guerra civile) era sì ancorata a una visione dei mali del mondo islamico che tendeva a considerare il nemico vicino più pericoloso di quello lontano<sup>23</sup>, ma anche alla necessità di evitare l'avvio di un processo di riconciliazione nazionale che avrebbe portato all'integrazione della comunità arabo sunnita irachena nel nuovo ordine post-Saddam – un evento che avrebbe segnato inevitabilmente la sconfitta del movimento guidato dal leader giordano, per il quale il sostegno della *sunna* irachena era la *condicio sine qua non* sarebbe stato impossibile condurre la propria campagna armata.

«targeting [Shi'a] in religious, political, and military depth will provoke them to show the Sunnis their rabies [...] and bare the teeth of the hidden rancor working in their breasts. If we succeed in dragging them into the arena of sectarian war, it will become possible to awaken the inattentive Sunnis as they feel imminent danger and annihilating death at the hands of the Sabeans»<sup>24</sup>.

È, inoltre, importante sottolineare che l'accanimento posto nei confronti della dimensione sciita trova una chiara spiegazione nell'ambizione che IS ostenta di fondare un nuovo soggetto statale, oltre le divisioni e i confini esistenti in Medio Oriente. Infatti, IS legge il suo rapporto con la comunità sciita non solo in una prospettiva “religiosa”, ma anche secondo un'ottica prettamente politico-statale. È così che in Iraq, dove gli sciiti hanno controllato la vita politica del paese fin dalla sconfitta di Saddam Hussein, IS definisce la loro sconfitta e umiliazione come una “liberazione” dei sunniti dal giogo dell'oppressore<sup>25</sup>. Una

<sup>23</sup> B. Fishman, “After Zarqawi: the dilemmas and future of Al Qaeda in Iraq”, *The Washington Quarterly*, vol. 29, n. 4, 2006, pp. 20-21.

<sup>24</sup> *Ibidem*, p. 23.

<sup>25</sup> Islamic State Report, Issue 3, Shaban 1435, p. 1.

liberazione che è prima di tutto una conquista politica del diritto d'imporre il predominio sunnita. Questi riferimenti incrociati a volte sembrano più contestuali che frutto di una rigorosa elaborazione e fanno capire la modalità attraverso cui IS rimescola "religioso" e "politico" secondo le convenienze di un programma che s'inserisce chiaramente nelle pieghe e nelle debolezze della regione mediorientale con il fine di dar vita a un nuovo soggetto statale.

Inoltre, interessi materiali e spirituali devono fare i conti con le regole della *real politik* non solo in relazione alla lotta ingaggiata contro i nemici posti all'esterno del califfato, ma anche nei confronti di "quinte colonne" presenti sui suoi territori e di coloro che non ne rispettano le indicazioni. È per questo che la violazione degli ordini o delle norme imposte da IS è ripagata con violenza esemplare: colpire un membro a pieno titolo del "califfato" veicola un messaggio di coerenza e di fede in una purezza senza compromessi che contribuisce a rafforzare l'aura di sacralità del movimento e, al tempo stesso, a rafforzare la presa di al-Baghdadi sul territorio sulla base del principio che prevede «l'eliminazione di un nemico per educarne cento». È in questo contesto che devono essere esaminate le punizioni su pubblica piazza che si ripetono a intervalli regolari nelle roccaforti del gruppo, ma anche l'estrema efferatezza impiegata da IS nei confronti di chiunque osi opporsi al suo dominio, come dimostrato in occasione dell'eliminazione di centinaia di membri delle tribù al-Bu Nimr e al-Jubur (in Iraq) e Sheitat (in Siria)<sup>26</sup>. Un'ossessione nei confronti dell'ordine e la moralità pubblica che ha recentemente portato i militanti di IS a punire 13 ragazzini per la sola colpa di aver guardato e tifato la squadra di calcio nazionale irachena. È chiaro che, al pari dei delitti ricordati in precedenza, questo atto non può essere che condannato per la sua efferatezza. Al tempo stesso, l'accanimento verso i più giovani è l'evidente prova del desiderio di IS di controllare strettamente il comportamento di coloro che dovrebbero rappresentare nella sua logica i futuri cittadini del "califfato".

---

<sup>26</sup> O. Holmes, S. al-Khalidi, "Islamic State executed 700 people from Syrian tribe: monitoring group", *Reuters*, 16 agosto 2014.



Non stupisce quindi che IS abbia potuto dimostrare una tale rigidità nei loro confronti. Naturalmente non ci si deve concentrare troppo sulla questione dello sport, con il rischio di ricadere in disquisizioni poco produttive su cosa sia lecito o meno nella prospettiva di gruppi come IS, piuttosto bisogna pensare che sia stato il supportare o guardare la nazionale irachena a scatenare la sua furia. Dopo tutto, tra i primi nemici di IS vi sono tutti gli stati del Medio Oriente, i loro confini e le loro identità, al di fuori che siano vere, immaginate, artificiali o pretese<sup>27</sup>.

Una menzione a parte merita, poi, il conflitto ingaggiato con i curdi. Tra i più accerrimi nemici del sedicente Stato Islamico tanto in Iraq quanto in Siria, essi sono presentati sul piano dottrinale come *hostis* non in funzione della loro specificità etnica, ma in quanto accusati di miscredenza (se non in alcuni passaggi di vero e proprio ateismo, vista la loro prossimità a gruppi di estrema sinistra). Particolarmente significativo è, in questo senso, un passaggio del numero 5 di *Dabiq* attribuito al portavoce di IS, Abu Muhammad al-Adnani: «our war with the Kurds is a religious war. It is not a nationalistic war – we seek the refuge of Allah. We do not fight Kurds because they are Kurds. Rather we fight the disbelievers amongst them, the allies of the crusaders and Jews in the ir war against the Muslims»<sup>28</sup>.

## Conclusioni

Il rapporto tra comunicazione, nemico e la sua uccisione ricopre quindi un ruolo strategico di primaria importanza nella guerra di IS. È, infatti, tale connessione che consente al gruppo di sostenere la sua macchina propagandistica che serve sia nella lotta al nemico esterno (a livello operativo e psicologico), sia per lo scontro interno al mondo jihadista con l'obiettivo di ottenere il primato del reclutamento e quindi della guida di tale causa. Al tempo stesso, ponendosi l'obiettivo di fondare immediatamente una propria

---

<sup>27</sup> Islamic State Report, Issue 4, Shaban 1435, p. 2.

<sup>28</sup> *Dabiq*, n. 5, 1436 Muharram, p. 12.

forma statale, IS vede nel nemico il mezzo più naturale per imporre il proprio monopolio della forza all'interno di un dato territorio, dimostrando attraverso la punizione e la repressione la capacità d'imporre l'ordine pubblico. L'esibizione del nemico, la sua punizione e la sua uccisione sono quindi strumento necessario della crudele dinamica di costruzione di una forma statale o proto-statale controllata da IS. Al tempo stesso, il rapporto tra nemico e comunicazione fornisce strategicamente la possibilità di dimostrare il senso di un progetto politico che s'ispira all'omologazione e all'omogeneità dei soggetti che pretende di governare, assecondando la visione più radicale e deviante del principio dello stato-nazione. Di conseguenza, l'estirpazione del diverso e la chiamata all'immigrazione (*hijra*) divengono un tutt'uno. Inoltre, la sofisticata capacità comunicativa, sia estetica sia per la pluralità dei media utilizzati, sostiene questo desiderio di porsi come soggetto organizzato, strutturato e ripartito, capace nei propri propositi di non far rimpiangere – anzi – il più moderno stato occidentale. Infine, in una prospettiva di guerra continua la possibilità di accompagnare la battaglia sul campo con quella mediatica, alimentando il terrore, può facilitare l'avanzata di IS, snervando il nemico vicino oppure favorendone la fuga, così da ingrandire le comunità di rifugiati nei paesi vicini, probabili nemici futuri. Quest'ultimo aspetto può quindi divenire strategicamente un fattore di destabilizzazione per questi contesti che potrebbe avvantaggiare la spinta espansionistica di IS secondo la strategia dei 5 stadi<sup>29</sup>.

Dal punto di vista tattico, invece, è apparso evidente che IS si sia concentrato, o meglio, abbia consciamente deciso di convogliare la propria propaganda e comunicazione per tappe, dedicandosi

---

<sup>29</sup> Senza introdurre nessuna reale innovazione nel concepire la strategia per giungere alla rifondazione del califfato (*al-*khilafā**), IS ha chiaramente descritto questo percorso nel primo numero di *Dabiq*. I 5 stadi o tappe necessarie sarebbero: *hijra* (emigrazione – distaccarsi strategicamente da un territorio ostile verso un area dove vige un'autorità centrale debole); *jama'a* (raggrupparsi e consentire l'addestramento delle nuove reclute); destabilizzare il *taghut* (creare caos e portare al collasso del regime tirannico); *tamkin* (subentrare al disordine assicurando una nuova forma statale); *khilafā* (califfato). *Dabiq*, n. 1, 1435 Ramadan, p. 40.

scientemente alla rappresentazione di singoli gruppi secondo le necessità e le convenienze immediate, rispecchiando in qualche modo lo stadio di evoluzione raggiunto in un dato momento dall'organizzazione (secondo i 5 stadi menzionati in precedenza) e le connesse esigenze tattico-strategiche. Di fatto, la scelta di dedicarsi, inizialmente in modo quasi esclusivo come emerge nelle pubblicazioni di *ISN news* (altro giornale prodotto da IS insieme a *Dabiq*) contro la dimensione sciita aveva probabilmente lo scopo di dare corpo e immagine alla lotta contro lo stato centrale iracheno, in vista della cosiddetta "liberazione". In un secondo momento, in particolare in corrispondenza della presa di Mosul e dell'assalto al Jabal Sinjar, cristiani e yazidi divengono tatticamente gli obiettivi simbolici, per motivi differenti, per conseguire una forte eco mediatica, spettacolarizzando a livello internazionale i loro successi, al di fuori della reale entità militare, e terrorizzando le popolazioni vicine nell'intento di proseguire sull'onda espansionistica.

Dal punto di vista pratico-istituzionale, nonostante si distingua per l'efferatezza del suo atteggiamento e comportamento, IS rappresenta pur sempre un fenomeno politico-sociale che vive la necessità di alimentare una costruzione identitaria capace di differenziarlo e caratterizzarlo rispetto al panorama jihadista e alla sfera dei nemici contro cui si scaglia. Ciò rappresenta un aspetto necessario per legittimarlo nei confronti dei propri militanti e dei possibili nuovi accoliti. Tale operazione è quindi determinante sia per il mantenimento della coesione all'interno della propria *constituency* sia nella prospettiva di un suo ampliamento. Definire un nemico e comunicarlo serve innanzitutto a sottolineare l'unicità della propria missione e causa. Al tempo stesso, la costruzione di un'immagine di nemico come minaccia etica e ontologica è necessaria per IS al fine di far concentrare i propri militanti sull'obiettivo della battaglia e dello scontro, e motivarli. Ciò pare ancor più importante nella prospettiva della costruzione di uno stato che necessita un presidio territoriale e il controllo quotidiano di chi vi risiede e quindi deve contare su un sistema costantemente mobilitato e fortemente coeso e motivato. Inoltre, l'esibizione

nichilista della morte e dell'umiliazione sembra servire a IS per alzare il livello di pressione esterna. Come indica la così detta regola di Simmel<sup>30</sup>, il livello di pressione esterna è direttamente legata al grado di coesione interna di un gruppo. Votandosi alla conquista e alla creazione di uno stato che sia solo per chi si dichiara islamico, secondo la sua interpretazione particolare, IS ha bisogno dello scontro, dell'epurazione di chi professa una fede differente e del diverso in genere per provocare una reazione esterna che si concentri su questi aspetti in modo tale che gli stessi divengano i fari dell'azione dei propri militanti. Indurre un certo tipo d'indignazione non è solo una tattica di terrore, ma è anche una scelta manipolatoria per promuovere il rafforzamento della propria *constituency* secondo ciò che gli conviene. Infine, secondo una prospettiva esistenziale, il nemico serve per calare in una prospettiva secolare e attuale una causa che è definita secondo una prospettiva millenaristica. L'esibizione dell'umiliazione e dell'uccisione del nemico consente, quindi, il trasferimento di questa causa nel presente, senza deroghe o tentennamenti a patto di ricadere nella categoria del nemico. In questo senso, nessun arco di tempo è abbastanza ampio per poter fermare lo scontro<sup>31</sup>. Nessuna sconfitta può far abdicare alla battaglia, il cui trionfo è affidato alle mani di Dio, così com'è nella sua volontà e nella sua parola che sarebbe già iscritta la sorte ultraterrena del nemico, che è poi solo e solamente l'inferno.

In questo senso è chiaro come la relazione tra comunicazione e nemico venga articolata da IS per colpire sia gli avversari esterni (la scelta di veicolare tutti i messaggi in lingue occidentali oltre che in arabo e la predilezione per l'uso di strumenti come twitter e in genere social network) sia per affabulare e affascinare possibili nuovi accoliti. In questo senso, la violenza esibita secondo una coreografia cinematografica e i caratteri terribilmente ludici di un

---

<sup>30</sup> T.H. Eriksen, *Ethnic identity, national identity and intergroup conflict: The significance of personal experiences*, in R.D. Ashmore, L.J. Jussim, D. Wilder (eds.), *Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction*, pp. 42-70. Oxford, Oxford University Press, 2001, p. 63.

<sup>31</sup> "There is no life without jihad and there is no jihad without hijarah", *Dabiq*, n. 3, 1435 Shawwal, p. 31.

*videogame* sembra voler dimostrare la volontà di IS di colpire uno strato di popolazione tendenzialmente giovane e probabilmente facilmente più influenzabile. Sono queste le probabili reclute che IS vuole conquistare. Al tempo stesso, questo registro diviene un'arma efficace contro l'avversario "altro" poiché la violenza veicolata secondo stilemi e modalità tipicamente hollywoodiane si presta bene all'esposizione su contenitori mediatici di varia natura e alla trasmissione e condivisione attraverso internet (sia individuale sia rimbalzata da siti d'informazione). In questo modo, la comunicazione di IS diviene facilmente virale facendo dell'esposizione nichilista della violenza un linguaggio immediatamente comprensibile allo spettatore medio occidentale, riuscendo così a massimizzare l'obiettivo psicologico di questo gruppo.



Parte seconda –  
Le strategie di comunicazione





### **3. Lo Stato Islamico: una sorpresa solo per chi lo racconta**

*Monica Maggioni*

---

Esiste un prima e un dopo nel percepito dell'opinione pubblica sulle vicende che riguardano la costituzione del sedicente Stato Islamico, la sua comparsa sulla scena globale. La data spartiacque è il 29 giugno 2014, giorno in cui Abu Bakr al-Baghdadi proclama la nascita del califfato.

Da quel momento l'attenzione dei media si ridesta dopo anni segnati dall'annoiato torpore che accompagnava ogni notizia proveniente dall'Iraq e, più in generale, da tutta la regione.

Quello che eravamo abituati a chiamare Stato Islamico dell'Iraq e del Levante (Isil/Isis) sceglie dunque di proclamare l'instaurazione del califfato islamico nei territori conquistati in Siria e in Iraq. Lo fa con un discorso di al-Baghdadi nella moschea di Mosul<sup>1</sup> e, in un comunicato diffuso su internet invita tutti i fedeli musulmani ad allearsi in questa nuova battaglia. Contemporaneamente l'Isil annuncia di aver cambiato nome in Stato Islamico e di aver assegnato al suo leader, Abu Bakr al-Baghdadi, il rango di califfo, il successore del profeta.

Il portavoce dell'Isil afferma che il califfato «è il sogno di ogni musulmano e il desiderio di ogni jihadista». È un modo di coinvolgere ogni fedele islamico, ma anche di minacciarlo in modo sottile intendendo che per tutti i musulmani, «con l'annuncio del califfato, è ormai loro dovere giurare fedeltà al califfo». E rivolto agli altri gruppi jihadisti aggiunge: «Non esiste alcuna scusa religiosa per non sostenere questo stato. Sappiate che

---

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=VOORW63ioY0>.

con la nascita del califfato i vostri gruppi hanno perso legittimità. Nessuno è autorizzato a non prestare giuramento al califfato».

Il messaggio della nascita del califfato viene diffuso dunque attraverso tre modalità comunicative che vengono messe in campo in contemporanea: la predicazione diretta da parte di al-Baghdadi all'interno della moschea di Mosul (il cui video, come abbiamo visto è preceduto dalla scritta "Al-Furqan media foundation presents"); il comunicato che il suo portavoce affida a internet e, come conseguenza, ai mezzi di comunicazione di tutto il mondo; e poi un secondo video (destinato alla comunicazione globale) che chiarisce immediatamente la prospettiva politica del neo proclamato califfato, la sua posizione rispetto agli stati e ai territori nei quali la sua azione si dispiega. Significativamente, il video s'intitola: "La fine di Sykes-Picot"<sup>2</sup>. Il riferimento è ai patti franco-britannici del 1916 (ufficialmente l'Asia Minor Agreement), firmati da François Georges-Picot e sir Mark Sykes, con cui Londra e Parigi si spartiscono sostanzialmente le zone d'influenza in Medio Oriente dopo la Prima guerra mondiale.

Eppure nessuno dei messaggi provenienti dal califfo, in quel giorno di giugno, è tanto forte quanto quello contenuto in quest'ultimo video che segna in modo irreversibile il cambio di passo e strategia dell'organizzazione. Proprio in questo video, infatti, c'è la dichiarazione di quali sono i nuovi obiettivi del leader e dei suoi seguaci; quali le scelte.

Gli uomini del califfo delineano sostanzialmente le mosse, le strategie operative, che vedremo realizzate nei mesi successivi dai fedelissimi dello Stato Islamico.

"La fine di Sykes-Picot" dura quindici minuti e quattro secondi, riprese in full HD, inquadratura sapiente e buona scelta di luce. Anche il sound mix è professionale. In alto a destra nelle immagini, compare il simbolo della casa di produzione al-Hayat e del media center Al-I'tisam Establishment for Media Production, che da anni agisce nello scenario iracheno come produttore di contenuti media per le diverse sigle di stampo jihadista sunnita, che negli anni si sono susseguite.

---

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=i357G1HuFcl>.

Un giovane barbuto appare sullo schermo accompagnato dalla scritta (il sottopancia) “Abu Safiyya from Chile”, nel rispetto dei canoni narrativi dei media audiovisivi ufficiali di tutto il mondo. Il giovane è in un punto imprecisato del deserto (sarà lui a chiarire immediatamente che si tratta del confine tra Siria e Iraq); alle sue spalle una sbarra di ferro. La formula di rito, la *basmala*, è ovviamente in arabo ma, appena inizia il suo racconto, l'uomo passa rapidamente all'uso dell'inglese. Le immagini arrivano da al-Qaim, posto di frontiera tra Siria e Iraq conquistato dagli uomini dell'Isis, e il giovane barbuto conferma: «Questa non è la prima frontiera che distruggiamo e ne distruggeremo altre», dice, citando Iraq, Giordania e Libano.

Ma chi è Abu Safiyya?<sup>3</sup>

L'apparizione del sottopancia trasmette un dato importante in sé e per il fatto stesso di essere messo lì. Il regista del video ha un messaggio preciso da veicolare prima di tutti gli altri: far apparire nella prima sequenza la scritta “Abu Safiyya from Chile”, non significa infatti voler semplicemente comunicare il nome operativo del jihadista protagonista del filmato. La volontà è quella di connotare immediatamente il protagonista del video come “straniero”: viene scritto dunque nel sottopancia che è cileno e, pochi istanti dopo la formula rituale, lo sentiremo parlare inglese.

Bastián Vásquez, detto Abu Safiyya, è, in effetti, un cittadino norvegese di origine cilena. Ha 25 anni e nella sua storia recente (dal 2008 a oggi) ha seguito il percorso ormai tipico del giovane convertito che rapidamente imbocca la via dell'islam radicale. La sua famiglia si trasferisce in Norvegia negli anni della dittatura in Cile, lui frequenta le periferie urbane in cui s'incrociano immigrati da tutto il mondo, entra a far parte di un gruppo hip hop poi, attorno al 2009, si converte grazie alla frequentazione di Mohyeldeen Mohammad, un iracheno noto alle autorità per la sua reazione violenta alle vignette contro Maometto del 2010<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> A. McNeice, “Abu Safiyya Police launch investigation into Chilean-Norwegian jihadist in Syria”, *The*, 3 luglio 2014.

<sup>4</sup> Le immagini della manifestazione, [www.youtube.com/watch?v=RkQQXkzBuXU](http://www.youtube.com/watch?v=RkQQXkzBuXU).

Mohammad è uno dei primi jihadisti norvegesi che parte per andare a combattere in Siria. Vasquez, nel frattempo, viene segnalato tra i fomentatori della protesta davanti all'ambasciata americana di Oslo, nel 2012. È con i membri di un gruppo estremista norvegese "The Prophet's Ummah". Nelle settimane subito dopo la protesta sarebbe partito dalla Norvegia per raggiungere in Siria il suo amico Mohammed. Nel 2013, con il suo nuovo nome di Abu Safiyya, è lui stesso a postare su facebook la notizia che si trova ad Aleppo tra le fila dell'Isis.

Ma non è per un caso fortuito che Bastian Vásquez diventa il protagonista del primo video che il califfato diffonde in tutto il mondo grazie alla rete a poche ore dalla sua stessa proclamazione. Abu Safiyya viene scelto perché rappresenta l'emblema di quello che il nuovo IS vuole essere: è la rappresentazione simbolica del suo messaggio e, al tempo stesso, dei principali destinatari del suo messaggio.

Nel momento della proclamazione del califfato l'IS dichiara la sua volontà di essere stato, d'identificarsi con un'entità territoriale precisa. Nel giugno 2014 il messaggio di al-Baghdadi e i suoi al mondo, è quello di essere ormai pronti a costruire non un movimento di guerriglia o un'organizzazione terroristica (quello lo sono già da anni, sotto gli occhi di tutti anche se quasi nulla viene fatto per contrastarli) ma un vero stato. Uno stato con organizzazione, istituzioni, autorità definite. Di più, con forti mire espansionistiche: a livello di territorio e di popolazione. Alla base, un'ideologia, una religione; uno schema di pensieri e "valori" nei quali potenzialmente tutti i buoni musulmani dovrebbero riconoscersi. Almeno questo pensano e predicano il califfo e i suoi adepti.

Dunque, nella loro visione l'IS è uno stato che, come primo obiettivo, ha la necessità di spiegare i fondamenti ideali e gli obiettivi politici che ne giustificano la nascita e l'esistenza (non a caso il primo video pubblicato nell'era del califfato è quello che decreta la fine dei confini tracciati all'inizio del secolo scorso dai "crociati"). Lo Stato Islamico non si accontenta dunque dei successi dell'oggi. Non basta Mosul, non sono sufficienti le

centinaia di *foreign fighters* arrivate tra Siria e Iraq a combattere il jihad. Il califfo deve fare nuovi proseliti, richiamare fedeli da tutto il mondo. Questo è l'obiettivo cui la macchina della propaganda mira: bisogna attirare, convincere nuovi soggetti, rendere la proposta jihadista attrattiva.

Strategia politica e mosse mediatiche vanno di pari passo, seguono la stessa logica.

Per tutte queste ragioni diventa fondamentale analizzare le modalità comunicative messe in campo dall'Isis, specie nella sua ultima fase (dopo la proclamazione del califfato), per capire le mosse future. E, contemporaneamente, si comprende l'importanza dell'analisi di tutto quello che ha preceduto l'annuncio del 29 giugno, per cogliere le connessioni, la preparazione avvenuta negli anni in cui l'Iraq è stato lasciato a se stesso. Per cogliere sino in fondo la continuità di quel "prima e dopo" che da più parti viene presentato come una "mossa a sorpresa", mentre di sorprendente contiene assai poco.

L'analisi del "prima" ci permette forse di tentare di capire perché nulla di significativo sia stato fatto per intercettare l'azione di al-Baghdadi e dei suoi fedeli quando ancora le cose sarebbero state, forse, assai più semplici da gestire.

È proprio per questo che vale la pena di soffermarsi qualche istante ad analizzare il valore simbolico della comparsa del cileno-norvegese Abu Safiyya, nei primi *frames* del video "La fine di Sykes-Picot". La didascalia, che ci proietta a migliaia di chilometri dal deserto iracheno, è l'emblema del nuovo califfato che va oltre i confini, che si pone come attrattiva e progetto politico su scala globale, richiamando giovani musulmani da ogni angolo della terra per allargare i confini e la potenza del nuovo Stato Islamico.

Con IS anche il processo di arruolamento, la costruzione della fascinazione per il jihad, attraversa una nuova fase.

Per anni il cammino tra la radicalizzazione, l'arruolamento, il combattimento e il martirio era stato accompagnato dalla vita nell'ombra. Dal silenzio e dal segreto. Dei mujaheddin conoscevamo i volti solo dopo il sacrificio, quando ormai si erano trasformati in *shahid*, in martiri.

Oggi non è più così.

In internet i combattenti discutono, postano i video della partenza verso il nuovo stato, raccontano una loro quotidianità fatta d'indottrinamento (per loro dottrina) e di modelli di vita alternativi a quelli da cui provengono<sup>5</sup>.

I nuovi combattenti trovano un palcoscenico in cui possono essere protagonisti già in questa vita, prima del martirio, hanno una platea globale cui rivolgersi: una popolarità insperata. Il loro viaggio, spesso senza ritorno, si colora di prospettive magnifiche, di vite che alternano atti eroici e gioie quotidiane. Questo è l'IS che raccontano nei loro video postati sul web. E qualcuno ha la grande fortuna di diventare attore protagonista: così come accade ad Aby Safiyya, il cileno.

Come molti dei convertiti forse Abu Safiyya non parla nemmeno troppo bene l'arabo. Ripete ossessivamente gli incisi "inshallah" e "alhamdulillah", nel doppio tentativo di legittimarsi linguisticamente e ideologicamente.

Mentre l'intera scelta lessicale del suo racconto sottende un'impostazione ideologica che deve mostrarsi in tutta la sua evidenza al fruitore: «So called border», «so called check point», il «cosiddetto confine» ripete Abu Safiyya, a sottolineare che nulla di quel che è codificato nella storia tracciata dagli occidentali deve essere dato per acquisito. Ad affermare che tutta la storia può essere scritta da capo.

Il filmato ha una suddivisione interna per passaggi narrativi sottolineati dai "fade to black" i classici passaggi a nero dello schermo che scandiscono la sequenza narrativa dei trailer e dei filmati più contemporanei. Ogni dettaglio della scena viene accuratamente evidenziato nel racconto. Il primo reportage del califfato non trascura alcun passaggio. La mappa disegnata sul muro del posto di frontiera di al-Qaim serve per spiegare che quel confine non esisterà più. I distintivi dei soldati iracheni e siriani vengono raccolti da terra, descritti: per ognuno c'è una spiegazione che mira a sottolineare la viltà degli eserciti degli stati

---

<sup>5</sup> European jihadists, "It ain't half hot here, mum. Why and how Westerners go to fight in Syria and Iraq", *The Economist*, 30 agosto 2014.

“infedeli”. «Si sono tolti distintivi e divise, sono corsi al fiume e sono scappati via», ci racconta il nostro narratore.

La scena di Abu Safiyya che issa la bandiera nera del califfo sul pilone da cui sventolavano quelle degli stati i cui eserciti sono fuggiti, si ripete in diversi punti del racconto. Abu Safiyya si lancia poi in spiegazioni religiose, racconta che gli yazidi sono adoratori del demonio, e prima di farci entrare nella prigione dice: «Exclusive for you!».

Suona molto, troppo familiare. È il linguaggio del giornalismo, del marketing delle cose e delle notizie che ci accompagna ogni giorno. Solo che questa volta l'esclusiva che ci viene proposta è la visione dell'incontro con i prigionieri terrorizzati che attendono la fine. Il venticinquenne norvegese-cileno impersona il perfetto “reporter” del califfato. I codici del “reportage all'occidentale” vengono sistematicamente traslati e applicati al messaggio del califfo creando uno scarto narrativo di cui è impossibile non avvertire la potenza.

È una questione di parole, di tecniche di racconto ma anche di tecnologia: è il risultato dell'impiego di telecamere digitali di facile trasporto e a basso costo ma dalle prestazioni straordinarie che permettono ai combattenti della “guerra santa” globale di replicare il modello narrativo occidentale, piegandolo al messaggio del loro concetto di jihad. E, passaggio dopo passaggio, sono i computer, internet e i social media a diventare strumenti ideali per la diffusione dell'epica jihadista contemporanea.

Abu Safiyya è il primo di una serie di raccontatori, più o meno volontari, di questa nuova storia che impareremo a conoscere, a partire da giugno 2014, per tutti i mesi successivi.

### **3.1 Da al-Zarqawi che decapita Nick Berg a James Fowley. Storie di dottrina, propaganda e decapitazioni**

Di Mosul, la città nord-irachena dove avviene la proclamazione del califfato, non si parla più da anni sulle prime pagine dei giornali occidentali, di quelli italiani in particolare.

Qualche sporadica riga di cronaca, la seconda città d'Iraq se la conquista quando giunge la notizia delle persecuzioni ai cristiani nella provincia di Ninive, o in occasione di qualche azione spettacolare come l'assalto alle prigioni e la liberazione dei prigionieri.

L'Iraq è diventato una sorta di buco nero nel racconto del mondo e delle sue vicende. Anche quando nel 2011 scoppia la questione siriana, dalla maggior parte dei media viene trattata come una faccenda a sé, scissa dalla vicenda irachena. A nulla vale il ricordare i 605 km di confine in comune, i continui passaggi di jihadisti avvenuti prima in direzione dell'Iraq (fin dai primi mesi della guerra americana del 2003) e, negli ultimi anni, al contrario in direzione della Siria; sottolineare l'importanza dei corridoi del mercato nero del petrolio; fare cenno alla sinistra presenza di campi di addestramento per ribelli di difficile identificazione. Inutile.

Il racconto mediatico dell'oggi sganciato da ieri diventa il terreno ideale in cui la narrativa jihadista ha il tempo di crescere, consolidarsi, trovare indisturbata i propri codici: alcuni del tutto originali, altri uguali nei segni e perfettamente opposti nel senso, a quelli occidentali.

Come vedremo.

Vale la pena dunque di fare un salto indietro nel tempo. Il 7 maggio del 2004, al-Zarqawi decapita Nick Berg. È la prima volta che in un video compare un prigioniero di al-Qaida con la stessa tuta arancio dei prigionieri di Guantanamo. La simbologia deve essere ancora spiegata.

L'uomo che posa il coltello sulla gola del tecnico delle comunicazioni che il 10 aprile aveva lasciato per l'ultima volta l'hotel al-Fanar, nel centro di Baghdad, ha una storia complessa. In quel momento lui, che aveva combattuto con i mujaheddin in Afghanistan, che aveva per anni cercato di legittimarsi agli occhi dell'establishment qaidista, è in una fase di profonda discussione con i vertici di al-Qaida che non vogliono riconoscere la sua affiliazione e il suo ruolo di gestore del "franchising iracheno" dell'organizzazione.



Il video dello sgozzamento dell'americano, ancorché destinato a suscitare le critiche dello stesso al-Zawahiri, numero due di bin Laden, serve ad Abu Musab al-Zarqawi per attestarsi definitivamente come capo di al-Qaida in Iraq.

Il messaggio di sangue, in quel maggio 2004, ha un duplice destinatario: da una parte la comunità jihadista, dall'altra gli americani che devono interpretare quell'orrore esibito in video come la vendetta per le atrocità da loro commesse nel corso della guerra.

Dunque, nonostante le resistenze iniziali, la strategia aggressiva di al-Zarqawi, anche sul piano della comunicazione, paga anche dentro il sistema al-Qaida. Il 27 dicembre dello stesso anno è Osama bin Laden a far sentire la sua voce e a consacrare al-Zarqawi come emiro di al-Qaida in Iraq affermando: «Invochiamo l'unificazione dei gruppi jihadisti sotto una sola norma, che riconosca in al-Zarqawi l'emiro di al-Qaida in Iraq»<sup>6</sup>.

È la certificazione della presenza di al-Qaida nel dopoguerra iracheno come catalizzatore della rabbia sunnita. Una presenza costante, dal 2004 a oggi, con fortune alterne, che si è legittimata attraverso azioni di guerriglia, che ha sostenuto le popolazioni sunnite e spesso le ha protette dall'aggressione sciita. Una presenza che negli anni ha cambiato le sue sigle, visto le scissioni fra i diversi gruppi, ma ha saputo sfruttare ogni sacca di risentimento nella comunità sunnita vessata dai nuovi governi sciiti inutilmente arroganti in virtù della propria maggioranza elettorale e dell'appoggio incrociato di Teheran e dell'Occidente.

Nella composita galassia jihadista la matrice di al-Qaida ha sempre continuato a far sentire il proprio peso – e quello della

---

<sup>6</sup> “Bin Ladin acknowledges al-Zarqawi and calls for a boycott of elections in Iraq”, aljazeera.net [in Arabic], 27 dicembre 2004, <http://www.aljazeera.net/news/archive/archive?ArchiveId=101846>; “Bin Ladin praises al-Zarqawi and acknowledges his leadership of al-Qaida in Iraq”, aljazeera.net [in Arabic], 27 dicembre 2004, <http://www.aljazeera.net/news/archive/archive?ArchiveId=101852>; un audiofile con questo passaggio è disponibile su al-Jazeera, [http://www.aljazeera.net/mritems/streams/2004/12/27/1\\_517667\\_1\\_13.wma](http://www.aljazeera.net/mritems/streams/2004/12/27/1_517667_1_13.wma).

propria propaganda – anche (dovremmo dire soprattutto) negli anni del disinteresse occidentale per le vicende irachene.

La voce qaidista/jihadista ha sempre lasciato le proprie tracce: ha dialogato con gli iracheni e con i suoi seguaci su scala globale; ha diffuso messaggi. Nel web e non solo. Proviamo a trovarne alcuni esempi: l'esercizio può essere utile per decidere che non è il caso di sorprendersi nel momento della proclamazione dello Stato Islamico e chiedersi poi, perché nulla è stato fatto, nel frattempo.

Dal 2004 gli *insurgents* sunniti, che largamente finiscono per convergere nella galassia jihadista nonostante origini, culture e motivi totalmente differenti, usano da subito internet come mezzo di diffusione del proprio messaggio e di propaganda delle proprie azioni di guerriglia contro l'esercito di occupazione. I video realizzati dalla macchina di propaganda della guerriglia vengono presto resi globali dalle tv via satellite (al-Jazeera, al-Arabia) che trasformano regolarmente i video amatoriali, e messaggi fabbricati artigianalmente, in strumenti di comunicazione in grado di raggiungere qualsiasi latitudine.

