

ТЕХНИКЕ СТРАТЕШКОГ УПРАВЉАЊА КОМУНИКАЦИЈАМА КОЈЕ КОРИСТЕ ЏИХАДСКИ ТЕРОРИСТИ*

Carsten Bockstette

Џихадски тероризам се проширио ван граница региона из којих је потекао и при томе је досегнуо глобалне размере. Узајамно дејство и зависност између медија и тероризма још увек је потребно истраживати, а нарочито коришћење интернета од стране терориста. Теоријски план комуникација џихадских терориста који се разматра у раду показује да они знају да примењују технике стратешког управљања комуникацијама. Средства јавног информисања и, посебно, интернет постали су кључни елементи и главно средство којим терористи обезбеђују повољну комуникациону асиметрију ради компензације асиметрије у војној моћи.

Овај текст је превод изворног текста који је публикуван децембра 2008, у *Occasional Paper Series No 20*, у Европском центру за студије безбедности Џорџ К. Маршал.

Кључне речи: *тероризам, џихад, технике менаџмента, односи с јавношћу, асиметрично ратовање, интернет.*

Увод

За време Хладног рата војне конфликте углавном је одређивала политика САД-а и СССР-а чиме су они били део сукоба између Истока и Запада. Након што је симетрични конфликт на глобалном нивоу решен у корист Запада, мноштво асиметричних сукоба као последица тог конфликта букнуло је широм света. Терористичке акције, као што је напад у Индији (Мумбај, новембар 2008), постале су општа светска претња. Џихадски тероризам¹ проширио се ван граница региона где је изникло и досегао је глобалне размере.

* Текст „Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication Management Techniques“ By Dr. Carsten Bockstette, The Marshall Center Occasional Paper Series, No. 20 (December 2008), са енглеског језика превела је Љиљана Брчић.

¹ Џихад је верска обавеза Муслимана. На арапском, реч *jihād* је именица са значењем „борба“. Особе укључене у џихад називају се муџахединима. У овом раду, термин џихадски терористи (*Jihadist Terrorists*) односи се на терористе (мрежа Ал Каида) који заснивају своја начела, своју идеологију и своју мотивацију на екстремном тумачењу ислама. Циљ њиховог деловања није ограничен било каквим националним или етничким одредницама.

Дан кад су терористи употребили комерцијалне путничке авионе као бомбе (11. септембар 2001) представља тужну кулминацију у тој новој димензији асиметричног сукоба. Ради успостављања противтеже тој претњи неопходно је познавање свега што мотивише, надахњује и санкционише џихадске терористе и њихове следбенике. Истраживање и анализа узрока и основних услова, онога што мотивише и омогућава тероризам укључијући и пропагандну делатност терориста џихада, чини кључне елементе за одређивање одговарајућих противмера претњи исламског тероризма.



Слика 1 – Куле близнакиње Светског трговинског центра (Њујорк, 11. септембар 2001)²

Кључни појмови

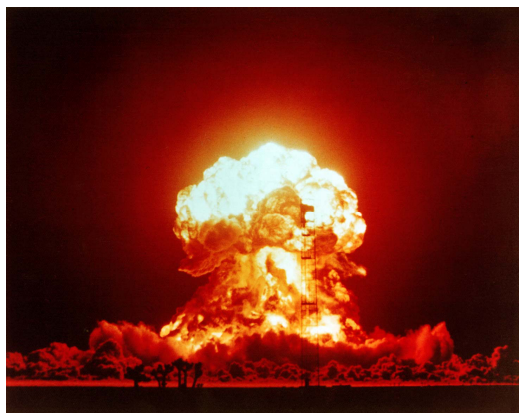
Не постоји општеприхваћена теоријска дефиниција *тероризма* или *асиметричног сукоба*. Кад се погледа историја ратовања, види се да симетрични рат, односно рат између једнаких противника, представља изузетак, а асиметрични ратови и сукоби – правило. Могло би се рећи да сукоб, у својој бити, увек ствара неједнакост, асиметрични однос у корист једне стране како би се извојевала победа у рату. Кад је реч о ратној вештини, потребно је размотрити следеће димензије амбијента борбе: знање, снага, време и простор, а све оне су везане за довитљивост. *Знање* подразумева информацију високог квалитета и релевантну за мисију, која је расположила једној страни, а крије се од противника, како би се могла гарантовати квалитативна супериорност у знању. *Снага* подразумева квантитет и квалитет силе у свим димензијама. *Време* се односи на брзину, издржљивост, правременост, марљивост или комбинацију свега наведеног. *Простор* означава површину, дубину, небески свод и друштво. *Довитљивост* се односи на квалитет оштроумности у руковођењу, предузимање неконвенцио-

² Извор: <http://jungemedienhamburg.wordpress.com/2007/09/11/11-september-2001-in-new-york-world-trade-center-terroranschlage-und-mysterium/>, приступљено 16. децембра 2008. године.

налних акција и/или одбијање да се ради на уобичајени начин. Успешно војно руковођење у својој основи има стварање и примену асиметрије у свих пет димензија. Као што је Карл фон Клаузевиц (*Carl von Clausewitz*) написао: „[...] семе мудрости које треба своје плодове у интелекту да рађа, мање сеју критичке студије и учене монографије, наго што то чине увиди, опште импресије и бљескови интуиције“.

О сукобима и ратовима између држава говори се као о симетричним сукобима, без обзира на постојеће или циљане асиметрије. Међутим, међудржавни сукоби не сматрају се *асиметричним сукобима* пошто је код њих, у основи, присутна мања димензија асиметрије. (*König, 2004*).

Асиметрични сукоби



Слика 2 – Експлозија нуклеарне бомбе на земљи³

То су сукоби између страна у којима је уочљив суштински квантитативни и/или квалитативни несклад у димензијама борбеног амбијента: неравнотежа снага, различита опредељеност/мотивација, различита легитимност, другачија примена метода и разлика у њиховом квалитету или карактеру. Асиметрични сукоби обично се изводе на променљив, асинхрони и непредвидљив начин. Циљ је да се противник погоди у само тежиште или у неколико средишта конфликта и да се сукоб реши у сопствену корист или да се постигне зацртани циљ. Нова димензија асиметричног сукоба проистиче из

³ Извор: U.S. Department of Energy, <http://www.nv.doe.gov/library/photos/photodetails.aspx?ID=1048>, accessed December 16, 2008.

употребе масовних медија, нарочито универзалне виртуелне мреже (интернета), за ширења информација о сукобу, њиховим последицама по међународну заједницу и повећаној претњи да терористи могу да употребе оружје за масовно уништење (Münkler, 2006; Geyer, 2004).

Тероризам



Слика 3 – Осама бин Ладен
(фотографија од 26. маја 1998)⁴

Научна дисциплина која изучава тероризам релативно је млада и, такође, не постоји општеприхваћена научна дефиниција *тероризма*. Реч терор потиче од латинске речи *terrere*, која значи плашити или страшити. Концепт тероризма настао је у 19. веку. *Тероризам* као политичко-војна стратегија постоји око 40 година. Најновије повезивање са глобалним масовним медијем омогућило је тероризму да досегне глобалне размере. За потребе овога рада тероризам ћемо сматрати политичким насиљем у асиметричном сукобу које је осмишљено да изазива ужас и страх (понекад свеопшти) уз помоћ жртава насиља и уништавања неборбених циљева (понекад најсветијих симбола). Те активности су осмишљене да пренесу поруку из забрањених

⁴ Извор: http://www.daylife.com/photo/0a4uaZAavX6nn/Osama_bin_Laden, приступљено 16. децембра 2008. године.

тајних организација. Сврха тероризма јесте да користи медије како би се постигао највећи могући публицитет као средство вишеструког увећања утицаја на циљну групу ради постизања краткорочних и среднорочних политичких циљева и/или дугорочних коначних решења.

