

Medijska strategija terorističke organizacije Islamska država

Maloča, Matej

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:273948>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)



Sveučilište u Zagrebu
Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu

DIPLOMSKI RAD

MEDIJSKA STRATEGIJA TERORISTIČKE
ORGANIZACIJE ISLAMSKA DRŽAVA

Matej Maloča

Zagreb, 2017.

Sveučilište u Zagrebu
Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu
Odsjek za Komunikologiju

MEDIJSKA STRATEGIJA TERORISTIČKE
ORGANIZACIJE ISLAMSKA DRŽAVA

Diplomski rad

Kandidat: Matej Maloča

Mentor: doc.dr.sc Jelena Jurišić

Zagreb, rujan 2017.

SAŽETAK

U proteklih nekoliko desetljeća puno je bilo rečeno o odnosu medija i terorizma. Razvijanjem medija otvorila se mogućnost terorističkim organizacijama da brže i lakše prenesu svoju poruku sve većem broju ljudi. Pojavom društvenih medija otvorile su se brojne mogućnosti koje su omogućile terorističkim organizacijama da dosegnu dosad neviđenu razinu komuniciranja.

Posebno se ističe teroristička organizacija Islamska Država (ISIL) koja putem medija ima globalni utjecaj koji je daleko nadišao njene fizičke granice. Poput svih velikih organizacija u današnjem tehnološki razvijenom svijetu, ISIL je prepoznao prednosti koje mu nude Internet i društveni mediji.

Ovim radom se nastoji pružiti uvid u medijsku strategiju Islamske Države koja je kao organizacija jedinstvena po načinu korištenja medija. Nikada prije nije postojala organizacija koja je svojim medijskim djelovanjem uspjela imati toliki utjecaj na politiku i živote tolikog broja ljudi.

ABSTRACT

Much has been said about the relationship between media and terrorism in the last few decades. With the development of the media, opportunity for quicker and easier information distribution towards high number of people presented itself to various terrorist organizations. With the phenomenon of social media many new terrorist organizations could reach levels of communication that has not been seen before.

Terrorist organization Islamic State (ISIL) stands out as the organization whose global reach has far extended outside its physical borders through the use of the media. Like any modern major organizations in today's high tech world, Islamic State has recognized advantages that Internet and social media offers.

Subject of this paper is media strategy of Islamic State which, as an organization, is unique in its use of media. Never before has there been an organization that with its use of the media has had such a big impact on politics and lives of so many people.

Ključne riječi: terorizam, teroristička organizacija, mediji, masovni mediji, društveni mediji, Islamska Država, medijski terorizam

SADRŽAJ:

1. UVOD	5
1.1. Predmet rada	5
1.2. Ciljevi rada	5
1.3. Pregled korištene literature	6
1.4. Struktura rada	7
2. TERORIZAM	8
2.1. Definiranje terorizma	8
2.2. Oblici terorizma	10
2.3. Povijest terorizma	12
3. TERORIZAM I MEDIJI	17
3.1. Odnos terorizma i medija	17
3.2. Razvoj medijskih strategija terorističkih organizacija	20
3.3. Medijska strategija Al Qa'ide	21
4. ISLAMSKA DRŽAVA	25
4.1. Osnivanje i razvoj Islamske Države	25
4.1.1. Abu Musab al-Zarqawi	29
4.1.2. Abu Bakr al-Baghdadi	32
5. MEDJSKA STRATEGIJA ISLAMSKE DRŽAVE	34
5.1. Časopis <i>Dabiq</i>	40
6. AKTIVNOSTI ISLAMSKE DRŽAVE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	43
6.1. Društveni mediji i terorizam	43
6.2. Aktivnost ISIL-a na <i>Twitteru</i>	46
6.3. Aktivnost ISIL-a na <i>Facebooku</i>	50
6.4. Aktivnost ISIL-a na <i>YouTubeu</i>	52
7. ZAKLJUČAK	55
8. POPIS LITERATURE	57
9. POPIS GRAFOVA	61

1. UVOD

Postojanje terorizma i provođenje terorističkih napada u svrhu ostvarivanja političkih ciljeva dugo je prisutno u ljudskoj povijesti. Teroristi su odavno shvaćali da je izvršavanje nasilnih čina i provođenje terora učinkovit način širenja poruke i straha koji im pomažu ostvariti njihove ciljeve. Razvojem medija i pojavom novih medijskih kanala teroristima je omogućeno lakše i brže širenje svoje poruke. Danas, kada je pomoću društvenih medija svakome omogućeno biti ne samo primatelj informacija nego i onaj koji šalje poruke, stječe se dojam da je dosegnut vrhunac u brzini i dosegu kojem se može prenijeti neka poruka.

1.1. Predmet rada

Ovim radom istražuje se medijska organizacija i strategija terorističke organizacije Islamska Država. Od samih početaka, čak i prije nego se službeno prozvala Islamskom Državom, organizacija je davala veliku pozornost kreiranju medijske strategije. Razvojem tehnologije i pojavom novih medijskih kanala, organizacija je uspijevala u sve većoj mjeri zaokupljati pažnju svjetske javnosti, a brutalni napadi koje još uvijek provodi popraćeni su raznim objavama i komentarima koji ih podržavaju, veličaju i dodatno povećavaju njihov učinak. Pregledom postojeće literature nastoji se pružiti uvid u medijski aspekt terorističke organizacije koja je korištenje medijskih tehnologija dovela na zavidnu razinu.

1.2. Ciljevi rada

Tema ovoga rada, koja se fokusira na medijsku strategiju terorističke organizacije i na odnos medija i terorizma, izrazito je aktualna. Tradicionalni i elektronski mediji svakodnevno izvještavaju o opasnostima terorizma. Organizacija koja danas dominira vijestima svojim terorističkim napadima i akcijama je teroristička organizacija Islamska Država (ISIL). Iz tog razloga u ovome radu istražiti će se kako se razvila i na koji način djeluje medijska organizacija ISIL-a, te kako provode svoju medijsku strategiju.

Problemi koji se javljaju prilikom istraživanja medijskog dijela ISIL-ovog djelovanja je u aktualnosti i događajima koji se odvijaju svakodnevno, pri čemu mijenjaju stanje u kojem

se organizacija nalazi i način na koji djeluje. Aktualnost teme podrazumijeva i nemogućnost njezine konkluzivne istrage, no literatura o medijskoj organizaciji i strategiji ISIL-a ipak je prisutna u stručnoj i znanstvenoj periodici. Za istraživanje će se koristiti postojeća literatura, koja najviše uključuje znanstvene i novinske članke istraživača koji imaju pristup informacijama o Islamskoj Državi, a koje su im pomogle izraditi nacрте i donijeti zaključke o medijskoj organizaciji ISIL-a.

1.3. Pregled korištene literature

U prvom poglavlju koje se bavi pitanjem terorizma potrebno je izdvojiti Brigitte L. Nacos i njenu knjigu *Mass-mediated Terrorism*, u kojoj se, između ostalog, bavi pitanjem kada se neka akcija može smatrati terorističkom. Paul Wilkinson, kojeg je također potrebno istaknuti, u svojim je knjigama i radovima dao brojne podjele i definicije terorizma. U dijelu koje se bavi povješću terorizma ističe se istraživanje Davida Rapoporta i njegova četiri „vala“ terorizma.

O odnosu terorizma i medija, uz već spomenute Nacos i Wilkinsona, ističe se Gabriel Weimann sa svojim radom *New terrorism and New media*. O razvoju medijskih strategija terorističkih organizacije istražuje su dvije knjige o povijesti terorizma autora Dominiquea Vennera i Randalla Lawa. Članak Jasona Burkea također je pružio uvid u razvoj odnosa terorizma i medija.

U poglavlju koje se odnosi na osnivanje i razvoje Islamske Države najviše se koristila knjiga *Carstvo straha: Islamska Država – pogled iznutra* autora Andrewa Hoskena. U knjizi Hosken daje detaljan uvid u razvoj organizacije od njenih samih početaka.

Medijskom strategijom Islamske Države bavilo se više autora. Svakako treba spomenuti Daniela Miliona koji je napravio analizu medijske organizacije ISIL-a, te Harleen Gambhir i njen članak *Virtual Caliphate: ISIS's Information Warfare* u kojem također radi detaljnu analizu ISIL-ova medijskog odjela. O časopisu *Dabiq* donosi se pregled analiza autora Mariusa Steindla i Haroro Ingrama koji daju uvid u sadržaj časopisa.

O prisutnosti ISIL-a na društvenim medijima potrebno je istaknuti već ranije spomenutog Gabriela Weimanna, kao i istraživanja Gatesa i Poddera, Shamieh i Szenesa te Imrana Awana, koji su dali uvide u aktivnosti organizacije na obrađenim društvenim mrežama.

1.4. Struktura rada

Rad je, pored uvoda i zaključka, podijeljen u četiri dijela. Nakon određenja pojma terorizma pobliže se proučava odnos medija i terorizma kroz povijest. To je potrebno kako bi se dobio bolji uvid u razvoj i način komuniciranja organizacije poput ISIL, ali i da bi se pokazalo po čemu su komunikacijske metode ISIL-a nova pojava. Istražuje se povijest razvoja terorizma, strategija provođenja terorističkih akcija, te medijskog utjecaja na razvoj istih strategija. Nakon toga, razmatra se nastanak Islamske Države i uloge koju razumijevanje i korištenje medija igra u njezinom opstanku. Zatim se nastoji prikazati struktura ISIL-ove medijske organizacije, pri čemu se pokazuje koje medijske odjele i kanale organizacija koristi. U tom dijelu posebno se istražuje časopis *Dabiq* kao jedan od važnijih kanala kojim se širi ISIL-ova propaganda. U zadnjem dijelu ovog rada razmatra se kako ISIL koristi društvene medije da bi ostvario svoje ciljeve. Poseban naglasak je na tri relevantna svjetska društvena medija: *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*.

2. TERORIZAM

Zbog kompleksnosti pojma i brojnih definicija terorizma, u ovom poglavlju istražit će se pojam terorizma. Vidjet će se kada se neka akcija može nazvati terorističkom i što je čini takvom. Nakon pregleda raznih definicija i karakteristika, istražit će se razni oblici terorizma. Nakon toga slijedi povijesni pregled terorizma, kako bi se dobila što potpunija definicija terorizma i terorističkog čina ili akcije.

2.1. Definiranje terorizma

Budući da način na koji se terorizam definira može imati dalekosežne posljedice, mora se pristupiti tom zadatku s visokim stupnjem opreza. Kako je još Hocking (1992) primjetila: „jednom kada neka akcija dobije tu oznaku, postaje ju teško tretirati na vrijednosno neutralan način“ (Hocking, 1992: 90). Ovaj pojam također ima značenje i za znanstveno istraživanje fenomena terorističke aktivnosti. Prije nego što možemo provoditi objektivna i učinkovita istraživanja, moramo biti sigurni da naša definicija terorizma nema predrasuda kojima bi se ugrozio cilj.

Neke definicije terorizma su:

- „terorizam je namjerno i sustavno ubijanje, sakaćenje i ugrožavanje nevinih kako bi se u njih utjeralo strah radi neke političke svrhe“ (Harmon, 2002: 19);
- “terorizam je specifičan oblik agresivnog djelovanja protiv naroda, životne sredine i materijalnih dobara neke zemlje u miru i u ratu” (Cvjetković, 2002: 35);
- “terorizam nije oblik gerilskog ratovanja, niti je to politički, niti ideološki pokret. To je metoda kojom određene grupe koje imaju neka svoja politička, filozofska ili religijska uvjerenja djeluju kako bi destabilizirale određenu zemlju ili regiju i kao bi na taj način promovirali svoja religijska, ekstremistička, radikalno marksistička, rasna ili fašistička uvjerenja.” (Vukadinović, 2004: 205);
- “instrumentalizirani oblik nasilja odnosno promišljeni oblik racionalnog kriminala koji za svoju potvrdu traži publiku” ili kao “akt nasilja upravljen psihološkom utjecaju na publiku” (Marković, 2009: 217);

- “terorizam označava nasilje poduzeto s ciljem izazivanja osjećaja osobne nesigurnosti i straha kod građana,” (Marković, 2009: 217);
- “terorizam je svaka uporaba nasilja radi ostvarivanja političkih ciljeva” (Marković, 2009: 217).

Jedna od službenih definicija koja se koristi u znanstvenim istraživanjima dana je od strane Opće skupštine UN-a: „Na terorizam se može gledati kao kazneno djelo koje je namjeravano ili proračunato na to da kreira stanje terora u javnosti, kod skupine ljudi ili pojedine osobe za ostvarenje političkih namjera bez obzira na razmatranja o političkim, filozofskim, ideološkim, rasnim, etničkim, vjerskim ili akcijama neke druge prirode na koje se može pozivati kako bi ih se opravdalo“ (Wilkinson, 2002: 2).

Brigitte L. Nacos u svom djelu *Mass-mediated terrorism* (2002) postavlja pitanje: „Kada se neki čin nasilja može definirati terorističkim?“ Da bi se dobio odgovor na to pitanje, navodi Nacos, moramo povući jasnu razliku između običnog kriminalca i terorista. Ta razlika postaje jasna kada kažemo da obični kriminalci ne sudjeluju u nezakonitostima da bi poslali političku poruku, a teroristi rade upravo to. Kako bi se osiguralo da njihova namjeravana izjava dosegne što je više moguće široku publiku, teroristi često koriste nasilje kako bi privukli pozornost medija (Nacos, 2002: 10).

Schmid i De Graaf (1982) tvrdili su da spomenuta razlika postoji, ali dodaju i različite načine na koje obični kriminalci i teroristi vide svoje žrtve. Što se tiče kriminalaca, moglo bi se reći da je u većini slučajeva žrtva meta kriminalnog ponašanja. Za teroriste, s druge strane, žrtva uglavnom nije meta akcije, nego ima ulogu sredstva kojim se poruka usmjerava prema široj publici. Na taj način možemo reći da teroristi koriste nasilje kao sredstvo masovne komunikacije. Kako Schmid i De Graaf zaključuju, „za terorista je bitna poruka, a ne žrtva“ (Schmid, de Graaf, 1982: 14).

Wilkinson (2002) razlikuje terorizam od ostalih nasilnih djela po nekoliko karakteristika:

- Akti se provode s predumišljajem i želi se stvoriti atmosfera straha;
- Cilja se na širu publiku, a ne na određene žrtve. Uključuje napade na simboličke mete, uključujući i civile;
- Smatra se da krši uvriježene norme koje reguliraju sporove i proteste;
- Primarno se koristi kako bi se utjecalo na političko ponašanje vlada, zajednica ili određenih društvenih skupina (Wilkinson, 2002: 1).

Jytte Klausen smatra da terorizam cilja na zastrašivanje određene, ciljane publike. Žrtve su odabrane zbog njihovog simboličnog značaja, a ne zato što su neprijatelji. Da bi ostvarili svoje ciljeve teroristi trebaju doprijeti do šire publike. Da bi to postigli moraju se oslanjati na *mainstream* medije. Konačno, da bi mediji prenijeli njihovu poruku, organiziraju nasilne akte protiv simboličnih meta, čime privlače pozornost istih medija (Klausen, 2015: 2).

2.2. Oblici terorizma

Terorizam je aktivnost koju koristi veliki broj nedržavnih skupina, režima i vlada. Povijesno gledano, uporaba terorizma od strane režima bila je daleko smrtonosnija od onih nedržavnih skupina, zato što države imaju veću kontrolu, količinu oružja i radne snage koje koriste za provođenje svoje politike terora u pogledu unutarnje represije ili stranih osvajanja. Međutim, u demokracijama prijetnja terorističkih napada dolazi iz nedržavnih izvora: pokreta ili skupina koje nastoje uništiti ili potkopati demokratsku vlast i nametnuti vlastita uvjerenja zastrašivanjem (Wilkinson, 2011: 6).

Osnovna klasifikacija oblika terorizma, s obzirom na njihov izvor, oko kojih se relevantni stručnjaci uglavnom slažu je sljedeća:

- Državni terorizam:
 - korištenje nasilja od strane države kako bi ostvarili svoje političke ciljeve. Državne agencije i tajne službe provode terorističke akcije kako bi ostvarili ili nastavili provoditi svoju politiku.
 - Terorizam korišten od strane države za represiju vlastitih građana, političkih protivnika, manjina, kao i naroda čiji su teritorij osvojili. (Wilkinson, 1974: 22)
- Terorizam sponzoriran od strane države:
 - Terorističke grupe sponzorirane od strane države koriste se kao sredstvo vanjske politike – Hoffman to definira kao „jeftini način tajnog ratovanja, kroz upotrebu surogatskih vojnika ili plaćenika“ (prema Wilkinson, 1974: 23)
- Nacionalistički terorizam:
 - Ovaj oblik podrazumijeva politički proces dobivanja države od strane jedne grupe. Grupe koje se svrstavaju u ovu kategoriju koriste nasilje kako bi

privukli pozornost domaće, ali i međunarodne zajednice svojem cilju (Aubrey, 2004: 43).

- Religijski terorizam:
 - Religijski teroristi koriste nasilje kako bi provodili vlastitu interpretaciju božanske volje. Takav terorizam karakterizira poslušnost i slijepo vjerovanje. Hoffman navodi da „religijski teroristi mogu koristiti neograničeno nasilje protiv svih vrsti meta, tj. bilo koga tko nije član njihove religije ili religijske sekte“ (prema Wilkenson, 1974: 45).
- Ljevičarski terorizam
 - Ovaj oblik terorizma koristi se kako bi se zapadnjački kapitalizam zamijenio sa socijalističkim vladama. Nastao je kao nuspojava perioda političke nesigurnosti u razdoblju nakon 1968. godine. Ljevičarski terorizam često je bio povezivan sa Sovjetskim savezom, tj. njihovim sponzoriranjem terorističkih skupina, naročito u istočnoj Europi i Južnoj Americi (Aubrey, 2004: 45).
- Desničarski terorizam:
 - Grupe koje spadaju u kategoriju desničarskog terorizma mogu imati različite motivacije, ideologije i ciljeve. Često ih se povezuje sa neofašističkim pokretima. Ne uživaju sponzorstva država kao nekad ljevičarske skupine. Najčešći im je cilj svrgnuti postojeće političke režime kako bi ih se zamijenilo nacionalističkim ili fašistički orijentiranim režimima (Aubrey, 2004: 45).

Postoji još oblika terorizma, no većina ih se može svrstati pod gore navedene kategorije, a razlikuju se po sredstvima i načinima na koje provode terorističke akcije.

Jedna dodatna razlika koju navodi Wilkinson (2011) je između međunarodnog terorizma koji uključuje državljane koji spadaju pod nadležnost više od jedne zemlje i domaćeg terorizma koji ostaje unutar granica jedne države i ne uključuje strane državljane ili imovinu. Ova je razlika korisna u statističke svrhe, ali treba imati na umu da gotovo sve domaće terorističke organizacije koje ciljaju određenu državu, s vremenom dobivaju međunarodni status kroz stvaranje mreže potpore usmjerene na podizanje financija, regrutaciju novaka, oružja i drugih sredstava za svoje kolege koji vode borbu protiv njihovih neprijatelja, tj. državne vlasti i snaga sigurnosti (Wilkenson, 2011: 6).

Prema Wilkinsonu (2011) se nedržavni teroristički pokreti ili skupine mogu razlikovati po svojoj političkoj motivaciji:

- etno-nacionalističke skupine, primjerice ETA (Euzkadi Ta Askatasuna ili Baskijska domovina i sloboda), koja je provodila terorističke akcije 40 godina i proglasila primirje u ožujku 2006. godine;
- ideološke skupine, primjerice Crvena brigada, koji su tijekom 1970-ih i 1980-ih vodile kampanju protiv Republike Italije s ciljem stvaranja neokomunističke države i društveno-ekonomskog sustava;
- religiozno-političke skupine, primjerice Hamas, čiji je cilj stvaranje islamske republike Palestine i nestanak države Izrael;
- grupe koje se fokusiraju na neki određeni politički problem, kao što su ekstremisti koji se bore za prava životinjska koji su povezani s Frontom za oslobađanje životinja (ALF). Oni imaju za cilj promjenu jednog aspekta državne politike i društvenog ponašanja, a ne preoblikovanja političkog i društveno-ekonomskog poretka kao cjeline (Wilkinson, 2011: 7).