Il video dello sgozzamento di Nick Berg segna un cambio di passo e inaugura una sinistra tradizione: la serialità della narrazione del rapito prevede in quegli anni (tra 2004 e 2005) il ripetersi di un copione che vede il rapito occidentale in ginocchio con il mujaheddin armato di kalashnikov alle sue spalle. Accanto a questa serie, e in modo speculare, si sviluppa la retorica dei video-racconti delle azioni contro uomini e mezzi della coalizione.

Gli improvvisati *film makers* (di assai modesta capacità tecnica e narrativa) seguono con puntualità ogni azione contro le forze della coalizione. È evidente il loro ruolo di *embedded* con i gruppi combattenti. Nel giro di poche ore da quando l'azione viene compiuta, il video-racconto viene postato sui siti web jihadisti.

Accanto ai racconti filmati delle azioni di combattimento, una quantità infinita di materiale promozionale e di propaganda trova spazio ogni giorno su web e social media.

Abu Musab al-Zarqawi, infatti, non si limita a farsi filmare durante la decapitazione di Nick Berg ma, convinto come è che il messaggio debba raggiungere con violenza i nemici e rafforzare

l'azione dei mujaheddin, crea una vera e propria *media unit* di cui si trovano le prime tracce dentro Falluja<sup>7</sup>.

L'attenzione alla rappresentazione mediatica delle mosse, da parte dei leader jihadisti è ormai un dato di fatto. La struttura di diffusione del messaggio nei media si fa via via più solida e continua la sua azione anche dopo la morte dell'emiro di al-Qaida in Iraq<sup>8</sup>.

L'effetto del racconto delle azioni sul campo di battaglia iracheno va però molto al di là dei confini dello stato dei due fiumi. Il messaggio jihadista dei guerriglieri che combattono la coalizione va ben presto ad alimentare la narrativa della guerra globale antioccidentale che dopo l'11 settembre trova uno spazio sempre più vasto nella rete. Sebbene non esista un luogo centrale di produzione della propaganda della "guerra santa", si evidenzia un'assoluta coerenza di simbologie e messaggi.

Il racconto in diretta di quel che avviene sul terreno, la rivendicazione e la propaganda si moltiplicano negli anni e diventano particolarmente efficaci nel corso del 2007: nei giorni della violenza che attraversa Baghdad all'inizio del "surge".

È il al-Fajr Media Center che, il 26 e il 27 marzo, posta in continuazione racconti dettagliati degli attacchi ai "crociati americani".

Gli *insurgents* producono oltre alle cronache sul terreno una serie di documenti di propaganda e racconto della propria ideologia con l'obiettivo, sin dai primi momenti, di non essere percepiti come una banda di guerriglieri tagliagole, ma piuttosto come un vasto gruppo con un piano d'azione e un articolato progetto politico.

Nel febbraio 2006 un rapporto dell'International Crisis Group analizza la situazione e conclude che i gruppi degli *insurgents* aderiscono a una «miscela di salafismo e patriottismo che annacqua le distinzioni tra jihadisti stranieri e combattenti

---

<sup>7</sup> "The Devoted Son", *al-Furqan*, Issue no. 30.

<sup>8</sup> "The Islamic State Of Iraq Announces al-Furqan Institute For Media Publication time", Kavkaz Center, 4 novembre 2006, 12:08.

iracheni»<sup>9</sup>. Ed è proprio sulla fluidità di questa distinzione che si è fondata molta parte dell'ambiguità d'interpretazione dei fatti che sono seguiti. In questi anni i gruppi degli *insurgents* e dei jihadisti producono una quantità impressionante di materiale di propaganda che viene raccolto dal web e va a contribuire alla costruzione di un "corpo fondante" dell'ideologia e della narrativa della "guerra santa" contro l'Occidente.

La produzione del materiale audiovisivo è spesso connessa alla presenza sul terreno di combattenti stranieri. L'arrivo dei primi *foreign fighters* dall'Europa e dagli Stati Uniti segna un deciso balzo in avanti per quel che riguarda il livello qualitativo, la cura formale, del materiale video.

Vale però la pena di fermarsi un istante a riflettere su quel che accade sul piano della rappresentazione di sé nel 2007, a dispetto della povertà di mezzi e di abilità narrativa dei gruppi jihadisti e degli *insurgents*. La cronaca degli eventi vede l'uso sistematico delle telecamere amatoriali per riprendere le scene degli *Humvee* americani fatti saltare in aria, i soldati uccisi dagli *insurgents* e, come in un gioco di specchi, delle telecamere professionali occidentali per filmare jihadisti uccisi dalle forze della coalizione.

I loghi dei gruppi combattenti appaiono a questo punto con regolarità sui video che danno "la loro versione" degli attacchi alle forze della coalizione. Spesso una versione del tutto discordante da quella dei bollettini militari ufficiali.

La registrazione video degli attacchi alle forze della coalizione, a questo punto, ha un suo rituale: i primi secondi rappresentano i "credits" del gruppo responsabile dell'operazione, una citazione del Corano precede il filmato.

In alcuni casi la confezione diventa più professionale: si tratta dei video prodotti da alcuni dei *media center* ufficiali come al-Furqan; in quel caso anche il logo della "casa di produzione" si affianca a quella del gruppo operativo.

---

<sup>9</sup> "The Next Iraqi War? Sectarianism and Civil Conflict", International Crisis Group, *Middle East Report*, no. 52, 27 febbraio 2006.

Nel 2006 viene prodotta da al-Boraq la serie di film intitolata “Juba”<sup>10</sup>. Sono diverse puntate di un unico racconto dedicate alla figura leggendaria del cecchino di Baghdad: un tiratore scelto che, secondo la versione accreditata anche da molti giornali, nel corso del 2005 avrebbe «ucciso 668 crociati». Il film viene realizzato in 4 parti con sequenze d’immagini amatoriali di soldati americani uccisi da cecchini e una struttura narrativa quasi inesistente.

Iniziale, rudimentale, ancora povera di mezzi: è comunque l’inizio della doppia narrativa sistematica, di una vera e propria contro-informazione.

I jihadisti capiscono che la legittimazione presso i propri referenti locali e nei confronti del jihadismo globale, passa attraverso la sistematica produzione d’informazioni. I diversi gruppi creano simil-agenzie di stampa che diffondono comunicati per i giornalisti, replicando formato e stile di quelli delle forze della coalizione.

Il racconto dei fatti del 12 aprile 2007 ne è chiaro esempio. Su albasrah.net appare un “Iraqi Resistance Report” che descrive gli accadimenti di quel giovedì in modo molto preciso, ma assai distante dal racconto delle agenzie di stampa ufficiali.

Così, nei giorni in cui la distinzione tra *insurgents* e jihadisti dell’Isi/al-Qaida si fa sempre più labile, le capacità tecniche dei residui dell’apparato informativo del regime di Saddam e le nuove competenze (soprattutto legate al web e ai video) dei *foreign fighters* vengono messe a fattor comune.

In questi stessi anni inizia anche la produzione sistematica di periodici, alcuni più rudimentali. Altri già strutturati.

Il bimestrale *al-Fursan* nasce attorno al 2005 e continua a essere pubblicato fino a tutto il 2007. È un periodico corposo, basti pensare che il numero 10, che esce nel 2006, è composto da 64 pagine di cui le prime 6 sono dedicate all’illustrazione grafica dei risultati militari del gruppo.

Intanto il Global Islamic Media Front (Gimf) pubblica 33 numeri di *Sada al-Rafidayn* (Eco dei due fiumi) che si autodefinisce settimanale di notizie e cronache del jihad e dei mujaheddin.

---

<sup>10</sup> [http://www.dailymotion.com/video/xaah7\\_the-sniper-of-baghdad\\_lifestyle](http://www.dailymotion.com/video/xaah7_the-sniper-of-baghdad_lifestyle).

Sono solo esempi, perché di fatto le pubblicazioni si susseguono in questi anni: il fatto di tracciarli ci permette di avere un'idea più precisa della continuità evidente con la produzione degli ultimi mesi (in particolare di *Inspire* e *Dabiq*) di cui parleremo in seguito.

Anche in riferimento alla produzione di periodici, assistiamo a una naturale evoluzione di fenomeni costruitisi negli anni, non certo di “soprese” come sono state invece raccontate dai *mainstream media*.

In questi stessi anni aumenta nel web la produzione di video per i *pod* e film legati all'azione di al-Qaida sul piano globale. Al-Sahab, considerato a tutti gli effetti il media center dell'organizzazione centrale, moltiplica negli anni quantità e qualità del suo materiale filmato. Proprio al-Sahab inizia a porsi in modo sistematico il problema della diffusione di un messaggio che vada al di là di chi conosce la lingua araba: e sottotitola in inglese i suoi video più significativi.

La narrativa è ormai globale e di renderla ancora più globale si occupa una struttura *ad hoc*, il Gimf.

Il bisogno di una sistematica controinformazione e la necessità di un brand jihadista legato a qualche forma di coordinamento viene evidenziata in un documento del 21 settembre 2006, pubblicato da al-Boraq e intitolato “Esuberanza dei media”. Il documento spiega come anche i media jihadisti debbano rispettare le regole riguardo al plagio, la citazione delle fonti. Si tratta insomma di creare documenti confezionati in modo autorevole così da poter far concorrenza, sul piano della credibilità, a quelli dei media tradizionali. Tutte queste indicazioni rendono assolutamente plausibile l'idea dell'esistenza di un coordinamento mediatico con una supervisione trans-regionale.

Il bisogno di costruire un'informazione autorevole, in grado di controbilanciare l'informazione *mainstream* dei “crociati”, viene in superficie a più riprese. E diventa un'affermazione politica esplicita, il 2 maggio del 2007 l'Esercito dei mujaheddin e la Commissione Legale di Ansar al-Sunna proclamano che «gli operatori dei media, gli oratori e gli scrittori devono dire la verità e

indirizzare le loro frecce contro il falso poiché la comunicazione è metà della battaglia».

La comunicazione è metà della battaglia dunque, e diventa sempre più importante per capire cosa accade nell'universo jihadista: dal Pakistan, all'Iraq in guerra, dal Maghreb fino alla Somalia, i messaggi si diffondono, anno dopo anno, con dinamiche di coerenza impressionante.

È significativo, in questo senso, il caso somalo.

Il gruppo jihadista Harakat al-Shabaab tra il 2007 e il 2010 impegna risorse e uomini, come mai era accaduto prima sul piano della comunicazione. Il disegno preciso: porsi come struttura statale somala, avocare a sé il ruolo di legittimo successore delle corti islamiche. Nel movimento sono confluiti in gran numero, nel corso degli anni, giovani combattenti di origine europea e molti nordamericani. Sono loro a giocare un ruolo chiave nella strategia mediatica del gruppo. La figura centrale è quella di Omar "Abu Mansur al-Amriki" Hammami.

Sono gli anni in cui, come abbiamo visto, i gruppi jihadisti in Iraq stanno già sviluppando un loro sistema di narrazione, mentre in Somalia il racconto della "guerra santa" è ancora piuttosto primitivo. Il massimo della produzione sono ancora le riprese dei discorsi davanti a una camera fissa: il livello è ancora quello della comunicazione dei leader di al-Qaida della primissima ora. Qualche rara volta dai campi di battaglia arrivano immagini di azioni spettacolari girate in modo amatoriale.

Poi accade qualcosa. Il 20 settembre 2009 Harakat al-Shabaab pubblica un filmato della durata di 48 minuti dal titolo "Labayk Ya Usama"<sup>11</sup>, in cui il leader di Harakat, Mukhtar Abu al-Zubayr dichiara la sua fedeltà ad al-Qaida centrale e al suo capo Osama bin Laden. Si tratta di una produzione multimediale di primissimo livello con uno straordinario impianto narrativo e qualità audio. Ma c'è un altro elemento chiave: il video pesa 1 Giga. Ora, nella Somalia devastata dalla guerra le linee internet reggono a fatica e non sono certo in grado di effettuare semplici download di video tanto pesanti. È il segno che i destinatari della comunicazione

---

<sup>11</sup> <http://www.archive.org/download/Labayk-ya-osamah/meduim-quality.ram>.

contenuta nel video non sono solo, né in modo prioritario, gli affiliati somali. La volontà è quella di diffondere un messaggio di natura globale.

Un'indicazione confermata pochi mesi dopo da un altro episodio essenziale nello sviluppo dell'azione mediatica di Harakat al-Shabaab.

È il 27 luglio 2010: il gruppo jihadista annuncia la creazione di un nuovo canale d'informazione: al-Kata'ib News Channel.

Il trailer di lancio somiglia a quello di una stazione televisiva a tutti gli effetti: al-Kata'ib tv ha un jingle, un logo e perfino un pay off. I colori sono quelli da telegiornale internazionale, persino la scelta grafica rievoca la composizione sferica alla base delle sigle dei telegiornali di mezzo mondo. Ma è l'inserimento grafico delle immagini in movimento a dirci che siamo in presenza di una qualità di montaggio di primo livello.

E poi il pay off, che arriva nei secondi conclusivi della sigla, e spiega con precisione la missione che i combattenti somali del jihad si sono assegnati: «to inform, to inspire, to incite».

È tutto lì, in quei tre verbi: costruire una controinformazione, ispirare e dunque diffondere l'elemento ideologico, fare proseliti e incitare alla lotta. Globale e locale: ecco la nuova dimensione del messaggio jihadista che incita i combattenti, attrae gli stranieri e racconta al mondo le "ragioni" della battaglia. Era vero in Somalia, nel 2010, è ancor più vero oggi nei giorni del califfato di Isis.

Dicevamo, l'ultima evoluzione della capacità mediatica dei jihadisti somali (e la storia si ripeterà anche con l'IS) viene messa in diretta relazione con l'arrivo dei *foreign fighters*, le reclute straniere. Caso tipico è quello di Omar Hammami, detto anche Abu Mansur al-Amriki, arrivato dall'Alabama. È un esperto di computer con capacità di editing e di utilizzo professionale della tecnologia: sarebbe lui la chiave dell'ideazione e dell'organizzazione del nuovo News Channel. Lui e altre reclute avrebbero ricevuto dalla Somalia la richiesta precisa di presentarsi al momento del reclutamento con videocamere, computer portatili



e altre tecnologie per contribuire alla campagna mediatica del gruppo.

Quando il 27 luglio 2010 viene presentato il canale di news, Harakat sostiene che dovrà essere la “falange della verità”. Siamo di nuovo in presenza di quella volontà di combattere “metà della guerra” (quella della propaganda, appunto) cui facevano riferimento i jihadisti iracheni. Non a caso la prima produzione autonoma del canale è un lungo reportage dal titolo: “Mogadishu: The Crusaders Graveyard”<sup>12</sup>.

A guardarla senza saperne nulla, potrebbe essere una puntata di “Panorama”, la storica serie di documentari di Bbc. Perfetto il tono, la narrazione in inglese, le pause, la descrizione della storia. Nei primi minuti, una voce fuori campo racconta la situazione nelle strade di Mogadiscio dopo la battaglia: si vedono i soldati dell’Unione Africana che vengono attaccati nelle strade della città. È quando appare accanto a un carro armato distrutto, che scopriamo l’arcano: il preteso reporter ha il volto coperto da una benda nera. Eppure, non fosse per quel volto nascosto, i codici sono stati tutti rispettati, hanno quel grado di familiarità che ci fa pensare immediatamente a un sistema di comunicazione che arriva da Occidente. Una familiarità che chi ha deciso lo stile del reportage aveva tutta l’intenzione di sottolineare. La chiusura, infatti, fa il verso al “rito di chiusura” dei reportage internazionali con la firma in voce: «al-Kata’ib News Channel, in diretta dalla linea del fronte di Mogadiscio».

E davvero parrebbe tutto normale. Se non fosse che il reporter è mascherato. Ed è esattamente quel “tutto normale tranne un dettaglio” che vedremo – quattro anni dopo – nel caso di John Cantlie, l’ultimo reporter arruolato da Isis: tutto come alla Bbc, se non fosse che il reporter è un ostaggio minacciato di morte.

L’operazione mediatica di Harakat è un successo. Al-Kata’ib viene consultato da jihadisti di diverse nazionalità e fa convergere su Harakat l’attenzione di al-Qaida centrale e di al-Qaida nel Maghreb. E proprio nella serie di Aqim “Shade of swords” è spesso citato il leader di Harakat, Abu al-Zubeyr.

---

<sup>12</sup> [https://archive.org/details/moga\\_graveyard\\_au](https://archive.org/details/moga_graveyard_au).

È un segno evidente che proprio attraverso le nuove tecnologie e l'elaborazione di strategie mediatiche sofisticate, la globalizzazione del messaggio jihadista avviene con grande rapidità uniformando i messaggi, le strategie: moltiplicando le opportunità. Anche quelle di raccontare l'orrore in mondovisione. Come accade nel caso della serie delle decapitazioni firmate dallo Stato Islamico. Il 19 agosto 2014, esattamente dieci anni e tre mesi dopo Nick Berg, con le stesse motivazioni, con la stessa ferocia condita dalla stessa retorica, che però oggi osa sognare in grande. Quel califfato di cui parlavano nei loro scambi epistolari Ayman al-Zawahiri e Abu Musab al-Zarqawi oggi è una realtà.

Il califfo Abu Bakr al-Baghdadi però non usa direttamente il coltello. L'ordine del califfo, che fa decapitare il giornalista James Foley e diffonde in tutto il mondo il video della decapitazione<sup>13</sup>, viene eseguito da un ragazzo di poco più di venti anni: un rapper londinese partito per combattere sull'ultimo fronte del jihad, la guerra contro Assad per il controllo della Siria. Le esecuzioni si susseguono a breve distanza. Tutte nello stesso posto, sembra. Tutte secondo lo stesso rituale nel quale l'accento *cockney* del boia John aggiunge orrore all'orrore, lo porta dentro le case dell'Occidente, lo fa risuonare di un accento familiare. John usa i "nostri" suoni, non i "loro". La barriera dell'altro da sé è infranta. L'orrore ci riguarda.

È un'aggressione, anche mediatica, così violenta che tutte le strutture dell'informazione devono porsi il problema di come trattare le immagini. Le riunioni delle redazioni di tutto il mondo vengono attraversate dal dubbio: Cosa mostrare? Cosa nascondere? Perché i terroristi ci stanno fornendo tutto con grande precisione?

Far vedere è fare il loro gioco, convengono i più. Non mostrare significa lasciare che qualcuno continui a illudersi che la guerra condotta dall'Isis possa avere qualche cosa di accettabile, sia effettivamente una lotta per la vendetta degli oppressi. Anche il sistema globale dei media è vittima di una strategia che sfugge al suo controllo, di cui non riesce a cogliere fino in fondo la portata.

---

<sup>13</sup> [www.youtube.com/watch?v=UyMVILsIQxM](http://www.youtube.com/watch?v=UyMVILsIQxM).

Lo spavento, l'orrore. Sembrano queste le uniche chiavi d'interpretazione dei video che vengono volutamente resi pubblici dall'Isis. Video che vengono postati su internet e facebook. Vengono rilanciati da decine di account twitter che simpatizzano con il jihad, che qualche volta sono degli stessi jihadisti.

Eppure è solo l'inizio della catena. C'è molto altro. La sequenza dei video dell'orrore non esaurisce la produzione mediatica del califfato. Anzi.

### **3.2 Lo strano caso di John Cantlie**

C'è un altro uomo con la tuta arancio nella storia recente del califfato. Prigioniero come gli altri. La fine per lui dovrebbe essere quella di sempre. Verrà decapitato. John Cantlie, reporter inglese rapito in Siria nel novembre 2012 è stato il compagno di prigionia di James Foley (di cui il mondo ha guardato la decapitazione), ma la sua vicenda a un certo punto ha preso un'altra piega e ci ha messo di fronte a un altro livello di questa sfida che impegna, non solo gli strateghi militari, ma ognuno di noi, costretto a fare i conti con un racconto di cui – malgrado noi stessi – stiamo diventando strumenti.

Cantlie compare per la prima volta il 18 settembre 2014. Noi quel giorno vediamo un singolo video dal titolo “Lend me your ears” che più o meno vuol dire “A me le orecchie (...)” cioè “statemi a sentire” e il sottotitolo è “Messaggi da un detenuto britannico”<sup>14</sup>.

John Cantlie è il prigioniero, davanti a due telecamere, sapientemente illuminato, appoggiato a un tavolo e ha un messaggio da dare al mondo. Ed è un messaggio tanto complesso che nessuno è ancora in grado di capirne fino in fondo la portata.

Cantlie racconta la storia della sua cattura e, a un minuto dall'inizio del filmato, dice «Sì, sono un prigioniero, questo è vero, ma il mio governo mi ha abbandonato (...)» e continua «voglio usare questa opportunità per raccontare alcuni fatti (...)».

---

<sup>14</sup> [www.youtube.com/watch?v=Vcew3qmidRI](http://www.youtube.com/watch?v=Vcew3qmidRI).

Il gioco è svelato. Il prigioniero Cantlie diventerà lo strumento della controinformazione del califfato. Lo capiamo quando, a l'03", fa irruzione nel ragionamento la parola "fatti" pronunciata da un giornalista britannico che non nega la sua condizione, ma ci fa capire che comunque ha da dire delle cose diverse da quelle che ci aspettiamo.

È quello il momento del ribaltamento di piani, il sovvertimento delle regole della comunicazione. Si affaccia sulla scena una realtà diversa da quella che fino a quel momento era chiara nella mente di ognuno. C'è un altro angolo della storia che, da qui in poi, verrà veicolato dal prigioniero reporter; è la dichiarazione della necessità della controinformazione: «vi dimostrerò la verità su come i media occidentali tentano di trascinare l'opinione pubblica verso l'abisso di una nuova guerra contro l'islam» dice, annunciando la serie.

Quel che si vede è studiato con tanta sapienza da farci venire il legittimo dubbio che questo, ancor più che le decapitazioni cruente, sarà lo strumento violento del jihad contro i suoi nemici: noi. Uno strumento ancor più efficace perché cela la sua crudeltà dietro il racconto, perché riesce a farci dimenticare che John Cantlie è un prigioniero e lo ammantava falsamente di quel ruolo da narratore tanto coerente con il suo accento *British*.

Certo è che, nelle ore in cui la Casa Bianca, contraddicendo ogni annuncio precedente, sta nuovamente prendendo in considerazione l'ipotesi di tornare in Iraq "boots on the ground" con i *marines* per liberare Mosul, suonano ancora più sinistre le parole che lo sconosciuto e geniale regista dell'operazione Cantlie fa recitare al suo personaggio nella terza puntata della serie "Inside", quella dei reportage sul campo<sup>15</sup>. Il britannico ricorda che i combattenti dell'IS sono preparati alla battaglia e spiega agli americani di non illudersi che non ci sarà alcuna "operazione chirurgica" che possa portarli a ottenere risultati sul terreno, che bisogna per forza sporcarsi le mani. E spiega: questa per IS è una «win-win situation».

---

<sup>15</sup> [www.youtube.com/watch?v=VSp8\\_IAnc48](http://www.youtube.com/watch?v=VSp8_IAnc48).

Nel suo lungo discorso Cantlie cita i giornali delle settimane precedenti, gli articoli, gli opinionisti. Solo l'arancio della tuta da prigioniero sottolinea la sua condizione.

Ma quando John Cantlie il 28 ottobre appare dentro Kobane assediata<sup>16</sup> per mostrarci l'altra faccia della realtà, diventa davvero difficile ricordarsi che lui è il prigioniero e non il reporter che sta dalla parte dell'IS. E questa volta il video ha la nuova sigla dedicata ai reportage "Inside". La rappresentazione della verità dell'IS deve basarsi su fatti, convincenti, verificabili. Per questo il reportage si apre con immagini dall'alto che la didascalia ci precisa essere prese da un drone dell'esercito dello Stato Islamico. A 34" dall'inizio, con un effetto grafico non banale dal punto di vista della complessità di realizzazione, entra sulle immagini in movimento il reporter Cantlie che non indossa più la tuta arancio da prigioniero. Piuttosto è completamente vestito di nero come la maggior parte dei combattenti dell'IS quando non indossano le mimetiche. Il racconto di Cantlie è una sfida alla strategia americana, è ironico nei confronti delle dichiarazioni di Kerry, sembra molto più tranquillo. La barba sta ormai crescendo sul suo viso e, soprattutto, la regia del suo racconto si fa sempre più accurata. Nonostante si tratti di riprese in esterna in una città in cui si combatte, il regista del video ha anche questa volta due telecamere a disposizione. La registrazione viene fatta in modo accurato, con calma. Non c'è nessun segno che faccia pensare alla fretta. Cantlie confuta le informazioni venute dal fronte curdo che parlerebbero di grandi battaglie. Dice «la situazione è calma, ci sono sparatorie sporadiche, come sentite» e ricorda in chiusura che comunque la vittoria è dei mujaheddin che sono specializzati nella guerriglia urbana.

Cantlie dà voce a quello che tutti temono. Esattamente come nel filmato di Mogadiscio, tutto sembra fatto per "essere vero", solo che la verità è verosimiglianza, null'altro. Una verosimiglianza sapientemente ricreata attraverso codici a noi familiari. Una verosimiglianza fatta dall'uso delle parole, della grafica, delle luci. Fatta di "pose" narrative in cui ci lasciamo andare – nostro

---

<sup>16</sup> [www.youtube.com/watch?v=CQSwGBkGb6o](http://www.youtube.com/watch?v=CQSwGBkGb6o).

malgrado – a seguire il racconto dimenticandoci che lo strumento della propaganda è un uomo che potrebbe essere ucciso alla fine di ogni reportage. O, perché no, magari un giorno anche durante uno di questi.

Con il secondo dei reportage della serie di “Inside”, quello sulle strade di Mosul<sup>17</sup>, diffuso in rete il 3 gennaio di quest’anno, il senso di normalità viene accentuato dal giro in motocicletta che il prigioniero reporter (sempre più reporter e meno prigioniero, almeno nella rappresentazione) fa nella città governata da IS. C’è una distanza siderale tra il racconto della città tranquilla e le descrizioni occidentali della vita nei luoghi caduti nelle mani dello Stato Islamico. Il senso di rilassatezza, di tranquillità apparente si coniuga perfettamente con i racconti fatti nei siti web dai giovani *foreign fighters* che incitano gli altri amici rimasti in Europa o in America a partire per l’eccitante avventura della “guerra santa”.

È il 9 febbraio che John Cantlie riappare con un giaccone marrone, apparentemente in ottima forma, alla periferia di Aleppo<sup>18</sup>. Si prepara a realizzare l’ennesimo reportage della serie “Inside”, dalla città martoriata da anni di guerra civile. Cantlie annuncia che sarà l’ultimo di questa serie.

Cosa significa? Nessuno può dirlo. Potrebbe essere che i geniali registi dello Stato Islamico si stiano preparando a nuove serie ancora più efficaci, utilizzandolo come *anchor*. Potrebbe significare, impossibile dimenticarlo, che Cantlie sta per essere ucciso, esattamente come è accaduto ai suoi compagni di cella. Se così fosse è possibile immaginare che proprio il giorno della diffusione del video il rituale si sia già compiuto. Ma in fondo, perché sbarazzarsi di un cantastorie tanto efficace? A questo, sostanzialmente, è legata la sopravvivenza di John Cantlie. In questo ultimo reportage di 12 minuti il prigioniero reporter ci porta nelle strade della città massacrata, e da lì descrive ancora una volta quelle che chiama «le menzogne dell’occidente». Si visita un silos di grano «che viene distribuito alla popolazione a prezzi più bassi di quelli del mercato», e una scuola dove alcuni

---

<sup>17</sup> [www.youtube.com/watch?v=RN3ktXbLzLY](http://www.youtube.com/watch?v=RN3ktXbLzLY).

<sup>18</sup> [www.youtube.com/watch?v=VSp8\\_IAn48](http://www.youtube.com/watch?v=VSp8_IAn48).

alunni recitano il Corano e vengono formati i guerriglieri di domani. «Non è vero che sotto lo Stato Islamico l'educazione soffre», dice Cantlie che mostra anche la sala d'attesa di un tribunale della sharia, la legge islamica definita da Cantlie «giusta e semplice». Dal mercato di Aleppo si fanno vedere i droni degli Alleati che sorvolano una zona “completamente civile” e sganciano bombe con il rischio di uccidere innocenti. Poi, l'intervista a due mujaheddin. Il primo si dice convinto che non serve a niente uccidere i capi di Isis: «Andremo avanti più forti». Il secondo invece parla perfettamente francese. È un *foreign fighter*, è evidente, e proprio in francese rende omaggio agli attacchi di Parigi. E va oltre: «incoraggio tutti i miei fratelli rimasti in Francia e in Occidente a difendere la religione (...) siete seduti sui vostri divani mentre altri musulmani si stanno facendo massacrare, quale sarà allora la vostra scusante davanti ad Allah? (...)». L'incoraggiamento è a prendere la via del jihad, a gettarsi nella lotta. Il meccanismo del reclutamento è stato messo in atto ancora una volta in questo video di grande qualità visiva e grafica.

Ma un piccolo passaggio ci fa tornare a quanto raccontato fin qui. C'è una sorta d'inciso, nel racconto, che fa pensare a quei fogli di controinformazione prodotti nel 2007. Cantlie, infatti, attraversa una strada e mostra una piccola costruzione prefabbricata che definisce il “media center”. Sul banchetto che s'intravede all'interno fanno bella mostra di sé diversi computer. Un ragazzino stampa fogli e li distribuisce ai passanti. È il modo per dire quello che lo stato islamico sta realmente facendo per i suoi cittadini, almeno secondo la loro visione.

Dal media center di Falluja di Musab Abu al-Zarqawi del 2005 siamo arrivati qui. Dieci anni dopo l'esigenza è esattamente la stessa. Costruire un sistema di controinformazione che dia ai cittadini la possibilità di “informarsi” al di fuori dei circuiti ufficiali gestiti dai soliti protagonisti: gli americani e gli stati del Golfo, ognuno con una sua agenda specifica.

Nel frattempo, finché il giochino vagamente sadico continua, Cantlie è diventato il reporter multimediale dell'IS. I suoi articoli appaiono anche su *Dabiq*, la patinatissima rivista dello Stato

Islamico giunta al suo settimo numero. Una rivista tutta pensata per la comunicazione globale, per la diffusione del messaggio attraverso codici che anche i musulmani cresciuti in Occidente o i convertiti possano riconoscere come propri.

### 3.3 *Dabiq*, un magazine patinato per il jihad globale

La voglia di dotarsi di un sistema di comunicazione articolato, multimediale, su diversi piani è presente in tutte le aggregazioni jihadiste e anche nel peculiare mix d'insorgenza legata alla dinamica territoriale e jihad che caratterizza lo scenario iracheno dopo il 2004.

L'idea di produrre un magazine patinato, in grado di veicolare il proprio messaggio, ma anche di ricomporlo in un quadro analitico più complesso, che vada al di là della singola comunicazione puntuale, è parte di questo progetto. *Al-Fursan*, *Sada al-Rafidayn* sono le riviste del jihad iracheno del 2006 e 2007. Si tratta di prodotti editoriali piuttosto impegnativi, corposi, spesso dotati di un significativo impianto fotografico, che rimangono comunque ancorati a una rappresentazione tradizionale sia dal punto grafico che dell'impostazione generale della rivista. Il salto nella contemporaneità mediatica, dal punto di vista della carta stampata, il qaidismo lo fa con *Inspire*. È il vero magazine moderno pensato per un pubblico globale, giovane, radicalizzato e di lingua inglese. L'ultimo numero è di dicembre 2014. Tra le notizie politiche, i consigli operativi (persino su come farsi le bombe, antico tema legato a tutte le eversioni e non certo solo agli estremismi mediorientali) e le testimonianze dei mujaheddin. È proprio nel numero di marzo del 2013 che *Inspire* mette il nome di Stephane Charbonnier, direttore del settimanale satirico *Charlie Hebdo*, nell'elenco dei *10 most wanted* del qaidismo.

*Inspire* è considerato il prodotto di riferimento della galassia qaidista. Per questo, alla sua nascita, il califfato non ha potuto far altro che produrre autonomamente un magazine concorrente (ancorché del tutto coerente dal punto di vista del messaggio): e così nasce *Dabiq*.



*Dabiq* è patinato, sofisticato, pubblicato in diverse lingue a partire dall'inglese. Si autodefinisce come un «magazine focalizzato sulle questioni del *tawhid* (l'unità), *manhaj* (la ricerca della verità), *hijra* (le migrazioni), il *jihad* (la “guerra santa”) e la *jama'a* (la comunità)».

La cosa impressionante è la modernità con cui questi temi vengono trattati: ancorché intrisi di analisi dottrinali e di considerazioni filosofico-religiose, i pezzi seguono la comune articolazione dei magazine di *current affairs*: ci sono gli editoriali, i reportage, le analisi.

Ma per capire la genesi di *Dabiq* e gli obiettivi del suo messaggio è essenziale partire dal nome. Secondo i riferimenti letterari dell'islam, *Dabiq*, piccola cittadina del nord della Siria al confine con la Turchia è teatro, nel hadith 6924 (la raccolta dei pensieri di Maometto), della battaglia finale contro i “crociati” prima che il “Messia” ritorni. Il simbolo è fortissimo, eppure secondo gli accademici più raffinati di studi coranici, questa sarebbe una lettura riduttiva di un hadith assai più complesso, che richiederebbe ben altra lettura. Ma non è a quello che punta il califfato. L'elemento chiave è la simbologia guerresca nel suo grado di massima semplificazione. E non è un caso se – ancora una volta a provare il legame profondo tra l'oggi del califfato e il passato di guerriglia in Iraq – a usare questa stessa simbologia è proprio Abu Musab al-Zarqawi poco prima di essere ucciso dai missili americani nel 2006. «La scintilla è stata accesa in Iraq – dice – e le sue fiamme cresceranno fino a bruciare gli eserciti dei crociati a *Dabiq*». È quella stessa frase di *Dabiq* che appare sopra l'indice, all'inizio di ogni numero della rivista. Abu Musab al-Zarqawi è – come già avevamo visto – ancora una volta indicato come il vero referente intellettuale e politico, il precursore del califfato e del suo sistema simbolico e valoriale. Lui, e non Osama bin Laden, dunque il califfato, e non al-Qaida, costituiscono il modello vincente.

Il riferimento a *Dabiq* torna a galla continuamente. L'ultima volta in ordine di tempo è il 16 novembre 2014<sup>19</sup> quando viene

---

<sup>19</sup> [www.youtube.com/watch?v=8w\\_WkSq2Mcs](http://www.youtube.com/watch?v=8w_WkSq2Mcs).

pubblicato nel web il video in cui il boia dall'accento *cockney* comunica la morte dell'ostaggio Peter Kassig (un ex ranger americano convertito all'islam): lo si sente dire letteralmente «qui seppelliamo il primo “crociato americano”, a Dabiq, e attendiamo desiderosi l'arrivo del resto delle vostre armate», mentre la telecamera inquadra la testa mozzata del giovane. Gli uomini vestiti di nero attendono l'arrivo delle armate di Roma, dei “crociati”, dunque. Le armate di cui parlava l'hadith 6924<sup>20</sup>. Le armate che arrivano a Dabiq. Guarda caso il nome del magazine più *trendy* dell'IS.