Примарни циљ терориста нису физички ефекти њиховог напада, већ психолошки. Терористи користе стратегију која се првенствено ослања на симболичку снагу терористичког чина. Примарна сврха употребе терора није борба, наношење повреда или уништење противника. Могло би се рећи да је његова главна сврха у саопштавању информација циљној групи. Терористи извршавају злочине и при томе се уопште не базирају за конвенције о вођењу рата. Симболизам који проистиче из терористичких чина и медијски маркетинг имају за циљ да се обрате јавности и да је употребе као средство и комуникациони канал преко којег се утиче на политичке представнике – надлежне особе и друге одабране мете. Терористи се боре ограниченим ресурсима из подземља са противником који се не може победити војним средствима. Терористичке групе често себе проглашавају герилским или партизанским групама које морају да се боре неконвенционалним методама како би компензовали војну инфериорност. За разлику од неких врста партизанског отпора, терористи нису способни да победе у директном војном сукобу и због тога га избегавају (*Bockstette*, 2006). Терористи су обично одлучују на терористичке акте да би изразили и исказали своје незадовољство и своје захтеве, који могу бити рационални или ирационални. Фундаментални разлози за такво понашање обично се састоје од вишеструких статичких или динамичких комбинација фактора и околности, ранжираних од општих до специфичних услова, мотива и помагача. Они могу бити глобални, регионални или локални, друштвени, структурални или психолошки. Неки од тих разлога су можда мање важни од других (*Sinai*, 2008).

Стратешко управљање комуникацијама

За потребе овог разматрања под стратешким управљањем комуникацијама подразумева се систематско и дугорочно планирање и реализација протока информација, комуникације, развоја медија и брига о његовом имиџу. Њиме се преносе одређене информације, у одређено време, одређеној циљној групи, путем најприкладнијег медија, ради постизања жељеног дугорочног ефекта. Стратешко управљање комуникацијама је процес. Оно мора да уравни три фактора: поруку(е), медијски канал(е) и публику (*Bockstette, Quandt & Jertz*, 2006).

Узајамно дејство и међузависност медија и тероризма треба темељно да се проучи. Постоји још отворених проблема у истраживању у вези с медијским ефектима тероризма и њиховом интеракцијом. Конкретније, неопходно је да се детаљно истражи како терористи користе интернет. Један од

начина да се отпочне то проучавање је приступ који се користи у овом разматрању, односно то је проучавање технике стратешког управљања комуникацијама које користе цихадски терористи у складу са елементима који се користе да би се генерисао план стратешког управљања комуникацијама:

Процес стратешког планирања управљања комуникацијама (упрошћени модел)

1. Анализа и развој крајњих жељених исхода и успостављање сопствених комуникационих циљева:
 - репутација,
 - имиџ,
 - заштићено име (бренд),
 - намерена порука (порука која се жели пренети),
 - жељено дејство.
2. Анализа сопствене комуникационе инфраструктуре:
 - прикладност медија,
 - временско усклађивање (*timing*) и
 - кадровски, технички и финансијски капацитети.
3. Одабир публике и избор комуникационих канала:
 - јавно мњење,
 - покровитељи,
 - мултипликатори у друштву,
 - новинари,
 - надлежне особе,
 - подстицање интересовања јавности и
 - преношење намерене поруке коришћењем одговарајућег медија.
4. Развој и реализација стратешког плана управљања комуникацијама:
 - дефинисање комуникационих циљева,
 - развој комуникационе тактике,
 - успостављање стратегије,
 - израда стратешког плана управљања комуникацијама и
 - реализација стратешког плана комуникација и задатака који из њега произлазе.
5. Праћење и евалуација:
 - повратна спрега (*feedback*),
 - анализа медија,
 - надгледање понашања публике и
 - поређење постигнутог са планираним крајњим жељеним исходом и дефинисаним циљевима.

Крајњи жељени исход џихада

Џихадски тероризам је привидно мотивисан екстремном интерпретацијом Ислама. Његови извршиоци сматрају употребу насиља својом дужношћу према богу, односно сматрају је обредним чином (EUROPOL, 2007). Самопрокламовани циљ џихадских терориста јесте да се поновно ојача исламска умма⁵ и мобилише муслиманска заједница кроз револуционарну трансформацију читавог муслиманског света ради супротстављања међународном поретку који предводи Запад. Они теже ка стварању новог калифата читавог исламског света, којег џихадски терористи сматрају идеалним исламским обликом власти, а она представља политичко јединство и вођство свих муслимана. Ти циљеви и темељни разлози представљају чиниоце и околности које покрећу џихадске терористе. Абу Мусаф Ал Заркави, у интервјуу који је дао 2006, овако објашњава циљеве џихадских терориста:

„Наш програм рада [...] представља казивање Пророка (Божији мир и благослов на њега), 'послан сам пред сами судњи дан са сабљом, све док не буде обожаван само Алах'... и то је оно што одређује наш политички циљ. Ми се боримо Алаховим начином, све док његов закон не буде остварен, а први корак на том путу јесте истребљивање непријатеља, затим успостављање Исламске државе, а онда крећемо у освајање муслиманских земаља, да повратимо оно што је наше, затим да се боримо против кафара (*kuffar* – неверника) док не прихвате један од та три корака. Ја сам послан пред сами судњи дан са сабљом; то је наш политички циљ“. (*Jihad Unspun*, 2007).

Краткорочни циљеви

Џихадски терористи, краткорочно, намеравају да прошире круг својих покровитеља. Због тога, лако убеђивање муслиманског света путем јачања исламског идентитета у конфронтацији са Западом, један је од њихових циљева. То укључује буђење муслиманског народа намамљивањем САД да уђу у конфликт на Арабијском полуострву, како би се могли непосредно борити с непријатељем. Терористима требају западне трупе и војне акције у муслиманском свету како би спроводили своју медијску стратегију. Присуство трупа и њихове акције обезбеђују жељени видео-приказ „окупације исламског народа“ који, даље, поткрепљује њихову медијацентричну стратегију. Она просто „цвета“ на сликама и пропратним речима о невиним цивилним жртвама од западњачких бомби, које преносе телевизијске емисије и интернет, а чиме се ствара снажна мржња према Западу.

⁵ Умма, заједница свих верника, односи се на схватање да је она наследник Мухамедовог политичког ауторитета. Калифат, као једини систем управљања који признаје традиционална исламска теологија, представља концепт политичког језгра ка којем су усмерене тежње терориста.



Слика 4: Од Багдада до Газе – џихадом до победе
(публиковано 13. фебруара 2008)⁶

Радећи на тај начин, терористи могу много ефикасније да захтевају окончање страног утицаја у муслиманским земљама. Зато, иако је то очигледна контрадикција, други краткорочни циљ јесте истеривање, како они то кажу, окупатора са Арабијског полуострва (*Gendron, 2007*), и поред тога што је 2005. године, у ствари, смањен број америчких војника у Саудијској Арабији. Приступ који највише обећава у погледу постизања наведених циљева, јесте напад на коалиционе савезнике САД за које се процени да су најрањивији (снаге оних земаља чије су владе слабе или које немају довољно јаку подршку домаћег јавног мњења за учешће у коалиционим операцијама), како би се подстакле њихове владе да повуку своје трупе. Због тога, терористи изводе комбинацију напада, с једне стране на америчке војнике и, с друге стране, на војнике коалиционих снага које предводи САД. Норвешка установа за одбрамбена истраживања (*The Norwegian Defense Research Establishment*) обезбедила је доказ за то цитирањем *Медијског комитета за победу ирачког народа (Media Committee for the Victory of the Iraqi People)*, опширног планског документа Ал Каиде објављеног на једном радикалном исламистичком веб сајту, децембра 2003. године:

„Сматрамо да шпанска влада не може да толерише више од два, максимално три напада, након чега ће морати да се повуче због притисака домаћег јавног мњења. Ако након тих напада њене трупе и даље остану у Ираку, онда је победа Социјалистичке партије готово сигурна, а повлачење шпанских трупа биће у њиховом изборном програму“ (*The Norwegian Defense Research Establishment, 2004*).

⁶ *Извор:* <http://mu7ahideen.wordpress.com/2008/02/13/fai-dari-baghdad-sampai-gaza-jihad-sampai-menang/>, приступљено 16. децембра 2008. године.

Средњорочни циљеви

Циљеви за средњорочни период су уклањање свих политичких лидера који су тренутно на челу секуларних муслиманских држава и уништење државе Израел. Намера терориста јесте да успоставе исламске режиме који ће према њима бити благодоникли и да се трансформишу из децентрализоване мреже у масовни муслимански покрет, који се бори за остварење свог крајњег жељеног исхода. Такође, извођењем већих напада на територији непријатеља, тј. у западним земљама, они помпезно демонстрирају силу и на тај начин привлаче велике донације у своју мрежу (*Musharbash*, 2006).

Дугорочни циљеви

Примарни дугорочни циљ џихадиста јесте поновно успостављање побожног Исламског калифата путем политичког уједињења свих земаља са већинским муслиманским становништвом у јединствено Исламско царство уз помоћ монолитног исламског друштвенорелигијског покрета. Крајње жељено стање јесте успостављање светске владавине калифата (*al-Zawahiri*, 2005).

