

# JIHADPROPAGANDA

DE EFFECITIVITEIT VAN HEDENDAAGSE JIHADPROPAGANDA IN ICONOLOGISCH PERSPECTIEF



# Universiteit Utrecht

## Bachelor Scriptie

Student: Josephine van Bennekom  
Studentnummer: 5524245  
Onderwijsinstelling: Universiteit Utrecht  
Bachelor: Kunstgeschiedenis  
Begeleider: dr. Hestia Bavelaar  
Tweede lezer: dr. Anja Novak  
Datum: 7 juni 2018

## Inhoudsopgave

<b>Samenvatting .....</b>	<b>3</b>
<b>Inleiding.....</b>	<b>4</b>
<b>Probleemanalyse .....</b>	<b>6</b>
<b>Onderzoeksdoel.....</b>	<b>7</b>
<b>Aanpak .....</b>	<b>8</b>
<b>Relevantie.....</b>	<b>10</b>
<b>Afbakeningen .....</b>	<b>11</b>
<b>1. De evolutie van de jihadpropaganda .....</b>	<b>14</b>
<b>2. Van Antiheld naar Actieheld: de propaganda van jihadstrijders.....</b>	<b>21</b>
<b>3. You Only Die Once: why not make it martyrdom? .....</b>	<b>34</b>
<b>4. Welcome to the Land of the Living: de manische utopie van het Kalifaat.....</b>	<b>46</b>
<b>Conclusie .....</b>	<b>58</b>
<b><i>Bibliografie</i> .....</b>	<b>61</b>
<b>Bijlage.....</b>	<b>65</b>

## Samenvatting

Jihadpropaganda is de laatste jaren enorm succesvol gebleken. Verschillende mensen zijn naar Irak en Syrië vertrokken om zich aan te sluiten bij extremistische organisaties. Anderen hebben *lone wolf* aanslagen in eigen land gepleegd. In dit onderzoek wordt beschreven waarin de effectiviteit van de jihadpropaganda ligt aan de hand van een iconologische analyse. Daaruit blijkt jihadpropaganda een typisch hedendaags fenomeen te zijn, dat inspeelt op *participatory culture*, *appropriation* en *read-write culture* of *remixculture*. Het is postmodernistisch van karakter omdat het (soms letterlijk) beelden uit klassieke kunst en populaire (film)cultuur blendt met islamitische symboliek. Clichés worden omarmd. Wapens zijn alomtegenwoordig in de propaganda en fungeren als een soort statusobjecten om macht te tonen. Onder de zogenaamde sluier van de Islam houden zich brute ideologieën schuil, waarbij mensen worden misleid door het manipuleren van islamitische waarden en concepten en het geven van valse beloftes. De miskende moslim zou veranderen van een antiheld in een actieheld, (zelfmoord)aanslagen zouden de ultieme vorm van altruïsme en onderwerping aan Allah's gezag zijn en het kalifaat zou een geslaagde staat zijn, vrij van vernedering en een plek van veiligheid en geluk. Er wordt op dit moment nog steeds actief propaganda gemaakt. Zolang de ideologie nog aanwezig is, die door propaganda over *social media* verspreid wordt, heerst het gevaar dat Islamitische Staat onder een nieuwe naam verder zal gaan en nog gruwelijker wordt.

## Inleiding

In het eerste interview dat Osama bin Laden in maart 1997 aan de westerse media gaf, vroeg CNN-verslaggever Peter Arnett wat Bin Ladens toekomstplannen waren. Daarop antwoordde hij: “You’ll see and hear about them in the media. God willing.”<sup>1</sup>



Afb. 1, IS, *Foreword*, Dabiq 13, 2015 p.3.

Tegenwoordig wordt er steeds meer door onderzoekers en journalisten getracht om bewustwording te creëren bij hun lezers over het gevaar van de invloed van online jihadpropaganda. Anti-jihadistische onderzoekers worden zich er steeds meer bewust van hoe kundig het media-apparaat van jihadistische organisaties als Islamitische Staat (IS) en Al Qaida in elkaar steken. Het succes van de jihadpropaganda, met IS op dit moment als koploper, is helaas deels te danken aan haar tegenstanders. In de westerse media is een enorme hysterie ontstaan rondom de bloederige propagandavideo's die jihadistische organisaties verspreiden. Juist mede dankzij deze aandacht floreert de jihadpropaganda. Twee dagen nadat het echtpaar Syed Farook en Tashfeen Malik als terroristische aanslag in december 2015 veertien mensen hadden omgebracht en zesentwintig mensen hadden verwond in een zorgcentrum na een feest in San Bernardino, werd het huis van het koppel toegankelijk voor de media om te filmen. Een van de plekken in het huis die het meeste aandacht trok, was het slaapkamertje van hun zes maanden oude dochtertje, dat nu een weeskind is. Haar ouders werden kort na de aanslag neergeschoten door de politie.<sup>2</sup> De krib van de baby werd symbool voor de misdaad van Farook

<sup>1</sup> Osama bin Laden, “CNN March 1997 Interview with Osama bin Laden,” interview door Peter Arnett, CNN, maart 1997, transcript, <http://news.findlaw.com/cnn/docs/binladen/binladenintvw-cnn.pdf>.

<sup>2</sup> “Man bekent betrokkenheid San Bernardino-aanslag: ik leverde de wapens,” NOS, 15 februari, 2017, <https://nos.nl/artikel/2158300-man-bekent-betrokkenheid-san-bernardino-aanslag-ik-leverde-de-wapens.html>.

en Malik.<sup>3</sup> De bruikbaarheid van dit beeld werd ook ingezien door het pdf-tijdschrift van IS, *Dabiq* (afb. 1). Buiten de twee pagina's lange lofzang voor het stel werd een beeld van de krib geplaatst met het bijschrift: 'Syed and his wife did not hold back from fulfilling their obligation, despite having a daughter.'<sup>4</sup> Het is een duidelijke vertekening van de misdaad, waarbij de percepties van de extremistische jihadisten en de tegenstanders ervan lijnrecht tegenover elkaar lijken te staan. Door sommigen wordt de daad – het doden van burgers en het achterlaten van een baby – gezien als het toppunt van egocentrisme, door voorstanders van IS als ultiem altruïsme. Het wereldbeeld van IS-strijders lijkt compleet verschillend te zijn met dat van haar tegenstanders.

Dat hedendaagse jihadisten de mogelijkheden en het nut van media niet onderschatten mag duidelijk zijn. IS zet uitgekookte mediastrategieën op professionele wijze in om verschillende doelen te bewerkstelligen. Voor het verspreiden van jihadpropaganda werken onnoembaar veel mensen (meestal anoniem) in dienst van IS of andere groeperingen. Elke provincie in de zogenaamd “bevrijde” gebieden van het Kalifaat had in 2015 een eigen mediakantoor.<sup>5</sup> Het grootste mediacentrum van IS, Al Hayat ('het Leven'), focust zich voor een groot deel ook op het niet-Arabischsprekende, jongere publiek om het bereik te vergroten. Veel materiaal is daarom Engels gesproken of ondertiteld. De propaganda die op sociale media en pro-jihadistische fora verschijnt loopt uiteen van kittens die worden gefotografeerd met wapens (*#catsofjihad*) tot de video's van gruwelijke onthoofdingen van de vijand die aandoen als een middeleeuwse *reality show*.

Alhoewel de ontwikkeling van de jihadpropaganda (ontstaan aan het einde van de jaren tachtig met het begin van Al Qaida, zie h.1) nog niet een al te lange periode beslaat, heeft de kwaliteit een enorme groeispurt gemaakt. Islamitische Staat is ontzettend succesvol geweest met het maken en verspreiden van propaganda, dankzij de kundige beheersing van de beschikbare digitale tools. Door de effectieve propaganda hebben naar schatting tot 2016 al meer dan 30.000 mensen hun rug gekeerd naar het normale leven en zijn vertrokken naar de fata morgana van het paradijs in Irak en Syrië.<sup>6</sup> Jihadisten, waarvan Abu Musa'b al-Zarqawi voor IS als pionier geldt, ontdekten de kracht van het verspreiden van video's met onbeschrijfbaar wreedheden op

---

<sup>3</sup> Brendan Koerner, "Why ISIS is winning the social media war," *Wired*, Conde Nast, april, 2016, <https://www.wired.com/2016/03/isis-winning-social-media-war-heres-beat/>.

<sup>4</sup> Islamitische Staat, "Foreword," *Dabiq* 13, 2015, 3.

<sup>5</sup> Harm Ede Botje, "De Propagandamachine van de Islamitische Staat," *Vrij Nederland*, 3 maart 2015.

<sup>6</sup> Koerner, "Why ISIS is winning the social media war."

het internet.<sup>7</sup> De executies waren zo choquerend dat ze al over de hele wereld verspreid waren, voordat ze van de grotere platforms als YouTube verwijderd konden worden. IS maximaliseerde het succes door een verscheidenheid aan online platforms te benutten: *social media* netwerken als Twitter, Facebook en YouTube, *peer-to-peer* berichtenapps als Telegram en Surespot en apps voor het delen van content zoals JustePaste.it.<sup>8</sup> Het gedecentraliseerde karakter van de media maakt het mogelijk dat overal ter wereld op ieder moment nieuwe content gemaakt kan worden.<sup>9</sup> Bekende en onbekende jihadisten, die zich als geheimagenten door de wereld heen bewegen, zorgen voor een breed geografisch bereik voor de verspreiding van propaganda.

## Probleemanalyse

De gepresenteerde gruwelen worden in de westerse media vaak bestempeld als irrationele barbaarse praktijken, terwijl hier vaak doordachte ideeën aan ten grondslag liggen waarbij de strijders kennis hebben van de westerse psychologie.<sup>10</sup> Dat propaganda een nuttig politiek middel is, heeft zich al eeuwen geleden uitgewezen. Door de hele geschiedenis hebben mensen kunst gebruikt om het geloof en gedrag van anderen te beïnvloeden. Vanaf de vroegste tijden wisten leiders al dat een goed sculptuur, beeld, lied of beeld de aandacht kon trekken en gedachten kon doen veranderen. Kunst is gebruikt om te onderwijzen, meningen te kneden, het idee van een natie te creëren en ons te overtuigen van het bestaan van en de onderwerping aan Goden.<sup>11</sup> Binnen verschillende totalitaire regimes zoals het fascisme en nationaalsocialisme, maar ook binnen het christendom, is (propaganda)kunst veelvuldig ingezet om de politieke en/of religieuze opinie te kneden en burgers tot politieke en/of religieuze activiteit aan te sporen. Vele mensen kijken met misgenoegen terug naar het nationaalsocialistische regime en haar succesvolle propaganda-apparaat. Het gevaar van propaganda is bekend, maar het blijkt dat het manipulatieve middel nog steeds mensen met onwaarheden of verfraaide waarheden beïnvloedt. Juist *dat* gegeven maakt het zo opmerkelijk dat propaganda anno 2018 nog steeds zo bruikbaar is.

---

<sup>7</sup> Koerner, "Why ISIS is winning the social media war."

<sup>8</sup> Koerner, "Why ISIS is winning the social media war."

<sup>9</sup> Koerner, "Why ISIS is winning the social media war."

<sup>10</sup> Ede Botje, "De Propagandamachine".

<sup>11</sup> Colin Moore, *Propaganda Prints* (Londen: A&C Black Publishers Limited, 2010), 7.

Tegenwoordig is er binnen het onderzoeksveld en de journalistiek steeds meer aandacht geschonken aan jihadpropaganda. Helaas houdt dit voornamelijk kwantitatief onderzoek in. Zoals uit het voorbeeld van Malik en Farook bleek, is het ontzettend belangrijk om inzicht te krijgen in het jihadistische wereldbeeld, aangezien dit drastisch verschilt met dat van diens tegenstanders. Dit onderzoek pleit daarom voor het belang van een iconologische analyse van de beeldtalen en visuele strategieën van hedendaagse jihadisten. Iconologisch onderzoek ontbreekt helaas voor een groot deel in het onderzoeksdomein van jihadpropaganda. Het succes wordt door vele onderzoekers voornamelijk gewijd aan het online karakter van de propaganda, waardoor beelden snel en eenvoudig verspreid kunnen worden. Daarbij ligt de nadruk bijna altijd op de extreem choquerende *snuff* video's. Het visuele genre bestaat echter uit veel meer type beelden, waaraan vrijwel geen aandacht wordt geschonken door de westerse media. Naar aanleiding van het onderzoek van Charlie Winter, 'Documenting the Virtual "Caliphate"' (2015), blijkt dat 'beestachtigheid' (*brutality*) als thema maar 2.13 % beslaat van de verspreide content. De utopische propaganda daarentegen beslaat 52.57% van de propaganda. De strijd of oorlog als thema (waar in Winter's analyse ook het martelaarschap onder valt) omvat 37.12%.<sup>12</sup> Vandaar dat de strijdvoering, de utopie en het martelaarschap als thema's zijn gekozen voor dit onderzoek.

## Onderzoeksdoel

In dit onderzoek wordt getracht de beeldtaal en visuele strategieën van hedendaagse jihadisten aan een iconologische analyse te onderwerpen, om zo het manipulatieve karakter bloot te leggen. Doel van het onderzoek is om antwoord te krijgen op de volgende vragen: wat zegt een iconologische analyse over hedendaagse jihadpropaganda? Hoe worden mensen misleid door de propaganda? Dus, waarom is deze propaganda zo effectief? Door de beelden iconologisch te analyseren, kan duidelijk worden waarom ze aantrekkelijk zijn voor een bepaald publiek. Door de visuele propaganda in een breed iconologisch domein te plaatsen, kan tot verrassende inzichten gekomen worden. Zo zou hieruit niet alleen afgeleid kunnen worden waarom deze visuele strategieën en beeldtalen zo effectief zijn, maar ook hoe dit juist een resultaat van of een reactie op de hedendaagse wereld is. Zijn de visuele strategieën en beeldtalen onafhankelijk van tijd, plaats of cultuur succesvol of floreert de propaganda mede door in te spelen op de

---

<sup>12</sup> Charlie Winter, "The Virtual Caliphate: understanding Islamic State's Propaganda Strategy," rapport van de *Quilliam Foundation* (juli 2015), 21, 24, 29-30.



ontwikkelingen van de hedendaagse wereld? Als de misleidende kracht ontmanteld wordt van de propaganda, kunnen mensen beter ingelicht worden, wat het aantal volgelingen en sympathisanten van extremistische organisaties zou kunnen laten afnemen.

## Aanpak

Om inzicht te krijgen in de propaganda die wordt verspreid door terroristische groeperingen, wordt in dit onderzoek gekeken naar met welke visuele kunstuitingen, propaganda en/of populaire cultuur de propaganda vergelijkbaar is. Worden er beeldtalen en visuele strategieën zelfs expliciet overgenomen en toegeëigend? Het maken van vergelijkingen of het aanduiden van expliciete pastiches of remixen helpt om het succes van de beeldtaal te verklaren. Daarbij zal het ook inzicht bieden in de ideeënwereld van jihadisten. Het is ook belangrijk om uit te vinden in welke mate de beeldtaal zich juist onderscheidt van andere propaganda en/of visuele uitingen. Uiteraard wordt er ook aandacht geschonken aan de islamitische symboliek wanneer daar sprake van is. Echter, verschillende onderzoekers en curatoren zijn het erover eens dat er niet gesproken kan worden over iets als “islamitische kunst”, of überhaupt over dé islam.<sup>13 14</sup> Het zou een te groot geografisch en cultureel domein beslaan.<sup>15</sup> In dit onderzoek wordt “de islamitische kunst” voor zover mogelijk meegenomen in de analyse, maar door het abstracte geometrische karakter van de Islamitische beeldtaal, zal blijken dat de nadruk in dit onderzoek met name ligt op islamitische symboliek en bekende beeldmotieven. De expliciete gedachte achter de propaganda zal uiteraard lastig zijn te achterhalen aangezien de makers ervan vaak anoniem blijven, maar logischerwijs spreken de beelden wel vaak voor zich. Zoals Hitler schreef in *Mein Kampf* (1925) dient propaganda zich tot de grote massa te richten en door het volk begrepen te worden.<sup>16</sup> Uit het voorbeeld van Farook en Malik blijkt dat het ontzettend belangrijk is om het verschil tussen het pro-jihadistische en anti-jihadistische perspectief in ogenschouw te nemen. Voor zover mogelijk moet begrepen worden hoe de beelden door sympathisanten gezien worden. Uiteindelijk zal de waarde van dit onderzoek liggen in het blootleggen van effectieve propagandastrategieën, waardoor propagandamisleiding in de

---

<sup>13</sup> Mirjam Shatanawi, “De tegenstrijdigheden van Islamitische kunst,” *Boekman. Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid* 85, 2010, 40.

<sup>14</sup> Avinoam Shalem, “What do we mean when we say ‘Islamic Art’?,” *Journal of Art Historiography*, 6 (juni 2012): 1.

<sup>15</sup> Shatanawi, “De tegenstrijdigheden van Islamitische kunst,” 40.

<sup>16</sup> Adolf Hitler, *Mein Kampf* (Leipzig: August Pries G.m.b.H., 1943), 218.

toekomst beter tegengegaan kan worden. Voor het grootste deel worden de verbanden en relaties in dit onderzoek zelf gelegd en zijn dus niet gebaseerd op uitkomsten van andere onderzoekers. Anders gezegd, de verbanden worden gelegd op basis van eigen associatie. Indien er beroep wordt gedaan op andere onderzoekers wordt deze informatie uiteraard voorzien van een noot. Het kan zijn dat er hierdoor voor de lezer onenigheid ontstaat over de verbanden en relaties die gelegd worden. Hopelijk wordt dit tegengegaan door de bevindingen te nuanceren en met juiste argumentatie te onderbouwen. Voor dit onderzoek zijn beelden verzameld van onder andere de uitgaves van *Dabiq* en *Inspire* (die toegankelijk zijn), het *Lone Mujahid Pocketbook* (2013), Al Hayat, het Islamic Imagery Project (2006), het Militant Imagery Project (2010-2013), <https://www.alqassam.net/arabic/martyrs/>, Rayat al-Tawheed en beelden die via Google nog te vinden zijn. In de bijlage zijn vergelijkbare beelden te vinden, die de bevindingen dienen te bekrachtigen.