È il codice altamente simbolico cui lo Stato Islamico ci ha ormai abituato. Nulla è lasciato al caso. Un nome antico di secoli usato per un magazine patinato, un messaggio legato agli atti del profeta mediato dalla storia e dalla tradizione, viene però impiegato strumentalmente nella confezione di un contenuto mediatico di contemporaneità impressionante: il risultato deve far riflettere.

Altro elemento fondamentale – e lo vedremo nell'analisi puntuale dei numeri pubblicati – è che spesso all'interno del nuovo numero della rivista ci si riferisce a fatti avvenuti solo pochi giorni prima. Questo significa che *Dabiq* non nasce in modo casuale, amatoriale, ma al contrario esiste una vera e propria redazione che vaglia i contenuti, li scrive “giornalisticamente”, li impagina graficamente in modo impeccabile e li pubblica in più lingue. Tutto in pochissimi giorni.

Se analizzati uno a uno, i titoli della rivista pubblicati dallo scorso giugno a oggi sono evocativi, puntano a diffondere un messaggio assai preciso, in grado d'incuriosire e coinvolgere: ad allargare la platea dei lettori potenziali. E, in effetti, è evidente come il target di *Dabiq* sia un lettore interessato ai temi dell'islam politico, certo, ma non necessariamente un jihadista già convinto.

---

<sup>20</sup> Hadith 6924: «Abu Huraira reported Allah's Messenger (may peace be upon him) as saying: The Last Hour would not come until the Romans would land at al-A'maq or in Dabiq. An army consisting of the best (soldiers) of the people of the earth at that time will come from Medina (to counteract them). When they will arrange themselves in ranks, the Romans would say: Do not stand between us and those (Muslims) who took prisoners from amongst us. Let us fight with them».

È un lettore cui, con grande abilità, vengono spiegate passo dopo passo le ragioni, il senso e la progettualità del califfato. Una miscela esplosiva per chi è già avviato sulla strada del jihad; un messaggio “d’ispirazione” per chi, non jihadista, sia attraversato dal dubbio.

Il primo numero di *Dabiq* è del 5 luglio 2014. È passato un mese dalla conquista di Mosul. E il titolo di copertina recita: “Il ritorno del califfato”. È un numero politico, programmatico in cui il programma dello Stato Islamico viene declinato con grande attenzione. Spiega già, per attrarre altri, quanto il progetto del califfo al-Baghdadi sia vincente, quanto il controllo territoriale sia forte, quante tribù abbiano già aderito al progetto. Chi scrive gli articoli sa che la posta in gioco è alta: l’IS in questo momento sta lanciando l’attacco a tutte le altre formazioni jihadiste a livello globale (al-Qaida *in primis*). Con questo numero di *Dabiq* lo stato islamico vuole lanciare il messaggio che la proclamazione del califfato è corretta, sia da un punto di vista politico sia dottrinale, e che al-Baghdadi e i suoi stanno riuscendo meglio degli altri a combattere il proprio jihad, di cui in questo momento parlano con toni vittoriosi.

Ogni numero di *Dabiq* meriterebbe un’approfondita analisi a sé stante: il secondo esce il 27 luglio 2014, e s’intitola: “l’Alluvione”. Il terzo è di ottobre e parla della chiamata alla migrazione “*hijra*”, paragonando il viaggio di chi sceglie di migrare e trasferirsi nello Stato Islamico con il viaggio del Profeta da Mecca a Medina. Ma è la copertina del quarto numero, quello pubblicato il 22 ottobre, che getta nel panico più di un responsabile della sicurezza in Occidente. Sull’obelisco in piazza San Pietro, grazie a un fotomontaggio, sventola la bandiera nera del califfato. “La crociata fallita” è il titolo di prima pagina, che rimanda a un articolo interno e descrive il fallimento di tutte le azioni militari delle forze della coalizione contro IS.

*Dabiq* numero cinque è pubblicato il 22 novembre 2014, col titolo programmatico: “Consolidarsi ed Espandersi”. Il ragionamento politico è la continuazione ideale del primo numero: l’obiettivo evidente è quello di porsi come riferimento centrale di

tutti coloro che conducono la “guerra santa” e non solo. È quella di essere riconosciuti come “il califfato” da tutte le cellule qaidiste sparse nel mondo. È l’idea di diventare l’entità politica e religiosa di riferimento cui corrisponde anche una realtà territoriale. Diversi messaggi, in rete, sui social network, attraverso i siti d’informazione “ufficiale” accreditano questa stessa visione. Ma è significativo che l’Organizzazione Centrale senta il bisogno di esprimerla in modo organico sul magazine ben confezionato di risonanza globale.

Nel sesto numero di *Dabiq* l’articolo di copertina è dedicato a un reportage su al-Qaida nel Waziristan. All’interno il tema viene sviluppato in un lunghissimo reportage, di notevole interesse, in cui un mujaheddin giordano racconta il suo viaggio attraverso l’Afghanistan e la zona tribale tra Pakistan e Afghanistan; la sua ricerca del luogo ideale dove combattere il jihad, ma soprattutto fa capire le differenze d’impostazione tra alcune realtà qaidiste e la visione del califfato nella storia che si sviluppa giorno dopo giorno. Al di là delle valutazioni filosofico-religiose, il reportage – oltre a confermare la posizione critica (specie sul piano dottrinale e operativo) del califfato nei confronti di al-Qaida tradizionale, offre uno spaccato unico sulla vita da jihadista contemporaneo e, soprattutto, ha il sapore della grande avventura. Un elemento irresistibile per ragazzi alla ricerca di modelli eroici.

Per questo vale la pena fermarsi un istante sullo stile adottato dall’autore del reportage e dal suo traduttore. Il lungo racconto è punteggiato da decine di termini legati al jihad che non vengono semplicemente tradotti in inglese, al contrario, vengono sistematicamente lasciati in arabo e poi tradotti. È un metodo preciso, educativo, che rivela la volontà di costruire una familiarità con i termini jihadisti anche per chi ha poca dimestichezza con l’arabo. Siamo di fronte a un prodotto perfetto per il reclutamento dei *foreign fighters*: il proselitismo su scala globale è in opera.

Altri due elementi chiave intervengono nella costruzione del numero sei del magazine: l’ennesimo reportage di John Cantlie, ormai trasformatosi (ma fino a quando?) nel raccontatore multimediale dello stato islamico; e il pezzo di apertura dedicato

all'attacco alla cioccolateria di Sidney. L'elemento più interessante è che il racconto è tutto mirato a far vedere come i media occidentali abbiano macchiato il personaggio di Haron Monis (un mujaheddin dello Stato Islamico) facendone un ritratto negativo per discreditarlo. È il ritorno alla guerra mediatica: alla battaglia delle informazioni per la quale gli uomini dello Stato Islamico decidono di combattere sistematicamente. L'analisi dell'azione di Sidney e la critica ai mezzi d'informazione occidentali fa il paio con il contro-racconto di Cantlie a Kobane, Mosul e Aleppo.

Ma non è finita qui. Sulla piattaforma multimediale della comunicazione dello Stato Islamico, gli elementi più succulenti della narrazione vengono valorizzati. Esattamente come si fa nei media occidentali, le "esclusive" devono essere fruite dal maggior numero di lettori e ascoltatori possibili. Per questo, l'esclusiva del numero 6 di *Dabiq* è la confessione di Muadh al-Kasasbeh, il pilota giordano fatto prigioniero dopo l'abbattimento del suo jet.

Ma il numero 7 supera, in termini di "contemporaneità" tutto quanto analizzato fin qui. È sostanzialmente un numero tutto di risposta a quanto accade in Europa. Viene pubblicato l'11 febbraio 2015, a un mese esatto dalla manifestazione di Parigi ed è tutto sulla rivendicazione dell'attacco a *Charlie Hebdo*, con l'intervista alla moglie di Coulibaly (qualcuno dubita dell'autenticità di questa testimonianza), con il racconto dei due jihadisti belgi sfuggiti ai servizi segreti di tutta Europa e la giustificazione religiosa della decisione di mandare al rogo Muadh, il pilota giordano. Insomma: la reazione mediatica a tutto quel che è accaduto nell'ultimo mese.

È la dimostrazione che in questa fase informazione e controinformazione giocano sullo stesso terreno, negli stessi tempi e con mezzi sempre più simili.

### **3.4 Da "Flames of War" al rogo di Mu'adh: l'orrore in chiave hollywoodiana**

L'intervista, o meglio la confessione trasformata in intervista, del pilota giordano pubblicata su *Dabiq* n. 6, merita una riflessione. Ancora una volta in rigorosa osservanza dello stile

d'impaginazione dei media occidentali, il redattore della rivista (sembra davvero opportuno chiamarlo così), alterna domande e risposte con i neretti: quando c'è la domanda della "rivista" scrive *Dabiq*, quando c'è la "risposta" del pilota scrive *murtadd* (l'apostata). Ma questo stile fa sì che il lettore abbia la sensazione che chi fa domande per conto della rivista sia un elemento terzo del discorso. Un soggetto che fa un oggettivo racconto della situazione. Un intervistatore, e non l'aguzzino che sta interrogando il pilota.

E, infatti, l'articolo, che comincia descrivendo l'abbattimento del jet di Muadh e i fatti successivi, introduce il seguito dicendo «E questa è l'intervista con il murtadd, con l'apostata». La propaganda sapiente è esattamente questo: trasformare in un'intervista per lettori globali, un interrogatorio a un prigioniero che di lì a poco verrà arso vivo.

Le foto a corredo dell'"intervista" sono fatte in contemporanea con il video che ritroveremo nel filmato agghiacciante del rogo; forse sono addirittura *frames* estratti dal video stesso. Il testo dell'intervista è la trascrizione letterale dell'interrogatorio-confessione contenuto nel video stesso.

Se ne deduce che il messaggio preparato per la diffusione video viene utilizzato su tutte le piattaforme a disposizione: la propaganda del califfo conosce già le regole dell'ottimizzazione nella produzione dei contenuti. E la riflessione sull'incrocio tra i vari media e l'utilizzo multipiattaforma dei contenuti, ci porta dentro la questione della costruzione del video, dovremmo meglio dire del film, del rogo in cui viene ucciso Muadh al-Kasasbeh<sup>21</sup>.

Proviamo a ripercorrere insieme quei 22 minuti.

L'inizio è quello classico del film d'azione americano (potrebbe essere uno della serie dei "Bourne"). Viene costruito l'antefatto: sequenze di re Abdallah di Giordania che parla in inglese con gli alleati americani, che manda uomini armati verso altri fratelli musulmani. In risposta, alternati nella sequenza, i canti della battaglia. L'alternanza continua, appaiono le immagini dei luoghi della battaglia: musulmani contro musulmani.

---

<sup>21</sup> <https://m.youtube.com/watch?v=q73BYnrCMis>.

Gli inserimenti grafici e gli effetti sonori sono ancora una volta quelli da videogame militare. Si nota una qualità straordinaria di montaggio e selezione immagini. Viene ricostruita in 3D la sagoma del caccia in volo verso la Siria, poi appaiono le fiamme nel villaggio, i pezzi dell'aereo e il titolo "Healing the believers chests (...)".

Un montaggio sincopato di tutti i telegiornali del mondo arabo che danno la notizia dell'abbattimento del caccia, ci riporta nella storia. Le infografiche si susseguono poi sentiamo la voce del pilota che ricostruisce punto per punto la missione (è esattamente il testo pubblicato come "intervista" su *Dabiq*).

È evidente il grande lavoro di documentazione che i "registri" del film hanno dovuto fare: vengono inserite tutte le immagini delle piste di volo degli aeroporti da cui decollano gli aerei della coalizione, le coordinate geografiche dei raid. L'obiettivo di Muadh è Raqqa, Siria. È il 24 dicembre.

L'intervista-interrogatorio è girata con due telecamere. Lo stile e l'impostazione della luce e delle riprese sono assolutamente simili ai primi video di John Cantlie: c'è una mano, o almeno un'uniformità di specifiche tecniche, assolutamente evidente. L'importante lavoro grafico crea uno sganciamento dalla realtà, ci trasporta in codici che tipicamente associamo alla cinematografia, al "verosimile" e non al "vero". Ci distaccano dalla compassione e dall'orrore istintivo per quel che sta toccando in sorte al giovane pilota giordano.

Le sequenze d'immagini del jet in volo si susseguono con il dramma dei suoi obiettivi: villaggi distrutti, bambini mutilati, bruciati. La costruzione della vittima è chiara. Il pilota viene descritto come un essere che si è macchiato di crimini atroci e la sua fine crudele potrà essere solo considerata un atto di giustizia. Nessuno lo dice. Questo non è un video esplicitamente a tesi. Sono le immagini a dirlo, è la costruzione del racconto a portare a queste conclusioni. Le stesse che faranno sì che quando, il 5 febbraio, il video verrà mostrato nelle strade della città siriana di

Raqqa<sup>22</sup>, verrà accolto con approvazione, non con orrore, da uomini e adolescenti spettatori.

Dalle immagini di guerra, dalle scene sincopate del topgun in azione c'è un salto. Uno stacco narrativo secco. Perfetta costruzione di climax. Dal caos della guerra siamo in una situazione sospesa, rarefatta. Muadh cammina attraverso le macerie (forse quelle stesse provocate dalle bombe del suo caccia?). Una luce straordinaria sospende il tempo, c'è un silenzio irreali. Lui cammina lento, attraversa il silenzio. Alcuni rapidi fotogrammi della notte della battaglia attraversano come rapidissimi flash la sua camminata. Tutto attorno appaiono loro, i combattenti dello Stato Islamico. Ma le loro divise raccontano qualcosa di nuovo. Questa non è più una brigata raffazzonata di persone con addosso abiti militari recuperati alla bell'e meglio. Le divise di questi uomini mascherati sono immacolate. Nuovissime. Loro, perfetti. Lui li guarda, muto. Un'aria stupita, sorpresa. O forse solo stordita (non sappiamo quanto sia stato picchiato, se sia stato drogato). Certo lo sguardo di Muadh al-Kasasbeh è il tassello chiave di una costruzione filmica straordinaria.

Poi un altro cambio di ritmo, un'altra sequenza. Lui è già nella gabbia: la sua tuta arancione da prigioniero, bagnata.

Gli uomini in divisa immobili, tutti intorno. Disposti da un regista sapiente. Solo uno è in azione. Ha in mano bastone intriso di liquido infiammabile.

La voce fuori campo ce lo descrive come il «comandante di una regione dello Stato Islamico colpita dai bombardamenti».

Le sequenze che seguono descrivono l'incubo di un uomo arso vivo. Eppure le sue grida sono tenute a volume basso, vengono quasi coperte. In questo punto esatto si ha l'idea che qualcuno abbia deciso quale è il livello "accettabile" dell'orrore.

Il messaggio ha un suo dosaggio *ad hoc*.

La scena del rogo viene tagliata. È il cadavere carbonizzato ora a venire mostrato, e la ruspa, che era apparsa nelle prime immagini si muove, gli butta addosso sassi e detriti. Lo copre di pietre. La sequenza finale riprende il ritmo e lo stile dell'azione iniziale:

---

<sup>22</sup> <http://www.raqqa-sl.com/en/?p=452>.



questa volta non è più il racconto dell'operazione di attacco ma le foto, i nomi, le carte d'identità di cinquanta piloti giordani che ogni giorno si alzano in volo contro l'IS. La fine del film è tutta per loro. Sono i nomi e i volti dei *most wanted* del califfo che chiudono il film d'azione.

L'intreccio tra le varie parti della narrazione: interrogatorio, camminata, gabbia, fanno pensare a una registrazione avvenuta in momenti diversi fra loro, secondo un copione scritto a priori. Nulla è lasciato all'improvvisazione: gli uomini in divisa, la luce nei vari punti dell'azione, i simboli.

Ottenere un prodotto finale di questo livello non è banale, nemmeno per case di produzione occidentali. La coerenza tra i diversi video, l'uniformità di metodi di ripresa e montaggio, la diffusione sistematica e coerente sui social network, fanno pensare a una regia unica. O almeno a una mente (o un piccolo gruppo) assolutamente sofisticata, che conosce alla perfezione le tecniche di montaggio, di scrittura, di spettacolarizzazione. Tecniche al crocevia tra cinematografia e produzione di videogames. Per queste ragioni alcuni analisti tendono a porre al vertice dell'organizzazione che si occupa di social media e produzione multimediale, tra gli altri, Ahmad Abu Samra.

Lui, cresciuto a Stoughton, in Massachusetts, è un genio all'università, un'eccellenza accademica. Diventa un grande esperto nel campo della comunicazione e dell'informatica, arriva a essere assunto in una società di telecomunicazioni statunitense. È lì che Abu Samra interiorizza la logica del marketing che ora starebbe applicando nella promozione del brand IS. Sarebbe la sua, la mente brillante alla base dell'idea di ricostruire una "narrativa" *ad hoc* per le imprese del califfato traducendole in una serie filmata tra l'*action* e il videogame; trasformando i simpatizzanti del web in combattenti virtuali. Il risultato sono momenti di adrenalina a basso costo condite da epica e senso di «una missione da compiere per ristabilire la giustizia» che diventano materiale esplosivo nella campagna di reclutamento tra i giovani sensibili al richiamo del jihad.

Secondo le ultime informazioni il trentaquattrenne vivrebbe in Siria, nella zona di Aleppo e sarebbe ancora una volta lui dietro il lancio della app “Dawn of Glad Tidings” l’alba delle buone notizie scaricabile dallo store “Google Play” per diffondere notizie e notifiche con lo scopo d’ingigantire la macchina mediatica dello Stato Islamico per farla sembrare ancora sofisticata in termini d’infrastrutture tecniche.

«Ci sono diverse divisioni dentro IS che si occupano di social media: l’account ufficiale pubblica tutti i video, gli account provinciali pubblicano i racconti locali. Gli account dei singoli mujaheddin permettono ai combattenti di continuare il proprio racconto di vita quotidiana ed esperienze sul terreno». Lo dice Abu Bakr al-Janabi<sup>23</sup>, un supporter dello Stato Islamico che spesso traduce e diffonde i messaggi del gruppo.

Dietro a tutto questo ci sono diverse organizzazioni di centralizzazione e ridiffusione del messaggio. La principale è al-Furqan Media, che invia continuamente in rete documenti di battaglie epiche e del mondo idilliaco del califfato. Accanto lavora Fursan al-Balagh Media, che si occupa delle traduzioni per la diffusione globale del messaggio. Insieme hanno fondato una vera e propria agenzia di comunicazione, al-Hayat Media Center, che si occupa di postare i video dell’Isis e di diffondere i messaggi dell’organizzazione.

Eppure questa ricostruzione è del tutto parziale: non si contano i “centri di produzione dei video”, i luoghi di organizzazione e diffusione della propaganda. E poi il lavoro dei singoli che contribuiscono con la propria capacità e creatività alla costruzione di un impianto narrativo imponente.

## Conclusioni

Lo Stato Islamico, nelle sue scelte di comunicazione, ci ha fatto capire alcune cose in modo assolutamente chiaro.

---

<sup>23</sup> “Who is behind Isis’s terrifying online propaganda operation?”, *The Guardian*, 23 giugno 2014.

Innanzitutto: le modalità di comunicazione del califfato non sono casuali ma perseguono con precisione e lucidità diversi scopi. Il primo: essere percepiti come un'organizzazione statale a tutti gli effetti con regole, progetto politico, strutturazione e strategia di lungo periodo. Il secondo: fare proseliti all'interno dei propri territori e, soprattutto, sul piano globale. Gli obiettivi della narrativa più sofisticata sono i giovani delle seconde e terze generazioni musulmane in ogni angolo del pianeta e non solo. Il messaggio roboante di lotta all'ingiustizia e un'epica trascinate, come pochi dei messaggi occidentali ormai sono in grado di essere, si trasformano in straordinari catalizzatori della voglia di ribellione nei confronti di un Occidente percepito come ingiusto, aggressivo e corrotto.

C'è poi un terzo livello della comunicazione: quello destinato a tutte le realtà jihadiste a livello globale. Lo Stato Islamico si pone come esempio di successo della costruzione di uno stato in cui vige la *sharia*, in cui la legge islamica permette una riscrittura delle regole e dei comportamenti secondo una lettura oscurantista del Corano. Il califfato rappresenta, fin qui, una storia di successo che diventa polo di attrazione e imitazione per tutti gli altri gruppi radicali del pianeta, ed è proprio per questo che tanta parte della propaganda è dedicata a far vedere come l'interpretazione più corretta del Corano sia quella del califfo e i veri jihadisti siano solo coloro che hanno unito i propri passi a quelli dello Stato Islamico. L'IS insomma ha lanciato la propria campagna di aggressione a tutte le altre sigle in un disegno che vede collegate e coordinate le varie realtà. Il califfato ha progetti globali e lo fa intuire attraverso le proprie scelte di comunicazione.

Twitter, Facebook e internet sono diventate gli strumenti contemporanei con i quali veicolare il più arcaico dei messaggi. Lo Stato Islamico, che ha distrutto in un rogo migliaia di libri a Mosul, è assistito da giovani comunicatori cresciuti con i miti hollywoodiani che attraverso i social network rimandano una visione del mondo che ha solo il linguaggio e i codici formali dell'oggi.

Il moltiplicarsi delle “comunicazioni”, dei messaggi, dei video, delle uscite delle riviste che provengono nelle ultime settimane dallo Stato Islamico danno la sensazione di una escalation in corso. Quanto questa escalation corrisponda effettivamente ad azioni sul terreno, a preparazione di attacchi terroristici, o sia semplicemente un’offensiva mediatica, allo stato attuale non è dato sapere.

Certo, per quanto abbiamo visto fin qui, anche se si trattasse esclusivamente di attivismo mediatico, la cosa non può essere considerata con leggerezza.

La proliferazione ossessiva delle testimonianze in fondo provoca già un primo risultato: annettere alla presenza su scala globale dello Stato Islamico un senso d’inevitabilità. L’IS s’impone ai nostri racconti, alle scalette dei nostri telegiornali, guadagna le prime pagine dei giornali. E questo, in sé è già un risultato. Lo stesso gruppo di uomini, moltiplicando la comunicazione delle proprie imprese crea, come in un sofisticato gioco di specchi, una rappresentazione ingigantita della realtà.

## 4. IS 2.0 e molto altro: il progetto di comunicazione del califfato

*Marco Lombardi*

---

Fin dall'inizio IS ha attirato l'attenzione su di sé anche per le specifiche modalità comunicative messe in atto, in particolare dalla sua proclamazione a califfato il 29 giugno 2014.

Soprattutto lo stupore ha qualificato quest'attenzione occidentale alla comunicazione degli islamisti: ma si tratta di uno stupore per nulla giustificato. Per esempio per ragioni storiche, il jihad, il qaidismo in particolare, ha da sempre utilizzato la comunicazione come strumento di lotta; o per ragioni specifiche, è sufficiente notare l'uso sapiente e flessibile del nome dello Stato Islamico, come commentato in altre parti di questo volume.

Nelle note che seguono, pertanto, si cercherà di sviluppare un percorso di lettura della comunicazione di IS che, evidenziandone i prodotti principali, per comprendere le categorie che possono spiegarli, alla luce di un progetto comunicativo complesso e coerente con la strategia di affermazione del califfato, di cui la comunicazione è uno degli *asset*. Insomma, la vera novità di IS è che per la prima volta ci troviamo di fronte a una regia competente nell'uso dei diversi strumenti mediali, non solo delle tecniche, ma anche nel quadro di una più complessa regia politica e militare di consolidamento dell'islam radicale e jihadista all'interno di un territorio geografico.

IS sta semplicemente perseguendo i propri obiettivi secondo una strategia arguta e lineare, in cui combattimento, assassinio di massa, comunicazione, azione economica e politica convergono nel progetto di costituzione dello Stato Islamico. In estrema sintesi, è il Dna di IS che guida il progetto: un gruppo terrorista

che si chiama Stato, organizzato come uno stato, che governa un territorio sul quale riscuote tasse e offre servizi, si propone di battere moneta e pubblica un budget, esercita il potere “legittimo” della violenza, comunica con una pluralità di media e diversifica i messaggi. Un gruppo che manifesta la forma di stato nascente anche secondo la teoria politica condivisa e che ha già assunto i primi caratteri della statualità.

Si tratta di un progetto complesso che mette a confronto al-Qaida tradizionale e IS il cui conflitto (seppure emergendo un certa unità tra le file dei combattenti jihadisti dovuta al richiamo alla difesa dagli attacchi occidentali in Siria e Iraq) è evidente soprattutto sui forum islamici che prendono parte per l'uno o per l'altro. Alcuni, come Platform Media, Tahaddi e Shumuk più vicini a IS, altri come Fida' e 'Arin per la vecchia al-Qaida. D'altra parte è centrale, per il medesimo progetto, l'affermazione di un'egemonia ideologica di IS califfato rispetto alle altre forme islamiche di statualità e di governo e, in quest'ambito, è fondamentale la campagna di adesione formale promossa presso le organizzazioni di AQ in *franchising* finalizzata a ottenerne il giuramento di fedeltà all'autorità di al-Baghdadi.

Nelle pagine che seguono si è necessariamente operata una selezione dell'enorme quantità di messaggi firmati IS, fornendo una sintetica descrizione delle diverse tipologie di media utilizzati e di “serie” prodotte, con il soffermarsi sui messaggi maggiormente conosciuti, al fine di concludere esplicitando la pericolosa strategia mediatica del nuovo terrorismo che caratterizza il califfato<sup>1</sup>.

#### 4.1 Social ma non solo: promozione e reclutamento

Negli ultimi anni, in particolare successivamente agli attacchi terroristici dell'11 settembre 2001 e di quelli avvenuti sul suolo europeo, l'attenzione degli studiosi è stata rivolta a comprendere

---

<sup>1</sup> Una tavola sinottica, con titoli e date di pubblicazione dei contributi analizzati si trova a fine capitolo.

le nuove caratteristiche del terrorismo internazionale. Più recenti, invece, gli studi inerenti ai processi di *radicalizzazione*, ovvero i meccanismi attraverso i quali gli individui cambiano i loro atteggiamenti adottando un comportamento potenzialmente deviante ancorato a un'ideologia radicale o estremista. Questi ultimi si concretizzano – in ultima istanza – attraverso il *reclutamento* all'interno di organizzazioni o gruppi estremisti che utilizzano la violenza per raggiungere degli obiettivi di tipo sociale, politico o di destabilizzazione del contesto nel quale operano. Sebbene il radicalismo non possa essere considerato un sinonimo di “terrorismo”, il processo che spinge gli individui ad abbracciare delle ideologie di stampo radicale è di fondamentale importanza in quanto rappresenta il primo e cruciale passo verso l'estremismo violento.

In questo momento storico, dunque, i fenomeni che caratterizzano l'area mediterranea allargata sono strettamente connessi allo sviluppo dei processi di radicalizzazione, con le minacce che conseguono, e anzi agiscono da veri e propri *booster* nei confronti di questi processi.

Anche l'Italia ormai contribuisce per la sua parte a rinforzare le schiere jihadiste, in particolare dirette verso la Siria, con il supporto di cellule spesso radicalizzate in rete che prima che dimostrarsi combattenti sono validi supporti logistici al transito dei futuri combattenti.

Non si tratta di una novità per il nostro paese, che già negli anni Novanta era punto di riferimento per il reclutamento per le guerre balcaniche, ma di una ripresa dopo una fase di rallentamento dovuta a una minor presenza di reti islamiche organizzate qui, rispetto ad altri stati europei, connesse a una minor radicalizzazione di flussi migratori recenti, non incorporati nei ghetti come in Francia, Belgio, Olanda. Di questi caratteri soffre tuttora il reclutamento per la Siria in Italia che, più che in altre aree, è caratterizzato dal *self-recruitment* (auto-reclutamento) indirizzato soprattutto attraverso la rete e piccoli gruppi auto-organizzati e non dall'attivismo in moschea.

Ma solo lo Stato Islamico ha saputo utilizzare al meglio i cosiddetti social media (in particolare Facebook e twitter) sia come strumenti specifici per il reclutamento sia come strumenti coordinati ad altri media per conseguire i propri più ampi obiettivi.

La potenza della comunicazione nel processo di radicalizzazione è evidente nei fatti che hanno portato, in data 18 giugno 2013, alla conoscenza della morte di Giuliano Delnevo nei combattimenti in Siria contro il governo di Bashar al-Assad. Delnevo, convertito nel 2008 all'islam con il nome di Ibrahim e combattente per circa un anno in Siria, può essere un esempio drammatico degli effetti denunciati. La sua pagina di presentazione di Facebook si richiama esplicitamente al jihad ceceno: al Kavkaz Center, il portale web dell'Emirato del Caucaso, una rete di militanti che vogliono creare il califfato islamico del Caucaso. Tra gli ultimi post datati 12/2/2013, compare l'immagine di Abdullah Azzam<sup>2</sup> come apparente modello ispiratore di Delnevo. Dunque radicalizzazione via rete ed esposizione ai sermoni dei predicatori hanno portato il giovane genovese a combattere, accanto a un gran numero di jihadisti di origine araba e nord africana in Siria. E a morirci.

Ma altre storie seguono. Come quella di Anas el Abboubi (Marocco 1992), in Italia dal 1999, residente nella provincia di Brescia. Lascia tracce nella rete di Sharia4Belgium e vuole formare Sharia4Italy e partire per la Siria con l'obiettivo di arruolarsi nelle file di al-Qaida e morire martire, come scrive anche sul suo profilo Facebook. Verrà poi arrestato con l'accusa di terrorismo, prima di partire, perché sospettato di tramare attentati in Italia. Scarcerato se ne perdono poi le tracce (gennaio 2014) in Siria, che ha raggiunto attraverso un network albanese.

Come lui Mohamed Jarmoune, ventenne, bresciano, di origini marocchine: via web entra in contatto con i reclutatori ma non parte. È un jihadista del computer che si occupa di raccogliere

---

<sup>2</sup> Abdullah Yusuf Azzam (1941-1989) era un teologo e maestro sunnita palestinese mentore di Osama bin Laden. È stato importante ispiratore, guida e anche organizzatore del jihad combattente invitando tutti i musulmani a unirsi contro il nemico per riappropriarsi delle terre dell'islam su cui instaurare il califfato.



informazioni e organizzare gli altri: viene arrestato per terrorismo e finisce in prigione in quanto nel suo computer vengono ritrovate informazioni che lo rendono sospetto di tramare un attentato alla sinagoga di Milano.

E l'Europa tutta a non essere immune dalle "sirene" siriane del web. È dell'aprile 2014 l'informazione che sarebbe morto in un attacco kamikaze Denis Mamadou Cuspert, tedesco che si era unito al jihad in Siria, combattendo con lo Stato Islamico dell'Iraq e del Levante (Isis/I). L'uomo, conosciuto in patria anche con lo pseudonimo di Deso Dogg, che utilizzava nella sua carriera da rapper, da quando si era unito alle fila del gruppo jihadista aveva adottato il nome di battaglia di Abu Talha al-Almani, prima ancora quello di Abu Maleeq. Originario di Berlino, veniva da una famiglia mista: il padre proveniva dal Ghana.

«La nazione islamica sta sanguinando per aver appreso la notizia del martirio di un suo combattente jihadista, il fratello Abu Talha al-Almani. Possa lui essere accolto da Dio», si legge in uno dei messaggi apparsi sui forum jihadisti, aggiungendo che «la sua morte è stata causata da un attentato kamikaze condotto dai traditori di Jolani (il capo del Fronte al-Nusra Abu Mohammed) contro la casa dove di trovavano alcuni fratelli dell'Isis».

Ma Cuspert era già da tempo, almeno tre anni, sotto osservazione in quanto noto rapper tedesco ben conosciuto nel mondo qaidista per i suoi "*nasheed*", cioè i canti d'ispirazione islamica. Era già considerato come una delle figure più influenti nella promozione del jihad violento, sostenendo la necessità di attacchi agli interessi occidentali diffusi via web e Youtube.

Da una differente parte del mondo arriva la storia di Wa'el Ahmed Abd al-Fattah, arrestato dalle autorità egiziane in aprile 2014, combattente di ritorno dalla Siria, tra le diverse centinaia di egiziani reclutati da Al-Nusra e/o Isis. Di questi, numerosi stanno costituendo un primo flusso di ritorno, schierandosi con Ansar Bait al-Maqdis, gruppo qaidista operativo nel Sinai, rendendosi responsabili di numerosi attentati in Egitto.

Si tratta di storie differenti ma che evidenziano come proprio attraverso i social media il reclutamento sia soprattutto sostenuto

dalle storie e dalle testimonianze raccontate in prima persona dai *foreign fighters*, con ciò promuovendo al massimo la viralità del mezzo, cioè una forma di contagio imitativo estremamente pericolosa per giovani scontenti e alla ricerca di un'identità perduta.

D'altra parte la battaglia sui social è consapevolmente aperta.

Questi messaggi sono di luglio 2014, postati in arabo e tradotti in inglese:

#The\_Concept\_of\_Lone\_Wolf\_Attacks The time has arrived to respond to Twitter's management by directly attacking their employees and physically assassinating them!! Those who will carry this out are the sleepers cells of death.

#The\_Concept\_of\_Lone\_Wolf\_Attacks Twitter management should know that if they do not stop their campaign in the virtual world, we will the bring the war to them in the real world on the ground.

E via di seguito, in risposta alla sospensione operata da twitter nei confronti di numerosi account che diffondevano materiali di IS proveniente dai campi di battaglia. Una guerra senza successo perché gli account ricompaiono con una piccolissima variazione del nome rimandando sempre a *user* che sono stati identificati in Stati Uniti, Canada, Svizzera, Olanda, ecc. Dunque i cosiddetti *foreign fighter* sono bene collocati anche nella guerra virtuale. Ma la consapevolezza della permeabilità a osservatori esterni dei social, insieme alla loro utilità, fa sì che a inizio 2015 IS annunci il lancio, a breve, di una piattaforma propria di messaggistica per garantire una "*privacy*" maggiore ai propri utenti.

Come si può notare, l'uso di questi strumenti si è avviato ben prima del massiccio intervento di IS: sono d'altra parte gli strumenti della generazione digitale, altamente pervasivi, quelli della connessione permanente, quelli dei giovani che si fanno reclutare.

Di nuovo: IS non ha utilizzato in modo innovativo i social, ha soprattutto saputo inserirli in una regia complessa come un tassello della più ampia strategia mediale che ha sviluppato con grande competenza. In particolare, questa regia ha anche saputo impiegare-

li come strumenti di “*story telling*”, cioè luoghi virtuali ad ampia diffusione in cui i combattenti si raccontano dal campo. In questo modo, evitando nella fase più recente di postare immagini troppo cruento che potessero incappare nella censura disattenta dei *provider*, ha garantito una permanenza legittima di queste storie dal campo di battaglia che, per la loro modalità coinvolgente e soggettiva di rappresentazione, ancor più hanno favorito i comportamenti virali imitativi alla base del reclutamento.