Комуникациони циљеви џихада

Први комуникациони циљ

Стратегија комуникација, коју су развили џихадисти, чини неодвојиви део њихове политичке стратегије, пошто су њихов тероризам и њихова реторика испреплетени у постизању заједничког циља и жељеног крајњег исхода. Из тог разлога, њихови комуникациони циљеви засновани су на краткорочним, средњорочним и дугорочним циљевима и жељеним крајњим исходом.

Примарни дугорочни циљ стратегије комуникација јесте пропагирање и нарастање њиховог покрета путем глобалног ширења информација међу Муслиманима као циљној групи. Терористичка стратегија комуникација има за крајњи циљ коренисто реструктурирање политичког говора и идентитета исламског света.

Други комуникациони циљ

Легитимизација покрета – успостављање друштвене и религијске одрживости док се извршавају насилни чинови – захтева трајно деловање у области комуникација. Њихове насилне методе и убијање недужних људи у супротности су са исламом. Та унутрашња кочница као део легитимитета организације (*Gendron*, 2007), може се дугорочно ослободити само путем непрекидних комуникационих напора у којима према Вајмену (*Weimann*): „насилје се представља као неопходност која је натурена слабима као једино средство којим се може одговорити окрутном непријатељу“ (2004).

Због тога, легитимитет и наводна демонстрација усаглашености са исламским законом веома су истакнути у њиховој стратегији комуникације. У сврху остваривања крајњег исхода и исламско-џихадистичког погледа на свет утопија задовољава значајну намеру: Утопија није само сврха, већ и морално и верско оправдање. Они покушавају да прикажу свој покрет као покрет бораца за слободу, који против своје воље морају да користе насилна средства због немилосрдног непријатеља који крши људска права и достојанство њихове заједнице. Тиме је легитимизација њихових дела њихов други циљ стратегије комуникације.

Трећи комуникациони циљ

Принуда и застрашивање, како ближег непријатеља тако и даљег, представља трећи циљ стратегије комуникације. Ближег непријатеља чине отпаднички, односно секуларни муслимански режими, нарочито они који имају подршку Запада. Према њиховом мишљењу, даљег непријатеља чине Јевреји, неверници и целокупно западно друштво. Они покушавају да вешто утичу на ближег непријатеља како би његовим уклањањем с власти постигли свој средњорочни политички циљ. Такође, они покушавају да заплаше даљег непријатеља како би се потпуно повукао са Арабијског полуострва и уздржао од подршке секуларним муслиманским режимима, тј. њиховим ближим непријатељима. Крајњи жељени исход јесте владавина побожног исламског калифата широм света, што представља њихов свеобухватни дугорочни комуникациони циљ.

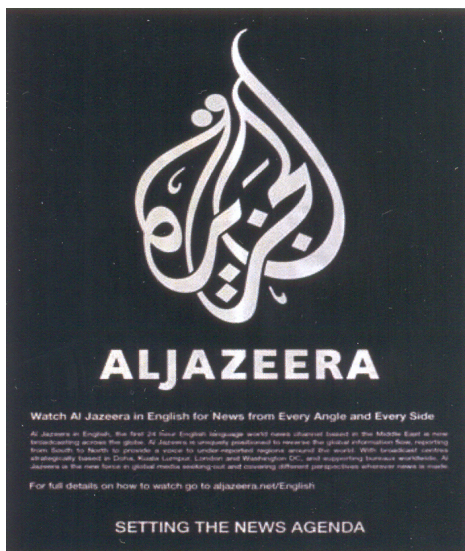
Комуникациона инфраструктура

Традиционална комуникациона средства

Током деведесетих година 20. века терористи су комуницирали са својом публиком путем традиционалних средстава, као што су: интервјуи у новинама, факсови, пропаганда „лицем у лице“, па чак и конференције за штампу. Крајем 1998. године (Wojcieszak, 2007) догодио се помак у примарној стратешкој комуникацији захваљујући технолошком напретку и појави Ал Џазире (*Al-Jazeera*) (Wojcieszak 2007). Телевизијска мрежа Ал Џазира постала је канал за преношење њихових порука и она би их редоследно прослеђивала телевизији *CNN* и другим међународним новинским агенцијама (Gendron, 2007). У извесној мери, медији су мењали своју улогу од критичког посматрача и извештача ка све активној улози учесника у конфликту (Golan, 2006). Да би описао ту промену Џендрон (Gendron) цитира представника Ал Каиде за јавност:

„[...] Шеик Усама зна да медијски рат није мање важан од војног рата против Америке. Због тога Ал Каида води многе медијске ратове. Шеик је њену медијску стратегију

осмислио тако да је траже све ТВ станице. Постоје посебни услови за станице које могу да преносе наше снимке, а један од основних услова јесте да нису раније заузимали негативан став о муџахединима. То је можда објашњење зашто ми радије бирамо Ал Џазиру него друге телевизијске мреже“ (Gendron, 2007).



Слика 5 – Оглас Ал Џазире (Al Jazeera)⁷
(емитовање је почело 15. новембра 2006)

Џихадски терористи су се пажљиво уклопили у делокруг приче коју развија Ал Џазира, истичући само оне садржаје који ће бити најпривлачнији. Главне теме су: позив на џихад против Израела, окончање окупације Палестине, Арабијског полуострва и Авганистана и окончање америчког присуства у области Персијског залива. Од последњег рата у Ираку, укључени су и садржаји у којима се позива на супротстављање америчкој окупацији Ирака и борби против корупције у постојећим исламским режимима, укључујући Пакистан.

Нови медији

После 11. септембра 2001, џихадски терористи су приличној мери проширили своју инфраструктуру и унапредили методе комуникација. Исте године основана је медијска компанија *Al Sahab* (Облак) *Islamic Media Publication Company*.

⁷ Извор: http://www.freshglue.com/fresh_glue/politics/, приступљено 16. децембра 2008. године.

То је заправо одсек Ал Каиде за медијску продукцију који се у великој мери ослања на интернет. Они производе видео-записе интервјуа, говора, документарне филмове, или информативни програм. Сви познати говори виших руководилаца изворне Ал Каиде емитовани после јуна 2006. године носе знак *Al Sahab*. Фреквенција, квалитет и стил видео-порука постају све професионалнији, а технике које користе веома су софистициране. Реторика медија је усаглашена са видео-записом. Електронска пошта, Скајп и други програми за пренос снимљеног говора преко интернета (*VOIP*) све више користе визуелне начине комуникација, а цихадски терористи у великој мери наменски користе ту технологију путем интернета (*Cardoso, 2008*). Енглески језик (говорни или титлован) је језик избора (*Europol, 2007*). Неке друге подгрупе користе другачији *modus operandi* и другачије карактеристике видео-продукције за титловање и знакове. Снимањем властитих едукативних и оперативних видео-трака терористичке групе потпомажу организовано подучавање на неколико начина и то: обезбеђивањем група које снимају видео-материјал с непосредним искуством (учење на основу практичног рада) и публике која гледа видео-снимке (учење опонашањем) и стиче посредно искуство (*Salem & Reid & Chen, 2008*).

Нови медији обезбеђују средства за ширење терористичких порука. Што је у терористичком акту више насилничке смелости и хладнокрвне бруталности то она добија већу заступљеност у новим медијима. Тим начином терористи стичу глобалну публику, укључујући и жељене циљне групе. Они су препознали револуционарни значај развоја медијске инфраструктуре и схватили чињеницу да коришћење стратешког управљања комуникацијама, по ефектима, може бити равноправно конвенционалним оружаним снагама. Медији су за међународни тероризам инструмент огромне снаге којим се може компензовати значајни део асиметрије у војној моћи. Терористи су усвојили напредне информационе и комуникационе технологије 21. века, као и припадајућу инфраструктуру, да би повећали до максимума психолошки утицај својих операција и давање званичних саопштења употребом видео-порука (*Storsul & Fagerjord, 2008*).



Слика 6 – *As Sahab HQ 92*nd (видео-снимак приказан 2007)⁸

⁸ Извор: <http://cache.daylife.com/imageserve/05cNb0Wdgi4pG/610x.jpg>, приступљено 16. децембра 2008. године.

