

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tina Kofol

Terorizem in mediji: analiza uporabe medijev s strani Islamske države

Diplomsko delo

Ljubljana 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tina Kofol

Mentor:izr. prof. dr. Iztok Prezelj

Terorizem in mediji: analiza uporabe medijev s strani Islamske države

Diplomsko delo

Ljubljana 2016

*Zahvaljujem se mentorju izr. prof. dr. Iztoku Prezlju za
strokovno vodenje, motiviranje in potrpljenje.*

Hvala staršem za vso podporo in zaupanje.

Hvala Sandiju za vse.

Tina

Terorizem in mediji: analiza uporabe medijev s strani Islamske države

Osrednji cilj diplomske naloge je analizirati in pojasniti, katere medije, na kakšen način in s kakšnimi cilji uporablja Islamska država. Analiza je pokazala, da je ta hibridna teroristična organizacija postavila uporabo medijev v središče svoje strategije in delovanja. Razvila je hierarhični medijski aparat, ki ji omogoča centralno vodenje medijskih operacij. Na čelu njenega medijskega aparata sta Institucija Islamske države za javno informacijo in Ministrstvo za medije. Prav tako ima organizacija tudi svojega uradnega govornika. Za produkcijo uradnih propagandnih produktov je Islamska država ustanovila medijske oddelke, ki jih sestavljajo profesionalni ustvarjalci. Razvoj najnovejše generacije družbenih medijev je Islamski državi omogočil ne le osamosvojitve na področju razširjanja propagandnega materiala, temveč tudi razširitev dosega njenih sporočil, saj dosežejo tudi tiste posameznike, ki informacij o tej skrajni sunitiski organizaciji sploh ne iščejo. Analiza je pokazala, da ostaja Twitter njen najbolj priljubljen družbeni medij. Ne glede na to, da ima Islamska država kot primarno orodje za razširjanje svoje ideologije na razpolago družbene medije, si vseeno prizadeva tudi za pridobivanje pozornosti in zagotavljanje publicitete s strani zahodnih tradicionalnih medijev, saj le-ti njeno sporočilo še ojačijo. Kot je pokazala analiza, si Islamska država njihovo pozornost zagotavlja tako z izvedbo spektakularnih terorističnih napadov na Zahodu kot z izjemno brutalnimi, a profesionalno posnetimi in zrežiranimi videi usmrnitev zahodnih talcev. Islamska država pa zahodnih tradicionalnih medijev ne uporablja le za zagotavljanje publicitete, temveč tudi za razširjanje svojega propagandnega materiala.

Ključne besede: džihadistični salafizem, kalifat, radikalizacija, družbeni mediji, propaganda.

Terrorism and media: the analysis of the Islamic state's use of the media

The main goal of this thesis is to analyze and describe how and which media the Islamic state uses and what are the goals that the Islamic state tries to achieve through the media. The analysis shows that the media is one of the main tools in this hybrid terrorist organization's strategy. The Islamic state developed a hierarchical media apparatus that allows it to manage its media operations from the centre. The Islamic state's central media command is composed of the *Islamic State Institution for Public Information* and the *Media ministry*. Furthermore, the organization has also its own spokesman. For the production of its official propaganda material the Islamic state established different media offices that are comprised of media professionals. The emergence of the newest generation of the social media enabled the Islamic state to disseminate its propaganda messages more efficiently and to a wider public as they can reach also those persons that are not even searching for information about this Sunni extremist organization. Twitter remains the Islamic state's most popular social media. Regardless of the fact that the social media are the main Islamic state's platform for the dissemination of its propaganda messages the organization also tries to attract the attention and gain the publicity of the western traditional media. The analysis shows that the Islamic state attracts the attention of the media in two ways. Firstly, it carries out different spectacular terror attacks in the West. Secondly, the Islamic state's media apparatus produces many high definition videos displaying extremely graphic violence (the beheadings of western hostages).

Key words: jihadi salafism, caliphate, radicalization, social media, propaganda.

1	UVOD	9
2	METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR	12
2.1	OPREDELITEV CILJEV PREUČEVANJA	12
2.2	HIPOTEZI	12
2.3	STRUKTURA NALOGE IN UPORABLJENA METODOLOGIJA	13
2.4	OPREDELITEV TEMELJNIH POJMOV	15
2.4.1	Terorizem	15
2.4.2	Radikalizacija in novačenje	22
2.4.3	Propaganda	25
2.4.4	Mediji	28
3	TERORIZEM IN MEDIJI	35
3.1	UPORABA MEDIJEV S STRANI TERORIZMA	37
3.2	KO TERORITI POSTANEJO MEDIJI	40
3.3	UPORABA TERORIZMA S STRANI MEDIJEV	43
4	ISLAMSKA DRŽAVA	46
4.1	IDEOLOŠKI IN ORGANIZACIJSKI RAZVOJ ISLAMSKÉ DRŽAVE SKOZI ZGODOVINO	47
4.1.1	Obdobje 1999–2006: Abu Musab al-Zarqawi in »Al Kajda v Iraku«	47
4.1.2	Obdobje 2006–2014: »Islamska država v Iraku« in »Islamska država v Iraku in Siriji« (ISIS)	48
4.1.3	Obdobje od 29.6.2014 do 2016: Razglasitev kalifata in obdobje Islamske države	49
4.2	IDEOLOGIJA IN CILJI	50
4.3	STRATEGIJA IN TAKTIKE	52
4.3.1	Administracija kalifata	53
4.3.2	Družbeno-ekonomska strategija	55
4.3.3	Vojaška strategija	58
4.3.4	Medijska strategija (Uporaba medijev s strani Islamske države)	63
4.3.4.1	Cilji in metode uporabe medijev.....	63
4.3.4.2	Medijski aparat in mediji Islamske države	66
4.3.4.3	Družbeni mediji kot distribucijski kanal propagandnih sporočil ..	71
4.3.4.4	Uradna medijska produkcija, njene teme in sporočila	74

5	ŠTUDIJA PRIMERA - PROPAGANDNI PRODUKTI ISLAMSKÉ DRŽAVE V ZAHODNIH TRADICIONALNIH MEDIJIH	80
5.1	UPORABA PROPAGANDNIH PRODUKTOV ISLAMSKÉ DRŽAVE V TV DNEVNIKU RTV SLO	81
5.2	TEME UPORABLJENIH PROPAGANDNIH PRODUKTOV V TV DNEVNIKU RTV SLO	83
5.3	IZJAVE V UPORABLJENIH PROPAGANDNIH PRODUKTIH ISLAMSKÉ DRŽAVE V TV DNEVNIKU RTV SLO	86
6	ZAKLJUČNE UGOTOVITVE IN VERIFIKACIJA HIPOTEZ	95
7	LITERATURA	99
	 PRILOGE	 112
	PRILOGA A: Tabela, ki prikazuje rezultate analize TV Dnevnikov RTV SLO	112
	PRILOGA B: Tabela, ki prikazuje mesečne deleže TV Dnevnikov RTV SLO, ki so vključevali propagandne produkte Islamske države	113
	PRILOGA C: Tabela, ki prikazuje število TV Dnevnikov RTV SLO, ki so vključevali propagandni material na določeno temo	113
	PRILOGA Č: Prepis prispevkov z izjavami iz propagandnih produktov Islamske države, objavljenimi v TV Dnevniku RTV SLO	114

SEZNAM KRATIC

AKOS – Agencija za komunikacijska omrežja in storitve republike Slovenije

RTV SLO - Radiotelevizija Slovenija

ZDA – Združene države Amerike

KAZALO TABEL

Tabela 2.1: Osnovne značilnosti tradicionalnih medijev	30
--	----

KAZALO SLIK

Slika 4.1: Ozemlje pod nadzorom Islamske države (26. april 2016)	57
--	----

KAZALO GRAFOV

Graf 2.1: Porazdelitev internetnih uporabnikov po regijah	32
Graf 4.1: Struktura mesečnih prilivov v marcu 2016	57
Graf 4.2: Število tujih borcev glede na regijo (konec leta 2015)	59
Graf 4.3: Število tujih borcev glede na državo izvora (konec leta 2015)	59
Graf 4.4: Primerjava števila tujih borcev glede na regijo za leti 2014 in 2015	60
Graf 4.5: Teme propagandnih sporočil Islamske države	78
Graf 5.1: Delež TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom v analiziranih mesecih v letu 2014	82
Graf 5.2: Delež TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom v analiziranih mesecih v letu 2015	83
Graf 5.3: Delež TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom na posamezno temo	84
Graf 5.4 Cilji uporabe zahodnih tradicionalnih medijev s strani Islamske države (na primeru TV Dnevnik RTV Slovenija)	94

1 UVOD

Konec avgusta 2014 tradicionalne (tisk, radio, televizijo) in nove medije (splet, družbene medije) preplavi pretresljiv prizor. Moški, oblečen v oranžna zaporniška oblačila¹, kleči sredi puščave. Ob njem stoji njegov rabelj, oblečen v črna oblačila, z nožem v roki. Islamska država v družbenih medijih objavi propagandni videoposnetek obglavljanja ameriškega novinarja Jamesa Foleya, ki ga je od leta 2012 zadrževala v ujetništvu v Siriji. Ob koncu videoposnetka Islamska država napove nove objave usmrtitev tujih državljanov, ki se v prihodnjih tednih tudi zgodijo.

Uredniki in novinarji so ubrali različne strategije glede objave teh videoposnetkov. Svojo medijsko strategijo pa je imela od vsega začetka tudi njihova avtorica - hibridna teroristična organizacija Islamska država, ki se je nekaj tednov pred objavo obglavljanja Foleya samooklicala za kalifat in tako napovedala prevzem primata med džihadističnimi skupinami, med katerimi je do njenega vzpona prevladovala globalna džihadistična mreža Al Kajda, iz katere se je Islamska država v Iraku tudi razvila.

Primat med džihadističnimi skupinami, osvajanje in nadzor nad obsežnim ozemljem v Iraku in Siriji, obljubljanje zvestobe drugih džihadističnih skupin kalifu Bagdadiju ter prihod tisočih tujih borcev, žensk in otrok na ozemlje kalifata ne bi bili mogoči brez sofisticirane in natančno načrtovane medijske strategije Islamske države. Terorizem kot oblika asimetričnega bojevanja namreč predvideva tako vojaške aktivnosti na bojišču kot psihološke oziroma propagandne operacije v medijih, ki so tako načrtovane, da pri različnih ciljnih skupinah dosežejo različne cilje - od večanja morale podpornikov, ki služi radikalizaciji in novačenju novih članov ter zbiranju finančnih sredstev; do teroriziranja mednarodne javnosti, ki prek javnega mnjenja »pritisne« na vlade in s tem sprovcira njihove neproporcionalne reakcije; ter teroriziranja domače javnosti, s čimer prepreči upore v svojih vrstah.

Uporaba medijev za doseganje terorističnih ciljev ne predstavlja novosti v terorističnih strategijah džihadističnih skupin. O pomenu medijev je leta 2005 v pismu Abu Musab al-Zarqawi -ju, vodji »Al Kajde v Iraku« (neposredni predhodnici Islamske države), pisal Ayman al-Zawahiri, vodja Al Kajde, ki je poudaril, »da se več kot polovica boja proti Zahodu ter za »srca in glave muslimanske skupnosti« odvija prav v medijih«² (Combating terrorism

¹ Z oranžnimi zaporniški oblačili je Islamska država spomnila na oblačila džihadistov v ameriških zaporih v Guantanamo in v Iraku (Stern in Berger 2015, 120).

² Ayman al-Zawahiri, Letter to Abu Musab al Zarqawi, October 11, 2005 (Combating terrorism center 2005).

center 2005). Tako tradicionalni kot novi mediji so torej pomembno orodje, s katerim teroristi razširjajo svojo ideologijo med različna občinstva in dosegaajo svoje cilje. V primeru Islamske države lahko medije označimo za pomembno orožje v njenih rokah.

Po drugi strani pa poročanje o terorizmu, zaradi dramatičnosti le-tega, prinaša medijem visoko gledanost/branost/poslušanost, le-ta pa tudi visoke prihodke, to pa so tudi glavni cilji medijskih hiš, zlasti komercialnih. Odnos med terorizmom in mediji, ki se je skozi zgodovino spreminjal, bi lahko tako označili za simbiozo.

Na odnos med mediji in terorizmom je skozi zgodovino bistveno vplival razvoj tehnologije in komunikacij. Potem ko je razširitev uporabe interneta v 90-ih letih zaznamovala medijsko strategijo Al Kajde, je Islamska država s pojavom in razvojem spleta 2.0 oziroma družbenih medijev pridobila pomembno orodje, ki ji je olajšalo globalno komuniciranje z različnimi ciljnim skupinami (podporniki, potencialnimi podporniki, sovražniki) in s tem predvsem novačenje novih članov. Islamska država je z uporabo družbenih medijev pridobila možnost razširjanja džihadistične propagandne tudi na posameznike, ki tovrstnih produktov sploh ne iščejo.

Obenem pa je Islamska država pridobila tudi novo orodje za vzbujanje pozornosti zahodnih medijev. Ne le z organiziranjem in izvajanjem spektakularnih terorističnih napadov na zahodnih tleh, Islamska država pozornost zahodnih medijev pritegne tudi z objavljanjem posnetkov brutalnega nasilja, kot smo ga uvodoma opisali, v družbenih medijih. Na tak način poskuša vnesti v varno zavetje zahodnih domov javno razkazovanje nasilja ter s tem terorizirati ljudi.

Sama sem se za analiziranje uporabe medijev s strani Islamske države odločila ob spremljanju videoposnetkov obglavljanj v osrednji informativni oddaji TV Dnevnik Radiotelevizije Slovenija (RTV SLO). Čeprav nacionalni medij ni prikazal obglavljanj v celoti, je prikazana brutalnost v meni najprej vzbudila strah, sledilo je predvsem razočaranje. Razočaranje nad odločitvijo uredništva, da vključi del propagandnega videa Islamske države v prispevek in s tem dovoli tej skrajni sunitski organizaciji, da posreduje svoja propagandna sporočila slovenski javnosti. Takrat sem se odločila, da želim raziskati in analizirati medijsko strategijo oziroma uporabo medijev s strani Islamske države - tako njeno uporabo družbenih medijev kot zahodnih tradicionalnih medijev (na primeru TV Dnevnika RTV SLO).

Pričujoče delo ima tako ambicijo pojasniti, katere medije, na kakšen način in s kakšnimi cilji uporablja Islamska država. S tem pa tudi razširiti obzorja vsem tistim, ki odločajo o tem, koliko propagandnega materiala terorističnih skupin bodo prek svojih komunikacijskih kanalov »spustili« do javnosti in se na takšen način pustili manipulirati propagandnemu in medijskemu aparatu organizacije, ki s svojimi brutalnostmi postavlja nove temelje bodočim džihadističnim gibanjem.

Pri raziskovanju in analiziranju uporabe medijev s strani Islamske države sem se soočala z nekaterimi problemi, ki pomenijo tudi omejitve pričujočemu delu. Prvič, zaradi lastne občutljivosti in nezmožnosti prenašanja skrajnih brutalnosti, sem se, kljub dobrim namenom, da sama analiziram propagandne produkte Islamske države, med samim procesom raziskovanja odločila, da uporabo družbenih medijev s strani Islamske države analiziram s pomočjo sekundarnih virov. Analiza prek sekundarnih virov se je izkazala za boljšo rešitev tudi zaradi mojega nepoznavanja arabskega jezika. Slednje me je do določene mere vseeno omejevalo, saj nisem imela dostopa do virov in literature v originalnem - arabskem jeziku, kar uvrščam pod drugo omejitev naloge.

Kot tretjo omejitev naloge navajam aktualnost izbranega problema, saj se poročila o delovanju Islamske države dnevno spreminjajo, prav tako so zaradi njene nevarnosti in zaprtosti zelo omejene informacije o dejanskem stanju in dogajanju na ozemljih, ki jih nadzira. Med raziskovanjem sem večkrat naletela tudi na nasprotujoče si trditve glede njenih značilnosti, obsega in delovanja. K pričujočemu delu bi veliko doprinesla osebna komunikacija s člani teroristične organizacije, ki bi bila mogoča prek uporabe družbenih medijev, vendar pa sem se iz varnostnih razlogov odločila, da se izogibam neposrednemu stiku s člani skupine. Zato lahko kot četrto omejitev diplomskega dela navedem opustitev vseh razpoložljivih metod raziskovanja iz varnostnih razlogov.

Ne glede na omejitve pa verjamem, da ima pričujoče delo dovolj elementov, ki bralcu omogočijo boljše razumevanje delovanja hibridne teroristične organizacije Islamska država, predvsem na področju uporabe medijev. Več o ciljih, hipotezah in uporabljenih metodah pa v poglavju, ki sledi.