Het doel van het onderzoek is dus het verkennen van de effectieve visuele strategieën en beeldtaal zoals gebruikt in de propaganda van de hedendaagse jihadisten. De afbeeldingen en video's worden iconologisch geanalyseerd om zo de betekenis, de sociale, culturele, historische en/of hedendaagse invloeden en de effectiviteit te achterhalen.

De hoofdvraag luidt vandaar als volgt:

*Wat zegt een iconologische analyse van de jihadistische beeldtaal en visuele strategieën over de hedendaagse jihadpropaganda en waarin ligt de effectiviteit van dit visuele genre?*

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden, wordt het onderzoek opgedeeld in de volgende hoofdstukken:

## **1. De Evolutie van Jihadpropaganda**

Het onderzoek opent met een hoofdstuk waarin een algemene beschrijving wordt gegeven over de ontwikkeling die de jihadistische propaganda heeft doorgemaakt vanaf de jaren tachtig. Op welk niveau, waarom en waar begon het? Hoe uitte zich dat? Waarvoor pleitten belangrijke jihadistische denkers?

Hoofdstuk 1 dient als basis te dienen voor de propaganda die in de hoofdstukken 2 tot en met 4 wordt onderzocht.

## **2. Van Antiheld naar Actieheld: de propaganda van jihadstrijders**

Dit thema onderzoekt hoe jihadisten hun sympathisanten lokken om in actie te komen. Hoe worden strijders afgebeeld en verheerlijkt? Hoe wordt de militante jihad laagdrempeliger gemaakt?

### **3. You Only Die Once: why not make it martyrdom?**

Hoofdstuk 3 onderzoekt de martelarencultus. Hoe maken jihadisten het aantrekkelijk om zelfmoordaanslagen te plegen? Hoe worden martelaren afgebeeld? Hoe overlapt deze beeldtaal met de succesvolle martelarencultus van het christendom?

### **4. Welcome to the Land of the Living: de manische utopie van het Kalifaat**

Dit hoofdstuk richt zich op de utopische propaganda van jihadisten. Hoe wordt een succesvolle samenleving neergezet? Wat zegt dit over het visuele genre van jihadisten?

## **Relevantie**

### *Wetenschappelijke relevantie*

Er is nog (te) weinig academisch onderzoek gedaan naar het visuele jihadgenre dat zich in de hedendaagse wereld ontvouwen heeft. De link tussen westerse (kunst)bewegingen in jihadpropaganda, wordt dusver alleen gelegd in het onderzoek van Botz-Bornstein (2017) over de futuristische esthetiek van de Islamitische Staat en van Rose (2014) over wat Nazipropaganda ons kan leren over IS.<sup>17 18</sup> Het *Combating Terrorism Center* pleit voor de noodzaak van meer onderzoek naar de visuele productie van hedendaagse Jihadisten.<sup>19</sup> Voorheen is er met name kwantitatief onderzoek gedaan naar de jihadpropaganda. Daarin staat voornamelijk centraal wat voor thema's binnen de propaganda dominant zijn, zoals in het rapport van Winter.<sup>20</sup> De parallellen die in dit onderzoek getrokken worden, bijvoorbeeld tussen een neoclassicistisch werk van Jacques-Louis David en Al-Qaidapropaganda, zullen voor

---

<sup>17</sup> Thorsten Botz-Bornstein, "The futurist aesthetics of ISIS," *Journal of Aesthetics & Culture*, vol. 9 (lente 2017), <https://doi.org/10.1080/20004214.2017.1271528>.

<sup>18</sup> Steven Rose, "The Isis propaganda war. A hi-tech media jihad", *The Guardian*, 7 oktober, 2014, <https://www.theguardian.com/world/2014/oct/07/isis-media-machine-propaganda-war>.

<sup>19</sup> "Militant Imagery Project," Combating Terrorism Center, tweede fase 2013, <https://ctc.usma.edu/programs-resources/militant-imagery-project>.

<sup>20</sup> Winter, "The Virtual Caliphate."

verrassende inzichten zorgen. Er kan hierdoor inzicht gegeven worden in het strategische ideeënuniversum van de jihadpropaganda, maar ook over propaganda in het algemeen.

### *Maatschappelijke relevantie*

Elke dag lijden er te veel schuldige en onschuldige mensen door de gevolgen van de strijd die onder andere in het Midden-Oosten gevoerd wordt. Inzicht in doeltreffende propagandatechnieken en beeldtaal kan als gevolg hebben dat politiek misbruik en manipulatie beter tegengewerkt kan worden. Het inzicht zou ten goede gebruikt kunnen worden om mensen beter te behoeden voor het glorieuze waanbeeld dat jihadistische organisaties scheppen. Wanneer de zogenaamd mystieke wereld die de propaganda schept blootgesteld wordt, kan dat ervoor zorgen dat minder mensen aanslagen plegen zowel in eigen land als in het buitenland.

### Afbakeningen

Omwille van de omvang moet de inhoud beperkt worden tot bepaalde gebieden. Het onderzoek dat gedaan wordt, beslaat een groot historisch, geografisch, religieus, cultureel en politiek domein. Om deze reden kunnen uiteraard niet alle soorten propaganda geanalyseerd worden. Er zouden uiteraard nog veel meer thema's kunnen worden behandeld. Denk aan thema's als broederschap, slachtofferschap of de vernedering van de moslimwereld, vrouwen in de jihad et cetera. Toch lijken de gekozen drie thema's voor een groot deel het inzicht in het visuele genre en de effectiviteit ervan te vatten. In dit onderzoek wordt louter gekeken naar de visuele propaganda die geproduceerd wordt door hedendaagse jihadisten (vanaf ongeveer 2000 – nu). Teksten, poëzie en *Nasheeds*,<sup>21</sup> alhoewel deze belangrijk zijn voor de alledaagse cultuur van jihadisten, worden buiten beschouwing gelaten, tenzij deze in samenhang met een afbeelding gepresenteerd worden. De beelden die geanalyseerd worden, zijn maar een fractie van alle geproduceerde propaganda. Belangrijk is om nogmaals te benadrukken dat de expliciete gedachtegang achter de afbeeldingen en video's niet te achterhalen valt door de anonieme achtergrond van de makers. Het gaat dus in dit onderzoek om een mogelijke en aannemelijke verklaring. Door de grote verscheidenheid aan rebellengroepen die zich dagelijks aansluiten aan en afsplitsen van andere jihadistische groeperingen kunnen we niet spreken van een homogene groep met homogene doelen en propaganda. Helaas is enige generalisering

---

<sup>21</sup> Nasheed is vocale muziek die a capella gezongen wordt of begeleid wordt door percussie.

noodzakelijk, om de verklaringen begrijpelijk te maken, maar dit wordt zoveel mogelijk tegengegaan. De afbeeldingen, video's en dergelijke die gekozen zijn, lijken het meest typerend en meest voorkomend te zijn voor de hedendaagse jihadpropaganda.

Binnen dit onderzoek wordt alleen gekeken naar de Jihadisten die banden hebben met de Global Jihadist Movement. Binnen deze groepering vallen groepen die:

- Hun geweld rechtvaardigen doordat ze strijden in traditie van de militante jihad.
- De leer van de Oemmah volgen en zich direct richten op de verre vijanden (de Verenigde Staten en haar bondgenoten en Rusland) en nabije vijanden (Israël en overheden met een moslimmeerderheid die de jihadistische ideologie niet delen).
- Opereren vanuit de politieke overtuiging van de Islam waarbij volgens hen God vanuit hun motieven de strijdvoering goedkeurt. Dit zijn onder andere IS, Hamas, Al Qaida en de subgroepen die hier onder vallen zoals bijvoorbeeld Al Nusra.

Misschien zal het de lezer toeschijnen alsof de visuele propaganda van jihadisten wordt verheven tot het niveau van kunst in dit onderzoek. Dat is niet de bedoeling. Kunst (of visuele cultuur), politiek en propaganda kennen echter in alle tijden verbintenis met elkaar en lijken elkaar wederzijds te beïnvloeden. Kunst fuseert tegenwoordig steeds meer met andere domeinen, waarbij de esthetische waarde steeds meer plaats is gaan maken voor de boodschap. Zoals Joes Segal (2015) stelt worden de grenzen tussen kunst en visuele cultuur steeds meer verkend en worden deze grenzen ook overtuigend overschreden – zo ook de verwante grenzen tussen *high* en *low culture*.<sup>22</sup> De nazikunst werd lange tijd weggemoffeld in depots en kunsthistorici die zich ermee bezighielden konden worden beticht van politiek verdachte sympathieën.<sup>23</sup> Later werd de nazikunst herontdekt: niet als valide kunstvorm, maar als uitdrukking van een door en door misdadig politiek systeem.<sup>24</sup> Het spreekt voor zich dat de jihadistische uitdrukkingvorm beter zo spoedig mogelijk ontleed kan worden. In deze geest wordt ook het doel van dit onderzoek gevat. Het gaat hier in dit onderzoek niet om een esthetische en formalistische waardering. Er wordt een analyse gemaakt van de visuele uitdrukking van jihadistische groeperingen omdat dit waardevolle informatie kan bevatten over immorele bewegingen die door hun barbaarsheid ver van ons eigen handelen af lijken staan,

---

<sup>22</sup> Joes Segal, *Kunst en politiek. Tussen zuiverheid en propaganda*, (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015), 12.

<sup>23</sup> Segal, *Kunst en politiek*, 51.

<sup>24</sup> Segal, *Kunst en politiek*, 52.

maar toch een terugkerend probleem zijn in de wereld. Om deze reden is het belangrijk, of zelfs noodzakelijk, om de propaganda op deze manier te onderzoeken.

## 1. De evolutie van de jihadpropaganda

Groepen als Hezbollah, Islamic Jihad, Al Qaida (in alle verschillende manifestaties) en Islamitische Staat worden gezien als vertegenwoordigers van het islamitisch terrorisme: een vorm van terrorisme dat wordt gekarakteriseerd door religieuze motivering en rechtvaardiging, immorele barbaarsheid en zelfmoordtactieken. Letterlijk betekent jihad worsteling of strijd, maar tegenwoordig wordt het vaak vertaald als de heilige oorlog.<sup>25 26</sup> Abu Abdullah al-Muhajir, een bekende jihad-ideoloog, schrijft in zijn werk *De islamitische jurisprudentie van de jihad* (2003) dat ‘God heeft bevolen dat alle ongelovigen en heidenen onthoofd moeten worden’.<sup>27</sup> Het werk is in het bezit van vele jihadisten gekomen, onder andere bij een van de meest barbaarse: Abu Musa’b al-Zarqawi (1966-2006), de bevreesde ex-gevangene en drankliefhebber die later het hoofd van IS zou worden.<sup>28</sup> Wat is de oorsprong van de gewelddadige jihad-ideologie die de latere bloedige propaganda legitimeert? In dit eerste hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van de ontwikkeling die de jihadistische propaganda heeft doorlopen. Gebeurtenissen en vijanden – de wortels van de moderne jihad – worden beschreven. Er wordt beroep gedaan op verschillende theoretici en ideologen die verschillende interessante inzichten zullen geven.

De bakermat van de jihadpropaganda bevindt zich in Afghanistan in de jaren tachtig en bestond met name uit VHS-bandjes en gestencilde nieuwsbrieven. Aanvankelijk bestond de propaganda grotendeels uit video’s van monologen van Bin Laden en andere ideologische leiders, afbeeldingen van militaire acties en videodocumentaires van trainingsactiviteiten.<sup>29</sup> De islamgeleerde Abdullah Yusuf Azzam (1941-1989), leermeester van Osama bin Laden en invloedrijke ideoloog van de jihad, wilde de islamitische wereld enthousiast krijgen voor de

---

<sup>25</sup> Andrew Heywood, *Political Ideologies. An Introduction*, (Londen: Palgrave Macmillan Ltd, 2017), 313.

<sup>26</sup> In principe zijn er twee vormen van jihad, een mentale en een fysieke vorm. Met de mentale jihad wordt met name de zelfdiscipline en geestelijke inspanning bedoeld om een betere moslim te zijn. De fysieke jihad of *jihad bis saif* (jihad met het zwaard), duidt op de fysieke inspanning van de militaire jihad. Vanuit de heilige geschriften wordt hiermee bedoeld dat Moslims zich tegen kwade machten van buitenaf moeten verdedigen om de islam te beschermen. De betekenis ervan is in de loop van de tijd uitgedijd: denkers als Qutb hebben opvattingen de wereld ingebracht waardoor de islamitische defensie een breder begrip is geworden. Het geweld wordt gerechtvaardigd, omdat het volgens hen nodig is om de islam te beschermen. Wanneer de termen jihad, jihadisme en jihadist in dit onderzoek worden gebruikt, worden de militante connotaties van de begrippen bedoeld.

<sup>27</sup> Hassan Bahara, “Jihad-pr,” *De Groene Amsterdammer*, September 2014, <https://www.groene.nl/artikel/jihad-pr>.

<sup>28</sup> Bahara, “Jihad-pr.”

<sup>29</sup> Manuel Torres, “Analysis and Evolution of the Global Jihadist Movement Propaganda,” *Terrorism and Political Violence*, 18 (januari 2007), 410, <http://hera.ugr.es/doi/16517003.pdf>.

gewapende bevrijding van de Palestijnse gebieden.<sup>30</sup> De oorlog in Afghanistan tegen de inval van de Sovjet-Unie tijdens 1979-89 lokte jonge moslimmannen uit het Midden-Oosten en zorgde voor de groei van de *Moedjahedien*: een verzameling van door religie-geïnspireerde verzetsgroepen van waaruit een aantal jihadgroepen is ontstaan zoals onder andere Al Qaida (1988).<sup>31</sup> Azzam realiseerde zich dat de inzet van media belangrijk was voor zijn lokroep om de jihad en zette samen met Bin Laden een servicebureau op dat huisvesting en training verzorgde van Arabische jihadisten. Een belangrijk onderdeel hiervan is het blad *Al-Jihad*, waarvan de eerste edities gestencilde nieuwsbrieven waren met verslagen van veldslagen en een rubriek over religieuze kwesties.<sup>32</sup> Vanaf 1985 professionaliseerde het blad, mede dankzij Saoedische sponsors die het militante en ultraorthodoxe wahhabisme aanhangen.<sup>33</sup> <sup>34</sup> Duits-Egyptisch socioloog Abdelasiem el Difraoui vertelt aan *De Groene Amsterdammer* dat er in het begin nog discussie was of mensen wel of niet afgebeeld mochten worden. Het zou te veel op afgoderij lijken (zie noot 34), maar naarmate het succes van Al-Jihad groeide, verdwenen de bezwaren gauw.<sup>35</sup>

Tussen 1989 en 1990 kwam de tweedelige film *Fada 'wa fatah* uit. Het werd de standaard voor de symboliek van de jihadpropaganda die daarop volgde.<sup>36</sup> De zwarte *shadada*-vlag, tegenwoordig met name bekend als de vlag van IS, waarop de islamitische geloofsbelijdenis te lezen is, de wereldbol die de mondiale ambities van het jihadisme moest aangeven en de Kalasjnikov ter symboliek van de strijdzucht, zijn regelmatig terugkerende symbolen.<sup>37</sup> Centraal in de films staat het broederschap tussen de jihadisten, die aangeduid worden als *ansar* – de helpers in Medina die de eerste op de vlucht geslagen moslims onderdak en bescherming

---

<sup>30</sup> Bahara, "Jihad-pr."

<sup>31</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 301-304.

<sup>32</sup> Bahara, "Jihad-pr."

<sup>33</sup> Bahara, "Jihad-pr."

<sup>34</sup> Jihadisten hebben met name banden met de salafistische en wahhabistische oriëntatie van de islam. Het wahhabisme, ontstaan onder Muhammad ibn Wahdad, viert de militaire en puriteinse vorm van de Islam en is de officiële staatsgodsdienst in Saudi-Arabië. Deze ultraorthodoxe geloofsvorm wil terug naar de eerste generatie van de Islam en is tegen alles wat er later aan is toegevoegd. Wahhabisten zijn tegen afbeeldingen, foto's, muziekinstrumenten, zingen, video's en televisie, vieringen van Mohammed's verjaardag, en de cult van Mohammed als de perfecte man. Alles wat ervan afwijkt is niet-Islamitisch of afgoderij en dient gestraft te worden. Het salafisme kent een andere oorsprong, maar de oriëntatie is overeenkomstig. Salafisten streven naar een zuivering van het geloof door terug te gaan naar de tradities van de vrome voorvaders (*salaf*), geleid door de meest letterlijke en traditionele interpretatie van de heilige teksten. Jihadistengroepen zoals Al Qaida en IS die eruit voortkwamen of er inspiratie uit haalden transformeerden het Salafisme in een antiwesterse ideologie. Uit: Heywood, A., 'Political Ideologies. An Introduction', Londen 2017, p. 316.

<sup>35</sup> Bahara, "Jihad-pr."

<sup>36</sup> Bahara, "Jihad-pr."

<sup>37</sup> Bahara, "Jihad-pr."



boden.<sup>38</sup> De jihadpioniers strooien met de meest wraakzuchtige bedreigingen aan de vijanden van Allah: de Russen, Amerikanen, joden, atheïsten, afvalligen. Osama bin Laden vaardigde in 1998 een fatwa uit, waarin hij het als plicht van de moslims stelt dat Amerikaanse en joodse burgers gedood moeten worden.<sup>39</sup> Wat ligt ten gronde aan deze haat?