Стратегија џихадских терориста је дубоко укореењена у далекосежној употреби нових медија. То је истакнуто и организационом структуром џихадских терориста од средине деведесетих година 20. века до краја 2001. године, у коју су инкорпориране комуникациона и медијска функција. Формалну структуру су чинили: политички одбор, војни одбор и одбор за информације. Политички одбор био је задужен за шири опсег политичких веза и разгрананање џихадског покрета. Војни одбор је руководио операцијама. Одбор за информације обезбеђивао је „средства за комуникацију постављена у свим категоријама исламског народа, уз улагање огромног напора да се код њега развије свест о плановима његових непријатеља, с тежњом да се обједине на првом нивоу све способности из домена науке, права и џихада како би се испречили пред алијансом неверника и ругоба“ (*Corman & Schiefelbein* 2008).

Глобални масовни медији и интернет

Наведена организациона структура се променила након губитка Авганистана као физичке базе. Конверзија из тајне организације у децентрализовану отворену мрежну организацију била је једини могући начин опстанка. Овисност о традиционалним масовним медијима је надокнађена, па чак и надмашена, коришћењем интернета. Циљ је да се спроведе у дело трансформација следбеника и симпатизера, раштрканих широм муслиманске заједнице, у самоуке терористе. Због тога, волонтерски рад симпатизера терориста веома је цењен.

После губитка базе у Авганистану, обим напада је смањен на око 50 до 200 жртава, као у случају бомбашког напада на хотел „Мериот“ у Исламабаду, 20. септембра 2008. године. Експлозија 600 килограма експлозива (*RDX* и *TNT*) десила се неколико часова након првог обраћања новог пакистанског председника Асифа Алије Зардарија скупштини када је изјавио да ће држава наставити борбу против тероризма. Терористички напад се догодио неколико стотина метара од премијерове куће у којој су високи владини функционери били на свечаном ручку након председниковог обраћања скупштини. Званице које су биле на ручку у хотелу „Мериот“ у последњем тренутку су премештене у други хотел (*OSAC*, 2008). Скоро исти број жртава био је и у нападима у Мумбају (Индија) које је извела Лашкар-е-Таиба,⁹ терористичка група одговорна за неколико напада са смртним исходом. У новембру 2008. године изведена је серија од осам координисаних напада

⁹ Организација Лашкар-е-Таиба (*Lashkar-e-Taiba*), израсла током осамдесетих година 20. века из отпора совјетској окупацији Авганистана, успоставила је везе са Ал Каидом. Индија је оптужује за умешаност у низ терористичких напада на својој територији и тврди да пакистанска обавештајна служба наставља да их подржава – оптужба коју Исламабад одлучно одбацује.

који су се догодили истовремено широм Мумбаја, највећег индијског града и финансијске престонице, у којима је убијено око 110 људи. Напади су трајали од 26. до 29. новембра 2008, када су индијске снаге безбедности повратиле контролу над метама напада. Сложеност терористичке операције, координисано искрцавање на обали, употреба *GPS* и интернет претраживача Гугла (*Google*) показала је да ниво софистицираности терористичких напада непрекидно расте (*BBC*, 2008). Ипак, веће и сложеније операције са хиљадама жртава, попут оне у Њујорку 2001. године, нису више оперативна норма. Исувише је велики ризик да велике операције могу бити осујећене.



Слика 7 – Таџ Махал Палас хотел у Бомбају, 26. новембра 2008.
(фотографија AFP/ Getty Images)¹⁰

Џихадски терористи сада прибегавају тактици „невођеног отпора“ при којем одговорност почива искључиво на децентрализованом извршиоцу. Абу Мусаб ал Сури је написао опширан есеј о том обрасцу деловања (*Stern*, 2003). Ал Каида се концентрише на приређивање абстракта са директивама и мотивационим позивима како би усмеравала њихове акције. Процеси који се одвијају паралелним и координисаним путевима преко светске мреже (*World Wide Web*) омогућавају џихадским терористима да опстану као лабаво увезана мрежа.

Новонастале дигиталне технологије прошириле су своје комуникационе могућности. Коришћењем глобалних масовних медија и интернета као своје главне комуникационе инфраструктуре Ал Каида опстаје као организација џихадских терориста – издавањем писаних саопштења, блогова (*Keller*, 2008), чланака чији су аутори идеолошки лидери и електронских часописа (*Europol*, 2007). Џихадски терористи профитирају на чињеници да свет масовних комуникација еволуира у свет умрежених масовних комуникација, у

¹⁰ *Извор*: http://www.daylife.com/photo/00vSbOK22EaLV/Mumbai_Attacks_26_November_2008, приступљено 16. децембра 2008. године.

којем је посредством различитих технологија могуће да се комбинују интерперсонални посреднички комуникациони уређаји са уређајима за масовну комуникацију. Ти разни медији повезани су преко интерперсоналних медија као што су: мобилни телефони, *iPods* (мултимедијални плејери, прим. прев.), *WiFi* (бежична технологија, прим. прев.) и сл., и светска мрежа (*World Wide Web*). Фузија интерперсоналних и масовних комуникација којом се повезује аудиторијум – при чему сви могу да буду издавачи или емитери у исто време преко светске мреже – појачава одјек терориста и олакшава њихов приступ аудиторијуму (*Cardoso, 2008*).

Поред тога, свака већа информативна организација нуди корисницима свога сајта могућност да пласирају (*upload*) свој садржај на њеном сајту, који ће, ако је довољно уверљив, бити представљен на мрежи као садржај који је генерисао корисник. Чак и новине редовно цитирају коментаре читалаца и ослањају се на чланове блога као изворе оштрих друштвено-политичких коментара и прилога. Тај садржај који генерише корисник данас је суштинска компонента глобалне комуникационе мреже (*Arsenault & Castells, 2008*). Ипак, таква употреба интернета, такође, ствара и дилему. Велики је изазов контролисати једну децентрализовану, безобличну и тајну организацију, њеним усмеравањем ка заједничком циљу путем интернета, уз истовремено одржавање организационе безбедности (*Corman & Schiefelbein, 2008*).

Диктатуре и тоталитарни системи намећу ограничења терористима који покушавају да шире своје поруке. У диктаторским режимима живот појединца има изузетно малу вредност. Ширење информација о терористичким актима путем медија може се у диктаторским системима сузбити одлуком власти, тако да терористи губе одлучујуће средство – масовне медије. Стога су терористички чиновници много ефикаснији у демократским друштвима. Демократски системи пружају идеалне услове за тероризам. Очигледно да принципи демократије и пратеће друштвене структуре за терористе представљају функционални еквивалент ономе што су партизанима били маршеви и неприступачне планинске области. Конкретно, медији и интернет омогућавају терористима да нарастају као канцерогено ткиво у слободи коју им пружа демократија (*Leptien, 2002*). Иако матична штампа настоји да преноси, углавном, званичне изворе информација, поруке терориста имају огромну покривеност. Увек прети опасност да матична штампа не постане вентил за државне или терористичке „заплете“ ако њихова истраживања и испитивања не обезбеђују неопходни интелектуални контекст и дубину (*Lancaster, 2008*).

Интензивна, понекад опсесивна заступљеност терористичких аката у медијима остварује жељене психолошке ефекте (*Katz & Liebes, 2007*). Терористичке акције планирају се и организују на такав начин да произведу стратешки максимални комуникациони ефекат, уз минималне утрошене ресурсе.

Због тога, стратешка разматрања заснована на стратешком плану комуникација и прецизном планирању и разматрању времена преноса дешавају се много пре самог терористичког напада.

Пораст глобализације медија и сателитског извештавања као и убрзан развој интернета проширили су резонантни простор за тероризам и указали на преданост терориста у иновирању коришћења силе. Симбиоза између терористичких напада и медија очигледна је: извршиоци би имали знатно мањи утицај без медијског публицитета, али медији тешко могу да се одупру изазову извештавања о тим догађајима (*Katz & Liebes 2007*). Маратонски прикази терористичких догађаја могу да ускрате новинару време и потребну дистанцу да би истражио, испитао случај и уредио извештај. Економски приступ и институционализована перспектива могу да помогну у разумевању медијских догађаја. Они се могу анализирати као производи и последице економских стратегија чији је циљ акумулација економског или симболичког капитала, или трансформација једног типа у други (*Krämer, 2008*).