2 METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR

2.1 OPREDELITEV CILJEV PREUČEVANJA

Osrednji cilj diplomske naloge je analizirati in pojasniti, katere medije, na kakšen način in s kakšnimi cilji uporablja Islamska država. Posamezni cilji pa so:

1. Opredeliti temeljne pojme: terorizem, radikalizacija in novačenje novih članov, propaganda in mediji.
2. Opisati odnos med mediji in terorizmom.
3. Pojasniti uporabo medijev s strani teroristov. Odgovoriti na vprašanja: »Katere medije uporabljajo teroristi in s kakšnim namenom?; Katerih metod se teroristi poslužujejo?; Kakšne spremembe so teroristom prinesli novi mediji?«.
4. Razložiti, kako, zakaj in s kakšnim namenom mediji poročajo o terorističnih dejanjih.
5. Predstaviti hibridno teroristično organizacijo Islamska država. Najprej bomo poskušali definirati za kakšno organizacijo sploh gre. Sledil bo krajši pregled njenega zgodovinskega razvoja, vključno z današnjim stanjem. Z opisom ideologije in strategije bomo v nadaljevanju zaobjeli cilje Islamske države ter metode in taktike za doseg le-teh. Sklepni del poglavja bomo namenili njeni medijski strategiji oziroma vprašanjem, kako, s kakšnim namenom in katere medije uporablja Islamska država ter kako je organiziran njen medijski aparat.

2.2 HIPOTEZI

Pri raziskovanju nas bosta vodili dve hipotezi, ki ju bomo v sklepnem delu potrdili, zavrnila, ali delno potrdili.

H1: Islamska država uporablja medije kot propagandno sredstvo za širjenje svoje ideologije med različne ciljne skupine, pri čemer največji poudarek daje uporabi družbenih medijev za širjenje prizorov brutalnega nasilja v kombinaciji s prizori skrajne utopije, katerih cilj je novačenje novih članov.

H2: Islamska država si z objavljanjem visoko kvalitetnih propagandnih videoposnetkov in fotografij skrajnega nasilja na spletu ter z izvajanjem terorističnih napadov na zahodnih tleh zagotavlja poročanje zahodnih tradicionalnih medijev, ki pri tem uporabljajo tudi propagandni material z njenih družbenih medijev. Na tak način Islamska država zahodne tradicionalne

medije uporablja kot propagandno sredstvo za širjenje svoje ideologije med različne ciljne skupine in za doseganje svojih ciljev.

2.3 STRUKTURA NALOGE IN UPORABLJENA METODOLOGIJA

V prvem poglavju, ki je uvod diplomskega dela, smo predstavili problem, s katerim se ukvarjamo v naši diplomski nalogi, pa tudi razloge, zakaj smo se odločili za njegovo raziskovanje. Poleg relevantnosti naloge so opisane tudi njene omejitve. Prvo poglavje je nastalo na osnovi zbiranja virov, analize in interpretacije primarnih virov ter z uporabo deskriptivne metode.

Prvi del drugega poglavja posvečamo opredelitvi ciljev preučevanja in predstavitvi hipotez. V drugem delu pa sledi opredelitev temeljnih pojmov, ki bodo bralca spremljali skozi celotno nalogo. Najprej bomo predstavili različne poskuse definiranja terorizma. Prek njegovega zgodovinskega razvoja bomo spoznali različne ideologije, tehnološke in komunikacijske zmožnosti ter vire financiranja terorističnih organizacij. Sledi pregled taktik, ki jih teroristi uporabljajo za doseganje svojih ciljev, katere bomo prek različnih pogledov avtorjev tudi predstavili. Opredelitev terorizma bomo zaključili z opisom petih trendov, ki jih s svojo skrajno apokaliptično salafistično-džihadistično ideologijo in inovativnimi taktikami v aktualnem obdobju modernega terorizma postavlja dominantna teroristična organizacija - Islamska država.

Drugo poglavje bomo nadaljevali z opredelitvijo radikalizacije in novačenja novih članov, saj je uspeh teroristične organizacije odvisen prav od njene sposobnosti za pridobivanje »zvestih privržencev«, ki sprejmejo njeno ideologijo, strategije in taktike ter so v določenih primerih pripravljeni tudi ubijati v njenem imenu. Sledila bo opredelitev tretjega pojma - propagande. Glede na to, da ni konsenza glede njene definicije, bomo najprej pregledali različne poglede na definiranje propagande, sledi predstavitev pravil in načel propagandnega delovanja ter sredstev, preko katerih se propagandna sporočila širijo. Sklepni del drugega poglavja posvečamo medijem. Predstavili bomo njihove funkcije, zlasti informativno, ter značilnosti tako tradicionalnih kot novih medijev. V drugem poglavju bomo uporabili analizo in interpretacijo sekundarnih virov, predvsem knjig, člankov ter raziskovalnih poročil. Za opredelitev pojmov se bomo poslužili tudi deskriptivne metode, primerjalno metodo in kompilacijo pa bomo uporabili pri primerjanju različnih poskusov definiranja tako terorizma kot propagande.

Prvi del tretjega poglavja bomo posvetili opisu odnosa med terorizmom in mediji. Spoznali bomo, katere koristi ima terorizem od medijskega poročanja ter zakaj mediji poročajo o terorizmu. Sledila bo predstavitev uporabe medijev s strani teroristov. Zanimali nas bodo cilji in metode uporabe medijev s strani teroristov. Prav tako bodo predstavljene nove priložnosti, ki jih je prinesel tehnološki in komunikacijski razvoj. Sklepni del tretjega poglavja namenjamo medijskemu poročanju o terorizmu. Vprašali se bomo, koliko, kako in s kakšnim namenom mediji poročajo o terorizmu. Posebno pozornost bomo namenili poročanju televizije. V tretjem poglavju bodo od raziskovalnih metod uporabljene analiza in interpretacija sekundarnih virov, opisna ter primerjalna metoda.

V četrtem poglavju, v katerem bomo uporabili analizo in interpretacijo primarnih in sekundarnih virov, opisno metodo ter zgodovinsko analizo, bomo predstavili skrajno sunitsko skupino Islamska država, ki je po razglasitvi kalifata prevzela primat med džihadističnimi skupinami. Uvodnemu poskusu definiranja skupine bo sledil prikaz njenega zgodovinskega razvoja, ki nam bo pomagal razumeti njen ideološki in organizacijski razvoj, poseben poudarek bomo dali tudi predstavitvi konteksta, v katerem je razvoj potekal. Sledila bo predstavitev njene ideologije in ciljev ter strategije in taktik. Kompleksnost delovanja Islamske države bomo poskušali razumeti preko analize njene družbeno-ekonomske, vojaške in medijske strategije (uporabe medijev).

Ob pregledu literature smo prišli do zaključka, da je bila v zadnjem obdobju dodobra raziskana uporaba družbenih medijev s strani Islamske države, manj pa njena uporaba zahodnih tradicionalnih medijev oziroma vprašanje, ali uspe Islamska država širiti svojo ideologijo tudi prek zahodnih tradicionalnih medijev. Ob dejstvu, da bi nam naše nepoznavanje arabskega jezika, neizkušenost prepoznavanja verodostojnih objav ter občutljivost ob nazornih prizorih brutalnega nasilja zelo omejilo praktično raziskovanje uporabe družbenih medijev, smo se odločili, da bomo uporabo družbenih medijev s strani Islamske države pojasnili s pomočjo analize sekundarnih virov, tudi raziskav, ki so bile v zadnjem obdobju narejene na tem področju. Rezultat analize bo poglavje 4.3.4 Medijska strategija. Uporabo zahodnih tradicionalnih medijev s strani Islamske države pa bomo s pomočjo študije primera raziskali v petem poglavju.

Peto poglavje bo torej namenjeno empiričnemu raziskovanju načinov, kako Islamska država uporablja zahodne tradicionalne medije. Na tem mestu želimo pojasniti, da RTV SLO predstavlja za nas zahodni medij. Analizo bomo opravili na primeru osrednje informativne

oddaje TV Dnevnik RTV SLO, saj med tradicionalnimi mediji ostaja televizija najbolj spremljan medij, informativne oddaje pa sodijo med najbolj gledane televizijske oddaje. Pri raziskovanju se bomo oprli na predpostavki, da teroristične organizacije uporabljajo medije za širjenje svojih propagandnih sporočil in, da teroristi potrebujejo medije za doseganje svojih ciljev. S študijo primera uporabe propagandnih produktov Islamske države v osrednji informativni oddaji TV Dnevnik RTV SLO bomo poskušali ugotoviti, ali zahodni tradicionalni mediji uporabljajo propagandni material Islamske države (video, avdio, izjave); katere propagandne teme uspe Islamska država prek propagandnega materiala prenesti občinstvu ter katere cilje pri tem zasleduje. Pri tem moramo poudariti, da namen naše naloge ni raziskovanje medijskega poročanja in vpliva le-tega na doseganje ciljev Islamske države.

Šesto poglavje bo namenjeno zaključnim ugotovitvam in verifikaciji hipotez, sedmo pa virom in literaturi.

2.4 OPREDELITEV TEMELJNIH POJMOV

2.4.1 Terorizem

Enotne definicije terorizma ni³. Prav tako ni enotnega odgovora na vprašanje, zakaj je temu tako. Hoffman (1998, 15–28) pravi, da je terorizem težko definirati, ker se je njegov pomen v zadnjih dvesto letih, zaradi prilagajanja različnim političnim diskurzom različnih zgodovinskih obdobj, tolikokrat spremenil. Jenkins (1980, 1–3) poudarja subjektivnost presoje. Trdi namreč, da je to, koga označimo za terorista, odvisno od našega zornega kota, ki odraža našo moralno presojo o tem, kaj je prav in kaj ni.

Teror kot taktiko poleg teroristov uporabljajo tudi drugi akterji. Zato je izjemno težko ločiti terorizem od drugih oblik nasilnega vedenja - gverilskega vojskovanja, konvencionalnega vojskovanja, državljanske vojne, uporov in kriminalne dejavnosti⁴. Jessica Stern trdi, da se terorizem od ostalih oblik nasilja loči v dveh značilnostih. Prvič, gre za uporabo ali grožnjo z nasiljem proti civilistom. In drugič, namen dejanja je zasejati strah med člani ciljne skupine (Mahan in Griset 2008, 3–4).

³ Odsotnost konsenza glede definicije modernega terorizma se odraža tudi na medijskem poročanju. Novinarji uporabljajo različne termine, ko označujejo teroriste, odvisno od interesov in stališča posamezne medijske hiše (Ganor 2005, 5).

⁴ Nekateri avtorji, med njimi Alex Schmid, trdijo, da imata terorizem in kriminal veliko skupnega. Razlika je predvsem v motivih, ki stojijo v ozadju njunega nasilja. Pri teroristih gre za politično naravo nasilja, pri kriminalcih pa je motiv maksimiranje dobička. Nekateri avtorji, med njimi Walter Laqueur, opozarjajo na zmanjševanje razlik med kriminalci in teroristi, prihaja celo do simbioze med njima (Forest 2012, 4–5).

Politiki, vladne agencije in akademiki so spisali vsaj 109 različnih definicij, toliko jih je namreč v svoji raziskavi zaznal mednarodno priznani strokovnjak Alex Schmid. Čeprav ni konsenza glede enotne definicije terorizma, pa lahko razberemo bistvene značilnosti, ki terorizem razlikujejo od ostalih oblik političnega nasilja:

1. »politična narava terorističnih ciljev in motivov,
2. uporaba ali grožnja z uporabo nasilja,
3. njegove psihološke posledice ne čutijo le neposredne žrtve,
4. vodi ga organizacija z jasnim vodstvom in celično strukturo,
5. izvaja ga subnacionalna ali nedržavna skupina« (Hoffman 1998, 39–44).

Državni terorizem, ki je v 20. stoletju povzročil več smrtnih žrtev kot teroristična dejanja nedržavnih skupin, je v številnih definicijah premalo pojasnjen (Henderson 2001, 5–9). Da terorizem lahko izvaja tudi država, dopušča Jenkins. Po njegovem mnenju o tem, ali gre za terorizem ali ne, odloča »narava samega dejanja in ne identiteta storilca ali vzrok, ki se skriva za njegovim dejanjem. Teroristično dejanje je predvsem kaznivo dejanje v klasičnem smislu, tako kot umor ali ugrabitev, ne glede na politične motive« (Jenkins v Fossati 2005, 7–8).

V naši diplomski nalogi bomo sledili Prezljevi definiciji, ki pravi, da lahko terorizem »opredelimo kot načrtovanje, organiziranje, izvajanje in podpiranje nasilnih dejavnosti večinoma proti nedolžnim civilnim ciljem za doseganje političnih ciljev (predvsem v smeri vplivanja na vlade, da sprejmejo ali ne sprejmejo nekatere ukrepe)« (Prezelj 2006, 178).

Terorizem ni nov pojav. Nasilje so v politične namene skozi zgodovino uporabljali različni akterji. Spreminjale so se njihove ideologije⁵, tehnološke in komunikacijske zmožnosti ter viri financiranja. Prave zametke modernega terorizma⁶ najdemo v začetku 20. stoletja (Pettiford in Harding 2005, 35–43). Rapoport govori o štirih valovih terorizma. Med leti 1880 in 1920 so delovali anarhisti, ki so zavračali formalno oblast. Njihova uporaba nasilja je želela sprovcirati pretirano reakcijo vlad, ki bi povzročila splošen upor. Iz tega obdobja izhaja poimenovanje terorističnih dejanj kot »propagande prek dejanj«. Za

⁵ V 20. in 21. stoletju govorimo o štirih tipih terorističnih ideologij: etnonacionalistična ali separatistična, levičarska, desničarska in verska (Forest 20125, 12).

⁶ V modernem terorizmu so žrtve naključne, njihova identiteta ni pomembna; glavni cilj je izzvati anksioznost pri ciljnem občinstvu, ki bo vplivala na spremembo odnosa ljudi do določenega problema, prek pritiska javnega mnenja pa bo v končni fazi spremenila tudi politične odločitve (Ganor 2005, 149).

komuniciranje so uporabljali telegraf in dnevno časopisje, za prevoz železnice. Financirali so se prek kriminalne dejavnosti (Forest 2012, 27–30).

Med leti 1920 in 1960 je sledil protikolonialni val, ki ga je zaznamovalo teroristično nasilje proti kolonialnim silam v Latinski Ameriki in Aziji. Teroristi so si za tarče izbrali policijske, vojaške in kolonialne vladne cilje, z uporabo nasilja pa so želeli pridobiti moč za oblikovanje samostojne države in vlade. Pri svojem delovanju so lahko računali na hitrejšie oblike komunikacije, prevoza in finančnih tokov. Financirali so se prek članov diaspore (Forest, 31–32).

Za razvoj modernega terorizma je bilo prelomno obdobje med leti 1960 in 2000, ki ga Rapoport imenuje val nove levice. Zaznamoval ga je kontekst hladne vojne in ruska podpora levičarskim in marksističnim gibanjem, dekolonizacijski konflikti, revolucionarna gibanja ter naraščajoče nasilje med Izraelci in Palestinci (Forest, 32–34). Vzroke za razvoj moderne teroristične dejavnosti⁷ konec 1960-ih let lahko najdemo v zgodovinskem dogajanju tistih let, ideoloških spremembah in tehnološkem razvoju (Kidder 1990, 136).

Terorizem je namreč tesno povezan s tehnološkim in komunikacijskim razvojem. Razvoj modernega terorizma v 1960-ih letih so omogočile tako novosti na področju vojaške opreme in letalstva kot naslednja faza razvoja množičnega komuniciranja⁸. Televizija je leta 1968 postala glavno sredstvo za razširjanje terorističnih idej globalnemu občinstvu (Kidder, 137–138). Prelomen je teroristični napad, ki so ga 5. septembra 1972 na olimpijskih igrah v Münchnu izvedli člani propalestinske organizacije »Črni september«, in v katerem je umrlo 11 izraelskih športnikov. Večji del napada je svetovna javnost lahko spremljala prek televizijskih kamer, s čimer so teroristi globalni javnosti sporočili svoje očitke in zahteve (Pettiford in Harding 2005, 123–126). Poleg hitrega razvoja televizije so teroristi v tem obdobju izkoristili nasploh hiter tehnološki razvoj (mobilni telefoni; naprave, ki so omogočile sprožitev eksplozij z razdalje) (Forest 2012, 35).

Terorizem se razvije v novo obliko bojevanja - asimetrično bojevanje, za katerega je po Ganorju (2012, 14) značilno:

Ta oblika bojevanja poteka med državo in nedržavnim akterjem ali akterji, med vojsko in militantno skupino, ali med vojsko in organizacijo. Odvija se tako na vojaškem kot

⁷ Rojstvo mednarodnega terorizma sega v leto 1968, ko so palestinski teroristi pričeli z ugrabitvami letal v Evropi (Hoffman 1998, 136-137).

⁸ Leta 1968 so Američani izstrelili prvi televizijski satelit (Hoffman 1998, 137).

medijskem bojišču. V tej vojni lahko ena stran premaga nasprotno vojaško silo na bojišču, obenem pa izgubi bitko v medijih. Zmagovalec asimetričnega bojevanja mora vnesti strah, anksioznost in obotavljanje v vrste nasprotnika, saj s tem zmanjša njegovo željo po neposrednem vojaškem bojevanju na bojišču.