Jedna od razlika koju Wilkinson (2011) dodaje svojoj tipologiji je među potencijalno popravljivog i ne popravljivog terorizma. U kategoriju popravljivog terorizma spadaju skupine za čije ciljeve postoji mogućnost pronalaženja političkog/diplomatskog puta iz sukoba. Terorističko djelovanje tih skupina može se, stoga, barem smanjiti, ako ne i dovršiti pronalaskom diplomatskog rješenja. U kategoriju nepopravljivog terorizma spadaju skupine sa apsolutističkim i maksimalističkim ciljevima i predstavljaju veliku prijetnju životima i dobrobiti građanskih zajednica. U tom slučaju se koriste sve moguće mjere za suzbijanje skupine prije nego što može izazvati još veću štetu (Wilkinson, 2011: 7).

2.3. Povijest terorizma

Povijest terorističkih skupina i njihovog djelovanja možemo datirati još u vremenu klasične starine, i to na Bliskom istoku. No kako svrha ovog rada nije detaljni prikaz povijesnog razvoja terorizma, osvrnut ćemo se samo na osnovne razvojne korake terorističkih organizacija. Pri tome treba imati u vidu da ne možemo govoriti o pravilnoj i neprekinutoj evoluciji terorističkih organizacija, već samo navesti organizacijske oblike koji su svojim primjerom poslužili kao djelomični tlocrt suvremenim terorističkim organizacijama.

U 1. stoljeću na prostoru današnjeg Izraela/Palestine djelovali su Zeloti, Rimskom stanovništvu poznati kao *sicarii* ili bodežari (*lat.* *sica* = kratki mač ili dugi bodež). Riječ je o skupini židovskih nacionalista koji su se suprotstavljali Rimskoj vlasti nad Judejom. Prvi poznati spomen im je u 6. godini prvog stoljeća, nakon čega ubrzo počinju tajnovito i terorističko djelovanje diljem Judeje. Osnovno sredstvo borbe i slanja političke poruke bilo je putem atentata rimskih dužnosnika, ali i domaćih kolaboratora s rimskim vlastima. Time su diljem zemlje slali poruku vlastitim sunarodnjacima da ih porijeklo i pripadnost ne štite ukoliko pomažu vlasti Rimskog carstva. Najčešće su atentate ostvarivali bodežom (*sica*-om) i to na javnim mjestima i skupovima kako bi postigli što veći politički učinak.

U 11. stoljeću na području Irana javlja se skupina profesionalnih plaćenih ubojica pod imenom Hashashini. U više od 200 godina postojanja nastojali su službenu politiku diktirati atentatima, a ponekad i uz samožrtvovanje (Marić, 2012: 90).

Riječ terorizam je prvi put upotrijebljena za vrijeme Francuske građanske revolucije, kada jakobinci provode diktaturu nad svojim stanovništvom vodeći strahovladu. „Voltaire označava stanje tijekom 1769. godine zbog javnih smaknuća i mučenja uoči Francuske Revolucije (1789) kao terorističke strahote vlasti (*appareil de Terreur*). Godine 1793. francuski revolucionari su pod vodstvom Maximilliena Robespiera teror shvatili kao sredstvo državne moći i tako ideološki opravdali „vladavinu terora“ (Marić, 2007: 90)

David Rapoport (2004) navodi opsežnu periodizaciju povijesti međunarodnog terorizma. Prema njemu postoje četiri glavna vala međunarodnog terorizma u modernoj povijesti. Prvi val naziva „anarhističkim valom“, a počeo je u Rusiji krajem 1880-ih i trajao je do 1920-ih. Drugi val ili „antikolonistički val“¹ koji počinje 1920-ih i završava 1960-ih godina. Treći val nosi naziv „val nove ljevice“ koji počinje 1960-ih nastavio se kroz 1980-te. Posljednji, četvrt val, Rapoport naziva „religijskim valom“, a pojavljuje se 1979. godine i traje sve do danas (Rapoport, 2004: 9).

Prvi val izrastao je iz velikog nezadovoljstva (poglavito ruskih) anarhista sporim reformama i shvaćanjem da pokušaji poticanja ustanaka kroz različite nenasilne akcije poput pisanja nisu dovoljni. Anarhisti su vjerovali da je društvo sputano raznim pravilima i pokušali to promijeniti nasilnim djelovanjem. Cilj im je bio prisiliti vladajuće strukture da reagiraju na način kojim bi prekršili vlastita pravila i time se pokazali licemjernima. Kako bi isprovocirali takav odgovor, teroristi su ciljali visoke vladine dužnosnike i poglavare država. Vjerovali su da bi prekomjerna sila koju bi protiv njih upotrijebila država polarizirala društvo nakon čega

¹ U daljnjem tijeku teksta koristit će se izraz *antikolonijalni* terorizam, ili *antikolonijalni val* terorizma.

bi uslijedili ustanci. Preferirano oružje terorista u tom razdoblju bio je dinamit, što je često značilo i smrt samog terorista. (Rapoport, 2004: 49-50) Djelovanje ruskih anarhista kulminira atentatom na cara Aleksandra II., nakon čega se ruske vlasti snažno obrušavaju na anarhistički pokret, no ubojstvo državnog vođe postaje model po kojem će diljem svijeta djelovati druge skupine. S druge strane, prvi period međunarodnog terorizma donio je i prvi pokušaj da se više država zajednički bori protiv terorizma. To se dogodilo nakon ubojstva američkog predsjednika Williama McKinleya 1901. godine, no nije uspio jer države nisu mogle postići konsenzus oko zajedničke akcije (Rapoport, 2004: 51-52).

Antikolonijalni val terorizma počeo je potpisivanjem primirja u Versaillesu kojim je završio prvi svjetski rat. Pravo na samoodređenje koje se koristilo za komadanje poraženih carstva, pružilo je temelj za nastanak nove vrste terorističkih organizacija kao što su Irska Republikanska Vojska (IRA) i nekolicine židovskih organizacija koje su se borile protiv britanskih snaga u Palestini. Terorističke akcije tijekom drugog vala provodile su se u teritorijima gdje su posebni politički problemi činili povlačenje kolonijalnih sila manje izglednim. U Palestini je Menachem Begin, vođa židovske organizacije Irgun od 1943-1948, opisao svoje članove kao borce za slobodu koji se bore protiv državnog terora (Rapoport, 2004: 53-54)

Drugi je val imao veliku podršku iz raznih dijaspora u stranim zemljama i manje su pribjegavali atentatima. Strategija kojom su se koristili teroristi u drugom valu bila je složenija - prvotni cilj bio je eliminiranje lokalnih policijskih snaga i izazivanje sukoba sa okupatorskim vojnim snagama koje nisu bile toliko vješte u borbi protiv terorizma, ali su bili dovoljno moćni da uzrokuju veliku štetu stanovništvu svojom prekomjernom upotrebom sile kao odgovorom na terorističke akcije. Tijekom antikolonijalnog vala uobičajeni naziv za teroriste bio je „borci za slobodu“ (Rapoport, 2004: 56).

Pojava „vala nove ljevice“ potaknuta je Vijetnamskim ratom, koji je pokazao da su moderne države, čak i velesile, ranjive pred slabijim i manje sofisticiranim oružjem i taktikama. Mnogi mladi ljudi bili su ogorčeni s postojećim sistemom i uspostavljali su terorističke organizacije kao što je Frakcija Crvene Armije u Zapadnoj Njemačkoj, talijanske Crvene Brigade i francuski *Action Directe*. Mete terorista trećeg vala bile su slične onima prvog vala međunarodnog terorizma, čime su javni dužnosnici ponovno postali mete terorista (Rapoport, 2004: 56-57).

Val Nove ljevice rezultirao je s velikim brojem otmica, ubojstvima visokopozicioniranih službenika, uključujući predsjednike vlada Španjolske i Jordana, bivšeg predsjednika vlade Italije Alda Moru i mnoge druge. Za razliku od anarhista koji su

dužnosnike ubijali kako bi izazvali prekomjerni odgovor vladajućeg režima, teroristi Nove ljevice su kažnjavali, tj. ubijali su svoje mete iz različitih razloga. Treći val svjedočio je puno većoj protuterorističkoj suradnji članova međunarodne zajednice. UN je usvojio uredbe kojima se u potpunosti osuđuju otmice i financiranje terorista. Termin „borac za slobodu“ bio je krajnje nepopularan u UN-u. Paradoksalno, Palestinska Oslobođilačka Organizacija koja je koristila terorizam kako bi promovirala svoju politiku dobila je službeni status u UN-u i prepoznata je od strane više od 100 država (Rapoport, 2004: 58-61).

Religijski val počeo je 1979. godine, i to iz tri razloga - Iranske revolucije, sovjetske invazije Afganistana i početka novog stoljeća po islamskom kalendaru. Iran je nazvao SAD „Velikom Sotonom“, a rat u Afganistanu poslužio je kao vojni trening i sredstvo za provođenje islamske indoktrinacije na dobrovoljcima iz čitavog arapskog svijeta (Rapoport, 2004: 61).

Četvrti val donio je samoubilački terorizam i svjedočio pokušaju upotrebe kemijskog oružja od strane sekte *Aum Shinrikyo* u Tokiju 1995. godine. Šijitska organizacija *Hezbollah* je 1983. godine pomogla Iranu provedbu masovnih napada bombaša samoubojica na pozicije na kojima su se nalazili američki vojnici i francuski padobrancu u Libanonu. Ti napadi imali su veliki učinak, što je rezultiralo reakcijama vlada napadnutih vojnika koji su povučeni iz Libanona. Kraj sovjetske okupacije Afganistana i Zaljevskog rata donio je promjenu glavnog neprijatelja islamskih terorista. Osama bin Laden smatrao je neprihvatljivim veliko prisustvo američkih vojnika u Saudijskoj Arabiji nakon Zaljevskog rata, a strano vojno prisustvo na tlu „svete zemlje“ smatrao je ozbiljnom uvredom islamskog vjerskog senzibiliteta, ali i suvereniteta Saudijske Arabije. Ubrzo se preselio u Sudan, a al-Qaida polako postaje sve više decentralizirana međunarodna teroristička organizacija koja „brani“ Islam (Mockaitis, 2007: 54).

Razorni napad 11. 09. 2001. rezultirao je velikim odgovorom međunarodne zajednice. Preko stotinu država je posredno ili neposredno sudjelovalo je u napadu na Afganistan koji je bio pod talibanskom vlašću, što se dotad nije dogodilo u povijesti koordiniranih međunarodnih vojnih napora (Rapoport, 2004: 64).

Rapoportova periodizacija povijesti međunarodnog terorizma bila je osporavana i raspravljana od strane brojnih autora. Mnogi se ne slažu u preciznoj periodizaciji i određivanju točnog početka pojedinog vala, no većina prihvaća podjelu kao konceptualno važeću. Thomas Mockaitis ističe da, iako je Rapoport otkrio velike cikluse terorizma, postoje brojne iznimke koje ne odgovaraju zadanom prikazu. Tako se neki teroristi Nove ljevice

identificiraju kao anarhisti, antikolonijalni su teroristi uglavnom bili aktivni nakon 1945., a ne nakon 1920. itd. (Mockaitis, 2007: 38).

Na kraju možemo zaključiti da se svi kritički pogledi na povijest terorizma moraju uzeti u obzir, no, Rapoportova periodizacija terorizma do danas ostaje najopsežnijom u dostupnoj literaturi.

3. TERORIZAM I MEDIJI

Televizija, radio, tisak i Internet teroristima služe za slanje poruka što široj publici u cilju ostvarivanja svojih ciljeva zastrašivanja, iznuda, prijetnji, kao i za animaciju i novačenje budućih terorista. U ovom poglavlju vidjet će se da su teroristi i njihove organizacije ovladali specifičnostima pojedinih medija, a pored toga razvili i nove tehnike komuniciranja s javnosti putem medija. Prvo će se istražiti kako je napredak medijskih kanala utjecao na razvoj terorizma i kako su teroristi koristili nove medije kako bi učinkovitije prenosili svoju poruku. Nakon toga slijedi pregled terorističkih akcija koje su rezultirale velikom pozornosti javnosti. Na kraju poglavlja istražiti će se kako se Al Qa'ida razvijala i prilagođavala novim medijskim tehnologijama.

3.1. Odnos terorizma i medija

Kako su se mediji razvijali, tako su teroristi mogli lakše doprijeti do sve većeg broja ljudi koji su mogli čuti za njihove napade i poruku. Kako Nacos (2002) navodi, većina terorista procjenjuje posljedice svojih djela kroz vjerojatnost da privuku pažnju medija i mogućnost dobivanja ulaska u tzv. „trokut političke komunikacije“ (Nacos, 2002: 11). Stjecanje takvog ulaska, po njenom mišljenju, krajnji je cilj terorista. Trokut političkih komunikacija se sastoji od komunikacije između javnosti i vlade, gdje se čini da mediji omogućuju komunikacije. Uloga medija u komunikacijskom procesu je implicitna jer, u masovnim društvima, vladini dužnosnici i javnost nisu u mogućnosti komunicirati izravno jedni sa drugima. Međutim, moramo imati na umu da se mediji teško mogu smatrati neutralnim i pasivnim komunikacijskim kanalima (Nacos, 2002: 11).

Ova tvrdnja Brigitte L. Nacos podržana je od strane grupa i pojedinaca koji ne mogu komunicirati svoje poruke putem medija jer su njihovi pogledi izvan *mainstreama*. Strateški značaj medija je očit, u poziciji su da mogu odlučiti treba li problem maksimizirati ili svesti na minimum, uključiti ili isključiti. Mediji, među kojima se s godinama uz razvitak tehnologije i medijskih kanala povećala i konkurencija, neizmjereno su doprinijeli širenju i razvoju terorizma. Upravo zbog konkurencije oni žele biti prvi u objavljivanju senzacionalnih

vijesti, što znači da su spremni u javnost prenositi neprovjerene ili čak očito netočne informacije.

Korištenjem masovnih medija teroristi, prema Wilkinsonu (2002) žele ostvariti četiri glavna cilja:

- promicati djelo i stvoriti ekstremno snažan strah u ciljnim skupinama;
- mobilizirati širu potporu za svoj cilj među stanovništvom i međunarodnom javnom mišljenju naglašavajući teme poput pravednosti svog cilja i neizbježnosti pobjede;
- frustrirati i omesti reakciju vlasti i snaga sigurnosti, (npr. izjavljivanjem da su sve njihove praktične protuterorističke mjere po sebi tiranske i kontraproduktivne;
- mobilizirati, potaknuti i povećati tijelo svojih stvarnih i potencijalnih pristaša i time povećati regrutiranje, prikupiti nova sredstva i potaknuti dalje napade (Wilkinson, 2002: 192).

Dakle, da bi ostvarili svoje osnovne ciljeve teroristima je nužno potreban medij masovne komunikacije. Francuski sociolog Michel Wievorka, ustvrdio je da su do početka 21. stoljeća postojala četiri zasebna odnosa terorista i medija (Wievorka, 1993.: 43-45).

Prvi je opisan kao *potpuna indiferentnost*, kad teroristi ne žele zastrašiti nikoga osim žrtava, niti svojim djelima stvoriti propagandni puč. Ta je kategorija potpuno realna, jer čak i u izazivanju straha kod određene skupine budućih žrtava, počinitelj se oslanja na neki kanal ili medij komunikacije kako bi prenio prijetnju. Ako ne postoji namjera izazivanja straha, tada nasilje nije terorističke naravi (Prema Jurišić, Šapit, 2005: 117).

Drugi je način odnosa medija i terorizma *relativna indiferentnost*, u kojem činitelji nasilja ostaju indiferentnima prema pojavljivanju na naslovnicama, ne zbog nezainteresiranosti za najmoćnije medije, nego zato što već postoje komunikacijski kanali kojima mogu iznijeti i objasniti svoja stajališta. Vrsta kanala koji već postoje su legalan i relativno slobodan tisak, radio i centri za slobodno izražavanje poput sveučilišta, crkvi i džamija, a njih je francuski sociolog izdvojio kao alternativne medije (Prema Jurišić, Šapit, 2005: 117).

Treća vrsta odnosa medija i terorista je *medijski orijentirana strategija*, koja je samoobjašnjavajuća. U tu je kategoriju Wievorka ubrojio terorističke napore u poticanju medija na akciju, kao i “kalkuliranu manipulaciju onoga što znaju o medijskom djelovanju” (Prema Jurišić, Šapit, 2005: 117). Smatrao je kako je to jedini slučaj u kojem se teroristi nalaze u instrumentaliziranom odnosu s medijima. No, u stvarnosti, svojstvo je same akcije

teroriziranja da se neki oblik medija, kakav god bio i koliko god bio primitivan, iskoristi kao instrument za širenje poruka prijetnje i zastrašivanja.

To je jednako primjenjivo i na četvrti odnos medija i terorizma, koji Wieworka naziva *potpunim raskidom*, iako smatra iako bi ga možda bilo bolje nazvati prisiljavanjem medija. Pritom opisuje pokušaje i slučajeve u kojima teroristi vide medijske organizacije, urednike, novinare i komentatore, kao neprijatelje koje treba kazniti i uništiti (Prema Jurišić, Šapit, 2005: 117). Zaista, oni koji rade u medijima često su ciljevi terorističkog nasilja u područjima teških sukoba, a takvi se slučajevi često javljaju. Neke novinare i urednike napadaju zato što su na neki način uvrijedili teroristički pokret. Drugima se prijeti i napada ih se da bi ih se spriječilo u objavljivanju neke pojedinosti terorističkih aktivnosti koju žele prikriti. Treći postaju metom terorista kako bi potonji vlasti i javnosti pokazali svoju čvrstinu, odlučnost, žestinu (prema Jurišić, Šapit, 2005: 117).

Pojavom društvenih medija strateški se značaj medija koji su tvrdili Nacos i ostali autori u određenom smislu smanjio. Tome je razlog što su se otvorile nove mogućnosti i prilike odašiljanja poruka širem broju ljudi. Tako Gabriel Weimann u svojem članku *New Terrorism and New Media* (2014) navodi da teroristi imaju dobre razloge za korištenje društvenih medija. Prvo, ti kanali su uvelike popularni među njihovom ciljanom publikom i to omogućuje teroristima da budu dio *mainstreama*. Drugo, društveni mediji su laki za korištenje, pouzdani i besplatni. Treće, društvene mreže omogućuju teroristima da dohvate svoje ciljane publike, za razliku od starijih modela mrežnih stranica kod kojih su teroristi morali čekati da posjetitelji dođu k njima (Weimann, 2014: 3).

Društveni mediji se razlikuju od ostalih u više aspekata, prije svega u interaktivnosti, velikom doseg, lakoj upotrebljivosti i trenutnom pristupu publici. Za razliku od tradicionalnih medija, koji djeluju prema sistemu prenošenja iz jednog izvora prema većem broju primatelja, društveni mediji omogućuju svakome da proizvodi i prima medijski sadržaj. Nove komunikacijske tehnologije, kao što su relativno jeftini i dostupni mobilni uređaji i mrežne stranice, stvorile su visoko interaktivne platforme kroz koje pojedinci i zajednice dijele, stvaraju, raspravljaju i poboljšavaju medijski sadržaj. S društvenim medijima, primatelji informacija u isto vrijeme imaju ulogu distributera komunikacija, uvelike proširujući broj prenositelja informacija. Ta dvosmjerna komunikacija stvara male skupine komunikatora i grupa. Virtualne zajednice koje koriste društvene medije sve su popularnije u cijelom svijetu, naročito među mlađom populacijom.