Обједињавање интернета и сателитске телевизије (*IP TV*) водиће узајамном приближавању различитих медија чиме ће се тај ефекат још више појачати. То пружа терористима широке могућности за утицај и манипулацију с јавношћу. Већ сада, терористи обилато користе интернет за унутрашњу и спољну комуникацију. Они прикупљају средства, дају овлашћења за коришћење њиховог брендираног имена, регрутују следбенике (*Thomas, 2005*), проналазе партнере и снабдеваче, обезбеђују материјал за обуку путем њихове електронске библиотеке и управљају операцијама (*Gendron, 2007*). Терористи прикупљају податке о корисницима који посећују њихове сајтове, контактирају кориснике који су најзаинтересованији за њихове терористичке побуде или оне који су најподеснији за реализовање терористичких аката.

Захваљујући комуникационим могућностима интернета групе џихадских терориста постају све бројније, агилније и добро координисане. Пре неколико деценија (пре него што је тероризам постао међународни феномен), локални и регионални медији имали су подређену улогу. Џихадски терористи су од њих имали малу корист захваљујући томе што су владе имале могућност да контролишу њихово излажење:

„То се постизало законским прописима, притисцима на националне медије [...] да ограниче приказивања терориста. [...] У случајевима када насиље и медији делују у оквиру граница једне земље, власти су могле да ограниче терористима могућност коришћења медија ради стварања неспокојства у јавности, јачања своје преговарачке позицију током држања талаца или комуницирања са својим присташама“. (*Stuart & Zelizer, 2004: 79*).

Драматичне промене десиле су се услед интензивнијег повезивања терориста, технолошког развоја медија и пратеће комуникационе инфраструк-

туре. Медијским извештавањем „уживо“ из целог света путем телевизијских сателита створена је позорница за глобално медијско присуство џихадских терориста:

„Аутоматско, универзално усвајање обрасца „најновија вест“ (*breaking news*) – тј., маратонски преноси уживо током напада (или после њега) са много жртава – потпомаже промовисању терориста у суперзвезде. (*Stuart & Zelizer, 2004: 81*).

Структура исламских медија

Годинама су се терористи ослањали на прилично добро организовану исламску медијску инфраструктуру која је вољно преносила жељене поруке и видео-траке и помагала у обликовању препознатљивог имена – брэнда. До појаве интернета терористи су усмеравали своју пажњу на телевизију, радио и штампане медије. Међутим, ти традиционални медији имају „селективне прагове“, који представљају вишефазне процесе уредничке селекције над којима терористи немају контролу (*Weimann, 2004*). Поред те препреке, почетком 2003. године арапско медијско окружење почело се распарчавати, пошто је постало претрпано и конкурентно.



Слика 8 – *JUBA Sniper Video*, Исламска армија у Ираку (децембар 2006)¹¹

¹¹ Извор: <http://www.amazingupload.info/upload/images/posterSmaller.jpg>, приступљено 16. децембра, 2008. године.

Мноштво сателитских телевизијских станица довело је до пораста конкурентности и различитих схватања што није погодно додало терористичкој стратегији комуникација у домену телевизије. Чини се да су арапске телевизијске станице својим ставовима више утицале на колебљивост исламске популације у вези с џихадом него што је то учињено дипломатским напорима западних држава. Количина и обим гласова антиџихадиста у арапским медијима веома су се повећали после 2003. године, јер је сваки терористички напад повезан са Ал Каидом праћен одређеном дозом арапског критицизма и снажне осуде. Испитивања јавног мњења показују огроман пад подршке Ал Каиди, поготово у земљама које су биле директно погођене терористичким нападима. Арапска сателитска телевизија постала је једна од најјачих сила које данас заговарају промене у региону и једна је од највећих препрека за план Ал Каиде о наметању монолитног исламског идентитета путем електронских исламских медија. Она је била највећи изазов њиховој политичкој визији и убрзала је употребу интернета као платформе за ширење информација да би се компензовао губитак, тада већ опозиционих сателитских ТВ станица. Тиме интернет постаје кључно средство и главна комуникациона инфраструктура за терористе (*Corman & Schiefelbein, 2006*). Абу Омар је ту ситуацију описао на следећи начин: „Ми смо енергија на путу ка џихаду. Баш као што су џихадисти достигли свој циљ 11. септембра, ми ћемо стићи до нашег циља путем интернета (*Fattah, 2006*).

Године 2003. појавила се публикација *Sawt al-Dschihad* (*Глас џихада*, прим. прев.), први терористички часопис на интернету. Иако се његов последњи број појавио у априлу 2005. године, у вези с тим, појавиле су се многе имитације. Следећи тај пример бројне терористичке групе у Ираку и северној Африци почеле су да издају часописе којима су упозоравали да се не злоупотребљавају заштићена имена (*brand names*). Године 2004. саудијска Ал Каида изјавила је да је *Voice of the Jihad* (*Глас џихада*) њихово власништво и позвала имитаторе да развијају и заштите сопствени назив (*Mus-harbash, 2006*).

На веб инфраструктури џихадског тероризма, веб сајтови се брзо појављују, често се модификују њихови формати, али брзо и нестају или често мењају своје интернет адресе (*Weimann, 2004*). У последње време мање се користе стални веб сајтови, јер те веб сајтове лако затварају хакери или се гасе по сили закона. Сада терористи користе олајн форуме и блогове као сигурније начине за ширење свог пропагандног материјала. Ти форуми нуде могућност приступа фајловима који су похрањени на бесплатним сајтовима за размену. Пошто се тај материјал шири путем многобројних веб сервера широм света, практично је немогуће блокирати приступ тим фајловима. (*Europol, 2007*).

Циљне групе и комуникациони канали

Док су неке пропагандне поруке намењене широј јавности, већина је креирана само за одређену циљну групу. Саме поруке, канали којима се оне преносе и језик који се у њима користи креирани су за посебне потребе циљних група. Терористи селекују и сегментирају своје жељене циљне групе, медије за пренос и мете које треба уништити. Они одређују локацију и временску димензију својих акција како би задовољили медијски критеријум о ваљаности вести, која се уклапа у крајње рокове и циклусе емитовања, како би ефикасно дошла до циљне групе. Насилне операције су уграђене у њихово стратешко комуникационо деловање и, стога, интернет постаје све значајнији комуникациони канал. Он омогућава лак приступ кориснику; не поставља готово никаква правила нити цензуру; има потенцијално огроман аудиторијум; омогућава анонимност и брз проток информација уз релативно мале трошкове (*Weimann 2004*).

Џихадски терористи експлоатишу јединствене атрибуте интернета. Он нуди могућност комуникације у готово реалном времену, а користи се интензивно као основ за преношење знања терориста и медиј за обуку њихових следбеника. Затим, веома је распрострањена употреба тог медија за командовање и контролу ради прикупљања информација и њеног ширења међу симпатизерима. Интернет је омогућио стварање бројних слободних и децентрализованих терористичких мрежа и пружа могућност терористичким групама да делују као децентрализована концесија или као слободњаци (*freelancers*). Мрежа дозвољава терористима да делују као виртуелна транснационална организација и допру до своје публике широм света, да одржавају групни идентитет, индоктринацију, и имплементацију њихове револуционарне идеологије и принципа (*Gendron, 2007*). Интернет, као један од нецензурисаних медија преноси информације без обзира на њихову валидност или могући утицај. Он дозвољава чак и малим групама да шире своје поруке и да преувеличавају свој значај и претње са којима наступају (*Weimann, 2004*).

Џихадске терористичке групе користе интернет као масовни медиј за експлоатацију обиља могућности које он пружа за ширење дезинформација, подривање дипломатских и војних активности и побољшање њихове сопствене оперативне ефективности. Као последица тога, неки од њихових следбеника специјализовали су се за информационо ратовање и редовно преузимају одговорност за нападе који су се десили или ће се тек десити. Неприкосновени у тој дисциплини су Абу Хафс ал Масри бригаде. Сваки пут те фантомске бригаде преузму одговорност за неки напад, а информативне агенције и службе безбедности одмах одреагују, иако до сада није ухваћен ниједан члан бригаде који има неке везе са реализацијом напада. Они чак тврде да су одговорни за проблеме који су се десили у деловима енергетског система САД августа 2003. године (*Carmon 2004*).

Циљна публика яихадских терориста може се поделити на:

Аутсајдере умме

Умма је арапска реч којом се описује дијаспора или „заједница верника“, односно светска заједница Муслимана. Ту групу чине *инсајдери* и *аутсајдери* публике џихадских терориста (*Corman & Schiefelbein, 2006; Gendron, 2007*). Међу аутсајдерима су симпатизери и неутрални. Њих чине муслимани за које постоји могућност да постану инсајдери умме. Гледано дугорочно, већи део те групације је неопходан да би се постигао коначни циљ, светски исламски калифат (*Corman & Schiefelbein, 2006*). То значи да примарна циљна група терориста није ни мањина радикалних џихадиста ни шира јавност Запада, већ огромна већина муслиманске заједнице. Главне комуникационе канале чине непосредни контакти (комуникација лицем у лице) током молитви, говора и проповеди у џамијама и школама Курана, масовни медији и, све више, интернет.