Četrty, aktualni val terorizma, ki zaznamuje obdobje od leta 2000 naprej, je po Rapoportu »verski« val terorizma, ki je tesno povezan s sovjetsko invazijo Afganistana⁹ in islamsko revolucijo v Iranu leta 1979¹⁰. Verske ideologije imajo nekatere skupne elemente:

1. Nasilna dejanja naj bi bila izvedena v imenu boga (višje sile).
2. Dolgoročen pogled na preteklost in prihodnost ter poplačilo v posmrtnem življenju.
3. Superiornost nad neverniki.
4. Absolutističen pogled »ali si z nami ali si proti nam«. Nasprotnike in nevernike se označi s posebnimi izrazi (npr. odpadnik) za to, da se jih razčloveči in upraviči nasilje proti njim.
5. Uporaba dihotomije vrednot (npr. dobro-zlo).
6. Moč manipulacije imajo interpreti verskih tekstov (Forest 2012, 35–37).

Obdobje po letu 2000 zaznamujejo številne tehnološke spremembe, med katerimi velja zlasti izpostaviti razvoj in razširitev uporabe interneta. Dostopnost, pomanjkanje regulative, anonimnost, velik doseg in cenenost so lastnosti interneta, ki so vplivale na odločitev teroristov, da so ga in da ga še vedno v polni meri izkoriščajo pri svojem delovanju. Na internetu teroristične organizacije izvajajo digitalni terorizem s ciljem oškodovanja gospodarske, družbene, vladne in druge infrastrukture; predvsem pa ga uporabljajo kot »sredstvo za širjenje propagande, za komuniciranja med člani skupine, za zbiranje finančnih sredstev, za načrtovanje napadov, za razširjanje znanj o izdelavi in uporabi orožja« (Mahan in Grisct 2008, 289–290).

⁹ Invaziji Sovjetske zveze na Afganistan sledi deset let bojevanja z mudžahedini in tisoči prostovoljcev, ki se odzovejo na poziv k džihadu in s celega sveta pripotujejo v Afganistan, med njimi je bil tudi Osama bin Laden. Leta 1989 se Sovjetska Zveza umakne in mudžahedini razglasijo zmago (Forest 2012, 267–269). Džihadisti so se po zmagi razdelili v tri skupine: prva je ostala v Afganistanu in se združila v Al Kajdo pod vodstvom Osame bin Ladna. Drugo so sestavljali borci, ki so se vrnili v svoje države, kjer so se pridružili islamističnim fundamentalističnim terorističnim organizacijam. Tretjo skupino pa so sestavljali tisti, ki so se želeli vrniti v svoje države, pa jim to ni bilo dovoljeno. Tako so v zahodnih državah pridobili politični azil. Delovali so v spečih terorističnih celicah, predvsem novačili nove člane, zlasti med muslimanskimi imigranti (Ganor 2005, 273–274).

¹⁰ Kiras (2008, 224) izpostavi Islamsko revolucijo v Iranu kot prelomen dogodek v zgodovini mednarodnega terorizma, saj so se po tej revoluciji med tarčami islamističnih teroristov vedno bolj pogosto znašli ameriški državljani in simboli Združenih držav Amerike.

Prav internet in ostale pridobitve moderne informacijske dobe omogočajo najnovejši generaciji modernega terorizma, da se poslužuje najrazličnejših inovativnih taktik (Forest 2012, 54). Vsako obdobje modernega terorizma je namreč zaznamovala prevladujoča taktika. V 1960-ih so se teroristi posluževali predvsem ugrabitev letal. V 1970-ih je bila priljubljena metoda ugrabitev talcev. Od 1990-ih naprej so to bili samomorilski napadi. V zadnjem obdobju pa nov trend na področju terorističnih taktik oblikuje Islamska država. Bistvo njene inovativne taktike je v snemanju dejanj ekstremne brutalnosti (»sekanje glav in rezanje vratov« (Moubayed 2016, 196)) in objavljanju teh posnetkov na spletu (Ganor 2015, 58). Temelj je novemu trendu ekstremnega nasilja postavil Abu Musab al-Zarqawi, ustanovitelj »Al Kajde v Iraku«, neposredne predhodnice Islamske države. Zarqawi, katerega zaščitni znak so bili samomorilski bombni napadi, je s snemanjem in objavljanjem nazornih posnetkov ultra nasilja na svetovnem spletu dosegel, da je bilo brutalnemu nasilju izpostavljeno bistveno večje in bolj raznoliko ciljno občinstvo (Stern in Berger 2015, 19–25).

Najpogosteje¹¹ se sicer teroristi poslužujejo štirih tipov osnovnih taktik:

1. umori prominentnih oseb, poboji civilistov in genocid,
2. ugrabitve prevoznih sredstev (letala, avtobusi, vlaki, ...),
3. ugrabitve in zajetja talcev,
4. bombardiranje in oboroženi napadi (Mahan in Griset 2008, 137–141).

V zadnjem obdobju so te taktike uporabljene na inovativen način in so vgrajene v sofisticirane scenarije, ki so vnaprej natančno načrtovani¹² (Mahan in Griset 2008, 134).

Z uporabo nasilnih taktik teroristi želijo povzročiti strah med različnimi ciljnimi skupinami z namenom doseganja svojih ciljev. Ker se cilji med različnimi terorističnimi skupinami zelo razlikujejo, jih je Nacos (1994, 7–8) razvrstila v tri skupine oziroma tipe ciljev:

1. taktični ali kratkoročni cilji, ki so vezani na specifičen incident (npr. ugrabitev letala in zahteva po izpustitvi zapornikov v zameno za izpustitev talcev). »Čeprav teroristi pogosto niso uspešni pri realizaciji taktičnih ciljev, pa si uspejo zagotoviti publiciteto in medijsko poročanje o motivih v ozadju njihovega delovanja« (Martin 1990, 159).

¹¹ Jenkins (1990, 36) trdi, da 95% terorističnih akcij temelji na teh štirih taktikah.

¹² Kot primer navajamo teroristični napad na Pariz 13. novembra 2015 (BBC News 2015b).

2. strateški ali dolgoročni cilji, ki so vezani na določene tipe skupin (npr. narodna osvoboditev),
3. univerzalni ali prekrivajoči cilji (pridobiti pozornost¹³ ciljnih občinstev, zagotoviti priznavanje svojih zahtev, očitkov in vzrokov ter pridobiti določeno stopnjo spoštovanja in legitimnosti), s katerimi želijo pospešiti realizacijo taktičnih in strateških ciljev.

Da gre pri terorizmu za »boj za moč«, trdi Hoffman (1998, 183–184), ki opiše pet ključnih ciljev terorističnih organizacij. Prvič, teroristi si z dramatičnimi, drznimi in nasilnimi dejanji poskušajo zagotoviti pozornost medijev, prek pridobljene publicitete pa poskušajo predstaviti sebe ter svoje »očitke« in zahteve širšemu občinstvu. Drugič, pri ciljni skupini želijo doseči neke vrste priznanje svojih zahtev ter pridobiti naklonjenost in podporo svojim ciljem. Tretjič, pri ciljni skupini željo doseči priznanje svojih pravic oziroma pravic organizacije, kateri pripadajo. Četrtoč, teroristi poskušajo pridobiti moč za spremembo vlade oziroma družbe v skladu s cilji svoje organizacije. In peti - končni cilj teroristov je izvajanje oblasti oziroma neposreden in popoln nadzor nad določenim ozemljem in prebivalci.

Posamezni cilji teroristov so lahko zelo različni. Jenkins (1990, 34–35) prepozna pet morebitnih ciljev, ki jih teroristi zasledujejo, ko uporabijo nasilje proti civilistom. Prvič, teroristi večinoma želijo pritegniti publiciteto, ki bo očitke teroristične skupine približala javnosti. Povzročeno vzdušje strahu pa bo v javnosti ustvarilo občutek, da je teroristična grožnja veliko večja in pomembnejša kot v realnosti je. Drugič, teroristi želijo prisiliti nasprotnika, da popusti njihovim zahtevam (npr. plačilo odkupnine v primeru ugrabitve talca). Tretjič, s terorističnimi dejanji želijo uničiti družbeni in socialni red ter povzročiti kaos na določenem območju. Četrtoč, nekateri teroristi se želijo maščevati. In petič, teroristi si želijo zagotoviti ubogljivost svojih članov. Da želijo teroristi izzvati pretirano reakcijo s strani države, dodaja Pavič (2009, 32). Picard (1993, 13) pa opozarja, da včasih teroristi prek uspešnega terorističnega napada krepijo moralo svojih članov.

Teroristi imajo zaradi svoje narave omejen dostop do tradicionalnih medijev. S terorističnim dejanjem poskušajo vzpostaviti razmere, v katerih bodo mediji posredovali njihova sporočila ciljni publiki. Pogosto pa je samo teroristično dejanje že sporočilo, ki ga teroristi želijo prenesti ciljni publiki. V tem primeru govorimo o propagandi prek dejanj, ki je

¹³ Tako množičnih medijev, javnosti kot odločevalcev.

sama že cilj teroristov. Picard navaja nekaj sporočil, ki jih teroristi prek propagande prek dejanj pošiljajo ciljnim občinstvom:

1. »Teroristi so učinkoviti.
2. Teroriste je potrebno jemati resno.
3. Niso vsi v družbi zadovoljni s statusom quo.
4. Oblasti nimajo vsega pod nadzorom« (Picard 1993, 13–14).

Propaganda prek dejanj je najbolj učinkovita v primeru obsežnega pokola oziroma brutalnega nasilja. Prav slednje pa zaznamuje aktualno obdobje modernega terorizma, ki se od prejšnjih razlikuje tudi zaradi sofisticirane uporabe medijev s strani dominantne teroristične organizacije - Islamske države. S skrajno apokaliptično salafistično-džihadistično ideologijo in inovativnimi taktikami je bistveno vplivala na izoblikovanje petih trendov, ki so značilni za to obdobje:

1. Nov pogled na spektakularne teroristične napade. Teroristi se odločajo za več koordiniranih napadov, ki so manjšega obsega in pri katerih je uporabljena enostavnejša tehnologija, njihov učinek pa je zelo velik. Prvič, terorizirajo različne ciljne skupine. Drugič, pritegnejo pozornost medijev in si zagotovijo publiciteto. Tretjič, dosežejo pretirano reakcijo oblasti. Četrto, tudi neuspeh napad predstavlja uspeh, saj z njim uspejo ustvariti izredne razmere in paniko.
2. Manj pomembna je pripadnost teroristični organizaciji, bolj pomembna je pripadnost ideologiji.
3. Uporaba propagande za spodbujanje napadov »volkov samotarjev«. Teroristične organizacije prek družbenih medijev ustvarijo nerealno sliko o sebi z namenom spodbujanja podpornikov, da izvedejo napade v njihovem imenu. Strategija sporočanja je podobna vsiljenim sporočilom (»spamu«).
4. Osredotočenost na osvajanje ozemelj. Teroristične organizacije osvojijo ozemlje, vzpostavijo nadzor in se samookličejo za legitimne države (kalifate). Dolgoročno preživetje pa si poskušajo zagotoviti prek indoktrinacije otrok s sovraštvom in nasiljem. Čeprav bo določena organizacija uničena, bodo za njo ostale generacije otrok, ki bodo poznale le sovraštvo in nasilje. Ideologija bo torej preživela uničenje organizacije.
5. Javno prikazovanje brutalnosti. Teroristična organizacija izvaja brutalno nasilna dejanja na javnih mestih pred občinstvom, obenem pa jih tudi posname in

videoposnetke razširi prek družbenih medijev množičnemu občinstvu (The Soufan group 2015b).

Ugotovimo lahko, da je uporaba medijev sestavni del terorizma. Teroristi želijo z uporabo nasilja izzvati anksioznost med ljudmi, s pomočjo medijev lahko to dosežejo ne le med neposrednimi žrtvami terorističnega dejanja, temveč tudi med različnimi ciljnimi skupinami, ki so nasilju izpostavljene prek medijskih kanalov. Teroristi pogosto izvedejo teroristični napad, ki je že sam po sebi sporočilo, ki ga želijo prenesti ciljnim skupinami. Gre za t.i. propagando prek dejanj. Pogosto pa teroristi z uporabo nasilja le ustvarijo razmere (vzbudijo pozornost medijev in si zagotovijo publiciteto), v katerih medijih posredujejo njihova sporočila ciljnim skupinam. Z razvojem množičnih medijev, zlasti televizije in interneta, moderni teroristi veliko učinkoviteje razširjajo svoja sporočila in ideje globalnemu občinstvu. Prav razvoj interneta je teroristom omogočil učinkovitejše delovanje. Internet ne uporabljajo le za širjenje svojih propagandnih sporočil, temveč tudi za spletno komuniciranje, zbiranje finančnih sredstev, podporo pri načrtovanju in izvedbi napadov, spletno izobraževanje in učenje terorističnih veščin, ne nazadnje pa na internetu teroristi izvajajo tudi digitalne teroristične napade, s katerimi med drugim poskušajo oškodovati infrastrukturo ciljnih držav. Mediji so orožje v rokah teroristov.

2.4.2 Radikalizacija in novačenje

Uspeh teroristične organizacije je odvisen od njene sposobnosti za radikalizacijo in novačenje posameznikov, saj za svoje delovanje potrebuje »zveste privržence«, ki sprejmejo njeno ideologijo, strategije in taktike ter so v določenih primerih pripravljeni tudi ubijati v njenem imenu. Radikalizacija posameznika poteka prek »kompleksnih in dinamičnih interakcij z ideologijo in drugimi značilnostmi teroristične skupine (vodstvo, zgodovina, ugled), ob ustrezni osebni motivaciji (psihološke značilnosti, vera, osebni »očitki«) in pod vplivom družine, prijateljev, verskih ali skupnostnih vodij«, ki so naklonjeni ideologiji skupine« (Forest 2012, 80).

Odločitev za terorizem je stvar posameznika¹⁴, ki mora sprejeti številne odločitve v procesu radikalizacije. Najprej se mora odločiti, ali podpira politično nasilje. Če ga podpira,

¹⁴ Na odločitev posameznika, da se pridruži teroristični organizaciji, vplivajo zunanji in notranji dejavniki. Zunanje dejavnike predstavlja posameznikovo doživetje dogajanja na lokalnem in globalnem nivoju (vojaški konflikt, genocid, šibka država, nedostopnost izobraževanja, socialnih storitev, ...). Notranji dejavniki pa so povezani s posameznikovimi potrebami in njegovo oceno, kaj mu bo članstvo v določeni teroristični organizaciji prineslo (pripadnost, denar, smisel) (Stern in Berger 2015, 81–83).

sledi druga odločitev, ali se pridruži skupini, ali jo bo le finančno podprl oziroma ji nudil varno zatočišče. Če se odloči za pridružitve skupini, se mora odločiti še glede vloge, ki jo želi odigrati. Izbira lahko med vodstveno, logistično in operativno vlogo (Forest 2012, 82–82).

Na odločitev posameznika vpliva teroristična organizacija (z ideološkim opravičevanjem nasilja, urjenjem, materialno podporo), osebe, ki so posamezniku blizu oziroma jih dojema kot pomembne¹⁵ (družina, prijatelji, vzorniki) ter učitelji in verski voditelji¹⁶, ki interpretirajo lokalne in globalne dogodke (Forest 2012, 88–89). Med dejavniki, ki jih učitelji oziroma verski voditelji, izkoriščajo kot motivacijski element, so tudi protiteroristični ukrepi¹⁷ (Nacos 2006, 44).

Osrednji proces radikalizacije je vplivanje na posameznika prek besed in podob. Ključno vlogo pri tem odigra mnenjski voditelj (*influencer*), ki je odličen komunikator, saj ideologijo artikulira na tak način, da se posameznik poistoveti z njo, in je v njenem imenu pripravljen tudi izvesti teroristični napad. Z razvojem interneta so mnenjski voditelji pridobili učinkovito orodje za radikaliziranje, saj jim je na dosegu globalna javnost, le način komuniciranja morajo prilagoditi kontekstu posameznika, ki ga poskušajo radikalizirati (npr. uporaba lokalnega jezika) (Forest 2012, 90–91).

Novačenje (proces vključevanja posameznika v obstoječo teroristično celico) temelji na govorni, pisni ali spletni komunikaciji, sporočila tovrstne komunikacije pa so oblikovana na način, da spodbujajo razvoj posameznikove želje po ubijanju v imenu organizacije. Novačenje lahko poteka kjerkoli, kjer se ljudje srečujejo, tako v realnem kot virtualnem svetu. V realnem svetu novačenje najpogosteje poteka v izobraževalnih ustanovah (šole in univerze), verskih institucijah (mošeje, cerkve) in zaporih. Ugodne pogoje za novačenje predstavljajo kriminalna omrežja, ki imajo dobro razvito logistično podporo za trgovino z orožjem, ljudmi in drogami (Forest 2006, 2–8).

Razvoj interneta je omogočil novačenje v virtualnem svetu, ki teroristični organizaciji omogoča dostop do globalnega občinstva. Novačenje poteka v treh korakih:

¹⁵ Sageman (v Weimann 2006, 56) trdi, da so »notranje vezi med člani teroristične celice najbolj pomembne, ker nudijo čustveno in socialno podporo, skupno identiteto in spodbudo za sprejetje nove vere«.

¹⁶ Radikalni imami so izgubili na veljavi v zadnjih letih, pomembnejši so postali t.i. aktivisti (Neumann 2008, 59).

¹⁷ Npr. vojaško posredovanje, ki povzroči nove smrtne žrtve, grozljivi posnetki mučenj zapornikov, ... (Nacos 2006, 44).