3.2. Razvoj medijskih strategija terorističkih organizacija

Terorizam u prvoj polovici 20. stoljeća, iako u sjeni dvaju svjetskih ratova, bio je prisutan i teroristički napadi bili su korišteni prije i tijekom ratova. Neposredno nakon 1945. godine i završetka 2. svjetskog rata uslijedio je novi val terorističkog nasilja. U gotovo isto vrijeme pojava televizora u američkim i europskim domovima je postajala sve učestalija. Oni koji su se borili protiv kolonijalnih režima brzo su prepoznali mogućnosti koje im televizija nudi.

Alžirski politički aktivist i revolucionar Ramdane Abane nadao se da će terorističkim akcijama potaknuti rat za oslobođenje. Prvi razlog za terorističke aktivnosti bio je za njega privlačenje svjetske pozornosti koju je pokret trebao (Law, 2009: 202). Tako je 1956. godine postavio pitanje: „Je li bolje ubiti 10 neprijatelja u udaljenom jarku, kad nitko neće govoriti o tome ili jednog čovjeka u Alžiru, što će biti primijećeno sljedeći dan od strane publike u dalekim zemljama koje bi mogle utjecati na vladajuće“ (Burke, 2016).

Također, nadao se da će ti napadi prekinuti razgovore između muslimana i europskih naseljenika te da će Europljani napustiti Alžir. Na kraju se nadao da će njegova organizacija biti prepoznata kao oružane snage alžirskog naroda (Law, 2009: 202). Tako 30. rujna 1956. godine dvije bombe u Alžiru ubijaju troje ljudi, a ranjavaju 40 pripadnika europske manjine u Alžiru (Venner, 2005: 237).

Mnoge terorističke skupine vrlo su pažljive po pitanju vremena plasiranja vijesti i mogućnosti dobivanja što veće pozornosti medija, radi čega upravljaju svojim akcijama u skladu s mogućnosti medijskog pristupa. Takva je bila organizacija otmice Patricie Hearst 1974. od pripadnika Simbionističke oslobodilačke vojske (SLA). SLA je mala grupa terorista koja je djelovala na teritoriju SAD-a i dobar je primjer kako akcije koje izazivaju veliku pozornost medija mogu doprinijeti ostvarivanju ciljeva tako male grupe. Otmica Hearst, nasljednice novinskog magnata, izazvala je ogromnu pozornost američke javnosti (Law, 2009: 265).

Također se isplati spomenuti otmicu bivšeg talijanskog premijera Alda More 1977. godine od strane Crvene brigade. Sama duljina otmice i zatočenja More koja je trajala dva mjeseca, pružili su organizaciji Crvene Brigade kontinuiranu pozornost i prve stranice novina kroz to razdoblje. Rezultat toga bilo je „zamračenje“ svih ostalih kulturnih političkih i stranih vijesti i stvoren je dojam da je cijela nacija pod „kontrolom“ terorista (O’Leary, 2008: 37).

Bombardiranje Grand hotela u Brightonu od strane irske republikanske armije bila je jedna od najvećih medijskih priča 1984. godine (Partington, Savage, 1985: 590). Događaj koji je uvelike zaokupio javnost i odličan je primjer osjećaja terorista za dobivanje što veće

pažnje i iskorištavanja velike medijske prisutnosti, dogodio se 1972. godine. Pripadnici palestinske skupine Crni ružan napali su izraelske sportaše na Olimpijskim igrama u Münchenu. To su bile prve igre koje su se emitirale uživo i prve koje će biti meta terorističkog napada. U nespornoj intervenciji njemačke policije ubijeni su svi Izraelci, kao i petorica od osmorice terorista. Ta afera je imala globalni odjek (Venner, 2005: 243). Kamere su prebacile svoj fokus sa sportova na talačku krizu, te se procjenjuje da je te događaje pratilo preko 500 milijuna gledatelja (Wilkinson, 2011: 150).

Zauzimanje američke ambasade u Teheranu, od strane iranskih aktivista, u studenom 1979. godine (naročito njezino trajanje od 444 dana), također je pomoglo u velikoj mjeri skrenuti pozornost svijeta na snagu islamskog fundamentalizma. Uz to, stvorilo se i veliko nepovjerenje i dojam o nesposobnosti američke vlade koje je izgledala nemoćno i neučinkovito. (Ross, 2007: 216).

Još je veliki broj drugih terorističkih operacija izazvalo veliku pozornost javnosti, a kako se tehnologija razvijala tako su i teroristi mogli doprijeti do sve većeg broja ljudi. Ovi događaji i njihova eskalacija podudarali su se s nizom tehnoloških inovacija koje su omogućili slanje slika jeftino i brzo preko velikih udaljenosti. Pojavom Al Qa'ide korištenje medija u svrhu širenja terorističkih poruka i ostvarivanja njihovih ciljeva dosegnut će puno veće razine.

3.3. Medijska strategija Al Qa'ide

Kada je Al Qa'ida osnovana od strane Bin Ladena i još nekoliko ekstremista 1988., sredstva masovne komunikacije u islamskom svijetu i drugdje i dalje su bile pod kontrolom države i velikih korporacija. Samo su si one mogle priuštiti infrastrukturu potrebnu za proizvodnju materijala koji bi se emitirali milijunima ljudi. Većinu vremena, ekstremisti su se morali snalaziti pomoću letaka, audio kaseti i video snimaka koje su kružile u džamijama, prodavale u specijaliziranim trgovinama ili se dijelile iz ruke u ruku (Burke, 2016).

To je imalo snažan mobilizirajući učinak na one koji su već bili spremni na sudjelovanje, no to još uvijek nije bio učinkovit način pristupa većoj publici. Način na koji su to mogli postići je uvjeravanjem državnih dužnosnika i televizijskih stanica da emitiraju njihove izjave ili vijesti o njihovim nasilnim aktivnostima. Od samog početka, Bin Laden je razumio važnost medija (Burke, 2016).

Neposredno nakon osnivanja Al Qa'ide 1988. godine, Bin Laden je uspostavio *as-Sahab*, medijski odjel organizacije. Prva odasлана poruka bila je o hrabrosti Al Qa'ide u borbi

protiv monstruoznog Sovjetskog Saveza. Uskoro nakon toga, Al Qa'ida objavljuje svoju odluku o suprostavljanju ostalim navodnim neprijateljima islama (Seib, 2008: 75).

Tijekom rata protiv Sovjeta u Afganistanu 1980., Bin Laden je pomogao financirati i organizirati propagandne akcije afganistanskih mudžahedinskih frakcija. Pored toga, izgradio je svoj imidž u javnosti birajući redatelje filmova kako bi proveli vrijeme s njim tijekom njegovih rijetkih izleta na bojišnicu (Burke, 2016). Ubrzo nakon toga Bin-Laden je 1996. godine proglasio svoju „objavu rata SAD-u“, koristeći medijsku mašineriju Al Qa'ide za širenje poziva na džihad (Seib, 2008: 75). Ti pozivi su se uskoro pokazali kao dosadne i preopširne pisane izjave, koje su privukle premalo pozornosti. Poziv na džihad, poslan samo nekoliko tjedana nakon što se vođa Al Qa'ide vratio u Afganistan, trebao je probuditi mase globalne muslimanske zajednice, no njegov neuspjeh bio je očit (Burke, 2016).

Kasnih 1990-ih, otvorile se nove mogućnosti. Lokalni satelitski televizijski kanali počeli su se širiti diljem islamskog svijeta, omogućujući velikom broju ljudi praćenje sadržaja koji nije bio provjeravan i kontroliran od strane državnih službenika. Te mreže su ubrzo postale iznimno popularne. Koristeći povijesne i religijske simbole islamskog otpora europskim križarima, Bin Laden je osudio prisutnost američke vojske u Saudijskoj Arabiji, kritizirao međunarodne sankcije Iraku i izrazio svoje protivljenje potpori SAD-a Izraelu. Deklaracija je također navodila „pokolje u Tadžikistanu, Burmi, Kašmiru, Assamu, Filipinima, Ogadenu, Somaliji, Eritreji, Čečeniji i Bosni i Hercegovini“ kao primjere eskalacije rata protiv Islama zbog čega SAD trebaju biti kažnjene (Blanchard, 2007: 3).

Ovi medijski kanali su pokazali slike nasilja nad muslimanima u mjestima kao što su Kosovo, Čečenija i Gaza. Također su prenijeli pretjerano kontroverzne rasprave za televiziju u milijune domova. Bin Laden je ubrzo shvatio potencijal novih satelitskih i kabelskih mreža. U godinama neposredno prije 11. 9., organizirao je niz pomno osmišljenih novinskih konferencija za lokalni i globalni tisak, unatoč tome što je talibanima zabranjena komunikacija s međunarodnom publikom. Bin Ladenovi naponi su, međutim, u prvom redu usmjereni na one koji emitiraju u islamskom svijetu. Niz video izjava poslane su *Al-Jazeerinom* uredu u Islamabadu. Bin Laden je zagovarao viziju islamskog svijeta kao jedne zajednice, *umme*, o obvezi svih muslimana na ujedinjenje i obranu zajednice (Burke, 2016).

Prebacujući fokus na unutarnju politiku islamskog svijeta, potiče muslimane da pronađu vođu koji će ih ujediniti i uspostaviti „pobožni kalifat“ kojim će upravljati islamski zakon i koji će slijediti islamska načela financiranja i društvenog ponašanja. Bin Laden je tvrdio da je Afganistan, sa svojim talibanskim vodstvom, postao ogledni primjer islamske države i koristio je svoju religijsku retoriku da pruži potporu Talibanima i Al Qa'idi. Unatoč

tome što ne posjeduje tradicionalni islamski kredibilitet i autoritet, Bin Laden je proglasio fatvu, ili religijski edikt, kojom je 1998. godine tvrdio da su SAD pokazale „jasnu objavu rata Bogu, njegovom poslaniku i Muslimanima svojom politikom u islamskom svijetu“ (Blanchard, 2007: 3-4).

Svi ovi videozapisi ponovno nisu imali učinak kakav je Bin Laden zamislio. Emitirali su se samo kao kratki segmenti. Neki su bili odgođeni za nekoliko tjedana ili mjeseci, drugi jednostavno nisu bili objavljeni. Ekstremistima je stoga bilo jasno što trebaju činiti. Potrebni su bili spektakularni napadi - događaji toliko šokantni da ih niti jedan urednik ne bi mogao ignorirati. Napadom na WTC² u New Yorku, Bin Laden je uspio u onome u čemu drugi teroristi prije njega nisu, a to je zadobivanje pažnje cijelog svijeta bez ikakve vremenske odgode (Burke, 2016).

Bin Laden je priznao svoju potporu otmičarima i ponovio svoju tvrdnju da udari na američke mete trebaju biti viđeni od strane muslimana i Amerikanaca kao obrambeno motivirani odgovor na zapaženu američku agresiju u islamskom svijetu. (Blanchard, 2007: 4) Kroz nekoliko sljedećih godina svaki iskaz Bin Ladena bio je emitiran, često u cijelosti, od strane svjetskih medija. Nakon toga, njegove izjave bile bi predmet rasprava, a slike i snimke samih napada često bi se prikazivale i ponavljale. Nakon 2001. godine izjave Bin Ladena i al-Zawahirija³ obećavale su daljnje napade i tražile su opravdanje Al Qa'idina ciljanja civila tvrdeći da su Zapadna društva moralno pokvarena, a da nedavne demokratske inicijative i inicijative za ljudska prava nisu iskrene. Zapadni civili trebaju odgovarati za politiku svojih demokratski izabраниh vlada na Bliskom Istoku koje Al Qa'ida smatra neobjektivnim i nepravednim (Blanchard, 2007: 4)

Nakon što su 2001. godine potjerani iz Afganistana, Al Qa'ida je morala naći nove načine komunikacije s javnosti. Odabrali su slanje snimki poslanih preko posrednika *Al-Jazzeri*. Dva mjeseca nakon napada u Londonu 2005. godine *Al-Jazeera* je emitirala internetsku objavu u kojoj Ayman al-Zawahiri preuzima odgovornost. Nakon 2006. godine, Al-Jazeera je postala svjesna da je Al Qa'ida koristi kao sredstvo za stjecanje publiciteta, nakon čega se Al Qa'ida više nije mogla osloniti na njih (Klausen, 2015: 3).

U 2006. godini Al Qa'ida je objavila pedeset i osam različitih video i audio poruka, dok je 2007. objavljeno više od devedeset. Kako se više nisu mogli koristiti *Al-Jazeerom*

² Svjetski trgovinski centar

³ U to vrijeme zamjenik Osame bin Ladena, kasnije vođa Al Qa'ide

počeli su koristiti metodu direktnog objavljivanja na mrežne stranice čije bi se poveznice mogle naći na raznim internetskim forumima (Seib, 2008: 105).

No, i forumi su pokazali određene nedostatke. Služili su kao *online* učionice i okupirale su militantne osobe prijevodima i administrativnim poslovima koji su ih ograničavali i onemogućavali da sudjeluju u važnijim stvarima. Potreba da se one koji sudjeluju treba provjeriti i odobriti od strane administratora, ograničilo je sposobnost Al Qa'ide da širi svoju poruku izvan kruga onih koji su već bili zainteresirani da stupe u kontakt sa džihadističkim ekstremistima. Sudionici su morali znati kome se obratiti kako bi dobili lozinku kojom bi se priključili forumu. Forumi su bili puni rasprava o spisima i doktrinama, koje su okupirale sudionike, ali i ograničile iskoristivost foruma. Posljednji nedostatak foruma je njegova izloženost *cyber* napadima i rušenju stranica (Klausen, 2015: 3). Ukratko, u to doba al-Qaida dolazi do ruba svojih komunikacijskih mogućnosti, a višegodišnji Rat protiv terorizma ozbiljno je narušio njihove uobičajene kanale. Međutim, iz jednog ogranka al-Qaide razvit će se nova teroristička organizacija čiji će medijski pristup i sposobnosti komunikacije nadmašiti sve njihove prethodnike. Riječ je, dakako, o ISIL-u.

4. ISLAMSKA DRŽAVA

Al Qa'idine aktivnosti bile su primarno usmjerene protiv „bliskih neprijatelja“ – sekularnih i diktatorskih režima u muslimanskim zemljama, kao i protiv „dalekog neprijatelja“ – Sjedinjenih Američkih Država, koje su često podržavale te režime. Islamska država je za svoj glavni cilj odredila osvajanje teritorija i uspostavu državne strukture modelirane prema ideologiji koju slijedi. Ovladavanje prostorom provodi se kroz upotrebu brutalnog nasilja kojim se stvaraju strah, panika i sigurnosni vakuum u koji se onda ubacuje Islamska država i stvara privid uspostave strogog reda i pravde.

U ovom poglavlju nudi se pregled tijeka osnivanja i razvoja organizacije Islamska Država. Nakon toga, pobliže se prikazuju dvije ključne figure – Abu Musab al Zarqawi i trenutni kalif - Abu Bakr al-Baghdadi. Posebna pozornost stavlja se na njihovu medijsku strategiju i načine na koje su provodili svoje medijske aktivnosti.

4.1. Osnivanje i razvoj Islamske Države

Sadašnji članovi Islamske Države (ISIL) na čelu sa trenutnim poglavarom *kalifom* Abu Bakr al-Baghdadijem, prvim utemeljiteljem Islamske Države smatraju Abu Musaba al-Zarqawija. ISIL, iako je organizacija tada nosila drugačije ime, svoje korijene vuče iz 1999. godine kada je uspostavljen logor za obuku džihadista u Afganistanu nazvan *Tauhid va'l Džihad*⁴ na čijem je čelu bio upravo Abu Musab al-Zarqawi (Hosken, 2015: 7).

Glavno obilježje njegova djelovanja je izrazita brutalnost i činjenica da nije prezao pred prikazivanjem te brutalnosti. Objavljivao je snimke ubojstava i mučenja nevjernika i ostalih koji mu se nisu htjeli pokoriti. Uskoro kao vođa Al Qa'ide u Iraku (AQI), organizacije koja je formalno djelovala pod okriljem Al Qa'ide, koristi američku invaziju na Irak 2003. godine i opći kaos koji je nastao neposredno nakon svrgavanja Sadama Huseina za širenje svoje ideje i organizacije (Hosken, 2015: 26).

Ono što je iznimno bitno za to razdoblje je niz propusta i pogrešaka SAD-a koji su omogućili Zarqawiju i njegovoj organizaciji provođenje svojih planova u djelo. Jedna od najvećih pogrešaka Amerikanaca i njihovih saveznika prilikom invazije na Irak je izostanak

⁴ Monoteizam i džihad

pravog plana postupanja nakon pada režima i nesposobnost predviđanja problema u tranziciji zemlje na demokratski oblik, ponajprije zbog dubokih podjela u iračkom društvu. Nekoliko dana nakon slavlja zbog pada režima, u Bagdadu počinju pljačke i druga razbojstva zbog nepostojanja prave vlasti i manjka organizacije u američkim vojnim i civilnim službama (Hosken, 2015: 27).

Hosken u svojoj knjizi *Carstvo straha* (2015) navodi da su dvije pogreške SAD-a dodatno pogoršale stanje. Prvi potez koji će se pokazati kao velika greška je debaasifikacija društva. U proglasu o debaasificaciji objavljeno je da se viši članovi stranke Baas⁵ uklanjaju sa svojih položaja i zabranjuje im se buduće zapošljavanje u javnom sektoru. Pored toga, svaki član stranke zaposlen u jednom od tri najviša upravljačka sloja bilo kojeg ministarstva i bilo koje druge vladine institucije ili povezane korporacije automatski će biti otpušten. Amerikanci su mislili da će ta odredba pogoditi 25.000 Iračana, ali u stvarnosti je bez posla ostalo oko 85.000 ljudi među njima i 40.000 učitelja od kojih su se mnogi učlanili u stranku Baas samo kako bi mogli zadržati svoj posao (Hosken, 2015: 28-29).

Druga pogreška koju su napravili je proglas o „raspuštanju entiteta“ koji su obuhvaćali vojsku i sve oružane službe. Dogodilo se demontiranje iračke obavještajne infrastrukture, a tisuće vojnih časnika je ostalo bez posla. Među njima na ulicu je izbačeno i 11.000 generala bez velikih izgleda da će pronaći novi posao. Ukupno je otpušteno oko 700.000 ljudi, među njima 385.000 zaposlenika oružanih snaga i 300.000 onih iz unutarnje sigurnosti. Mnogo se tih ljutih i naoružanih vojnih dužnosnika pridružilo raznim pobunjeničkim skupinama i poslije će slijediti Zarqawija i njegove sljedbenike (Hosken, 2015: 30).

Navedene dvije odluke dodatno će produbiti podjele i sukobe među šijitima i sunitima, a od svega toga najviše će koristiti imati al-Zarqawi i njegova organizacija kojemu su te odluke poslužile kao besplatna reklama i razlog brojnim nezadovoljnim sunitima da mu se pridruže. Neposredno prije svoje smrti u lipnju 2006. Zarqawi je obavio važne strukturne promjene svoje organizacije pripajajući joj druge džihadističke skupine i mijenjajući ime organizacije, što će značiti smanjenje utjecaja Al Qa'ide. Tako je u siječnju 2006. objavio osnivanje Mudžahedinskog vijeća šura⁶ (MSC). Tu je bilo riječi o udruživanju AQI i pet drugih manjih džihadističkih skupina (Hosken, 2015: 65).

Nekoliko dana nakon Zarqawijeve smrti, MSC objavom videosnimke dekapitacije trojice šijita daje do znanja da je i dalje aktivan. Snimka je sadržavala i poruku Abu Omara al-

⁵ Stranka Sadama Huseina

⁶ Eng. Mujahidin Shura Council

Baghdadija, čovjeka koji će naslijediti Zarqawija. U tom prvom govoru rekao je: „A vi, robovi križa, unuci Bin al-Alkamija (šijiti) i svi nevjernici suniti, jedva čekamo da vam svojim mačevima prerežemo vratove.“ (Hosken, 2015: 66).