Инсајдере умме

Инсајдере чине присталице и следбеници. То су посвећени муслимански радикали који обезбеђују оперативну, финансијску или административну подршку глобалном џихадском терористичком покрету (*Corman & Schiefelbein, 2006; Gendron, 2007*). За ту циљну групу главни комуникациони канал је интернет, а потпом и други масовни медији.

Ајман ал Завахири (*Ayman al-Zawahiri*) изјавио је јула 2005: „ Ми водимо битку и више од половине те битке одвија се на бојном пољу медија [...]. Ми водимо медијску битку за срце и душу наше умме“ (*Whitlock, 2006*).

Аутсајдере-противнике

Та групација укључује отпадничке секуларне муслиманске режиме који се некад називају „проблематични“, све сами неверници, такозвани крсташи, ционисти, отпадници, Јевреји и Запад, којима, како се сматра, руководе Сједињене Америчке Државе (*Gendron, 2007*). Они се даље рашчлањују на ближег непријатеља (отпадници, секуларни муслимански режими) и даљег непријатеља (Јевреји, неверници и Западно друштво) (*Whitlock 2006*). Приоритетни комуникациони канал за ту групу јесу глобални масовни медији, а тек потом интернет.

Резултати истраживања и препоруке

Џихадски стратешки план управљања комуникацијама још није „ухваћен“, односно обелодањен. Међутим, као што је приказано у овом чланку, сигурно је да џихадски терористи користе технике стратешког управљања комуникацијама. Они су дефинисали комуникационе циљеве, развили комуникационе тактике и одабрали неопходне стратегије, а многи џихадски до-

кументи показују да терористи пажљиво анализирају своје комуникационе и медијске операције како би појачали укупни ефекат мисије. Будући да самозвани џихадски терористи оцењују ефикасност својих комуникационих кампања па чак и да теоретски разрађују колико су ефикасне њихове операције (Corman & Trethewey & Goodall, 2008), то истиче њихов професионализам и посвећеност својим убеђењима. Ради накнадне анализе и систематског увежбавања, они обично снимају догађај на лицу места, надзиру његову заступљеност у медијима и даље ширење информација путем интернета.

Масовни медији и, посебно, интернет постали су за терористе кључни елементи и главна инфраструктура у домену стратешких комуникација, који им омогућавају повољну асиметрију у комуникацијама. Уз помоћ тих средстава терористи могу значајно да компензују асиметрију у војној моћи. Терористи стављају велики нагласак на развој свеобухватних стратешких комуникација како би досегли жељене краткорочне, средњорочне и дугорочне циљеве и крајњи жељени исход. Њихова способност да развијају и имплементирају тако софистициране стратегије показује њихов фанатизам и професионализам. Њихови комуникациони циљеви усмерени су ка легитимизацији, пропаганди и застрашивању. Они граде своје стратегије на брижљивој анализи циљних група и према њима подешавају своје поруке и методе презентовања, у складу с основним правилима било које кампање у односима с јавношћу или комуникацијама. Њихова вешта употреба масовних медија и интернета компензује њихову слабост у домену симетрије снага и омогућава им да непрестано стварају нове генерације џихадских терориста.

Та информациона асиметрија мора се „поткопати“ како бисмо се супротставили претњи нарастајуће радикализације муслиманске заједнице. Осигурање сопственог кредибилитета и, истовремено, подривање џихадског кредибилитета представља кључни елемент победе у тој бици. Могуће је осујетити три примарна комуникациона циља терориста, ширење и нарастање њиховог покрета и његову легитимизацију, насилништво и застрашивање њихових противника. Поред елиминације темељног узрока и онога што ствара предуслове за све оно што мотивише и омогућава тероризам, као што су физичке базе терориста, од виталног значаја за победу у асиметричном сукобу са џихадским терористима је развој ефективног стратешког плана комуникација за противдејство, који би користио слабости и контрадикторности у џихадској употреби техника стратешког управљања комуникацијама.

Тај план мора да буде уграђен у већи стратешки план и он, попут велике стратегије и свеобухватног обједињеног приступа, треба да се супротстави тероризму постизањем повољне асиметрије у свих пет димензија модерног ратовања: знању, снази, времену, простору и довитљивости, и то на три нивоа. Прво, на тактичком нивоу је неопходан оперативни принудни механизам за одвраћање (ускраћивање прилике) како би се онемогућила веза те-

рористичке акције са потенцијалним жртвама. Друго, на оперативном нивоу изградити механизам ускраћивања способности, односно разбити организовано регрутовања терориста, обуку, приступ оружју, уточишту, комуникацијама, финансијама и другим неопходним ресурсима. Треће, на стратешком нивоу изградити механизам ускраћивања циљева, односно маргинализација терористичких порука је од примарног значаја (*Smith & Talbot, 2008*). Развој стратешког плана комуникација за супротстављање терористима витални је део који проистиче из наведеног.

Интензивирати истраживање основних узрока

Прва фаза развоја ефективног противплана комуникација јесте истраживање. Циљ те фазе представља интегрални приступ свим варијаблама које би имале утицај на развој стратешког противплана комуникација. Да би се стекла потпуна слика основних узрока који покрећу терористе, најважније је истражити и синтетизовати узроке на различитим нивоима. То подразумева мапирање читавог спектра најразличитијих нивоа – од индивидуалног, преко групног и друштвеног, па све до државног нивоа. Зато, обраћање пажње на темељне, корените узроке који олакшавају регрутовање и подршку џихадским терористима, као што је велики број режима који гуше могућности за младе образоване људе да постигну социоекономски и политички напредак, јесте од елементарног значаја (*Sinai, 2008*). Истраживање се, такође, мора усмерити на опсег принудних и миротворних мера које се односе на опште и специфичне темељне узроке који воде до мрежа џихадских терориста. Главни узроци тероризма, генерално гледано, нису статични, већ су веома динамични и у самом су тежишту проблема. Дугорочно, радикални ревиизионизам Ал Каиде не може успети, осим ако би терористи путем стратешког управљања комуникацијама задобили снажну подршку од глобалне муслиманске заједнице. Ипак, није вероватно да ће добити такву подршку. Идеологија из 14. века коју промовишу џихадски терористи и равнодушно убијање недужних муслимана тешко да је привлачно за њену већину. Они немају жељу да живе под репресивном теократском диктатуром у новом исламском калифату који тежи да доминира светом. Осим тога, арапска сателитска телевизија постала је једна од препрека у остваривању комуникационог циља џихадских терориста у наметању монолитног муслиманског идентитета путем усмеравања исламских медија у јединствени ток. Дошло је до опадања муслиманске подршке џихадским терористима и њиховим делима, поготово у земљама које су директно погођене њиховим неселективним терористичким нападима. То потврђује чињеница да су вође Талибана, уз саудијско посредовање у Меки од 24. до 27. септембра 2008. године, разговарали са представницима авганистанске власти о обустављању

сукоба у земљи и прекиду својих веза са Ал Каидом (*Robertson, 2008*). Представници талибанског лидера муле Мохамед Омара одлучно су нагласили да више нису у савезу са Ал Каидом.¹²

Интензивирати истраживање главног комуникационог канала – интернета

Као што је у раду приказано, главна комуникациона основа за комуникацију међу терористима јесте интернет – светска мрежа. Због тога он мора да буде у средишту истраживања. Терористи треба да буду побеђени „њиховим сопственим оружјем“ тако што ће против њих бити употребљен њихов главни комуникациони канал. Како бисмо добили свеобухватни приказ намеће се потреба да се прошири примарно истраживање, што ће подразумевати приступ терористима и интервјуе са њима као и да се прошири систематска дискусија и детаљна анализа терористичког деловања. Неопходно је да се испитају нови комуникациони канали на виртуелној мрежи (*Cardoso, 2008*). Да би се анализирали главни канали комуникације џихадских терориста потребан је један систематски, интегрисани приступ у проучавању инфраструктурне мреже џихадских терориста, која се може визуализовати као заједница хипервеза. Ту треба укључити технике аутоматског мрежног претраживања (*web crawling*) и Систем означавања прикривене мреже (*Dark Web Attribute System*)¹³ ради анализе присуства екстремистичких организација на интернету. Поред тога, пошто ће се мултимедијалне колекције џихадских терориста на мрежи увећавати, аутоматско издвајање структурног и семантичког садржаја представља помоћ за систематску анализу метода рада група, насилних акција, стилова обуке, мрежа и тактичких операција. Полуаутоматски оквир за анализу блогова могао би да се користи за истраживање карактеристичних и структурних веза између терористичких група на блоговима (*Chen et al., 2008*).¹⁴