Westerse politieke inmenging en imperialisme had de Arabische wereld niet veel goeds gebracht in de twintigste eeuw. De verdeling van het Ottomaanse Rijk na de Eerste Wereldoorlog over Engeland en Frankrijk zorgde voor een stagnatie van de ontwikkelingen in het Midden-Oosten. Na 1945, toen een einde aan het kolonialisme kwam, bleken de Midden-Oosterse regimes corrupt te zijn. Met de stichting van het Moslimbroederschap in 1928 door Hassan al Banna ontstond de eerste islamistische beweging: een pionier voor politiek waarbij (soms militair) activisme werd gecombineerd met de islamitische beginselen.<sup>40</sup> De stagnatie van de politiek-economische situatie in de Midden-Oosterse wereld resulteerde in een *revival* van de religie. De invasie van de Verenigde Staten in Irak in 2003 was de druppel voor vele jihadisten om de Verenigde Staten als immorele satan te demoniseren. Een effect hiervan is dat het islamisme waarschijnlijk het meest wordt gekarakteriseerd door de afkeer tegen “het westen”.<sup>41</sup> Dit zit geworteld in het idee dat het westen een bedreiging vormt voor de Islam en dat er wraak genomen moet worden (afb. 2).<sup>42</sup> Het extreme manicheïsme tussen de islamitische en de niet-islamitische wereld wordt door vele theoretici geplaatst onder de *Clash of Civilizations*: een fundamentele onverenigbaarheid tussen islamitische waarden en die van het liberaal-democratische westen.<sup>43</sup> Volgens IS is geen ruimte voor dialoog; goed en slecht staan lijnrecht tegenover elkaar en er is geen grijs gebied. Ook de joden (met name de zionistische) zijn als de aardsvijand bestempeld, aangezien ze bij het Arabisch-Israëliësch conflict met hulp van Engeland beslag legden op Palestina, wat zorgde voor onnoembaar veel Palestijnse vluchtelingen. Het idee van de kwade vijand is een praktisch politiek middel. Heywood, politicoloog en auteur van *Political Ideologies* (2017), beargumenteert dat het idee van de vijandige en bedreigende ‘ander’ enerzijds zorgt voor een gevoel van collectiviteit en anderzijds het oppositionele en strijdlustige karakter versterkt.<sup>44</sup> Op deze manier wordt de ander

---

<sup>38</sup> Bahara, “Jihad-pr.”

<sup>39</sup> Bahara, “Jihad-pr.”

<sup>40</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 301.

<sup>41</sup> Het islamisme is de politiek-activistische vorm van de islam en valt vaak samen met extremisme, terrorisme, jihadisme enzovoort. Niet te verwarren met de islam.

<sup>42</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 309.

<sup>43</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 308.

<sup>44</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 315.

gedemoniseerd en is het eenvoudiger om minder empathisch te zijn. Als “wij” de gekozen mensen zijn die ons gedragen volgens de wil van god, dan zijn “zij” de mensen die de wil van God bewust verwerpen. Dit maakt het geweld tegen de ander makkelijker te rechtvaardigen; het kan suggereren dat het geweld bijdraagt aan de religieuze plicht.<sup>45</sup>



Afb.2, Islamitische Staat, *We will destroy your country as you destroyed our country*, November 2017, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-5123763/ISIS-threaten-terror-attack-London-propaganda-poster.html>.

Een belangrijke islamistische theoreticus die deze lijn volgt en de jihad propageert, is Sayyid Qutb. Hij is westers geschoold en wordt door velen gezien als de grondlegger van de theoretische basis van het militant-extremisme. Verschillende onderzoekers geloven dat hij Bin Laden geïnspireerd heeft. William McCants van het *US Military Academy's Combating Terrorism Center* stelt dat jihadisten Qutb citeren en zich beschouwen als zijn intellectuele afstammelingen.<sup>46</sup> Hij is met name bekend om zijn opvattingen tijdens de jaren zestig dat de wereld in een staat van *Jahillyah* was: een zondige staat van onwetendheid en slechte moraliteit waarbij de mens is losgeraakt van de goddelijke begeleiding in het leven.<sup>47</sup> In een van zijn bekendste werken, *Milestones* (1964), schrijft hij:

‘If we look at the sources and foundations of modern ways of living, it becomes clear that the whole world is steeped in Jahiliyyah and all the marvellous material comforts and high-level inventions do not diminish this ignorance. This Jahiliyyah is based on rebellion against God's sovereignty on earth.’<sup>48</sup>

<sup>45</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 315.

<sup>46</sup> Dale Eikmeijer, “Qutbism. An Ideology of Islamic-Fascism,” *Parameters: journal of the US Army War College* (lente 2007), 88, <https://ssi.armywarcollege.edu/pubs/parameters/articles/07spring/eikmeier.pdf>.

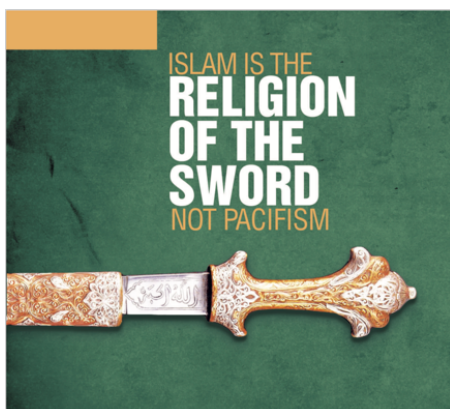
<sup>47</sup> Sayyid Qutb, *Milestones*, (Birmingham: Maktahbah Booksellers and Publishers, 2006), 26.

<sup>48</sup> Qutb, *Milestones*, 26.

Vrijheid, volgens hem de belangrijkste waarde van de Islam, kan alleen teruggekregen worden door totale onderwerping aan God. De vrijheid die wordt beperkt door de kapitalistische en communistische vijand – het westen, de joden, de Russen – kan alleen worden bevochten door middel van de militante jihad.<sup>49</sup> Wat belangrijk is in acht te nemen, is het feit dat de hedendaagse jihadisten uitermate gebruik maken van het concept *invented tradition* van Eric Hobsbawm. Jihadisten schrijven gedrags- en leefregels voor, die zogenaamd terug zouden reiken tot de vroegste generatie van Islam. De salafistische (extreem-orthodoxe) oriëntatie van de Islam, waarmee de meeste militante jihadisten zich identificeren is echter pas ontstaan in de tweede helft van de twintigste eeuw.<sup>50</sup> Daarbij heeft de islamitische revival in verschillende landen in de Arabische wereld ervoor gezorgd dat verschillende puriteinse voorschriften in leven zijn geblazen.<sup>51</sup> In militant opzicht benutten ze dit idee door de Islam gelijk te stellen aan een gewelddadige religie (afb. 3 en afb. 4).



Afb 3. Islamitische Staat, *Slogans of Apostacy*, Dabiq 14, 2015, p. 14.



Afb.4, Islamitische Staat, *Islam is the religion of the sword. Not pacifism*, Dabiq 7, 2014, p. 20.

<sup>49</sup> Qutb, *Milestones*, 63 - 71.

<sup>50</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 316.

<sup>51</sup> Heywood, *Political Ideologies*, 300.

De doodscultus van de in 1998 uitgeroepen fatwa van Bin Laden zorgde voor een verandering in de beeldtaal van de jihadi's, die steeds nadrukkelijker in het teken van gruwelijke en denigrerende martelaarstechnieken en doodstraffen kwam te staan. Voor de ontsporing van de angstaanjagende audiovisuele boodschappen, wat uiteindelijk zorgde voor de scheiding van Al Qaida en IS (omdat het zelfs Al Qaida te ver ging), is de Jordaan al-Zarqawi verantwoordelijk. De video van de wrede onthoofding van de Amerikaan Nicholas Evan 'Nick' Berg op een plastic tuinstoel in een Gauntánamo Bay-stijl oranje overall in mei 2004 door al-Zarqawi werd het handelsmerk voor de sadistische IS-propaganda. Dit type beelden van gijzelaars in oranje overalls en jihadisten in ninja-achtige kleding duiken sindsdien regelmatig op (afb. 5 en afb. 6).



Afb.5, Islamitische Staat, z.t., Dabiq 14, 2015, p. 55.



Afb. 6, Islamitische Staat, *Oh jews and worshippers of the cross*, april 2018, <http://matzav.com/photos-isis-executes-donald-trump-netanyahu-in-latest-propaganda-campaign/>.

Onder het pseudoniem Abu Bakr Naji, een verzameling van verschillende ideologen, werd in 2004 het document '*Het beheer van de wreedheid*' op jihadistische webfora geplaatst. Het beschrijft in detail hoe wreedheid door jihadisten omarmd moet worden. Volgens de auteurs is

jihadpropaganda via een breed opgezette mediastrategie essentieel, waarbij het belang benadrukt wordt voor geweld en wreedheid tegen ongelovigen in het fysieke gevecht en het mediagevecht.<sup>52</sup> De combinatie van het organisatorische karakter van Bin Laden, de theoretische rechtvaardiging van de militante jihad van Qutb, de wreedheid van Zarqawi en het strategisch benadering van de genoemde ideologen legden de basis voor de mediastrategie van IS.

De mediasering van de jihad is in steeds grotere mate aanwezig in de wereld. De producties van IS, met name vanuit het mediacentrum Al Hayat, tonen op een gelijke wijze de vertrouwde symboliek waarmee de wereld in *Fada'wa fatah* in de mythische wereld van de jihadisten geïntroduceerd werd. IS lijkt zich maar al te bewust van het belang van *branding* en imago te zijn. Net zoals er directe associaties optreden bij merken zoals Nike of Cola, gebeurt dit ook bij IS.<sup>53</sup> Of je het wil of niet, de propaganda beïnvloedt je beeldvorming over de jihadi's. Voor hen geldt het cliché meer dan voor enig ander: *there is no such thing as bad publicity*. De volgende hoofdstukken zullen concrete voorbeelden van de propaganda onderzoeken. Waar komt de inspiratie vandaan of waarmee is het vergelijkbaar? Waarom is de propaganda zo aantrekkelijk? Wat voor visueel genre wordt gecreëerd door hedendaagse jihadisten?

---

<sup>52</sup> Bahara, "Jihad-pr."

<sup>53</sup> Greg Miller, "Inside the surreal world of the Islamic State's propaganda machine," *Washington Post*, 20 november, 2015, [https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b\\_story.html?noredirect=on&utm\\_term=.ff964989f076](https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b_story.html?noredirect=on&utm_term=.ff964989f076).

## 2. Van Antiheld naar Actieheld: de propaganda van jihadstrijders

In de aflevering ‘Naughty Ninja’s’ van Southpark (2015) worden de kinderen uit het stadje aangezien voor IS-terroristen omdat ze zich als ninja’s verkleed hadden (afb. 7). De makers van het tv-programma spelen op deze manier in op de pastiche die doordrenkt is in de beeldcultuur van de terroristische organisatie. De jihadisten presenteren zichzelf graag als een soort ninja’s, zoals die te zien zijn in verschillende actiefilms. De hedendaagse populaire beeldcultuur wordt gedomineerd door dergelijke remixen, waarbij elementen gestolen en toegeëigend worden.



Afb.7, Trey Parker, *Naughty Ninjas*, s19ep07, Southpark, video, 2015, 13:31, <http://southpark.cc.com/full-episodes/s19e07-naughty-ninjas>.

Bob Hoogenboom stelt in het NRC dat veel moslimjongeren in conflict zijn met de hun families, leraren, medeleerlingen, werkgevers en vrienden.<sup>54</sup> In 2011 werd door de Britse Inlichtingendienst geconcludeerd dat jongeren kunnen radicaliseren door een trauma (10%) als gevolg van een persoonlijk verlies.<sup>55</sup> Contrasterende waarden tussen de Arabische afkomst en de westerse gedragsnormen resulteren in sommige gevallen in een worsteling met de identiteit.<sup>56</sup> Het zich inzetten voor de jihad lijkt hierdoor minder te maken te hebben met de droom van het Kalifaat, maar eerder met gevoelens van ongeluk en/of miskenning. De zelfmoordterroristen zijn vaak getroebleerde adolescenten, die in de jihad een levensdoel vinden.<sup>57</sup> Vernedering lijkt een goede drijfveer te zijn voor het streven naar een politiek radicale ommekeer; het Verdrag van Versailles is hier misschien wel het duidelijkste voorbeeld van. Na de Eerste Wereldoorlog kwamen de Duitsers van een koude kermis thuis. Een oorlog die ze eenvoudig dachten te winnen, leidde tot een grote vernedering van de Duitse natie en een

---

<sup>54</sup> Bob Hoogenboom, “Jonge moslims radicaliseren om van alles, niet alleen de islam,” *NRC*, 16 november, 2017, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/16/jonge-moslims-radicaliseren-om-van-alles-niet-alleen-de-islam-a1580481>.

<sup>55</sup> Hoogenboom, “Jonge moslims.”

<sup>56</sup> Hoogenboom, “Jonge moslims.”

<sup>57</sup> Hoogenboom, “Jonge moslims.”

enorme economische terugslag. De vernedering van de moslimwereld ligt volgens de radicaal islamistische theoreticus, Muhammad' Abdus Salam Faraj, bij het negeren van de jihad.<sup>58</sup> Ook zien veel moslims de westerse inmenging in de Arabische wereld waarna een grote stagnatie heeft opgetreden als een vernedering. Jihadistische propagandamakers spelen in op deze gevoelens van misgenoegen. De propaganda voor de strijdvoering lijkt voor de jihadisten een van de meest belangrijke thema's te zijn. Ze weten de miskende moslim in de propaganda te verheffen tot een ware actiehield.

Ter ere van de aanslagen van 9/11 verscheen er een afbeelding op het internet die de "victorie" van deze gebeurtenis vierde (afb. 8). Centraal op de afbeelding is een strijder op een steigerend paard afgebeeld met een Kalasjnikov en de typische *shadada*-vlag. Totaal uit proportie, alsof hij New York vertrappt – een duidelijke poging om het zogenaamde overwicht van Al Qaida op de Verenigde Staten te benadrukken. Vanuit de linkerbovenhoek verschijnt Osama Bin Laden als een soort godheid, waarbij een aantal lichtstralen zijn verheven status versterken. Vager op de achtergrond is een van de Twin Towers te zien die in rook opgaat; een directe verwijzing naar de aanslag. De digitale afbeelding presenteert aan de hand van digitale collage een relatief recente gebeurtenis. Het beeldmotief stamt echter al uit de vroegste geschiedenis van zowel de klassieke oudheid als de pre-islamitische tijd. De afbeelding vertoont opmerkelijke overeenkomsten met het schilderij van Jacques-Louis David, *Napoleon steekt de Sint Bernardpas over* (1802) (afb. 9). David, als toegewijde supporter van de Franse Revolutie, exploreerde de wereld van de visuele propaganda en nam zijn entree in de rijke symbolenwereld van de klassieke Griekse en Romeinse bronnen.<sup>59</sup> Napoleon begreep het nut van propaganda en gaf hem de opdracht voor de viering van de herdenking van zijn oversteek in de Alpen die leidde tot de overwinning op Oostenrijk in Marengo.<sup>60</sup> Napoleon wordt in dit werk dus geportretteerd als held van de revolutie. Behalve dat de werken qua proportie en stijl enorm van elkaar verschillen (een digitale collage die snel door de beschouwer geconsumeerd wordt ten opzichte van een schilderij van meer dan 2,5 meter lang), is de gelijkenis in de beeldtaal aanzienlijk. Het steigerende paard dat in bedwang gehouden wordt suggereert kracht, overheersing of zelfs oppermacht. De jihadist die het krachtige paard in bedwang houdt, wordt enigszins als grote held geportretteerd, maar blijft in zijn anonimiteit en aardsheid ondergeschikt aan Bin Laden. Misschien dat de boodschap hierbij was: "iedereen kan deze held

---

<sup>58</sup> Muhammad Faraj, *The Absent Obligation*, (Birmingham: Maktahbah Al Ansaar, 2000), 68.

<sup>59</sup> Moore, *Propaganda Prints*, 65.

<sup>60</sup> Moore, *Propaganda Prints*, 65.

zijn, dus ook jij”. Napoleon krijgt alle eer zelf, hij is de held van de overwinning. Buiten de gemeenschappelijke symboliek wordt het paard sinds de pre-islamitische tijd geassocieerd met strijd, dapperheid en overwinning en is daarom ook veelal aanwezig in jihadistische propaganda.<sup>61</sup> Het paard wekt voor moslims vaak de associatie op van de eerste generatie moslims en hun succesvolle jihadcampagne en het wordt in specifiekere zin soms gebruikt om salafistische noties te uiten van zuiverheid van de eerste generatie moslims.<sup>62</sup> Het in bedwang gehouden, steigerende paard lijkt bij uitstek een doeltreffend beeldmotief om de beschouwer te imponeren en is blijkbaar al eeuwenlang populair als propagandistische beeldtaal.



Afb. 8, Al Qaida, *Herdenking van aanslagen 9/11*, datum onbekend, Combating Terrorism Center, foto: <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0382/> .

<sup>61</sup> Lianne Kennedy-Boudali, *Islamic Imagery Project*, Combating Terrorism Center, 2006, p. 33.

<sup>62</sup> Kennedy-Boudali, *Islamic Imagery Project*, p. 33.