## 4.2 I francesi: tra minacce e reclutamento

Come è stato detto il web non è tutto e non è solo social. Soprattutto le piattaforme social sono utilizzate da IS per mantenere aperta la comunicazione in tempo reale verso il proprio pubblico: Twitter, e poi Fb, cui aggiungiamo alcuni specifici programmi di “chat”, servono a lanciare nuovi prodotti mediali tutti fruibili via rete, che siano video, *magazine*, giochi e musiche.

Molto simile alle “storie” pubblicate sui social per intenti di reclutamento e per capacità virale è il video lanciato il 19 novembre 2014 da una delle *major* di IS, al-Hayat Media Center, di 7 minuti e 19 secondi intitolato “Cosa state aspettando” in cui sono protagonisti Abu Osama al-Faransi, Abu Maryam al-Faransi e Abu Salman al-Faransi: come si evince dal nome sono tre francesi che in lingua francese (ma con sottotitoli in arabo e inglese) chiamano alla guerra giovani occidentali.

«Ci sono a disposizione armi e automezzi e bersagli pronti per essere colpiti. C'è anche il veleno a disposizione, per avvelenare l'acqua e il cibo dei nemici di Allah. Uccideteli e sputategli in faccia e schiacciateli con le vostre automobili» proclama l'*anchorman* rivolgendosi ai giovani francesi compatrioti.

In sé il video è interessante per il target cui si propone e la contaminazione simbolica che mostra, a cominciare dal perfetto eloquio del francese e l'inquadratura tra un kalashnikov e una spada ricurva musulmana del secondo dei tre speaker (francofoni) che si succedono ordinatamente annunciati da un titolo personalizzato.

Un bell'impatto. Il messaggio è chiaro ed esplicito.

In questo caso basti pensare allo stesso carattere “virale” di questi *anchorman* francesi: probabilmente amici di scuola di qualcuno e conoscenti per altro, quelli della porta accanto: la “piazzetta” della televisione IS. E anche “attori drammatici” di successo lanciati mediaticamente a godere della fama che noi abbiamo loro dato, attraverso il racconto delle loro imprese. E anche uomini senza ritorno (valore aggiunto per IS): oramai sono dei “morti che camminano”, pubblici sarebbe inaccettabile un loro rientro “a casa” per un atto che non trova possibilità né di comprensione né di giustificazione. Per loro questo video è l'atto di fedeltà suprema che li lega indissolubilmente al califfo.

Certamente, come sempre è, la comunicazione propone anche obiettivi e modalità operative. Infatti, sul piano operativo riprende e rilancia una pratica che negli ultimi mesi è già stata utilizzata (“*schiacciateli con le vostre automobili*”) e ne propone altre cui da tempo il jihad sta mirando (l'uso del veleno per contaminare acqua e cibo). Ma soprattutto si tratta di un pericoloso video virale che favorisce l'imitazione tra gli scontenti delle *banlieu*, che possono agire localmente, arruolandoli di fatto tra i *lone wolf* (i lupi solitari combattenti, ormai diventati “*zombie*”<sup>3</sup>) che sono la minaccia maggiore alla quotidianità dell'Occidente.

Per finire, di nuovo un “bravo alla regia”, per avere dimostrato grande capacità a cogliere perfettamente l'attimo: il momento giusto, sul piano politico, per attaccare la Francia che nello stesso giorno in cui si diffondeva “Cosa state aspettando” decideva di aumentare il sostegno militare alla guerra contro IS.

---

<sup>3</sup> *Zombie*: individui che sono singolarità competenti e addestrate al combattimento, che si ritrovano in reti semi-strutturate e flessibili, caratterizzate anche da legami “affettivi” e soft (esempio: i reduci dell'attacco a *Charlie Hebdo* a Parigi che provengono dai medesimi campi di combattimento) che si attivano per ragioni “interne” o “esterne” (Nota: *Dabiq*, il magazine di IS aveva indicato nel direttore di *Charlie* uno dei bersagli!).

### **4.3 Decapitazioni: l'evoluzione della comunicazione dell'orrore**

Foley non è il primo reporter assassinato dal jiahd. Daniel Pearl, corrispondente di *The Wall Street Journal*, è stato decapitato il 1° febbraio 2002 e la lista purtroppo si allunga.

Il ritmo è impressionante, la sequenza mediatica si sussegue incessantemente con il medesimo rituale del prigioniero inginocchiato, nella tuta arancione dei prigionieri di Guantanamo, che dopo avere recitato le maledizioni contro l'Occidente imposte dal califfato viene decapitato con un coltello. Questo rituale dello sgozzamento è volutamente cercato e promosso quale distintivo del califfato che non solo testimonia così la sua continuità col progetto di al-Zarqawi ma anche riserva tale brutalità ai *kuffar*, rafforzando la minaccia. Si ricordi, infatti, che, per esempio, il 9 di febbraio 2015 per un "cittadino" di IS accusato di stregoneria si utilizza l'ascia per la decapitazione e non il coltello. Anche in questo caso una diversificazione degli strumenti di morte che ha un significativo impatto simbolico e comunicativo.

L'obiettivo è quello di terrorizzare l'Occidente con un prodotto mediale di facile fruizione sia per la distribuzione (un breve video lanciato per ogni assassinio per tutte le piattaforme, comprese quelle mobili) sia per la comprensione, per quanto è esplicito. Si tratta di una minaccia che si rivolge a tutti e che diventa necessariamente notiziabile dai media.

*Ma con Kassig, il 16 novembre 2014, cambia qualcosa*

Si tratta di un cambio di prospettiva proposta dal raccapricciante video di oltre 15 minuti che rappresenta *anche* la decapitazione di Kassig: del povero americano si mostra la testa mozzata senza il cerimoniale della tuta da prigioniero di Guantanamo, né discorsi, preceduto tuttavia da una lunga introduzione su IS e inframmezzato dalla decapitazione di un manipolo di militari siriani, operata da personale di IS in tuta mimetica, schierato in parata, con la partecipazione a viso scoperto di diversi combattenti stranieri (francesi e tedeschi). Si tratta di un video che mostra una regia

accurata e una sceneggiatura disegnata *ad hoc*, in cui nulla è lasciato al caso: parata, esecuzione ritmata, posizionamento delle teste sui cadaveri, ecc.

Per alcuni analisti ciò potrebbe essere ricondotto a una strategia d'uscita d'emergenza, per il fatto che l'usale cerimoniale (da Foley a Henning) non è stato possibile perché "qualcosa è andato storto" durante l'esecuzione: Kassig era un uomo che aveva combattuto e avrebbe potuto resistere alla rappresentazione richiesta dal cerimoniale.

Ma, oltre a questa possibile interpretazione, potremmo forse avere registrato un cambio di stile, come accaduto per la serie in cui è protagonista Cantlie, con finalità ben specifiche che si inquadrano nella capace comunicazione jihadista.

Si tratta dunque di qualcosa di diverso che può avere una molteplicità di significati.

Il metodo delle decapitazioni continua a essere un segno di identità per IS: nella tradizione del fondatore Zarqawi, come si è già argomentato. Ma in questo caso è anche una minaccia ancora più esplicita, ancora più diretta e affettivamente mobilitante, quando a compiere il gesto, i boia di Kassig a volto scoperto, si riconoscono come occidentali. Attraverso la rappresentazione di un gesto inammissibile, per il mondo che ha esorcizzato la morte e che qui la rivede nella sua brutalità rappresentata con gli strumenti tecnologici della comune quotidianità, si mostra alla cultura occidentale la possibilità dell'inatteso da parte di persone nate e cresciute nello stesso mondo che minacciano (l'Europa): si evidenzia, senza i rischi di un attentato in Europa, la concreta minaccia che IS può costituire conquistando "il cuore e le menti" dei giovani europei. E forse è peggio di un attentato!

Infine, apre una forma di possibile dialogo con lo stesso islam, anche qaidista, che critica il metodo delle decapitazioni. Oltre al già citato Zawahiri nel 2006, più recentemente si sono pubblicamente dimostrati contrari sia un gruppo di studiosi salafiti britannici, sia il turco Fethullag Gülen, sia il giordano radicale Abu Qatada al-Filastini, che dalla prigione ha apertamente criticato sia IS sia la decapitazione dei giornalisti occidentali.

L'aver messo il coltello in mano agli stessi occidentali può contribuire a mantenere aperte alcune porte con questi clerici radicali critici, strategia utile nel confronto con AQ tradizionale.

### *L'evoluzione della serie continua*

Sabato 24 gennaio 2015, viene diffuso sulla rete il messaggio audio in cui Kenji Goto, uno dei due cittadini giapponesi tenuti in ostaggio da IS, annuncia l'uccisione di Haruna Yukawa: la decapitazione rituale era stata anticipata da un precedente video in cui i due avanzano la richiesta di riscatto di 200 milioni di dollari al governo giapponese, somma pari al contributo appena deliberato dal Giappone per appoggiare la lotta al califfato. Pur lasciando intuire di avere seguito i canoni della tradizione (tuta arancione dei prigionieri e boia incappucciato), il compagno di sventura mostra la testa staccata di Yukawa appoggiata sul suo corpo, in una fotografia che egli regge in mano: non viene mostrato il barbaro rituale. Una sorta d'innovazione nella tradizione, questo messaggio, che sul piano comunicativo tiene aperta la strada del pagamento senza rinunciare al macabro impatto di quanto accaduto: sapiente regia che sa attrarre il pubblico, mantenendone anche la suspense per quello che potrebbe accadere da lì a poco, mostrando attraverso il primo giapponese decapitato quale sarà la sorte del compagno messaggero. Tale format è replicato anche il 25 gennaio con il "Secondo messaggio pubblico di 'Kenji Goto Jogo' alla sua famiglia e al governo del Giappone": immagine fissa, sfondo bianco, prigioniero in tuta arancio, voce e, in mano, fotografia del pilota giordano prigioniero di IS da Natale. Nel video Kenji annuncia di avere ventiquattro ore di vita, ancora meno il pilota. Sul piano del contenuto la pressione ora è diretta sul governo di Giordania, al quale è stato chiesto di rilasciare la terrorista Sajida al Rishawi in cambio del giapponese e, adesso, anche del pilota, confermando l'attenzione della regia alle vicende politiche internazionali. La vicenda ha il suo epilogo il 31 gennaio, con 67 secondi di video prodotto da al-Furqan e lanciato via twitter, in cui si documenta la decapitazione del giornalista giapponese per mano del jihadista britannico John nel solito rituale

tradizionale, seppure in una *location* differente che dovrebbe trovarsi nell'area di Aleppo. Non si hanno invece notizie di Muadh al-Kasaesbeh, il pilota giordano, che in numerosi tweet viene dato ormai per morto: ma l'incertezza resta, senza informazioni ufficiali dal califfato. La comunicazione intorno ai giapponesi sequestrati ha seguito, pertanto, due piste: quella tradizionale del terrore, con coltello del boia e tuta arancio della vittima, e quella della comunicazione di servizio, della meta-comunicazione di fotografie nelle fotografie per la trattativa. Il doppio binario è stato certamente utile al doppio obiettivo, mostrando l'usuale capacità d'impiego differente dei media ma potrebbe anche aprire una nuova stagione di rinnovamento nella comunicazione drammatica delle decapitazioni che, nell'impetoso flusso mediale continuo della rappresentazione del terrificante acriticamente proposta da TV e mezzi occidentali, comincia a mostrare segni di assuefazione per il pubblico.

Mai così drammaticamente ogni schema viene rotto dalla pubblicazione del video di 22 minuti in cui il pilota giordano, Muadh al-Kasaesbeh, viene bruciato vivo, in una gabbia.

La fine di Muadh al-Kasaesbeh, il pilota giordano catturato il 24 dicembre 2014, e la sua pubblicità farà discutere. Ovviamente qui si tralascia la risposta reattiva all'evento – non perché di per sé inutile ma perché per sua natura affrettata e dunque potenzialmente poco efficace – per mettere in fila alcuni punti:

- il pilota è stato ucciso il 3 di gennaio: già circolava voce su twitter e altre informazioni erano state raccolte: ma una lettura delle immagini che si sono susseguite (quella mostrata da Kenji Goto, quella che ritrae il pilota nelle sue dichiarazioni vestito con la tuta arancione, per finire con quella in gabbia dell'esecuzione) mostra bene l'evoluzione della sua prigionia e la frequenza dell'utilizzo di quella gabbia in cui ha finito i suoi giorni;
- di questa morte, già avvenuta alla diffusione del video, si può pensare che i giordani avessero informazione considerata la loro gestione della richiesta di riscatto avanzata da IS, contestualmente a quella di Kenji Goto;



- i terroristi Sajida al-Rishawi e al-Karbouly, di cui IS chiedeva la liberazione, sono stati immediatamente giustiziati;
- certamente IS non credeva in una soluzione differente fin dall'inizio: la finzione non poteva reggere fino alla conclusione dell'ipotetico scambio;
- già dalla settimana seguente la sua cattura IS ha lanciato un *hashtag* via twitter che suonava “Suggerimenti su come uccidere un Maiale Pilota Giordano” e un secondo *hashtag* che suonava “Noi tutti vogliamo macellare Moaz”: una sorta di sondaggio via rete per decidere come ammazzare il pilota che si suggeriva di decapitare, bruciare vivo, schiacciare da un bulldozer. I *tweets* sono stati (ri)lanciati migliaia di volte nella rete;
- frammenti dell'intero video (22 minuti) del massacro del pilota girano via twitter dal 3 febbraio insieme a *still image*;
- di per sé alcuni di questi frammenti hanno la loro consistenza e autonomia, per esempio
  - la parte (il video) in cui si mostra la fine del pilota, realizzata con un “crescendo di drammaticità”, utilizzando immagini che alternano effetti dei bombardamenti aerei e piloti in volo, interviste del prigioniero e poi al-Kasaesbeh che si avvicina alla gabbia collocata in un'area di macerie. Assistono un manipolo di uomini di IS, in evidente posa teatrale per come sono ben disposti tra le rovine, abbigliati in modo assai diverso dai carnefici delle decapitazioni: mimetica e passamontagna da deserto. La conclusione è il pilota arso nella gabbia in cui è prigioniero;
  - la parte (il video) intitolata “*security database*” che è lanciata su twitter alle ore 20:00 circa italiane, del medesimo giorno come video autonomo, in cui si elencano e si mostrano le identità di 60 piloti che IS vuole morti proclamando: «In questa occasione lo Stato Islamico annuncia una ricompensa di 100 dinari d'oro a chiunque uccida un pilota crociato. Il comando della sicurezza dello stato ha rilasciato una lista con i

nomi dei piloti giordani che partecipano alla campagna. Questa è la buona novella per chiunque sostenga la sua religione e commetta un'uccisione che lo scampi dalle fiamme dell'inferno»;

- il video intero di 22 minuti è piuttosto complesso, i due parziali di cui sopra sono frammenti sparsi nell'arco dei 22 minuti e riassemblati per dare autonomia narrativa a quei due spezzoni. Il video è ben fatto, girato e montato con cura, alternando la vicenda del pilota (la cattura, la prigionia, le dichiarazioni, la sua morte) con le immagini delle incursioni aeree, i danni prodotti, i briefing, per finire con indicazioni dei piloti da cacciare. In sovraimpressione alla immagine del pilota carbonizzato compare la giustificazione teologica: «Ibn Taymiyya, may Allah have mercy on him said: So if horror of commonly desecrating the body is a call for them [the infidels] to believe [in Islam], or to stop their aggression, it is from here that we carry out the punishment and the allowance for legal Jihad»<sup>4</sup>. Ma è significativo e minaccioso che le ultime immagini non siano quelle di Muadh al-Kasaesbeh carbonizzato, ma proprio quelle dei piloti sui quali IS ha messo la taglia;
- la pubblicazione del video – molto cruento – è stata oggetto di discussione dei media per la prima volta: alcuni non hanno pubblicato immagini, altri hanno pubblicato immagini soft, altri ancora hanno rilanciato ad altri siti che offrivano il viso nella sua interezza. Politiche differenti che per ora hanno avuto il pregio di suscitare il dibattito sulla opportunità, e le conseguenti modalità, di distribuzione della comunicazione di IS attraverso i media occidentali: emerge il tema della responsabilità dei media stessi.

Questi gli elementi su cui riflettere, in cui ancora una volta la strategia comunicativa di IS sembra prevalere rispetto a ogni altra: appare evidente che ogni ipotesi di scambio di prigionieri fosse

---

<sup>4</sup> Ibn Taymiyya, considerato uno dei più importanti dotti dell'islam sunnita, ha dichiarato la legittimità del jihad contro i musulmani che non seguono la sharia, in quanto non sarebbero veri musulmani malgrado la loro dichiarazione di fede.

irrealizzabile fin dall'inizio ma questa gestione ha permesso di modificare il format delle usuali decapitazioni (i filmati di Kenji Goto con le foto dell'amico e, poi, del giordano) e di chiudere con un video dirompente, bruciante ma conservato per un mese prima di essere divulgato. Dunque tutto pianificato fin dall'inizio: per cambiare una prospettiva che cominciava ad assuefare il pubblico occidentale, trascinandolo nella condivisione empatica di un orrore che ha intrappolato i media legati alla logica della notiziabilità.

Il regista IS sembra essere il gatto che gioca col topo: gli fa prendere fiato per tirargli la zampata più pesante.

Certamente all'interno di questa comunicazione si manifesta anche un messaggio diretto verso la Giordania, in cui l'opposizione a IS non è così certa per molti strati della popolazione di cui tra i 3000 e 4000 uomini già combattono con i jihadisti, una minaccia ai paesi confinanti col califfato, mira diretta della sua espansione e consolidamento, e un indirizzo a chi colpire, mostrando identità e fine riservata ai soldati della coalizione.

Ma questo video sembra aggiungere altro alla complessa strategia comunicativa del califfato, tutto teso a presentarsi come uno stato, che con queste immagini provoca direttamente la reazione istintiva alla brutalità: emerge un secondo obiettivo, accanto a quello della istituzionalizzazione, che è quello della "doppia radicalizzazione" di cui si tratta nelle conclusioni. Si può chiaramente parlare di un obiettivo cercato e pianificato se si leggono nella sequenza le comunicazioni che riguardano le prime cinque decapitazioni, la cesura del video di Kassig a metà novembre, l'intermezzo dei due giapponesi e la fine del pilota giordano. Le prime cinque sequenze seguono il medesimo copione sia negli annunci sia nell'esecuzione, d'impatto, che ormai tuttavia dava segni di stanchezza per il pubblico della "televisione di flusso".

Kassig rompe lo schema, per necessità o scelta come discusso, e crea una cesura in cui la regia coglie l'occasione per inscenare rappresentazioni più complesse: un rituale comune che propone uomini in mimetica militare, alcuni evidentemente occidentali.

L'emozione della paura resta, ma forse più sottile per la minaccia diretta di tanti boia potenziali “vicini di casa” e meno d'impatto, benché supportata da un'accurata coreografia. Il regista sta facendo evolvere la serie, con la continuità richiesta dal pubblico, inserendo novità che non capovolgono senso e prospettiva. I due giapponesi evidenziano, invece, una parentesi, una sorta di stasi che permette un respiro agli osservatori: è una pausa voluta, il video del pilota giordano era probabilmente in fase di post-produzione e, certamente, il soldato era già stato sacrificato, mentre con Muadh al-Kasaesbeh la pausa s'interrompe con un sussulto improvviso e brutale, ma atteso e coerente nella logica mediatica, indirizzato a “far saltare sulla sedia” lo spettatore provocandolo direttamente sul piano emotivo, andando a cercare la reazione spontanea che produce il bruciare vivo un uomo (soprattutto nel modo con cui è stato raccontato). Di Kassig riprende, ancora più elaborata, la coreografia, la presenza degli uomini schierati coralmemente come comparse nelle medesime mimetiche: rielabora e continua quel messaggio terrificante, avendo utilizzato la pausa come *booster* della comunicazione.

Tale sequenza di comunicazione evidenzia, all'inizio del 2015, un secondo obiettivo che non sostituisce ma si affianca e rafforza quello dell'istituzionalizzazione: è l'obiettivo della promozione del conflitto generalizzato e diffuso che la reazione, indignata e comprensibile, alle immagini può favorire nei paesi europei, reazione cui si è arrivati attraverso la sequenza di video prodotti. Accanto alla *strategia della comunicazione istituzionalizzante* ecco la *strategia della comunicazione emozionale*: entrambe due trappole che IS ha ancora una volta predisposto e in cui si sta rischiando di cadere.

Infatti, se così stanno le cose, il crescendo di comunicazione orrorifica di questi ultimi mesi, non può che favorire ulteriore radicalizzazione sia tra i miliziani di IS sia tra chi gli si oppone: domani una qualche moschea bruciata<sup>5</sup>, o peggio, potrebbe essere una realtà anche nei paesi occidentali.

---

<sup>5</sup> Al termine della scrittura di queste note si è registrato il primo tentativo, seppur maldestro, di attacco incendiario a una moschea: «Preso di mira nella notte tra

A margine di queste considerazioni, la vicenda giapponese in particolare rende opportuna una breve riflessione sui cosiddetti “fake”, cioè i “falsi”. Infatti, essa ha proposto un formato più articolato, assai flessibile: oltre che orrore genera incertezza anche per le evidenti possibilità di post-produzione che questi messaggi permettono: la questione dei “fake”, cioè dei video e prodotti comunicativi falsi che è spesso stata all’ordine del giorno nell’analisi della produzione del califfato, in questi ultimi casi è stata rilanciata con più forza e, forse, con qualche giustificazione in più. Ma è necessario distinguere tra un “falso” dovuto a un processo di post-produzione, che dunque non mostra la realtà ma una sua rappresentazione, e un “falso” che è tale perché è l’identità della fonte a essere non veritiera. Nel primo caso la discussione è certamente utile, nella misura in cui permette di comprendere tecniche, tecnologie, professionalità impiegate, ragioni che giustificano il falso e strategie che lo motivano. Ma al di fuori di questo non deve diventare un inutile esercizio: un “fake” – possibile e probabile per alcuni di questi messaggi in termini tecnici – non influisce necessariamente sull’efficacia del comunicato nei confronti dei destinatari se la firma del califfato è confermata, ma esso rientra nella complessa strategia mediale di questo jihad mediatico.

Infatti, anche le decapitazioni s’inseriscono nell’insieme dei prodotti mediali di IS realizzati e veicolati secondo una strategia unitaria e, pertanto, anche un cambio di prospettiva, benché magari promosso da eventi non controllati, o un video modificato in post-produzione sono occasione di rinnovamento e di messa a punto delle armi nella battaglia mediatica in corso.

---

mercoledì e giovedì (4 e 5 febbraio 2015) il Centro culturale islamico di Massa Lombarda. Un principio d’incendio intorno alle 4.30 ha interessato il davanzale di una finestra della struttura, che si trova in angolo tra via Marchetti e via Quadri. Qui è stato lasciato un oggetto con stracci imbevuti di liquido infiammabile. Le fiamme hanno danneggiato la finestra e gli infissi e diversi tappetini per la preghiera che si trovavano all’interno. Il fumo ha annerito le pareti della struttura».

#### 4.4 John Cantlie: il prigioniero diviene testimonial

John Cantlie, reporter inglese, venne rapito una prima volta il 19 luglio 2012 mentre attraversava il confine a Bab al-Hawa tra Turchia e Siria, ferito venne liberato da quattro membri del Free Syrian Army il 26 dello stesso mese. Nel novembre del 2012 ritorna in Siria e viene rapito con il collega James Foley, americano poi ucciso da IS. Di Cantlie non si sono avute notizia fino a quando non ha avviato la serie a lui dedicata, intitolata “Lend Me Your Ears: un appuntamento che affrontava in ogni puntata i temi critici del dibattito politico e mediatico sul califfato. Nella prima serie Cantlie compare con la tuta arancione dei prigionieri di Guantanamo, seduto a un tavolo su sfondo nero, recitando il suo messaggio da prigioniero: il titolo stesso recita “Messages from the British Detainee John Cantlie”. Il contributo di Cantlie cambia, sul piano comunicativo, con il video “Inside ‘Ayn al Islam” e seguenti, ultimo dei quali da Aleppo, dopo Mosul: una seconda serie.

Sul contributo di Cantlie ha già scritto, in questo volume, Monica Maggioni e, dunque, si rimanda alla sua analisi. In un’ottica complessiva volta a evidenziare la strategia comunicativa del califfato è utile sottolineare che John Cantlie è il filo conduttore di questa comunicazione seriale, ne è il vero e proprio *anchor-man* seguito dal suo pubblico, attratto certamente anche dal legame perverso che ogni prossima puntata garantisce la sopravvi-

Tabella 4.1 - Le comunicazioni di John Cantlie

Titolo	Episodio	Data di rilascio	Lunghezza (min:sec)
Lend Me Your Ears	Premessa	18 settembre 2014	3:21
Lend Me Your Ears	1	23 settembre 2014	5:56
Lend Me Your Ears	2	29 settembre 2014	5:35
Lend Me Your Ears	3	12 ottobre 2014	6:54
Lend Me Your Ears	4	16 ottobre 2014	7:49
Lend Me Your Ears	5	25 ottobre 2014	6:31
Inside 'Ayn al Islam		28 ottobre 2014	5:32
Lend Me Your Ears	6	21 novembre 2014	8:52
Inside Mosul		3 gennaio 2015	8:15
From inside Halab		9 febbraio 2015	11:59

venza del conduttore. Un'incertezza ancora più vera dopo il reportage da Aleppo che, inevitabilmente, richiede un cambio di format e, dunque mette in discussione lo stesso ruolo del giornalista. Un ruolo che forse, può essere ritrovato nel suo impiego nell'annunciata televisione del califfato: *KhilafaLive*. I temi trattati sono quelli critici per l'agenda pubblica e politica dei paesi schierati contro IS, non scorre sangue, nulla è cruento, tutto è argomentato secondo un chiaro punto di vista, il messaggio è "se ne può parlare".

I temi che nella seconda serie documentaristica si arricchiscono del racconto della normalità della vita del califfato, producendo ulteriore dissonanza rispetto alle rappresentazioni mediali occidentali. Il target è quello di un pubblico più consapevole della media, più attento a quanto accade nelle terre del califfato e alle conseguenze delle possibili risposte occidentali. Un pubblico anche potenziale reattivo e partecipe nel dibattito occidentale.

Queste serie, di cui si sono solo evidenziati alcuni passaggi, sono costruite a tavolino da chi conosce molto bene sia le strategie di comunicazione sia il target di riferimento confermando, ancora una volta, che nulla è lasciato al caso nell'utilizzo dei media da parte di IS, strumenti che entrano in pieno nel conflitto con la medesima legittimità e competenza d'uso degli AK47. Tale pianificazione complessa è anche evidente con il lancio sul numero 4 del magazine di IS, *Dabiq*, il 22 ottobre 2014, di un articolo firmato proprio da Cantlie dove spiega il senso dei suoi reportage.

## 4.5 **Gamification e convergenza**

Tra le "brutte" parole che caratterizzano i recenti studi sui nuovi media e il loro impiego, *gamification*, ha certamente un posto significativo. Il concetto, introdotto nel 2010, è interessante e, in italiano, potrebbe essere tradotto come *ludicizzazione*: rimanda all'idea che attraverso una pratica ludica, il gioco, che per sua natura è volontario e piacevole, si veicola e orienta comportamenti quotidiani, spesso noiosi e obbligatori. In qualche maniera la

*gamification* è un facilitatore comunicativo per l'assunzione di questi comportamenti.

A questo concetto è utile associare anche quello di *convergenza*, cioè del confluire sulla medesima piattaforma tecnologica di media tradizionalmente differenti (sul computer e il telefonino utilizziamo anche la radio, la TV, il gioco, ecc.) ma anche il “meticcarsi” di atteggiamenti e prospettive culturali favorito proprio da questa commistione di generi e strumenti.

Il risultato è il profondo coinvolgimento dell'utente, con l'intento di fidelizzarlo fino al reclutamento e orientarlo a un'apparente soluzione dei problemi che rimanda più alla sfera del piacere (ludica) che non a quella dell'efficacia della soluzione. La conclusione è che oggi si parla di patologie legate al gioco, sottolineando l'esclusività che spesso questo ha nel sovrapporre la realtà virtuale che propone alla realtà della quotidianità, fino a sostituire la prima alla seconda come vero riferimento reale: con questa tecnica si mette a frutto al massimo la strettissima relazione tra virtuale e reale, con reciprocità tra i due ambienti, per informare, orientare, dare la possibilità di sperimentare e rompere i confini.

Da tempo il terrorismo ha scoperto la *gamification* e la convergenza, da prima che diventassero teoria: giochi di ruolo e di combattimento all'infedele, finalizzati a dare un minimo di training, reclutare e fidelizzare ma, soprattutto, a far rompere le barriere etiche che governano la vita, sono presenti in varie forme da decenni, quando i primi cartoni animati “jihadisti” mostravano il training del “bambino terrorista”, impegnato a farsi saltare su una colonna di camion nemici, ripetendo il gesto già esibito da un genitore.

Già scoperta era anche la distribuzione multiplatforma di questi prodotti e la loro connessione con più prodotti mediali: per esempio giochi che continuano o precedono filmati.



### ***Nuovamente, IS ha saputo interpretare molto bene queste possibilità***

Il 16 settembre 2014 il califfato lancia un breve video, “Flames of War” – “Fiamme di Guerra” – che è un sofisticato trailer nella campagna mediatica condotta da al-Hayat Media Center per IS. Si tratta di un video di circa un minuto, discretamente fatto con materiale di repertorio, serrato nel ritmo con qualche *slow motion*: il classico trailer che annuncia cosa verrà dopo, creando attesa e interesse. Le competenze per creare questo lancio mediatico ci sono tutte, ma il video soprattutto sottolinea la consapevole strategia mediatica di IS, anche questa tuttavia connaturata nella lotta jihadista, che impiega i prodotti video e mediali in genere nel campo di battaglia della “guerra diffusa” in atto. Apprezzabile, in questo caso è la strategia, più che la tecnica, che elabora un video dal finale aperto (seguirà un videogioco, un lungometraggio, un serial,...?) che incorpora l’idea di convergenza mediale tipica della nostra società. E anche una strategia che, aggirando tutte le limitazioni imposte sulla trasmissione dei contenuti (video particolarmente violenti e orripilanti ricadono nelle politiche censorie ormai utilizzate anche dai social) riesce così ad avere una diffusione virale enorme perché non ricade sotto alcuna azione di censura.

Pochi giorni dopo ecco comparire “Grand Theft Auto: Salil al-Sawarim”.

La prima *release* di “Grand Theft Auto” (Gta) esce nel 1997 per playstation e altre piattaforme, nel 2004 ha 30 milioni di giocatori: è un gioco che si rivolge ai giovani, altamente coinvolgente e, pertanto di grande successo. Ecco che IS sfrutta questo successo, si appropria del gioco personalizzandolo rispetto ai propri fini, utilizzando il medesimo brand e specificando dopo i due punti: “Salil al-Sawarim”, con l’obiettivo di agganciare giovani non più da avviare alla carriera di grande ladro d’auto ma a quella del jihadista. La specifica in arabo suona “Lo sferragliare delle spade” ed è in tono con le immagini del trailer del video gioco annunciato il 18 settembre 2014, che non è molto diverso dai video che promuovono videogiochi commerciali.

Si tratta di un perfetto esempio di *gamification* e di convergenza, infatti “Salil al-Sawarim” (abbreviato in SaS) era già il titolo di un video di al-Furqan, una delle case produttrici più significative di IS, ormai alla quarta puntata lanciata sabato 17 marzo 2014. Nelle prime ventiquattro ore di pubblicazione su YouTube è stato visto da circa 57.000 persone, con una permanenza media per visitatore di 17 minuti sul video, che è complessivamente lungo circa un'ora. Come al solito il video è stato reso disponibile in numerosi formati, anche in alta definizione per circa un giga di download: un enorme successo. La ricerca del video si è mossa soprattutto via twitter nei primi due giorni di distribuzione, in particolare da piattaforme android, seguita da iPhon, nella stragrande maggioranza con ricerche in lingua araba (circa 30.000) a seguire molto distaccato, ma secondo, l'indonesiano. Nel video si vedono mujaheddin combattere e convogli IS sfilare acclamati a Homs, Raqqa, e Fallujah dove un drone, sembra un Parrot AR Drone controllato da un iPad, offre al pubblico del video una visione dall'alto a 360° della marcia di IS, dalla Siria all'Iraq. Un video ottimo di grande impatto, che coinvolge e “promuove il tifo”, come un qualunque video di guerra e avventura prodotto negli Stati Uniti o in Europa: solamente i temi, personaggi e gli obiettivi sono diversi e il mito a cui si ispira è, evidentemente, il jihad.

Il videogioco utilizza il successo da botteghino del filmato per agganciare, con un prodotto specifico, un target differente, più giovane e ludico, affrontandolo sul suo terreno preferito e quotidiano, quello del gioco, per ovviamente orientarlo ideologicamente legittimando il terrorismo e gli ideali del jihad divertendosi.

Ancora una volta una dimostrazione della capacità mediatica di IS che coglie, questa volta formalmente anche se già fatto nel passato, il concetto di *gamification* in tutta la sua portata comunicativa e formativa.

Non poteva mancare, a questo punto, una web TV per realizzare al meglio la strategia della convergenza: dal 20 di gennaio, sui

forum, comincia a circolare un *teaser trailer*<sup>6</sup> che promuove Khilafalive.

La Tv rimanda al sito Khilafalive.info che si propone quale “sito web ufficiale per i sostenitori del califfato dello Stato Islamico” e il filmato anticipa un palinsesto che riprende protagonisti e temi dell’intero impianto mediatico di IS: Cantlie con i suoi reportage, *nasheed*<sup>7</sup> del jihad, rubriche finalizzate al reclutamento e al training, notizie sulla vita del califfato. Dunque un’esemplare televisione di stato a cui forse non mancherà neppure il canone, certamente importante nel processo di istituzionalizzazione chiaramente perseguito da IS. Ancora più attualizzata dalla possibilità annunciata, di *chattare* tra utenti sui temi dei programmi messi in onda.

La strategia è quella della convergenza su più piattaforme di messaggi che possono rilanciarsi a vicenda, per attrarre pubblici diversi, con il medesimo obiettivo: in questo caso rinforzare il jihad.

Ma non stupiamoci: questa strategia è di nostra produzione.