U listopadu 2006. Abu Omar povlači potez koji je šokirao mnoge proglašivši osnivanje Islamske Države Iraka (ISI). Proširavanjem imena u Abu Omar al-Huseini al-Kurejši al-Baghdadi i predstavljanjem kao *al-mu'minin*⁷, praktički se proglasio kalifom svoje nove Islamske Države Iraka (Hosken, 2015: 68). Usljedile su brojne objave u kojima je Abu Omar pozivao na pridruživanje njegovoj organizaciji i slao prijetnje protivnicima. Za to vrijeme ISI širi svoj utjecaj i teritorij u zapadnom Iraku, u potpunosti zauzimajući strateški bitnu pokrajinu Anbar. Ubrzo Abu Omar predstavlja kabinet ISI-a. Deset ministarstava za upravljanje anbarskim gradovima i teritorijima, što je bio početak novog kalifata (Hosken, 2015: 70).

Sunitska plemena na području Anbara isprva su, zbog stanja nakon pada Sadama Huseina, pozdravili džihadiste i pružili im dobrodošlicu, no ubrzo su shvatili da je to bila velika pogreška. Abu Omar je strahovladom kontrolirao plemena i okrutno se obračunavao sa svim oblicima oporbe. Tijekom gradnje svojeg carstva, Zarqawi i Abu Omar su upravo u Anbaru počinili neke od najokrutnijih zločina, i upravo u Anbaru će ljudi ustati protiv džihadista (Hosken, 2015: 73).

Plemena su odlučila da moraju nešto poduzeti protiv ISI-a prije nego što bude kasno. To udruživanje plemena i ustanak protiv zajedničkog neprijatelja nazivalo se „Buđenje“. Početak Buđenja pozdravili su Amerikanci, koji su zbog stanja u Iraku sve više očajavali. Pružali su im podršku i prije nego li je Bush odbio preporuke Radne skupine za Irak o povlačenju trupa i donio odluku za slanje dodatnih 21 000 vojnika, akcije koja se kasnije nazvala „Val“ (Hosken, 2015: 78-79).

Ta dva pokreta nanijeli su iznimne gubitke ISI-u na bojnom, ali i medijskom polju. Uz velike teritorijalne i ljudske gubitke, ISI je gubio i medijske ćelije kojima je glavni posao bilo snimanje napada na koalicijske snage i iračke vojnike i zatim objavljivanje tih scena u svrhu propagande. Nakon brojnih bitaka i akcija koji su rezultirale brojnim žrtvama, ISI je doveden na rub poraza. Neki su bili uvjereni da je ISI poražen te da je u stanju „nepovratnog propadanja“. Međutim, Hosken prenosi izjavu generala Petraeusa iz rujna 2008. u kojoj nije bio uvjeren da je ISI potpuno poražen: „Nitko još ne pleše pobjednički ples. ISI je i dalje smrtonosan i opasan.“ (Hosken, 2015: 88)

⁷ Poglavar vjernih

Planovi da se ISI u potpunosti dokrajči nisu bili ostvareni zbog poteškoća s neslaganjima u vladama SAD-a i Iraka, kao i manjkom resursa i odlučnosti Washingtona. Hosken navodi da arhitekti Vala nisu bili uvjereni da je posao dovršen. ISI je bio gurnut do ruba propasti, ali nije bio gurnut u nju. Brigadir Mansoor je tako rekao Hoskenu: “Ako se ne riješite svih stanica raka i ako okolina omogući stanicama da se ponovno namnože, drugim riječima prekinete li kemoterapiju, rak će se vratiti i to je odlična usporedba za ono što se dogodilo s ISI-em.” (Hosken 2015: 89).

Kada su 18. travnja 2010. godine irački i američki komandosi ubili Abu Omara al-Baghdadija i njegova vojnog zapovjednika Abu Ajuba al-Masrija, vodstvo ISI-a bilo je većim dijelom eliminirano. ISI je ubrzo 16. svibnja 2010. objavio da će im novi vođa biti Abu Bakr al-Kurejši al-Huseini al-Baghdadi, čovjek o kojemu nitko nije imao informacija, uključujući i Osamu Bin Ladena koji je tražio više detalja o njemu (Hosken, 2015: 94).

Uskoro je uslijedio čitav niz bombaških napada koji su bili organizirani pod vodstvom Abu Bakra. Intenzitet napada se stalno povećavao, a nakon atentata Bin Ladena bili su opravdavani od Abu Bakra kao osveta za njegovu smrt. Napadi su sve češće postajali glavna vijest u medijima, no zbivanja Arapskog proljeća tijekom 2011. i događaji u Siriji pozornost okreću prema sebi. Sredinom 2011. vođa ISI-a preko granice u Siriju šalje malu skupinu džihadista, ukupno njih osam, da se bore u sirijskom građanskom ratu. Ta će odluka imati goleme posljedice i dovesti će do ponovnog rođenja ISI-a, rata s Al Qa'idom i naposljetku nastanka kalifata (Hosken, 2015: 106).

Predvodnik tima bio je mladi sirijski džihadist Abu Muhamed al-Jowlani. Stigavši u sjevernu sirijsku pokrajinu Hasakah u kolovozu 2011. povezuje se s lokalnim džihadističkim grupama i oformljuje grupu nazvanu Jabhat al-Nusra ash-Sham⁸. Al-Nusra je objavila svoje postojanje javnosti 23. siječnja 2012. preuzimajući odgovornost za bombaški napad koji se dogodio u Damasku 23. prosinca 2011. u kojem je poginulo 40 ljudi. (Lister, 2015: 18-19)

Džihadisti al-Nusre ubrzo su se počeli doživljavati kao skupina odvojena od ISI-a što će dovesti do sukoba koji će imati goleme posljedice za sve (Hosken, 2015: 124). U ožujku 2013. nakon više od godinu dana žestoke borbe al-Nusra je osvojila prvi grad koji je pao pod kontrolu pobunjenika – Rakku. Kad je čuo za pad Rakke Abu Bakr je odlučio otputovati u Siriju te ondje vratiti Jowlanija i Nusru pod svoju kontrolu. To je planirao postići raspuštanjem Nusre i ISI-a te spajanjem dviju grupa i proglašavanjem nove Islamsku Državu Iraka i Sirije (ISIL). Abu Bakr je to i učinio 10. travnja 2013. i to bez prethodnih konzultacija

⁸ skraćeno al-Nusra

sa Jowlanijem. (Hosken, 2015: 125-126). Objava nastanka kalifata je u pogledu važnosti ISIL-ovim sljedbenicima bila na samome vrhu. To se moglo vidjeti po broju objava na *Twitteru* koje su prethodile i uslijedile nakon nastanka kalifata. (Badawy, Ferrara, 2017: 7)

Jowlani je odbacio te tvrdnje i rekao da će zastava Nusre ostati ista bez obzira na poštovanje prema zastavi države. Uz to nije prisegnuo na vjernost Baghdadiju nego Aymanu al- Zawahiriju, nasljedniku Bin Laden (Hosken, 2015: 125-126).

Zawahiri se isprva nije svrstao na ničiju stranu, no ubrzo je postalo jasno da podržava Jowlanija. Vođa Al Qa'ide proglasio je raspuštanje ISIL-a i naredio je da Nusra i ISI nastave kao i ranije. Nekoliko dana nakon ove objave Baghdadi je dao do znanja da neće poštivati njegovu naredbu te donosi odluku koja će u konačnici dovesti do rata s Nusrom i drugim pobunjeničkim skupinama (Hosken, 2015: 127). ISIL-ovo odbijanje poslušnosti Al Qa'idinim posrednicima, ponukale su Zawahirija da javno naglasi da „ISIL nije ogranak Al Qa'ide, nemamo nikakve organizacijske veze s njima, i Al Qa'ida nije odgovorna za njihove postupke (Lister, 2015: 13).

Uslijedile su brojne borbe ISIL-a sa drugim pobunjeničkim skupinama i snagama Assadova režima, sve u svrhu osvajanja teritorija i širenja države. ISIL u jesen 2013. zauzima Rakku, nakon što su ga Nusrini borci napustili, nastavlja sa osvajanjem teritorija u Iraku, a u lipnju 2014. zauzimaju Mosul (Hosken, 2015: 135-139).

4.1.1. Abu Musab al-Zarqawi

Ono što je karakteristično za Zarqawiju, uz izrazitu brutalnost i nasilje, je njegovo razumijevanje medija i način na koji je sebe i svoje ideje odaslao u svijet. Kada su islamski ekstremisti preuzeli kontrolu nad zapadnim iračkim gradom Fallujom, krajem 2003. godine, postavili su trening kampove, bunkere, komunikacijske centre, spremišta oružja, privremene zatvore i barem jedan televizijski studio. Ovaj studio, kako su američki marinci otkrili kada su ponovno zauzeli grad godinu dana kasnije, bio je opremljen video kamerama i ostalom vrhunskom medijskom opremom (Burke, 2016).

Početkom travnja 2004. godine Zarqawi objavljuje trideset minutni online audio zapis kojim objašnjava svoj identitet, razloge borbe, kao i detalje napada za koje su on i njegova grupa bili odgovorni. Internet je omogućio Zarqawiju da vrlo brzo izgradi *brand*. „Odjednom je taj tajanstveni muškarac imao glas, i jasnu ideologiju kojom objašnjava svoje nasilje. Razlog gradnje takvog branda i uspostava javnog profila je da se poprilično uveća utjecaj

njihova nasilja.“ (Conway, 2012: 13). Prije početka njegove kampanje odnosa s javnošću na Internetu, svaki Zarqawijev napad morao je ubiti veliki broj ljudi kako bi se istaknuo usred kaosa i dnevnom rastu broja poginulih u Iraku. Zarqawi se istaknuo kao jedan od prvih ekstremista koji prepoznaju i koriste digitalnu revoluciju. Korištenjem online medija i alata mogao je kontrolirati interpretaciju svoje nasilne poruke i postići veći učinak manjim operacijama. Dolazak digitalnih svjetskih medija sredinom 2000-ih drastično je promijenio način na koji teroristi djeluju. U samo nekoliko godina mnogi od njihovih najvećih problema su jednostavno nestali (Burke, 2016).

Prvi veliki pomak uključivao je uvođenje jeftinih prijenosnih kamera i softvera za uređivanje za koje su potrebne samo osnovne vještine za stvaranje sadržaja profesionalnog izgleda. Više nije bilo potrebe za opremom koja košta nekoliko desetaka tisuća dolara, ni hrpama praznih video snimaka, ni glomaznim strojevima za uređivanje ili kopiranje. Također nije bilo potrebe za mrežama ljudskih kurira koji fizički isporučuju sadržaje medijskim organizacijama (Burke, 2016).

Zarqawi je shvatio da ekstremisti više nisu morali proizvoditi sadržaje koji bi urednicima u udaljenim medijskim kućama bili prihvatljivi. Oni su mogli kreirati vlastite sadržaje, dizajnirane tako da govore izravno ljudima kojima su htjeli govoriti, a potom ih emitirati putem Interneta. Nije im bio potreban zrakoplov koji se zabija u neboder ili bomba u vlaku kako bi prenijeli svoju poruku. Također nije bilo potrebe za golemim investicijama i ogromnim rizicima za takve operacije. Trening kampovi koje je Bin Laden uspostavio u svrhu obavljanja spektakularnih terorističkih napada više nisu bili potrebni. Skupine poput Zarqawijeve to su mogle napraviti s mnogo manje ranjivom, manjom infrastrukturom. (Burke, 2016)

Zarqawi je osnovao odjel za medije koji je izdavao priopćenja i govore te je na Internetu objavljivao strašne snimke ubojstava taoca koji su ubijani odsijecanjem glave nožem (Hosken, 2016: 46).

Pokreće i online časopis, *Zurwat al-Sanam*⁹, koji je sadržavao 43 stranice teksta o palim džihadistima i fotografije Osame bin-Ladena i Georga W. Busha. Kasnije, Zarqawijev informacijski odjel je objavio video od 46 minuta naziva „Sve religije će biti za Alaha,“ video je prikazivao i snimke bombaša samoubojica u treningu. Bio je objavljen na posebno dizajniranoj stranici koja je imala više opcija za skidanje, kao što su *Windows Media* i

⁹ Vrh devine grbe, što označava idealnu praksu Islama

realPlayer verzije namijenjene za one s visokom brzinom Interneta, verzije za one sa *dial-up* vezom, kao i za one koji će gledati video preko mobilnog uređaja (Seib, 2008: 75).

Ono što je Zarqawiju i njegovim suborcima bilo od velike važnosti je to što su se mogli prestati brinuti zbog onog što bi se moglo smatrati previše eksplicitnim za emitiranje na televiziji. Tako su pojavom Interneta mogli prikazati koliko su zapravo brutalni. U svibnju 2004. Zarqawi je snimio video isječak koji prikazuje smaknuće Nicholasa Berga, mladog američki građevinca koji je radio u Iraku. Taj video nije dostavljen u *mainstream* medijske organizacije. Umjesto toga, on je objavljen na militantnoj mrežnoj stranici. Bilo je jasno da je ova snimka dosegla puno veću publiku nego bilo koji usporedivi materijal. Video Bergove smrti učinio je od Zarqawija, koji je prethodno bio gledan kao marginalna figura, jednog od najistaknutijih svjetskih islamskih terorista. (Burke, 2016) Zarqawi tim činom nije ništa riskirao, a zauzvrat je postao junak svih džihadista. Tek nakon objavljivanja snimki će Zarqawi biti potvrđen od strane Osame bin Ladena kao *Emir*¹⁰ Al Qa'ide u Iraku (AQI) (Conway, 2012: 5).

Dok je Zarqawi provodio svoju *online* strategiju, džihadistički teoretičar koji je pisao pod pseudonimom Abu Bakr Naji objavljuje knjigu *Upravljanje divljaštvom*¹¹ koja će postati nacrt za Islamsku Državu. Knjiga je zahtijevala da džihadističke skupine trebaju djelovati u regijama zahvaćenim anarhijom, gdje će lokalno stanovništvo pozdraviti njihovu sposobnost za uspostavu osnovne vlasti i islamskog šerijatskog zakona. S vremenom će se ta područja proširiti i spojiti u jedno muslimansko carstvo tj. kalifat (Kroener, 2016).

Kako bi potaknuo taj proces, Naji je pozvao džihadiste na borbu protiv „varljivog medijskog privida“ koji je Zapad stvorio. Kroener u svojem članku citira McCantsa, koji je preveo *Upravljanje divljaštvom* s izvornog arapskog jezika: „on je osjećao da postoji shvaćanje kako je Amerika neosvojiva nacija koja je nepodijeljena, neporažena, i nikada ne može biti sputana. Ali on je tvrdio da ako džihadisti imaju medijske sposobnosti koje su u mogućnosti pružiti „istinu“, to će narušiti trenutni medijski prikaz stanja“. Da bi se to postiglo, Naji savjetuje svoje čitatelje da proučavaju zapadne medije kako bi mogli razumjeti kako najbolje oponašati njihove metode uvjeravanja (Kroener, 2016).

Zarqawi tu knjigu slijedi od slova do slova i njegova brutalna kampanja za vrijeme prve tri godine okupacije Iraka predvođene SAD-om će imati razorne posljedice. On i njegova skupina nikad nisu bili pravi dio sunitske pobune protiv okupacije. Napadaju Amerikance i

¹⁰ Vođa

¹¹ eng. The Management of Savagery

njihove saveznike, ali ipak je više od svega želio pokrenuti genocidni rat protiv šijita i uvući ih u sukob sa sunitima (Hosken, 2016: 37).

Uskoro je Al Qa'idina središnjica postajala sve zabrinutija zbog Zarqawijeva pretjeranog nasilja i ostalih postupaka. Tako je Ayman al-Zawahiri, koji je tada bio zamjenik osnivača Al Qa'ide Osame bin Ladena, napisao pismo Abu Musab al-Zarqawiju, u kojem mu je poručio da bi prikazi ekstremnog krvoprolića mogli štetiti ugledu Al Qa'ide (Kroener, 2016). Zawahiri je upozoravao Zarqawija da njegov rat protiv šijita šokira obične muslimane, a zamjerio mu je i ubijanje taoca (Hosken, 2016: 47).

Zarqawi je ignorirao zahtjeve svojeg nadređenog. Prikupljanje simpatija šire javnosti nije bio njegov plan. „Zarqawi je pokušavao regrutirati ekstremiste koji odobravaju ovakvu vrstu ponašanja”, Kroener navodi izjavu Willa McCantsa, višeg suradnika na Institutu Brookings Centra za Bliskoistočnu politiku i autora *The ISIS Apocalypse* (Kroener, 2016). Zarqawijevi video zapisi proširili su se preko internet foruma i e-maila. Vjerovao je da je privlačenje takvih opakih boraca ključ za ispunjavanje njegove fantazije stvaranja islamske države (Kroener, 2016).

Kada je Zarqawi ubijen u napadu 2006. godine, tehnologija novih medija široko se koristila od strane ekstremista i pobunjenika. Kao što je bilo planirano, gomila snimaka koje su često prikazivale improvizirane eksplozivne naprave koje uništavaju američka oklopna vozila i krvave leševe iračkih policajaca, podigle su moral onih koji se protive prisutnosti SAD-a i vlasti u Bagdadu, dok je obeshrabrivalo one koji ih podupiru.

4.1.2. Abu Bakr al-Baghdadi

Nakon smrti Zarqawija i uspostave ISIL-a, Abu Bakr al-Baghdadi nastavlja medijski put koji mu je postavio Zarqawi i podiže medijsku organizaciju ISIL-a na razinu kakva dosad još nije viđena kod terorističkih organizacija. Razlika između ISIL-a i ostalih terorističkih skupina je upravo u sposobnosti ISIL-a da širi svoju poruku bolje i dalje od ostalih. Tu se najviše pokazalo ISIL-ovo umijeće korištenja društvenih mreža (Badawy, Ferrara, 2017: 6-7).

ISIL je objavljivao učestale prijetnje prema iračkim sigurnosnim snagama u obliku pisanih izjava i video smimki između srpnja 2013. i lipnja 2014. kako bi zastrašio i oslabio vojne snage Iraka. Željeli su stvoriti atmosferu straha kako bi oslabili obrambene snage u

sjevernom Iraku prije njihova napada na Mosul u lipnju 2014. godine (Gambhir, 2016: 16). Osvajanje Mosula privuklo je pozornost svijeta. Shvatili su da zauzimanje grada od dva milijuna stanovnika od genocidne organizacije kao što je ISIL nije događaj koji se može zanemariti. (Hosken, 2015: 144).

U srpnju 2014. godine, na vrhuncu svoje moći, ISIL se prostirao na otprilike 670 kilometara na teritoriju Sirije i Iraka. Populaciju, koja je većinom bila zarobljenička, činilo je između pet i šest milijuna ljudi. U digitalnom smislu se kalifat proteže globalno, od *Twittera* do *Tanga* i dalje na *Snapchat* te preko *Mujatweetsa*, *Facebooka* i *Whatsappa*. ISIL terorom kontrolira svoj privremeni kalifat i putem Interneta pokušava zastrašiti moćniji izvanjski svijet gdje objavljuje brojne filmove masakra i pogubljenja (Hosken, 2015: 167-168). Objavljuju fotografije koje prikazuju svoje članove kako pale zaplijenjenu robu kao što su cigarete i marihuana. To je bio dio njihove komunikacijske strategije kako bi pokazali religijska uvjerenja organizacije. Insistiranjem na strogoj primjeni šerijatskog zakona prije i neposredno nakon zauzimanja teritorija, razlikovali su se od grupa povezanih sa Al Qa'idom. (Gambhir, 2016: 15-16).