¹² На разговорима у Меки, који су се одвијали од 24. до 27. септембра 2008, учествовали су: једанаест талибанских делегата, два званичника авганистанске владе, представник претходног муџахединског команданта и Гулбадин Хекматијар и још тројица сарадника. Краљ Абдулах прекинуо је пост за време празника Еид ал-Фитр (Рамазански Бајрам, прим. прев.) током сусрета са седамнаесточланом авганистанском делегацијом да покаже своју опредељеност за окончање сукоба. Авганистанска влада сматра да се Талбани не могу победити војним средствима, а Талибани мисле да у Авганистану не могу да победе у рату против коалиције предвођене Сједињеним Државама. Ангажовање Саудијске Арабије дешава се делимично због бојазни да би Иран могао да искористи погоршану безбедносну ситуацију у Авганистану, као што је то урадио у Ираку (*Robertson, 2008*).

¹³ The Dark Web Attribute System је интегрисани приступ за идентификацију и прикупљање терористичких и екстремистичких садржаја на мрежи. Он омогућава квантитативну анализу садржаја прикривене мреже (*Dark Web*) из три перспективе: техничка софистицираност, богатство садржаја и интеракција на мрежи.

¹⁴ То су само неки од алата који помажу да се истражи како терористи користе *World Wide Web*. За опширније информације о истраживању тероризма видети: Chen, Hsinchun & Reid, Edna & Sinaï, Josua & Silke, Andrew & Ganor, Boaz (Ed.): *Terrorism Informatics. Knowledge Management and Data Mining fore Homeland Security*, New York: Springer, 2008.

Креирати Међународни синхронизовани стратешки противплан комуникација као интегрални елемент свеобухватног приступа

На основу наведених резултата истраживања и сложеног протока информација неопходно је развити један стратешки противплан комуникација који ће се стално прилагођавати како би се уништила противникова повољна комуникациона асиметрија. Да би се успешно спровео стратешки противплан комуникација, он мора да буде интегрисан у свеобухватни приступ принудног спровођења војних¹⁵ и законских мера и помирљивих политичких, дипломатских и друштвено-економских мера. Те мере и противплан комуникација треба да буду синхронизовани на свим нивоима власти (политичком, дипломатском, правном, војном и обавештајном), као и са нашим партнерима и савезницима како би се усагласили међународни напори у глобалном рату против тероризма у оквиру велике стратегије (*grand strategy*) (*Opheim & Bowen, 2008*). Та велика стратегија, као један општи приступ проблему попут филозофије безбедности, представља свеобухватни прилаз који се једино може развијати у умреженим безбедносним структурама заснованим на свеобухватним међународним безбедносним протоколима који успешно комбинују цивилне и војне инструменте. Подаци о истраживању тероризма требало би да буду јавно доступни како би се редуковало „затурено знање“ у неусаглашеним базама података и неумреженим истраживачима. Демократизацијом података на међународном нивоу и интегрисањем квалитативних и квантитативних информација може драматично да се увећа наше знање и искуство у тој области истраживања (*Ellis, 2008*).

Закључак

Поред развијања велике стратегије као предуслова супротстављања џихадским терористима, потребно је да се фокусира више међународних истраживачких ресурса на супротстављању оперативној ефективности коју терористи имају коришћењем масовних медија и интернета, како би се осујетиле стратешке комуникацијске операције џихадских терориста. Потребно је усмерити се на суштинске узроке и ударити у тежиште, сам врх исламског друштва, имплантирањем порука и стварањем критичне масе, ради досезања прага када ће се кључни мултипликатори циљне публике ослободити дру-

¹⁵ Америчко Министарство одбране издало је 19. септембра 2008. године, "Military Contribution to Cooperative Security (CS) Joint Operating Concept (Војни допринос кооперативној безбедности здруженог оперативног концепта)" Верзија 1.0. Иако тај концепт представља само један корак у правом смеру, он би требало да буде уграђен у велику стратегију (*grand strategy*), која тек треба да буде развијена на националном нивоу у САД и на међународном нивоу.

штвене епидемије промене ставова (*Gladwell, 2006*) и асиметрија окренути против терориста. Стицање предности у асиметрији у домену комуникација кључно је оружје за удар у противничко тежиште или удар по центрима из којих се управља конфликтима, чиме би се извојевала победа у глобалном рату против тероризма елиминацијом основних узрока. Ако се ефективне технике стратешког управљања комуникацијама које користе џихадски терористи, конкретно њихова употреба интернета, могу неутралисати уз помоћ противплана комуникација, уграђеног у велику стратегију и обједињену међународну акцију у свих пет димензија борбеног амбијента, тада ће се у великој мери нарушити основ њихове повољне асиметрије. Ако се џихадски терористи спрече у формирању нових физичких база у безбедним уточиштима или неконтролисаним областима као што су оне у универзуму виртуелне мреже (*World Wide Web*), можда ће се на крају показати да је глобални џихадизам био само још један мртви међупростор за фанатике који коначно нестаје.

Литература

1. Arsenault, Amelia H. & Castells, Manuel (2008). The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks. *International Journal of Communication* 2 (2008), 707–748.

2. Al-Zawahiri, Aiman (2005). Letter from al-Zawahiri to al-Zarqawi. In: Office of the Director of National Intelligence. October 11, 2005. http://www.dni.gov/press_releases/20051011_release.htm (accessed September 23, 2008).

3. BBC (2008): Mumbai Rocked by Deadly Attacks. In: BBC News Online. November 29, 2008. http://news.bbc.co.uk/2/hi/south_asia/7751160.stm (accessed December 12, 2008).

4. Bockstette, Carsten & Jertz, Walter & Quandt, Siegfried (Ed.) (2006). Strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement. Handbuch der sicherheitspolitischen Kommunikation und Medienarbeit (Strategic Information- and Communication Management. Manual for the Military Communication and Media Work). Bonn: Bernard & Graefe Verlag.

5. Bockstette, Carsten (2006). Terrorismus und asymmetrische Kriegsführung als kommunikative Herausforderung (Terrorism and Asymmetric War Fighting as a Communicative Challenge). In: Bockstette, Carsten & Jertz, Walter & Quandt, Siegfried (Ed.) (2006). Strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement. Handbuch der sicherheitspolitischen Kommunikation und Medienarbeit (Strategic Information- and Communication Management. Manual for the Military Communication and Media Work). Bonn: Bernard & Graefe Verlag.

6. Cardoso, Gustavo (2008). From Mass to Networked Communication: Communicational Models and the Informational Society. *International Journal of Communication* 2 (2008), 587–630. - 24 -