Afb. 9, Jacques-Louis David, *Napoleon steekt de Sint Bernardpas over*, Olieverf op doek, 261 x 221 cm, 1802, Musée National du Château Versailles

Dichter bij de moderne geschiedenis ligt de link die Thorsten Botz-Bornstein maakt met de “futuristische esthetica van IS”.<sup>63</sup> Hij schetst een aantal overeenkomsten tussen het futurisme en de visuele propaganda van IS. Zo oppert hij dat zowel de futuristen als IS autovoertuigen, industriële machines, moderne steden, geweld en oorlog prijzen.<sup>64</sup> Technologie en snelheid werden verheerlijk op een manier zoals we dat nu bij de laatste generatie jihadisten zien. SUV’s en pick-ups verschijnen regelmatig in de beeldtaal van IS en zijn ondertussen onderdeel van het imago geworden. Het voertuig werd ook door de futuristen poëtisch geroemd: ‘The frame is adorned with great pipes like snakes with explosive breath – a roaring motor-car that seems to run on shrapnel is more beautiful than the Victory of Samothrace’.<sup>65</sup> Op de cover van *Inspire* (2017), het online-magazine van Al Qaida, is een afbeelding geplaatst van een trein die op hoge snelheid voorbij lijkt te razen (afb. 10). Vlammen ontspringen de rails door de druk en kracht die de trein op de rails uitvoert. De scherpe focus op de onderkant van het treinstel, in combinatie met de geringe scherptediepte en de snelheidsstrepen links-onderin, suggereren enorme snelheid. De afbeelding dient als lokkertje voor een handleiding verder in het blad om treinen te laten ontsporen. Dit is typerend voor *Inspire*. Onder de kop *open-source-jihad*, wordt in iedere uitgave stap voor stap uitgelegd hoe bommen te maken, treinen te laten ontsporen, vliegtuigbeveiliging te omzeilen, et cetera; een *Do-It-Yourself-Jihad* als het ware. In het *Lone*

<sup>63</sup> Botz-Bornstein, “The futurist aesthetics of ISIS,” 1.

<sup>64</sup> Botz-Bornstein, “The futurist aesthetics of ISIS,” 1.

<sup>65</sup> Botz-Bornstein, “The futurist aesthetics of ISIS,” 6.

*Mujahid Pocketbook* (2013), een productie van *Inspire*, wordt het maken van bommen gebagatelliseerd door leuzen als: “Bomb making, kitchen fun” en “Make a bomb in the kitchen of your Mom”.<sup>66</sup> Op deze manier kunnen jongeren, duizenden kilometers van het oorlogsterrein verwijderd, aangespoord worden om het heft in eigen handen te nemen. De afbeelding van de trein laat, buiten een grote vaardigheid in digitale beeldmanipulatie, een fascinatie zien die in veel van de jihadpropaganda voortkomt: de fascinatie voor snelheid, beweging en immense kracht (zoals bij explosies). Giacomo Balla (1871-1958), was een futuristisch schilder met een grote interesse in licht, beweging en snelheid. Zijn belangstelling hiervoor is terug te zien in zijn abstracte werk *Snel rijdende auto* (1913) (afb. 11), waar hij een suggestie van snelheid en beweging wilde creëren door achtereenvolgende bewegingsfasen simultaan op het doek te vatten. De richting van de blik van de toeschouwer wordt naar links gedirigeerd door de ritmisch draaiende cirkelvormen, de halvemaanvormen en de verticale en diagonale lijnen in het doek. De stijlen verschillen enorm, figuratief tegenover abstractie, digitaal tegenover schilderkunst, maar de gedeelde aandacht voor beweging en snelheid is aanwezig. De belangstelling hiervoor kan in beide gevallen te maken hebben met de wens naar vernieuwing, naar een nieuwe leefwereld. In de roerige tijd van het Italiaanse fascisme werd er gestreefd naar een moderne utopie die geweld, technologie en vernieuwing niet schuwde en alles wat oud of traditioneel was verafschuwde. De weg voor de jihadisten lijkt hetzelfde, maar de invulling van hun utopie (het Kalifaat) is juist anti-modern. De jihadistische propagandamakers zullen zich er waarschijnlijk bewust van zijn geweest dat ideeën als beweging, vernieuwing en snelheid deuren openen naar een toekomstideaal. Het staat voor verandering, hetgeen waar zowel de futuristen (het futuristisch manifest riep zelfs om musea en bibliotheken te vernietigen!)<sup>67</sup> en jihadisten het meest naar lijken te streven.

---

<sup>66</sup> Al Qaida, “Lone Mujahid Pocketbook,” speciale uitgave van *Inspire*, 2013, 16 - 17.

<sup>67</sup> Filippo Tommaso Marinetti, Manifesto of Futurism, 1909 (geraadpleegd op 28 februari 2018), <http://bactra.org/T4PM/futurist-manifesto.html>.



Afb. 10, Al Qaida, *Train Derail Operations*, *Inspire* 17, zomer 2017, p. 1.



Afb. 11, Giacomo Balla, *Snel rijdende auto*, Gouache en aquarel op papier, 68 x 100 cm, 1913, foto: Stedelijk Museum Amsterdam.

In “The Split in Arab Culture” (2011) schrijft Hicham Ben Abdallah el Alaoui dat er een *mash-up* is ontstaan tussen de salafistische publieke cultuur en de moderne cultuur, die hij de schizofrenie van de moslimwereld noemt.<sup>68</sup> De islamitische MTV-generatie consumeert volgens hem (vaak heimelijk) populaire cultuur vanuit de hele wereld.<sup>69</sup> De westerse dimensie wordt steeds meer en overduidelijker geïntegreerd in jihadpropaganda, wat ironisch is aangezien de westerse cultuur juist door jihadisten verdoemd wordt. In de propaganda heeft het orthodoxe salafisme blijkbaar geen probleem met het westerse en technologische aspect van de moderne cultuur. Dominant in de jihadpropaganda is het, soms letterlijk, kopiëren van Hollywoodfilms en/of series waarbij de futuristische esthetica aanwezig blijft. De stilistische overeenkomst tussen de moedjahedien (afb. 12) en de filmposter van *Marvel the Punisher*

<sup>68</sup> Hicham El Alaoui, “The Split in Arab Culture,” *Journal of Democracy* 22, no. 1, (januari 2011), 3, Project MUSE.

<sup>69</sup> El Alaoui, “The Split,” 3.

(2004) (afb. 13) spreekt voor zich. De ontwerper creëert een symbolisme van een nieuwe jihadistische held die jongeren herkennen, aantrekkelijk is en waaraan zij zich kunnen relateren als een ware actieheld. Inhoudelijk lijkt de verhaallijn van Marvel ook overeen te komen met hetgeen waarmee jihadi's zichzelf zouden willen vereenzelvigen. Marvel speelt voor eigen rechter en voert een moordachtige campagne in een poging de dood van zijn gezin en zijn traumatische oorlogsverleden te verwerken en gebruikt hiervoor gewelddadige en dodelijke methodes om misdaad te bestrijden. Een nobele held die de misstanden van de wereld probeert recht te zetten. Precies hoe de jihadisten zichzelf ook verkopen in hun propaganda.



Afb. 12, Moedjahedied, 2012, foto:

<http://www.nationalkuwait.com/forum/index.php?threads/248420/page-16>.



Afb. 13, Poster Marvel the Punisher, 2004, <http://hero.wikia.com/wiki/File:936full-the-punisher-poster.jpg>.

Dit type afbeeldingen, waarbij de westerse moderne cultuur met militante Islamitische waarden wordt geblend, is onderdeel van de subcultuur popjihad of *jihadi-cool*. Door in *slang* (*street language*) te communiceren, speelt Al Qaida in de intro van het *Lone Mujahid Pocketbook* in op het jongere publiek dat aangetrokken wordt door de *badass*-houding van rappers: ‘R u dreamin’ of wagin’ jihadi attacks against kuffar [ongelovigen]? Have u been lookin’ 4 a way to join the mujahideen in frontlines, but haven’t found any? Well, there’s no need to travel abroad, coz the frontline has come to you.’<sup>70</sup>

IS gaat een stap verder en neemt letterlijk de beeldtaal over van het westerse populaire oorlogsspel *Call of Duty* (afb. 14) en bracht dit in 2014 een stap verder door een trailer te lanceren van een videogame waarvan de *graphics* letterlijk zijn overgenomen van *Grand Theft Auto* – wederom een westerse, populaire videogame. Onder de naam *Grand Theft Auto: Salil al-Sawarem* (het geluid van zwaarden) ging de trailer *viral* op het internet.<sup>71</sup> In de trailer is te zien hoe terroristen in de woestijn politieagenten en soldaten besluipen en vermoorden. Er wordt geclaimd dat IS-strijders vinden dat het spel de moraal van de moedjahedien verheft en kinderen zou trainen hoe ze tegen het westen moeten strijden.<sup>72</sup> Een van de hoogtepunten van de IS-propaganda is de tweedelige “documentaireserie” *Flames of War I* en *II* van Al Hayat. Deel 2, geplaatst op jihadology.net op 29 november 2017 duurt ongeveer een uur.<sup>73</sup> De film werd gelanceerd met een Hollywoodstijl-trailer. De speelfilm mythologiseert militair heldendom door de combinatie van gruwelijke beelden van aanslagen en executies en bloemrijke proza uit onder andere de Koran, verhaald met een vloeiend Amerikaans accent. In de slotscène van *Flames of War II* wordt een groep soldaten op gruwelijke wijze onthoofd, waarbij de “scène” vanuit verschillende hoeken gefilmd is en in slow-motion aan de kijker getoond wordt. Gevechtsscènes en onthoofdingen worden zo geënceneerd dat de strijders en de beulen vaak meerdere takes moeten uitvoeren en hun teksten lezen van *cue cards*.<sup>74</sup> De propaganda van IS, en dus de dood van verschillende mensen, is onderdeel van een *reality-action-movie* geworden – in *jihad-entertainment* vervaagt de grens tussen realiteit en fictie. Tussen het beeldmateriaal van de gevechten verschijnen overgangen van vlammenzeeën en verblindende flitsen. In 3D vliegen scherven je om de oren. Zoals Steve Rose schrijft in “The ISIS Propaganda War”

---

<sup>70</sup> “Lone Mujahid Pocketbook,” 2.

<sup>71</sup> Michelle Grossman, “Watch: Islamic State’s Terror Video Game,” *Jerusalem Post*, 21 September, 2014, <https://www.jpost.com/Middle-East/IS-claims-it-created-a-terror-video-game-375935>.

<sup>72</sup> Grossman, “Watch.”

<sup>73</sup> “New video message from the Islamic State: Flames of War II,” Al Hayat, geplaatst 29 november 2017, <http://jihadology.net/2017/11/29/new-video-message-from-the-islamic-state-flames-of-war-ii/>.

<sup>74</sup> Miller, “Inside the surreal world.”

(2014): ‘Het regime van IS heeft misschien muziek, zingen, roken en alcohol verboden, maar dat het *Final Cut Pro* omarmt is duidelijk.’<sup>75</sup> De boodschap is duidelijk: de moslim die zijn religieuze plicht tijdens het aardse leven verwaarloost, transformeert in een ware actieheld wanneer hij zich inzet voor de jihad. Rose oppert verschillende parallellen met Oliver Stone’s *Natural Born Killers* en zelfs met de horrorfilm *Saw*. Soms doen de producties denken aan *The Hurt Locker*, het Oscar-winnende Irak-drama en voor anderen aan een slechte documentaire van een geschiedeniszender. Maar, zo vindt Rose, geen van deze films kan de stijl compleet vastleggen.<sup>76</sup> Westerse filmmakers lijken (onbedoeld) het beeldmateriaal te bieden voor de Hollywoodachtige, apocalyptische propagandafilms en afbeeldingen die IS verspreidt; Hollywood is er zelfs van beschuldigd de toon te zetten met de donkere, apocalyptische scenario’s.<sup>77</sup> Duidelijke overeenkomsten van de catastrofale sfeer in films en de propaganda zijn te zien in de volgende voorbeelden van *Noah* (2014) (afb. 15 en afb. 16), *The Hurt Locker* (2010) (afb. 17 en afb. 18) en *World Invasion: Battle Los Angeles* (2011) (afb. 19 en afb. 20). Er zijn dramatische weergaves te zien van de volharding voor de ideologie en een fixatie op catastrofale, verwoestende krachten. In januari 2018 werd een video van IS verspreid van een gesimuleerde aanslag op Londen en het Witte Huis, waarin letterlijk beelden van de actiefilms ‘London has fallen’ en ‘Olympus has fallen’ zijn gebruikt.<sup>78</sup>



Afb. 14, IS, *This is our Call of Duty*, datum onbekend, <http://www.bbc.com/news/magazine-29535343>.

<sup>75</sup> Rose, “The Isis propaganda war.”

<sup>76</sup> Rose, “The Isis propaganda war.”

<sup>77</sup> Rose, “The Isis propaganda war.”

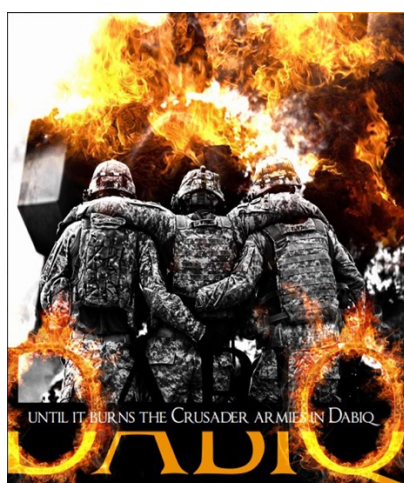
<sup>78</sup> Guy Birchall, “‘London has fallen’. Sick ISIS propaganda video shows a London bridge and the White House getting blown up using Hollywood movie scenes,” *The Sun*, januari 2018, <https://www.thesun.co.uk/news/5383469/isis-propaganda-video-london-bridge-white-house-blown-up-movie-scenes/>.



Afb. 15, Islamitische Staat, *The Flood*, Dabiq 2, 2013, p. 1.



Afb. 16, Darren Aronofsky, filmposter *Noah*, 2013, foto: <http://collider.com/noah-movie-trailer/>.



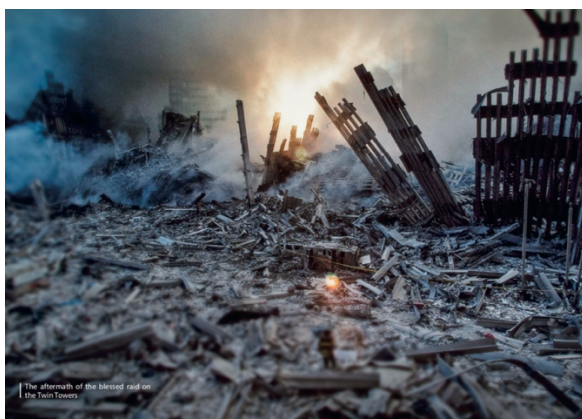
Afb. 17, Islamitische Staat, *Until it Burns the Crusader Armies in Dabiq*, foto: Dabiq 1, 2013, p. 3.



Afb. 18, Kathryn Bigelow, *The Hurt Locker*, 2010, foto: <https://movieposters2.com/The-Hurt-Locker-movie-poster-635602.html>.



Afb.19, Jonathan Liebesman, *Filmposter World Invasion: Battle Los Angeles*, 2011, foto: [https://www.imdb.com/title/tt1217613/?ref\\_=fn\\_al\\_tt\\_3](https://www.imdb.com/title/tt1217613/?ref_=fn_al_tt_3).



Afb. 20, Islamitische Staat, *The Aftermath of the blessed raid on the Twin Towers*, foto: Dabiq 9, 2014, p.19.



Blijkbaar staat het uitdragen van een bepaalde boodschap – victorie, overheersing – soms in relatie tot bepaalde beeldsymboliek – een steigerend paard dat onder controle wordt gehouden door een sterke held. Snelheid, beweging, technologie worden zowel door de futuristen als de jihadisten esthetisch en inhoudelijk gewaardeerd; het werkt metaforisch voor het streven naar verandering, het omverwerpen van de gevestigde orde. Dergelijke motieven blijken te appelleren aan de wens van propagandamakers om de beschouwer te imponeren en in te spelen op het gevoel van het publiek. Hitler erkende al het belang van emotie bovenop de ratio in de propaganda.<sup>79</sup> De religieuze strijders scheppen in de propaganda een romantisch en avontuurlijk beeld. De jihadist is de ster van zijn eigen real-life actiefilm. Daarbij maken ze de stap tot de jihad kleiner door de grenzen tussen fictie en realiteit de laten vervagen. Door de oorlogssituatie in videogames en propagandafilms na te bootsen vanuit een geënceneerde, romantische bril en door *open-source-jihad* te promoten wordt de jihad laagdrempeliger. Dit lijkt onderdeel te zijn van een veel breder hedendaags fenomeen. Henry Jenkins (2003) stelt dat we tegenwoordig in een *participatory culture* leven, waarin (media)consumenten niet alleen nog maar consumeren maar ook produceren.<sup>80</sup> Het heeft gezorgd voor opwinding en zelfexpressie.<sup>81</sup> Het is een tijdperk waarin iedereen het heft in eigen handen kan nemen. Kan je zingen? Dan doe je mee aan *Idols* of plaats je een video van jezelf op *YouTube*. Wil je model worden? Dan plaats je foto's van jezelf op *Instagram* en *Facebook*. En wil je een actieheld worden? Dan word je jihadstrijder, aldus de extremistische organisaties. De *Do-It-Yourself*-beweging is een onderdeel van de contemporaine media-revolutie. Iedereen doet, filmt, fotografeert en verspreidt. De gelikte jihadpropaganda is een resultaat hiervan en speelt uitermate goed op de huidige tijdsgeest in. Door de *open-source-jihad* en het pleiten voor *lone wolf terrorism* wordt de drempel tot jihadparticipatie een stuk lager. Een avontuurlijke toekomst is voor iedereen mogelijk. De som van de beeldtaal van de “*Do-It-Yourself*” mentaliteit, de “religieuze plicht” in leuzen als “This is our call of duty” in de stijl van populaire cultuur, de toegankelijkheid en de theoretische onderlegging van islamistische schrijvers als Qutb en Faraj scheidt een grote aantrekkingskracht voor sympathisanten van de jihad. De romantische fictie van de moedige krijgers lijkt in de propaganda een mooie realiteit. Op het strijdveld zal echter de bloederige schaduwkant van deze guerrillastrijd al gauw de boventoon voeren. Er wordt een beeld geschept dat de jongeren de sleutel zijn tot een wereld die niet gedirigeerd wordt door het kapitalistische

---

<sup>79</sup> Hitler, *Mein Kampf*, 197.