## 4.6 I *magazine* del jihad

*Inspire* è la rivista “storica” del qaidismo: il primo numero venne lanciato nel gennaio 2010 dando piena consapevolezza al mondo occidentale delle capacità e delle strategie comunicative del terrorismo. La rivista si presenta, se stampata in quanto distribuita online via forum e chat, come un moderno *magazine* di una trentina di pagine, a colori e ricco di fotografie, soprattutto in lingua inglese testimoniando così che il bersaglio è un pubblico giovane, moderno e radicale. I temi trattati sono della promozione, del reclutamento ma anche del training dando informazioni dettagliate sia sulle tattiche di attacco sia sugli strumenti da utilizzare: dalla bomba casalinga alla manutenzione del kalashni-

---

<sup>6</sup> Un *teaser trailer* è un breve filmato promozionale generalmente centrato su una singola sequenza.

<sup>7</sup> Tradizionale musica islamica vocale molto utilizzata anche nel jihad.

kov. Con *Inspire*, ormai uscito in 13 numeri di cui l'ultimo il 24 dicembre 2014, si assiste a un altro salto di qualità nella produzione mediale del jihad e ancor più prende corpo la nuova struttura flessibile dei gruppi terroristici che si formano “on demand”, autodidatti, per essere indirizzati su nuovi *soft target* con operazioni che devono essere organizzate in proprio. È significativo ricordare che il numero 10 di *Inspire*, del marzo 2013, indica tra i 10 “*most wanted*” proprio Stéphane Charbonnier, direttore di *Charlie Hebdo* ucciso nell'attacco del 7 gennaio 2014 a Parigi.

Con i nuovi magazine (tra i quali si ricorda anche *Al-Shamikha*, “La donna maestosa”, 31 pagine di carta patinata uscite a marzo 2011 con in copertina una donna velata armata, che si rivolge al pubblico femminile) la scelta veicolare della lingua inglese e l'impiego di una piattaforma tradizionale ma moderna, distribuita via rete evidenziano bene la complessità della galassia mediale del jihad e cominciano a fare emergere chiaramente le strategie e l'accorta regia che ha da sempre caratterizzato le attività di al-Qaida prima, IS adesso.

*Dabiq* è la versione di IS di *Inspire* che rielabora ancora meglio il primo magazine qaidista<sup>8</sup>.

*Dabiq* è una piccola cittadina di poco più di 3000 abitanti in Siria, al confine settentrionale con la Tuchia che non sembra giustificare lo specifico interesse di IS per conquistarla nella battaglia dell'agosto 2014. Ma *Dabiq* ha un ruolo importante per l'Islam, in quanto in uno degli hadith della Sunna<sup>9</sup>, gli insegnamenti di Maometto, proprio vicino a questa cittadina i musulmani si scontreranno con un'orda di infedeli, nelle ultime ore della storia, prima che il Messia ritorni.

---

<sup>8</sup> Per un maggior approfondimento su *Dabiq* si veda il contributo di Monica Maggioni in questa pubblicazione.

<sup>9</sup> Hadith 6924: «Le Ultime Ore non arriveranno fino a quando i Romani non saranno ad al-A'maq, a *Dabiq*. Un esercito costituito dai migliori soldati delle genti della terra arriverà allora da Medina. E questi combatteranno e un terzo dell'esercito fuggirà via, e Allah non lo dimenticherà mai. Un terzo sarà ucciso e sarà costituito da martiri eccellenti agli occhi di Allah. Un terzo messo alla prova vincerà e sarà conquistatore di Costantinopoli».

Dunque, se tanto programma e promesse si ritrovano in un nome, nulla di meglio sul piano mediatico che intitolare *Dabiq* proprio il magazine di IS che ha il compito di veicolare e diffondere non solo strategie e bersagli, ma soprattutto la visione radicale del califfato. Nasce *Dabiq*: un magazine moderno, ricco di colori, fotografie e ottimamente impaginato, mediamente dalle 40 alle 60 pagine circa (solo il primo numero è più breve: 26 pagine), che si definisce

un magazine periodico che scrive sui temi dell'unicità (*tawhid*), della ricerca della verità, (*manhaj*), della migrazione (*hijra*), della guerra santa (*jihad*) e della comunità (*jama'a*). Pubblica anche fotografie, reportage, informazioni su quanto accade su ogni cosa che ha a che fare con lo Stato Islamico.

Fino a gennaio 2015 *Dabiq* ha perseguito questi obiettivi pubblicando sei numeri dal 5 luglio 2014 al 29 dicembre 2014. In tutta questa sequenza il califfato esplicita il suo progetto di affermazione promuovendo reclutamento di combattenti e famiglie, cercando di affermarsi in termini di leadership qaidista, chiarendo a proprio vantaggio aspetti di vita quotidiana alla luce della dottrina islamista (si veda il contributo di Monica Maggioni per un maggiore approfondimento). La comunicazione è comunque sempre attenta al dibattito occidentale, come citando l'attacco alla cioccolateria di Sydney<sup>10</sup> – *Dabiq* 6, dicembre 2014 – quando si dettagliano le aspirazioni di IS portando a buon esempio proprio questo attacco in una sorta di “contro narrativa”, cioè contestualizzando il dibattito secondo una diversa prospettiva, quella jihadista.

*Dabiq*, dunque, s'inserisce perfettamente nella comunicazione multiplatform del califfato, ne è un altro tassello importante, che impiega i canali della rete per diffondere anche nelle forme più tradizionali i suoi messaggi: se l'obiettivo finale è unico, certamente la regia mostra grande capacità nell'usare media differenti per raggiungere pubblici differenti.

---

<sup>10</sup> Il 15 e il 16 dicembre 2014 si compie l'attacco al caffè Lindt di Sidney, da parte di Haron Monis che si conclude con la morte del terrorista e quella di due dei circa trenta ostaggi.

## 4.7 Le brochure “turistiche” del califfato

Proprio a proposito di media differenti, includendo quelli tradizionali, non ci si deve stupire che IS usi anche le brochure per promuovere se stesso: ancora una volta per raggiungere un pubblico diverso, questa volta quello delle famiglie dei combattenti stranieri, attrarlo nelle proprie terre e, dunque, consolidare la sua pozione di “stato nascente”.

Un esempio di comunicazione sistematica di questo genere è un'altra rivista intitolata *Islamic State News*, pubblicata da Alhayat Mediacenter, che settimanalmente dal mese di giugno 2014 in meno di dieci pagine mostra i successi del califfato presentando non solo le vittorie militari ma anche gli aiuti in favore della popolazione. In relazione a questo tema, sul primo numero troviamo il titolo: “Distribuzione di aiuti. Lo Stato Islamico distribuisce farina, pesce e altri aiuti alle famiglie sunnite a Ewessat”; il numero due si apre con fotografie di banchi di mele e oro al bazar, col titolo: “Il commercio fiorisce sotto la guida dello Stato Islamico”; infine il terzo numero: “Lo Stato Islamico fornisce sicurezza ai pastori”. Tutto ciò proposto provincia per provincia, ancora una volta marcando la struttura organizzativa statale di IS e le garanzie di sviluppo che questo può dare.

Propriamente è una brochure quanto lanciato attraverso l'account twitter @Wilaiat\_Halab (poi sospeso): 31 pagine a colori e in arabo che, a settembre 2014, illustrano la vita nella provincia di Aleppo: nessun fucile e nessun morto ma statistiche economiche e demografiche, immagini di fiumi tranquilli e campi ricchi di raccolto, visioni di forni automatizzati che sfornano pane e scuole che insegnano ai bambini sotto la bandiera nera di IS. Il successo è evidente anche nelle interviste raccolte in quei mesi in quella provincia dove gli abitanti sostengono che finalmente con IS si può comprare il gasolio a buon prezzo e la giustizia è assicurata:

I recently (22 agosto 2014) had the opportunity to speak to a friend in Manbij, a small city in Aleppo of about 100,000 (pre-war) under exclusive Islamic State (IS) control since January

2014 (when the organization was still ISIS). He told me about how IS cadres were administering the city and about what Manbijis think about the new political order. (...) “In Manbij, people see that the IS is “getting comfortable”, and that the trappings of statehood appear stronger every day. The IS public administration includes several types of police, courts and administrative bodies. The group provides services and undertakes development projects. IS collects taxes in the form of zakat and redistributes some of the money to the poor... Recently, IS has begun shipping fuel from fields it recently captured in Dayr al-Zawr province and selling it at fixed discounted rates in Aleppo

In pratica, quanto poi raccontato negli ultimi reportage di Cantlie da Mosul e da Aleppo.

Questo tipo di comunicazione, nell’ambito del progetto generale, ha la doppia valenza di mostrare al mondo la qualità della vita nel califfato ma, soprattutto, di attrarre famiglie di combattenti stranieri, per andare a costituire la sua fedele popolazione.

#### **4.8 La produzione editoriale on line: gli ebook di *Black Flags Books***

Non si può non concludere questa lettura della comunicazione del califfato senza ricordare la produzione libraria, in formato ebook, seppure solo pdf, che viene distribuita via twitter con rimandi ai link dei nuovi volumi. Si tratta di una produzione che mostra una qualità editoriale inferiore, per impaginato, layout e linguaggio, rispetto agli altri prodotti ma che s’inserisce a pieno titolo nella strategia complessiva di IS.

Essa è venuta alla ribalta il 16 gennaio 2015, quando su alcuni account twitter conosciuti e spesso “*bannati*”, comincia a circolare la promozione del nuovo ebook edito dal califfato: *Islamic State 2015*, 100 pagine di testo, in un inglese non perfetto, con numerose informazioni su IS.

Il volume è articolato in 5 sezioni:

- Leadership (pp. 8-21): dove si descrive il comando di IS, i suoi obiettivi e le strategie utilizzate per sfuggire agli attacchi.

- Soldati (pp. 22-50): dove si descrive come entrare nei territori controllati, quale tipo di training è utilizzato, la catena di comando e controllo e la vita quotidiana del combattente.
- Servizi (pp. 51-64): dove s'informa che lo Stato presto conierà moneta e che sono a disposizione servizi pubblici gratuiti per il trasporto, l'educazione e la sanità.
- Media (pp. 65-86): dove si esplicita la strategia e i mezzi di comunicazione del califfato, con particolare attenzione ai social media, che vengono analizzati sulla base del gradimento che i messaggi di IS hanno suscitato nel mondo occidentale.
- Il futuro (pp. 87-100): dove lo stato colpirà, inclusi i missili sull'Europa e sull'Italia che è chiesto ad Aqim d'inviare.

In realtà, malgrado lo stupore sintomo di disattenzione, *Islamic State 2015* è l'ottavo volume di una collana che rimanda a "Black Flags Books" di cui c'è ampia pubblicità nell'ambito dei forum jihadisti.

I titoli finora prodotti sono i seguenti, con una discreta accelerazione parimenti all'affermarsi del califfato:

- Ebook 1: *Black Flags from the East* (Khorasan) (novembre 2012)
- Ebook 2: *Black Flags from Syria* (maggio 2013)
- Ebook 3: *Black Flags from Arabia* (settembre 2013)
- Ebook 4: *Black Flags from Persia* (Iran) (ottobre 2014)
- Ebook 5: *Black Flags from Rome* (novembre 2014)
- Ebook 1: *Miracles in Syria* (2013)
- Ebook 2: *Martyrs of Syria* (2014)
- Ebook: *The Islamic State* (2015)

Come si può notare vengono presi di mira i paesi più vicini al califfato, le terre d'espansione possibile e d'immediata contaminazione ideologica e operativa anche contando sulle fratture interne alla compagine islamica. Solo Roma fa eccezione in quanto capitale dell'Europa, la patria di tutti i *kuffar*. Così è presentato sul web il volume *Black Flags from Rome*:



Europe is returning to the Dark Ages (due to a financial recession). Armed gangs are forming into militias for racist politicians, and a young Muslim minority is their enemy. All this while a Caliphate is growing across the Mediterranean sea next door. How does this mix of chaos lead to the conquest of Rome (the capital of Europe)?

Dunque, l'ebook programmatico che avvia il 2015 si inserisce in una storia editoriale più complessa che, nuovamente, sottolinea le capacità di regia nell'uso poliedrico dei diversi media da parte di IS.

Nello specifico, *Islamic State 2015* dal punto di vista della comunicazione è un prodotto interessante: benché non particolarmente raffinato per la qualità che forse è inferiore a quella dei magazine quasi fosse "affrettato", utilizza spesso informazioni e infografiche che provengono dai media occidentali ricontestualizzate nella prospettiva del califfato. Di quest'ultimo, infatti, non racconta nulla di nuovo ma mette a sistema quanto già circola in rete su IS diventando così sia uno strumento utile per chi "IS lo cerca" sia uno strumento di propaganda della sua proposta statale.

Il capitolo sulla comunicazione chiarisce, indirettamente, le stesse ragioni di questa nuova produzione mediale. A pagina 76 scrive:

lo Stato Islamico ha imprigionato e poi decapitato diversi giornalisti e attivisti dei paesi occidentali non islamici, molti dei quali dopo si sono rivelati essere spie o ex-soldati. Tuttavia, più tardi (2014) lo Stato islamico ha cambiato la sua posizione diventando molto più trasparente con i giornalisti. Ha permesso loro di muoversi nello Stato islamico e di vedere i servizi che rende disponibili alla sua gente.

Trasparenza, dunque, è la chiave strategica: riorganizzare i contenuti, che nulla di nuovo svelano agli addetti ai lavori, in un *framing* interpretativo coerente con la visione del califfato da riproporre al pubblico occidentale più ampio e, soprattutto, a possibili nuove reclute. In quest'ottica s'inserisce il lavoro di Cantlie e quello del giornalista tedesco Todenhoefer le cui

posizioni, anche critiche, sono ricontestualizzate nel testo come esempio proprio di trasparenza di IS, premiante di per sé – e a ragione – secondo la lettura acuta della regia islamista.

Merita, a tal proposito, leggere quanto si trova alle pagine 80 e 81 del libro, sotto al titolo *The Islamic State Online*:

È sorprendente notare che lo Stato Islamico non dispone di un proprio sito web. Il suo intero network propagandistico consiste delle seguenti tipologie mediatiche:

- Video editati professionalmente (es. al-Furqan, al-Hayat)
- Account sui social media (es. su twitter)
- Ebook e magazine (es. *Dabiq*)

Il mondo dello Stato Islamico Online è simile al suo concreto mondo reale, dove ogni cosa è decentralizzata. Esempio: così come nella vita reale nessuno sa dove il califfo Ibrahim (Abu Bakr al-Baghdadi) si trova, allo stesso modo nessuno può trovare un sito web centrale che possa essere visitato per trovare lo Stato Islamico “e i suoi contenuti”. Questo è assai importante perché nascondendo il luogo in cui si trova il califfo Ibrahim, nessuno può facilmente assassinarlo. Allo stesso modo, non avendo un sito web nessuno può attaccarlo e cantare vittoria online. I contenuti (video, ebook, social media) dello Stato Islamico sono distribuiti attraverso internet. Così come le diverse province dello Stato Islamico sono distribuite in diverse località. Ciascuna provincia ha la sua responsabilità nel produrre i suoi video e account sui social media per condividere il suo successo. Decentralizzando tutto rispetto alla leadership centrale, qualora una provincia venisse sconfitta online o offline, la leadership e soprattutto il progetto di leadership che contraddistingue il califfato sarebbe ancora sicuro e continuerebbe a crescere in qualche altro posto. Hastags: qualora un membro dello Stato Islamico volesse promuovere una causa o lanciare un messaggio, che usi hastag (quali: #AllEyesOnISIS) per promuovere la campagna, lanciare un messaggio o informare di una nuova edizione. Quello che vediamo è che se anche i musulmani hanno provato a parlare dell'Islam alla gente nei passati 20 anni, ci sono state più ricerche per “Islamic State” su YouTube negli ultimi 3 anni, che per “Islam” da quando YouTube esiste. Ciò dimostra che il mondo ha cominciato a cercare intorno all'Islam

più adesso che esso è una concreta entità (uno Stato) che quando era una semplice idea (...).

Come si vede, queste poche righe, in un inglese abbastanza approssimativo, tracciano per mano del califfato un ritratto che già emergeva dalle analisi che erano state compiute e in questo caso assumono la forza dell'“autoritratto”: il califfato si racconta per quello che dice di essere – forse per quello che è –, che è anche molto simile a quello che noi – non suoi appartenenti – diciamo esso sia.

Comunicativamente si tratta di un'azione forte, ancora una volta stabilizzante rispetto all'identità statale che vuole affermare, potenzialmente attrattiva verso le nuove reclute e anche “destabilizzante” per il pubblico occidentale, che interrogato attraverso i medesimi codici simbolici a lui abituali è costretto a rompere l'immagine stereotipata del “jihadista beduino” con il quale facilmente identificava il nemico “altro da sé”, lontano, distante, non comunicante.

La via della trasparenza e della pluralità dei media, articolata nella complessa regia di IS, sta combattendo proprio quello stereotipo del jihadista che, facilitando l'identificazione del nemico, è proprio il primo nemico per il califfato che vuole essere Stato: una entità con cui si può avere una relazione.

## **4.9 La guerra ibrida sul web**

Gli esempi della complessa e articolata comunicazione di IS su cui ci si è soffermati evidenziano bene come la strategia mediale perseguita sia puntuale, determinata e orientata a contribuire all'obiettivo più ampio del califfato: accreditarsi come un'entità statale, che controlla un territorio, abitato da cittadini e garantito da un sistema di istituzioni e infrastrutture. In questa strategia quella mediale gioca un ruolo importante e significativo ma, forse, non ancora compreso fino in fondo da chi IS lo combatte.

Per esempio fa specie notare che contro-informazione e *counter-narratives* siano strategie più adeguatamente perseguite da IS che non dalla coalizione che lo affronta.

In quest'ambito, infatti, a fronte di un giornalista come Cantlie che è l'*anchorman* indiscusso di questo approccio, nel campo avverso si registra il tentativo di Barak Barfi, rappresentante della famiglia di Steven Sotloff (decapitato il 2 settembre 2014), che si rivolge direttamente in arabo agli islamisti interrogandoli competentemente sulla legittimità di quella decapitazione. E anche l'indicazione del ministro degli Esteri francese, Laurent Fabius (16 settembre 2014), di chiamare Daish<sup>11</sup> IS, per evitare di riconoscerlo nel nome di stato e usando un acronimo dispregiativo, non ha avuto significativo successo e appare indubbiamente debole. Un esempio "al contrario", direi di "disattenzione", è invece offerto dai radio-giornali RAI del 4 febbraio 2015 i quali, commentando l'esecuzione di Sajida al-Rishawi e Ziad al-Karbouly<sup>12</sup> parlano di "rappresaglia" e molti altri media, tra i quali Ansa, di "vendetta". Considerato che entrambi erano condannati da una corte legittima di uno stato sovrano si sarebbe dovuto parlare di "esecuzione della sentenza", trattandosi di questo. Si è invece insistito sugli aspetti emotivi dell'evento in questo modo accettando il gioco della comunicazione di IS che, anche in questo caso, ha retto la regia: le azioni di *counter-narrative* d'altra parte devono necessariamente coinvolgere l'intero sistema mediatico che dovrebbe assumersi le responsabilità connesse a una situazione in cui la comunicazione, ogni comunicazione, è parte di un gioco strategico conflittuale in cui tutti sono coinvolti, media inclusi. Eguali commenti possono essere estesi a buona parte della comunicazione di IS veicolata

---

<sup>11</sup> Il termine Daish (al-Dawla al-Islamiya al-Iraq al-Sham) è l'acronimo arabo di Isis (Islamic State of Iraq and the Levant), utilizzato nell'aprile 2013 dai media iraniani e poi adottato dai combattenti siriani anti-IS. Inoltre "Daish" suona in arabo come "Daes" che significa "colui che schiaccia qualcosa sotto i piedi" e anche come "Dahes" che significa: "uno che semina discordia".

<sup>12</sup> Sajida al-Rishawi era condannata a morte per il suo ruolo negli attentati del 2005 ad Amman in cui morirono 60 persone. Al-Karbouly, combattente di al-Qaida, era nel braccio della morte dal 2008 per aver pianificato attacchi terroristici contro cittadini giordani in Iraq.

acriticamente dai media senza domandarsi gli effetti che questa comunicazione ha e senza assumersi le responsabilità di essa: una situazione contrabbandata come libertà di espressione e che invece costituisce un gioco pericoloso e irresponsabile nel contesto delle nuove forme di “guerra ibrida”.

Nella cosiddetta “guerra ibrida”, in cui attori e campi di combattimento sono diventati i più vari, la comunicazione ha assunto un ruolo centrale, che va ben oltre le tradizionali “*psychological warfare operations*”. È infatti di fine gennaio 2015 l’annuncio che l’esercito britannico sta per costituire una brigata di specialisti per il “combattimento in rete”. Si tratta delle Settantasettesima Brigata, già identificata col nickname di “*Twitter Troops*”, che dal 1° aprile avrà il compito di contrastare la pervasività di IS soprattutto sui social media: si tratta di un passo importante nelle strategie militari di contrasto che per la prima volta, formalmente, avviano delle specifiche *attività cinetiche nel mondo virtuale* (in questo caso azioni di combattimento non convenzionale e non letale), con obiettivi espliciti di contrasto. Sarà interessante vedere come, nei prossimi mesi, questa nuova prospettiva potrà essere condivisa con altre unità che potrebbero essere costituite nei paesi alleati.

Sulla stessa linea d’intervento, dopo l’attentato a *Charlie Hebdo* (Parigi, 7 gennaio 2015), si è attivato Anonymous, il network globale di *hacktivisti* che ha dichiarato guerra a IS per combatterlo nel *cyber space*<sup>13</sup> avviando l’operazione #OpCharlie-

---

<sup>13</sup> La dichiarazione di Anonymous del 10 gennaio 2015: «Gente di tutto il mondo, il momento è grave. Il 7 gennaio 2015, la libertà di espressione è stata attaccata. I terroristi hanno fatto irruzione negli uffici della rivista *Charlie Hebdo* e assassinato diversi designer, giornalisti e due poliziotti. Attoniti e sconvolti, non possiamo lasciarci abbattere. È nostro dovere reagire. Siamo tutti colpiti dalla morte di Cabus, Charb, Tignous e Wolinsky, artisti di talento che sono stati massacrati per le loro opinioni e per la libertà di stampa ... *Charlie Hebdo*, una figura storica del giornalismo satirico, è stato preso di mira da sicari vigliacchi. Anonymous ha sempre combattuto per la libertà di espressione e la libertà di stampa. Non smetteremo mai. Anonymous ricorda a ogni cittadino quanto la libertà di stampa sia uno dei principi fondamentali della democrazia. È responsabilità di tutti difenderla. Abbiamo sempre lottato per la libertà di espressione. Non ci fermeremo ora. Attaccare la libertà di espressione è attaccare Anonymous. Noi non lo permettiamo. Tutte le aziende e le organizzazioni

Hebdo, a conferma della pluralità dei campi e degli attori coinvolti. In particolar modo, Anonymous ha intensificato le sue attività all'inizio di febbraio quando colpisce centinaia di *account* Facebook e twitter riconducibili a IS, annunciando in un video: «Sarete trattati come un virus, e noi siamo la cura (...) L'Operazione Isis continua. Siamo musulmani, cristiani, ebrei... i terroristi che si definiscono Stato Islamico non sono musulmani».

Come si può notare, proprio il web, la rete globale, sta diventando un campo di battaglia importante e consapevolmente utilizzato da IS, come dichiarato nel volume già commentato *Islamic State 2015*, e forse meno dai suoi avversari.

In questa prospettiva di guerra virtuale Anonymous è stato citato per il clamore dell'iniziativa #OpCharlieHebdo ma gli attacchi degli *hacktivisti* erano cominciati ben prima, già nell'estate del 2014, con le operazioni *opIceISIS* e *OpISIS* rivitalizzatesi dopo l'attacco a *Charlie Hebdo* e rilanciate dai media con il video di Anon del 6 febbraio. Un'altra campagna, NO2ISIS, era rivolta ad attaccare ambiti istituzionali di stati accusati di supportare, con fondi e armi, IS.

I risultati raggiunti sembrano essere meno di 2.000 profili Facebook e twitter identificati e alcuni siti del jihad oscurati, a fronte di circa 60.000 *account* di simpatizzanti di IS registrati prima dell'assassinio di Foley, poi scesi a circa la metà dopo le politiche d'intervento dei social media. In realtà, l'orientamento di Anon è quello di listare i siti connessi al jihad, ricercarne le vulnerabilità, costituire un database defacciarli (modifica della homepage), raccogliere informazioni sui partecipanti e, solo come ultima alternativa, sferrare un attacco DDoS per metterli offline (oscurarli). Si tratta di una strategia cooperativa, che ha visto impegnati diversi attivisti e non ritrovatisi a condividere dati in *chat* in grande quantità: per esempio l'*account* @OpCharlieHebdo in due giorni contava 30.000 seguaci. Andando oltre la pubblicità, dunque, si scopre che non indirizza chiaramente i propri

---

connesse a questi attacchi terroristici s'aspettino una reazione massiccia di Anonymous. Vi rintraceremo. Vi troveremo e non ci fermeremo mai. We are Anonymous. We are legion. We do not forgive. We do not forget. Expect us».

attivisti a non mettere offline i siti, ma a raccogliere informazioni che, qualora interessanti, possono essere trasferite alle agenzie che lavorano istituzionalmente sul web. Si tratta pertanto di una visione d'intelligence significativa e adeguata ad affrontare il problema, nella consapevolezza che oscurare un profilo o un sito significa solo vederlo riemergere poco dopo, con un'identità leggermente diversa, facendo dunque impiegare molto tempo a chi dalla rete cerca informazioni, senza risultati significativi. Forse, ce lo si augura, si può andare verso una collaborazione costruttiva tra chi ha deciso di combattere IS nel mondo virtuale, in diverse forme organizzative.

D'altro canto lo stesso IS è attivo nel web non solo sul piano della propaganda e del reclutamento, ma anche con attacchi di tipo informatico: "l'occhio del califfato" è una delle iniziative di IS che attraverso un virus *trojan* collocherebbe nei pc un programma, in esecuzione in background, che registra ogni input da tastiera o altro *device*. E solo poche settimane fa IS ha messo down per poche ore l'account twitter del CentCom, il comando centrale militare statunitense per il Medio Oriente con sede a Tampa (Florida) dei territori dall'Egitto fino al Pakistan e al Kazakistan.

In sostanza, identificare account sui social media, abbattere siti islamisti, listare provider e identificare IP (indirizzi) che sono distribuiti in ogni angolo della rete globale non ha molto significato se non per segnare una "vittoria" limitata, che immediatamente si rielabora nella apertura di altri piani virtuali di lotta. Ciò è nella natura della rete, delocalizzata e virtuale, e pertanto l'orientamento più utile è quello del monitoraggio costante della comunicazione via rete, per acquisire informazioni e avviare eventuali operazioni di ostacolo, infiltrazione e *counter-narrative* – comunque tutte dai risultati limitati – in collaborazione con il settore privato identificato nelle grandi compagnie che offrono i servizi di rete. In tal senso ha lanciato un appello a inizio 2015 il servizio d'intelligence britannico.

La tavola che segue (Tab. 4.2) propone una sintesi, limitata agli esempi delle comunicazioni discusse, per tracciare tipologie, target, obiettivi e strategie che esplicitano la regia del califfato.

Tabella 4.2 - Sintesi delle strategie comunicative di IS

<i>Tipologia (e prodotti)</i>	<i>Target</i>	<i>Obiettivo</i>	<i>Strategia</i>	<i>Medium preferito</i>
Social Media (FB, twitter, ecc.)	Potenziali sostenitori, radicali islamisti, ecc.	Radicalizzazione, reclutamento	Promuovere comportamenti virali e imitativi; <i>story telling</i>	Piattaforme social
Comunicazione dell'orrore (le decapitazioni)	I nemici del califfato, pubblico occidentale ampio	Terrorizzare e minacciare	Mostrare la brutalità della morte, promuovere reazioni affettive	Video
Contro-informazione (Cantlie: Lend Me Your Ears e reportage)	Pubblico occidentale competente e interessato	Promuovere il dibattito su IS insistendo sui temi critici dell'agenda pubblica occidentale	Realizzare contro narrative: ricontestualizzazione dei contenuti nella prospettiva di IS	Video
Informazione (Islamic State News e brochure diverse)	Famiglie di (potenziali) sostenitori; pubblico occidentale critico all'intervento contro IS	Normalizzare: diffondere notizie che evidenziano la normalità della quotidianità nel califfato	Realizzare contro narrative: ricontestualizzazione dei contenuti nella prospettiva di IS; promozione della normalità della vita nel califfato	Pdf
Magazine, Ebook ( <i>Dabiq</i> , <i>Inspire</i> , ecc.)	Membri di IS soprattutto <i>foreign fighters</i> ma anche audience occidentale competente	Chiarire e indirizzare sul piano politico, teologico e tattico	Utilizzare un medium "tradizionale" e una pluralità di strategie	Pdf
<i>Gamification</i> (Grand Theft Auto: Salil al-Savarim)	Giovani digitali, non solo islamisti	Socializzare con il califfato e IS	Utilizzare il gioco come veicolo di socializzazione e normalizzazione	Gioco in rete
Convergenza (KhilafaLive, gamification, ...)	Distribuzione di tutti i temi già utilizzati dalla comunicazione di IS, rivolgendosi a un pubblico ampio, che troverà "ambiti di nicchia" propri per lingua e orario di programmazione			Web TV

Dall'analisi emerge chiaramente come una strategia mediale articolata non sia affatto casuale ma utilizzi competenze che appartengono al mondo globale della comunicazione diffusa e pervasiva.



Il non riconoscerlo, o lo stupirsi di fronte all'impiego delle tecnologie, mostra il frequente ritardo culturale e l'etnocentrismo con cui l'Occidente troppo spesso classifica i suoi avversari, semplicemente perché combattono con "le ciabatte", producendo così un'enorme vulnerabilità.

È ormai chiaro che l'apparato media di IS è strutturato e organizzato in un sistema efficace e competente che persegue delle strategie (per esempio il marchio al-Hayat Media Centre) e che l'uso delle tecnologie medialità è da anni proprietà del jihad, così come la guerra mediale è un tema in cui il terrorismo ha investito denari e competenze da tempo. Il salto di qualità di IS è nella regia articolata dei diversi prodotti medialità, su linee differenti, come si è discusso nelle pagine precedenti. Nel contesto specifico della comunicazione – non solo di IS – è importante sottolineare che essa è caratterizzata da un processo che costituisce una relazione. In pratica: ogni comunicazione, soprattutto quanto più è competente, lascia dei segni che esplicitano le caratteristiche dei destinatari, le competenze della fonte, i caratteri dei sistemi infrastrutturali di distribuzione, ecc. Ciò costituisce una potenziale vulnerabilità per chi genera comunicazione, nella misura in cui esiste un interesse competente e pro-attivo nel "creare interferenze". Ecco una buona ragione per cui lo "stupore", che ha innescato pagine fa questa riflessione, non è ammissibile.

Inoltre, sempre in termini generali, è bene ricordare come nel mondo della comunicazione pervasiva siano i processi di quest'ultima a definire il livello di realtà: sempre più agenda pubblica (mediatizzata) e agenda politica tendono a coincidere, così come la distanza tra "rappresentazione" della realtà e "realtà" si è ridotta significativamente, soprattutto nel contesto di quella comunicazione "emozionale" che perseguono i media occidentali per "cassetta" e il califfato per oculata strategia.

## **Conclusioni**

In merito agli obiettivi delle complesse e articolate strategie di comunicazione del califfato emerge con chiarezza che l'obiettivo

generale perseguito è quello della sua istituzionalizzazione, perché esso venga riconosciuto nella sua forma statale, e in questo percorso sia la produzione sia l'organizzazione mediale è una delle componenti, non la sola, seppure importante.

Ma la progressiva drammatizzazione e l'aumentata frequenza di nuovi prodotti mediali significativi degli ultimi mesi sembra fare emergere un secondo obiettivo teso a promuovere forme di radicalizzazione non solo finalizzate al reclutamento dei cosiddetti *foreign fighters* ma anche a promuovere il conflitto, favorito da atteggiamenti reattivi, nei paesi del mondo occidentale. In pratica si sta cercando di ottenere un effetto indiretto, agendo sull'attivazione dei potenziali nemici del califfato identificati nei cittadini europei, non affidando solo a possibili attacchi diretti di tipo terroristico l'esplosione della violenza tra "Islam" e "Occidente", ma anche alla risposta reattiva che si cerca di promuovere.

Accanto, dunque, all'accreditarsi quale stato, IS sembra essere interessato a sconvolgere comunque con la violenza le società occidentali favorendo ogni forma di conflitto, con più facilità quello ispirato dal radicalismo etnico e religioso.

Insieme alla *strategia della comunicazione istituzionalizzante* ecco comparire la *strategia della comunicazione emozionale*: entrambe due trappole che IS ha ancora una volta predisposto e in cui si sta rischiando di cadere.

Definisco questo secondo schema comunicativo, in cui è strumento centrale la serie "delle decapitazioni", come orientato a una "doppia radicalizzazione": da una parte promuove IS alla ricerca di proseliti e nuovi combattenti, non dimentichiamo, infatti, che l'orrenda fine del pilota è "compresa" come restituzione a chi con le bombe aveva fatto lo stesso contro i villaggi di IS e che l'indignazione che suscita non è necessariamente condivisa da tutti gli spettatori: dunque promuove la forma di radicalizzazione a cui siamo abituati, orientata al reclutamento. Ma dall'altra parte, proprio perché indigna esasperando e sorprendendo un altro pubblico (quello europeo), stimola la reazione violenta verso un nemico ri-generalizzato nella forma della "bestia" (il commento più frequente comparso sui media) ma specificato nella sua

caratteristica islamica. Il risultato è quello di una *seconda radicalizzazione* che interessa una parte del mondo europeo e occidentale che è spinto a reagire. Primi segni sono:

- tra il 4 e 5 febbraio si registra un maldestro tentativo d'incendiare il Centro culturale islamico di Massa Lombarda: «Un principio d'incendio intorno alle 4.30 ha interessato il davanzale di una finestra della struttura, che si trova in angolo tra via Marchetti e via Quadri. Qui è stato lasciato un oggetto con stracci imbevuti di liquido infiammabile. Le fiamme hanno danneggiato la finestra e gli infissi e diversi tappetini per la preghiera che si trovavano all'interno. Il fumo ha annerito le pareti della struttura»;
- un progressivo sintomo di paura e disagio, manifestato soprattutto dai più giovani, che tende a trovare una risposta violenta. Senza poter fornire un dato statistico, in gennaio aumentano i casi di genitori preoccupati per i loro figli (tendenzialmente tra i 14 e i 20 anni) che manifestano paura quando incontrano un individuo che parla arabo e che chiedono (o dicono) come possono fare per andare a combattere contro IS;
- l'inevitabile radicalizzarsi del dibattito politico all'interno dei singoli paesi europei, che coglie al volo l'opportunità per condurre battaglie che incorporano germi di xenofobia o razzismo il cui unico risultato è quello di rendere più difficoltosa l'azione di governo contro il califfato, possibile solo se unitaria;
- ma anche le esternazioni di tradizionalmente influenti imam come Ahmed al-Tayeb (4 febbraio 2015) dell'università di Al-Azhar al Cairo, il più prestigioso centro d'insegnamento dell'islam sunnita, che dopo l'ammazzamento del pilota giordano, condannando l'atto terroristico, ha sostenuto che si deve richiedere «la punizione prevista dal Corano per questi aggressori corrotti che combattono Dio e il suo profeta: la morte, la crocefissione o l'amputazione delle loro mani e dei piedi»... senza alcun risultato perché l'islam tradizionale non è più in grado di dire nulla a IS. Pertanto esponendo al-Tayeb, e gli altri clerici, all'evidente debolezza che ormai hanno nel mondo

islamico radicale, ma anche coinvolgendoli nei potenziali conflitti emergenti in Occidente in quanto difensori dell'Islam: IS sta "tagliando loro la testa" efficacemente sul piano rappresentativo<sup>14</sup>.