7. Carmon, Yigal (2004). Assessing the Credibility of the Aub Hafs al-Masri Brigades' Threats. August 10, 2004. <http://memri.org/bin/articles.cgi?Page=archives&Area=ia&ID=IA18504> (accessed June 14, 2008).
8. Clausewitz, Carl von (2003): *Vom Kriege* (On War). Troisdorf: Bildungsverlag Eins.
9. Cormann, Steven R. & Schiefelbein, Jill S. (2006). Communication and Media Strategy in the Jihadi War of Ideas. Consortium for Strategic Communication. Arizona State University. Report # 0601. April 20, 2006. http://www.asu.edu/clas/communication/about/csc/publications/jihad_comm_media.pdf (accessed May 04, 2008).
10. Cormann, Steven R. & Schiefelbein Jill S. (2008). Communication and Media Strategy in the Islamist War of Ideas. In: Cormann, Steven & Angela Trethenwey & H.L. Goodall, Jr. (Ed): *Weapons of Mass Persuasion, Strategic Communication to Combat Violent Extremism*. New York: Peter Lang.
11. Craddock, Bantz J. & Mattis, J. N. (Ed.) (2008). *Military Contribution to Cooperative Security (CS) Joint Operating Concept Version 1.0*. Washington: Department of Defense.
12. Cormann, Steven & Trethenwey, Angela & Goodall, H. L., Jr. (Ed.) (2008). *Weapons of Mass Persuasion, Strategic Communication to Combat Violent Extremism*. New York: Peter Lang.
13. Europol (2007). *TE-SAT 2007. EU Terrorism Situation and Trend Report*. [http://www.europol.europa.eu/publications/EU_Terrorism_Situation_and_Trend_Report_TE-SAT/TE SAT2007.pdf](http://www.europol.europa.eu/publications/EU_Terrorism_Situation_and_Trend_Report_TE-SAT/TE%20SAT2007.pdf) (accessed September 11, 2008).
14. Fattah, Hassan (2006). Al-Qaeda Increasingly Reliant on Media. *New York Times*, September 30, 2006. <http://www.nytimes.com/2006/09/30/world/30jordan.html> (accessed July 24, 2008).
15. Fee, Frank E., Jr. (2007). *Firestorm in the Newsroom: Cultural Issues in Altering Media Organizations*. In Achtenhagen, Leona (2007). *Organizing Media: Mastering the Challenges of Organizational Change*, JIBS Research Report Series, No. 2007-1.
16. Geyer, Georg (2004). *Zündschnur der Asymmetrie – Grundsätzliche Überlegungen zum Verhältnis von Politik, Massenkommunikation und Gesellschaft in asymmetrischen Konflikten (Fuse of the Asymmetry—Basic Considerations to the Relation of Politics, Mass Communication and Society During Asymmetrical Conflicts)*. In: Schröfel, Josef & Pankratz, Thomas (Ed.), 283–298.
17. Gendron, Angela (2007). *Trends in Terrorism Series: Al-Qaeda: Propaganda and Media Strategy*. ITAC Presents Vol. 2007-2. <http://www.csis-scrcs.gc.ca/en/itac/itacdocs/2007-2.asp> (accessed April 26, 2008).
18. Gladwell, Malcom (2006). *The Tipping Point. How Little Things Can Make a Big Difference*. New York: Back Bay Books.
19. Golan, G. (2006). *Inter-Media Agenda Setting and Global News Coverage*. *Journalism Studies*, 7(2), 323–333.
20. Jertz, Walter & Bockstette, Carsten (2004a). *Militärpolitische Perzeptionen und die Zukunftsperspektiven des strategischen Informationsmanagements*.

Die Entwicklung der Krisen-kommunikation von der Kosovo Operation „Allied Force“ 1999 zur Operation „Iraqi Freedom“ (Military-political Perceptions and the Future Perspectives of Strategic Information Management. The Development of Crisis Communication from the Kosovo Operation “Allied Force” in 1999 to the Operation “Iraqi Freedom”). In: Büttner, Christian et al. (Ed.): Der Krieg in den Medien (The War in the Media). Frankfurt am Main: Campus Verlag.

21. Jertz, Walter & Bockstette, Carsten (2004b). Strategisches Informationsmanagement. Infor-mations- und Öffentlichkeitsarbeit aus militärischer Perspektive (Strategic Information Management. Information- and Public Relations form a Military Perspective) In: Martin Löffelholz (Ed.): Krieg als Medienereignis II – Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert (War as Media Event II – Crisis Communication in the 21 Century). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

22. Katz, Elihu & Liebes, Tamar (2007). ‘No More Peace!’ How Disaster, Terror and War have Upstaged Media Events. *International Journal of Communication* 1 (2007), 157–166.

23. Kellner, Douglas (2008). War Correspondents, the Military, and Propaganda: Some Critical Reflections. *International Journal of Communication* 2 (2008), 297–330.

24. König, Ernst (2004). Österreich – ein Beispiel? (Austria—an Example?) In: Schröfel, Josef & Thomas Pankratz (Hg.). 133–144.

25. Krämer, Benjamin (2008). The Economy of Media Events: Theory and Examples. *International Journal of Communication* 2 (2008), 909–924.

26. Livingstone, S. & Bennet, W. L. (2003). Gate Keeping, Indexing and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News? *Political Communication*, 20, 363–380.

27. Storsul, T. & Fagerjord, A. (2008). Digitization and Media Convergence. In Dosenbach, F. (Ed.). *The International Encyclopedia of Communication*, Vol. IV, Oxford: Blackwell.

28. Unspun, Jihad (2007): Zarqawi Interview Part Two. Dialogue with Sheikh Abu Musab Al-Zarqawi. January 11, 2007. http://www.jihadunspun.com/intheatre_internal.php?article=106976&list=/home.php (accessed August 3, 2008).

29. Lachow, Irving & Richardson, Courtney (2007). The Terrorist Use of the Internet – The Real Story. *JFQ*, Issue 45, 2 Quarter 2007. http://www.ndu.edu/inss/Press/jfq_pages/editions/i45/24.pdf (accessed March 6, 2008).

30. Leptien, Frank (2002). Terrorismus für die Medien? Terrorismus durch die Medien? (Terrorism for the Media? Terrorism by the Media?). In: *Risser Einblicke* 10/11, 2002.

31. Lynch, Marc (2006). Al-Qaeda’s Media Strategies. *National Interest Online*, January 3, 2006. <http://www.nationalinterest.org/Article.aspx?id=11524> (accessed April 21, 2008).

32. Münkler, Herfried (2004). *Die neuen Kriege (The New Wars)*. Second Edition, Rowohlt.
33. Münkler, Herfried (2006). *Der Wandel des Krieges: Von der Symmetrie zur Asymmetrie (The Change of War: From Symmetry to Asymmetry)*. Weilerswist: Velbrück.
34. Musharbash, Yassin (2006). *The New al-Qaida. Insights of a Learning Terror Network*. Bonn: Spiegel Online.
35. Norwegian Defense Research Establishment (2004). FFI explains al-Qaida document. March 19, 2004. <http://www.mil.no/felles/ffi/start/article.jhtml?articleID=71589> (accessed June 16, 2008).
36. OSAC (2008). Warden Message: Powerful Bombing at Islamabad Marriott in Pakistan. September 20, 2008. <https://www.osac.gov/Reports/report.cfm%3FcontentID%3D90730+osac+marriott+bombing&hl=de&ct=clnk&cd=1&gl=de> (accessed October 6, 2008).
37. Robertson, Nic (2008). Sources: Taliban Split with al-Qaeda, Seek Peace. CNN Senior International. October 7, 2008. <http://edition.cnn.com/2008/WORLD/asiapcf/10/06/afghan.saudi.talks/?imw=Y&iref=mpstoryemail> (accessed October 10, 2008)
38. Schröfl, Josef & Pankratz, Thomas (Ed.) (2004). *Asymmetrische Kriegsführung – Ein neues Phänomen der Internationalen Politik? (Asymmetrical War Fighting – A New Phenomenon of the International Politics?)*. Nomos Verlag.
39. Smith, James M. & Talbot, Brent J. (2008). *Terrorism and Deterrence by Denial*. In: Viotti, Paul R., Opheim, Michael A. & Bowen, Nicholas (Ed.) (2008). *Terrorism and Homeland Security – Thinking Strategically About Policy*. London: CRC Press.
40. Stern, Jessica (2003). *The Protean Enemy*. In: *Foreign Affairs*, July/August 2003.
41. Stuart, Allan & Zelizer, Barbie (2004). *Reporting War. Journalism in Wartime*. Routledge.
42. Taricani, Ellen (2007). *Communities of Blogging: Extensions of Our Identities*. *American Communication Journal*, Vol. 9, Issue 3, Fall 2007.
43. Thomas, Timothy L.: *Cyber Silhouettes (2005)*. *Shadows over the Information Operations*. Foreign Military Studies Office. Fort Leavenworth.
44. Viotti, Paul R. & Opheim, Michael A. & Bowen, Nicholas Ed. (2008). *Terrorism and Homeland Security – Thinking Strategically About Policy*. London: CRC Press.
45. Weimann, Gabriel (2004). *www.terror.net – How Modern Terrorism Uses the Internet*. Special Report 116 United States Institute for Peace, March 2004.
46. Wojcieszak, M. (2007). *Al Jazeera: A Challenge to the Traditional Framing Research*. *International Communication Gazette*, 69, 115–128.
47. Whitlock, Craig (2006). *Keeping al-Qaeda in His Grip Al-Zawahiri Presses Ideology, Deepens Rifts among Islamic Radicals*. *Washington Post Foreign Service*. Sunday, April 16, 2006. http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/04/15/AR2006041501130_pf.html (accessed June 14, 2008).