1. Teroristična organizacija mora najprej pridobiti podatke o ciljnih subjektih - posameznikih, ki so dovzetni za sprejetje radikalnih idej.
2. Ko teroristična organizacija najde primerne podpornika, ga mora izolirati od vseh, ki nasprotujejo njeni ideologiji.
3. Svoja ideološka sporočila mora prilagoditi kulturi in načinu življenja posameznika, ki ga želi pridobiti v svoje vrste. Posameznikom se približa prek spletnih propagandnih kampanj, glasbe in videoigric (Gruen 2006, 11–14).

Posameznik postane del spletne skupnosti, ki mu omogoča 24-urno komuniciranje s podobno mislečimi, od katerih dobi podporo in priznanje. Istočasno pa je posameznik v tej spletni skupnosti deležen istovrstnih sporočil. Ko je posameznik dobro vključen v spletno skupnost, agent novačenja vzpostavi direkten kontakt z njim prek spletne pošte. V trenutku, ko teroristična organizacija zazna, da posameznik dvomi v svoja prepričanja in ne ve, kje mu je mesto v družbi, mu sama ponudi »mesto v družbi« in cilj, ki naj ga zasleduje (Gruen 2006, 14–16). V procesu radikalizacije in novačenja si teroristi pomagajo z različnimi orodji: učbeniki in izobraževalni videi, ki povečujejo terorizem; knjigami, manifesti in časopisnimi članki, kasetami, CD-ji, DVD-ji (Nacos 2006, 45–48).

Čeprav raziskovalci trdijo, da je spletna komunikacija učinkovita, se strinjajo, da je komunikacija med agentom novačenja in njegovo »žrtvijo« v realnem svetu bolj učinkovita (Gruen 2006, 14). Tudi zaradi strahu pred infiltracijo vohunov glavni del novačenja poteka v realnem svetu, internetne storitve teroristi uporabljajo le za začetno fazo novačenja (identifikacija, profiliranje in izbor potencialne »žrtve«) (Weimann 2006, 60).

Internet lahko olajša prvo fazo novačenja iz treh razlogov:

1. Enostaven dostop do propagandnega materiala, ki je v obliki videoposnetkov in fotografij objavljen na spletu; do verskih in političnih sporočil, ki služijo krepitvi zavezanosti in predanosti posameznikov ideologiji.
2. Iskanje informacij o ideologiji in približevanje podobno mislečim je na internetu veliko manj tvegano dejanje kot v realnem svetu.
3. Internet omogoči oblikovanje virtualne skupnosti podobno mislečih posameznikov, v kateri so normalni in sprejemljivi ekstremistični pogledi in predlogi, ki so sicer v realnem svetu nesprejemljivi (Neumann 2008, 54–56).

Z razvojem uporabe interneta se je pojavila nova oblika radikalizacije in novačenja, za katero je značilno, da se posameznik radikalizira sam s pomočjo interneta. Govorimo o t.i. volkovih samotarjih. Proces radikalizacije poteka v celoti v virtualnem svetu brez odhoda v islamistične centre za urjenje in brez fizičnih stikov z džihadisti (Neumann 2008, 56–58).

2.4.3 Propaganda

Pojem propaganda izvira iz leta 1622, ko papež Gregor XV. ustanovi kolegij za miroljubno širjenje katoliške vere, poimenovan »Sacra Congregatio Propaganda Fide«. S francosko revolucijo je propaganda umeščena tudi na politično področje, pridobi pomen bojevanja proti političnim nasprotnikom, ideologija pa postane njen temelj. Med prvo svetovno vojno propaganda dobi slabšalni prizvok sovražne dejavnosti in postane del vojaške strategije¹⁸, kar velja tudi med drugo svetovno vojno. Med hladno vojno se odnos med propagando in vojskovanjem še okrepi. Totalno vojno zamenja psihološka vojna, v kateri vojaške sile zamenjajo propaganda, diplomatska aktivnost in ekonomski ukrepi (Splichal 1975, 12–20).

Propagandne tehnike se ne uporabljajo le na političnem in verskem področju pač pa so se s časom uveljavile tudi na družbenem in komercialnem. Picard tako pravi, da je propaganda »oblika komunikacije, ki poskuša prepričati ali manipulirati z mnenji posameznika ali skupine glede političnih, verskih, vojaških, ekonomskih ali družbenih ciljev« (Picard 1993, 45).

Z razvojem propagandnih tehnik¹⁹, njihovo uporabo na novih področjih ter z družbenimi spremembami so se spreminjale tudi definicije propagande (Splichal 1975, 21). Do poenotenja ni prišlo. Daugherty in Janowitz (v Malešič 1997, 32) jo definirata kot »načrtno razširjanje novic, informacij, posebnih argumentov in pozivov z namenom vplivanja na prepričanja, misli in dejanja določene skupine«.

Tehnološki razvoj in zlasti razvoj množičnega komuniciranja po prvi in drugi svetovni vojni sta odločujoče vplivala na propagando. »Propaganda se je spremenila v širjenje miselnih vzorcev s pomočjo množičnih medijev« (Vreg 2000, 117). Pomen razvoja množičnega komuniciranja je v svojo definicijo vnesel Martin (Splichal 1975, 22), ki propagando opisuje

¹⁸ Rezultat vojaškega spopada je odvisen od vojaške moči in psihične pripravljenosti vojakov ter prebivalcev. Na psihično pripravljenost pa učinkuje propaganda (Splichal 1975, 15).

¹⁹ Propagandne tehnike poskušajo vplivati na čustvene (najbolj učinkovite), spoznavne ali vedenjske komponente stališč. Princip delovanja temelji na blatenju nasprotnika ali olepševanju svojih ljudi (Pečjak 1995, 150).

kot »poskus sistematičnega vplivanja preko množičnih komunikacij na mišljenje in s tem na vedenje ljudi, skladno z interesi neke skupine«.

Konsenza glede definicije propagande ni, so pa poskusi iskanja njenih temeljnih značilnosti. Splichal (1975, 28–30) tako med temeljne značilnosti uvršča komunikacijo; zavestnost, načrtovanost in organiziranost ter poskus vplivanja na ljudi. Malešič (1997, 34) dodaja usmerjenost k določeni ciljni skupini in učinkovitost.

Za naše delo je najbolj primerna definicija Ellula (Splichal 1975, 23), ki »propagando opredeli kot celoto metod, ki jih uporablja organizirana skupina z namenom, da bi v svojo akcijo aktivno ali pasivno vključila množico posameznikov, ki jih s psihološkimi manipulacijami psihološko povezuje in vključuje v organizacijo«.

Propagand je več vrst. Daugherty in Janowitz (v Malešič 1997, 32) propagando razvrstita glede na vir. Propaganda, pri kateri je vir informacije znan, je bela. Ko je vir neznan, govorita o črni propagandi. Pri sivi propagandi tako kot pri črni gre za izkrivljanje informacij, pri čemer siva propaganda »uporablja resnične podatke, vendar skrbno izbrane glede na javnost in namen« (Pečjak 1995, 135–140). Bela propaganda ni učinkovita v kriznih časih, črna propaganda pa je učinkovita ob pogoju, da do ljudi ne prihajajo nasprotna informacije. Ljudje bolj verjamejo sivi propagandi kot črni (ibid.).

Propagandno delovanje zaznamujejo tako pravila kot načela. Domenach je razbral sedem pravil:

1. *Pravilo poenostavljanja, katerega bistvo je poenostavljen politični program in učinkovito propagandno besedilo (slogan).*
2. *Pravilo »sovražnika«, ki prinaša ideološko izključitev neskladnih konceptov.*
3. *Pravilo »povečevanja«, ki pomeni poudarjanje enega vidika in zamolčanje nezaželenih dejstev (črno-bela tehnika, dezinformacije, ...).*
4. *Pravilo »orkestriranja«, ki prinaša ponavljanje istih tem, vsebin ali idej z besedo, zvokom ali sliko.*
5. *Pravilo kohezivnosti in »okuženja« vključuje med drugim kolektivno vedenje, norme, pritiske skupin in skupinskega razmišljanja.*
6. *Pravilo transfuzije vključi propagandne cilje v že obstoječe mite, arhetipske vzorce, in podobne iracionalne pojave.*

7. *Pravilo protipropagande, katerega bistvo je preučitev in uničenje nasprotnikove propagande ali političnega nasprotnika* (Domenach v Vreg 2000, 120–121).

Temeljna načela propagande pa so štiri. Prvič, sporočila morajo biti privlačna in enostavno razumljiva. Drugič, sporočila morajo biti skladna z osebnostnimi, skupinskimi in družbenimi vrednotami. Tretjič, načelo nepredvidljivost sporočil. In četrtič, sporočilo mora odgovarjati na potrebe ciljne skupine, kar pomeni, da mora sporočilo prinašati biološko, materialno, socialno ali psihološko korist članom ciljne skupine (Vreg 2000, 121).

Zaradi množičnega občinstva so najbolj učinkovito propagandno sredstvo²⁰ množični mediji, ki imajo »moč, da podelijo ugled, veljavo in status osebam, mnenjem in institucijam« (Vreg 2000, 163). S psihološkega vidika je prednost tiska, najstarejšega množičnega medija, v njegovem sugestivnem²¹ vplivu na ljudi. Prednost radia je v tem, da ga lahko poslušajo vsi, saj je poslušanje manj zahtevno in manj naporno kot branje. Poleg tega pa močneje učinkuje na čustva, saj dodaja glas in nas locira v samo središče dogajanja (Pečjak 1995, 160–165).

Do razvoja interneta in družbenih medijev je bil najučinkovitejši medij televizija, saj je omogočala doživljanje dogodkov prek vida in sluha. Psihološke prednosti televizije so po Pečjaku tri. Prvič, televizija na takšen način predstavi »realnost«, da se gledalci enostavno identificirajo z televizijskimi akterji in prek njih izživijo svoja sicer pasivna življenja. Drugič, televizijo ljudje gledajo v družbi, na tak način se mnenja hitreje širijo med njimi. Tretjič, gledalci so pasivni sprejemalci novic in zato so bolj dovzetni za predvajana sporočila (Pečjak 1995, 165–166).

Interaktivnost je glavna značilnost, ki so jo uveljavile nove medijske tehnologije. Z internetom in njegovimi spletnimi storitvami (zlasti spletom in spletom 2.0) je posameznik postal vir in prejemnik informacij, uporabnik sam išče in izbira informacije, obenem pa lahko informacije tudi pošlje »v svet«. Novi mediji so iz pasivnega sprejemalca informacij naredile aktivnega uporabnika novih tehnologij (Pavlik 1998, 137).

²⁰ Poleg množičnih medijev propaganda uporablja tudi druga sredstva: letake, nalepke, knjige, kovance, igre, filme, ipd. (Vreg 2000, 161).

²¹ »To, kar se govori, mogoče ni res, kar pa se piše, naj bi bilo res.« (Pečjak 1995, 162)

2.4.4 Mediji

Sodobna družba je informacijska družba²², v kateri imajo informacije velik pomen. Moč in vpliv pa v takšni družbi leži v rokah posrednikov informacij - medijev, ki pa niso le posredniki. Z oblikovanjem novic²³ mediji prevzemajo tri vloge. Prvič, vlogo »prednostnega tematiziranja« (»agenda-setting«²⁴), ki jim nalaga, da v množici tem izberejo »najpomembnejše« - tiste, ki jih bodo predstavili občinstvu in okrog katerih bo potekala javna razprava. Drugič, pripravljalno vlogo (priming role), v okviru katere mediji s svojim poročanjem usmerijo pozornost občinstva na določeno temo in ga pripravijo na sprejemanje določenih informacij. Tretjič, ocenjevalno vlogo (evaluative role), ki medijem omogoča ponujanje razlag in predlaganje rešitev. Opisane vloge dajejo medijem moč, saj postanejo soustvarjalci realnosti²⁵, saj nezavedno podpirajo eno interpretacijo dogodkov (Jackson 2005, 164–165).

Mediji realnost soustvarjajo s svojim diskurzom. Z jezikom - izbiro besed, ki niso nikoli nevtralne²⁶, oblikujejo splošna prepričanja in znanje o nekem področju, s tem pa ne vplivajo le na obnašanje in odločanje ljudi²⁷, temveč tudi na politični odločevalski proces. (Jackson 2005, 21–22) To pa jih postavlja v položaj ranljivega subjekta, saj vedno obstaja nevarnost, da bodo podlegli manipulacijam s strani političnih akterjev²⁸ (Jackson 2005, 164–165). Nosilci oblasti se namreč zavedajo, da je uspešnost nadzora nad množicami odvisna od nadzora nad znanjem in informacijami (Donohue in drugi 1973).

²²»Posplošen izraz informacijska družba se nanaša na tehnološke spremembe v razvitih družbah in na družbe, kjer so najpomembnejše družbene in gospodarske dejavnosti skoncentrirane v informacijski in komunikacijski dejavnosti.« (Poler 1997, 28) To je družba, kjer so »znanje in informacije glavni vir bogastva, moči in zaposlitev« (Pavlik 1998, 376).

²³ Izbira, interpretacija in posredovanje določenih tem na račun drugih (Jackson 2005, 164–165).

²⁴ »Agenda-setting je politični proces, v katerem množični mediji igrajo ključno vlogo tako, da omogočajo, da se družbeni problemi vzpostavijo kot javne zadeve.« (Luthar in Dejan 2012, 62).

²⁵ »Množični mediji o dogodku ne le poročajo, ampak sodelujejo v nastajanju podob o dogodkih, ki jih naslovniki dojemajo kot nekaj, kar se je res (in točno tako) zgodilo.« (Poler 1997, 23)

²⁶ Jackson navaja tri argumente zakaj izbira in uporaba besed ne more biti povsem objektivna. Prvič, jezik temelji na binarni strukturi, kar pomeni, da ima vsaka beseda svojo opozicijo (npr.: civilizacija/barbarstvo, dobro/slabo, moderno/primitivno), pri čemer je en pol družbeno pozitiven, drugi pa negativen. Drugič, jezik vpliva na naše zaznavanje, posledično na razumevanje sveta. Vpliv ima na kognitivne procese. Izbira besed vpliva na način, kako razmišljamo o določenem problemu in tudi na proces sprejemanja odločitev. Ne nazadnje, od izbire besed je odvisno tudi čustvovanje. Določene besede nas prestrašijo, druge razjezijo, tretje razveselijo. Tretjič, besede imajo svojo zgodovino - besede so svoje pomene dobile tekom dolgega procesa ponavljanja in uporabe v določenih kontekstih (Jackson 2005, 21–22).

²⁷ »Mediji diktirajo naše življenjske sloge in navade, postavljajo vrednote in določajo smer našega pogleda« (Košir 2003, 187).

²⁸ »Kapitalski, politični in državni upravljavci z mediji skušajo skupinske interese prikazati kot obče in skupne.« (Vreg 2000, 61)

Pomen medijev je še toliko večji v kriznih časih. Mediji so glavni komunikacijski kanal med političnimi akterji in družbo. Istočasno pa so tudi glavni vir, prek katerega ljudje dobijo informacije o javnih zadevah (Jackson 2005, 164–165). Poleg informacijske funkcije²⁹ (imenovane tudi nadzorna), ki omogoča seznanjanje občinstva z dogodki, mediji opravljajo še interpretacijsko funkcijo, ki omogoča oblikovanje javnega mnenja; socializacijsko funkcijo, ki prek prenosa znanja, vrednot in norm vzgaja, ter zabavno funkcijo, ki omogoča razvedrilo in sprostitve občinstva (Erjavec in Volčič 1999, 10). Čeprav je informiranost javnosti odvisna od udejanjanja informacijske (informativne) funkcije medijev, pa tej funkciji sodobni množični mediji ne dajejo prioritete (Poler 1997, 28).

Kot trdi Koširjeva si je logika dobička podredila vse ostale funkcije medijev. »Novinarsko poročanje se spreminja v industrijo zabave, ki občinstvu ponuja preproste, dinamične, napete podobe, nabite s čustvi« (Košir 2003, 189). Pri čemer se pod zabavo uvrščajo tudi grozljivi posnetki³⁰, ki »vse bolj vzburjajo in dražijo, ki premaknejo od šokantnih podob otopeli dražljajski prag« (ibid.). Zanje velja največje povpraševanje³¹, zato dosegajo najvišje cene in s tem tudi cilj, ki ga zasledujejo tisti, ki držijo v rokah vzvode moči. Finančniki, ki so na čelu tudi medijskih korporacij (Košir 2003, 189–190).

V družbi, kjer je glavno vodilo zasledovanje dobička, se ta princip razširi tudi na področje informativnega programa. Pripravo novic v tem primeru vodi misel na to, kako oblikovati končno novico, da bo »pritegnila občinstvo in izkoristila ekonomski potencial trga« (Day v Poler 1997, 32). V »tržno naravnem novinarstvu« (McManus v Poler Kovačič in Erjavec 2011, 69) se vloga novinarja v sporočanjanskem procesu bistveno spremeni:

1. Faza: Zbiranje informacij postane pasivno. Informacije niso rezultat novinarjevega spraševanja in preverjanja, ampak interesa tistega, ki je informacije novinarju dostavil. Novica pa ni v interesu javnosti, temveč predvsem vira.