Entrambe le strategie mirano sia ad affermare il califfato come il leader della galassia islamista, frammentata in una pluralità di gruppi dissonanti in cerca di un nuovo comando, sia a minacciare l'Europa (indentificata come la "pluralità debole" dell'Occidente), ritrovando nella sua destabilizzazione la legittimazione e primazia di IS.

Se, come è probabile, ciò si lega anche alle difficoltà che il califfato ha a espandersi e alla capacità che ha dimostrato nel cogliere le vulnerabilità di chi lo combatte, costantemente attratto nelle trappole preparate, ci si può aspettare un prossimo incremento dello scontro a tutti i livelli della guerra ibrida.

D'altra parte scontro radicale tra islam e "il resto" sarebbe solo a favore di IS.

Nella particolarità del conflitto mediatico le risposte devono trovare spazio nello sviluppo di contro-strategie specifiche, nel contesto dell'ibridazione del conflitto, in cui sia attori sia strumenti si confondono e dove la comunicazione assurge a luogo, reale e virtuale, del conflitto.

Ma anche, si devono dare risposte rispetto a prospettive più generali che problematizzano la non governabilità del web, mancando gli strumenti normativi che definiscono le possibilità di azione di ciascuno secondo regole condivise; la responsabilità dei media occidentali, che sempre più sono utilizzati come strumenti da parte della regia di IS nella diffusione delle sue comunicazioni, rispetto agli effetti dell'informazione da loro divulgata; la necessità di un approccio culturale aperto, empatico e analitico, per ridurre le vulnerabilità e adeguare le risposte alla capacità di attacco di IS.

---

<sup>14</sup> Purtroppo anche i dati che descrivono la situazione in termini più generali non aiutano a essere positivi: il 92 per cento dei sauditi, in una rilevazione di fine agosto 2014, considerava ancora lo Stato Islamico come conforme ai valori della legge islamica.

Accanto a tali obiettivi specifici, proprio per l'emergere di una "strategia del conflitto" perseguita da IS, è sempre opportuno perseverare nell'indirizzo che ricerca una collaborazione fattiva, e non solo comunicativa, con l'islam che sceglie di distinguersi dall'islamismo.

**Tabella 4.3 - La time line dei prodotti mediati analizzati**

<i>Titolo</i>	<i>Tipo</i>	<i>Data di rilascio</i>
"Vari" su Social Media – FB e twitter	Post, profili, storie,...	Rilascio continuo
Salil al-Sawarim	Video	17 marzo 2014
Islamic State News – 3 numeri	Rivista	giugno 2014
Dabiq, numero 1	Rivista	15 luglio 2014
Dabiq, numero 2	Rivista	27 luglio 2014
Decapitazione di James Foley	Video	19 agosto 2014
La provincia di Aleppo	Brochure	settembre 2014
Decapitazione di Steven Sotloff	Video	2 settembre 2014
Decapitazione di David Haines	Video	13 settembre 2014
Salil al-Sawarim IV	Video	18 settembre 2014
Flame of Wars	Video trailer	18 settembre 2014
Grand Theft Auto: Salil al-Sawarim	Trailer, videogame	18 settembre 2014
Lend Me Your Ears Premessa - Cantlie	Video	18 settembre 2014
Lend Me Your Ears 1 – Cantlie	Video	23 settembre 2014
Decapitazione di Hervé Gourdel	Video	24 settembre 2014
Lend Me Your Ears 2 - Cantlie	Video	29 settembre 2014
Decapitazione di Alan Henning	Video	19 agosto 2014
Lend Me Your Ears 3 - Cantlie	Video	3 ottobre 2014
Dabiq, numero 3	Rivista	12 ottobre 2014
Dabiq, numero 4	Rivista	22 ottobre 2014
Lend Me Your Ears 4 - Cantlie	Video	16 ottobre 2014
Lend Me Your Ears 5 - Cantlie	Video	25 ottobre 2014
Inside 'Ayn al Islam - Cantlie	Video	28 ottobre 2014
Decapitazione di Peter Kassig	Video	16 novembre 2014
Cosa state aspettando- al-Hayat Media Center	Video	19 novembre 2014
Lend Me Your Ears 6 - Cantlie	Video	21 novembre 2014
Dabiq, numero 5	Rivista	22 novembre 2014
Dabiq, numero 6	Rivista	29 dicembre 2014
Inside Mosul - Cantlie	Video	3 gennaio 2015
KhilafaLive	TV Web	20 gennaio 2015 annuncio
Decapitazione di Haruna Yukawa	Video	24 gennaio 2015
Secondo messaggio pubblico di 'Kenji Goto Jogo' alla sua famiglia e al governo del Giappone	Video	27 gennaio 2015
Decapitazione di Kenji Goto	Video	31 gennaio 2015
Islamic State 2015	Ebook	2 febbraio 2015 (su twitter dal 15 gennaio)
Martirio di Muad al-Kasaesbeh	Video	3 febbraio 2015
From inside Halab - Cantlie	Video	9 febbraio 2015

Parte terza -  
Gli obiettivi della propaganda





## 5. Califfato, social e sciami in Europa: l'*appeal* della propaganda dello Stato Islamico tra i nostri aspiranti jihadisti

*Marco Arnaboldi e Lorenzo Vidino*

---

Da quando è assunto a protagonista assoluto della scena jihadista globale e ha costituito uno stato *de facto* che domina su importanti porzioni di territorio siriano e iracheno, governi ed esperti di terrorismo s'interrogano sull'abilità dello Stato Islamico non solamente sul campo di battaglia, ma anche in un'altra arena dall'importanza non inferiore: quella della campagna mediatica. L'attenzione per le strategie propagandistiche dello Stato Islamico è particolarmente forte in Europa, data la presenza, così stimata nel gennaio 2015, di circa 5.000 combattenti provenienti da vari paesi europei tra le fila del gruppo.

Una porzione del segreto del successo dello Stato Islamico sta in ciò che è riuscito a conseguire militarmente, ma, non da meno, l'abilità mediatica del gruppo è parte integrante del suo *appeal* tra giovani musulmani europei. Sin dagli anni Ottanta vari gruppi jihadisti hanno investito notevoli risorse nella propaganda. Se Abdullah Azzam fu forse il primo a capirne l'importanza, il suo discepolo Osama bin Laden era ugualmente conscio del fatto che «la guerra mediatica in questo secolo è una delle armi più potenti; infatti, si può dire che costituisca il 90 per cento della preparazione per le battaglie»<sup>1</sup>. E nel suo primo discorso come capo di al-Qaida, il suo successore Ayman al-Zawahiri lodò i «guerrieri del

---

<sup>1</sup> Harmony Database, Combating Terrorism Center at the U.S. Military Academy, West Point. ID, AFGP-2002-600321.

jihad mediatica» come «soldati nascosti e ignoti ai più, ma che hanno lasciato il segno nel mondo»<sup>2</sup>. Negli ultimi anni al-Qaida ha intensificato i suoi messaggi verso destinatari occidentali, traducendo il proprio materiale in varie lingue europee e usando un *framing* che potesse attrarre i giovani musulmani cresciuti in Occidente.

Eppure gli sforzi mediatici di al-Qaida, per quanto sofisticati, impallidiscono per modernità, diffusione ed efficacia rispetto a quelli della sua costola e ora rivale, lo Stato Islamico. Il gruppo condotto da al-Baghdadi ha, infatti, oscurato al-Qaida sia dal punto di vista della qualità che della diffusione della propria comunicazione. Questo capitolo si occupa della campagna mediatica europea portata avanti da IS, mostrando alcune tecniche, scelte stilistiche e *frame* comunicativi che sembrano essere più adottati dai propagandisti del Vecchio Continente e più compatibili con i gusti della sua popolazione. Nell'analizzare come lo Stato Islamico diffonda il suo messaggio in Europa, e quali soggetti ne siano particolarmente attratti, si cercherà anche di mostrare l'evoluzione della scena jihadista europea verso nuove forme reticolari. Questo sviluppo, che come si vedrà è rimasto circoscritto al nostro continente, sembra essere fortemente influenzato e muoversi in sintonia con gli stessi ambienti comunicativi che hanno determinato la strategia propagandistica di IS in Europa. In chiusura sarà presentato lo specifico caso di Anas el-Abboudi, un giovane jihadista italiano che ben si presta alla conferma empirica di quanto esposto.

## 5.1 Social network e dinamiche di sciame

L'analisi dei vari episodi di radicalizzazione con conseguente collegamento dall'Europa ai diversi teatri del jihad globale ci permette di individuare, per buona parte dei casi, una falsariga comune. Quanto detto risulta particolarmente vero restringendo lo

---

<sup>2</sup> *The Emir's Speech: Zawahiri Addresses Al-Qaeda*, Jane's Terrorism and Insurgency Centre, 25 agosto 2011.

spettro di analisi a un lasso di tempo compreso fra la fine del 2010 e l'inizio del 2013, ossia quel periodo che può essere considerato come la prima ondata di partenze di combattenti europei verso la Siria<sup>3</sup>.

L'osservazione delle dinamiche di *linkage*<sup>4</sup> ascrivibili alla suddetta prima ondata mostra il ruolo centrale ricoperto da una galassia di piccole cellule, sparse sul suolo europeo, nel rendere possibile il collegamento tra aspiranti jihadisti europei e vari gruppi armati operanti in Siria. In questo contesto si nota la rilevanza del network di gruppi appartenenti al movimento Sharia<sup>5</sup>. Le varie propaggini di questa rete, infatti, hanno permesso ai loro simpatizzanti di entrare in contatto con dei *facilitatori*, ossia individui in possesso delle conoscenze necessarie per aprire un canale preferenziale di collegamento con un determinato gruppo jihadista. L'incontro con questi soggetti ha rappresentato per innumerevoli aspiranti jihadisti il momento di svolta nel loro piano di partenza.

In ottica contemporanea, lo studio di gruppi quali Sharia4 risulta particolarmente importante se si focalizza l'attenzione sul modello comunicativo da loro proposto<sup>6</sup>. Come si vedrà, infatti, le più moderne forme di proselitismo e le chiamate al jihad provenienti oggi da Siria e Iraq seguono una strategia comunicativa già nota in Europa negli ultimi cinque anni. In questo senso, alcuni gruppi che hanno portato alla nascita dell'universo Sharia4, quali gli inglesi al-Muhajiroun e Islam4UK, sono stati sotto diversi aspetti precursori di trend oggi facilmente osservabili. A tal proposito, la caratteristica dominante la loro comunicazione è l'abbandono della logica verticale a favore di un approccio

---

<sup>3</sup> D. Weggemans, E. Bakker, P. Grol, "Who Are They and Why Do They Go? The Radicalisation and Preparatory Processes of Dutch Jihadist Foreign Fighters", *Perspective on Terrorism*, vol. 8, n. 4, 2014.

<sup>4</sup> L. Vidino, *Radicalization, Linkage, and Diversity: Current Trends in Terrorism in Europe*, RAND, 2011.

<sup>5</sup> Per un approfondimento sul network Sharia4 si veda M. Arnaboldi, *Sharia4: Un ponte tra Europa e Levante*, ISPI Commentary, 8 ottobre 2014.

<sup>6</sup> L. Vidino, *ISIS Incubators: The Emergence of Salafi Jihadism in Europe*, Al-Mesbar Center, 20 novembre 2014.

orizzontale *dal basso verso il basso*, in grado di creare un ambiente comunicativo nel quale ogni destinatario e consumatore è un potenziale mittente e produttore di materiale. Già Islam4UK nel 2009 poteva contare su un vasto team di creazione di contenuti multimediali, riversabili su sei canali Youtube ufficiali, diversi siti web e alcuni account registrati sui social network. Il collettivo organizzava inoltre dibattiti pubblici e sessioni di *street da'wa* (proselitismo in strada) su base bisettimanale, oltre che eventi di varia natura in ambito scolastico<sup>7</sup>.

Il salto di qualità (e di quantità) avvenne a partire dal 2010, con la dislocazione del network in una galassia di cellule sparse sul territorio europeo, più piccole rispetto al passato ma profondamente inserite nei diversi contesti ambientali. Questi collettivi si sono dimostrati fin da subito propensi allo sfruttamento dei social non solo come mezzo di diffusione dei contenuti ma anche come arena di dialogo e dibattito. Anjem Choudary, oggi leader di Sharia4UK, dal 2008 tiene corsi di dottrina salafita-jihadista su Paltalk<sup>8</sup>, un software che permette di creare stanze di dialogo via chat e webcam. I suoi due canali (“Muslims Against Crusaders” e “The Road to Jannah”<sup>9</sup>) sono liberamente accessibili, e non fanno un mistero del loro scopo<sup>10</sup>. Seppure siano state aperte delle pagine web ufficiali (soprattutto blog) per alcuni dei gruppi Sharia4<sup>11</sup>, e quindi si sia conservata una certa quota di verticalità comunicativa, con il tempo i vari membri dei raggruppamenti hanno iniziato

---

<sup>7</sup> C.Z. Raymond, Al Muhajiroun and Islam4uk: the group behind the ban, ICSR, 2010.

<sup>8</sup> “Terrorism gang jailed for plotting to blow up London Stock Exchange”, The Telegraph, 9 febbraio 2012.

<sup>9</sup> Le due chat room sono raggiungibili rispettivamente ai siti <http://www.paltalk.com/g2/group/1365669164/DisplayGroupDetails.wmt> e <http://www.paltalk.com/people/users/The%20Road%20to%20Jannah/index.wmt> (visitati il 21 gennaio 2015).

<sup>10</sup> La definizione della chat room *Muslim Against Crusaders* è «We believe the shariah shall be implemented into british kaffir society and islam will rule the world» (errori come nell'originale).

<sup>11</sup> Anche la filiale italiana di Sharia4 non si è fatta mancare il proprio blog, tuttora aperto e leggibile all'indirizzo <http://sharia4italy.blogspot.it/> (visitato il 21 gennaio 2015).

a operare in maniera autonoma, tramite account personali su twitter e Facebook. Il materiale condiviso ha quindi preso a circolare in forma decentralizzata, definendo in questo modo un aumento vertiginoso di potenziali destinatari e di know-how creativo<sup>12</sup>.

Una volta che le basi della nuova forma di propaganda jihadista furono poste in Europa a inizio anni Duemila, il jihad siriano-iracheno è stato l'occasione per i combattenti europei di esportare in una dimensione globale quanto avveniva sino ad allora in maniera circoscritta<sup>13</sup>. Facilità d'uso, bassi costi, condivisibilità illimitata e, quindi, difficoltà di controllo, sono i punti di forza offerti dallo sfruttamento dei social network ai jihadisti. Twitter è la piattaforma più utilizzata, seguita da Facebook, Instagram, Ask.FM, Paltalk e Tumblr. Altri siti, invece, permettono di creare pagine "flash" in cui è possibile integrare elementi audio, video, e testi con estrema semplicità, dopodiché salvarli in un unico indirizzo Url che rimane fisso nel tempo: è il caso di archive.org, manbar.me, e l'italiano justpaste.it. Privi di restrizioni e controllo sui materiali, questi siti sono le piattaforme primarie su cui vengono riversati i contenuti, mentre più spesso i social network sono funzionali alla loro diffusione.

Uno studio condotto da un gruppo di ricercatori della Brandeis University ha preso in analisi l'utilizzo di twitter da parte di alcuni jihadisti occidentali in Siria e Iraq. Tramite un metodo di ricerca sociologica "a palla di neve", le investigazioni hanno gettato luce sulle interconnessioni fra la scena jihadista europea e quella *in loco*, rilevando, nelle reti sociali dei vari account analizzati, la predominanza di alcuni esponenti dell'islamismo occidentale, tra cui più personaggi legati al network di Sharia4<sup>14</sup>. Figure di spicco

---

<sup>12</sup> I contenuti di matrice jihadista seguono, infatti, dialettiche unificate, modelli di produzione standardizzati: ad esempio, i vari loghi Sharia4 mostrano la mappa dello Stato d'insistenza o un celebre monumento dello stesso accompagnato da una bandiera riportante la shahada, professione di fede islamica.

<sup>13</sup> Sono, infatti, generalmente i membri occidentali a occuparsi di comunicazione e propaganda all'interno dei fronti jihadisti che ne accettano la presenza.

<sup>14</sup> J. Klausen, *Tweeting the Jihad: social media networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq*, Studies in Conflict & Terrorism, vol. 38, n. 1, pp. 1-22, 2015. All'interno

all'interno dei social sono infatti il già citato Anjem Choudary, Ahmad Musa Jibril, predicatore americano di origini palestinesi schierato a favore dei *foreign fighters*, e Musa Cerantonio, imam australiano di origini italiane, vera e propria star mediatica del web e della televisione, franco sostenitore dello Stato Islamico<sup>15</sup>. All'interno di simili reti sociali, gli utenti europei (e occidentali in generale) funzionano da disseminatori di contenuti. Lo studio ha messo in evidenza una catena di emanazione dei materiali online composta come di seguito. Le organizzazioni islamiste attivamente impegnate negli scontri sono i produttori primari dei contenuti, creati tramite i vari *media center* istituiti. Tali enti hanno la possibilità di diffondere i loro prodotti per mezzo delle piattaforme succitate, e indirizzano in alcuni casi esplicite richieste di condivisione ai mujaheddin. A loro volta, i seguaci europei, che non badano generalmente agli *outlet* primari, ripropongono i messaggi dei combattenti, configurandosi come sorgente terziaria di informazioni<sup>16</sup>.

Per comprendere meglio come funziona il processo di diffusione, può giovare l'esempio offertoci da *Dabiq*, rivista di punta dello Stato Islamico<sup>17</sup>. Questa è prodotta da al-Hayat Media Center

---

delle dinamiche di disseminazione, particolare enfasi è posta sul ruolo femminile: diversi sono gli account twitter appartenenti a donne e unicamente finalizzati alla diffusione di contenuti. Il nome di queste utenti è spesso preceduto dal termine arabo *Umm* ("madre").

<sup>15</sup> J. Carter, S. Maher, P. Neumann, *#Greenbirds: Measuring Importance and Influence in Syrian Foreign Fighter Networks*, The International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence, King's College, 2014.

<sup>16</sup> Il recente studio di E.F. Kohlmann, *Charlie Hebdo and the Jibadi Online Network: Assessing the Role of American Commercial Social Media Platforms*, House Committee of Foreign Affairs, 27 gennaio 2015, mostra anche una dinamica diametralmente opposta a quella sopra descritta. In alcuni casi, infatti, sono i siti jihadisti a ripubblicare e quindi legittimare i contenuti primariamente riversati sui social network (tale è il comportamento, ad esempio, del forum <https://www.alplatformmedia.com/vb/>).

<sup>17</sup> Oltre a *Dabiq*, già nel mese di maggio 2014 erano stati pubblicati due bollettini ufficiali di IS: il primo, *Islamic State News*, di carattere militare; il secondo, *Islamic State Report*, a sfondo politico. Inoltre, a partire dal mese di dicembre, al-Hayat Media Center ha lanciato una breve rivista esclusivamente per il pubblico francese, chiamata *Dar al-Islam*.

(Markaz al-Hayat lil-I‘lam), uno dei quattro corpi propagandistici ufficiali di IS<sup>18</sup>, dedicato alla realizzazione di materiali in lingua inglese. L’ente è stato fondato dal tedesco Abu Talha al-Almani, anche noto prima della conversione all’islam con il nome d’arte Deso Dogg<sup>19</sup>, noto militante della scena salafita teutonica che dopo una breve esperienza di *foreign fighter* ha deciso di adoperarsi in favore della sola attività propagandistica.<sup>20</sup> Il magazine viene riversato in rete sfruttando lo spazio offerto da piattaforme di *file sharing*, dopodiché siti e forum legati allo Stato Islamico ne danno notizia e diffondono il link per procedere con il download della rivista. A questo punto i mujaheddin di IS apportano la dimensione *social*, veicolando *Dabiq* tramite i loro account ufficiali. Infine, i seguaci di tali account, tra cui soggetti europei, condividono e ritrasmettono i *post* in questione, permettendo a IS di raggiungere un’*audience* potenzialmente illimitata. Un processo di diffusione in grado di autoalimentarsi come quello appena visto toglie il carattere di *soggetto* primario d’informazione ai media tradizionali, rendendoli semmai *oggetto* in ostaggio a flussi incontrollati di trasmissione di notizie. I social, quindi, hanno permesso alle organizzazioni terroristiche di abbandonare la dipendenza dal giornalismo *mainstream*, disseminando contenuti a prescindere dalle priorità delle varie testate.

Il rapporto di simbiosi che si è venuto a creare fra le due scene jihadiste, quella europea e quella mediorientale, getta luce sulle moderne dinamiche di influenza fra singoli mujaheddin. Tramite i social, infatti, ogni jihadista può esercitare pressione sul resto della sua cerchia. Soggetti che hanno già raggiunto il gruppo

---

<sup>18</sup> Al-Hayat Media Center si occupa esclusivamente di contenuti in lingua inglese. Altri enti mediatici ufficiali sono al-I‘tisam, al-Furqan e Ajnad Foundation. Si veda M. Al-Ubaydi, B. Price, D. Milton, N. Lahoud, *The Group That Calls Itself a State: Understanding the Evolution and Challenges of the Islamic State*, Combating Terrorism Center at West Point, dicembre 2014.

<sup>19</sup> Al-Almani, prima della partenza verso lo Stato Islamico, aveva condotto l’attività di rapper e prodotto con il nome di Deso Dogg tre album, pubblicati con la casa discografica Streetlife Entertainment.

<sup>20</sup> *New ISIS Media Company Addresses English, German And French-Speaking Westerners*, MEMRI JTTM, giugno 2014.

d'affiliazione sono in grado di convincere i loro amici a fare lo stesso, dispensando consigli e offrendo loro sostegno. Questo modello d'interattività fra individui è essenzialmente orizzontale, svincolato da catene gerarchiche: qualitativamente evoluto rispetto agli schemi verticali visti negli ultimi anni, l'attuale panorama jihadista europeo risulta, a livello comunicativo, provvisto di pochi leader, avendo ridistribuito quote d'influenza verso il basso.

Un concetto molto utile a cui fare ricorso per descrivere le caratteristiche e le dinamiche interne alle varie realtà europee è quello di *sciame*<sup>21</sup>, inteso come il collettivo preso nel suo complesso. In primo luogo, le attività, il comportamento e l'ideologia dei vari gruppi sono plasmati da pochi individui (che potremmo chiamare *coreografi*) dotati di sufficiente influenza per fare virare il volo collettivo dello sciame. Un esempio illuminante in proposito è dato dalle conversazioni online: accade spesso di notare che all'interno di un dibattito vi siano alcuni utenti in grado di avere l'ultima parola o il cui peso specifico sia maggiore rispetto a quello di altri. Questi meccanismi di controllo collettivo sono anche utili per assicurare coesione e definire la *policy* generale del gruppo. Il fatto che il potere decisionale sia condiviso da molti individui non deve però far pensare che i vari collettivi non riconoscano superiori: la via tracciata dai maggiori network jihadisti internazionali di riferimento è spesso il primo modello cui i membri delle varie realtà locali si rifanno. In secondo luogo, i vari gruppi hanno grandi capacità di azione collettiva e mobilità. Mantenendo flussi costanti d'informazione sui social network, i membri dei collettivi sono in grado di innestare meccanismi di *escalation* comportamentale e coordinarsi fra loro, raggiungendo velocemente la massa critica necessaria alla buona riuscita delle varie operazioni (manifestazioni, riunioni, proteste, raccolta fondi). Da ultimo, gli sciami presentano grande flessibilità sia verso l'interno sia verso l'esterno: l'eventuale arresto, partenza o

---

<sup>21</sup> L'applicazione delle dinamiche di sciame alla scena jihadista europea è stata già introdotta, relativamente al caso olandese, in *The Transformation of jihadism in the Netherlands: Swarm dynamics and new strength*, General Intelligence and Security Service (Aivd), Ministry of the Interior and Kingdom Relations, giugno 2014.



mancanza di un membro è facilmente rimpiazzabile in tempi brevi. Non dipendendo da personaggi-chiave, inoltre, i collettivi non hanno bisogno di permessi o pareri per organizzare eventi, e ogni membro ha la possibilità di comunicare e scambiare informazioni e opinioni con un altro. Alla lunga, gli stessi coreografi rischiano l'esclusione in via di fatto dal gruppo. I vari sciami presenti in Europa possono quindi assumere diverse forme, modellandosi in base a particolari condizioni ambientali e proteggendosi da attacchi esterni.

A livello più microscopico, inoltre, all'interno degli sciami jihadisti si possono individuare dei circoli più coesi. Spesso composti da membri provenienti dalla stessa città, questi circoli conoscono un affiatamento particolare, essendo i loro componenti uniti da legami di amicizia o visioni ideologicamente affini. La dimensione ristretta dei circoli permette una fitta rete d'incontri, che nella pratica possono variare dal ritrovo in moschea al gruppo di studio dottrinale. Unità minime dello sciame, i vari individui possono appartenere a più di un circolo, e fungere da anello fra più di essi, creando così entità più estese e permettendo a soggetti socialmente lontani di venire in contatto. Strutture molto simili sono presenti anche sui social network, seppure in rete i confini del circolo siano molto meno nitidi. In alcuni casi i combattenti europei che si trovano sul fronte riescono, grazie all'uso d'internet, a rimanere in contatto con il circolo di provenienza.

Nonostante la continuità e la riproduzione dei modelli comunicativi europei in Siria e Iraq, questi non hanno portato alla stessa ridefinizione del panorama jihadista ivi presente. Ciò può essere dovuto a più cause. Anzitutto, a differenza di quella europea, la scena jihadista levantina è altamente formale, organizzata in gruppi chiusi e fra loro spesso belligeranti, con una catena di comando ben definita. Inoltre, diverse organizzazioni hanno attivato dei sistemi interni per limitare l'influenza dei combattenti europei, tra cui il divieto all'utilizzo dei social network o l'imposizione di particolari contenuti propagandistici in determinati periodi<sup>22</sup>. Si ritiene che solo i miliziani più affidabili abbiano

---

<sup>22</sup> J. Klausen, *Tweeting the jihad*.

carta bianca per quanto riguarda l'uso dei social. Anche cause ambientali portano il loro contributo: non sempre i mujaheddin dispongono di una rete mobile a cui connettersi, né hanno assicurata la possibilità di ricaricare le batterie dei loro telefoni.

## 5.2 Messaggi veicolati e soggetti attratti

L'analisi dei contenuti veicolati tramite social network da parte di mujaheddin impegnati nella guerra civile siriana pone alcuni problemi e questioni di carattere *qualitativo* nel discernere i messaggi che potremmo chiamare "personali", ossia liberamente composti e diffusi dai vari account, da quelli in una certa misura imposti ai combattenti da parte del fronte di affiliazione. Non essendo possibile distinguere di volta in volta le due esperienze, si cercherà quantomeno di individuare i diversi scopi dei vari contenuti. Per quanto invece riguarda l'analisi *quantitativa* dei messaggi, utilizziamo i risultati di due studi precedentemente condotti circa l'uso di twitter da parte di jihadisti occidentali in Medio Oriente: un'analisi dell'International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence presso il King's College di Londra<sup>23</sup> e una, già menzionata, della Brandeis University.<sup>24</sup>

I risultati degli studi sopra citati mostrano chiaramente la predominanza, nei social network, di messaggi a carattere dottrinale. Fra questi si possono trovare riferimenti a principi salafiti, note di glorificazione del martirio e rimandi a personaggi-chiave del jihadismo globale, tra cui Awlaki e Osama bin Laden. Sempre in tema dottrinale, si osserva facilmente la tendenza fra diversi gruppi a delegittimarsi vicendevolmente: non è raro trovare messaggi di *takfir* (accusa di miscredenza) lanciati fra fazioni rivali, oppure notare un gruppo riferirsi a un altro usando il termine *kharijita*. È interessante notare che la dimensione dottrinale ha resistito ai mutamenti comunicativi e propagandistici conosciuti dalle realtà jihadiste negli ultimi dieci anni, rimanendo

---

<sup>23</sup> J. Carter, S. Maher, P. Neumann, *#Greenbirds: Measuring Importance*.

<sup>24</sup> J. Klausen, *Tweeting the jihad*.

il primario argomento di trattazione. Questo può in parte essere spiegato dalla legittimità teologica che i gruppi jihadisti puntano a ottenere. Lo Stato Islamico, ad esempio, nella già citata rivisita *Dabiq* riporta per la quasi totalità dei casi *hadith*<sup>25</sup> provenienti dalle raccolte di Muslim e Bukhari, le cui collezioni di tradizioni sono universalmente ritenute le più affidabili<sup>26</sup>. Si desume da quanto detto che l'obiettivo primario dell'uso d'internet resti pur sempre il proselitismo, seppure questo risulti oggi molto più teso al jihadismo di quanto lo fosse in passato: la quantità di predicatori autonomi e piattaforme non istituzionalizzate è infatti aumentata a dismisura, mentre diverse figure provenienti dal salafismo non jihadista hanno negli ultimi anni assunto visioni più accondiscendenti verso i *foreign fighters*<sup>27</sup>.

In secondo piano, anche aggiornamenti dal campo di battaglia e comunicazioni sul tipo di vita condotta sul fronte risultano molto frequenti. All'interno di questo scompartimento si ha un enorme varietà di contenuti dai diversi gradi di violenza. Il *continuum* è tanto vasto da includere a un estremo video di crocifissioni o di bambini che reggono teste mozzate, all'altro immagini di mujaheddin che versano del latte per i loro gatti<sup>28</sup>. Non è quindi raro in tanta eterogeneità imbattersi in fotografie che mostrano la vita comune di *foreign fighters* che fanno la spesa, distribuiscono la *zakat*<sup>29</sup> ai bisognosi o leggono il Corano mentre si trovano sul fronte. A ogni modo, quote parziali di dimensione dottrinale sono presenti anche in questo tipo di contenuti. Molto spesso, infatti, i mujaheddin vengono immortalati con il dito indice rivolto verso l'altro (segno del *tawhid*<sup>30</sup>, l'unicità divina), oppure sorridenti

---

<sup>25</sup> Gli *hadith* sono i racconti che compongono la sunna, ossia la tradizione islamica. È bene notare, ai fini di questa trattazione, che non tutti hanno lo stesso valore: anzi, assumono rilevanza diversa in base all'affidabilità della catena di trasmissione.

<sup>26</sup> Non a caso le loro raccolte vengono chiamate *sahihani*, "le due veritiere".

<sup>27</sup> Transformation of jihadism.

<sup>28</sup> Vi è un account twitter dedicato esclusivamente alla convivenza fra gatti e mujaheddin dello Stato Islamico, raggiungibile a @ISILCats (Islamic State of Cat).

<sup>29</sup> La *zakat*, terzo pilastro dell'islam, è una tassa che ogni musulmano deve versare in assistenza alle più bisognose fasce della popolazione.

<sup>30</sup> Il *tawhid* è uno dei principi centrali dell'ideologia wahhabita. Seppure possa sembrare un concetto sterile, esso presenta importanti ripercussioni in quanto

*post-mortem*, in segno del loro avvenuto martirio. Da ultimo, si hanno diversi video che testimoniano l'applicazione delle pene secondo modello sciariatico, e altrettanti che mostrano cerimonie di *baya* pubblica (il giuramento di fedeltà a un leader). Si tratta per lo più, in questi casi, di proiezioni di potenza: a livello di collettivo i fronti vogliono mostrare la loro influenza nel contesto in cui operano, mentre a livello individuale i singoli combattenti cercano di presentare le loro esperienze sotto diverse chiavi di lettura. Infatti, da un lato alcuni mujaheddin esibiscono modelli eroici e romantici di presunto impegno umanitario nel liberare il popolo musulmano dall'oppressione, dall'altro alcuni puntano sullo stravagante divertimento che il jihad offre loro, mentre altri ancora ne esaltano il gangsterismo, l'azione e il pericolo.

Meno diffusi sono i messaggi contro le fazioni nemiche, spesso recanti foto delle vittime innocenti che hanno prodotto. La tendenza principale, infatti, è quella a disumanizzare il rivale: mentre i compagni defunti sono rappresentati in pose serene, i nemici uccisi sono spesso ridotti a un ammasso di corpi lacerati. Da ultimo, i mujaheddin utilizzano la rete per scambiarsi informazioni fra di loro, coordinarsi e, in rari casi, mandare minacce generalizzate all'Occidente.

Tanta varietà di contenuti propagandistici ha reso il messaggio jihadista appetibile a un numero d'individui senza precedenti.<sup>31</sup> Pertanto oggi è possibile trovare in Siria e Iraq una comunità di *foreign fighters* difficilmente definibile per sommi capi, ma anzi dotata di una pluralità interna che richiede un certo sforzo analitico nell'intento di risalire alle probabili cause di attrazione verso la dialettica jihadista. La diversità dei soggetti conquistati spazia in un vasto *continuum* che racchiude al suo interno i casi più disparati. Proprio la molteplice natura del fenomeno suggerisce un approccio *ad hoc*, che analizzi i casi individualmente: per

---

opposto all'idea di *shirke* ("politeismo") che diversi pensatori radicali intravedono, ad esempio, nella Trinità cristiana o nella democrazia, intesa come elevazione del potere dell'uomo allo stesso livello di quello divino.