<sup>80</sup> Henry Jenkins, “Quentin Tarantino’s Star Wars?: Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture,” in *Media and cultural studies. Keywords*, ed. Meenakshi Gigi Durham en Douglass Kellner (Malden: Blackwell Publishing, 2006), 551, 554 – 555.

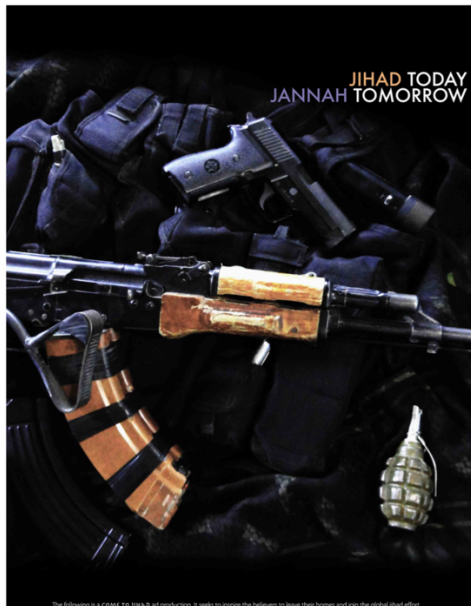
<sup>81</sup> Jenkins, “Participatory culture,” 555.

westen. De antiwesterse strijders zijn in een westers jasje gestoken. De westerse wereld is ironisch genoeg een grote bron (dé bron?) van inspiratie is voor de jihadpropaganda.

### 3. You Only Die Once: why not make it martyrdom? <sup>82</sup>

“We love death, as you love life.” <sup>83</sup>

- Osama Bin Laden



Afb. 21, Al Qaida, *Jihad Today, Jannah Tomorrow*, Inspire 4, 2010, p. 61 .

2016 was het meest dodelijke jaar van zelfmoordterrorisme. Het geldt als een van de meest effectieve middelen voor het promoten van de politieke doeleinden van de terroristische organisaties sinds het begin ervan in de jaren tachtig.<sup>84</sup> In 2016 werden 469 zelfmoordbombaanslagen uitgevoerd door 800 aanslagplegers in 28 landen, die zorgden voor de dood van ongeveer 5650 mensen. In de vermomming van de belofte om een plekje in het Paradijs (*Jannah*, letterlijk “tuin”) te krijgen, geven vele mensen hun leven voor de jihad (zie afb. 21). Islamitische Staat blijft de dominante macht voor de zelfmoordaanslagen in de wereld; in 2012 was IS verantwoordelijk voor ongeveer 70 procent (322) van de zelfmoordaanslagen in de wereld. <sup>85</sup> De bereidheid van een terrorist om te sterven voor het gewin van de groep is een typerende karakteristiek voor rekruten van Islamitische Staat. IS-strijders geloven dat

---

<sup>82</sup> Bijschrift van een pro-jihad afbeelding.

<sup>83</sup> Reid Hutchings, “Islam and Suicide Terrorism. Separating fact from fiction,” *Counter Terrorist Trends and Analyses* 9, no. 11 (november 2017): 7.

<sup>84</sup> Yoram Schweitzer, Aviad Mendelboim, Yotam Rosner, “Suicide Attacks in 2016. The Highest Number of Fatalities,” INSS Insight, geplaatst op 5 januari, 2017, <http://www.inss.org.il/publication/suicide-attacks-2016-highest-number-fatalities/>.

<sup>85</sup> Schweitzer, “Suicide Attacks in 2016.”

zelfmoordaanslagen de hoogste vorm van opoffering zijn voor zowel de religieuze ideologie als de politieke doelen.<sup>86</sup> Het blijkt een effectieve strategie te zijn om zowel een maximum aan slachtoffers en schade als een shockeffect te creëren.<sup>87</sup> In dit hoofdstuk wordt onderzocht hoe deze terroristen in de jihadistische beeldtaal worden neergezet als (potentiële) martelaren en hoe het martelaarschap verheerlijkt wordt.



Afb. 22, Rayat al Tawheed, *If death is what you offer us, then know we came to die*, datum onbekend, <http://www.icsve.org/research-reports/the-hypnotic-power-of-isis-imagery-in-recruiting-western-youth/>



Afb. 23, Rayat al Tawheed, *Why would we want to leave when paradise lies ahead*, datum onbekend, <http://www.icsve.org/research-reports/the-hypnotic-power-of-isis-imagery-in-recruiting-western-youth/>.

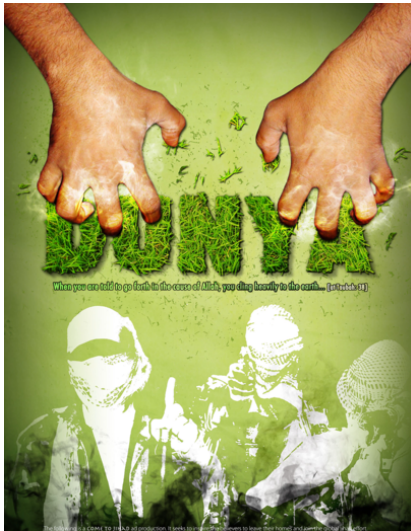
Aangezien de Koran zelfmoord verbiedt, wordt het door organisaties als IS en Al Qaida onder de noemer martelaarschap vergoelijkt. De groepen vermengen martelaarschap met jihad om een narratief te creëren van lijden, strijd en verlossing (zie afb. 22 en 23).<sup>88</sup> In deze afbeeldingen is het typisch agressieve, apocalyptische en filmische karakter van de jihadpropaganda herkenbaar zoals in hoofdstuk 2 besproken is. Muhammad Abdus Salam Faraj, die al eerder aan bod is gekomen, geeft in zijn ideologische pamflet duidelijk inzicht in de aantrekkingskracht voor de jihad en het martelaarschap. In de geest van Qutb vindt Faraj dat mensen te druk bezig zijn met

<sup>86</sup> Hutchins, "Islam and Suicide Terrorism," 7.

<sup>87</sup> Hutchins, "Islam and Suicide Terrorism," 7.

<sup>88</sup> Hutchins, "Islam and Suicide Terrorism," 7.

het aardse leven (afb. 24). Volgens hem staan deze mensen lange en pijnlijke martelingen van God te wachten.<sup>89</sup> Wie echter zijn leven geeft voor Allah (in zijn visie staat dit gelijk aan de jihad) zal tot de status van de martelaar (*shaheed*) verheven worden, waardoor verschillende beloningen hem te wachten zullen staan.<sup>90</sup> In het paradijs zal de martelaar huwen met 72 vrouwen van het paradijs, zullen 70 familieleden worden gered van de dag des oordeels en zullen de zonden worden vergeven.<sup>91</sup> Om deze reden is de jihad ook aantrekkelijk voor strijders zoals Al-Zarqawi; mannen met een crimineel verleden die zo weer met een schone lei kunnen beginnen (afb. 25). Binnen de Islam geldt een breder begrip rondom het concept van martelaren dan bij het Christendom. In de vroege Islam gold men al als een martelaar wanneer men de innerlijke jihad – dus niet de militante jihad – tegen zelfzuchtigheid en het kwaad aanging.<sup>92</sup> Altruïsme, of onbaatzuchtigheid, is een van de belangrijkste waarden binnen de islam. Omdat het concept redelijk vaag is, kan het door jihadisten optimaal benut en gemanipuleerd worden zodat zelfmoordaanslagen tot een hemelse daad van opoffering verheven kunnen worden.



Afb. 24, Al Qaida, *Dunya*. When you are told to go forth in the cause of Allah, you cling heavily to the earth..., 2010, foto: Inspire 2, p. 41.

---

<sup>89</sup> Faraj, *The Absent Obligation*, 68.

<sup>90</sup> Faraj, *The Absent Obligation*, 68.

<sup>91</sup> Faraj, *The Absent Obligation*, 51.

<sup>92</sup> Mahmoud Ayoub, "Martyrdom in Christianity and Islam", in *Religious Resurgence. Contemporary Cases in Islam, Christianity and Judaism*, ed. Richard Antoun en Mary Elaine Hegland, (Syracuse: Syracuse University Press, 1987), 71.

Jihad is a purification no matter who you are or what sins you have, no good deeds are needed to come before it. Don't let nothing hold you back.



Afb. 25, Rayat al Tawheed, *Sometimes people with the worst pasts create the best futures*, datum onbekend, foto: <http://www.icsve.org/research-reports/the-hypnotic-power-of-isis-imagery-in-recruiting-western-youth/>.

In de christelijke traditie geldt Jezus Christus als de meest bekende martelaar, wiens overlijden ervoor zorgde dat de zonden van zijn volgelingen weggewassen zouden worden. In het christendom is er een rijke cultus ontstaan rondom de afbeeldingen van martelaren en heiligen door relieken, altaren en iconen.<sup>93</sup> Tot 313 na Christus was het belijden van het christelijk geloof verboden. Hierdoor zijn iconen pas in de vierde eeuw na Christus ontstaan.<sup>94</sup> De Byzantijnse iconen zijn afkomstig van de Romeinse traditie van portretschilderingen op hout.<sup>95</sup> Aanvankelijk was hier verzet tegen.<sup>96</sup> De vroegste christenen waren volgens Theodore Klauser eerder pre-protestants; puriteins, anti-werelds en tegen visuele kunsten.<sup>97</sup> Vroegchristelijke theologen waren daarbij al kritisch over de Romeinse aanbidding van idolen.<sup>98</sup> In deze zin lijkt de vroegchristelijke houding op die van Moslims; uit angst voor afgoderij heerst een afkeurende houding tegenover de afbeelding van de profeet Mohammed. Dit aniconisme heeft als gevolg dat er binnen de Islam eigenlijk geen beeldtaal is ontwikkeld om martelaren te eren.

Aangezien onder de jihadisten de trend heerst om martelaren te eren (en met name hun dood te propageren), is er tegenwoordig een martelarencultus ontstaan. Het is een antropocentrisch

---

<sup>93</sup> Ayoub, "Martyrdom in Christianity and Islam," 70.

<sup>94</sup> Fred Kleiner, *Gardner's Art Through the Ages. A Concise Western History*, (Wadsworth: Clark Baxter, 2014), 139.

<sup>95</sup> Kleiner, *Gardner's Art*, 139.

<sup>96</sup> Tegenstanders van christelijke kunst refereerden aan het bevel van de Heer aan Mozes in het tweede gebod: "Thou shalt not make unto thee any graven image or any likeness of anything that is in heaven above, or that is in the earth beneath, or that is in the water under the earth." Uit Kleiner, *Gardner's Art*, 139.

<sup>97</sup> Robin Jensen, *Understanding Early Christian Art*, (Londen: Routledge, 2000), 14.

<sup>98</sup> Jensen, *Understanding Early Christian Art*, 14.

genre dat relatief nieuw is binnen de islam, maar tegenwoordig niet meer weg te denken in het visuele genre van jihadisten. Het zou kunnen zijn dat het verschijnen van een martelarencultus, net zoals bij de opkomst van de christelijke kunst, een logisch gevolg is van veranderde politieke, sociale en economische omstandigheden.<sup>99</sup> Op het moment dat het portret in de christelijke kunst diens intrede maakte, ontstond er een nieuwe functie van kunst. De mystieke aanwezigheid van een persoon op een icoon – wat meer inspeelt op de emoties dan abstracte geometrische patronen – kan het geloof versterken, gedragsmodellen voorschrijven en de waarden van een gemeenschap representeren.<sup>100</sup> Vroege christenen zagen de iconen als een spiritueel medium dat hen in verbinding bracht met de heiligen.<sup>101</sup>



Afb. 26, Carlo Crivelli, *De heilige Stefanus*, 61 x 41 cm, tempera op hout, 1476, National Gallery Londen, foto: National Gallery Londen.



Afb. 27, Hamas, *Mohamed Mahmoud Adwan*, Combating Terrorism Center, 2002, foto: <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0169/>.

<sup>99</sup> Jensen, *Understanding Early Christian Art*, 14.

<sup>100</sup> Jensen, *Understanding Early Christian Art*, 129.

<sup>101</sup> Kleiner, *Gardner's Art*, 139.

Deze visuele strategieën lijken goed begrepen te zijn door hedendaagse jihadisten. Het wordt dan ook opmerkelijk wanneer er een vergelijking gemaakt wordt tussen de afbeelding van christelijke heiligen en dat van zelfmoordterroristen. Afbeelding 26 toont de eerste martelaar van de christelijke kerk, de heilige Stefanus, die gemarteld werd omwille van zijn onverbiddelijke geloof in de kerk. Volgens de traditie worden christelijke martelaren afgebeeld met een typerend attribuut, dat vaak te maken had met de manier waarop ze gestorven waren. Stefanus is geïllustreerd met stenen op zijn hoofd en schouders, een verwijzing naar de steniging waardoor hij zijn dood vond. In zijn rechterhand draagt hij een boek, waarschijnlijk de Bijbel, en in zijn linkerhand een palmtak – een symbolische verwijzing naar het martelaarschap. Zijn heilige status wordt versterkt door de nimbus om zijn hoofd. De grammatica die gebruikt is om het martelaarschap van een Christelijke heilige te illustreren, lijkt als archetype voor de afbeelding van de zelfmoordterrorist van Hamas (afb. 27) en andere zelfmoordterroristen te fungeren. De jihadist is geportretteerd met een explosief vest aan. In zijn rechterhand draagt hij de Koran en in zijn linkerhand een afbeelding van waarschijnlijk Salah Mustafa Shhade; een Hamas-strijder die omgebracht is door het Israëliëse leger. Op de banner op de achtergrond is *shadada* te lezen. Het groen is de traditionele kleur voor de islam en wordt gelinkt aan de profeet.<sup>102</sup> De kleur groen wordt in de Koran geassocieerd met het paradijs. De illustratie van de vermomde strijder op de banner kan weer in verband gebracht worden met het militante karakter van jihadistische terreurgroepen. De hoofdband, met de heilige *shahada*, kan ook de suggestie opwekken van een nimbus. Alhoewel er uiteraard stilistische en religieuze verschillen zitten in de beide afbeeldingen, is de overeenkomst in de beeldgrammatica opvallend. Een dergelijke pastiche met een nadruk op het militante karakter is misschien wel nog duidelijker herkenbaar in de volgende vergelijking.

---

<sup>102</sup> Kennedy-Boudali, Islamic Imagery Project, 107.





Afb. 28, *Maria Hodegetria*, St. Tikhon Zadonsky, Servisch Orthodox Klooster, Kroatië, datum onbekend, foto: [https://artinvestment.ru/en/news/exhibitions/20100712\\_muchin.html](https://artinvestment.ru/en/news/exhibitions/20100712_muchin.html).



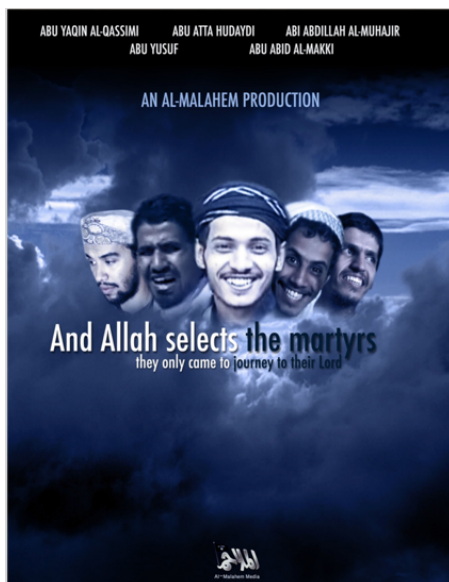
Afb. 29. Hamas, Rim Riyashi en haar zoon, Combating Terrorism Center, 2004, foto: <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0172/>.

Afbeelding 28 is een voorbeeld van een oer-model van Maria Hodegetria, ofwel ‘Zij-die-de-weg-wijst’. Maria is gekleed volgens de traditie in een lange tunica met een hoofddoek dat haar hoofd bedekt.<sup>103</sup> Met haar linkerarm draagt zij het Christuskind en met haar rechterhand wijst zij naar het kind. Het Christuskind heeft in zijn linkerhand een schriftrol en maakt met zijn rechterhand een zegenend gebaar.<sup>104</sup> Beide figuren zijn geïllustreerd met een nimbus om het hoofd. Aan de weerszijden zijn de Griekse lettercombinaties “MHP” en “TU” te lezen; de afkorting voor Mètèr Theou, wat Moeder Gods betekent. De overeenkomst in de visuele

<sup>103</sup> “Moeder Gods Hodegetria,” Catharijne Convent, <https://www.catharijneconvent.nl/adlib/42846/>.