²⁹ Informacijska oziroma nadzorna funkcija množičnih medijev sta bistveni za demokracijo. Sparks zato množične medije imenuje »psi čuvaji«. Njihova naloga naj bi bila opozarjanje javnosti na zlorabe oblasti (Sparks v Poler 1997, 29).

³⁰ »Ubijanje že tudi naši otroci percepirajo kot zabavo. Smrt nima opraviti z življenjem, temveč je medijski akt, ki fascinira. Zato je tudi najbolj prodajano blago.« (Košir 2003, 189)

³¹ Poler povzema ameriškega novinarja Jeremyja Iggersa, ki pravi, da »se o bralcih raje govori kot o kupcih in o časopisu kot o proizvodu. Novinarske odločitve vedno bolj temeljijo na tržnih raziskavah o tem, kakšne vrste stvari želi javnost izvedeti, ne pa na profesionalnih novinarskih ekspertizah o tem, kaj mora vedeti« (Poler 1997, 31).

2. Faza: Izbor informacij je vezan na rezultate tržnih raziskav. Novinar izbere teme, ki se »dobro prodajajo«³² in ne teme, za katere na osnovi svojega strokovnega znanja meni, da mora javnost o njih vedeti.
3. Faza: Novinar ne vzpostavi kritične distance do informacije in novico tvori z ene točke pogleda (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 68–73).

Kot zapiše Koširjeva (2003, 65) novinar v »sodobnem medijskem spektaklu« ni več zavezan javnosti, temveč dobičku. Polerjeva (1997, 35) pa dodaja, da »doba množičnih medijev potrebuje etiko, ki zapoveduje, da je treba človeka nagovarjati kot osebo in ne stvar, kot cilj in ne sredstvo«.

Javnosti sta v sodobni družbi na razpolago dve vrsti medijev - tradicionalni (tisk³³, radio, televizija (Glej tabelo 2.4.5.1)) in novi mediji (internet). Tehnološki razvoj in nove tehnologije (telefon, radio, televizija, satelitske komunikacije, računalnik, internet) so namreč spremenile tako naš način komuniciranja kot dostopanja do informacij (Pavlik 1998, 1). Še več. Razvoj interneta in novih oblik spletnih medijev (spleta 2.0 oziroma družbenih medijev) je »državljanom omogočil, da so aktivno posegli v monopol novinarstva pri ustvarjanju in posredovanju informacij« (Bašić Hrvatinić in Kučić 2013, 216).

Tabela 2.1: Osnovne značilnosti tradicionalnih medijev

Časopis	Radio	Televizija
• podrobnejša predstavitev informacij (kontekst, ozadje dogodkov, analiza) • interpretacija informacij (npr. komentar)	• primarna aktualnost • glasba	• sekundarna aktualnost • razvedrilo

Vir: Erjavec in Volčič (1999, 11).

³² Teme, ki zanimajo širok krog občinstva so kriminal, nasilje, spolnost, šport, zabava ipd. (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 70).

³³ Razvoj tiskanih časopisov je omogočil tiskarski stroj, ki ga je leta 1440 izumil Gutenberg. Prvi časopisi, ki so opravljali predvsem informativno funkcijo, so začeli redno izhajati v 17. stoletju. V 18. stoletju se poleg informativnega tiska razvije mnenjski tisk, kar postavi časopise za nosilce javnega mnenja. Pomeni pa tudi razvoj uredništva. 19. stoletje zaznamuje najprej razvoj komercialnega tiska, konec stoletja pa tudi popularnega (Erjavec in Volčič 1999).

Tudi zaradi konkurence interneta so se tiskani mediji na Zahodu v zadnjih desetih letih znašli v krizi³⁴. Razloge lahko najdemo še v spremenjenih navadah bralcev, gospodarski krizi in umiku oglaševalcev (Bašić Hrvatinić in Kučić 2013, 222). Upadanje prodaje časopisov so mediji reševali na svojih spletnih straneh. Nekateri preko oglaševanja, drugi prek plačljivega dostopa. Nekateri bolj, drugi manj uspešno. Ne glede na izzive pa Schifffrin ostaja prepričan, da je »potreba po tradicionalnem delovanju tiska, ki omogoča novinarsko distanco, poglobljeno informacijo, analitično refleksijo in poznavalski komentar, velika«. (Schifffrin 2013, 246).

Tisku je na prelomu 20. stoletja konkurenca postal radio, ki se je do sredine 30. let trdno uveljavil. Najstarejši elektronski množični medij ima pred tiskom in televizijo prednost v treh pogledih. Prvič, zaradi hitrosti in fleksibilnosti je njegova največja prednost ažurnost. Informacijo lahko najhitreje posreduje poslušalcem. Drugič, njegova produkcija je v primerjavi z ostalima tradicionalnima medijema, najcenejša. Tretjič, radio ima najbolj fleksibilno programsko shemo, ki jo lahko precej enostavno spreminja (Erjavec in Volčič 1999, 22).

Televizija³⁵, najmlajši tradicionalni medij, se je od predhodnikov razlikovala predvsem po tem, da je občinstvu nudila neposredni slikovni in zvočni prenos dogajanja. Gledalca je prepričala, da je v središču dogajanja tudi prek kombiniranja slike, besedila, zvoka in glasbe. Ker je uspela ustvariti realnejšo podobo stvarnosti, se je gledalec z lahkoto vživel v dogajanje, identificiral z junaki na ekranu in prek njih zadovoljil tudi lastne potrebe (Erjavec in Volčič 1999, 26).

Tradicionalni mediji po Žilič Fišerjevi (2007, 27) niso v zatonu. Televizija ostaja glavni vir informiranja³⁶ o dogajanju v družbi za večino ljudi. Kot taka ostaja najvplivnejši množični medij za prenos političnih informacij in s tem za spodbujanje sprememb v družbi. Morala pa se bo prilagoditi izzivom, ki jih prinašajo novi mediji. Razviti bo morala produkte, ki bodo pravi odgovor na večjo individualnost in interaktivnost, ki ju omogočajo nove medijske tehnologije (Žilič Fišer 2007, 27–45). Tudi za prejšnja obdobja namreč velja, da kljub temu, da so s tehnološkimi inovacijami v ospredje prihajali novi mediji - tako smo doživeli »čas

³⁴ V zadnjih desetih letih je naklada slovenskih tiskanih dnevnikov padla skoraj za polovico (Bašić Hrvatinić in Kučić 2013, 216). Povprečna prodana naklada v letu 2015: Slovenske novice 62.168, Delo 31.817, Dnevnik 23.202, Večer 22.516 in Finance 7847 prodanih izvodov (Delo 2016).

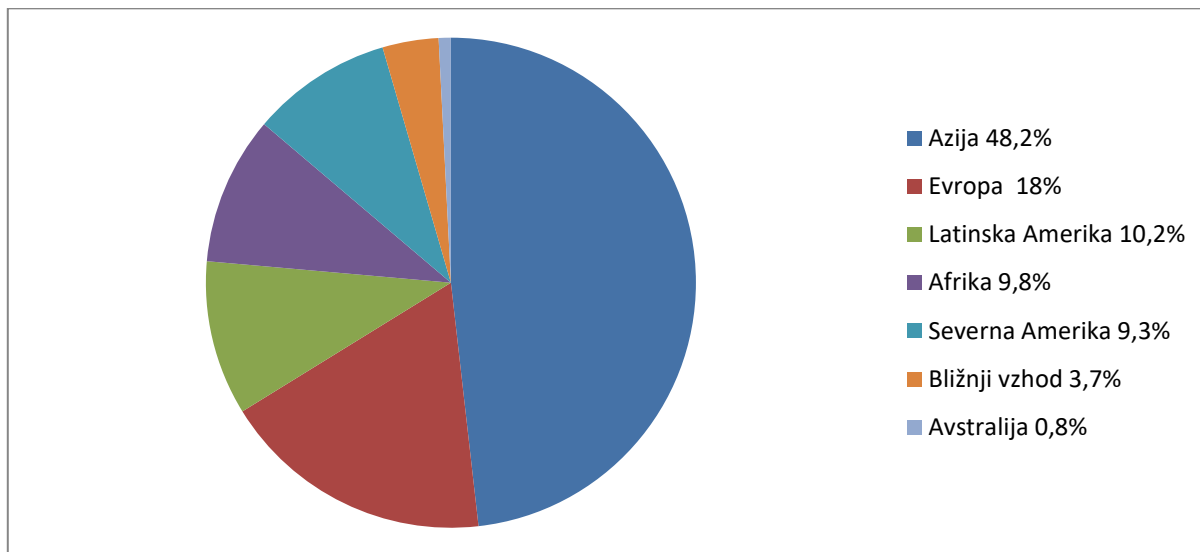
³⁵ Televizija je bila občinstvu prvič predstavljena na berlinski razstavi leta 1931 (Erjavec in Volčič 1999, 25).

³⁶ Sodeč po podatkih Mediane za leto 2014 o spremljanju televizije v Sloveniji televizija med tradicionalnimi mediji ostaja najbolj spremljan medij, informativne oddaje pa med najbolj gledanimi televizijskimi oddajami (AKOS 2015).

radia«, »čas televizije« in sedaj »internetno dobo« - pa le-ti niso izpodrinili prejšnjih, temveč so sobivali (Briggs in Burke 2005, 258).

Internet, katerega »prodor se je začel med septembrom 1993 in marcem 1994« (Briggs in Burke 2005, 302), je z leti pridobival vedno več uporabnikov³⁷. Novembra 2015 je internet uporabljalo 46.4 % svetovne populacije (Glej Sliko 2.1) (Internet World Stats).

Graf 2.1: Porazdelitev internetnih uporabnikov po regijah



Vir: Internet World Stats

Internet je uporabnikom ponudil storitve³⁸, s katerimi so bile odprte nove možnosti komuniciranja. Glavna sprememba je aktivna vpletenost uporabnika, ki na spletu išče in nadzoruje informacije³⁹ ter komunicira. Z razvojem spleta 2.0⁴⁰ pa vse več tudi komunicira z drugimi uporabniki interneta (Suhadolc 2007, 19–21).

Spletni mediji v primerjavi s tradicionalnimi lahko izkoristijo več prednosti:

1. Takojšnjost objavljanja novosti. Spletni mediji omogočajo posodabljanje novic v realnem času (Allan 2006, 23–26).

³⁷ Novembra 2015 je 78,3% državljanov EU in 72,8% državljanov Slovenije uporabljalo internet (Internet World Stats).

³⁸ Internet uporabnikom ponuja množico storitev. Med njimi svetovni splet (zbirko spletnih strani), elektronska pošta (izmenjava sporočil), takojšnje sporočanje in predvajanje multimedijskih vsebin (video, glasba, animacije, radijske postaje, televizijski programi) (Šuler 2012, 5–6).

³⁹ Schiffrin (2013, 247–248) opozarja na dve slabosti spleta. Prvič, vpliv na bralne navade ljudi. Kot pravi jih do določene mere tudi spreminja, saj si ljudje ne vzamejo časa za branje celotnih člankov, ampak se zadovoljijo že s kratkimi naslovi. Drugič, širjenje napačnih informacij prek spleta. Verodostojnost je težko preverljiva na spletu.

⁴⁰ Splet 2.0 obsega nabor spletnih dejavnosti in spletnih orodij nove generacije, ki uporabniku omogočajo sodelovanje. Npr: blog, podcast, spletne skupnosti (facebook, twitter), ... (Suhadolc 2007, 22).

2. Možnost poglobljenega poročanja. Na spletu ni omejitev glede dolžine prispevkov (Allan 2006, 23–26).
3. Interaktivnost omogoča posamezniku, da ima več svobode pri izbiranju medijskih vsebin. Prav tako omogoča večjo povezanost medijski producentov, urednikov, novinarjev z občinstvom (Oblak in Petrič 2005, 83).
4. Hipertekstovnost - »možnost obstoja povezav med spletnimi stranmi v svetovnem spletu« (Oblak in Petrič 2005, 15–26).
5. Multimedijalnost - »Konvergenca na ravni medijskih formatov oz. oblik, prek katerih mediji posredujejo svoje vsebine. Gre namreč za vse večje prepletanje besedil z zvokom, glasom, fotografijami, video formatom in ostalimi vizualnimi podobami« (Oblak in Petrič 2005, 82).
6. Recipročnost (Oblak in Petrič 2005, 15).
7. Arhivskost omogoča uporabnikom dostopanje do številnih baz podatkov in arhivov (Oblak in Petrič 2005, 83).

Novi mediji so tradicionalnim medijem postavili nove izzive. Tradicionalni mediji so se in se še vedno prilagajajo novim trendom na različne načine. Večina tradicionalnih medijev je razširila svojo dejavnost tudi na splet in družbene medije⁴¹. Nekateri so za splet pripravili nove, inovativne in kvalitetne produkte. Drugi so oblikovali multimedijske portale (Pavlik 1998, 43–49). Kot piše Andrej Škrlep (v Oblak in Petrič 2005, 17) so »že uveljavljeni tradicionalni mediji splet uporabili na tri načine: za promocijo svoje tradicionalne dejavnosti; za distribucijo vsebin, ki jih že proizvajajo v tradicionalnem medijskem svetu ter za razširitev in nadgradnjo vsebine tradicionalnega formata«. Drugačno vlogo pa na spletu dobijo bralci spletnih medijev. Po eni strani so pasivni potrošniki vsebin, po drugi strani pa so lahko tudi aktivni soproducenti (Oblak in Petrič 2005, 17).

Prednosti novega medija pa so tesno povezane z dilemami spletnega novinarstva. Novinarji se soočajo z etičnimi dilemami. Poler Kovačič je v raziskavi razbrala šest etičnih dilem, vezanih na splet:

1. *Hitrost/takojšnjost objave ali točnost informacij?*
2. *Točnost trenutne objave ali transparentnost sprememb?*

⁴¹ Tradicionalne medijske hiše so na spletu poskušale pridobiti predvsem mlade uporabnike interneta. »Mladi uporabljajo internet, pošiljajo SMS-sporočila, blogajo in tvitajo; videti je, da so odtujeni od tradicionalnih medijev in da jih družbena omrežja, kakor je Facebook, zanimajo precej bolj od resničnega sveta. Manj so vešči uporabe konvencionalnih novičarskih medijev, bodisi tiskanih bodisi elektronskih« (Schiffrin 2013, 243).

3. *Odprtost za uporabnike ali verodostojnost informacij?*
4. *Anonimnost komentatorjev ali dostojnost javne razprave?*
5. *Pravica do izražanja mnenj ali novinarska nepristranskost?*
6. *Branost ali novinarska etika* (Poler Kovačič 2014, 6–12)?

Razvoj spleta 2.0 oziroma družbenih medijev je spremenil delovanje uporabnikov interneta. »Množice uporabnikov se zbirajo in ustvarjajo vsebine, jih delijo med seboj in sodelujejo ter si pomagajo z informacijami in pri njihovi organizaciji. Bolj kot podjetjem in politikom zaupajo »navadnim državljanom«, ustvarjajo pa se tudi novi mnenjski vodje, ki imajo na uporabnike velik vpliv« (Suhadolc 2007, 22).

Med storitvami, ki jih ponujajo družbeni mediji, postajajo vse vplivnejše spletne skupnosti, kamor sodijo tudi družbena omrežja⁴² (npr. Facebook in Twitter). »Ljudje z uporabo spletnih skupnosti ustvarjajo povezave z drugimi, ki so v resničnem svetu njihovi prijatelji ali pa popolni neznanci. Z njimi delijo vsebine (fotografije, videoposnetke), jih sprašujejo za nasvete in jim jih delijo ter tako ure in ure preživijo za računalnikom« (Suhadolc 2007, 73).

⁴² Raziskava o rabi socialnih omrežij v Sloveniji leta 2010 je pokazala, da ima 60% anketirancev oblikovan profil na vsaj enem od spletnih družbenih omrežij. Največ uporabnikov družbenih omrežij je med mladimi med 16. in 25. letom starosti (75%), ženskami (63% žensk v primerjavi s 57% moških), prebivalci naselji, ki imajo več kot 2000 prebivalcev, in srednje izobraženimi (72%) (Jeran Kuželički in drugi 2011).

3 TERORIZEM IN MEDIJI

Odnos med terorizmom in mediji se je skozi zgodovino spreminjal. Spremembe so bile predvsem posledica tehnološkega in komunikacijskega razvoja (satelitska televizija, internet), ki je teroristom omogočal vedno bolj učinkovito in sofisticirano komuniciranje s ciljnimi skupinami. Danes lahko odnos označimo za simbiozo, saj imajo teroristi in mediji korist drug od drugega. Mediji terorizmu zagotavljajo publiciteto⁴³, ki jo nujno potrebuje za doseganje svojih ciljev. Medijsko poročanje teroristom omogoča:

1. Širjenje propagandnih sporočil.
2. Zagotavljanje podpore med pripadniki.
3. Ustvarjanje nerealnega občutka moči organizacije.
4. Zbiranje obveščevalnih informacij, ko pripravljajo nov napad.
5. Zbiranje informacij o načrtih nasprotnika.
6. Zagotavljanje legitimnosti teroristične organizacije.
7. Škodovanje ugledu prizadete države (Ganor 2005, 230).