Nakon zauzimanja većih gradova kao što je Mosul, ISIL održava vojne parade, postavlja svoje znakove na ceste i diljem grada izlaže zastave kako bi obznanio svoju prisutnost. (Gambhir, 2016: 29). Kako bi naglasili svoja postignuća i kako bi privukli nove članove, ISIL objavljuje nekoliko koordiniranih medijskih objava koje obilježavaju početak Ramazana. Najznačajnija je bila audio snimka koja je objavila uspostavu kalifata, objavljena 29. lipnja na pet različitih jezika. Istog dana, organizacija je objavila videozapise pod nazivima: „Rušenje granica“ (eng. *Breaking the Borders*) i „Kraj Sykes-Picota“ (eng. *The End of Sikes-Picot*). Oni su prikazivali uništenje fizičke granice između Sirije i Iraka i vojsku kako obilazi osvojenu iračku graničnu bazu. Ubrzo je objavljen audio zapis na kojem Baghdadi slavi stvaranje kalifata, a nakon toga objavljen je i video u kojem se prvi put pojavljuje kao kalif (Lister, 2015: 14).

Sve te medijske akcije omogućuju ISIL-u da dobije lokalnu potporu bez velikih trošenja vojnih resursa. Njihovo medijsko osoblje distribuira službene digitalne i tiskane materijale organizacije lokalnim stanovnicima kroz „medijske točke“ ili kioske. ISIL takvu metodu distribuiranja medijskih sadržaja vidi kao ključno sredstvo demonstracije svoje snage i kontrole lokalnog stanovništva. ISIL je u ožujku 2016. tvrdio da imaju šezdeset medijskih točaka u Iraku od kojih je dvadeset i pet u Mosulu. Neke medijske točke imaju televizore i medijske arhive koji emitiraju sadržaj na više jezika, dok drugi samo distribuiraju tiskani materijal, SIM kartice, diskove i USB memoriju (Gambhir, 2016: 14).

Uz prikaze terora kalifat se prikazuje kao zemlju izobilja. Idilični prizori stalno se pojavljuju na njihovim internetskim stranicama i drugim mjestima propagande. No, stanje na terenu izgleda potpuno drukčije (Hosken, 2015: 169). ISIL nadzire i kontrolira koje se informacije objavljuju na području kalifata. Tako su stanovnici Rakke smjeli koristiti Internet samo u čuvanim kafićima nakon što su pokazali identifikacijsku karticu ISIL-ovim borcima (Gambhir, 2016: 14). Jedan od najboljih izvora za stvarno stanje u gradu Rakki je internetska stranica „U Rakki se događa tihi pokolj“ (engl. *Raqqa is being silently slaughtered*, RBSS). RBSS vodi skupina ljudi koji, riskirajući svoje živote, prenose brojne strahote koje se odvijaju u Rakki pod ISIL-ovom kontrolom. (Hosken, 2015: 171).

Nakon pada Mosula formirana je već spomenuta međunarodna koalicija koja će podržati iračke snage. Koalicija pokušava uništiti ISIL ne samo u vojnom nego i u financijskom smislu. Uslijedit će brojni porazi ISIL-a, koji redom gubi svoja uporišta u Siriji i Iraku pod napadima brojnih neprijatelja koje su si stvorili.

5. MEDJSKA STRATEGIJA ISLAMSKJE DRŽAVE

Strukturirana organizacija ISIL-ova medijskog odjela posjeduje takvu birokraciju i organizaciju koja se može mjeriti s multinacionalnim kompanijama i vladama. Grupu odlikuje i konstantno evoluiranje tako da su razni prikazi medijske strukture zastarjeli, no promatrajući aktivnosti grupe mogu se spoznati neke temeljne strukturne značajke (Milton, 2016: 12).

Visoko učinkovita medijska strategija ISIL-a potječe iz njenih institucija. Organizacija je centralizirala svoju globalnu medijsku proizvodnju pod jednim zapovjedništvom. Takav centralizirani pristup omogućio je ISIL-u da usmjeri svoje medijske napore vojničkom disciplinom i brzinom. Organizaciju čine više međusobno povezanih službenih medijskih odjela, kao i regionalni odjeli, čije su medijske akcije koordinirane, ali i decentralizirane u smislu proizvodnje sadržaja zato što što, prema procjenama, proizvode 78% medijskih objava Islamske Države (Zelin, 2015).

Milton (2016) naglašava da je pogrešno reći da je medijska organizacija decentralizirana u smislu da svaka od tih regionalnih grupa može donositi odluke bez utjecaja ministarstva medija. Istina je da postoji više regionalnih odjela po čitavom teritoriju Islamske Države, no tvrdnja da je organizacija decentralizirana u tom je smislu bez osnove zato što sama udaljenost ne znači izostanak utjecaja centralnog medijskog odjela. Ministarstvo medija je odgovorno za sav sadržaj koji objavi Islamska Država. Brojni dokumenti koji su procurili iz organizacije govore o centraliziranoj kontroli medijskih operacija. Činjenica je da su brojne medijske kampanje, pokrenute iz različitih odjela, u više slučajeva bile koordinirane i imale usmjerenje iz središnjice kako bi proizvele sadržaj o određenoj temi ili bile usmjerene na određenu publiku (Milton, 2016: 16).

Istraživač Aymenn al Tamimi i britanske novine *The Guardian* krajem 2014. su objavili navodni nacrt ISIL-ovih administrativnih aktivnosti, uključujući i medijsku organizaciju. Tamimi identificira centralizaciju kao ključnu potrebu za uspješne medijske operacije. Objasnio je da ISIL ima jedan medijski temelj koji se proteže u više različitih grana kako bi promicali ISIL-ovu ideologiju i aktivnosti na razumljiv način. Taj centralni ured se zvao *al-Mu'asasat al-Um* ili „Osnovni Temelj“ (eng. The Base Foundation) koji je odgovarao direktno kalifu, šuri ili savjetničkom vijeću, vojnom zapovjedniku i glavnom sigurnosnom časniku (Gambhir, 2016: 20-21).

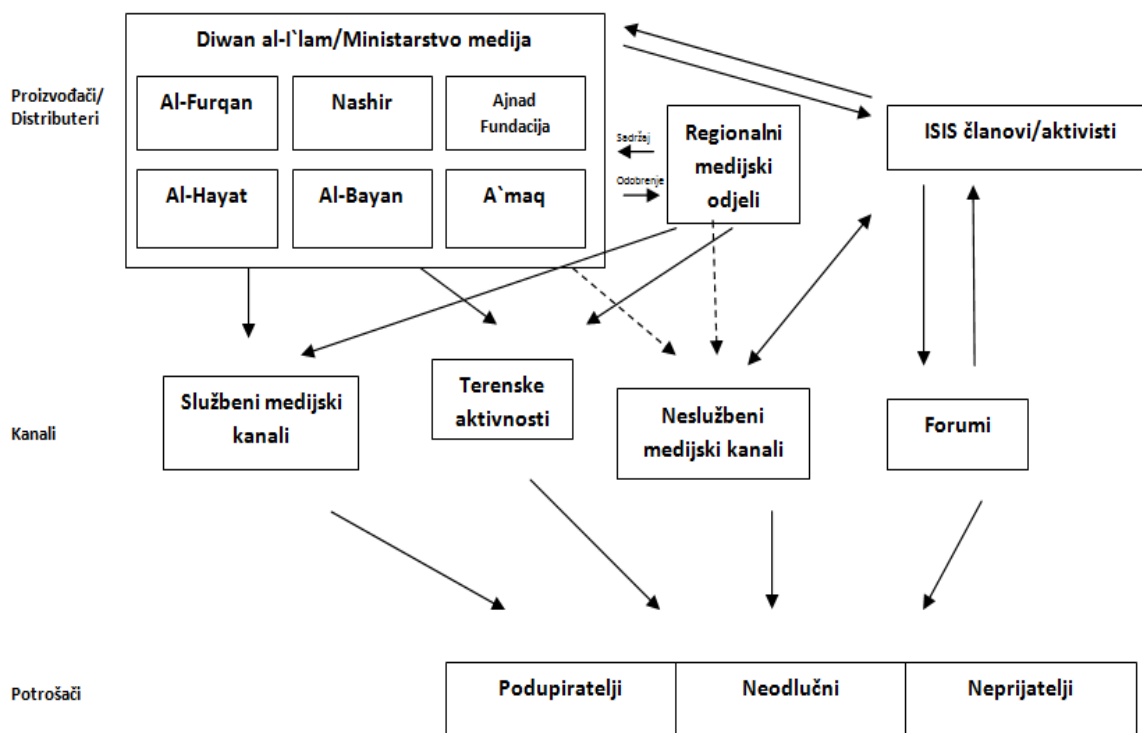
„Osnovni Temelj“ je određivao prioritete objava kao i medijske kampanje. Također je kontrolirao nove niže urede, nadzirao njihove aktivnosti, obučavao i financirao medijsko

osoblje. Povezanost „Osnovnog Temelja“ sa vijećem šura i vojnim vodstvom omogućio je medijskoj organizaciji da osmisli temu poruka kao i specifične medijske kampanje koje su maksimalno podupirale ISIL-ove organizacijske i vojne ciljeve (Gambhir, 2016: 22).

Kasnije analize i nacrti također su naglašavali centraliziranost organizacije. Njihovu centraliziranost pokazuje činjenica da svi njezini medijski sadržaji, iako često proizvedeni od različitih medijskih tijela, pokazuju sličnost i jednako održavanje određenih standarda kvalitete. To je u skladu sa željama organizacije da bude gledana kao država, koja se razlikuje od drugih džihadističkih organizacija (Benjamin, 2016).

Jedan od najvažnijih aspekata ISIL-ove proizvodnje medijskih sadržaja je njihova usklađenost i prepoznatljivost. To je izrazito bitno zbog načina na koji ISIL želi predstaviti svoju cijelu organizaciju. Proizvodi su standardizirani i lako ih se promiče, svaki odmah daje do znanja onome koji konzumira sadržaj da je to upravo sadržaj ISIL-a. Jednako tako, ISIL-ova kontrola na terenu i operativna sigurnosna pravila koja kontroliraju objavljene informacije im omogućuje da većina vijesti koja dolazi s njihova teritorija potječe izravno od njih (Benjamin, 2016).

Milton (2016) u svojoj analizi komunikacije ISIL-a donosi svoj nacrt medijske organizacije. Kao što se može vidjeti na Slici 1. ministarstvo medija kontrolira ISIL-ove glavne medijske kuće, kao što su *al-Hayat*, *al-Furqan*, *al-Ajnad*, i *al-Itissam*, kao i ostale regionalne medijske urede i pomoćnu *A`maq News Agency*.



Graf 1. Struktura medijske organizacije ISIL-a (Milton, 2016, 15)

Ministarstvo medija posjeduje veliku moć i kontrolu nad proizvodnjom i distribucijom medijskih proizvoda. Takva centralizacija medijskih poduhvata ima korijenje duboko u povijesti organizacije (Milton, 2016: 13). Centralna medijska organizacija ISIL-a, ministarstvo medija, ima veliku kontrolu nad proizvodnjom i plasiranjem medijskih proizvoda. Iako su odjeli neovisni jedni o drugima, postoje veze kojima utječu i koordiniraju aktivnosti jedni prema drugima (Milton, 2016: 15).

Regionalnih medijskih odjela, kroz koje ISIL objavljuje vizualne medijske proizvode, postoji više od trideset i svaki od njih provodi individualne akcije. Iako za sebe kažu da nisu dio službene medijske organizacije ISIL-a, za *A`maq News Agency* se može zaključiti suprotno. To se može zaključiti po njihovim aktivnostima koje potvrđuju službeni status agencije. To najbolje opisuju dva primjera. Prvi, objave *A`maqa* koje preuzimaju odgovornost za operacije u ime Islamske Države koje su kasnije ponovno potvrđene od ostalih službenih kanala. Drugi, njihova medijska izvješća često citiraju službenike Islamske Države koji se nalaze u upravljačkoj strukturi organizacije i koji daju informacije o vojnim aktivnostima. *A`maq* to jednostavno ne bi mogao činiti bez podrške službenog medijskog krila (Milton, 2016: 13). *A`maq* je igrao sve veću ulogu krajem 2016. u ISIL-ovim medijskim poduhvatima. Davali su duge i opsežne opise događaja, zajedno sa fotografijama i video uradcima. ISIL je stvorio visoko organiziranu i dobro opskrbijenu birokraciju koja pruža potporu svojim medijskim operacijama. Ta birokracija je odgovorna za sve ISIL-ove medije, uključujući i fotografije s bojnih polja, snimke novačenja, i časopise na stranim jezicima.

Medijski centar *al-Hayat* odgovoran je za objavljivanje stranog propagandnog sadržaja (uglavnom nearapskog, zapadnjačkog jezičnog sadržaja). *Al-Hayat* je izvor raznih časopisa kao što su *Dabiq* i *Islamic State Report*. Vjeruje se da je *al-Hayat* odgovoran i za objavljivanje *Konstatinyye*, časopisa na turskom jeziku, kao i časopise *Dar al-Islam* i *Istok* koji je tiskan na ruskom jeziku. Krajem 2016. ISIL-ov posljednji časopis *Rumiyah*, objavljen na više jezika, vrlo vjerojatno je zamijenio sve ostale časopise kako je *al-Hayat* prestao s njihovim objavljivanjem. (Gambhir, 2016: 22)

Uz tiskani sadržaj, *al-Hayat* je odgovoran i za kratke video uratke. Tako je objavio 20 minutni propagandni uradak *The Return of the Gold Dinar* u 2015. godini, koji opisuje ISIL-ove planove o tiskanju svoje valute kojom bi stekli financijsku neovisnost od ostatka svijeta. *Al-Furqan* je objavljivao video uratke različitih religijskih propovijedi i govora vodećih ljudi u organizaciji. *Al-Ajnad* je objavljivao *anashide*, glazbene komade koji veličaju Islam i njegove branitelje, a uz to objavljivao je recitacije iz Kurana (Gambhir, 2016: 22). *Al-Itissam*

je proizvodio video uratke koji su ciljali potencijalne članove u susjednim muslimanskim zemljama. Prestao je s radom u travnju 2015. godine (Gambhir, 2016: 22).

Ministarstvo medija upravlja i ISIL-ovim *al-Bayan* radiom, vojnim novostima *al-Naba* na arapskom jeziku, i sa *Maktaba al-Himma*¹². *Al-Bayan* radijska stanica je odašiljala u svim većim gradovima pod kontrolom organizacije, uključujući Raqqa, Mosul, Sirte i druge gradovima. Neprekidno nudi vijesti, povijesne lekcije, prijenose fatvi i ostale sadržaje od centralne Libije do istočnog Iraka (Zelizer, 2016: 6078). Istisnula je ostale radijske postaje i sada dominira radijskim valovima s raznim vijestima, programima uživo i drugim informacijskim programima (Radsch, 2016: 4-5). Odašilje na arapskom, kurdskom, engleskom, francuskom i ruskom jeziku. Radijskoj stanici se pripisuju visoka profesionalnost i vješto proizveden sadržaj u tolikoj mjeri da su uspoređivani i sa BBC-em i ostalim sličnim radio postajama. U eteru je od rane 2015. i nudi širok program koji uključuje glazbu, jezične poduke i intervjuje koji se izmjenjuju između regularnih vijesti i izvještaja sa terena od strane *al-Bayanovih* izvijestitelja iz Iraka i Sirije. (Badar, 2016: 383). Kada slušatelj uključi *al-Bayan* radio pozdravlja ga sljedeća rečenica: „Zahvaljujemo našim slušateljima što su nam se pridružili i donosimo sljedeće vijesti“. Ta rečenica izgovorena je na tečnom engleskom sa američkim naglaskom. Taj radijski segment jako slični na segmente ostalih zapadnjačkih radijskih postaja. Počinje s glavnim naslovima nakon kojih slijede novosti iz različitih *Wilayata* Islamske Države. Program potom završava s ponovnim pregledom svih naslova i zahvalom slušateljima (Sharma, 2015). Vijesti, čitane na arapskom i engleskom jeziku, mirno opisuju napade ISIL-a koji uključuju i napade bombaša samoubojica i ostale brutalne poduhvate. Kada se prenese vijest da je bombaš samoubojica izveo napad, obično slijedi želja da ga Allah prihvati kao mučenika. Tako je, na primjer, nakon napada u Misratu u Libiji, gdje je nakon bombaša samoubojice poginulo petoro ljudi, prenesena vijest iz *Wilayata Tarabulus* gdje je rečeno: „Naš brat Abu Wahib at-Tunis je izvršio napad ciljajući borce *Fajr* Libije kod *Dafniyyag* vrata koja se nalaze između Misrata i Zulyatina u *Wilayat Tarabulusu*. Neka ga Allah prihvati među shuhade.“ Vijesti također uključuju smaknuća špijuna, raketiranje protivničkih grupa, snajperske napade i ostale „pobjede“ nad strateškim ciljevima (Sharma, 2015). Pored uspjehe ISIL-a prenose se i napadi protivnika, uz razliku da se prenosi broj poginule i ozlijeđene djece ili Muslimana što nije slučaj kada takve napade izvrši Islamska Država. (Sharma, 2015).

¹² Religijske novine

Al-Naba donosi vijesti o uspjesima na bojnom polju u tjednom *newsletteru* na arapskom jeziku. *Maktabat al-Himma* objavljuje naučavanja religijskih doktrina. Objavio je i aplikaciju za djecu koja podučava arapsku abecedu koristeći primjere iz života pod ISIL-om kao što su tenkovi i puške. (Gambhir, 2016: 22).

Pod nadzorom ministarstva medija nalaze se medijski uredi povezani s ISIL-ovim iračkim, sirijskim i ostalim vanjskim *wilayatima* ili regijama. Ti *wilayatmedia* uredi koordiniraju vojskom, osiguranjem i administrativnim službenicima u svakoj regiji, ali i sa svojim nadzornikom u ministarstvu. Proizvode sadržaje povezane s vojnim operacijama, pružanjem usluga, i svakodnevnim stvarima iz života na područjima pod ISIL-ovom kontrolom. Ti sadržaji se objavljuju *online*, i distribuiraju uz pomoć ISIL-ove zajednice na Internetu. Wilayat uredi tiskaju i distribuiraju kopije službenih ISIL-ovih medija za civile koji se nalaze pod njihovom kontrolom, čime podupiru ISIL-ova nastojanja da zastraše i unovače među lokalnom populacijom (Gambhir, 2016: 22).

Prema tvrdnjama odbjeglih članova ISIL-ovih medijskih ureda, ISIL-ov medijski stroj zapošljava na stotine zaposlenika samo na teritorijima Iraka i Sirije (Gambhir, 2016: 22). Medijski zaposlenici prolaze obuku u trajanju od mjesec dana, nakon što prođu dva mjeseca vojne obuke. Oni čine privilegiranu profesionalnu klasu koja ima veće mjesečne prihode od običnih boraca. Uz to imaju i izuzeće od ISIL-ovih poreza. Tolika posvećenost medijskim operacijama pokazuje važnost koju je grupa stavila na proizvodnju i širenje medijskih sadržaja (Gambhir, 2016: 23).

Odbjegli članovi su tvrdili da su medijski operativci direktno povezani sa donošenjem odluka koje se tiču strategije i teritorija, naročito u pogledu kako se određene operacije trebaju provoditi. Tako je, na primjer, izgledno da je medijsko vodstvo dalo upute o provođenju akcija zauzimanja baze 17. divizije sirijske arapske vojske u ljeto 2014. Tada su ISIL-ovi borci obezglavili zapovjednika divizije i objavili fotografije na *Twitteru*. Ti potezi su demoralizirali režimske vojnike i pomogli su ISIL-u da osvoji bazu. ISIL-ovi vojni sukobi pružali su organizaciji veliki broj medijskih materijala kojima su zastrašivali neprijatelje. ISIL tako svoje vojne operacije ponekad provodi kako bi medijski odjel to mogao maksimalno iskoristiti (Gambhir, 2016: 23), što ukazuje svojevrsno jedinstvo medijskih, marketinških i vojno-političkih elemenata njihove „nacionalne“ strategije.