<sup>104</sup> Dit gebaar mag niet verward worden met het *Tawhid*-gebaar dat binnen de Islam een heilige betekenis heeft en waar veel extremistische strijders zich graag mee laten fotograferen. Het omvat het meest beduidende verschil tussen de Islam en het Christendom. Waar in het Christendom een drie-eenheid geldt, bestaat er in de Islam maar één God. Tawhid betekent de eenheid van God: “Er is geen God buiten Allah”.

grammatica tussen het portret van Maria en kind en dat van Riyashi en haar zoontje is significant. De zelfmoordterroriste (afb. 29) Rim Riyashi staat samen met haar zoontje voor de typische Hamas/Qassam-brigade achtergrond gepositioneerd, wederom in de traditioneel groene kleur van de Islam. Boven haar hoofd is de *takbir* te lezen (de woorden “Allah Akbar” of “God is Groots”).<sup>105</sup> In haar rechterhand draagt zij een automatisch geweer en met haar linkerarm draagt ze haar jonge zoontje die een kleine raket lijkt vast te houden. Volgens de orthodoxe Islam is ze gesluierd gekleed. Beide figuren dragen een hoofdband met de *shahada*, maar Riyashi draagt ook nog een sjerp met de heilige spreuk. Verder draagt ze een explosief vest. Het Arabische schrift, samen met het cirkelvormige patroon, omlijst de figuren net zoals Maria Hodegetria in de rechthoekige vorm wordt omlijst, waarbij haar nimbus erbovenuit steekt. De hand van Maria die wijst naar Christus, omsluit in Riyashi’s foto een automatisch geweer. Het zoontje van Riyashi, de vertolking van Christus, draagt een mini-raket in plaats van een schriftrol. De houding van de zelfmoordterroriste en haar zoontje lijkt een kopie te zijn van het oer-model van Maria Hodegetria, maar wederom in de vorm van pastiche met het militante karakter dat kenmerkend is voor de terreurgroepen. Op deze manier worden de figuren haast geheiligd omdat ze worden vereenzelvigd met heiligen uit de klassieke beeldtaal.



Afb. 30, Al Qaida, *And Allah selects the martyrs*, foto: Inspire 2, 2010, p. 68.

<sup>105</sup> Combating Terrorism Center, (geraadpleegd op 13 april 2018) <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0172/>.



Afb. 31, Christophe Courtois, collage van de floating heads, 2011, foto: <https://uproxx.com/viral/thirteen-movie-poster-liches-and-what-they-say-about-the-movie/>.

De vraag rijst hierdoor in hoeverre de christelijke beeldtaal als archetype heeft gediend voor martelarencultus die tegenwoordig wordt gecreëerd en of dit toeval is. Hier zal helaas nooit een concreet antwoord op volgen, maar de overeenkomsten zijn significant. Het overnemen van antieke beeldtaal werd ook door de Christenen zelf gedaan; zo is de christelijke heiligencultus een resultaat van het overnemen van de voorchristelijke heidense cultuur.<sup>106</sup> Jan Nederveen Pieterse introduceert in zijn tekst “Globalization as Hybridization” (1994) de term *global mélange*. Nederveen Pieterse is van mening dat de wereld een heterogene hybridisatie is van culturen – een tweerichtingsverkeer van culturele uitwisseling.<sup>107</sup> Door *cross-over culture* ontstaat er een *global mélange*.<sup>108</sup> Een dergelijke mix van oosterse en westerse cultuur wordt in de volgende voorbeelden concreet zichtbaar. *Appropriation*, zoals zichtbaar was in hoofdstuk 2, komt in afbeelding 30 ook naar voren. Minder expliciet, maar zeker aanwezig is het islamitische geloof in *Jannah* (het paradijs). Het is een afbeelding uit *Inspire* van gesneuvelde martelaren. De voorstelling is vormgegeven als een filmposter. De vijf hoofden van de martelaren, wiens namen zoals acteurs op een filmposter geroemd worden, zweven tussen de wolken. Ze staan lachend geportretteerd, want het martelaarschap wordt immers gezien als iets moois; *don't mourn the martyr who laughs*.<sup>109</sup> De zwevende hoofden worden op het internet gehegeld als het *floating head syndrome*, verwijzend naar de trend in Hollywoodposterdesigns

<sup>106</sup> Jensen, *Understanding Early Christian Art*, 11.

<sup>107</sup> Jan Nederveen Pieterse, “Globalization as Hybridization,” in *Media and cultural studies. Keywords*, ed. Meenakshi Gigi Durham en Douglas Kellner (Malden: Blackwell Publishing, 2006), 666, 671.

<sup>108</sup> Nederveen Pieterse, “Globalization as Hybridization,” 666, 671.

<sup>109</sup> Deze zin dient als bijschrift van een afbeelding van een lachende martelaar die verspreid werd als jihadpropaganda.

waarbij hoofden van protagonisten uitvergroot in de hemel zweven. De Franse blogger Christophe Courtois bracht veertien ontwerptrends samen en maakte er collages van (afb. 31).



Afb. 32, filmposter, *The Last Song*, 2010, IMDB, foto: <https://www.imdb.com/title/tt1294226/mediaviewer/rm2358189824>.



Afb. 33, Al Qaida, *Osama Bin Laden*, datum onbekend, Combating Terrorism Center, foto: <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0387/>.



Afb. 34, Palestijnse Islamitische Jihad (PIJ), *Muhammad al-Fiqqi*, 2010, Combating Terrorism Center, foto: <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0293/>.

De *floating heads* die vaak de covers van sentimentele en/of romantische films sieren (afb. 32), komen veelvuldig voor in de afbeelding van martelaren (afb. 33 en afb. 34). Het hoofd van Osama bin Laden in de wolken (afb. 33) en het licht achter het hoofd van de martelaar en zijn *floating head* rechts (afb. 34) in combinatie met de roze achtergrond zetten in beide afbeeldingen een hemelse en dromerige sfeer neer. De illustratie van de al-Fiqqi (afb. 34) wordt bezongen door bloemrijke poëzie: “O Huris [nimfen van het paradijs] van de eeuwigheid, de martelaar is naar jullie gekomen, bedek de grond met rozen en geef hem gelukzaligheid”.<sup>110</sup> Door de poëtische ondersteuning is het duidelijk dat de dromerige sfeer die wordt neergezet een verwijzing is naar het paradijs. Volgens Iain Edgar (2015) zijn dromen van groot belang voor het handelen van jihadisten. Dromen worden gebruikt om inzicht te krijgen in de toekomst en de metafysica; ze functioneren als een portaal naar de goddelijke wereld.<sup>111</sup> Veel jihadi’s dromen dan ook over het paradijs en het martelaarschap.<sup>112</sup> Het is dus aannemelijk dat jihadisten dromen als inspiratie gebruiken voor de afbeelding van het paradijselijk martelaarschap.

In dit hoofdstuk hebben een aantal typerende visuele motieven niet uitgebreid aan bod kunnen komen. Rozen, een groene vogel en de leeuw kunnen ook verwijzen naar (toekomstig) martelaarschap en zijn belangrijke beeldmotieven. Ook worden martelaren vaak met de Rotskoepel geïllustreerd, het heiligdom dat het begin van de islam in Jeruzalem markeert. De propaganda voor het martelaarschap speelt sterk in op de emoties. De gestorvenen zullen niet dood zijn, integendeel, zij zullen beloond worden met het paradijs waar het leven pas echt

<sup>110</sup> Combating Terrorism Center (geraadpleegd op 15 april 2018) <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0293/>

<sup>111</sup> Iain Edgar, “Dreams of the Islamic State,” *Perspectives on Terrorism* 9, no. 4 (2015): 72-73.

<sup>112</sup> Edgar, “Dreams of the Islamic State,” 78.

begint. Vasthouden aan het wereldlijke is een zonde, het martelaarschap is een zegen. Ondersteund door de bloemrijke poëzie is martelarenpropaganda in sommige voorbeelden sentimenteel, dromerig en hemels van karakter. In andere gevallen lijken ze zich haast te vereenzelvigen met christelijke martelaren, maar dan als de militante alter ego. Door pastiche en *appropriation* is de portrettering van de martelaren herkenbaar voor een brede groep. De propaganda speelt in op hedendaagse populaire (film)cultuur en clichés, maar lijkt ook visuele grammatica te lenen van veel oudere kunst. De dromerige en sentimentele stijl is, alhoewel de beelden vaak duidelijk aan de westerse beeldcultuur ontleend zijn, typisch islamitisch door de fascinatie voor dromen en poëzie (een veel beoefende kunstvorm binnen de Islam). Een reden hiervoor kan het genoemde aniconisme zijn, waardoor er een gebrek is aan eigen beeldtaal voor het afbeelden van mensen. De westerse beeldtaal wordt gebruikt om invulling te geven aan het sentimentele karakter wat – hoe tegenstrijdig dit ook klinkt, gekeken naar de gruwelen van extremistische radicalen– typisch is voor de islam. De propaganda lijkt dus een *global mélange* te zijn; jihadisten nemen elementen vanuit het westen en plaatsen die voor de eigen ideologische invulling in de context van de uit te dragen boodschap. Dit is echter exact wat de vroegste christenen met de Romeinse heidense beeldcultuur hebben gedaan. De exacte oorsprong zal dus lastig, misschien zelfs onmogelijk, te achterhalen zijn omdat het fenomeen van pastiche en toe-eigening blijkbaar al een eeuwenoud fenomeen is. Door het remixen van symboliek uit de eigen cultuur in combinatie met al bestaande beelden of beeldtalen wordt een nieuwe, eigen stijl gecreëerd.

#### 4. Welcome to the Land of the Living: de manische utopie van het Kalifaat



Afb. 35, Islamitische Staat, *Come my friend...*, *Dabiq* 10, 2014, p. 77.

‘Come, my friend...’ staat in grote sierlijke letters op een afbeelding uit het magazine *Dabiq* (afb. 35). Een lachende IS-strijder kijkt uitnodigend in de camera. Tegenstanders zullen hem zien als een wolf in schaapskleren, maar jihadsympathisanten zullen eerder verleid worden door de paradijselijke sfeer waarin hij zich lijkt te bevinden. Op de achtergrond is een dromerig wolkendek weergegeven alsof hij zich in een hemelse omgeving bevindt. Links zijn afbeeldingen ingevoegd van een man met kind, een martelaar en andere jihadstrijders. Dit genre van “positieve” propaganda is in de westerse media door de gewelddadige sensatiepropaganda ondergesneeuwd geraakt. Het is echter misschien wel het meest gevaarlijke type propaganda dat tot nu toe behandeld is in dit onderzoek; het spreekt namelijk aan tot een veel grotere groep. Het lokt ook mensen die in mindere mate affiniteit hebben met geweld en meer met een Islamitische Staat.

In de weekenduitgave van het NRC van 5 en 6 mei 2018 werd door de correspondent Gert van Langendonck volgende dialoog geschreven naar aanleiding van de berechting van vrouwen die bij IS zouden hoorden in Irak:

Rechter: “Gelooft u in de ideologie van Daesh?”

Beklaagde: “Ik ben gekomen om onder de echte Islam te leven. Het was niet wat ik had verwacht.”<sup>113</sup>

<sup>113</sup> Gert van Langendonck, “Dus u hoort niet bij IS? Toch levenslang,” *NRC*, mei 2018, 12.

In dit hoofdstuk staat de utopische propaganda van de hedendaagse jihadisten centraal. Hoe zetten ze een utopische staat neer in de propaganda? Waarin ligt de effectiviteit? Voor de analyse is met name gekeken naar het verwantschap met nationaalsocialistische propaganda. Hiervoor is enerzijds gekozen vanwege het utopische karakter van Nazipropaganda, maar anderzijds omdat er vanwege het nog aanwezige antisemitisme uit de Islamitische hoek met een andere blik naar de Hitlerperiode wordt gekeken dan in het westen (afb. 36).<sup>114</sup> Dit zou als gevolg kunnen hebben dat Nazipropaganda een bron van inspiratie is geweest voor jihadpropaganda.



Afb. 36, Coalition of Intifada Youth to Liberate Palestina, *Adolf Hitler*, 2011, Combating Terrorism Center, <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0388/>.

Het vaststellen van een Islamitische Staat, ofwel het Kalifaat, is het hoofddoel van IS en verschillende andere terreurgroepen. *Fake it until you make it* lijken de propagandamakers ter harte te hebben genomen; overal komen afbeeldingen en video's van de zogenaamde successen terug die zouden dienen als het bewijs dat IS een goed functionerende staat is. Ze organiseren vistripjes, bouwen wegen, zouden kanker bij kinderen genezen (afb. 37) en ze zouden zorgen voor ouderen in bejaardentehuizen (afb. 38). Het is een manier van de organisatie om in een goed daglicht te komen.<sup>115</sup> De suggestie van een officiële staat versterken ze door 'ministeries', 'departementen' en 'kantoren' aan te stellen. Ze leren kinderen de Koran te reciteren – met

<sup>114</sup> Deze propaganda-afbeelding is van de *Coalition of Intifada Youth to Liberate Palestina*. De afbeelding wordt ondersteund door de boodschap (een quote van Hitler) die het *Combating Terrorism Center* vertaalt als: "I could have murdered all the Jews in the world, but I left some so the world would know why I was killing them". Hieruit blijkt een pro-Hitler en antisemitische houding vanuit Palestina. Het hedendaagse antisemitisme is echter een breder probleem wat steeds nadrukkelijker aanwezig wordt. Uit de recente moord op de Joods-Franse 85-jarige Holocaustoverlevende Mireille Knoll – en ook andere slachtoffers – blijkt dat de antisemitische spanningen niet alleen voor de Arabische wereld gelden, maar dat het een wereldwijde problematiek is. Uit: Combating Terrorism Center (geraadpleegd op 4 mei 2018), <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0388/> en Wilmer Heck, "Antisemitisme. Zorg in Europa groeit," *Nrc*, 3 mei, 2018, 1.

<sup>115</sup> Winter, "The Virtual Caliphate," 29.



geweren op schoot – (afb. 39), hebben sharia-rechtbanken en hebben de *hudud*-straffen ingevoerd.<sup>116 117</sup> Deze “staatsingrepen” ondersteunen het idee dat er werkelijk een staat zou zijn en dient zo ook de (fysieke) ingrepen te legitimeren.



Afb. 37, Islamitische Staat, *Cancer Treatment for Children in Ninawa*, Dabiq 4, 2013, p. 28 .



Afb. 38, Islamitische Staat, *A care home for the Elderly in Ninawa*, Dabiq 4, 2013, p. 28.

---

<sup>116</sup> Winter, “The Virtual Caliphate,” 29.

<sup>117</sup> Hudud zijn de lijfstraffen die voorzien zijn in de koran. Uit Sami Zemni, *Politieke Islam. 9/11 en jihad* (Leuven: Acco, 2006), 216.



Afb. 39, Islamitische Staat, *Our Children are a trust from Allah*, *Dabiq* 12, 2015, p. 35.

Net zoals andere terreurgroepen pronkt IS graag met overwinningen en publiceert trots foto's en video's van parades in steden die ze in beslag genomen zouden hebben in zowel *Dabiq* als op *social media*. In auto's en op tanks paraderen ze door de steden met wapens, enorme raketten en de *shahada*-vlag (afb. 40 en 41). Er zijn zelfs video's verschenen waarin er geparadeerd wordt met gevangenen in kooien. Dergelijke parades staan voor de overmacht die Islamitische Staat heeft op andere organisaties en/of politieke systemen. Om deze reden is het logisch dat IS er graag mee pronkt; het is een manier om hun zogenaamde successen te tonen. Het heeft echter ook andere voordelen. Joshua Hagen stelt in zijn artikel "Parades, Public, Space and Propaganda" (2008) dat de effectiviteit van de parades van de Nazi's in München lag in het participerende en populistische karakter ervan.<sup>118</sup> Het was een teken van politieke overwinning en militant nationalisme.<sup>119</sup> De parades karakteriseren een massaspektakel en publieke performance; iedereen kan meedoen en iedereen hoort erbij, waardoor een gemeenschappelijke identiteit wordt gecreëerd.<sup>120</sup> Leni Riefenstahl exploiteerde in misschien wel de meest propagandistische film ooit, *der Triumph des Willens* (1935), de manipulatieve kracht van parades. Het filmen van de parades, wat een documentatie van een succesvolle natie moest zijn, was een in scène gezette propagandafilm.<sup>121</sup> Susan Sontag stelt dat het zogenaamd de authentieke realiteit is, maar in feite is de realiteit gebruikt om een gewenste afbeelding te reconstrueren.<sup>122</sup> IS benut deze methode volop. Ze reconstrueren en verdraaien gebeurtenissen en vergroten ze uit. Religieuze verhalen in *Dabiq* worden ondersteund door parade-afbeeldingen waarbij enig bijschrift ontbreekt. De propagandamakers van IS lijken zoals de

<sup>118</sup> Joshua Hagen, "Parades. Public Space. And Propaganda. Nazi Culture Parades in Munich," *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography* 90, no. 4 (2008): 349.

<sup>119</sup> Hagen, "Parades," 349.

<sup>120</sup> Hagen, "Parades," 349.

<sup>121</sup> Susan Sontag, "Fascinating Fascism", *The New York Review of Books*, geplaatst op 6 februari, 1975, <http://www.nybooks.com/articles/1975/02/06/fascinating-fascism/>.

<sup>122</sup> Sontag, "Fascinating Fascism."

nationaalsocialisten te hebben begrepen hoe een verdraaide of geënceneerde werkelijkheid kan aanspreken tot een grote groep, waardoor ze zichzelf presenteren als een succesvolle organisatie.



Afb. 40, Islamitische Staat, *Parade*, Dabiq 3, 2013, p.7.



Afb. 41, Islamitische Staat, *Parade*, Dabiq 2, 2013, p.11.