Hoffman (1998, 142–148) se strinja, da si teroristi želijo pozornosti medijev, vendar pa opozarja, da publiciteta, ki jo pritegnejo, ne služi nujno njihovim ciljem. Resda jim publiciteta daje prepoznavnost, vendar pa so tako javno mnenje kot reakcije javnosti na njihovo nasilje zelo nepredvidljive in niso nujno v skladu z njihovimi načrti. A kot dodaja Martin (1990, 160) je za teroriste boljše, da pridobijo negativno publiciteto kot da ostanejo brez nje, saj za doseganje svojih ciljev potrebujejo pozornost velikega občinstva.

Korist od poročanja o terorističnih dejanjih imajo tudi mediji. Narava terorističnih dejanj je namreč taka, da medijem nudi veliko materiala za ustvarjanje medijskih vsebin, ki privlačijo veliko gledalcev in posledično zagotavljajo finančni dobiček. Teroristični napadi medijem zagotavljajo:

1. dramatično dogajanje, v katerem gre za življenje ali smrt resničnih ljudi,
2. iztočnice za politično komentiranje,
3. s človeškega zornega kota zanimive zgodbe o žrtvah in njihovih družinah,
4. skrivnostne zgodbe o teroristih (Ganor 2005, 231).

⁴³ »Publiciteta je organizirana oblika prepričevanja, ki prek usmerjanja pozornosti na zadeve, ljudi ali institucije, poskuša vplivati na mnenje. Cilj publicitete je predstaviti nekaj ali nekoga javnosti, temeljna funkcija pa ozaveščanje javnosti. Organizirana je posebno za to, da privabi pozornost medijev, ki je bila prej nekje drugje.« (Picard 1993, 47).

Poročanje o terorizmu prav tako sodi v okvir informacijske funkcije medijev, ki javnosti zagotavlja, da mediji poročajo o dogajanju, ki je v javnem interesu. Zaradi hudega konkurenčnega boja, ki vlada na medijskem trgu, pa se določena medijska hiša težko odloči, da ne bo poročala o nekem dogodku, za katerega presodi, da ni v javnem interesu, v kolikor raziskave pokažejo, da je interes javnosti za ta dogodek velik (Martin 1990, 158).

Moderni novičarski mediji zaradi svoje primarne - informacijske funkcije odigrajo glavno vlogo pri razširjanju terorističnih sporočil. »Ne glede na to, ali so v svojem poročanju sovražni, nevtralni ali naklonjeni teroristom, množični mediji širijo propagandne cilje teroristične organizacije«, pojasnjuje Nacos (2006, 44) in dodaja, »da teroristi to s pridom izkoriščajo, tudi tako, da novinarjem nudijo »vse« informacije, ki jih želijo.«

Teroristi dobro poznajo delovanje medijev in t.i. dejavnike objave vrednosti⁴⁴, ki vplivajo na izbor tem, o katerih novičarski medij poroča. V zgodovini se je sposobnost teroristov, da prek terorističnih dejanj pritegnejo medijsko pozornost in jo izkoristijo za uveljavitev svojih ciljev, najbolj neposredno pokazala v primeru ugrabitve letala TWA 847 s strani libanonskih šiitskih teroristov (predstavnikov teroristične organizacije Hezbolah) leta 1985. Ameriški novičarski mediji so z intenzivnim poročanjem javnosti predali sporočilo, da je ugrabitev letala s strani teroristov osrednji in najpomembnejši dogodek, ostalo dogajanje ni toliko pomembno, da bi bilo potrebno o njem poročati. Ker je ugrabitev trajala dalj časa, ameriški mediji pa so pokrivanju namenili veliko časa in denarja, so morali zaradi pomanjkanja relevantnih informacij, sami ustvarjati t.i. mehke novice (intervjuju s talci in njihovimi družinami), da so upravičili stroške pokrivanja krize. Prek mehkih novic so prišle v ospredje individualne zgodbe, ki so imele močan vpliv na čustva javnosti, kar se je odrazilo kot pritisk na ameriško oblast. Pod pritiski javnosti je ameriška administracija popustila in vplivala na odločitev Izraela, da izpolni zahteve teroristov in izpusti zapornike. S to odločitvijo se je terorizem izkazal kot učinkovita taktika (Hoffman 1998, 132–136).

Tako neposredno izkoriščanje medijev za realizacijo terorističnih ciljev je omogočil tehnološko-komunikacijski razvoj v letu 1968, ko so Američani izstrelili televizijski satelit. Le-ta je skupaj z novo tehnološko-komunikacijsko opremo omogočil neposreden televizijski prenos. Z neposrednim televizijskim prenosom se je razvil konkurenčni boj med različnimi

⁴⁴ Galtung in Ruge navajata 12 dejavnikov: pogostost, prag (Bolj kot je zločin grozovit, prej bo objavljen.), nedvoumnost, domačnost, skladnost, nepričakovanost (Nepričakovani/redki dogodki so prej objavljeni.), neprekinjenost, kompozicija, nanašanje na elitne narode, nanašanje na elitne osebnosti, poosebljenost in negativnost (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 107–109).

televizijskimi hišami in lov na senzacionalistične vesti. Na tak način se je zgodila paradoksalna situacija, ko se cilji teroristov in medijev poenotijo. Oboji namreč želijo, da »izredno stanje«, ki ga povzroči teroristično dejanje, traja čim dlje časa. Teroristi, da si zagotovijo čim več publicitete, mediji, da zabeležijo čim višjo gledanost. Visoka gledanost pomeni veliko oglaševanja in posledično veliko denarja za medijsko hišo (Hoffman 1998, 136–142).

3.1 UPORABA MEDIJEV S STRANI TERORIZMA

O tem, kakšno vlogo imajo mediji in javno mnenje v teroristični strategiji, obstajata dva različna teoretska pristopa. Prevladujoč je prvi pristop, ki postavlja medije in javno mnenje v središče teroristične strategije. Teroristi izvedejo teroristični napad za to, da pritegnejo pozornost medijev. Obsežno medijsko poročanje⁴⁵ razširi strah med občinstvo⁴⁶, ta strah se preoblikuje v pritisk na vladne oblasti, ki pod pritiskom javnosti klonijo in sprejmejo odločitve, ki so v skladu z interesi in cilji teroristov. Za to, da bi si zagotovili maksimalno medijsko poročanje, teroristi prilagajajo tako izbiro tarče (iščejo simbolni pomen), trajanje, čas in način izvedbe napada. Drugi teoretski pristop pa dvomi tako v osrednjo vlogo medijev v teroristični strategiji kot v moč javnega mnenja, da lahko vpliva na politične odločevalce, saj so le-ti izpostavljeni tudi drugim pritiskom. Prav tako opozarja, da četudi pride do vpliva javnosti na politične odločevalce, le-ta ni takšen kot bi si ga želeli teroristi (Ganor 2005, 229–231).

Pomen medijev za terorizem je potrebno razumeti v okviru asimetričnega bojevanja (Forest 2012, 97–98). »Terorizem je oblika asimetričnega bojevanja, ki se odvija tako na vojaškem kot medijskem bojišču. V tem boju zmaga tisti, ki vnese strah, anksioznost in obotavljanje v nasprotnikove vrste, s čimer zmanjša njegovo motivacijo za neposreden vojaški boj. Gre tako za zmago v psihološki vojni kot v vojni za javno mnenje« (Ganor 2012, 14). V primeru terorističnih organizacij se na medijskem področju s t.i. psihološkimi operacijami⁴⁷ (propagando) poskuša vplivati najprej na javno mnenje ciljnega občinstva (npr.

⁴⁵ Gabriel Weimann (v Nacos 1994, 12) je v svoji raziskavi prišel do zaključka, da »medijsko poročanje (tisk, televizija) o terorističnem napadu podeli status problemu, akterjem in samemu poročanju ter s tem poveča pomen terorističnih ciljev v javnosti«.

⁴⁶ Govorimo lahko o dveh vrstah strahov, ki jih povzroči terorizem, in sicer racionalni strah in iracionalna anksioznost. Prav iracionalna anksioznost, ki »paralizira« posameznika, mu onemogoči normalno delovanje in s tem uniči njegovo življenjsko rutino, je neposreden cilj teroristov in nujen predpogoj za doseg glavnega političnega cilja (Ganor 2005, 254).

⁴⁷ Ameriško obrambno ministrstvo psihološke operacije definira kot »operacije, v katerih se posreduje izbrane informacije tujim občinstvom z namenom vplivanja na njihova čustva, motive in razumsko razmišljanje, v končni fazi pa tudi na obnašanje tujih vlad, organizacij, skupin in posameznikov« (Forest 2012, 98).

glede podpore vladi in protiterorističnim vladnim operacijam), prek njega pa še na vladne odločitve. Mediji kot sredstvo, prek katerega teče propagandno sporočilo od teroristov do ciljnega občinstva in nato do vlad, pa tako postanejo orožje v rokah teroristov (Forest 2012, 97–98).

Prva metoda, s katero teroristi poskušajo pritegniti pozornost medijev, je izvedba spektakularnega terorističnega dejanja. Teroristi uporabijo propagando prek dejanj. Poročanje, ki sledi, pogosto ni omejeno zgolj na napad, ampak se v ospredju pojavijo tudi motivi, »očitki« in zahteve teroristov, ki stojijo v ozadju napada. Teroristi prek spektakularnih napadov, ki so v neposrednem prenosu predvajani prek množičnih medijev, izkoriščajo in manipulirajo s simboli⁴⁸ zahodne družbe in s čustvi ljudi. Prav zato nekateri terorizem primerjajo z gledališčem, saj gre v obeh primerih za natančno in do podrobnosti zrežirano predstavo, katere cilj so čustva ljudi v občinstvu (Nacos 2006, 41–42).

V primeru propagande prek dejanj je ciljnih občinstev več, prav tako tudi ciljev, ki jih teroristi želijo doseči. Eden izmed ciljev je pospešiti novačenje novih članov. In to dosežejo na dva načina. Poročanje medijev o napadu prenese sporočila o domnevni moči teroristične organizacije v domove morebitnih novih članov. Po drugi strani pa množični mediji objavljajo informacije, ki morebitnim novim članom služijo za nadaljnje informiranje o organizaciji (npr. objava spletne strani organizacije) (Nacos 2006, 42–43).

Brez medijev bi teroristi svoje sporočilo prenesli le enemu ciljnemu občinstvu. S pomočjo medijev pa so teroristom dosegljiva različna množična občinstva. Ganor (2005, 234–235) pojasnjuje, da teroristi prek medijev istočasno prenesejo sporočila trem ciljnim občinstvom in pri tem zasledujejo različne cilje:

1. Domači javnosti, iz katere teroristi izhajajo, in svojim članom ter simpatizerjem želijo v prvi vrsti okrepiti moralo s sporočilom o njihovi moči in sposobnosti doseganja strateških ciljev ne glede na okoliščine. Obenem jim prenesejo poziv k akciji in pridružitvi organizaciji.
2. Javnost države, ki je žrtev njihovega terorizma, želijo v prvi vrsti demoralizirati ter prestrašiti in vzbuditi občutek, da nihče ni nikjer in nikoli varen ne glede na vojaško in gospodarsko moč države. Pogosto teroristi sporočijo tudi konkretne zahteve, zadovoljitev katerih bi prinesla prekinitev napadov.

⁴⁸ Teroristi izberejo za tarčo napada lokacijo, ki ima močno simbolno vrednost. Npr.: Svetovni trgovinski center kot simbol ameriške ekonomske in finančne moči (Nacos 2006, 41–42).

3. Mednarodni javnosti se želijo teroristi predstaviti kot žrtve »konflikta«, zato jim sporočajo svoje »očitke« in opisujejo trpljenje svojih ljudi. Cilj je usmerjanje pozornosti mednarodne javnosti na domnevni konflikt (ibid.). Istočasno pa jo želijo tudi terorizirati, predvsem z ustvarjanjem občutka, da je lahko kdorkoli naslednjič žrtev njihovih napadov (Forest 2012, 99).

Svoje cilje pa lahko teroristi dosežejo tudi brez izvedbe terorističnih napadov, in sicer z izdelavo in razširjanjem propagandnega materiala (objava groženj, izjav v medijih, predvajanje videoposnetkov, intervjuji s teroristi) (Ganor 2005, 251–252). Teroristične organizacije prilagodijo propagandna sporočila ciljnemu občinstvu. Da so učinkovita (da vplivajo na čustva ljudi in povzročijo spremembo obnašanja) morajo vsebovati ključne kulturne elemente ciljnega občinstva - jezik, glasbo in slike. Teroristične organizacije zapakirajo ta sporočila v različne formate in jih posredujejo različnim medijem oziroma jih same objavijo na internetu (Forest 2012, 98–99).

Multimedijsko okolje interneta je teroristom omogočilo razvoj nove metode za pridobivanje pozornosti medijev. Govorimo o simbiozi med teroristi, internetom in tradicionalnimi mediji⁴⁹. V preteklosti so si teroristi publiciteto zagotavljali predvsem s spektakularnimi terorističnimi napadi. Nova metoda pa temelji na snemanju in objavljanju posnetkov brutalnega nasilja (npr. obglavljanje talcev) v novih medijih, s čimer si zagotovijo pozornost tradicionalnih medijev. Ne le, da poročajo o njih, včasih jih tudi predvajajo skupaj s terorističnimi izjavami in pozivi k boju (Weimann 2006, 60).

Wilkinson (v Perešin 2007, 9) govori o štirih ciljih, ki jih teroristi prek razširjanja propagandnih sporočil prek medijev, želijo doseči:

1. *razširjanje propagande prek dejanj in povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini,*
2. *mobiliziranje podpore med splošno populacijo in pridobivanje mednarodnega javnega mnenja na svojo stran (prek poudarjanja pravičnosti svojih ciljev in neizbežnosti svoje zmage),*
3. *onemogočenje in prekinitev odziva političnih voditeljev in varnostnih sil,*
4. *mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov in s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in novih terorističnih napadov.*

⁴⁹ Tradicionalni mediji vedno pogosteje uporabljajo internet kot vir za njihovo poročanje (Weimann 2004, 3).

Vsaka teroristična organizacija ima svoje cilje, vendar pa smo že v opredelitvi temeljnih pojmov spoznali, da je Nacos razvila tipologijo ciljev⁵⁰, ki smiselno razvrsti partikularne cilje v tri skupine. Po Nacos (1994, 54–68) medijsko poročanje vpliva predvsem na realizacijo univerzalnih ciljev teroristov:

1. Teroristi poskušajo prek grožnje ali uporabe nasilja vnesti strah in anksioznost med člane ciljnega občinstva, s tem pritegnejo POZORNOST nase. Dokler njihove zahteve ne dobijo priznanja s strani občinstva, jim je vseeno, ali mediji pozitivno, negativno ali nevtrarno poročajo o njih. Vse, kar jih zanima je, da pritegnejo čim več pozornosti nase. Sporočila, ki jih prenesejo občinstvu so različna. Npr.: »Napademo lahko kjerkoli in kadarkoli, nihče ni varen, morda boste naslednjič tudi vi med našimi žrtvami.«, »Nihče vas ne more zaščititi, saj niti najmočnejša vlada na svetu ne more preprečiti naših napadov.«. Anksioznost, ki jo povzroči poročanje o nasilju, teroristom omogoči nadaljnjo manipulacijo javnosti v korist njihovih kratkoročnih in dolgoročnih ciljev. Prvi cilj uporabe medijev s strani teroristov je torej pridobivanje pozornosti in ozaveščanje javnosti.
2. Drugi univerzalni cilj, ki ga teroristi poskušajo doseči prek medijev, je PRIZNANJE njihovih »očitkov« in zahtev. Teroristi želijo občinstvu razložiti motive, ki stojijo za napadom. Mediji ta cilj teroristov uresničijo že s tem, ko opravljajo svojo informativno funkcijo. Objektivno in faktično poročanje vključuje tudi podatke o razlogih za napad, kar pa pomeni, da mediji dajo publiciteto motivom, »očitkom« in zahtevam teroristov. Navadno se to zgodi prek intervjujev s teroristi ali izjav talcev.
3. Teroristi poskušajo prek medijev realizirati tudi tretji univerzalni cilj - SPOŠTOVANJE in LEGITIMNOST. Teroristi določeno mero spoštovanja in legitimnosti pridobijo prek medijskih intervjujev, v katerih je terorist obravnavan kot legitimen sogovornik. Mediji naj bi besedo dajali tistim, katerih mnenje je v javnem interesu, zato dobijo priložnost, da spregovorijo. Vendar pa Nacos opozarja, da je njena raziskava pokazala, da mediji redko dajo priložnost teroristom, da spregovorijo na tak način, ki bi jim zagotavljal spoštovanje in legitimnost.

3.2 KO TERORISTI POSTANEJO MEDIJI

Teroristi pri uporabi medijev sledijo tehnološkim in komunikacijskim novostim. Za njihovo učinkovito uporabo, del sredstev namenjajo tudi pridobivanju znanja s področja

⁵⁰ V prvem delu naloge, v opredelitvi temeljnih pojmov, smo predstavili tipologijo ciljev teroristov. Glej str. 20.

komuniciranja in obvladovanja novih medijev. Opremljeni z znanjem lahko uporabljajo medije na način, ki njihovim sporočilom prinese največ občinstva (Martin 1990, 160). Danes teroristi uporabljajo tako tiskane (časopis) kot elektronske medije (radio, televizija, internet), ki so med drugim pomembno sredstvo za širjenje »propagande prek dejanj« ter za informiranje, indoktrinacijo in pripravo posameznikov za novačenje (Nacos 2006, 52).