5.1. Časopis *Dabiq*

Online časopisi objavljuvani su na više jezika i redovito donose vijesti i izvješća o terorističkim napadima i vojnim sukobima diljem svijeta. Njihova izdanja sadrže tekstove o ideologiji, opisu normalnog života, pa čak i oglase za posao u islamskoj državi (Wilson, 2017: 3). Časopis *Dabiq* se pokazao kao jedan od najčitanijih časopisa neke terorističke organizacije u povijesti. *Dabiq* je lokacija u Aleppu u sjevernoj Siriji, mjestu za koje je prorok Muhamed rekao da će biti poprište događaja koji će dovesti do kraja vremena (Ingram, 2016: 9-10). Zbog svojeg uglađenog engleskog jezika, *Dabiq* možemo smatrati usmjerenim na publiku s engleskog i ostalih zapadnih govornih područja. Vrlo je bitan dio sveukupnog ISIL-ovog propagandnog stroja u pogledu uvjeravanja mladeži i ostalih potencijalnih novih članova sa zapada. Propaganda ISIL-a uvelike zabrinjava Zapadne vlasti, zato što je u mogućnosti „isprati“ mozgove i utjecati na razmišljanje mlađih populacija kako bi ih se nagnalo da se pridruže pokretu kojem je cilj obezvrijediti principe zapadne civilizacije poput pluralizma i međunarodnih ljudskih prava, kako bi ih zamijenili svojom interpretacijom islamskog prava (Steindal, 2015: 4).

Iz tog razloga postoji velika potreba za razumijevanjem njegova sadržaja i traženja opcija kojima bi se borilo protiv te propagande. U mjesecima koji su prethodili prvom izdanju *Dabiq*-a u srpnju 2014., ISIL je objavio tri izdanja Islamskih državnih vijesti (eng. *Islamic State News*) i četiri izdanja Izvještaja Islamske Države (eng. *Islamic State Report*) sa sadržajem kojim su dominirale fotografije. Kreatori *Dabiq*-a objasnili su razloge proširivanja formata: „Nakon analize nekih komentara na izdanja *Islamic State News*a i *Islamic State Report*a, medijski centar *Al Hayat* odlučio je pojačati napore... u periodične časopise koji se fokusiraju na *tawhid* (jedinstvo Boga), *manhaj* (metodologiju), *hijrah* (migraciju), *jihad* (borbu) i *jama'ah* (organizaciju).“ (Ingram, 2016: 9).

Svako izdanje započinje citatom Abu Musaba al-Zarqawija (*Dabiq* 2014a:2): „Iskra je zapaljena u Iraku, i njen žar će se nastaviti pojačavati – uz dopuštenje Alaha – dok ne zapali vojske križara u *Dabiqu*.“ Prije prvog članka, svojim naslovom i ovim citatom, *Dabiq* uranja svoje čitatelje u svijet krize koji iziskuje izbor između sila čistoće ili zla (Ingram, 2016: 9-10). Ime časopisa ima izrazito velik značaj kod onih koji razumiju njegove teološke implikacije. ISIL govori Muslimanima da ispunjavaju proročanstvo i potiču ih da sudjeluju u jednom od najvažnijih trenutaka u svjetskoj povijesti. To se podudara s genocidnim težnjama ISIL-a, tj. istrjebljenja svih koji ne vjeruju u njihov ekstremni oblik islama. To se može vidjeti u drugom izdanju *Dabiq*-a pod nazivom *Poplava* (eng. *The Flood*), gdje se kalifat opisuje kao arka, a svi

oni koji joj se ne pridruže bit će istrijebljeni (Badar, 2016: 382). Referiranje na takve događaje može se činiti apsurdnim ljudima izvan islama, ali nedavne ankete pokazuju da više od polovice Muslimana koji su bili ispitani, u devet zemalja s većinskim muslimanskim stanovništvom, smatra da će živjeti dovoljno dugo da vide početak apokalipse. (Badar, 2016: 382-383).

Steindl (2015) je proveo analizu *Dabiq*-ovih izdanja. Prvo izdanje nosilo je naziv „Povratak Kalifa“ (“*The return of the Khilafah*”) i bilo je objavljeno 5. lipnja 2014. godine i tiskano na 50 stranica. Glavna tema bilo je proglašenje novog kalifata. Nakon tog izdanja uslijedilo je još četrnaest, a posljednje je izašlo u srpnju 2016. godine pod naslovom „Slomite križ“ (eng. Break the Cross) s ciljem diskreditiranja kršćanstvo i zapadnjačkog sekularizma. Ostale teme *Dabiq*-ovih izdanja pokrivaju islamski zakon, povijesne bitke među muslimanima, slavljenje ciljeva borbe, obaveze iskazivanja odanosti, objavljivanje i prokazivanje neprijatelja, ciljeve u budućnosti, svjetsku dominaciju, obavezu *hifre* (migracije u kalifat) i opravdanje svojih postupaka. Svako izdanje sadrži vijesti, naročito o vojnim uspjesima, kao i reklame za DVD-e koji sadrže informacije o svim poduhvatima. Različita izdanja sadrže različite članke, ali i članke koji se protežu kroz više izdanja. Članak „Riječima neprijatelja“ (eng. in the words of the enemy) daje dojam neprijateljeva priznavanja poraza i snage ISIL-a. To se može shvatiti kao način na koji ISIL-a nudi svoju stranu priče i odgovara na tvrdnje neprijatelja. Glavna im je, međutim, svrha naglasiti poteškoće neprijatelja koje imaju u borbi s ISIL-om i prikazivanje ISIL-a kao snažnog, a neprijatelja kao slabog (Steindl, 2015: 23).

Izdanjem *Dabiq*-a koje je uslijedilo nakon napada u Parizu u kojem je ubijeno 130 ljudi, slavilo se djelo „osam vitezova“ koji su ubijali. Isto tako se pozdravljalo rušenje ruskog aviona u kojem su poginule 224 osobe, a prikazivala se i slika bombe za koju se tvrdilo da je uzrokovala pad. Za ostale „hrabre vitezove“ koji su izvršili napade u Australiji, SAD-u, Izraelu i Jordanu u jesen 2015. bilo je rečeno da su „žrtvovali svoje duše kroz najplemenitija djela počinjena kako bi se udovoljilo Alahovim željama“. Vođa ISIL-a Abu Bakr al-Baghdadi citiran je u *Dabiq*-u u dijelu koji hvali počinjene napade. U obraćanju tijekom mjeseca Ramazana rekao je: „Muslimani danas imaju jake zaglušujuće izjave i teške čizme. Imaju tvrdnju koja će prisiliti svijet da razumije značenje terorizma, i čizme koje će pregaziti idol nacionalizma, uništiti idol demokracije i otkriti njihovu pokvarenu prirodu.“ (Kibble, 2016: 133). Ranija izdanja su u velikoj mjeri sadržavala govore mržnje koji nisu bili nužno pozivi na djelovanje, no nešto kasnija izdanja sadrže govore koje potiču na genocid (Badar, 2016: 383).

Autori članaka u *Dabiqu* uvijek nastoje prikazati kako djelovanje ISIL-a u skladu s njihovom interpretacijom islama. Opravdanja su uvijek prisutna u obliku zagovaranja prakse koja je u skladu sa Kuranom, izjavama i djelima proroka Muhameda, ili s praksama ranih muslimanskih zajednica. To znači da, bez obzira što misle drugi Muslimani i ne-muslimani o Islamskoj Državi, većina njihovih članova misli da djeluju u skladu sa božjom voljom i da poštuju njegove zapovijedi.

Ingram (2016) u svojoj analizi razlikuje tri predmeta *Dabiqua*:

- Članke – duže pisane komade koji se protežu na jednu ili više stranica i kojima se pridružuju slike. Fokusirani su na probleme, događaje, različita razmišljanja ili na kombinaciju istih, u povijesnom ili modernom kontekstu
- Izjave – kratki pisani komadi, najčešće nekoliko rečenica do nekoliko odlomka dugački, a često sadrže govore ili pisane objave istaknutih povijesnih i suvremenih figura ili opise fotografskih objava
- Reklame – jednake formatu i stilu reklama iz bilo kojih drugih časopisa, ovi komadi obično sadrže kratke izjave i odlomke iz islamskih tekstova kojima se pridružuju živopisni vizuali

Članci zauzimaju 57,93% časopisa i kao takvi su najvažniji dio *Dabiq-a*. Njima dominiraju sadržaji o rješenjima kriza (28,421%), rješenjima unutar grupe (25,263%) i ostalim stvarima koji se događaju unutar grupe (21,053%). Ti postotci su vrlo slični svim ostalim dijelovima *Dabiq-a*. Organizacija objavljuje i prikazuje izrazito brutalne materijale koji prikazuju vrlo neugodne i morbidne snimke obezglavljivanja, štete koju su prouzročile koalicijske snage i masovna ubojstva civila kroz čitavu publikaciju digitalnog časopisa (Ingram, 2016: 10-11).

Časopis donosi komentare o tome kako svijet izvan kalifata pokušava neuspješno uništiti ISIL. Cilj mu je opravdati i objasniti što Islamska Država čini, naročito kada se nađe pod kritikom vanjskog svijeta i muslimanske zajednice. Fotografije prikazuju mrtve neprijateljske vojnike, ali prikazuju i svoje mučenike i one koji su kažnjeni za razne zločine kao što su špijunaža, seksualni prijestupi i krađa. Smaknuća talaca u narančastim odijelima su redovito objavljivana. Uz to pokazuju i nasmiješene vojnike, preobraćeničke na Islam, razne građevine, i djecu željnu učenja o vjeri i ratu. Konstantno prikazivanje nasilnih scena provodi se s ciljem smanjivanja empatije i privlačenja potencijalnih članova te plašenja žrtava kako bi im se pokorili (Badar, 2016: 383).

6. AKTIVNOSTI ISLAMSKJE DRŽAVE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Islamska Država koristi društvene medije više nego ijedna teroristička organizacija. Najveći uspjeh koji su uspjeli ostvariti pomoću društvenih medija pretvaranje jedne islamističke fundamentalističke tvorevine stvoriti organizaciju koja je globalno poznata svima i prevladava u javnim raspravama diljem svijeta.

U ovome poglavlju istražiti će se odnos društvenih medija i terorizma, a potom će se prikazati razna istraživanja aktivnosti ISIL-a na omiljenom društvenom mediju ISIL-a *Twitteru*, ali i *Facebooku* te *YouTubeu*.

6.1. Društveni mediji i terorizam

Društveni mediji, koji su danas uobičajeno sredstvo komunikacije i razmjene informacija i sadržaja, promijenili su način i brzinu kojom se prije njihove pojave taj proces odvijao. Ono po čemu su posebni i što ih razlikuje od ostalih medija je lakoća pristupa ljudima i mogućnost komunikacije pojedinaca s ostalim poznatim, ali i nepoznatim pojedincima i grupama. Takvo novo okruženje pomoglo je ISIL-u proširiti svoju poruku diljem planeta. Učinkovito korištenje društvenih medija donijelo je ISIL-u značajne rezultate i postignuća, naročito prilikom regrutiranja novih članova širom svijeta.

Još je istraživanje McKenne i Bargha iz 1998. pokazalo da su se digitalni prostor i terorizam približili jedno drugomu i omogućili teroristima da koriste Internet u svoje svrhe. Kao rezultat toga postoji pravi i opravdani strah, a kritičari tvrde da su Internet stranice i društveni mediji postali sigurno utočište potencijalnih ekstremista u privlačenju i obuci ranjivih pojedinaca. (Mckenna, Bargh, 1998).

Nakon događaja 11. 9. i antiterorističke kampanje koja je slijedila, veliki broj terorističkih grupa postao je aktivan na Internetu gdje su pokrenuli na tisuće mrežnih stranica koje su prenosile njihovu poruku i aktivnosti. Puno tih terorističkih stranica bilo je pod nadzorom obavještajnih službi i ostalih protuterorističkih agencija koje su napadale neke od njih te prisilili njihove operatere da potraže *online* alternative. Tu je uslijedio zaokret prema društvenim mrežama (Weimann, 2014: 2).

Organizacija ISIL-a koristi razne platforme društvenih medija kako bi ostvarivali svoje ciljeve, uključujući *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Ask.fm* i *Twitter* koji se pokazao kao omiljena ISIL-ova platforma. Internetski forumi i društveni mediji uvelike su postali popularni ne samo među ISIL-ovim članovima, nego i njihovim simpatizerima i ostalim korisnicima koje interesiraju zbivanja na Bliskom Istoku. Te platforme predstavljaju alternativu formalnim izjavama i provode neformalnu komunikaciju koja uključuje kratke komentare, fotografije i videosnimke ili religijske izjave (Styszynski, 2016: 174).

Kao što smo i u prethodnom dijelu spomenuli, usprkos centraliziranoj strukturi, ISIL podržava široku, decentraliziranu zajednicu *online* pristalica koji šire njihov sadržaj. Ne posjeduje jednu službenu mrežnu stranicu ili jedan službeni račun na društvenim medijima. Tome je dijelom razlog i nastojanje internacionalne zajednice da smanji ISIL-ovu prisutnost na Internetu. Tako ISIL objavljuje fotografije, videosnimke, digitalne časopise i audio zapise na džihadističkim forumima i ostalim stranicama za dijeljenje datoteka, čime omogućuju da se sadržaj skine i ponovo objavi nebrojeno puta. Taj pristup je omogućio ISIL-u da širi sadržaj preko publike istodobno kontrolirajući sadržaj objava (Gambhir, 2016: 24).

Kako navodi Weimann, ti *online* džihadisti koji šire sadržaj, uz ostale aktivnosti koje provode, imaju vrlo značajan status. Tako se tvrdilo na vodećim islamističkim forumima *al-Faida* i *Shumukh al-islam*. Navodi se da se svaki musliman koji namjerava provoditi džihad elektronskim putem smatra mudžahedinom ukoliko ispunjava uvjete džihada kao što su iskrena namjera i cilj služenja i obrane Islama. Bez obzira što nije na bojišnici on sudjeluje u džihadu. Taj uzvišeni status „mudžahedina“ je jedan od najvećih faktora koji privlače mlade ljude da sudjeluju u terorističkim akcijama (Weimann, 2014: 3-4).

Poziv na „elektronski džihad“ dobio je velik odaziv. Tako je 2013. medijski odjel *Al-Battar* objavio svoje osnivanje kao grupe koja se bavi isključivo širenjem propagande u svrhu džihada i mudžahedina. Pojava tih specijalnih grupa posvećenih *online* aktivnostima označava novi smjer džihadista u profesionalnom korištenju novih medija (Weimann, 2014: 4).

Važnost ideoloških poziva na akciju ne smije biti podcijenjena. Oni naglašavaju pogreške i zla koje je počinio neprijatelj i dobra djela Islamske države. Također pokazuju grijehe onih koji se ne odazovu i kvalitete i nagrade onih koji se odazovu pozivu. (Gates, Podder, 2015: 109). *Online* platforme koje se koriste za provođenje elektronskog džihada koriste se i u druge operativne svrhe kao što su obučavanje i davanje uputa, sakupljanje podataka, koordinaciju i psihološko ratovanje. Videosnimke na *YouTubeu* i objave na *Facebooku* koriste se kao upute za izradu eksplozivnih naprava, usmjeravanje sljedbenika na mrežne stranice koje sadrže razne informacije i upute, promoviranje hakerskih tehnika itd.

(Weimann, 2014: 4).

ISIL je objavio i besplatnu aplikaciju koja je donosila korisnicima najnovije vijesti iz organizacije. Aplikacija pod nazivom *The Dawn of Glad Tidings* promovirana je na Internetu i bila je dostupna na *Google Android* sustavu, prije nego što je otkrivena i zaustavljena. Aplikacija je, nakon preuzimanja, omogućila korisnicima da vide i prate *tweetove*, poveznice, *hashtagove*, slike, videozapise i komentare objavljene na svojim računima (Chasmar, 2014). Tsfat i Weimann (2002) tvrde da terorističke skupine koriste Internet kako bi privukli ranjive osobe opravdavajući nasilje nad nedužnim civilima kao odmazdu za invazije i zločine počinjene nad muslimanima širom svijeta (prema Awan, 2017: 140). Imaju visoku razinu tehnološkog znanja i provode puno vremena razvijajući svoje vještine. Velik dio ISIL-ova pisanog sadržaja koristi motivacijske teme kojima žele privući mlade i istodobno im omogućiti zapošljavanje i održavanje propagandnog stroja (Richards, 2014).

Klausen (2015) u svojoj studiji društvenih medijskih mreža tvrdi da ISIL koristi društvene medije kao globalnu taktiku internetskog rata u mjestima poput Sirije. Klausen (2015) govori da su članovi ISIL-a koristili *Twitter* kao sredstvo za stvaranje iluzije da je skupina bila moćnija nego što je zapravo bila (Klausen, 2015: 20).

Gates i Podder (2015) ističu važnost legitimnosti koju prikazuje većina propagandnih sadržaja o tome kako ISIL upravlja teritorijem, dijeli pravdu i gradi nove građevine. Takvu propagandu odlikuje veći broj značajki: skloni su koristiti video prije nego tekst, time koristeći svu prednost jezičnih vještina svojih članova (često se izjave i videosnimke prevode na europske jezike), i koriste glazbu, što ih čini zanimljivima mlađoj, zapadnoj populaciji (Gates, Podder, 2015: 109).

Platforme kao što su *Twitter* i *Facebook* postale su primarno bojište širenja ISIL-ove propagande. Prema *New York Times*-u, u ranoj 2015. godini ISIL i njihovi simpatizeri proizvodili su oko 90 000 objava dnevno na društvenim medijima. Studija o *Twitteru* iz 2014. pokazala je da se ostvaruje između 46 000 i 70 000 objava dnevno (Radsch, 2016: 5).

Društveni mediji imaju veliku ulogu i tijekom terorističkih napada. Određene terorističke akcije objavljivanja *tweetova* i ostalih objava pojačavaju strah i informacijski kaos među publikom i vlastima. Ta komunikacija se primjenjuje nakon terorističkog napada, prije nego li se oglasi službeni komunikacijski kanal (Styszynski, 2016: 174).

Ono što posebice zabrinjava međunarodnu zajednicu je ISIL-ova upotreba društvenih medija za regrutaciju novih članova iz stranih zemalja. Objava kalifata je sama po sebi povećala učlanjivanje, jer je prikazala organizaciju jačom i legitimnom. Globalna prisutnost ISIL-a na društvenim medijima odražava se značajnim brojem ljudi. Može se zaključiti kako

se ne regrutiraju samo vojnici, nego se pridobivaju i tehnički obrazovani i talentirani korisnici društvenih medija da bi se podržala ta „mašinerija“ regrutiranja (Gates, Podder, 2015: 109). Preko 30.000 stranih boraca, od kojih je četvrtina iz Europe i Turske, odlučilo je podržati ISIL-ovu borbu u razdoblju od 2011. do 2015. godine (Norton-Taylor, 2015).

Profil stranih boraca je raznolik, i rasteže se od neobrazovanih novaka koji vide pridruživanje kao način prijelaza u odraslu dob, do tvrdokornih militanata koji traže bitke i mučeništvo, dok pojedinci koji se pridružuju iz humanitarnih razloga često budu oti i prisiljeni na borbu. Prema Gates i Podder (2015) motivacije za odlazak i borbu su brojne i razlikuju se u kompleksnosti toliko da ih ne možemo u potpunosti shvatiti. One mogu biti kao mogućnost avanture, želja da se zadiji zajednicu ili suprotni spol, potraga za identitetom, osvetom, želja za ostvarivanjem pobjeda, stvaranjem povijesti i sl. Neki su motivirani i apokaliptičnim obećanjima ISIL-a, kao i prilikom da umru kao mučenici i odu u raj. (Gates, Podder, 2015: 109).

Dok neki zapadni novaci spadaju u kategoriju odbačene i izgubljene mladeži, mnogi od njih to nisu. Kao skupina, europski strani borci često su ispod socijalno-ekonomskog prosjeka. Tako je studija na 378 njemačkih stranih boraca pokazala da je samo četvrtina završila srednju školu, a trećina je imalo kriminalnu prošlost. Postoji, međutim, i mnogo iznimaka, naročito u Ujedinjenom kraljevstvu, gdje strani borci dolaze iz pozitivnih pozadina za razliku mnogih njihovih suboraca. (Gates, Podder, 2015: 109).

