

Ana Munk

Je li ISIS postao Hollywood?

Vizualne strategije i prikazi razaranja u ISIS-ovim časopisima *Dabiq* i *Rumiyah*

ISIS internetski časopisi *Dabiq* i *Rumiyah* izlaze na mnogim stranim jezicima i koriste se suvremenim tehnikama vizualnog komuniciranja kako bi prenijeli svoju radikalnu ideologiju stvarajući tako proizvod koji je uspješan utoliko što stvara privid modernosti jednog političkog projekta čiji narativ je u svojoj jezgri ekstremno religiozan i militantan. U ovom radu se analiziraju odabrani primjeri naslovnica i uvodnih slika kako bismo razumjeli način na koji ISIS komunicira sa Zapadnim svijetom i tko je ciljana publika za takav sadržaj. Radikalno lijevi politički spektar se preklapa s ISIS ideologijom utoliko što opravdava božansko nasilje ili, barem izvjesan stupanj nasilja kao legitimno oruđe u revolucionarnim preokretima postojećeg poretka. ISIS je brendirao nasilje i to se može činiti privlačno radikaliziranim segmentima Zapadnog svijeta. S druge strane, ISISova estetika je neuspješna kao most između radikalog Islama i šire zapadne čitateljske publike. Umjetnički ambiciozna i privlačna grafička obrada (redukcionistička, hiperbolička, romantična) se može prepoznati kao hladno-profesionalna ili umjetnički- topla i s te strane je zanimljiva kao pokušaj stvaranja reprezentacije jedne nove radikalne ideologije. Neke slike dolaze iz skladišta hollywoodskih gotovih slika, ali je krajnji rezultat umjetnički nekompliciran, nekreativan i neusklađen s Hollywoodskim etosom. Bitni djelovi ljudskih života u režimu koji nam se predlaže nisu predstavljeni: nedostaju prikazi žena dok je obiteljska struktura promijenjena kako bi isključivo služila Državi. Ktome, disorijentacija čitatelja i zamagljivanje osnovnih činjenica koje se odnose na što, gdje i zašto se nešto dogodilo obilježava odnos teksta i slike pa time ovim časopisima nedostaje potrebna doza racionalnosti koju očekujemo od političkih časopisa.