Afbeelding 42 is een muurschildering van Walther Hoeck, een typische afbeelding van pro-nazikunst. Op de voorgrond staat een naakte, fitte man met in zijn linkerhand de vlag van de NSDAP en met zijn rechterhand doet hij de Hitlergroet. Achter hem staat een steigerend paard, een motief wat in hoofdstuk 2 onderzocht is. Op de achtergrond is een georganiseerde parade gaande met militairen die vlaggen met het hakenkruis dragen. Een groot verschil met IS is dat de parades van IS veel meer chaos laten zien (afb. 41). Het zijn geen strak georganiseerde parades waarbij militairen simultaan marcheren zoals bij de nationaalsocialisten of in China of Noord-Korea. Dat zou ook niet passen bij de boodschap die IS haar vijanden wil geven; ze willen apocalyptische chaos creëren waardoor vijanden verslagen zullen worden. De wereld zal in hun handen in het teken van chaos en destructie van de vijanden staan tot de verlossing van

de Dag des Oordeels komt. De Hitlergroet is samen met het hakenkruis (de swastika) hét merk van de NSDAP. Deze tekens kunnen tegenwoordig niet meer met iets anders geassocieerd worden dan met het nationaalsocialisme en zijn zelfs verboden, alhoewel de swastika van origine een religieuze en niet een fascistische betekenis heeft. Het is verschrikkelijk voor het overgrote niet-extremistische Islamitische deel van de wereld dat de heiligste spreuk van de Islam op eenzelfde manier misbruikt wordt. Veel jihadstrijders laten zich graag fotograferen met het *Tawhid*-gebaar in combinatie met de *shahada*-vlag (afb. 43). Het gebaar en de vlag worden door IS op dezelfde manier toegeëigend als hoe de Nazi's de swastika en de Hitlergroet hebben toegeëigend. Ze misbruiken het en geven zo het idee dat ze volledig vanuit Allah's wil opereren. Het benutten van deze symboliek is enerzijds nuttig omdat het voor veel mensen herkenbaar is en ze zichzelf ermee kunnen identificeren. IS heeft goed beseft dat het gebruiken van traditionele visuele beeldtaal zorgt voor een gevoel van vertrouwdheid. De effectiviteit van het benutten van beeldtaal die al bekend was bij het grote publiek voor propaganda bleek al uit het succes van de Sovjetpropaganda die kleurenschema's, stijlen en iconografie kopieerden van de traditionele Russische beeldtaal.<sup>123</sup> Bovendien versterkt het gebruik van een logo en een gebaar in het algemeen de gemeenschappelijke identiteitsvorming. Het identificeren van jezelf met een gebaar, vlag, logo en/of kleding is een methode om jezelf te conformeren aan een bepaalde groep en dit ook aan de buitenwereld te tonen. Zo stelde Hitler in *Mein Kampf* dat het noodzakelijk is voor de basis voor een succesvolle staat en het behouden ervan om saamhorigheidsgevoel te creëren en de bereidheid om daarvoor alle middelen in te zetten.<sup>124</sup> Dergelijke visuele uitingen zorgen voor een gedeelde identiteit, dus saamhorigheid, waardoor het waarschijnlijk ook aantrekkelijker is voor jongeren die met existentiële identiteitsproblemen kampen in het westen (zie hoofdstuk 2).

---

<sup>123</sup> Scott Boylston, "Case Study. Visual Propaganda in Soviet Russia," voor cursus 'The Role of Design in Social Awareness', Savannah College of Art and Design, 2.

<sup>124</sup> Hitler, *Mein Kampf*, 166.



Afb. 42, Walther Hoeck, *Das Junge Deutschland*, 460 bij 300 cm, Braunschweizer Hauptbahnhof (vernietigd), 1935, foto: <http://galleria.thule-italia.com/walther-hoeck/?lang=en>.



Afb. 43, Islamitische Staat, *IS-strijder met Tawhid-gebaar en Shahada-vlag*, Dabiq 5, 2014, p.7.

Misschien wel de meest ideologisch sterke propagandafilm die door Islamitische Staat is gemaakt, is *Eid Greetings from the land of Khilafah* (2014). In de vorm van een documentaire wordt het kalifaat op een utopische manier afgebeeld. Strijders van over de hele wereld vertellen over de pracht van het leven in *the land of khilafah*. Ze spreken in hun eigen taal, waarschijnlijk omdat het zo het publiek persoonlijker aanspreekt. De Belg Abu Hanifah Al-Belgi Ki vertelt:

“Ik heb in mijn leven mijn eigen nooit als een moslim gevoeld als deze momenten hier tussen de moslims in de schaduw van de Khilafah. Wij leven hier heel veilig en wij leven hier heel gelukkig. We kunnen ons eigen niets meer wensen.”<sup>125 126</sup>

---

<sup>125</sup> “Eid Greetings from the land of Khilafah”, Al Hayat, geplaatst 2 augustus 2014, video, 14:12. <https://jihadology.net/2014/08/02/al-%E1%B8%A5ayat-media-center-presents-a-new-video-message-from-the-islamic-state-id-greetings-from-the-land-of-the-caliphate/>.

<sup>126</sup> De meeste strijders worden vernoemd naar het land waar ze vandaan komen. ‘Abu’ staat voor vader, in de Islam krijgt een man dat voor zijn naam als hij een zoon krijgt. Zijn voornaam verandert dan in de naam van zijn zoon. Vandaar dat deze man Abu Hanifah Al-Belgi Ki heet.

Overall lopen tientallen kinderen lachend rond, spelen in botsauto's, krijgen waterpistolen en worden gekust door liefhebbende vaders. De titelsong die de film ondersteunt, lijkt het doel van het kalifaat te omvatten: "By it we live without humiliation, a life of peace and security".<sup>127</sup> Het gezang wordt dermate vaak herhaald, dat het onbewust (en onvrijwillig) in het hoofd blijft hangen. Maurits Berger, professor aan de Universiteit Leiden, schrijft dat over het kalifaat wordt gesproken als een plek vrij van zonden; een heilstaat. Daarbij vergelijkt hij de radicale strijders met Don Quichot, omdat de jongens zich verliezen in utopische dromen.<sup>128</sup> IS zou echter IS niet zijn als in deze utopische film niet zowel alle kinderen als alle vaders fier met geweren en pistolen zouden paraderen (afb. 44). Het is extreem paradoxaal hoe gezongen wordt in de *nasheed* over veiligheid en vrede terwijl vaders en kinderen met wapens in pretparken pronken. Het maakt de propaganda manisch van karakter. Enerzijds is het idealistisch, positief en romantisch en anderzijds blijft de militaire en destructieve kant van IS als een schaduw in de zon altijd aanwezig.



Afb. 44, Islamitische Staat, *Eid Greetings from the Land of Khilafah*, video, 10:17, 2014, <https://jihadology.net/2014/08/02/al-%E1%B8%A5ayat-media-center-presents-a-new-video-message-from-the-islamic-state-id-greetings-from-the-land-of-the-caliphate/>.

De kinderlijke onschuld blijkt al lange tijd een goed middel te zijn om een utopische samenleving neer te zetten. In *Eid Greetings from the land of Khilafah* worden kinderen op een vergelijkbare wijze neergezet als in *der Triumph des Willens*. Massa's van spelende kinderen hebben zich verzameld. Ze stoeien en lachen met elkaar (afb. 45 en afb. 46). Susan Sontag is van mening dat de films van Riefenstahl effectief waren en bleven door het verlangen naar het romantische ideaal dat wordt neergezet in de films.<sup>129</sup> Er kan gesteld worden dat in de

<sup>127</sup> "Eid Greetings from the land of Khilafah." 4:51.

<sup>128</sup> Maurits Berger, "Don Quichot en het kalifaat (I). Waarom radicalisering?" Leiden Islam Blog, 3 november, 2014, <http://www.leiden-islamblog.nl/articles/don-quichot-en-het-kalifaat-i-waarom-radicalisering>.

<sup>129</sup> Sontag, "Fascinating Fascism."

“documentaire” van IS ook wordt ingespeeld op een idealistisch verlangen naar een paradijselijk Kalifaat. Hoog op de agenda van zowel de nationaalsocialisten als bij jihadistische terreurgroepen staat de indoctrinatie van kinderen. Dit wordt zeer indrukwekkend geportretteerd in de documentaire *Of Fathers and Sons* (2017) van Talal Derki. Als kleuters leren kinderen bommen maken en onthoofden ze kleine vogeltjes, naar voorbeeld van hun vader die strijdt voor Al-Nusra. Onder Hitler werden jongeren lid van de Hitlerjugend, tegenwoordig worden kinderen op Jihadkamp gestuurd, waar ze alle aspecten de strijd op het oorlogsveld leren. Er zijn ook helaas veel kinderen die worden ingezet door IS, Al Qaida (Al-Nusra) en andere jihadistische groepen op het strijdveld. Ook al hebben de terreurgroepen bijna al het fysieke terrein verloren, er wordt weer een hele nieuwe generatie gehersenspoeld en klaargestoomd voor de militante jihad. De geografische aanwezigheid van IS verdwijnt misschien, maar de vraag is of de ideologische aanwezigheid is verdwenen.



Afb. 45, Islamitische Staat, *Eid Greetings from the Land of Khilafah*, video, 10:31, 2014, filmstill: <https://jihadology.net/2014/08/02/al-%E1%B8%A5ayat-media-center-presents-a-new-video-message-from-the-islamic-state-id-greetings-from-the-land-of-the-caliphate/>.



Afb. 46, Leni Riefenstahl, *Triumph des Willens*, video, 17:18, 1935, filmstill: <https://www.youtube.com/watch?v=GHS2coAzLJ8&bpctr=1527256771>.



Afb. 47, NSDAP, *Offiziere von Morgen*, 1944, foto:

<https://history.libraries.wsu.edu/fall2014/2014/08/28/know-your-role-family-institutions-during-the-world-wars/>.



Afb. 48, Islamitische Staat, *The Lions of Tomorrow*, foto: Dabiq 8, 2014, p. 20.

Wanneer afbeelding 47 en afbeelding 48 met elkaar vergeleken worden, zal al gauw blijken dat er zowel duidelijke overeenkomsten als verschillen in de afbeeldingen zitten, die typerend zijn voor de organisaties. Uiteraard zijn de verschillen stilistisch gezien heel groot; de Nazi-afbeelding is een illustratie en de IS-afbeelding een (geënceneerde?) foto. Het typisch Arische jongetje in uniform is een van de “Offiziere von morgen”, zijn leeftijdsgenoot van IS wordt betiteld als een van “the lions of tomorrow”.<sup>130</sup> Hieruit blijkt dat beide organisaties een gelijk

<sup>130</sup> De leeuw is binnen de Islam een belangrijk symbool. Het staat voor dapperheid, kracht en eer voor het Islamitische publiek. Ook wordt de leeuw geassocieerd met de vroege compagnons van de Profeet en hun heroïsche daden in de jihad. Uit: Kennedy-Boudali, Islamic Imagery Project, p. 29.



belang hechten aan de indoctrinatie van kinderen en de voorbereiding op het strijdveld. De kinderen zijn beiden vanuit kikvorsperspectief weergegeven; een methode om grootsheid aan te geven, die vaak benut werd voor de propagering van leiders als Hitler en Stalin (afb. 49). De illustratie van het nationaalsocialistische jongetje ziet er een stuk onschuldiger uit dan zijn leeftijdsgenoot die met een geweer boven een lijk staat. Het Nazi-kind en de officier op de achtergrond zien er eerder lieflijk, opportunistisch en hoopvol uit. Zij marcheren naar een zonnige toekomst. Dit is een extreme vertekening van de nazipropaganda die in werkelijkheid een broedplaats van genocide was. De killere afbeelding van het serieuze IS-kind in uniform, waarbij de kleuren een stuk minder verzadigd zijn, schetst een gewelddadiger maar ook een pessimistischer beeld. Waar de nationaalsocialisten zichzelf als optimistische helden portretteerden, beelden de jihadisten zichzelf af als koelbloedige moordenaars.



Afb. 49, Sovjet *propagandaposter Stalin*, datum onbekend, foto: <https://historiek.net/russische-revolutie-oorzaken-samenvatting/68292/>.

Uit dit hoofdstuk is gebleken op welke manier IS zichzelf neerzet als een utopische staat in de propaganda. In deze zogenaamd goed georganiseerde staat wordt er voor de burgers gezorgd. Er worden ontspannende activiteiten georganiseerd, er is zieken- en ouderenzorg, de infrastructuur wordt verbeterd en ga zo maar door. Overwinningen worden trots gevierd door parades door ingenomen steden met wapens en vlaggen. Iedereen is gelukkig. Met een brede lach vertellen strijders, terwijl nieuwsgierige kinderen om hen heen staan, hoe goed het leven

---

is in het Kalifaat. Het zijn allemaal methodes om het zogenaamde succes van de Islamitische Staat aan te tonen. Met de propaganda creëren ze een gemeenschapsgevoel, een open samenleving waarin iedereen welkom zou zijn. Er ligt een grote nadruk op de groepsidentiteit. Het is een organisatie en plek waar je als moslim graag bij zou moeten willen horen. Toch is het wrede, militante karakter van IS vrijwel altijd aanwezig in de propaganda. In sommige gevallen moet er twee keer gekeken worden voordat wapens op de afbeelding ontdekt worden, die eigenlijk altijd aanwezig zijn. Kinderen en mannen paraderen ermee alsof het een statussymbool is. De jihadisten zijn niet bang om gruwelen te tonen. Integendeel, ze zijn er juist trots op. In het verleden werd de gruwelijke kant van wrede politieke systemen verbloemd door opportunistische en heroïsche propaganda en werd alleen de vijand op een angstaanjagende wijze afgebeeld. In vergelijking met de hedendaagse jihadistische propaganda lijkt de nazipropaganda haast lieflijk en naïef. De jihadistische utopische propaganda is eerder manisch van karakter. De jihadisten hebben een visueel postmodern genre gecreëerd wat een mix lijkt te zijn van authentieke islamitische cultuur, de westerse (populaire) cultuur en propaganda en een extreme obsessie met wapens en geweld. Voor de jihadisten bestaat er geen zonnige toekomst. De toekomst ligt in complete chaos en destructie tot de grote verlossing. Genade en dialoog bestaan niet. Zoals Charlie Winter in zijn rapport stelt, is de boodschap van IS duidelijk: ‘Join now or face eternity in Hell’.<sup>131</sup>

---

<sup>131</sup> Winter, “The Virtual Caliphate,” 30.

## Conclusie

In dit onderzoek is getracht de beeldtaal en visuele strategieën van hedendaagse jihadisten iconologisch te analyseren en een verklaring te geven voor de effectiviteit ervan. Op microniveau lijkt de propaganda ontzettend succesvol te zijn omdat het de miskende moslim ten eerste een nobel doel in zijn leven lijkt te geven. Jongeren die fan zijn van spannende actiefilms en videogames, zouden zichzelf kunnen vereenzelvigen met hun favoriete actiehelden in de jihad. Daarbij wordt het strijden zo laagdrempelig mogelijk gemaakt. Het heft zelf in handen nemen wordt extreem gestimuleerd door “*open-source-jihad*” en het pleiten voor *lone wolf terrorism*. Door dialogen te weigeren en duidelijke vijanden aan te wijzen, wordt het eenvoudiger om mensen te indoctrineren en empathie te verminderen. Religieuze concepten, zoals het martelaarschap en de jihad, zijn door de vaagheid ervan makkelijk te kneden. De belofte van Jannah in combinatie met een afkeurende houding wanneer mensen zich te veel vasthouden aan de aardse waarden draagt succesvol bij aan het zelfmoordterrorisme. In de beelden worden de omgekomen jihadisten geheiligd; haast gelijkgesteld aan de christelijke martelaren en heiligen. De beelden en hun bijschriften manipuleren (aspirant) moslims zodanig, dat de extremistische ideologie onder de sluier van de islam een religieuze plicht is. Daarbij komt dat de beeldvorming een gevoel van collectiviteit neerzet, van gedeelde identiteit en broederschap. Wie iets minder om het gewelddadige aspect geeft, kan verleid worden door de utopische propaganda van het kalifaat, waarin veiligheid, vrolijke kinderen en vrede centraal zouden staan. De propaganda blijft in alle gevallen manisch en soms zelfs psychopathisch van karakter. Met wapens wordt gepronkt door zowel kleuters als volwassen mannen in gevechtscloeding alsof het statusobjecten zijn. Iedere schijn van warm opportunisme zoals dat bij het nationaalsocialisme te zien is, is volledig van de grond geveegd. Verdoemenis van de vijand staat centraal. De jihadisten zijn de uitverkorenen om de wereld te redden, dus moeten zij zich presenteren als de meest gruwelijke moordenaars om zo de meeste angst aan te jagen. Voor hen geldt: angst is macht, en dus scheppen ze een enorm macabere wereld. Daarbij presenteert Islamitische Staat zich als een geslaagde organisatie, met zogenaamde successen om zo het overwicht op hun vijanden te benadrukken en anderen te lokken.

Op metaniveau lijkt het visuele genre van jihadisten te slagen doordat het uitermate goed inspeelt op hedendaagse fenomenen. De jihadistische propaganda is postmodernistisch van karakter. Het is niet origineel en jihadisten hebben ook niet de ambitie om origineel te zijn. Clichés worden omarmd en dragen juist bij aan de begrijpelijkheid van de beelden. Ze lenen

(bewust en onbewust) succesvolle beeldtalen en visuele strategieën vanuit het heden en het verleden. Het speelt juist in op de herkenbaarheid, waardoor de propaganda voor een grote groep mensen toegankelijk wordt gemaakt. Mensen kunnen zich ermee identificeren en hebben er bepaalde associaties bij. Om deze reden dienen Hollywoodfilms voor een groot deel als beeldbank voor de propaganda. Deze zogenaamde remixen van eigen materiaal en materiaal ontleend aan andere visuele bronnen past binnen de *read-write culture*. Zoals Marcel Duchamp dat in 1919 al bewust deed met zijn werk L.H.O.O.Q., waarin hij de Mona Lisa toe-eigende, zijn het nu de jihadisten. De *remixculture* van jihadisten, *jihadi cool* of popjihad, omarmt contemporaine westerse populaire cultuur en steekt het in een jihadistisch jasje. Hierdoor wordt de strijd iets modieus of hups. De *read-write culture* valt ook weer samen met de *participatory* en *Do-It-Yourself culture*. Tegenwoordig worden mensen verleid om zelf te produceren in plaats van louter te consumeren en de productie over te laten aan hogere autoriteiten. In de geest van dit onderzoek wordt met het produceren zowel de productie van de propaganda bedoeld, als het plegen van aanslagen en het aansluiten bij extremistische organisaties. Al met al, kan gezegd worden dat jihadisten een “eigen” visueel genre hebben ontwikkeld met hun fascinatie voor wapens, meedogenloze maar ook onverschrokken strijders, apocalyptische Hollywoodscènes en populaire westerse cultuur onder de zogenaamde sluier van de Islam. De gruwelen worden niet verbloemd maar juist als propaganda gebruikt. In hun ogen is hun geweld rechtvaardig. De Islam wordt helaas misbruikt en mensen worden ervan overtuigd dat ze het juiste doen. Niets is uiteraard minder waar.