<sup>31</sup> "Foreign fighters are joining jihadi groups in 'unprecedented' numbers", Public Radio International, 31 ottobre 2014.

questo motivo si tende ad apportare soprattutto cause di matrice psicologica, dando per acclarato che soggetti diversi rispondano in maniera differenziata in base al tipo di messaggio veicolato. Uno studio del Cpdsi (Centro di prevenzione contro le derive settarie dell'islam)<sup>32</sup> ha messo in evidenza alcuni pattern d'influenza propagandistica in base al tipo di contenuto e alle caratteristiche del destinatario. I risultati dell'analisi hanno permesso di notare che individui sofferenti di ansia e/o depressione sono particolarmente sensibili a messaggi dalla forte portata dottrinale, in grado di smorzare l'incertezza sul futuro tramite la presentazione di un sistema di vita con pochi e chiari valori. Molto simile è il caso di soggetti cresciuti in famiglie eccessivamente tolleranti o atee: questi individui sono più propensi a trovare conforto in messaggi che, contrariamente al loro contesto familiare, diano nette regolamentazioni dottrinali. Per quanto riguarda i più giovani, molti di essi sembrano essere attratti più che altro dalla dimensione ludica del jihad: convinti di poter vivere un'esperienza da videogame nella vita reale, sono soprattutto sensibili ai messaggi e ai video di coetanei e amici sul fronte, specialmente quelli che li ritraggono in movimentate situazioni di scorribanda. Infine, per soggetti che soffrono di esclusione sociale o difficoltà d'integrazione, possono risultare molto potenti le promesse e le prospettive di una vita più semplice, che permetta di accedere in maniera immediata a dinamiche d'inclusione elitaria, ribaltare i rapporti di forza con gli altri e ridurre, quindi, l'impegno necessario a condurre una vita appagante socialmente: un esempio di propaganda indirizzata in questo senso, è stato l'annuncio di al-Baghdadi, risalente all'estate 2014, in cui venivano promesse sovvenzioni ai matrimoni fra membri dello Stato Islamico<sup>33</sup>.

Ci sono, a ogni modo, alcune caratteristiche ambientali oggettive, relative al jihad siro-iracheno, da cui non è possibile

---

<sup>32</sup> La métamorphose opérée chez le jeune par les nouveaux discours terroristes: recherche-action sur la mutation du processus d'endoctrinement et d'embrigadement dans l'islam radical, Cpdsi, novembre 2014. Si veda anche l'articolo correlato, "Dépressif et issu d'une famille athée: le profil type du jihadiste français", France 24, 18 novembre 2014.

<sup>33</sup> "ISIS leader offers marriage grants to militants", *Al Arabiya*, 29 agosto 2014.

prescindere nell'esaminare il boom di *foreign fighters* negli ultimi quattro anni: tra queste vi è la facilità con cui è possibile raggiungere (e lasciare) la Siria, oltre che l'attraente prospettiva di combattere nella culla del mondo arabo e nel contesto di quello che alcuni *foreigners* hanno definito un "jihad a cinque stelle"<sup>34</sup>.

L'evoluzione, poi, della galassia jihadista in forme sempre più sofisticate di entità para-statali culminanti nella proclamazione del califfato da parte di IS, porta con sé una serie d'implicazioni di grande rilevanza: è possibile che soggetti non pienamente convinti di partire si siano lasciati persuadere in maniera definitiva dalla presunta organizzazione e trasparenza del Daish. Allettati da una narrativa più *user-friendly* rispetto alle altisonanti arringhe qaidiste del passato, i moderni jihadisti non sono più solamente volenterosi di raggiungere un fronte, ma anzi intenzionati a stabilirsi in uno stato.

### 5.3 Un case study italiano: Anas el-Abboubi

Il nostro paese pare essere toccato in maniera relativamente marginale dalle dinamiche finora descritte. I numeri dei *foreign fighters* nostrani sono molto più bassi di quelli della maggior parte dei paesi europei: poco più di 50, rispetto agli oltre mille della Francia, i circa 600 inglesi e tedeschi, e i 400 di un paese relativamente piccolo come il Belgio. Inoltre la scena jihadista autoctona pare in stato embrionale, sia su internet che nel mondo reale. Tuttavia negli ultimi mesi si sono registrati sul territorio nazionale alcuni casi che rispecchiano le dinamiche già viste da anni in Europa centrale e del nord.

Forse il più indicativo di questi casi è quello di Anas el-Abboubi, uno dei pochi jihadisti autoctoni italiani che risulta

---

<sup>34</sup> Ad esempio, l'ex combattente inglese - oggi deceduto - Ifthekar Jaman si è più volte espresso a favore della bontà del jihad siriano, in cui sarebbe permesso ai mujaheddin di risiedere in case attrezzate e godere di diversi beni in maniera del tutto gratuita, oltre che, in alcuni casi, di uno stipendio. Si veda ad esempio "British Muslim who bragged on Newsnight that he was fighting a 'holy war' alongside Al Qaeda group in Syria has been killed", *Daily Mail Online*, 17 dicembre 2013.

essersi unito alle milizie dello Stato Islamico in Siria. Le indagini su el-Abboubi iniziarono nel settembre 2012, allorché la Digos di Brescia, allarmata da alcune posizioni espresse dal giovane durante una visita in questura, decise di aprire un fascicolo su di lui<sup>35</sup>. Nato a Marrakech nel 1992, all'età di sette anni el-Abboubi si trasferì in Italia, stabilendosi con la famiglia a Vobarno, un comune della tranquilla Valle Sabbia a 40 chilometri da Brescia<sup>36</sup>. La famiglia viene descritta come ben integrata e Anas stesso pare sia più a suo agio a parlare in italiano, con un forte accento bresciano, che in arabo. Da adolescente frequenta un istituto tecnico a Brescia e sviluppa una passione per il rap. Diventa relativamente conosciuto nella scena hip hop locale usando il nome di McKhalif<sup>37</sup>.

Ma qualcosa in lui cambiò molto rapidamente verso l'inizio del 2012. In pochissimo tempo passò da adolescente ribelle che faceva uso di alcol e droghe leggere a rapper ispirato dall'islam fino a militante islamico<sup>38</sup>. In estate abbandonò il rap, descrivendo la musica come un'attività *haram* (vietata dalla religione), indossando lunghe tuniche bianche e chiudendo molte delle sue amicizie. Iniziò anche a passare molto tempo online, visitando siti e forum jihadisti. Creò vari profili su Facebook (Anas Shakur, Anas Abdu Shakur) e twitter (@anas\_abdu), e cambiò il contenuto del canale Youtube (McKhalif) che aveva utilizzato sin da quando faceva il rapper, per renderlo più in linea con la sua nuova ideologia<sup>39</sup>.

Gli inquirenti rimasero colpiti dalla rapidità con cui i temi, le espressioni e le opinioni di el-Abboubi avevano assunto toni sempre più radicali. Se nel settembre 2012, quando l'azione di monitoraggio cominciò, le sue attività online indicavano solo forti

---

<sup>35</sup> <http://questure.poliziadistato.it/Brescia/articolo-6-91-56067-1.htm> (visitato il 21 gennaio 2015).

<sup>36</sup> U. Vallini, "A colloquio con papà El Abboubi", *Valle Sabbia News*, 15 giugno 2013.

<sup>37</sup> R. Mora, "Dr. Domino, il fenomeno del rap", *Giornale di Brescia*, 28 gennaio 2013.

<sup>38</sup> Intervista con funzionari di polizia, Brescia, ottobre 2013; A. Troncana, "La mamma: 'È bravissimo'. I compagni: 'Un talebano'", *Corriere della Sera*, 13 giugno 2013.

<sup>39</sup> <http://www.youtube.com/user/MCKHALIF> (visitato il 21 gennaio 2015).

sentimenti anti-americani e anti-israeliani, solo un paio di mesi dopo il giovane bresciano postava testi jihadisti (tra cui l'onnipresente testo di Anwar al-Awlaki "I 44 modi per sostenere il jihad"), cercava manuali sulle armi e su come confezionare esplosivi con sostanze reperibili sul mercato, e traduceva testi jihadisti<sup>40</sup>.

El-Abboubi iniziò anche a produrre il proprio materiale propagandistico. Realizzò un video dal titolo "La vera civiltà è questa?", che criticava la civiltà occidentale e mostrava Papa Benedetto XVI come un vampiro con la faccia e le mani insanguinate. Postò anche una poesia inneggiante al jihad le cui rime in italiano ricordano chiaramente il passato hip hop del giovane: «Il martirio mi seduce, voglio morire a mano armata, tengo il bersaglio sulla crociata, io sono la pallottola che ti infligge... ho sete di battaglia, jihad contro l'Italia... il nemico teme la morte, il *mujahid* questo lo sa, la Francia [sic] opprime i deboli, il *mujahid* la ucciderà»<sup>41</sup>.

Verso la fine del 2012 el-Abboubi esprimeva apertamente il suo desiderio di lasciare l'Italia per combattere il jihad. Non possedendo alcun contatto con facilitatori nel mondo reale, si rivolse al web. Attraverso internet venne in contatto con vari esponenti della scena jihadista italiana. Tuttavia molti, e in realtà i più potenti, contatti di el-Abboubi non erano in Italia ma all'estero. Attraverso twitter e Facebook il giovane contattò Millatu Ibrahim, un importante gruppo salafita tedesco, e partecipò a varie lezioni impartite su Paltalk da Omar Bakri, uno dei fondatori, negli anni Novanta, del cosiddetto *Londonistan* (ossia la scena jihadista londinese), oggi in esilio in Libano. El-Abboubi entrò in contatto anche con Anjem Choudary, braccio destro di Bakri, che in seguito fondò il movimento Sharia4UK. El-Abboubi divenne particolarmente interessato al ramo belga del

---

<sup>40</sup> Intervista con funzionari di polizia, Brescia, ottobre 2013. Quando fu arrestato, el-Abboubi era in procinto di tradurre il libro *L'Obbligo Mancante: Espellere gli Ebrei ed i Cristiani dalla Penisola Araba*, scritto dal leader della Jihad Islamica Egiziana, Mohammed Abdus Salam Faraj.

<sup>41</sup> Ordinanza d'applicazione di misura cautelare nel caso el-Abboubi, Tribunale di Brescia, 28496/12, 10 giugno 2013.



movimento, Sharia4Belgium. Il gruppo, che iniziò come piccola propaggine attiva perlopiù su internet e con piccole azioni dimostrative, ha sorpreso le autorità belghe nel corso degli ultimi mesi per via del suo ruolo nell'aver incanalato decine di musulmani belgi verso il combattimento in Siria. Nel dicembre 2012 el-Abboubi comprò un biglietto per volare a Bruxelles e incontrare di persona i leader di Sharia4Belgium. Il *meeting* fu però cancellato all'ultimo momento a causa degli arresti di vari esponenti del gruppo, effettuati dalle autorità belghe pochi giorni prima della partenza di el-Abboubi<sup>42</sup>.

Anche se non riuscì mai a incontrare di persona i suoi referenti del movimento Sharia4, el-Abboubi decise lo stesso di creare il ramo italiano del franchise. Il 23 agosto 2012, infatti, la pagina web di Sharia4Indonesia celebrava la nascita di Sharia4Italy e mandava i propri migliori auguri a el-Abboubi<sup>43</sup>. In realtà Sharia4Italy era un'entità significativamente più ridotta dei rami inglesi e belgi del gruppo, coinvolgendo solo un paio di amici di el-Abboubi. Cercando d'imitare le gesta delle branche più sviluppate dell'organizzazione, el-Abboubi e i suoi amici praticavano la *street da'wa*, si fotografavano in centro a Brescia vestendo tuniche e mostrando la bandiera italiana con la *shahada*<sup>44</sup> e si recavano sulle montagne per fare esercizi fisici<sup>45</sup>.

El-Abboubi creò anche il blog Sharia4Italy, dove pubblicava forti critiche al capitalismo e ai sistemi giuridici creati dall'uomo,

---

<sup>42</sup> Intervista con funzionari di polizia, Brescia, ottobre 2013; L. Damiani, "Manette al padre di 'Sharia4Italy', terrorista internazionale", *Corriere della Sera*, 12 giugno 2013; W. Petenzi, "L'aspirante bombarolo sgridato dal padre per cento euro spariti", *Corriere della Sera*, 14 giugno 2013; "Blitz antiterrorismo, arrestato studente marocchino. Cercava obiettivi da colpire in Italia", *Il Giornale*, Brescia, 13 giugno 2013; W. Petenzi, "Post e contatti da Vobarno con i combattenti in Siria", *Corriere della Sera*, 21 giugno 2013.

<sup>43</sup> <http://sharia4indonesia.com/2012/08/lahirnya-gerakan-sharia4italy/> (visitato il 12 dicembre 2013); intervista con funzionari di polizia, Brescia, ottobre 2013; L. Damiani, "Manette al padre"; W. Petenzi, "L'aspirante bombarolo".

<sup>44</sup> Cfr. *supra* nota 12.

<sup>45</sup> Intervista con funzionari di polizia, Brescia, ottobre 2013; foto disponibile su <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=307303602715564&set=pb.100003077808791.-2207520000.1385657145.&type=3&theater> (visitato il 5 dicembre 2013).

invocando un sistema islamico come soluzione per portare pace e giustizia sociale<sup>46</sup>. Come quelli dell'altro blog che aprì precedentemente, banca-islamica.blogspot.it, la maggior parte degli scritti di el-Abboubi sollevavano una critica al sistema bancario occidentale, promuovendo al contrario la divulgazione di informazioni sul sistema bancario islamico. «Basta interesse!» riportava a caratteri cubitali un volantino fatto circolare dal gruppo, «proponi anche tu un sistema bancario islamico al tuo consiglio comunale»<sup>47</sup>.

Nel maggio 2013 gli inquirenti, che avevano osservato con crescente apprensione la rapida radicalizzazione di el-Abboubi, divennero molto preoccupati dal fatto che il giovane avesse compiuto delle ricerche su Google Maps circa vari siti di rilievo nella città di Brescia<sup>48</sup>. La paura era che egli, non essendo riuscito a entrare in contatto con soggetti che avrebbero potuto facilitare il suo passaggio in Siria o in qualsiasi altro paese dove si sarebbe potuto unire a un gruppo jihadista, avesse deciso di eseguire attentati in Italia. Il 12 giugno 2013 la Digos arrestò el-Abboubi, che fu citato in giudizio in base all'articolo 270 quinquies per aver fornito informazioni con scopi terroristici<sup>49</sup>.

Il 18 giugno gli avvocati di el-Abboubi presentarono istanza di scarcerazione al tribunale del riesame asserendo che il loro assistito era solo un consumatore occasionale e passivo di propaganda jihadista<sup>50</sup>. Secondo la difesa il ragazzo si era limitato a visionare alcuni file a carattere jihadista ma non li aveva salvati

---

<sup>46</sup> Cfr. *supra* nota 11.

<sup>47</sup> <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=278023758976882&set=pb.100003077808791.-2207520000.1385651977.&type=3&theater> (visitato il 5 dicembre 2013).

<sup>48</sup> I siti sono la stazione di Brescia, la caserma Goito, il grattacielo Crystal Palace, piazza della Loggia e il cavalcavia Kennedy. Ordinanza di custodia cautelare nel caso el-Abboubi, Tribunale di Brescia, 7456/11, 10 giugno 2013; W. Petenzi, "Nel mirino dello studente pure questore e piazza Loggia", *Corriere della Sera*, 13 giugno 2013.

<sup>49</sup> Ordinanza di applicazione di misura cautelare, Tribunale di Brescia, 28496/12, 10 giugno 2013.

<sup>50</sup> Tribunale del riesame di Brescia, 348/2013, 1 luglio 2013; interviste col pubblico ministero di Brescia Antonio Chiappani e con l'avvocato di el Abboubi, Nicola Mannatrizio, Brescia, settembre e ottobre 2013; W. Petenzi, "‘Terrorista’ a Vobarno, la procura pronta a ricorrere in Cassazione", *Corriere della Sera*, 2 luglio 2013.

nè li aveva condivisi. I pochi file che aveva inviato ad altri soggetti, inoltre, non contenevano istruzioni specifiche o atte all'addestramento, ma erano anzi simili a documentari che chiunque potrebbe guardare in televisione (a riprova di ciò, asseriva la difesa, la maggior parte di tali file venivano da Youtube e non da siti jihadisti protetti da password). Infine, sostenevano i suoi avvocati, el-Abboubi aveva fatto ricerche su vari siti nella città di Brescia per mera curiosità, in quanto luoghi che visitava regolarmente e non avrebbe avuto alcun bisogno di visionarli su internet quando, se avesse voluto, avrebbe potuto farlo di persona. Il tribunale accolse il ricorso e scarcerò el-Abboubi. Nel novembre 2013 la Corte di Cassazione confermò la decisione<sup>51</sup>.

Tuttavia, allora, el-Abboubi aveva già lasciato l'Italia. Nell'agosto del 2013, infatti, il giovane creò un nuovo profilo su Facebook col nome di Anas al-Italy indicando come sua residenza "Aleppo, Siria"<sup>52</sup>. In quello che può essere interpretato come un gesto di scherno per le autorità italiane, il 16 di settembre el-Abboubi scrisse: «Libero di correre come una rondine nel cielo». Tre giorni dopo postò una lode per i bambini siriani: «Qui i bambini sono molto dignitosi nonostante la loro situazione drammatica e la miseria, ogni volta che offro loro soldi o cibo, rifiutano come se fossero già abbastanza ricchi».

La nuova pagina Facebook di el-Abboubi, prima di subire una brusca interruzione nel gennaio 2014, fu molto attiva e il giovane vi inseriva regolarmente nuove foto, link e commenti, molti dei quali generavano un acceso dibattito tra i suoi oltre duecento contatti. Particolarmente interessante è il video "Risposta al fondamentalismo laico", nel quale il ragazzo, parlando davanti a una telecamera, annuncia il suo testamento spirituale. Con una cadenza che ricorda il suo passato hip hop, il giovane si lancia in un'invettiva di 15 minuti contro la società occidentale, che definisce "perversa e malinconica".

---

<sup>51</sup> "El Abboubi resta libero, ma è 'scomparso'", *Brescia Oggi*, 9 novembre 2013.

<sup>52</sup> <https://www.facebook.com/anas.alitaly.7> (visitato il 24 dicembre 2013).

Nei primi minuti del video el-Abboubi parla della sua detenzione in Italia, denunciando il fatto che le autorità avessero cercato di sottometerlo, terrorizzarlo ed etichettarlo come un estremista, senza cercare di capire le sue posizioni e il suo rigetto della società occidentale. «Sono uno dei tanti immigrati che ormai hanno radicato la loro infanzia in questa Europa consumata dall'ipocrisia», incalza el-Abboubi prima di gettarsi in una critica a 360 gradi verso l'Occidente. «Con chi dovrei integrare i miei principi?» chiede sarcasticamente el-Abboubi prima di accusare la società italiana di difetti che includono l'individualismo, la promiscuità sessuale, la discriminazione e il poco rispetto per gli anziani. Al di là di qualche limitata menzione del sistema bancario islamico e dell'accordo Sykes-Picot, il discorso di el-Abboubi è pressoché privo di riferimenti a questioni di politica globale, anzi è un atto di accusa ai valori (o meglio, alla mancanza di essi) della società italiana e occidentale.

È interessante notare che i commenti ai *post* di el-Abboubi hanno spesso generato un vivace dibattito tra i suoi amici di Facebook. Alcuni di essi applaudono le sue gesta con ammirazione, altri hanno posizioni ben diverse. Molti di quelli che lo criticano sono donne che, a giudicare dal loro profilo su Facebook, non sembrano essere musulmane. Ma alcuni sono musulmani e anche salafiti osservanti, i quali cionondimeno criticano le posizioni di el-Abboubi riguardo il jihad da un punto di vista teologico. Vari membri della comunità jihadista italiana online ribattono a queste critiche, sostenendo che combattere in Siria costituisca un jihad legittimo e lodando chi lo compie. Questi dibattiti, che non di rado si sviluppano in centinaia di *post*, forniscono una preziosa prospettiva delle varie spaccature della comunità islamica italiana, incluse le sue frange più conservatrici.

## Conclusione

La dimensione propagandistica ha assunto negli ultimi anni un ruolo fondamentale all'interno delle attività condotte dai gruppi jihadisti. Valorizzata dalle enormi potenzialità offerte dai social

network, questa sembra non solo essersi saldamente imposta nell'agenda delle organizzazioni terroristiche, ma ha anzi trasformato in via di fatto la struttura e il *frame* operativo della scena jihadista europea.

Abbiamo, infatti, cercato di dimostrare come l'utilizzo contemporaneo della rete sia il risultato di una serie di innovazioni già introdotte e osservabili in Europa negli ultimi cinque anni, tramite la lungimiranza del movimento Sharia<sup>4</sup>. Il loro successo, unito al fenomeno massivo di *linkage* in direzione Europa – Levante, ha contribuito a esportare il modello a livello globale.

Questo scambio di *expertise* nello sfruttamento della rete ha portato a due rimarchevoli conseguenze. In primo luogo è osservabile un rapporto stretto fra la scena jihadista europea (e nordamericana) e quella attivamente impegnata sul fronte mediorientale (essendo questa maggiormente toccata da arrivi di combattenti dal Vecchio Continente), con effetti di coordinazione (o in alcuni casi semplice influenza) operativa, condivisione ideologica e divulgazione di conoscenze. Secondariamente, la scena jihadista globale si è assicurata in tal modo un pubblico incredibilmente vasto, potendo così contare su un'eterogeneità di *membership* precedentemente inimmaginabile.

A partire dalle innovazioni di carattere comunicativo, inoltre, la scena jihadista europea è strutturalmente mutata (e sta tuttora evolvendosi), assumendo una forma sempre più sviluppata orizzontalmente in cui è possibile riscontrare dinamiche sociali di sciame, che si concretizzano in una elevata flessibilità, coesione e mancanza di gerarchia. Il caso di Anas el Abboubi mostra chiaramente, seppur in fase embrionale, lo svilupparsi di simili meccanismi anche nella scena jihadista italiana.

Il teatro islamista europeo non va quindi inteso come una semplice cornice periferica rispetto al contesto primario dei gruppi jihadisti operativi nel mondo arabo-musulmano. Le sue caratteristiche, al contrario, mai come oggi sembrano rilevanti per prevedere future tendenze del panorama islamista in generale, specialmente in termini di comunicazione, propaganda e sfruttamento delle tecnologie. La natura dello scenario europeo,

comunque, rimane fortemente dipendente dai maggiori gruppi di riferimento, senza i quali è lecito aspettarsi un significativo declino in termini di produzione di contenuti.

## **6. Il *modus operandi* di Isis: il messaggio politico, la propaganda e l'indottrinamento**

*Harith Hasan al-Qarawee*

---

Lo Stato islamico in Iraq e nello Sham (Isis) ha cercato di sfruttare al meglio gli sviluppi positivi della campagna militare che lo ha portato a controllare la città di Mosul e altre aree a maggioranza sunnita dell'Iraq, traendo il massimo beneficio possibile dai suoi successi sul campo. Lo shock che ha accompagnato l'inaspettata caduta di Mosul e la caotica ritirata dell'esercito nazionale iracheno, ha facilitato alle unità del gruppo jihadista dedicate alla comunicazione la diffusione di una propaganda che ha glorificato la vittoria del movimento, annunciando il sorgere di un nuovo Stato Islamico (IS). Lo slogan di Isis è presto divenuto 'consolidarsi ed espandersi', sottolineando la promessa divina di un futuro prossimo in cui l'islam sarebbe prevalso sul mondo.

Isis ha dimostrato di saper combinare la struttura di un'organizzazione terroristica che si appoggia su attività cibernetiche e sulla distribuzione di materiali segreta, con una forma embrionica di propaganda "di stato". Secondo un rapporto del Counter Terrorism Center (Ctc)<sup>1</sup>, ciascun *wilaya* (provincia) ha avuto fin dall'inizio il suo ufficio stampa, largamente autonomo dal centro. Successivamente Isis ha cercato di imporre un maggiore controllo centralizzato sulle sue attività mediatiche, in particolar modo in seguito all'inizio delle operazioni militari

---

<sup>1</sup> M. Al-Ubaydi, N. Lahoud, D. Milton and B. Price, *The Group That Calls Itself a State: Understanding the Evolution and Challenges of the Islamic State*, West Point, The Combating Terrorism Center, December 2014.

antiterrorismo a conduzione americana, e alla diffusione di video e immagini raffiguranti alcuni militanti del movimento mentre giustiziavano membri delle tribù sunnite. Isis ha anche cercato di influenzare la copertura del giornalismo occidentale, come è stato nel caso del giornalista tedesco Jürgen Todenhöfer, a cui è stato permesso di entrare nei territori sotto il suo controllo, o John Cantlie, il reporter inglese preso in ostaggio dal movimento, che è stato poi autorizzato a scrivere un articolo per mensile *Dabiq*, realizzando anche diversi “video reportage”.

Sempre secondo il rapporto del Ctc, Isis sembra avere temporaneamente rinunciato ai canali dei social media “ufficiali” per concentrarsi su quelli non ufficiali e sui social forum. Tutto ciò rende più difficile seguire il gruppo sui social media, in quanto il contenuto che esso posta sui forum non-ufficiali si mischia inevitabilmente con gli innumerevoli materiali prodotti dagli attivisti, i simpatizzanti ecc.<sup>2</sup> In generale Isis dirige i propri messaggi verso diverse categorie di audience: la popolazione locale che vive al di sotto della sua autorità, il mondo esterno, compresi i musulmani al di fuori del califfato, e tutti coloro che non sono di religione islamica, in particolar modo i governi e i cittadini occidentali. Le comunicazioni si differenziano per contenuto, linguaggio e sofisticatezza, a seconda della categoria di persone a cui si rivolgono.

## 6.1 Popolazione locale

### *Costruzione di una legittimità e di un'amministrazione locale*

I messaggi con il grado di sofisticatezza e differenziazione più elevato sono quelli che Isis riserva alle popolazioni locali nei territori che controlla. In questo caso il gruppo ha dovuto affrontare diverse sfide allo stesso tempo, a partire dal consolidamento del proprio potere sul territorio e sulla popolazione, per arrivare all'attività di amministrazione dei territori, quest'ultima rivelatasi la più difficile, dal momento che ha richiesto un

---

<sup>2</sup> Ibid.



mutamento nella struttura di Isis: da gruppo ‘operativo’ armato terroristico, a qualcosa di simile a uno stato totalitario.

La propaganda diretta nei confronti delle popolazioni locali si è focalizzata nel promuovere la legittimità del controllo di Isis, presentandolo come lo “Stato Islamico” modello che meglio rappresentava gli ideali della popolazione. «Non vi prometto lusso e abbondanza (...), ma ciò che Allah promise ai credenti: la creazione del califfato in Terra», sono le parole di Abu Bakr al-Baghdadi, pronunciate nel corso della sua prima apparizione pubblica nella moschea Hadbaa di Mosul<sup>3</sup>. Isis ha cercato di presentare il proprio dominio come la salvezza per le popolazioni sunnite di Iraq e Siria, e se stesso come alfiere dell’eterna lotta missionaria contro i *rafida* (gli sciiti) in Iraq e i *nusairya* (gli alawiti) in Siria. Nel “Documento della città”<sup>4</sup>, pubblicato il 12 luglio 2014, il gruppo si autodefiniva «soldati dello Stato Islamico [...] che si sono fatti carico del fardello della restaurazione del glorioso *khilafa* (califfato) islamico, combattendo le ingiustizie sofferte dal nostro popolo e i nostri fratelli».

Il primo messaggio trasmesso da Isis alla popolazione locale è stato quindi «vi abbiamo salvato, restaurando la vostra dignità», che naturalmente ha implicitamente inteso: «dovete seguire le nostre leggi». Presentandosi come il restauratore delle autentiche leggi islamiche che tutti i “veri” musulmani attendevano, Isis ha cercato di delegittimare qualsiasi ideologia e organizzazione alternativa ad essa, specialmente nelle sue piazzeforti principali di Raqqa e Mosul. Il gruppo ha mostrato poca tolleranza nei confronti di altri gruppi sunniti che cercavano di darsi credito per la “liberazione” di queste due città. Quando alcune tribù locali rifiutarono di riconoscerne l’autorità, Isis non ha esitato a punirle brutalmente, come ci insegnano i massacri commessi contro le

<sup>3</sup> “Awal Dhuhur lil Khalifa Al-Daishi Abu Bakr Al-Baghdadi”, *Al-Arabiya*, 2014, <http://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/iraq/2014/07/05/لخدا في ظههورول>.htm.

<sup>4</sup> “Daish Yusdir Wathiqat Al-Madina fi Ninewa”, *Al-Arabiya*, 2014, <http://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/2014/06/13/المديةنةوؤيققةصدرداعش>.html.

tribù degli *Shueitat* di Deir al-Zur e Abu Nimr ad al-Anbar<sup>5</sup>. L'organizzazione terroristica ha cercato quindi di mettere nero su bianco come la sua protezione si estendesse solo a coloro che davano prova di essere “veri sunniti”, accettando naturalmente la peculiare definizione di “sunnismo” da essa sostenuta.

Basandosi sulla propria interpretazione giurisprudenziale dell'islam, Isis ritrae gruppi sunniti o comunità che rigettano di giurare fedeltà al proprio *khalifa* (califfo) come *murtaddin* (apostati), o *muntanin* (astenuiti). La prima definizione di norma diventa propria di quei gruppi che hanno combattuto AQ e Isis fin dall'inizio, come le tribù di al-Anbar di Abu Nimr, al-Jaghaiffa e Ajjubour. Le tribù che invece abitavano nei territori controllati da Isis e rifiutavano la sua protezione erano dichiarati “astenuiti”, come nel caso della tribù *Shueitat* di Deir al-Zur in Siria, definita “gruppo di astenuiti” e quindi decimata da Isis<sup>6</sup>.

Avendo presto compreso che la legittimità non è assicurabile solo con l'uso della forza, Isis ha cercato di raffigurare un modello amministrativo attraente, usando la macchina della propaganda per rappresentare la soddisfazione degli abitanti che vivevano nei territori sotto il suo controllo. Nel documentario di Vice intitolato “The Islamic State”<sup>7</sup> vediamo membri dell'al-Hisba diwan (una sorta di ministero del monitoraggio) andare per le strade, chiedendo ai comuni cittadini di esternargli le loro necessità e preoccupazioni, monitorando i prezzi dei prodotti primari. Venivano pubblicate le immagini dei propri servizi sociali, come l'assistenza medica a basso prezzo, la distribuzione di aiuti umanitari o bombole del gas ai residenti, l'apertura di classi d'insegnamento del Corano, l'assistenza minorile e il pattugliamento delle città in automobili

---

<sup>5</sup> M. Georgy, “ISIS Militants Kill Over 300 Members Of Defiant Iraqi Tribe”, *Huffington Post*, [http://www.huffingtonpost.com/2014/11/02/isis-albu-nimr-massacre\\_n\\_6089678.html](http://www.huffingtonpost.com/2014/11/02/isis-albu-nimr-massacre_n_6089678.html); J. Varghese, “Mass Grave of 230 from a Syrian Tribe Killed by ISIS Found”, *International Business Times*, 2014, <http://www.ibtimes.co.in/mass-grave-230-syrian-tribe-killed-by-isis-found-video-617701>.

<sup>6</sup> Badr Al-Ibrahim, *Daesh Wal-Wahabbiya Wal-Takfir: Al-Ikhtilaf Wal-Tashabuh, Al-Akhbar*, July 2, 2014 <http://www.al-akhbar.com/node/214666>

<sup>7</sup> *The Islamic State*. 2014. [Film] s.l.: Vice News.

della polizia<sup>8</sup>, che diventavano così altrettanti strumenti di propaganda verso l'esterno.

Le attività online di Isis hanno poi diffuso questa immagine di efficiente amministrazione pubblica, cercando di metterla in relazione con i governi centrali in Siria e Iraq. Il governo iracheno ha notoriamente fallito tanto nel contrastare la corruzione rampante, capillarmente diffusa nella burocrazia e nelle forze di



**Figura 6.1** - L'immagine in alto a sinistra mostra aiuti con il simbolo dell'Isis; in alto a destra – scatole e borse di aiuto col nome del gruppo e distribuzione di bombole del gas; in basso a sinistra – “l'Istituto dello Stato islamico per le Scienze religiose di Atharib; in basso a destra – una volante della polizia riconvertita con lo slogan Isis

<sup>8</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=9j27z2roYto>.

L. Dearden, 2014. *Islamic State: Propaganda photos claim to show Isis militants delivering food aid in Rutba*. [Online], <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/islamic-state-propaganda-photos-claim-to-show-isis-militants-delivering-food-aid-in-rutba-9721349.html>.

sicurezza, quanto nel ristrutturare le proprie infrastrutture e riformare i servizi pubblici: proprio la corruzione del governo, e i maltrattamenti da esso compiuti nei confronti della popolazione sunnita locale, sono state le maggiori cause della sua caduta di popolarità nelle zone del paese a maggioranza sunnita. Isis ha cercato di usare tutto ciò a proprio vantaggio, e continua a farlo attraverso una propaganda che mostra una grande intesa con la popolazione locale. Un account affiliato a Isis chiamato “Il diario di una *Muhajira* (immigrata)” ha pubblicato una lista di “fatti” sull’operato del gruppo, in favore della supposta efficienza della sua governance locale per attrarre più immigrati musulmani nei territori controllati da Isis. La lista riporta:

1 - non paghiamo affitti, le case ci vengono date gratis; 2 - non dobbiamo pagare bollette per l’elettricità né per il gas; 3 - ci vengono dati beni primari mensilmente; 4 - sovvenzioni mensili vengono donate non solo a marito e moglie (o mogli), ma anche per i figli; 5 - l’assistenza medica e le medicine sono gratuite, pagate dallo Stato Islamico; 6 - si sopravvive facilmente anche



» Jihad News « @Marrk211 · 10 gen

#IslamicState distributed winter clothes and school supplies to students in #Mosul ..  
[justpaste.it/madars](http://justpaste.it/madars)



← ↻ 36 ★ 27 ...

Visualizza altre foto e video

Figura 6.2 - Esempi dell’assistenza pubblica dell’Isis, riportata dai suoi sostenitori

senza parlare l'arabo: potete trovare praticamente ogni nazionalità in queste terre; 7 - vengono dati dallo stato 700 dollari in regalo ad ogni coppia neo-sposata (non sono sicura se quest'ultimo punto sia ancora valido oggi); 8 - se musulmani, non si devono pagare imposte ne tasse; 9 - nessuno lavora durante le preghiere, e potete vedere i negozianti lasciare i propri negozi aperti e pregare nella moschea o vicino ai propri negozi; 10 - il numero di matrimoni misti e di bambini di etnie miste è molto alto. È così bello vedere la fratellanza nell'assenza di ogni razzismo.

Ovviamente non sono riportate informazioni su come Isis possa fornire tali servizi, né quali siano le sue fonti di finanziamento. Questa propaganda contraddice inoltre molte delle informazioni provenienti dalle popolazioni locali di queste aree. Una pagina di Facebook, chiamata "Mosul Eyes", ha continuato a documentare cosa stesse effettivamente accadendo a Mosul attraverso le voci degli abitanti del luogo, e l'immagine complessiva che ci riporta è quella di una popolazione che vive in gravi ristrettezze economiche, assenza di servizi, oppressione e terrore.