Terorističke *online* akcije provode se u svrhu širenja propagande, radikalizacije i regrutacije. Oni razvijaju liste potencijalnih novih članova i simpatizera kroz *online* grupe. Kao što marketinške kompanije prikupljaju informacije o članovima da bi pronašli svoje kupce i odabrali proizvode koje će promovirati, terorističke organizacije gledaju profile ljudi na društvenim mrežama kako bi odlučili kome i kako pristupiti. Društvene mreže omogućavaju teroristima slanje poruka odabranoj javnosti ovisno o njihovim vrijednostima, preferencijama, demografskim pokazateljima ili pretpati.

6.2. Aktivnost ISIL-a na *Twitteru*

Društveni mediji kao što su *Twitter* i *Facebook* izuzetno su snažne platforme, pri čemu ljudi mogu ostati povezani i pratiti ključne vijesti i ažuriranja. Jednako tako postale su popularne u grupama poput ISIL-a, koji ga koristi za stvaranje neprijateljskog okruženja, pri čemu ljudi bivaju radikalizirani i ciljani zbog onoga u što vjeruju.

ISIL se više koristi *Twitterom* nego *Facebookom* ili neki drugim društvenim medijem zato što, prema njihovom mišljenju, ima slabije osiguranje i zaštitu. ISIL-ovi *Twitter* profili sadrže odgovarajuće profilne slike i ostale materijale koji pokazuju njihove džihadističke namjere i ciljeve. Svaka objava potiče druge objave i profile na dijeljenje sličnih ideja kojima se veliča ISIL i osuđuju zapadne vlasti. Isto tako, objavljuju se i prijetnje budućim napadima (Styszynski, 2016: 174).

Militanti ISIL-a imaju mogućnost objavljivanja svojih razmišljanja, fotografija i videa. Tijekom napada na *Charlie Hebdo* u Parizu 2015. godine ISIL-ovi sljedbenici su objavili fotografiju mrtvog policajca kako leži na tlu. Time su se osvrnuli na izvješća o napadu gdje se vidjelo kako terorist puca u policajca koji je pokušao pomoći ostalim ljudima. *Twitter* računi su prikazali tu fotografiju zajedno sa opisima: „Ako ne osvetimo Proroka, nećemo spoznati blagostanje“ i: „Napad na novine koje su objavile uvredljive slike Proroka“ (Styszynski, 2016: 175).

Twitter se koristi u svrhu novačenja i indoktrinacije, kao i za izgradnju prekogranične zajednicu nasilnog ekstremizma. Uz to je i sredstvo psihološkog ratovanja usmjerenog protiv dalekih neprijatelja kao i lokalnih, drugih pobunjeničkih skupina i snaga režima. *Twitter* služi i kao „vodič“ do drugih društvenih medija (Klausen, 2015: 17-18).

Članovi ISIL-a prate borce koji objavljuju originalni sadržaj i ponovo ga objavljuju s računa organizacije. Informacije teku od organizacijskih profila na arapskom i engleskom, jeziku preko profila stranih boraca, do šire mreže kojom se širi informacija. Brutalne slike, kao što su dekapitacije i vješanja, ali i slike sretne djece, šire se Internetom kako bi se zastrašilo javnost u području zahvaćenom ratom, ali i daleke neprijatelje tj. zapadnu javnost (Klausen, 2015: 18-19).

Prema ministarstvu obrane SAD-a postoji oko 6.000 aktivnih ISIL-ovih *Twitter* korisnika. Neka istraživanja procjenjuju da postoji 46.000 ISIL-ovih podupiratelja koji koriste *Twitter* račune. Uz to sve je kompleksnije identificirati potencijalne podupiratelje, militante i teroriste zato što isti koriste razne profilne slike, simbole i riječi koje ih povezuju i omogućuju im komunikaciju i razmjenu materijala (Styszynski, 2016: 175).

Teroristi u svojoj komunikaciji na *Twitteru* kao *hashtagove* koriste poznate arapske riječi i pojmove kao što su: *khilâfa* (kalifat), *dawla islâmiyya* (Islamska Država), *ju n d al-khilâfa* (Vojnici kalifata). Njima se često dodaju razni epiteti i uređuje ih se tako da se izbjegne blokada od strane drugih mrežnih stranica (Styszynski, 2016: 176).

Studija koju je proveo Awan (2017) pronašla je 1.264 specifična incidenta ISIL-ove propagande i poruka povezanih s mržnjom koje bi se mogle shvatiti kao poticanje nasilja i

stvarnih fizičkih prijetnji. Autor je istražio koje su se ključne riječi koristile za opis ISIL-a. Na primjer, među najčešćih 20 riječi bilo je nekih ključnih koje su se istakle po tome izravnom utjecaju na pojedince tijekom ISIL-ove nedavne akcije novačenja. To su riječi; „Braća“, „Ustanite“, „Tvrdnja“, „Pobjeda“, „Haya“, „Jihad“, „Juriš“ i „Bojno Polje“. Te riječi bile su popraćene slikama, videozapisima i tekstovima koji su bili objavljeni nakon velikih incidenata. Na primjer, nakon obezglavljivanja talaca, izrazi „ustati“ i „pobjeda“ korišteni su kao opravdanje i poziv na djelovanje (Awan, 2017: 146).

Mnogi *tweetovi* sadrže različite izjave, komentare i prijetnje koje su objavljeni nakon terorističkih napada. Ti računi koriste se *hashtagovima ghazwa mubâraka* (Blagoslovljena invazija) s odgovarajućim imenom zemlje u kojoj su teroristički napadi počinjeni. Neki *hashtagovi* se odnose na poznate nazive protivnika kao što su križari, grešnici i nevjernici (Styszynski, 2016: 176). Pristalice Islamske Države dnevno objavljuju i do 90.000 poruka. Prema straživanju iz 2016. koje je provela RAND korporacija, od srpnja 2014. do travnja 2015. svakodnevno se broj *tweetova* povećavao za pedeset. Broj *tweetova* se povećavao preko aplikacija kao što su Zora Sretnih Vijesti (eng. *Dawn of Glad Tiding*). Ta aplikacija je pružala korisnicima izvješća ISIL-ovih aktivnosti i omogućavala je ISIL-ovim operativcima da šalju *tweetove*. Prilikom pada Mosula, aplikacija je podijelila oko 40 000 *tweetova* (Gambhir, 2016: 24).

ISIL koristi društvene medije poput *Twittera* i kao sredstvo za regrutaciju novih džihadista. Unatoč tome što *Twitter* dopušta samo 140 znakova kojima se objavljuje poruka, ovi profili šalju objave, vjerske izjave i komentare koje povećavaju privlačnost skupine. Namjera korištenja i emitiranja poruka na *Twitteru* znači da skupina može stvoriti ozračje straha i tjeskobe. Na primjer, ISIL-ovi borci su koristili *Twitter* za objavljivanje slika obezglavljivanja. U jednom takvom slučaju, simpatizeri i borci ISIL-a koristili su *hashtag* #WorldCup sa pratećim riječima: „Ovo je naša lopta ... ima kožu na njemu“ (Awan, 2017: 142).

O moći i učinkovitosti *Twittera* govori i kampanja koju spominje Katz (2014). Ona navodi da je kampanja Milijarda muslimana (eng. *The Billion Muslim Campaign*) generirala preko 20 tisuća objava u četiri dana. Dana 20. lipnja 2014. korisnici na *Twitteru* počeli su distribuirati slike koje prikazuju riječi ohrabrenja ili izraze kao što su *All Eyes on ISIS* i *We are all ISIS* na *Twitter* objavama koji sadrže *hashtag* #AllEyesOnISIS (Katz, 2014).

Iako *Twitter* aktivno suspendira mnoge njihove profile, ISIL i dalje ima veliku prisutnost na mreži i koristi je za zastrašivanje i radikalizaciju ljudi. Simpatizeri, borci i ostale skupine povezane s ISIL-om otvaraju sve više *Twitter* profila. Postoji niz istaknutih računa

kao što su @Minbar_s, @hashtag_isis, @mghol1122, @Nnewsi, @alfurqan2013, @raqqa98, @w_raqqa i @ShamiWitness koji su pretvorili *Twitter* u ISIL-ov „megafon“. Većina računa donosi novosti o aktivnostima grupe i promovira brand organizacije, unatoč tome što se mnogi od njih uklanjaju (Berger, 2014).

Od svih *Twitter* računa koji podržavaju ISIL, @ShamiWitness profil bio je jedan od najuspješnijih i najaktivnijih računa s više od 17.700 sljedbenika. Prema istraživanju *Channel 4*, tweetovi su bili pregledani 2 milijuna puta svaki mjesec, s time da najmanje dvije trećine svih stranih boraca na *Twitteru* prati ovaj profil (Awan, 2017: 143).

Chatfield i sur. (2015) proveli su svoje istraživanje aktivnosti ISIL-a na *Twitteru*. Usredotočili su se na *Twitter* račun @shamiwitness i njegove sljedbenike te su tako pronašli snažne dokaze o prisutnosti raznovrsnih *Twitter* „mreža“ koje čine četiri različite populacije korisnika tog medija. To su međunarodni masovni mediji, regionalni arapski mediji, ISIL-ovi borci i ISIL-ovi simpatizeri (Chatfield i dr., 2015: 10).

Korisnik @shamiwitness je djelovao kao posrednik i sakupljač različitih informacija i interesa koje te strane trebaju i dijele. Ustrajnim provođenjem mogao je skupiti podatke koje svaka od tih skupina stvara i koristiti za svoje potrebe ili za promociju globalnih ciljeva Islamske Države (Chatfield i dr., 2015: 10). Nakon istrage *Channel 4*, otkriven je identitet @ShamiWitnessa, a indijska policija uhitila je čovjeka po imenu Mehdi Masroor, optuženog kao nositelja identiteta @ShamiWitness. Pristalice islamske države zahtijevali su njegovo puštanje na slobodu uz korištenje #FreeShamiWitness hashtaga, a profil je ubrzo ponovno aktiviran (Awan, 2017: 143)

ISIL se odupire nastrojanjima protivnika da unište njihovu prisutnost u digitalnom svijetu. *Twitter* je 2016. tvrdio da su obrisali 125.000 profila koji su dijelili prijeteće i terorističke objave od sredine 2015. Ipak, poznati ISIL-ovi računi su otvarali nove profile sa istim profilnim fotografijama i imenima kojima su dodavali brojeve. Ostali ISIL-ovi korisnici *Twittera* dijelili su nove račune kako bi ih ostali mogli pratiti (Gambhir, 2016: 24).

Unatoč naporima *Twittera* i ostalih platformi da eliminiraju prisutnost ISIL-a na svojim platformama, ISIL i dalje koristi sve mogućnosti koje im nude i pronalazi rješenja za sve pokušaje onemogućavanja korištenja društvenih medija (Gambhir, 2016: 25).

6.3. Aktivnost ISIL-a na Facebooku

Facebook je najveća društvena mreža. Podaci iz siječnja 2014. koje prenosi Weimann (2014), govore kako ima 1,31 milijardu korisnika, od kojih se 54% „ulogira“ učestalo, a gotovo polovica se ulogira svaki dan. Prosječna dob je 30 godina te se bilježi veliki broj korisnika na Bliskom Istoku koji je dostigao 67%. U Aziji je 23% korisnika *Facebooka* (Weimann, 2014: 4). Primjetivši te trendove, teroristi su povećali svoju prisutnost na *Facebooku*. Njihova motivacija opisana je na jednom forumu gdje se poziva na „*Facebook* invaziju“: „*Facebook* je odlična ideja, i mnogo bolja od foruma. Umjesto da čekate da ljudi dođu k vama kako biste ih informirali, možete doći k njima i podučiti ih! Ukoliko imate grupu od 5.000 ljudi, jednim klikom im možete prenijeti standardiziranu poruku. Pozivam vas, pobogu, da se počnete registrirati na *Facebook* čim završite čitati ovu objavu. Upoznajte se s njim. Ova objava je početak koji će slijediti ozbiljni naponi kako bi se optimizirala upotreba *Facebooka*. Počnimo dijeliti Islamske džihadističke publikacije, objave, članke i fotografije. Očekujmo nagradu od gospodara na Nebu, posvetimo naš smisao Bogu, i pomozimo našim suborcima“ (Weimann, 2014: 4-5). Objava je također sadržavala slike koje opisuju proces registracije, dodavanja prijatelja i pokretanja grupa. Šonková (2016) prenosi izvještaj američkog Odjela za domovinsku sigurnost (eng. *Department of Homeland Security*) koji je 2010. definirao različite načine upotrebe *Facebooka* od strane terorističkih organizacija koji su kasnije služili kao primjer za druge platforme društvenih medija:

- Kao način dijeljenja operativnih i taktičkih informacija, kao što su nacrti za izradu bomba, održavanje i upotreba oružja, taktičko snimanje itd;
- Kao pristup ekstremnim web stranicama i ostalim sadržajima na mreži čije su se poveznice dijelile na grupama na *Facebooku*;
- Kao medij za terorističku propagandu i širenje ekstremističke ideološke poruke;
- Kao izvor informacija kojima su odabirali i dolazili u kontakt sa potencijalnim članovima.

Facebook je omogućio ciljanje i povezivanje manje iskusnih džihadista s tajnim forumima na kojima se nalaze iskusniji simpatizeri džihada (Šonková, 2016: 221).

Postoje dvije vrste ISIL-ovih *Facebook* stranica: službene i neslužbene. Na službenim stranicama prevladavaju izjave grupe koju ta stranica predstavlja. Tako je na primjer postojala *Al-Thabaat* stranica, koja se pojavila na *Facebooku* u svibnju 2013., i koja se opisivala kao

džihadistička stranica za grupu *Ansar al-Islam*. Stranica je sadržavala i poveznice na službeni forum kao i na *Twitter* profil grupe. Neslužbene grupe, za razliku od onih službenih, uglavnom su održavane od strane simpatizera koji prenose propagandu i druge informacije. Tako su džihadisti koji podupiru takozvanu Islamsku državu pokrenuli program koji se naziva *Asrar al-Ghurabaa* koji korisnici mogu koristiti kako bi sigurno komunicirali (Weimann, 2014: 6).

Shamieh i Szenes (2015) su proveli istraživanje u kojem su koristili *Facebookove* alate za pretraživanje kako bi identificirali stranice povezane s ISIL-om. Pretraživali su imena koja su se mogla povezati s ISIL-om, uključujući IS, ISIL i *Daesh*, te riječi koje su povezane sa sloganima Islamske države. Dobiveni rezultati odnosili su se na grupe i stranice koje se obično razlikuju u privatnosti, publici i načinu komunikacije (Shamieh, Szenes, 2015: 16). Većina grupa je bilo zatvorenog tipa, što znači da se prihvaćaju samo oni članovi za koje administratori smatraju da su prihvatljivi i povezani s ISIL-om. Istraživačima je pristup bio onemogućen unatoč određenom broju pokušaja da se pridruže koristeći različita imena. Brojevi članova koji se nalaze u grupama je relativno nizak. Najviše je bilo 3.256 za skupinu *The Ummah Jihad to get to the top*. Potrebno je imati na umu da kada grupa dosegne određenu veličinu, neke značajke postanu ograničene. Stoga je bolje stvoriti manje grupe (Shamieh, Szenes, 2015: 16). Osim grupa, tijekom istraživanja analizirane su i neke zanimljive stranice. Broj prijatelja i broj „like-ova“ poprilično je malen na stranicama koje su analizirane, zbog činjenice da su te stranice nedavno pokrenute zato što *Facebook* aktivno onemogućava račune i stranice koje u velikoj mjeri promoviraju prijetnje ili podrške kriminalnom ponašanju. ISIL se tako suočava s redovitim zabranama i blokiranjem na *Facebooku*. Kao rezultat toga, ISIL je uspostavio sličnu platformu *5elafabook.com* koja je bila registrirana na domeni koja se nalazi u Egiptu. Ta stranica prikazuje videozapise i fotografije operacija ISIL-a, ponovo slaveći ekstremizam i nasilje pod religijskim izgovorima. Unatoč kontinuiranim protumjerama *Facebooka*, ISIL se čvrsto održava i ulaže dodatne napore kako bi unaprijedio svoju strategiju. (Shamieh, Szenes, 2015: 17)

Facebook je izrazito važan zato što omogućuje teroristima pronalaženje islamske mladeži koja je možda samo povremeni konzument džihadističkog sadržaja te ih potom usmjeravaju na druge džihadističke forume na kojima već prebivaju tvrdokorni simpatizeri ISIL-a. Teroristi uglavnom savjetuju svoje sljedbenike da *Facebook* stranice koje osnivaju ne nazivaju agresivnim imenima kako bi privukli širu publiku. U suprotnosti sa tim, postoje neki *online* teroristi koriste direktnije nazive *Facebook* profila. Teroristi su svjesni rizika koji postoje prilikom upotrebe *Facebooka*. Tako se na nekoliko džihadističkih foruma navode

mjere pomoću kojih se mogu izbjeći primjećivanje i pronalazak, kao što su lažirani osobni podaci i korištenje softvera koji osiguravaju anonimnost (Weimann, 2014: 7).

ISIL je na *Facebooku* i *Twitteru* gledan različito. U velikom broju slučajeva ispitanih u Awanovoj studiji (2017), većina korisnika osudila je ISIL kao brutalnu i tlačiteljsku grupu koja nije predstavljala muslimane i islam. To se moglo vidjeti po *hashtagu* #NotinMyName koji je upotrebljavan kao sredstvo za izražavanje ljutnje muslimanskih zajednica zbog ISIL-ovog djelovanja. Međutim, bilo je i nekoliko skupina i pojedinaca koji su bili spremni prihvatiti ISIL-ove tvrdnje da su žrtve (Awan, 2017: 147).

6.4. Aktivnost ISIL-a na *YouTubeu*

Društveni mediji imaju ogroman globalni doseg i publiku, a konkretno *YouTube* ima više od milijardu korisnika svaki mjesec. To znači da se pogleda 6 milijardi sati videozapisa svakog mjeseca, i 100 sati videozapisa koji se prenose svaki mjesec (Awan, 2017: 139).

ISIL uspješno koristi različite oblike društvenih medija u što se ubraja i *YouTube*. Kontinuirano i učinkovito koriste alate, nove forume i nove platforme. Pokušavaju širiti informacije koje utječu na njihove članove i pristalice, ali i protivnike (Shamieh, Szenes, 2015: 28). Videosnimke poduhvata na bojnim poljima, religijske poruke kalifata, poruke bombaša samoubojica i učestale dekapitacije taoca redovito su objavljivane na toj platformi za dijeljenje video uradaka. Osim za dijeljenje videosnimki i širenja svoje poruke putem video zapisa, ISIL koristi *YouTube* kako bi njihovi članovi putem komentara utjecali na druge, polarizirali publiku i, ukoliko je to moguće, stekli potporu pojedinih korisnika *YouTubea* (Al-Rawi, 2016: 14).

Shamieh i Szenes (2015) navode nekoliko vrsta postignuća koja ISIL prikazuje u svojim videozapisima. Jedno od postignuća uključuje islamske skupine koje se pridružuju ISIL-u (npr. grupa *Ansar al-Islam*), druga vrsta postignuća su pojedinci koji im se pridružuju (npr. *Saddam AlJama36*), kao treću vrstu postignuća autori navode uspjehe u bitkama (Shamieh, Szenes, 2015: 26). Ono što je zajedničko svim tim videozapisima koji su povezani s postignućima je činjenica da su svi popraćeni agresivnim i ekstremističkim porukama. Ostali videozapisi promiču sigurnost i organizaciju ISIL-a. Oni pružaju uvid u organizaciju svakodnevnih životnih aktivnosti u ISIL-u. To uključuje prikazivanje regulacije prometa od strane osoblja ISIL-a, detalja o sigurnosti hrane. Prikazuju se i obrazovne usluge koje pruža

ISIL kao i fiskalna politika, što je vidljivo u pokušaju uspostavljanja valute ISIL-a (Shamieh, Szenes, 2015: 26).