Er is geen grens, geen empathie en geen moraal. De stagnatie en de vernedering van de moslimwereld bood een ideaal klimaat waardoor de jihadpropaganda kon opbloeien. Dit heeft zich al uitgewezen in het verleden, het wijst zich nu uit en zal zich helaas in de toekomst waarschijnlijk ook uitwijzen. In het artikel “Dus u hoort niet bij IS? Toch levenslang” wordt geschreven over (vermeende) terroristen die zonder enig proces in Irak in de gevangenis belanden. Volgens Van Langendonck waren de lukrake arrestaties van soennitische milities die met én tegen Al Qaida hebben gevochten de voedingsbodem voor IS.<sup>132</sup> Een Irakese advocaat, die anoniem wilde blijven, vertelde aan Van Langendonck dat de geschiedenis zich zal herhalen. Wat er straks aankomt zal nog erger zijn dan IS, stelt hij.<sup>133</sup> Feit is dat IS aan de oppervlakte misschien zo goed als verslagen is, maar de extremistische ideologie is niet verdwenen. Op 25 mei 2018 is er nog een editie verschenen van de krant van IS, *al-Naba*. Op

---

<sup>132</sup> Langendonck, “Dus u hoort niet bij IS? Toch levenslang,” 14.

<sup>133</sup> Langendonck, “Dus u hoort niet bij IS? Toch levenslang,” 14.

24 mei 2018 verscheen er een nieuw videobericht van Al Qaida. Op 22 mei 2018 bracht IS de video *Conquer the Enemies* naar buiten, waarin een executie te zien is van een volwassen man en een jongen, die niet ouder zal zijn geweest dan een jaar of zestien. Het feit dat er nog steeds actief propaganda wordt gemaakt, duidt erop dat de brute ideologie nog aanwezig is en aanhangers heeft. Nog steeds lijden en overlijden er te veel mensen door de dramatische situatie in het Midden-Oosten. Een hele nieuwe generatie is al getraumatiseerd en/of geïndoctrineerd met de ideologie en opgeleid als psychopathische moordenaars. Syrische kinderen worden niet voor niets de verloren generatie genoemd. Het is ontzettend belangrijk dat er goed nagedacht wordt hoe deze problematiek aangepakt kan worden. Straks worden de apocalyptische doembeelden van Islamitische Staat werkelijkheid, maar dan onder een nieuwe naam. Deze blaffende honden bijten helaas wel.

## Bibliografie

### Boeken

Faraj, M., *The Absent Obligation*, (Birmingham: Maktahbah Al Ansaar, 2000).

Heywood, A., *Political Ideologies. An Introduction*, (Londen: Palgrave Macmillan Ltd, 2017).

Hitler, A., *Mein Kampf* (Leipzig: August Pries G.m.b.H., 1943).

Jensen, R., *Understanding Early Christian Art*, (Londen: Routledge, 2000).

Kleiner, F., *Gardner's Art Through the Ages. A Concise Western History*, (Wadsworth: Clark Baxter, 2014).

Moore, C., *Propaganda Prints* (Londen: A&C Black Publishers Limited, 2010).

Segal, J., *Kunst en politiek. Tussen zuiverheid en propaganda*, (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015).

Qutb, S., *Milestones*, (Birmingham: Maktahbah Booksellers and Publishers, 2006).

Zemni, S., *Politieke Islam. 9/11 en jihad* (Leuven: Acco, 2006).

### Artikelen

Ayoub, M., "Martyrdom in Christianity and Islam", in *Religious Resurgence. Contemporary Cases in Islam, Christianity and Judaism*, ed. Richard Antoun en Mary Elaine Hegland, (Syracuse: Syracuse University Press, 1987), 67 - 77.

Bahara, H., "Jihad-pr", *De Groene Amsterdammer*, September 2014, <https://www.groene.nl/artikel/jihad-pr>.

Berger, M., "Don Quichot en het kalifaat (I). Waarom radicalisering?" Leiden Islam Blog, geplaatst op 3 november, 2014, <http://www.leiden-islamblog.nl/articles/don-quichot-en-het-kalifaat-i-waarom-radicalisering>.

Birchall, G., "'London has fallen'. Sick ISIS propaganda video shows a London bridge and the White House getting blown up using Hollywood movie scenes," *The Sun*, januari 2018, <https://www.thesun.co.uk/news/5383469/isis-propaganda-video-london-bridge-white-house-blown-up-movie-scenes/>.

Botz-Bornstein, T., "The futurist aesthetics of ISIS," *Journal of Aesthetics & Culture*, vol. 9 (lente 2017), <https://doi.org/10.1080/20004214.2017.1271528>, 1 – 13.

- Ede Botje, H., 2015, “De Propagandamachine van de Islamitische Staat”, *Vrij Nederland*, 3 maart 2015.
- Edgar, I., “Dreams of the Islamic State,” *Perspectives on Terrorism* 9, no. 4 (2015), 72 – 84.
- El Alaoui, H., “The Split in Arab Culture,” *Journal of Democracy* 22, no. 1, (januari 2011), 1 – 10, Project MUSE.
- Eilkmeijer, D., “Qutbism. An Ideology of Islamic-Fascism,” *Parameters: journal of the US Army War College* (lente 2007), 85 – 97,  
<https://ssi.armywarcollege.edu/pubs/parameters/articles/07spring/eikmeier.pdf>.
- Grossman, “Watch: Islamic State’s Terror Video Game,” *Jerusalem Post*, 21 September, 2014,  
<https://www.jpost.com/Middle-East/IS-claims-it-created-a-terror-video-game-375935>.
- Hagen, J., “Parades. Public Space, and Propaganda. Nazi Culture Parades in Munich,” *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography* 90, no. 4 (2008): 349 – 367.
- Heck, W., “Antisemitisme. Zorg in Europa groeit,” *Nrc*, 3 mei, 2018, 1.
- Hoogenboom, B., “Jonge moslims radicaliseren om van alles, niet alleen de islam,” *NRC*, 16 november, 2017, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/16/jonge-moslims-radicaliseren-om-van-alles-niet-alleen-de-islam-a1580481>.
- Hutchings, R., “Islam and Suicide Terrorism. Separating fact from fiction,” *Counter Terrorist Trends and Analyses* 9, no. 11 (november 2017): 7 - 11.
- Jenkins, “Quentin Tarantino’s Star Wars?: Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture,” in *Media and cultural studies. Keywords*, ed. Meenakshi Gigi Durham en Douglas Kellner (Malden: Blackwell Publishing, 2006), 549 – 575.
- Koerner, B., “Why ISIS is winning the social media war,” *Wired*, Conde Nast, april, 2016,  
<https://www.wired.com/2016/03/isis-winning-social-media-war-heres-beat/>.
- Van Langendonck, G. “Dus u hoort niet bij IS? Toch levenslang,” *NRC*, mei 2018.
- “Man bekent betrokkenheid San Bernardino-aanslag: ik leverde de wapens,” *NOS*, 15 februari, 2017, <https://nos.nl/artikel/2158300-man-bekent-betrokkenheid-san-bernardino-aanslag-ik-leverde-de-wapens.html>.
- Miller, G., “Inside the surreal world of the Islamic State’s propaganda machine,” *Washington Post*, 20 november, 2015, [https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b\\_story.html?noredirect=on&utm\\_term=.ff964989f076](https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b_story.html?noredirect=on&utm_term=.ff964989f076).

Nederveen Pieterse, J., "Globalization as Hybridization," in *Media and cultural studies. Keywords*, ed. Meenakshi Gigi Durham en Dougklas Kellner (Malden: Blackwell Publishing, 2006), 658 – 680.

Rose, S., "The Isis propaganda war. A hi-tech media jihad", *The Guardian*, 7 oktober, 2014, <https://www.theguardian.com/world/2014/oct/07/isis-media-machine-propaganda-war>.

Schweitzer, Y., Mendelboim, A., Rosner, Y., "Suicide Attacks in 2016. The Highest Number of Fatalities," INSS Insight, geplaatst op 5 januari, 2017, <http://www.inss.org.il/publication/suicide-attacks-2016-highest-number-fatalities/>.

Sontag, S., "Fascinating Fascism", *The New York Review of Books*, geplaatst op 6 februari, 1975, <http://www.nybooks.com/articles/1975/02/06/fascinating-fascism/>.

Shatanawi, M., "De tegenstrijdigheden van Islamitische kunst," *Boekman. Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid* 85, 2010, 38 – 43.

Torres, M., "Analysis and Evolution of the Global Jihadist Movement Propaganda", *Terrorism and Political Violence*, 18 (januari 2007): 399 - 421, <http://hera.ugr.es/doi/16517003.pdf>.

## Websites

Catharijne Convent, Moeder Gods Hodegetria, (geraadpleegd op 10 april 2018) <https://www.catharijneconvent.nl/adlib/42846/>.

Combating Terrorism Center, Militant Imagery Project, 2013, <https://ctc.usma.edu/programs-resources/militant-imagery-project>.

Tommaso Marinetti, F., Manifesto of Futurism, 1909, (geraadpleegd op 28-02-2018) <http://bactra.org/T4PM/futurist-manifesto.html>.

## Rapporten

Kennedy-Boudali, L., "Islamic Imagery Project", rapport van *Combating Terrorism Center*, (2006).

Winter, C., "The Virtual Caliphate: understanding Islamic State's Propaganda Strategy," rapport van de *Quilliam Foundation* (juli 2015).



## Video's

“Eid Greetings from the land of Khilafah”, Al Hayat, geplaatst 2 augustus 2014, video, <https://jihadology.net/2014/08/02/al-%E1%B8%A5ayat-media-center-presents-a-new-video-message-from-the-islamic-state-id-greetings-from-the-land-of-the-caliphate/>.

“New video message from the Islamic State: Flames of War II,” Al Hayat, video, geplaatst 29 november, 2017, <http://jihadology.net/2017/11/29/new-video-message-from-the-islamic-state-flames-of-war-ii/>.

## Overig

Al Qaida, “Lone Mujahid Pocketbook,” speciale uitgave van *Inspire*, 2013.

Bin Laden, O., “CNN March 1997 Interview with Osama bin Laden,” interview door Peter Arnett, CNN, maart 1997, transcript, <http://news.findlaw.com/cnn/docs/binladen/binladenintvw-cnn.pdf>.

Boylston, S., “Case Study. Visual Propaganda in Soviet Russia,” voor cursus ‘The Role of Design in Social Awareness’, Savannah College of Art and Design, 2.

## Bijlage

### 1. Strijder te paard



Bijl. 1a, *Strijder op paard*, 2014, [https://twitter.com/Maulanaakbar\\_18](https://twitter.com/Maulanaakbar_18).



Bijl. 1b, *Strijder te paard*, datum onbekend, <http://georgetownsecuritystudiesreview.org/2016/10/22/reframing-reversals-the-islamic-states-media-jihad/> .



Bijl. 1c, *Islamitische Staat, Strijders paard*, Dabiq 8, 2014, p. 12.

## 2. Strijder (veelal van achteren geportretteerd)



Bijl. 2a, Islamitische Staat, *Strijder vanachter*, Dabiq 9, 2014, p. 79.



Bijl. 2b, Al Qaida, *Strijder vanachter*, Lone Mujahid Pocketbook, 2013, p. 63.

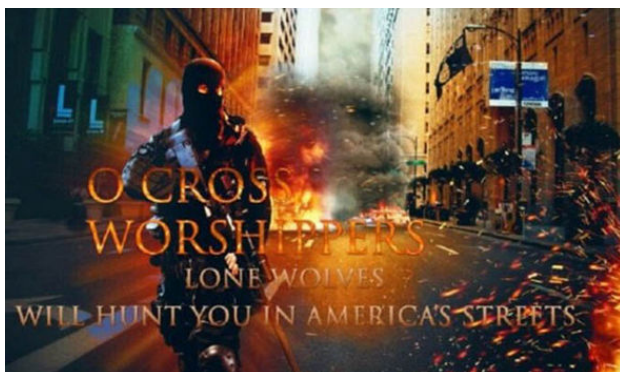


Bijl. 2c, Islamitische Staat, *Strijder vanachter*, 2017, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-5123763/ISIS-threaten-terror-attack-London-propaganda-poster.html>.

### 3. Apocalyptische propaganda



Bijl. 3a, Islamitische Staat, *O Disbelievers of the World*, Al Hayat, 2017, foto: <https://jihadology.net/2017/12/31/new-video-nashid-from-the-islamic-state-oh-disbelievers-of-the-world/>.



Bijl. 3b, Islamitische Staat, *O Cross Worshippers*, datum onbekend, <https://www.express.co.uk/news/world/690145/Islamic-State-ISIS-propaganda-video-UK-Europe-US-Australia-France-Nice>.

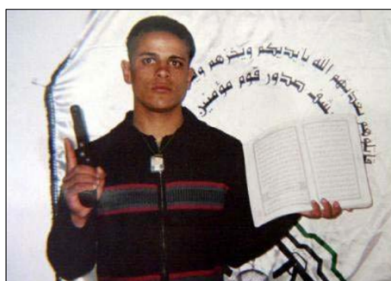
#### 4. Martelaren



Bijl. 4a, Palestijnse Islamitische Jihad, *Mahmud Faiyq Abu al-Haj*, 2010, Combating Terrorism Center, <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0275/>.



Bijl. 4b, Hamas, *Musab Zuhair al-Saloul*, 2018, Al Qassam biografieën van martelaren, <https://www.alqassam.net/arabic/%D8%B4%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B3%D8%A7%D9%85/2724/%D9%85%D8%B5%D8%B9%D8%A8-%D8%B2%D9%87%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D9%88%D9%84.>



Bijl. 4c, Palestina (organisatie onbekend), *Martelaar met pistool, tawhid-gebaar en Koran*, datum onbekend, Combating Terrorism Center, <https://ctc.usma.edu/militant-imagery-project/0167/>.



Bijl. 4d, Al Qaida, *What will you choose?*, Inspire 4, 2010, p. 25.

## 5. Positieve propaganda



Bijl. 5a, Islamitische Staat, *Strijder met een kitten*, Dabiq 15, 2015, p.9.

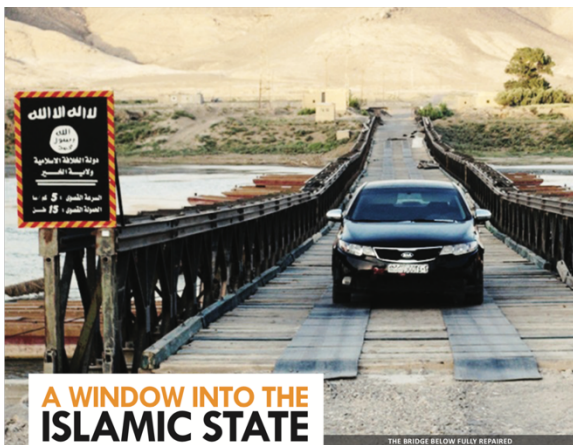


Bijl. 5b, Islamitische Staat, *Harvesting the Sahwah*, Dabiq 9, 2014, p.28.



Caring for the Muslims and their children

Bijl. 5c, Islamitische Staat, *Caring for the Muslims and their children*, Dabiq 9, 2014, p.26.



Bijl. 5d, Islamitische Staat, *The bridge fully repaired*, Dabiq 4, 2013, p.27.

## 6. Parades, vlaggen en Tawhid



Bijl. 6a, Islamitische Staat, *Staatparade te paard met vlag*, Dabiq 9, 2014, p. 46.



Bijl. 6b, Islamitische Staat, *Straatparade met Tawhid-gebaar, wapens en vlaggen*, Dabiq 1, 2013, p. 5.



Bijl. 6c, Islamitische Staat, *Straatparade met tanks, Tawhid-gebaar, wapens en vlaggen*, 2015, foto: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/why-david-cameron-is-going-to-start-calling-isis-daesh-a6756981.html#gallery>.

## 7. Kinderen



Muslim children being raised in the lands of Islam

Bijl. 7a, Islamitische Staat, *Muslim children being raised in the lands of Islam*, Dabiq 15, 2015, p. 39.



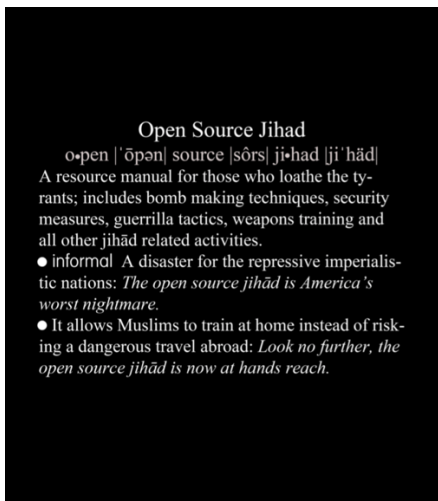


Bijl. 7b, Islamitische Staat, *Tawhid and Our Duty to Our Parents*, Dabiq 10, 2014, p. 14.

## 8. Overig



Bijl. 8a, Al Qaida, *Security for the lone mujahid*, Inspire 17, 2017, p. 58.



Bijl. 8b , Al Qaida, *Open Source Jihad*, Inspire 15, 2016, p. 64.



Bijl. 8c, Islamitische Staat, *Norwegian prisoner for sale*, Dabiq 11, 2014, p. 64.