Širjenje propagandnih sporočil je odvisno od vpliva, ki ga imajo teroristi na poročanje medijev. V primeru, ko si publiciteto zagotovijo prek izvedbe terorističnega napada, lahko na končno vsebino sporočil, ki jih mediji prenesejo občinstvu, vplivajo le prek izbire lokacije, časa in tarč napada. Večji vpliv imajo, ko sami oblikujejo propagandno sporočilo, ki ga pošljejo medijski hiši za objavo. Vendar pa tudi v tem primeru nimajo popolnega vpliva na končno vsebino sporočila, saj lahko vanj posežejo uredniki oziroma novinarji. Razvoj tehnologije in komunikacij (satelitske televizije in interneta) pa je teroristom omogočil popoln nadzor nad sporočilom, ki ga želijo prenesti ciljni publiki. Teroristi imajo dve možnosti, ali ustanovijo svoj medij (časopis, revija, radio, televizija) ali pa izkoristijo možnosti, ki jim jih na tem področju nudi internet. V obeh primerih »teroristi postanejo mediji« (Transnational terrorism, security & the rule of law 2008, 18–19).

Teroristi izkoriščajo prednosti interneta^{51 52}. Neumann (2008, 54) navaja cenovno ugodnost spletnega komuniciranja, neomejen dostop do znanja, enostavno oblikovanje spletnih omrežij podobno mislečih posameznikov, nepomembnost geografskih razdalj med uporabniki in anonimnost uporabnikov. Weimann (2006, 59) dodaja pomanjkanje regulative, množično občinstvo in hiter prenos informacij. Ena glavnih prednosti interneta pa je njegovo multimedijsko okolje, ki omogoča kombiniranje teksta, grafik, videa, glasbe, knjig (Transnational terrorism, security & the rule of law 2008, 20).

Z internetom so teroristi dobili več kot le učinkovito propagandno orodje. Uporabljajo ga tudi za spletno urjenje strategij in taktik⁵³ ter za operativne dejavnosti⁵⁴. Mi se bomo glede

⁵¹ Internet smo predstavili v opredelitvi temeljnih pojmov (glej str. 32).

⁵² Militantni islamski skrajneži so začeli uporabljati internet v poznih 1990-ih letih. Z iraško vojno in razmahom širokopasovnega interneta leta 2003 pa je uporaba interneta skokovito narasla. Zlasti se je povečala ponudba spletnih forumov in spletnih strani v evropskih jezikih, kar nakazuje želje vodij militantnih islamskih skrajnežev po novačenju med spreobrnjenci in med mladimi, ki sodijo v drugo ter tretjo generacijo evropskih muslimanov (Neumann 2008, 56).

⁵³ Na internetu so teroristom na voljo priročniki in videi, s pomočjo katerih se učijo praktičnih znanj (npr. kako sestaviti samomorilski pas) (Forest 2012, 108–109).

⁵⁴ Komuniciranje z voditelji in celicami je s pomočjo interneta enostavnejše in cenejše (npr. komuniciranje prek spletne pošte prek uporabe osnutkov). Prek spletnih strani poteka zbiranje finančnih sredstev. Teroristi internet uporabljajo tudi za zbiranje informacij (npr. o potencialnih žrtvah). Na internetu iščejo in tudi izkoriščajo njegove šibke točke (npr. kraje podatkov) (Forest 2012, 110).

na namen naloge osredotočili le na internet⁵⁵ kot medij (splet in splet 2.0 (družbene medije)), s katerim teroristi širijo svojo ideologijo prek propagandnih sporočil. S spletno propagando želijo doseči različne cilje:

1. novačenje, radikalizacija in indoktrinacija novih članov⁵⁶⁵⁷⁵⁸,
2. komuniciranje s simpatizerji,
3. krepitev morale ideoloških podpornikov,
4. teroriziranje nasprotnikov (Forest 2012, 104–110),
5. zbiranje sredstev,
6. nagovarjanje k nasilju (Gruen 2006, 14).

Propaganda je na internetu na voljo v različnih oblikah: virtualna sporočila, prezentacije, revije, avdio, video posnetki, igrice (United Nations office on drugs and crime 2012, 3). Njene značilnosti pa so:

1. Sporočila so kombinacija resnice, pretiravanj in laži oziroma prevar.
2. Vključevanje pričevanj ljudi, ki jih ciljni subjekt spoštuje, in sovrstnikov.
3. Sramotenje nasprotnikov.
4. Deljenje literature o hudih posledicah, ki sledijo ob nespoštovanju ekstremističnih načel.
5. Neprestano razširjanje sporočil, ki spodbujajo posameznika, da postavi pod vprašaj svoja prepričanja, jih zavrže in za svojega sprejme radikalen način življenja, ki ga zagovarja teroristična organizacija (Gruen 2006, 14).

Internet je, zaradi zgoraj opisanih lastnosti, orodje, s katerim teroristi učinkoviteje dosegajo svoje cilje v primerjavi s tradicionalnimi mediji. V skladu s tipologijo ciljev, ki jo je razvila Nacos⁵⁹, teroristi s pomočjo interneta:

⁵⁵ Teroristi uporabljajo različne storitve, ki jih ponuja internet. Poleg spleta tudi e-maile, klepetalnice, e-skupine, spletne forume ... (Weimann 2006, 59) Prav spletni forumi so bili v preteklosti med najbolj učinkovitimi spletnimi storitvami. Zagotavljali so 24-urno spletno skupnost, v kateri je posameznik komuniciral s podobno mislečimi, in od njih dobil podporo in priznanje (Gruen 2006, 14–16). O tem, kako teroristi uporabljajo spletne forume za novačenje smo pisali že v poglavju 2.4.2 Radikalizacija in novačenje (glej str. 23–25).

⁵⁶ Tako kot to počnejo marketinške agencije tudi teroristi zbirajo podatke o tem, kdo spremlja njihove spletne strani. Ti podatki jim služijo pri selekciji tistih posameznikov, za katere presodijo, da bi bilo pri njihova novačenje uspešno (Weimann 2006, 59–60).

⁵⁷ O tem smo več zapisali v opredelitvi temeljnih pojmov (glej str. 22).

⁵⁸ Na spletu se odvijajo različne moderne operacije novačenja - od objavljanja pozivov vsem prostovoljcem, ki bi se bili pripravljeni razstreliti, do objave videa, ki prikazuje urjene mladih fantov (Weimann 2006, 57–58). Teroristi usmerijo pozornost na samomorilsko akcijo in mučeništvo njihovega člana, saj s tem pošiljajo ciljni skupini sporočilo, ki služi novačenju in radikalizaciji (Martin 1990, 159).

1. lažje pridobivajo pozornost in ozaveščajo javnost, saj njihova sporočila dosežejo večje občinstvo kot pri tradicionalnih medijih. Objave na določeni spletni strani pogosto služijo kot vir, ki ga povzamejo tako druge spletne strani kot tudi tradicionalni mediji.
2. Ker imajo teroristi popoln nadzor nad končnim sporočilom, enostavneje dosežejo tudi drugi cilj - priznanje svojih motivov. Z razvojem spleta 2.0 teroristi nimajo več težav niti z razširjanjem svojih sporočil. Pred pojavom družbenih medijev, so zainteresirani morali iskati vsebine, sedaj jih »vsebine najdejo same«.
3. Največji učinek je razvoj spleta imel na novačenje in radikalizacijo, ki sta tesno povezana s tretjim ciljem - pridobivanjem spoštovanja. Splet omogoča teroristom, da so njihovim aktualnim in morebitnim novim podpornikom oziroma članom na voljo le pozitivne novice o njihovem delovanju. Splet ne pripomore k pridobivanju legitimnega statusa teroristične organizacije v okolju. »Objava na spletu ne poveča legitimnosti akterja, razen če je povzeta tudi v tradicionalnih medijih« (Transnational terrorism, security & the rule of law 2008, 20–21).

3.3 UPORABA TERORIZMA S STRANI MEDIJEV

Preden pregledamo, kako mediji poročajo o terorizmu, odgovorimo na vprašanje, kakšen vpliv ima poročanje medijev o terorizmu na občinstvo. Po Picardu (1993, 38) nam odgovor dajo tri teorije. Teorija »agenda-setting« oziroma teorija prednostnega tematiziranja⁶⁰, ki trdi, da zaradi poročanja medijev posamezniki dojemajo nek dogodek oziroma temo kot pomembno. Teorija o podeljevanju statusa (»status conferral«), ki pravi, da mediji s svojim poročanjem podelijo posamezniku ali skupini status. S poročanjem medijev postane mnenje takšnega posameznika ali skupine vredno pozornosti. Kultivacijska teorija (cultivation theory) pa pozornost usmerja na strah in zaskrbljenost med člani občinstva, ki se pojavita ob daljšem in dramatičnem poročanju medijev o nasilju.

Poročanje medijev o terorizmu vpliva na željo posameznika, da se dodatno informira o terorističnem dogajanju in organizaciji, poveča ozaveščenost javnosti glede organizacije in njenih namenov ter razširi strah (Picard 1993, 55). Akademiki so si enotni, da mediji ne povzročajo terorizma, lahko pa njegov vpliv še okrepijo, če dovolijo, da jih teroristi izkoriščajo (Picard, predgovor).

⁵⁹ Glej str. 20.

⁶⁰ O njej smo pisali že v opredelitvi temeljnih pojmov. (glej str. 28).

Kot smo zapisali v opredelitvi temeljnih pojmov, informacijska funkcija medijem nalaga poročanje o dogajanju v družbi. Naloga novinarjev je poročati o dogajanju, ki je v javnem interesu, saj s tem zagotavljajo »pravico javnosti, da ve«. Weimann (v Ganor 2005, 237) opozarja, »da poleg »pravice javnosti, da ve« obstaja tudi »pravica javnosti, da ne ve« oziroma pravica žrtve do zasebnosti«. Prav tako smo zapisali, da je zadnje obdobje prineslo spremembe na področje delovanja medijev in da je glavni kriterij objavljanja novic postala gledanost, kar pomeni, da mediji sledijo interesom javnosti. »Dokler bo javnost izkazovala interes za spremljanje terorističnih zgodb s prizorišča napada, toliko časa se bo našel nekdo, ki bo poročal o teh grozotah«, trdijo zagovorniki poročanja o terorizmu brez omejitev (Ganor 2005, 236-237). Visoko gledanost prinašajo novice, ki sledijo kriterijem takojšnjosti, ekskluzivnosti in dramatičnosti. Teroristična dejanja tako postanejo idealna novica, saj so »dramatična sama po sebi, polna osebnih zgodb, njihovo trajanje je lahko dolgotrajno« (Hoffman 1998, 137-140).

Najprej poskušajmo odgovoriti na vprašanje, kaj in koliko mediji poročajo o terorizmu. Ne glede na slabo raziskanost tega področja je Picard (1993, 80–88) prišel do štirih spoznanj, ki se nanašajo predvsem na poročanje tradicionalnih medijev:

1. Čeprav je 95% vseh žrtev terorizma posledica državnega terorizma, ga mediji ignorirajo.
2. Mediji poročajo le o določenih terorističnih dejanjih, ki jih izvedejo nedržavni akterji. Statistika kaže, da poročajo le o 2-3% terorističnih dejanj, ki so bila izvedena v enem letu po celem svetu. Mediji poročajo navadno o senzacionalističnih, spektakularnih terorističnih napadih, ki povzročijo veliko žrtev. K poročanju pripomore tudi dostopnost do fotografij oziroma posnetkov napada ali posledic le-tega. To poročanje je navadno obsežno in dolgotrajno.
3. Poročanje medijev se navadno osredotoča na same teroristične dogodke in odzive vlad, ne obravnava pa konteksta napadov. Na tak način mediji gledalcem ne omogočijo, da bi razumeli dogajanje. Pomanjkanje konteksta je predvsem povezano s tem, da imajo novinarji na voljo omejen prostor, čas in predvsem finančna sredstva.
4. Različni mediji podobno poročajo o terorizmu.

Tehnološki razvoj je medijem omogočil, da lahko v živo spremljajo dogajanje s prizorišča terorističnih napadov. Kot vizualnemu mediju, tovrsten neposredni prenos dramatičnega dogajanja najbolj ustreza prav televiziji. S predvajanjem dramatičnih prizorov

zadovoljijo morbidno radovednost svojih gledalcev. S posnetki razbitin, trupel in krvi pa le še povečajo senzacionalistično poročanje v okviru formatov »izredne novice« in posebnih poročil (Picard, 73). Televizija pri pokrivanju terorističnih napadov daje poudarek osebnim dramam in tragedijam. Na ekranih tako vidimo posnetke prizadetih svojcev in slišimo njihove zahteve. Televizija je vizualni mediji in takšni posnetki so z vidika gledanosti veliko bolj donosni kot pa posnetki politikov, ki se sestajajo v vladni palači. Na tak način mediji v javnosti ustvarjajo občutek, da mora sočutna reakcija prevladati nad racionalno rešitvijo (Nacos 1998, 125–126), obenem pa teroristom pripisujejo pomen in moč, ki nista nujno skladna z realnostjo (Picard 1993, 73).

Glede na to, da naj bi med vsemi mediji prav televizija imela največji vpliv na javno moralo, je takšno poročanje še bolj problematično. »Grozljivi posnetki s prizorišča napada namreč sledijo propagandi in cilju vzbujanja strahu bolj kot katerikoli drug medijski format.« (Ganor 2005, 238). Pomanjkanje konteksta, zgodovinskega razumevanja ter političnih in ekonomskih vidikov terorističnega dogodka, gledalcu onemogočajo razumevanje dogajanja in služijo cilju vzbujanja strahu (Picard 1993, 74).

Tudi dolžina medijskega poročanja lahko pomaga uresničiti cilje teroristov. Televizija (zlasti 24-urni novičarski programi) s ponavljanjem istih prizorov s prizorišča terorističnega dogodka, polni televizijski čas, dokler ni novih informacij, in s tem omogoča tistim, ki so se kasneje pridružili, da izvejo, kaj se je zgodilo do tistega trenutka (Ganor 2005, 240). Obenem pa doseže, da gledalec terorističen dogodek podoživlja vedno znova in znova (Gnezda in drugi 2002, 63).

Od avgusta 2014 so mediji publiciteto zagotavljali predvsem skrajni sunitiski skupini Islamska država. Ta hibridna teroristična organizacija je uporabo medijev uvrstila v samo jedro svoje strategije. Njeno medijsko strategijo bomo analizirali in predstavili v poglavju, ki sledi.

4 ISLAMSKA DRŽAVA

Glede na to, da ni konsenza glede splošne definicije terorizma, je vsakršno nadaljnje definiranje posameznih akterjev na tem področju izjemno zahtevno. Definiranje Islamske države pa predstavlja, zaradi njene kompleksnosti, še toliko večji izziv.

Ganor (2015, 58) Islamsko državo definira kot »»hibridno teroristično organizacijo«, poddržavnega akterja, ki istočasno deluje v vojaško-teroristični, civilni in politični sferi. S svojimi terorističnimi dejanji in zločini krši mednarodne norme, moralnost in mednarodno humanitarno pravo«.

Ideološki vidik v svoji definiciji izpostavi Khatib (2015), ki samooklicano Islamsko državo definira kot »hibridno džihadistično skupino z deklariranim ciljem ustanovitve kalifata, ki bo »obstal in se širil««. Atwan pa doda še vidik, ki je bistven za pričujoče diplomsko delo, saj Islamsko državo definira kot »digitalni kalifat, saj uspeva zelo spretno in inovativno uporabljati internet in digitalne komunikacije za novačenje in propagando, usmerjanje vojaških akcij na velikih razdaljah in utrjevanje zavezništov s podobno mislečimi skupinami« (Atwan 2015, ix).

Sofisticirano uporabo medijev oziroma medijsko strategijo Islamske države bomo v nadaljevanju našega dela analizirali skupaj s še preostalima temeljnima elementoma njene strategije - družbeno-ekonomsko in vojaško strategijo. Khatib (2015) sicer poleg navedenih treh dodaja še četrti element strategije delovanja Islamske države, t.j. politični pragmatizem.

Še prej se bomo osredotočili na ideologijo in cilje organizacije. Uvodni del poglavja bomo namenili ideološkemu in organizacijskemu razvoju Islamske države skozi zgodovino. Od obdobja jordanskega salafista Abu Musaba al Zarqawija, »idejnega očeta Islamske države, med leti 1999 in 2006, ki je v njeno bistvo vdahnil izjemno brutalno nasilje in sektaški princip razumevanja džihada«⁶¹ (Stern in Berger 2015). Prek Iračana Abu Omarja al Bagdadija med leti 2006 in 2010, ki je spoznal, da je za upravljanje nad ozemljem ključna podpora lokalne sunitske skupnosti, ki je sam ni imel dovolj, zato je organizacijo povrnil k njenim terorističnim koreninam. Do Abu Bakra al Bagdadija, od leta 2010 naprej, ki si je zagotovil zadostno podporo sunitske populacije in razglasil kalifat, sebe pa samooklical za kalifa.