Pomoću videozapisa objavljenih na *YouTubeu* započela je kampanja koja je privukla milijardu pogleda, a koja je pozvala muslimane da se pridruže ISIL-u. Videozapisi su privukli ogromnu publiku i bili popraćeni riječima: „Ponosno podržavamo muslimansku borbu“. Videozapisi su emitirani i prikazivani na različitim jezicima u zemljama poput Alžira, Libije i Egipta, što odražava međunarodnu privlačnost ISIL-a. Videozapisi su posebno pozivali mladiće i muslimane u raznim dijelovima svijeta da se bore za ISIL. (Awan, 2017: 139).

Neke od tih videosnimaka također prikazuju ISIL kao „moralno osviještene“ borce i pokazuju ih kako pomažu u zaštiti civila. Neki od videozapisa također pokazuju kako članovi ISIL-a posjećuju ozlijeđene borce u bolnicama i dijele djeci slatkiše. Ovi videozapisi čine dio šire serije pod nazivom *Mujatweets* i proizvodi se u visokokvalitetnim HD i snažnim slikama (Awan, 2017: 139). Shamieh i Szenes (2015) napravili su analizu ISIL-ovih videosnimaka objavljenih na *YouTubeu*. U toj studiji su analizirana 123 uratka koji nisu bili blokirani od strane *YouTubea*. Analiza tih videozapisa otkrila je različite kategorije i teme o kojima ISIL govori putem te platforme. Teme uključuju: obuku, poruke zatvorenika, ubijanje zatočenika, svakodnevne aktivnosti i propagandne filmove. Videozapisi obuke pokazuju promociju kandidata i primjere treninga koje prolaze. Prenose se putem medijskog centra u regiji u kojoj se obuka provodi (Shamieh, Szenes, 2015: 23).

Druga vrsta videozapisa su poruke zatočenika koji drže govore usmjerene vladi države iz koje zatočenik dolazi i ostatku svijeta. Ove poruke općenito pokušavaju pokazati da je život u ISIL-u siguran za sve koji im pripadaju i pokažu odanost. Također, nastoji se naglasiti da se vlade zatočenika koji se nalaze u pritvoru ne mogu pobrinuti niti za svoje građane (Shamieh, Szenes, 2015: 24).

Još jedna bitna skupina videozapisa koji su se u više navrata prenosili putem masovnih medija su smaknuća zatočenika. Samieh, Szenes (2015) navode da postoje dvije glavne kategorije zatočenika koji bivaju smaknuti: lokalni ljudi i međunarodno osoblje, posebno novinari. Videozapisi povezani s ubojstvom lokalnih stanovnika u regiji pokazali su cijeli proces ubijanja s prikazivanjem svakog dijela procesa. Međutim, za međunarodne osobe to je bilo drugačije, kao što se to moglo vidjeti u videosnimkama koje pokazuju smaknuća novinara Jamesa Foleya i Stevena Sotloff (Shamieh, Szenes, 2015:25) Oba uratka konstruirana su na sličan način, a počinju isječkom predsjednika SAD-a Barracka Obame kako govori o američkoj vanjskoj politici. Videozapisi su snimljeni u sličnom krajoliku tj. pustinji. Oba su prikazivala ubojice i ubijene u istim položajima i odjeći. Pokazivali su

početak obezglavljanja, a potom tijelo odvojeno od glave kako leži na podu. Oba videa privukla su mnogo pozornosti međunarodne zajednice i medijskih stručnjaka (Shamieh, Szenes, 2015: 26).

Jedna od glavnih namjena tih snimaka je prikazivanje snage ISIL-a i buđenje straha u međunarodnoj zajednici. Ti videozapisi veličaju nasilje, terorizam i ekstremizam. Pokazuju da zračni napadi ne čine dovoljno kako bi se porazio ISIL ili oslobodili zatočenici. Pozivaju zapadni svijet da započne pravu bitku, jer poraz ISIL-a neće biti moguć kroz isključivo zračne udare (Shamieh, Szenes, 2015: 26).

Nekoliko propagandnih poruka predstavljeno je kroz različite videozapise. Jedna glavna poruka je da ISIL predstavlja jedan identitet za sve muslimane. Jedan identitet uključuje jednu i ujedinjenu religiju, kao i jednake misli. To se moglo vidjeti po odbacivanju putovnica članova ISIL-a kako bi se svi identificirali kao isti. Još jedna važna poruka otkriva sliku normalnog života na područjima pod ISIL-ovom kontrolom. Otkriveno je da su omogućeni svi uvjeti normalnog života, a da svi ljudi u tim područjima prihvaćaju kontrolu ISIL-a i pokazuju zadovoljstvo nametnutim pravilima, uvjetima i zakonima (Shamieh, Szenes, 2015: 27).

Nadmoć ISIL-a nad drugima još je jedna poruka koja se prenosi na više jezika. To je prikazano agresivnim videozapisima i fotografijama koje pokazuju snagu Islamske države. To je propaganda koja im je omogućila da, u mnogim slučajevima, osvoje gradove i ostala područja bez većeg otpora. Također, ove poruke navode i da je svaka agresija protiv ISIL-a ujedno agresija prema svim muslimanima i tvrdi se kako je takozvani Džihad način na koji se ostvaruje dostojanstven život, a da će im Bog omogućiti pobjedu. Sve ove videozapise odlikuje visoka kvaliteta, što pokazuje sposobnost ISIL-a u korištenju informacijskih tehnologija (Shamieh, Szenes, 2015: 27).

7. ZAKLJUČAK

Ovaj rad pokazao doseg i intenzitet medijske moći terorističke organizacije Islamska država. Od svojih početaka, čak prije nego je nosila ime pod kojim će ostati zapamćena, organizaciju su činili pojedinci koje je odlikovala sposobnost prepoznavanja i mogućnost korištenja svih tehnologija koje su im se nudile. To je vidljivo u dijelu rada koji opisuje nastanak i razvoj ISIL-a. Abu Musab al-Zarqawi postavio je temelje na kojima je nastao kalifat, pa tako i njegova medijska organizacija. Bez svoje sposobnosti korištenja medijskih tehnologija, Zarqawi bi bio samo još jedna marginalna figura na Bliskom Istoku koja bi prošla ispod „radara“ svjetskih medija i zapadne javnosti, a njegova organizacija i ISIL koji je iz nje nastao, nikada ne bi zaživjeli.

Kako se broj članova i medijskog osoblja povećavao tako je rasla moć i organiziranost Islamske Države. Od korištenja brutalnih terorističkih napada kako bi medijske kuće prenosile njihovu poruku, preko Interneta i svih vrsta medija koje im on nudi, do medijske organizacije kakva ne postoji nigdje na svijetu. Članovi ISIL-a pokazali su se izrazito sposobni prilagođavati različitim uvjetima i prilikama koje se javljale.

Struktura medijske organizacije otkriva koliki su razmjeri i dosezi ISIL-ove medijske strategije. Različiti medijski odjeli provode različite medijske aktivnosti. Proizvode razne sadržaje na raznim platformama koje uključuju radio, televiziju, časopise i ono što im je omogućilo dosegnuti dosad neviđenu eksponiranost i učinkovitost – društvene medije. Sve to se provodi pod centralnim vodstvom koje kontrolira sadržaj koji se distribuira.

Društveni mediji, od kojih su u ovom radu obrađeni *Facebook*, *YouTube* i *Twitter*, omogućili su ISIL-u da prenosi svoju poruku svjetskoj publici u realnom vremenu. Kad njihove objave prate ili slijede nakon terorističkih napada, postaju udarnim vijestima u svim informativnim programima svih medijskih kuća diljem svijeta. Korištenje društvenih medija, posebice aplikacija poput *The Dawn of Glad Tidings* omogućilo je ISIL-u da stvori ogromnu količinu aktivnosti na društvenim mrežama koje su nadišle stvarnu veličinu same organizacije, te time pojačali snagu i učinkovitost psihološkog ratovanja. Kombinacija velikog broja objava na društvenim mrežama u kombinaciji s fotografijama i video snimkama koje prikazuju raznovrsne scene, utječe na moral ISIL-ovih boraca, kao i njihovih protivnika. ISIL koristi društvene mreže i kao marketinški alat pomoću kojeg privlače nove članove.

Raznovrsnošću medijskih kanala koje koristi, brojnim odjelima i osobljem može se reći da je razina koju je medijska organizacija ISIL-a dosegla naprednija od organizacije bilo

koje terorističke skupine u dosadašnjoj povijesti, a njezina snaga konkurira organizaciji medijskih kuća i državnih glasila u čitavom svijetu.

Aktualnost teme zahtjeva i njezino daljnje istraživanje. ISIL se, kako se moglo i vidjeti u radu, mijenjao kroz vrijeme i prilagođavao uvjetima i novim tehnologijama te je iz tog razloga potrebno konstantno istraživanje i proučavanje kako bi se moglo efikasno boriti protiv organizacije. U vrijeme pisanja ovoga rada, ISIL trpi velike gubitke na bojnom polju, a kraj Islamske Države kao organizacije kakva je postojala proteklih godina sve je bliži. To ne znači da je borba protiv ekstremizma gotova. ISIL se već jednom vratio s ruba ponora i ništa ne može jamčiti da se to neće ponoviti. Ideja će zasigurno preživjeti i dalje se prenositi, naročito društvenim medijima u možda manje organiziranoj, ali i dalje opasnoj mjeri.

Zaključno je potrebno iznijeti misao o utjecaju novih komunikacijskih kanala i društvenih medija na pojavu ekstremizma i terorizma. Naime, ranije je spomenuto da su voditelji medijske organizacije i strategije Islamske države često birali mete i način napada. To ukazuje da je u Islamskoj državi došlo do novog i opasnog saveza medija i vojno-političkog sektora, tako da se strategije potonjih određuju potrebama prethodnih. Ukratko, neka akcija, napad, ubojstvo, ne moraju biti od strateške važnosti u tradicionalnom smislu, ali ako je cilj istih postići medijsku eksponiranost, onda njihovo vrijeme izvedbe, mete napada i cjelokupni smisao dobivaju potpuno novu dimenziju. Stvarno uništenje u nekim slučajevima može biti i manje. Kao što je spomenuto, u vremenu društvenih medija dovoljno je ubiti jednu osobu radije nego oteti nekoliko zrakoplova i s njima udariti velike građevine. No činjenica da je imanentni broj žrtava manji ne znači da je učinak manji. Dapače, društvene mreže omogućile su teroristima redovne prijenose nasilja koje može imati snažniji učinak od masovnog nasilja, a to je intimno nasilje.

8. POPIS LITERATURE

1. AL-RAWI, Ahmed, „Video games, terrorism, and ISIS’s Jihad 3.0“, *Terrorism and Political Violence*, (2016.), 1-22.
2. AUBREY, Stefan, *The new dimension of international terrorism*, vdf Hochschulverlag AG an der ETH, Zürich, 2004.
3. AWAN, Imran, “Cyber-Extremism: Isis and the Power of Social Media”, *Social Science and Public Policy*, 54(2017.)2, 138-149.
4. BADAR, Mohamed Elewa, “The Road to Genocide: The Propaganda Machine of the Self-declared Islamic State (IS)”, *International Criminal Law Review*, 16 (2016.), 361-411.
5. BADAWAY, Adam, FERRARA, Emilio, „The Rise of Jihadist Propaganda on Social Networks“ (<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1702/1702.02263.pdf>, zadnji pristup 15. lipnja 2017.).
6. BENJAMIN, S., „Understanding The ISIS Media Apparatus: Distribution Networks And Practices“, (<https://www.utahstandardnews.com/understanding-the-isis-media-apparatus-distribution-networks-and-practices/>, zadnji pristup 20. lipnja 2017.).
7. BERGER, J.M., „How ISIS Games Twitter“ (<https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/>, zadnji pristup 05. srpnja 2017.).
8. BLANCHARD, Cristopher, “Al Qaeda: Statements and Evolving Ideology” (<http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/crs/rs21973.pdf>, zadnji pristup 13. lipnja 2017.).
9. BURKE, Jason, “How the changing media is changing terrorism“ (<https://www.theguardian.com/world/2016/feb/25/how-changing-media-changing-terrorism>, zadnji pristup 11. lipnja. 2017.).
10. CHASMAR, Jessica, „ISIL using Twitter app ‘Dawn’ to keep jihadists updated“, (<http://www.washingtontimes.com/news/2014/jun/18/isil-using-twitter-app-dawn-keep-jihadists-updated/>, zadnji pristup 05. srpnja 2017.).
11. CHATFIELD, A. Takeoka i dr., „Tweeting propaganda, radicalization and recruitment: Islamic state supporters multi-sided Twitter networks“, *DG.O*, 2015, 239-249.

12. CONWAY, Maura, "From al-Zarqawi to al-Awlaki: The Emergence and Development of an Online Radical Milieu", *Combating Terrorism Exchange*, 2(2012.)4, 12-22.
13. CVJETKOVIĆ, Branko, *Terorizam - sredstva i posljedice*, Kupola, Split, 2002.
14. GAMBHIR, Harleen, „Virtual Caliphate: ISIS's Information Warfare“, ([http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/ISW%20The%20Virtual%20Caliphate%20Gambhir%202016%20\(2\).pdf](http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/ISW%20The%20Virtual%20Caliphate%20Gambhir%202016%20(2).pdf), zadnji pristup 05. srpnja .2017.).
15. GATES, Scott, PODDER, Sukanya, „Media, Recruitment, Allegiance and the Islamic State“, *Perspectives on Terrorism*, 9(2015.)4, 107-116.
16. HARMON, Christopher C., *Terorizam danas*, Golden marketing, Zagreb, 2002.
17. HOCKING, Jennifer Jane, "Governments' perspectives", *Terrorism and the media*, Sage publications, Newbury Park, 1992, 86-104.
18. HOSKEN, Andrew, *Carstvo straha: Islamska Država – pogled iznutra*, Večernji list, Zagreb, 2015.
19. INGRAM, Haroro, „An analysis of Islamic State's Dabiq magazine“, *Australian Journal of Political Science*, 2016, 1-20.
20. JURIŠIĆ, Jelena, ŠAPIT, Marko, "Utjecaj terorizma na ulogu i djelovanje medija", *Politička misao*, 42(2005)4, 115-128-
21. KATZ, Rita, „Follow ISIS on Twitter: A Special Report on the Use of Social Media by Jihadists“, (<http://news.siteintelgroup.com/blog/index.php/categories/jihad/entry/192-follow-isis-on-twitter-a-special-report-on-the-use-of-social-media-by-jihadists>, zadnji pristup 28. lipnja 2017.).
22. KIBBLE, David, „Dabiq, the Islamic State's Magazine: A Critical Analysis“, *Middle East Policy*, 23(2016)3, 133-143.
23. KLAUSEN, Jytte, "Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq" (<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1057610X.2014.974948>, zadnji pristup 25. lipnja 2017.).
24. KOERNER, Brendan, "Why ISIS Is Winning the Social Media War" (<https://www.wired.com/2016/03/isis-winning-social-media-war-heres-beat/>, zadnji pristup 15. lipnja 2017.).
25. LAW, Randall, *Terrorism: A History*, Polity Press, 2009.

26. LISTER, Charles, *The Islamic State: A brief introduction*, Brooking Institution Press, Washington, 2015.
27. MARIĆ, Silvana, „Terorizam kao globalni problem“, *Medianali*, 6(2002)11, 87-102.
28. MARKOVIĆ, Sandra, „Terorizam i druga krizna stanja suvremenog društva i njihov utjecaj na ograničavanje ljudskih prava i demokraciju“, *Hrvatski ljetopis za kazneno pravo i praksu*, 16(2009)1, 215-230.
29. MCKENNA, Katelyn, BARGH, John, „Coming out in the age of the Internet: Identity “demarginalization” through virtual group participation“, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(1998)3, 681-694.
30. MILTON, Daniel, “*Communication Breakdown: Unraveling the Islamic State’s Media Efforts*”, (https://ctc.usma.edu/v2/wp-content/uploads/2016/10/ISMedia_Online.pdf, zadnji pristup 07. srpnja 2017.).
31. NACOS, Brigitte, *Mass-mediated Terrorism*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, 2002.
32. NORTON-TAYLOR, Richard, „Up to 30,000 foreign fighters have gone to Syria and Iraq since 2011 – report“, (<https://www.theguardian.com/world/2015/nov/17/30000-foreign-fighters-syria--iraq-2014-terrorism-report>, zadnji pristup 05. srpnja 2017.).
33. RADSCH, Courtney, “*Development and Countering Violent Extremism: An Uneasy Relationship*”, (http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2016/10/CIMA-CVE-Paper_web-150ppi.pdf, zadnji pristup 20. lipnja 2017.).
34. RAPOPORT, David C., „Four Waves of Modern Terrorism“, *Attacking terrorism: elements of a grand strategy*, 2004, 46-73.
35. RICHARDS, Deborah, “*The Twitter jihad: ISIS insurgents in Iraq, Syria using social media to recruit fighters, promote violence*”, (<http://www.abc.net.au/news/2014-06-20/isis-using-social-media-to-recruit-fighters-promote-violence/5540474>, zadnji pristup 05. srpnja 2017.).
36. ROSS, Jeffrey Ian, “*Deconstructing the terrorism–news media relationship*” (<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1741659007078555>, zadnji pristup 13. lipnja 2017.).
37. SCHMID, Alex, de GRAAF, Janny , *Violence as communication: Insurgent terrorism and the Western news media*, Sage publications, Beverly Hills, 1982.
38. SEIB, Phillip, *The Al Jazeera Effect: How the New Global Media are Reshaping World Politics*, Potomac Books, Washington, 2008.

39. SHAMIEH, Luna, SZENES, Zoltan, "The Propaganda of ISIS/DAESH through the Virtual Space", *Defence Against Terrorism Review*, 7(2015.)1, 7-31.
40. SHARMA, Swati, „Islamic State has an English-language radio broadcast that sounds eerily like NPR“,
(https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/06/04/islamic-state-has-a-daily-english-language-radio-broadcast-that-sounds-eerily-like-it-could-be-on-npr/?utm_term=.6f7f186ea7cf, zadnji pristup 23. lipnja 2017.).
41. ŠONKOVA, Marketa, "Power of Words: When Terrorism Goes Viral", *Politikon: IAPSS Political Science Journal*, 29(2016.), 215-228.
42. STEINDAL, Marius, "ISIS totalitarian ideology and discourse : an analysis of the Dabiq Magazine discourse",
(https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2383344/steindal_2015.pdf?sequence=3&isAllowed=y, zadnji pristup 04. srpnja 2017.).
43. STYSZYŃSKI, Marcin, „ISIS communication strategy“, *Przegląd Strategiczny*, 9(2016), 171-180.
44. VENNER, Dominique, *Povijest terorizma*, Alfa, Zagreb, 2005.
45. VUKADINOVIĆ, Radovan, *Međunarodni politički odnosi*, Politička kultura, Zagreb 2004.,
46. WEIMANN, Gabriel, "New Terrorism and New Media"
(https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/STIP_140501_new_terrorism_F.pdf, zadnji pristup 05. srpnja 2017.).
47. WILKINSON, Paul, *Political Terrorism*, Macmillan, London, 1974.
48. WILKINSON, Paul, *Terorizam protiv demokracije*, Golden marketing, Zagreb, 2002.
49. WILKINSON, Paul, *Versus Democracy: The Liberal State Response*, Routledge, Oxon, 2011.
50. WILSON, Lydia, "Understanding the Appeal of ISIS", *New England Journal of Public Policy*, 29(2017)1, 1-10.
51. ZELIN, Aaron, "Picture Or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output",
(<http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/445/html>, zadnji pristup 20. lipnja 2017.).
52. ZELIZER, Barbie, "Journalism's Deep Memory: Cold War Mindedness and Coverage of Islamic State", *International Journal of Communication*, 10(2016.), 6060-6089.

9. POPIS GRAFOVA

1. Graf 1. Struktura medijske organizacije ISIL-a (iz: Milton, 2016, 15), str. 35.