## **6.2 "Salafizzazione" della società**

Da organizzazione salafita qual è, Isis crede fermamente che non vi sia giustizia se non nella sottomissione totale alla legge della sharia. Di conseguenza uno stato giusto è per definizione uno stato islamico, e di conseguenza coloro che lo abitano devono seguire i suoi precetti, dal momento che il gruppo sta "purificando" la società dalle leggi e dalle pratiche non "islamiche". Isis ha esposto un cartellone a Mosul che mostra un militante con un piede su un mucchio di libri di "legge", mentre tiene nella mano un kalashnikov; sotto cui si legge in arabo la scritta: «Non accettiamo nulla se non la Legge di Dio per giudicarci». Un messaggio simile è stato



**Figura 6.3** - Il cartellone dell'Isis con lo slogan: «sotto il mio piede le leggi fatte dall'uomo»

visto in un murale con lo slogan «Lo Stato Islamico: un libro guida e una spada dona la vittoria»<sup>9</sup>.

La radio locale, al-Bayan, alterna sermoni religiosi a letture che ribadiscono agli ascoltatori la superiorità del diritto divino sulle istituzioni “inventate” dall'uomo. I *diwan*, che assurgono alla funzione di “ministeri”, pubblicano le loro istruzioni ai residenti su documenti contenenti il nome del *diwan* relativo e lo slogan di Isis, che in seguito viene distribuito manualmente o appeso ai muri di moschee e istituzioni relative.

Uno dei documenti più rilevanti di Isis è stato, come ricordato in precedenza, il “Documento della Città”, che evidentemente fa

<sup>9</sup> Aymenn Jawad Al-Tamimi, *The Islamic State Billboards and Murals of Tel Afar and Mosul*, s.l., Pundicity. 7 gennaio 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=9j27z2roYto>; L. Dearden, “Islamic State: Propaganda photos claim to show Isis militants delivering food aid in Rutba”, *The Independent*, 2014, <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/islamic-state-propaganda-photos-claim-to-show-isis-militants-delivering-food-aid-in-rutba-9721349.html>.

eco alla “Costituzione di Medina”, che il profeta Muhammad formulò per definire le relazioni politiche e sociali nel primo Stato Islamico, al-Medina. Attraverso questo documento, rilasciato prima a Raqqa e in seguito a Mosul, Isis annunciava i maggiori principi del nuovo sistema politico e sociale. L’articolo 4 sottolinea che “sotto le nostre leggi le persone sono sicure e in salvo; non c’è vita migliore di quella sotto la legge islamica, che garantisce ai suoi soggetti i loro diritti e ristabilisce la giustizia per gli oppressi. Chiunque era contrariato in passato, grazie alla nostra azione è oggi salvo, a meno che non contesti o disubbidisca (le leggi)”. Il documento dichiarava che le proprietà governative dovevano rientrare sotto l’autorità del *khalifa* e che lo Stato Islamico avrebbe garantito le proprietà private dei musulmani. Richiamava tutti i credenti a prendere parte alle preghiere e invitava le donne a indossare il velo islamico (*niqab*). L’articolo (13) prevede la distruzione di “templi politeisti”, in riferimento a luoghi di culto sciiti o yazidi, o moschee sunnite costruite al di sopra di tombe, come stabilito dal profeta Muhammad nei suoi comandamenti. Vi s’includevano l’avviso che il gruppo terroristico non avrebbe tollerato alcuna fazione che minacciava ‘l’unità dei musulmani’ né alcun gruppo armato al di sotto di una bandiera di colore diverso da quella dello Stato Islamico.

Il documento si conclude affermando la posizione ideologica del movimento, fonte di ispirazione politica e propaganda. Così si rivolge agli abitanti di Mosul:

avete sperimentato ogni tipo di regime mondano, la monarchia, la repubblica, il Ba’atismo e la Rafidhiya (un termine dispregiativo per gli sciiti), e vi siete bruciati con il loro fuoco e fiamme. Ora è giunto il tempo dello Stato Islamico e del suo califfo, Abu Bakr al-Qarashi, e vedrete – con l’aiuto di Dio – quanto profondamente diverso sarà l’ingiusto governo laico... dall’Imam Qarashi, il cui arrivo è la rivelazione divina<sup>10</sup>.

Isis ha fatto circolare un comunicato il 14 luglio 2014, annunciando che la preghiera del venerdì si sarebbe interamente dedicata

---

<sup>10</sup> “Daish Yusdir Wathiqat Al-Madina fi Ninewa”, *Al-Arabiya*, 2014.

alla lettura e la spiegazione del “Documento della Città”<sup>11</sup>. Il gruppo ha utilizzato la moschea come una piattaforma d’indottrinamento e ne ha fatto uno strumento di legittimazione del proprio controllo e per ricreare “l’autentica” società islamica. In gran parte della letteratura jihadista, includendo l’influente libro *The Management of Savagery*<sup>12</sup>, scritto da uno stratega islamista noto col nome di “Abu Bakr Annaji”, troviamo un’attitudine ambivalente nei confronti delle società musulmane moderne. Da un lato i jihadisti si autorappresentano come i loro “protettori”; dall’altro, diffidano degli altri musulmani, considerandoli inesorabilmente contaminati dalle usanze dei regimi che li hanno governati così a lungo. Isis esprime quest’ambivalenza cercando al contempo di inculcare la sua visione nella società, mentre cambia la composizione della stessa, chiamando a raccolta i ‘veri musulmani’ nel califfato (attraverso l’immigrazione) e reprimendo con violenza gli oppositori sunniti.

La salafizzazione della società trova la sua espressione più tragica nel modo in cui vengono trattate le minoranze non sunnite. Attraverso un’interpretazione letterale delle scritture, i cristiani sono stati obbligati a scegliere se convertirsi all’islam o pagare un tributo allo stato. Il 17 luglio 2014 il *diwan* di Isis gli ha concesso una terza opzione: la partenza rapida dalla città, lasciandosi dietro tutti i propri averi<sup>13</sup>. La minoranza degli yazidi è stata trattata ancora più duramente, dal momento che Isis la considera “politeista” e quindi da cancellare, come emerge dalle pagine di *Dabiq*. Il gruppo ha inoltre pubblicato un pamphlet in cui sono state dettagliate le regole per la schiavizzazione delle donne yazidi, secondo una peculiare interpretazione della sharia<sup>14</sup>.

<sup>11</sup> Zawiyya, *Daish Tuharik Souq Al’Tibaa wa Mussalibuha Yasta’adunn li Ilaq Mabtta Ibhayya*. 2014.

<sup>12</sup> A.B.Annaji, n.d. *Idarat Attawabush: Akhtar Marhala Satamur Biba Al-Umma*, Center for Islamic Studies and Research.

<sup>13</sup> “Daish Tukhayir Al-Massihyeen fi Al-Mosul Bayna I’atinaq Al-Islam wa dafi’ Al-Jizya wa Muwajehat AssayP”, *Assakina*, <http://www.assakina.com/news/news2/49324.html>, 2014.

<sup>14</sup> “Daish Tusdir Ta’alimat Jadida Hawla Al-Tariqa Allati Umkin Al-Tamatu’s biha Bil-Sabaya”, *Rawafid*, 2014, <http://www.rawafednews.com/more-42638-17>.





Il 20 dicembre 2014 Isis ha emesso, inoltre, un comunicato e annunciato il completamento della revisione del curriculum scolastico siriano “secolare” da parte di un comitato speciale, concludendo che «l'intero sistema educativo (...) è deviato». Il comitato ha deciso di chiudere le scuole finché non verrà prodotto un nuovo programma. Agli insegnanti è stato dato un ultimatum per recarsi al *diwan*, pentirsi, e quindi prendere corsi sulla sharia e la religione prima di poter riprendere le attività pedagogiche. Secondo un residente di Mosul, Isis ha introdotto e permesso la vendita di migliaia di libri religiosi in città, come parte del processo d'indottrinamento<sup>18</sup>.

La mobilitazione è un altro tema centrale della propaganda di Isis nelle aree sotto il suo controllo. L'idea di jihad e che i musulmani debbano essere pronti a combattere per il loro “Stato Islamico” è ricorrente nei comunicati del movimento. Murales e cartelloni a Mosul e Raqqa sono pieni di slogan in favore del jihad. Una famosa citazione dell'intellettuale egiziano Sayyid Qutb è stata ripresa in diverse scritte ed è comparsa ripetutamente nei testi di Isis: «Chiunque non paga il prezzo del jihad, pagherà il prezzo dell'astensione»<sup>19</sup>. Nel gennaio 2015, Isis ha rilasciato delle fotografie di alcuni bambini che ricevevano un addestramento militare in un campo a Tel Afar (nella regione di Ninawa). I bambini indossavano bandane riportanti slogan di Isis e si esercitavano in arti marziali. Nei social media jihadisti circola il video di uno di questi bambini intento a spiegare come fosse emigrato con i suoi genitori nello Stato Islamico per diventare un martire. Nel gennaio 2015, Isis ha diffuso un altro, scioccante filmato, in cui un bambino di circa 10 anni giustizia due adulti accusati dal gruppo di essere “spie russe”<sup>20</sup>. Queste scene che

---

<sup>18</sup> Comunicazione personale.

<sup>19</sup> Al-Tamimi, *The Islamic State Billboards*.

<sup>20</sup> S. Malm, “ISIS release new footage claiming to show a child executing two Russian “spies” by shooting them in the back of the head”, 2015, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2908498/ISIS-release-new-footage-claiming-child-executing-two-Russian-spies-shooting-head-just-staged-fake.html>; A. Withnall, “Isis ‘execution video’ purports to show 10-year-old boy shooting dead two ‘Russian spies’”, 2015 <http://www.independent.co.uk/news/world/middle->

coinvolgono bambini hanno lo scopo di dare continuità al progetto di Isis, cercando di normalizzare ulteriormente l'idea di jihad, mostrando il suo successo nel formare le società e costruire una nuova generazione di combattenti.

### 6.3 Isis e il mondo

#### *La propaganda verso il mondo islamico*

Isis si autorappresenta come l'obiettivo ultimo verso cui ciascun vero musulmano deve tendere, e quindi sollecita tutti i credenti a emigrare nelle aree sotto il suo controllo, unendo le loro forze a quelle del califfato e supportando lo "Stato Islamico" in ogni modo possibile. *khilafa* (califfato) è presentato come una parte integrante dell'islam che i credenti avevano perso da lungo tempo e solo ora hanno ritrovato grazie ai suoi mujaheddin (militanti religiosi). Il gruppo ha espulso i cristiani e le altre minoranze religiose, espropriando i loro beni, e in alcuni casi anche le stesse famiglie sunnite che fuggivano da Mosul o Raqqa e non erano in grado di dimostrare le loro proprietà in questi centri. Al contempo il movimento ha invitato a unirsi al suo progetto sunniti di ogni parte del mondo, specialmente coloro che credevano nella causa del califfato, sia emigrando all'interno di esso, sia collaborando dai loro paesi d'origine. Isis sta stimolando un cambiamento demografico con l'obiettivo di rafforzare la propria presa su queste città e attrarre nuovi adepti a supporto della sua ideologia.

Nel suo primo discorso come califfo, al-Baghdadi si è rivolto a tutti i musulmani, celebrando la creazione del califfato-stato e invitandoli a unirsi a esso: «venite nel vostro stato, la Siria non è dei siriani, né l'Iraq è degli iracheni, la terra è solo di Allah, che decide a chi affidarla»<sup>21</sup>. Il califfo si è rivolto in particolar modo a teologi, predicatori, giurisperiti, chiunque abbia esperienza

---

east/isis-execution-video-purports-to-show-10yearold-boy-shooting-dead-two-russian-spies-9975648.html.

<sup>21</sup> «Al-Baghdadi Bi Khitab Al-Khilafa: Alyawm Lakum Dawla Fahajitu Ilaiha», *CNN Arabic*, 2014, <http://arabic.cnn.com/middleeast/2014/07/01/baghdadi-speech-isis>.

militare, di amministrazione e nei servizi, dottori e ingegneri, ricordandogli che è loro preciso dovere aiutare altri musulmani. I cittadini di Mosul hanno affermato che Isis annovera nelle sue fila membri qualificati con esperienze specifiche. Il capo del *diwan* preposto all'educazione, Ridha Siyam, era un cittadino tedesco di origine egiziana. Ucciso in un raid aereo, è stato descritto come «ben informato riguardo ai sistemi educativi». Lo stesso vale per il responsabile del dicastero degli affari economici e finanziari<sup>22</sup>.

Questa particolare costruzione utopica di matrice islamica, creata per realizzare una promessa divina, è sempre stata parte integrante del messaggio diretto da Isis verso gli altri musulmani. L'organizzazione non si è solo concentrata sull'idea astratta di califfato islamico, ma ha anche cercato di mostrare esempi concreti del suo «governo equo», in cui «non ci sarà più povertà»<sup>23</sup>. Come gran parte dei gruppi totalitari, Isis si figura un modello di collettività missionaria ed egalitaria, dove ciascun individuo ha un ruolo per servire la *umma* ed è perciò ricompensato. A volte la ricompensa è divina, e questa è la particolarità del totalitarismo di Isis, anello di congiunzione tra la sfera temporale e quella eterna.

Al contempo, mentre cerca di rivolgersi a tutti i credenti, Isis non può ignorare la competizione delle altre organizzazioni jihadiste, in particolar modo di AQ e della sua succursale in Siria, Jabhat al-Nusra (JN), che si unisce ad altri gruppi minori sia in Siria sia in Iraq. Il califfato ha ingaggiato con essi una lotta politica, ideologica e militare, usando la sua propaganda per rimarcare la preminenza dello Stato islamico in espansione, al quale ogni altro gruppo deve giurare fedeltà. Ha insistito che nessun'altra bandiera al di fuori della sua può essere issata nelle sue terre e ha celebrato le dichiarazioni di *baiya* (lealtà) degli altri gruppi jihadisti nella regione. Isis ha usato questi annunci, anche i più simbolici, per dare l'impressione di un progetto in costante crescita, nonostante le ostilità incontrate sul suo cammino.

---

<sup>22</sup> Comunicazione personale.

<sup>23</sup> *The Islamic State*, 2014. [Film] s.l., Vice News.

I forum jihadisti sono stati teatro di un forte dibattito riguardante le azioni e le decisioni di Isis. I suoi sostenitori hanno cercato di giustificare le dichiarazioni del califfato in termini religiosi, in quanto basate sull'originale giurisprudenza salafita. Il gruppo ha dichiarato guerra sia *manu militari* sia sotto il profilo ideologico e propagandistico contro tutti coloro che sfidavano la sua autorità, pubblicando diversi documenti per motivare e supportare azioni contro di essi. Una di queste dichiarazioni è quella pubblicata nel febbraio 2014, che accusa JN di tradire il progetto islamico, essendosi alleato con fazioni che adottano un approccio deviante. La dichiarazione spiega come Isis avesse cercato di evitare lotte intestine contro altri jihadisti, rimanendo inoltre aperto ad adesioni da parte dei membri di JN; mentre conclude minacciando tutti coloro che continuano a combattere Isis, rifiutando di accettarlo quale rappresentasse dell'unico e vero progetto jihadista.<sup>24</sup>

È degno di nota come il discorso di Isis invece cambi di tono nelle aree dove questo gruppo esercita un controllo solo parziale. Ad esempio, a Halab (Aleppo), dove Isis coabita con altri gruppi siriani, l'organizzazione usa il linguaggio dell'opposizione e cerca di assumere il ruolo di capofila nella lotta contro il regime di Assad. In una dichiarazione del suo ramo nell'est della città, Isis ha incolpato il regime e gli "ipocriti" di aver organizzato una dimostrazione contro la sua presenza, cercando di forzare il proprio ufficio locale. Il testo aggiunge che l'organizzazione avrebbe presto incominciato una campagna per eliminare gli "alleati del regime", nominando esplicitamente due gruppi dell'opposizione che saranno presi di mira<sup>25</sup>.

Nel loro tentativo di reclutare nuovi militanti e simpatizzanti, i centri mediatici di Isis hanno pubblicato i filmati delle battaglie sostenute dal movimento, includendo anche le scene dei massacri nei confronti di soldati siriani e sciiti, e altre azioni violente che si presume simbolizzino la "vendetta islamica", creando il mito di un'organizzazione invincibile. La violenza estrema è servita a indebolire il morale dei suoi avversari, contribuendo al collasso

---

<sup>24</sup> "The Islamic State in Iraq and Assham - Wilayat Al-Khubar", 9 febbraio 2014.

<sup>25</sup> "The Islamic State - Wilayat Halab", 1 novembre 2013.

delle unità dell'esercito iracheno alla vigilia della caduta di Mosul. È stato anche utile a provocare il nemico e quindi approfondire il solco di quella divisione settaria che è per Isis terreno fertile di reclutamento. Le scene delle esecuzioni di massa dei soldati iracheni disarmati, di stanza nella base di Spiker-Salahaddin, hanno avuto proprio questo effetto, accelerando la mobilitazione delle milizie sciite<sup>26</sup>. La violenza del gruppo è di per sé un messaggio che cerca non solo di terrorizzarne gli avversari, ma anche di attrarre quel tipo di giovani jihadisti 'arrabbiati' e marginalizzati nelle loro rispettive società di provenienza.

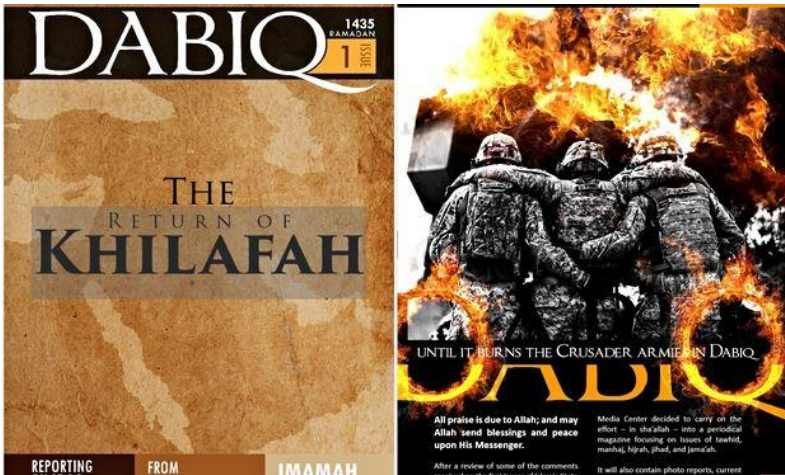
Isis ha inoltre sviluppato i suoi strumenti di attrazione emotiva, nel tentativo di conquistare il cuore di tutti i musulmani. I suoi inni sono stati diffusi dai jihadisti online e dai tanti simpatizzanti del movimento, usando un linguaggio che parla di determinazione e amore per il martirio. Nonostante questi inni non abbiano alcun accompagnamento musicale, di norma vengono cantati da *munshideen* (cantori) dalle voci potenti e suadenti. Verso la fine del 2013 Isis ha pubblicato il brano "O mia Umma, l'alba è sorta", che divenne subito molto popolare sulle piattaforme jihadiste e tra i simpatizzanti di Isis. Questi inni sono importanti perché fungono da colonna sonora per tutti i video dello Stato Islamico; vengono trasmessi dalle autoradio nelle città sotto il suo controllo, e sono addirittura diffusi nei campi di battaglia.<sup>27</sup>

Questa fervida espressione di propaganda è rafforzata dalla mitologia che Isis ha adottato nei suoi discorsi e nella propaganda che vede il conflitto contemporaneo in termini apocalittici. Il gruppo ha chiamato il suo periodico *Dabiq* dal nome di un paese nella regione di Aleppo, in Siria, vicino al confine turco, che appariva con ricorrenza in una profezia islamica che presagiva la vittoria dei musulmani su "Roma" (che i jihadisti da tempo associano con i poteri occidentali), prima di muovere alla

---

<sup>26</sup> A. Baker, "Massacre Claim Shakes Iraq", *Time*, 2014, <http://time.com/2878718/isis-claims-massacre-of-1700-iraqis/>.

<sup>27</sup> A. Marshall, "How Isis got its anthem", *The Guardian*, 2014, <http://www.theguardian.com/music/2014/nov/09/nasheed-how-isis-got-its-anthem>.



conquista di Costantinopoli (oggi Istanbul). La profezia era citata nelle prime pagine del mensile<sup>28</sup>.

La mitologia è stata usata per ricordare al pubblico che Isis sta eseguendo un “piano divino”, e che combattere per esso è per tutti i credenti la scelta fondamentale in favore della fede, o contro di essa. Alcuni hanno interpretato l’attacco di Isis ai danni della città curda di Khobane, in Siria, come il tentativo di assicurarsi la strada per Dabiq. I simpatizzanti del gruppo sui social network hanno contato e ricontato il numero degli stati che si univano alla coalizione internazionale contro Isis in Siria e Iraq, per essere sicuri che raggiungesse il numero di 80 membri, come le bandiere nemiche nella profezia. La predizione è riconosciuta da un ristretto numero di jihadisti, e non è in alcun modo influente nelle interpretazioni ufficiali dell’islam. Tuttavia, è stata usata per rafforzare il senso d’ineluttabilità che Isis cerca di creare con la sua ambizione di “rimanere ed espandersi”.

<sup>28</sup> G. Fraser, “To Islamic State, Dabiq is important – but it’s not the end of the world”, *The Guardian*, 2014.  
<http://www.theguardian.com/commentisfree/belief/2014/oct/10/islamic-state-dabiq-important-not-end-of-the-world>.

## 6.4 La propaganda verso i non-musulmani

Isis è la reincarnazione del primo gruppo affiliato ad AQ operante in Iraq sotto la guida di Abu Mus'ab al-Zarqawi, *Tanzim al-Tawheen Wa-l-Jihad*, noto come al-Qaida in Iraq (Aqi), che ha iniziato il suo progetto jihadista composto e diretto principalmente da militanti stranieri. In un secondo momento il gruppo si è progressivamente "irachenizzato", e oggi alcune delle sue formazioni, in particolar modo il Consiglio militare, sono composte maggiormente da ex ufficiali sunniti del vecchio esercito iracheno<sup>29</sup>. Con un leader di origini irachene, sostenuto da efficienti ex ufficiali baathisti, Aqi è stato sempre più coinvolto nel conflitto locale iracheno, sfruttando il crescente conflitto inter-settario. Tuttavia, in seguito alla presa di Raqqa in Siria, e alla successiva dichiarazione del califfato, unito alla cancellazione delle frontiere stabilite dall'accordo Sykes-Picot, Isis ha recuperato il respiro di un'organizzazione globale: ciò non è solo una questione di retorica, ma ha anche di concreti vantaggi operativi per l'organizzazione. Un'impresa jihadista internazionale ha decisamente più appeal per i giovani musulmani di tutto il mondo di un progetto limitato localmente, e questo dà a Isis un vantaggio consistente a fronte di altri gruppi jihadisti nella regione, la cui dimensione locale inevitabilmente ne condizionava l'attrattiva. Un jihadista straniero preferisce combattere per lo "Stato Islamico", piuttosto che per un semplice gruppo iracheno o siriano. Inoltre, proprio mentre Isis territorializzava le sue operazioni attraverso la frontiera siro-irachena, doveva necessariamente ricercare una causa più grande per continuare a legittimarsi.

Nel momento in cui gli Stati Uniti hanno deciso di lanciare la campagna militare contro Isis per impedire una sua ulteriore espansione verso le maggiori città dell'Iraq, il movimento ha preso ufficialmente il posto di AQ come principale organizzazione jihadista. Il gruppo ha così incrementato le comunicazioni destinate all'Occidente e gli occidentali, ribadendo a questi ultimi

---

<sup>29</sup> A. A.-R. Al-Bakri, *Daish wa Mustaqbal Al-Alam: Bayna Al-Wad'i Al-Siyassi wal Hadith Al-Nabawi Al-Sharif*, Cologne, Dar Al-Ghurabaa Lil Nashr, 2014.



il messaggio «vi combatteremo e vi sconfiggeremo». È così che sono state diffuse sempre più notizie, immagini e filmati delle vittime civili dei raid aerei occidentali, che sono diventati altrettanti strumenti di propaganda per reclutare nuovi volontari nella causa jihadista, questa volta facendo leva sul sentimento di fratellanza a fronte dell'attacco americano<sup>30</sup>. Al contempo, Isis ha cercato di evitare di apparire troppo sulla difensiva; ha iniziato la pubblicazione di filmati nei quali decapitava ostaggi occidentali, solitamente in seguito a sermoni di sfida, e ha evidenziato il ruolo dei jihadisti occidentali nel minacciare i loro paesi d'origine, concretizzando così la minaccia stessa come vicina e imminente<sup>31</sup>. I jihadisti e i propagandisti di madrelingua inglese sono divenuti fondamentali in questo nuovo ambito, trasmettendo all'occidentale il concetto «ti siamo più vicini di quanto tu non lo sia a noi».

Nel confronto con l'Occidente Isis sta cercando quindi di massimizzare i suoi vantaggi. Un altro tema ricorrente è come al jihadista piaccia la morte tanto quanto l'occidentale sia attaccato alla vita. I jihadisti cercano di dimostrare che essi sono pronti a commettere ogni atrocità per terrorizzare i loro nemici e indebolirne il morale. Anche quando mostra filmati o immagini in cui decapita cittadini occidentali, Isis si assicura che la colpa venga attribuita all'Occidente, usando le stesse vittime per ripetere l'atto d'accusa prima dell'esecuzione. Ad esempio, il periodico *Dabiq* ha pubblicato un messaggio del giornalista americano Steven Sotloff pochi giorni prima della sua decapitazione per mano di Isis. L'organo del movimento cita Sotloff mentre afferma che Isis sa che lui è un giornalista, ma che «come i raid aerei americani

---

<sup>30</sup> A.M. Al-Masri, *Al-Harb Al-Salibbiyya Al-Jadida Dhibb Al-Muslimeen*, 2014, <http://www.muslm.org/vb/printthread.php?t=537782&pp=15>.

<sup>31</sup> T. McCoy, "How ISIS and other jihadists persuaded thousands of Westerners to fight their war of extremism", *The Washington Post*, 2014, <http://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2014/06/17/how-isis-persuaded-thousands-of-westerners-to-fight-its-war-of-extremism/>; P. Ross, "ISIS Recruitment Reaches 'Unprecedented Scale' With 15,000 Foreign Jihadists Joining Militant Fighters", *International Business Times*, 2014, <http://www.ibtimes.com/isis-recruitment-reaches-unprecedented-scale-15000-foreign-jihadists-joining-militant-1716684>.

non distinguono tra chi è armato e chi non lo è, allo stesso modo non fa alcuna distinzione per Isis». John Cantlie, il giornalista britannico suo ostaggio, ha scritto un articolo per il sesto numero di *Dabiq*, in cui loda le decisioni e le azioni del movimento e critica la politica americana.

Il quarto numero di *Dabiq* era intitolato “The Failed Crusade” (la Crociata fallita), e aveva per oggetto proprio l’offensiva della coalizione a guida americana per contrastare lo Stato Islamico. Con un tono tra il serio e il sarcastico, il giornale preconizzava il fallimento della campagna militare. Uno degli articoli afferma con certezza che «questa (l’islam nell’accezione di Isis) è la religione a cui è stata promessa la vittoria». La foto di copertina ritrae piazza San Pietro, a Roma, il cui obelisco appare sormontato dal vessillo nero di Isis, riaffermando le ambizioni di conquista mondiale del movimento. L’edizione del magazine pubblica anche un discorso di Mohammed al-Adnani, il portavoce di Isis, che giura solennemente che

conquisteremo la vostra Roma, distruggeremo le vostre croci e schiavizzeremo le vostre donne, col permesso di Allah, l’Altissimo. Questa è la nostra promessa; egli è glorioso e non manca di rispettare le sue promesse. Se non le compiremo noi stessi, queste stesse verranno portate a compimento dai nostri figli e dai figli dei nostri figli, ed essi venderanno i vostri figli come schiavi al mercato<sup>32</sup>.

## Conclusioni

Isis è un nuovo modello di totalitarismo basato su tre pilastri: l’estrema violenza, l’indottrinamento e l’espansione territoriale. La sua natura ultra-violenta supera quella di ogni altra organizzazione jihadista vista finora, rivelando sia la sua indole nichilista, sia il suo progetto di radicale sconvolgimento politico, sociale e demografico. A differenza di AQ e di gran parte delle altre organizzazioni terroristiche, Isis pretende di essere un vero e

---

<sup>32</sup> *Dabiq*, Issue 4.

proprio stato, controllando direttamente dei territori e cercando di imporre al loro interno il “legittimo” monopolio dell’uso della forza. Mentre la violenza è un elemento essenziale del processo di formazione di questo stato, l’indottrinamento è un’altra componente cruciale del suo progetto totalitario. Isis ha iniziato ad attrarre sostenitori presentandosi come il “protettore” dei sunniti in Iraq e in Siria, traendo profitto dall’inasprimento delle divisioni settarie in questi paesi e nell’intera regione. Dopo aver assicurato il proprio controllo su larghe porzioni territoriali, il gruppo ha adottato una retorica più “aggressiva” per legittimarsi, minando e attaccando al contempo la credibilità dei suoi rivali. Isis concepisce sé stesso come la “pura” manifestazione dell’islam, l’unica che imita il Profeta e ne ristabilisce lo stato, indicando ai suoi fedeli come seguirne la visione. L’indottrinamento assume due forme distinte: la “salafizzazione” della società, e la chiamata all’emigrazione nel califfato di tutti i musulmani nel mondo.

Ma l’ideologia di Isis è in ultima analisi fondata sul concetto di espansione. L’auto-confinamento nei territori sotto il suo controllo alla lunga indebolirebbe la pretesa del movimento di “rappresentare l’intera *umma* islamica”. Nelle parole che un combattente tedesco di Isis, Abu Qatada, ha rivolto al giornalista suo conterraneo Jürgen Todenhöfer, Isis non ha «frontiere, ma fronti di guerra»<sup>33</sup>. Il suo slogan “rimanere ed espandersi” riflette l’obiettivo di consolidare il proprio potere nei territori sotto il suo possesso, e usarli quindi come base per lanciare nuovi attacchi e conquistarne di nuovi.

Per Isis la propaganda è stata fin dal principio uno strumento rilevante per raggiungere i propri obiettivi. Il gruppo ha sviluppato una tipologia di comunicazione “tradizionale” che è stata funzionale a entrare in contatto con la popolazione locale, ma si è soprattutto concentrato nell’accrescere la propria presenza sulla rete, social networks e Youtube in particolare, che gli hanno fornito amplificatori a basso prezzo per diffondere il suo messaggio a un vasto pubblico disseminato per il mondo. Nonostante i

---

<sup>33</sup> Jürgen Todenhöfer published his interview with Abu Qatada on his facebook page: <https://www.facebook.com/video.php?v=10152723644955838&pnrref=story>.

tentativi esterni di limitare la diffusione e l'impatto della propaganda dell'organizzazione, il network di supporter e l'esperienza maturata nel jihadismo online hanno permesso a Isis di aggirare o manipolare alcune di queste barriere. Questa è una guerra che continuerà sia nel mondo "online" che in quello offline; ed è tanto una lotta ideologica, quanto uno scontro militare. Le armi possono, infatti, servire a contenere il gruppo, forse anche ricacciarlo fuori da aree attualmente sotto il suo controllo. Ma è la guerra sulla propaganda che deciderà se, un domani, organizzazioni come lo Stato Islamico avranno un ruolo primario o marginale.

## Gli autori

---

**Harith Hasan al-Qarawee**, è ricercatore presso Radcliffe Institute- Harvard University. Analista politico, la sua area di ricerca si concentra sullo stato, la religione e l'identità dell'Iraq e del Medio Oriente. Ha scritto pubblicazioni per varie riviste accademiche inglesi e arabe, inoltre ha lavorato anche come commentatore e consulente politico.

**Marco Arnaboldi**, studioso di movimenti islamisti radicali ed esperto dei processi di radicalizzazione via web e social network, ha collaborato negli ultimi anni con diversi giornali e think tank, tra cui il *Corriere della Sera*, l'Istituto per gli Studi di Politica Internazionale (ISPI), la Fondazione Internazionale Oasis e il *Caffè Geopolitico*.

**Paolo Luigi Branca**, è ricercatore in Islamistica presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Insegna Storia delle Religioni (Islamismo) presso l'Istituto Superiore di Scienze Religiose di Milano. È stato relatore in numerosi convegni e seminari di studio presso varie istituzioni tra le quali: Pontificia Universitas Urbaniana, Institut du Monde Arabe – Parigi, Accademia della Guardia di Finanza – Bergamo, Centro Altri Studi per la Difesa – Roma, Université de Lausanne, Università di Pisa, Università di Firenze, Università di 'Ain Shams – Il Cairo (Egitto).

**Marco Lombardi**, Scientific Advisor presso l'ISPI. È professore associato di Gestione delle crisi e dei rischi della comunicazione, Teoria della comunicazione di massa e Sociologia all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, e direttore di ITSTIME (Squadra Italiana per la Sicurezza terroristici Issues & Gestione

Emergenze). È anche membro del comitato scientifico del dottorato internazionale di Criminologia e direttore della Scuola di giornalismo dell'Università Cattolica.

**Paolo Maggiolini**, Ph.D in Istituzioni e Politiche, è ISPI Research Fellow e collabora con l'Università Cattolica di Milano. Le sue ricerche si focalizzano sul rapporto tra religione e politica in Medio Oriente, con particolare attenzione alla dimensione del cristianesimo arabo, al radicalismo islamico e ai contesti di Israele, Giordania e Palestina.

**Monica Maggioni**, giornalista. Da gennaio 2013 è direttore di Rainews. Ha condotto diversi programmi della televisione italiana ma ha sempre voluto fare la reporter di guerra. Dalla fine degli anni Novanta si è occupata di crisi in giro per il mondo, dall'Iraq, all'Iran, all'Afghanistan. Ha raccontato gli Usa, incontrato capi di stato, pacifisti e terroristi. È regista di due documentari: *Ward 54*, e *Out of Tehran*. Ha pubblicato due libri: *Dentro la guerra* e *La fine della verità*.

**Andrea Plebani**, assegnista di ricerca presso la Facoltà di Scienze Linguistiche e Letterature Straniere dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, è professore a contratto di Storia delle Civiltà e delle Culture politiche presso la sede di Brescia. Ricopre inoltre la posizione di Associate Research Fellow presso Ispi e collabora al progetto "Conoscere il meticcio, governare il cambiamento" promosso dalla Fondazione OASIS.

**Lorenzo Vidino**, Ph.D., è uno dei massimi esperti di islamismo e violenza politica in Europa e Nord America. Visiting Fellow all'ISPI, ha lavorato come professore e ricercatore presso RAND Corporation, Harvard University e la National Defense University. È autore di vari libri, tra cui *The New Muslim Brotherhood in the West* (Columbia University Press, tradotto in arabo da Al Mesbar). Ha testimoniato di fronte al Congresso americano in varie occasioni e collabora con autorità in vari paesi.