⁶¹ »Ekstremno nasilen in brezkompromisen vojaški princip, ki se ga je posluževal Zarqawi, predstavlja prelomnico v zgodovini globalnega džihada« (Atwan 2015, 47).

4.1 IDEOLOŠKI IN ORGANIZACIJSKI RAZVOJ ISLAMSKÉ DRŽAVE SKOZI ZGODOVINO

4.1.1 Obdobje 1999–2006: Abu Musab al-Zarqawi in »Al Kajda v Iraku«

Zametke Islamske države najdemo v letu 1999, ko je iz zapora v Jordaniji izpuščen Zarqawi. Z odobritvijo in finančno podporo vodstva Al Kajde v Afganistanu ustanovi center za urjenje, kjer »gradi« svojo džihadistično skupino Al Tawhid Džihad, iz katere konec leta 2004 pod okriljem Al Kajde nastane »Al Kajda v Iraku« (Lister 2014, 6). Zarqawijevo vodenje organizacije zaznamujejo dnevni napadi na državljane zahodnih držav v Iraku in iraške šiite (samomorilski bombni napadi⁶², ugrabitve, obglavljanja⁶³) (Mohamedou 2011, 69–82).

Ključni dejavnik, ki je omogočil razvoj »Al Kajde v Iraku« je bila invazija Združenih držav Amerike z zavezniki na Irak leta 2003. Pomenila je veliko spodbudo za novačenje borcev, saj je okrepila džihadistični argument o ameriških hegemonističnih načrtih na Bližnjem vzhodu. Povzročila pa je tudi kaos v državi (Stern in Berger 2015, 13–18). Oboje je služilo Zarqawiju, ki je po eni strani želel uničiti koalicijske sile, po drugi pa zanetiti konflikt med sektami, saj je verjel, da lahko njegova organizacija izkoristi kaos, misleč, da bodo suniti videli »Al Kajdo v Iraku« kot branilko njihove skupnosti. Prav napadi na šiite in brutalno nasilje »Al Kajde v Iraku« so bili glavni razlogi za zelo napet odnos med Zarqawijem in vodstvom Al Kajde (Lister 2014, 7–9).

»Al Kajda v Iraku« je do aprila 2005 postala pravi magnet za tuje borce⁶⁴, k čemur je veliko prispevalo tudi njeno izjemno nasilje, ki ga je Zarqawi snemal in objavljal na internetu⁶⁵ (Stern in Berger 2015). Prizori obglavljanj so namreč pomembna spodbuda za bodoče nasilne džihadiste, na osnovi svoje izkušnje trdi danski spreobrnjenec v islam, nekdanji džihadist in dvojni agent, Morten Storm (Bonino, 2015, 55). Obenem pa imajo videoposnetki hladnokrvnih umorov posebno vrednost za psihološko bojevanje, česar se je zavedal že Zarqawi. Z njimi ni želel prestrašiti le sovražnikov, temveč tudi lokalnih prebivalcev, ki si jih je želel podrediti (Atwan 2015, 48–49).

⁶² »Samomorilski bombni napadi postanejo Zarqawijev zaščitni znak« (Stern in Berger 2015, 21).

⁶³ Al-Zarqawi prične s snemanjem obglavljanj v Bagdadu (Stern in Berger 2015).

⁶⁴ Največ tujih borcev je prihajalo iz Savdske Arabije, sledijo Libija, Jemen, druge države Severne Afrike in Sirije (Stern in Berger 2015, 21).

⁶⁵ Medijski izdelki Al Kajde in »Al Kajde v Iraku« so se bistveno razlikovali. Medtem ko je Al Kajda objavljala dolga in dolgačasna videopredavanja Bin Ladna in Zawahirija o džihadizmu (Stern in Berger 2015, 22), je »Al Kajda v Iraku« posnela svoje vojaške operacije, jih podložila s harmonično islamsko vokalno glasbo in objavila na spletu (Atwan 2015, 48).

4.1.2 Obdobje 2006–2014: »Islamska država v Iraku« in »Islamska država v Iraku in Siriji« (ISIS)

Po Zarkawijevi smrti leta 2006 »Al Kajdo v Iraku« preimenujejo v »Islamsko državo v Iraku«, njeno vodenje prevzame Abu Omar al-Bagdadi (Atwan 2015 122). Za razumevanje odnosa med Al Kajdo in »Islamsko državo v Iraku« je bistven podatek, da druga ni formalno obljubila zvestobe prvi, kar se je s časom izkazalo za začetek ločitve njunih poti (Lister 2014, 8–9).

Poskus »Islamske države v Iraku«, da bi kot vojaško-politični akter upravljala nad določenim ozemljem, se je izjalovil. Glavni razlog je bila zavrnitev absolutistične ideologije in lokalnih vladnih upravljaljskih struktur s strani sunitske populacije⁶⁶. »Islamska država v Iraku« se je soočala z odhodom tujih borcev in z zmanjšanjem sektaškega nasilja. Na spremenjene razmere se je prilagodila v prvi vrsti s povratkom k delovanju kot tipična teroristična skupina, obenem pa je sprejela strateško odločitev in pričela z informacijsko kampanjo, katere namen je bil povrniti vero v legitimnost projekta Islamske države. S tem je nadaljevala tudi v letu 2010, ko je bil na čelo organizacije imenovan Abu Bakr al-Bagdadi, aktualni vodja Islamske države (Lister 2014, 9–11).

Še pred prihodom Bagdadija na čelo organizacije, so se začele pomembne spremembe v Iraku. Nova iraška, večinsko šiitska, vlada pod vodstvom Nourija al-Malikija in ameriška administracija sta začeli v letu 2009 s postopnim umikom ameriških vojakov iz Iraka. Dolgoročne posledice je pustila nespretna odločitev iraške vlade, da iz sektaških razlogov in v nasprotju z dogovorom z Američani razpusti dobro izurjene nekdanje sunitske upornike⁶⁷, ki so se borili proti džihadističnim skupinam v Iraku. Dokončen odhod ameriških sil decembra 2011, je omogočil obnovljen sektaški upor pod vodstvom »Islamske države v Iraku«, ki je do leta 2013 državo pahnil v sektaško državljansko vojno (Atwan 2015, 52–56).

»Islamska država v Iraku« je pod Bagdadijem postajala vse močnejša. Sredi leta 2012 je svoje vrste okrepila z nekdanjimi vodilnimi kadri »Islamske države v Iraku« in z izkušenimi borci, ki jih je osvobodila iz iraških zaporov v akciji »Podrimo zidove«. Svojo moč in namene

⁶⁶ Sunitska populacija je tudi zaradi ameriške strategije spodbujanja odpora proti ekstremizmu »Islamske države v Iraku« odrekla podporo tej teroristični organizaciji, kar je to organizacijo vidno oslabilo. Sunitska populacija je še vedno verjela, da bo zaživel pravičen, demokratičen in reprezentativen režim (Atwan 2015, 51–52).

⁶⁷ »Leta 2014 prav ti borci postanejo hrbtenica vojske Islamske države« (Atwan 2015, 53).

je Bagdadi potrdil tudi z napovedano širitvijo v sosednjo Sirijo⁶⁸, kjer je od leta 2011 prav tako divjala državljanska vojna, in s preimenovanjem v »Islamsko državo v Iraku in Siriji« (ISIS) (Stern in Berger 2015, 38–39).

4.1.3 Obdobje od 29. 6. 2014 do 2016: Razglasitev kalifata in obdobje Islamske države

Za razliko od Zarqawija je Bagdadi uspel zagotoviti podporo⁶⁹ sunitske skupnosti kalifatu, ki ga je razglasil 29. junija 2014. Razloge za podporo tako ekstremistični obliki vladanja lahko iščemo v odsotnosti učinkovite vlade in v naveličanosti večinske sunitske populacije nad brezvladjem in kaosom, ki je 11 let vladal v Iraku (Atwan 2015, 57).

Razglasitev kalifata se je zgodila sredi leta 2014, ko je ISIS postajala vedno bolj resna mednarodna varnostna grožnja. K takemu statusu so po mnenju Ganorja (2015, 56) botrovali »njeni vojaški dosežki in nadzor nad obsežnim ozemljem⁷⁰ na Bližnjem vzhodu, njeno ekstremno barbarstvo, uspešno novačenje tisočih mladih iz različnih koncev sveta v svoje vrste v Irak in Sirijo, zajetna finančna sredstva ter zlasti profesionalna uporaba družbenih in ostalih medijev za dajanje publicitete svojim terorističnim dejanjem in za razširjanje propagande«. Na naraščajočo nevarnost so odgovorile ZDA skupaj s koalicijo. 8. avgusta 2014 so začele z zračnimi napadi na cilje Islamske države v Iraku, septembra istega leta pa še na njene cilje v Siriji (Lister 2015, 3–5).

Islamska država je na zračne napade koalicije odgovorila v skladu s strategijo, opisano v delu »The management of savagery«⁷¹, avtorja Abu Bakr Naji-a. Ne le, da je uporabila

⁶⁸ Demografska slika Sirije je ključna za razumevanje razvoja sirske krize. 65% sirske populacije je sunitskih Arabcev, 12% je Alavitov (sodijo v okvir šiitov), 9% sunitskih Kurdov, 10% krščanskih Arabcev in 3% »Druze« Arabcev (Atwan 2015, 80).

⁶⁹ »Iraški voditelji Islamske države so uspeli vzpostaviti dolgoročna zavezništva tako z lokalnimi sunitskimi skupinami kot plemeni. Ob napadu na Mosul junija 2014 je Islamska država previdno združila moči z lokalnimi pripadniki nekdanje baasistične stranke in plemenskimi skupinami ter novačila nove člane med mladimi v mestu« (Atwan 2015, 57).

⁷⁰ Junija 2014 Islamska država prevzame nadzor na Mosulom, drugim največjim iraškim mestom, obmejnimi območji med Sirijo in Irakom ter razglasi meje, določene v sporazumu Sykes-Picot leta 1906, za nične (Stern in Berger 2015, XX TIMELINE). Čeprav so ZDA urile in opremile iraško vojsko, je le-ta ob napadu borcev Islamske države na Mosul zbežala (Stern in Berger 2015, 45). Čeprav so nekateri pričakovali, da bo po Mosulu naslednje osvojeno mesto Bagdad, pa se je Islamska država osredotočila na vzpostavitev »koridorja« do turške meje. Prav tako je osvojila Turaibil, strateško pomembno mesto na meji z Jordanijo (Atwan 2015, 126–127). Strateško vlogo je odigrala povezava med Mosulom in Rakom, saj je med tema dvema mestoma potekal »prost pretok orožja, ljudi in idej« (Moubayed 2016, 130). Glede na vire Islamske države pa naj bi le-ta segala ob razglasitvi kalifata od Aleppa v Siriji do Diyala v Iraku (Al Hayat media center 2014). V skladu s podatki ameriškega protiterorističnega centra naj bi Islamska država septembra 2014 nadzirala večino porečja rek Evfrat in Tigris - ozemlje velikosti Velike Britanije (BBC News 2015a). Glede na kurdske vire pa je »Islamska država po razglasitvi kalifata v letu 2014 nadzirala tretjino Iraka in tretjino Sirije s populacijo med 10 in 12 milijonov ljudi na 250 000 kvadratnih kilometrov velikem območju, velikosti velike Britanije« (Cockburn 2014).

⁷¹ The management of Savagery: The most critical stage through which the Umma will pass (Naji 2006).

ekstremno nasilje, temveč ga je tudi posnela in objavila na spletu. Na tak način je uporabila medije za ustrahovanje tako domače kot tuje javnosti. Ne glede na napade koalicijskih sil je uspela ohraniti nadzor nad ozemlji v Iraku, v Siriji pa je svoje položaje še utrdila. Njene prioritete so, napadom navkljub, ostale iste - osvajanje novih ozemelj prek agresivnih vojaških pohodov⁷², zagotavljanje upravljanja na ozemljih pod njenim nadzorom ter delujoče gospodarstvo in civilne institucije, ki zagotavljajo osnovne socialne storitve (Stern in Berger 2015, 48).

Po razglasitvi kalifata so se številne teroristične skupine v regiji pridružile Islamski državi in obljubile zvestobo kalifu Bagdadiju. Kalifat je tako do začetka avgusta 2015 sestavljala centrala v Iraku in Siriji ter 36 provinc v Libiji, Egiptu, Tuniziji, Alžiriji, Nigeriji, Jemnu, Savdski Arabiji, Pakistanu-Afganistanu in ruskem Severnem Kavkazu (Lister 2015, 3).

Razglasitev kalifata pa predstavlja šele začetek, saj je cilj Islamske države vzpostavitev kalifata, ki se v prvi vrsti razprostira čez cel Bližnji vzhod in severno Afriko, v drugi fazi pa so ambicije globalne. Vendar pa se ekspanzionistična strategija Islamske države sooča s številnimi izzivi. Po eni strani jo na osvajalskem pohodu ovirajo varnostne sile predsednika Assada⁷³, ki jim od septembra 2015 naprej z zračnimi napadi pomaga Rusija (Roth in Cunningham 2015). Po drugi strani svoje aktivnosti vodijo konkurenčne džihadistične skupine⁷⁴. Tretja sila pa so Kurdi in uporniške skupine, ki jim z zračnimi napadi pomaga koalicija⁷⁵ pod vodstvom Združenih držav Amerike (Weaver in Borger 2015). Prav tako se Islamska država sooča z nesoglasji glede strategije znotraj svojih vrst (Gartenstein-Ross in Barr 2016).

4.2 IDEOLOGIJA IN CILJI

Delovanje Islamske države temelji na skrajni apokaliptični⁷⁶ salafistično-džihadistični⁷⁷ ideologiji (Lister 2015; Stern in Berger 2015). Temelj salafistično-džihadistične ideologije je

⁷² Udejanjanje agresivne vojaške strategije je Islamski državi konec avgusta 2014 omogočalo do 31 000 borcev (BBC News 2014).

⁷³ Khatib (2015) trdi, da je odnos Assadovega režima do Islamske države pragmatičen in vojaško zadržan, saj z obstojem Islamske države upravičuje svoj »boj proti islamističnim ekstremizmom«, s katerim diskreditira in oslabi sirsko opozicijo in uporniške skupine.

⁷⁴ Najmočnejša je Jabhat al-Nusra, pridružena Al Kajdina skupina (Weaver in Borger 2015).

⁷⁵ Del 65-članske koalicije proti Islamski državi izvaja tudi vojaške napade. Poleg Združenih držav Amerike, Francije in Velike Britanije tudi Avstralija, Belgija, Kanada, Danska, Nizozemska, Turčija in nekatere ameriške zalivske zaveznice (Savdska Arabija, Jordanija in Združeni arabski emirati (Agence-France Presse 2016).

⁷⁶ Apokaliptično se nanaša na »takojšen konec ali popolno in radikalno transformacijo sveta ter znake in slutnje le-tega« (Berger 2015, 61).

prepričanje, da »je potreben oborožen boj dokler ne bodo vsa ozemlja pod muslimanskim nadzorom in bo vzpostavljen globalni kalifat⁷⁸, v katerem bo vzpostavljena idealna družba, ki bo delovala v skladu s šeriatskim pravom« (Forest 2012, 297), pri čemer Islamska država zagovarja strogo implementacijo šeriatskega prava⁷⁹ (Lister 2015, 26).

V oborožen boj sodi pobijanje odpadnikov in nevernikov, pri čemer se Islamska država sklicuje na učenjaka Ibn Tajmija iz 14. stoletja, ki je »sufiste, kristjane, šiite in alavite obtožil, da so agenti tujih sil in neverniki, ki jih je potrebno obglaviti« (Moubayed 2016, 12–29). Imajo pa kristjani na območju Islamske države tri možnosti - lahko se spreobrnejo v islam, lahko plačujejo davek, tretja možnost pa je smrt, v kolikor ne zapustijo ozemlja v 48. urah (Moubayed 2016, 187). Številna krščanska in druga nemuslimanska dekleta, ki se niso želela spreobrniti v islam, so skrajneži zaslužili in posilili. Tudi starejše ženske so prodali na lokalnih trgih za sužnje, nekatera dekleta pa poročili z borci (Moubayed 2016, 199–200).

Med glavnimi cilji Islamske države najdemo »zrušenje obstoječega svetovnega reda, ki naj bi bil v svojem bistvu koruptiven in neislamski. Sledi spreobrnitev ljudi v islam. In končni cilj, vladanje, sprva islamskemu svetu, nato svetu v celoti, v skladu s fundamentalistično interpretacijo islama« (Lister 2015, 7–8). Da je ustanovitev kalifata šele začetek poudarja Khatib (2015), ki je prepričana, da so pravi dolgoročni strateški cilji Islamske države pridobivanje denarja, nadzora nad viri in moč. »Ideologija torej ni primarni cilj Islamske države, temveč jo le izrablja kot orodje za legitimiranje svojih dejanj, pridobivanje moči in denarja, pa tudi za premagovanje nasprotnikov in opravičevanje lastne politične strategije«.

Ideologija Islamske države je zaznamovana z vplivom Zarqawija, ustanovnega očeta organizacije, ki je pod vplivom pomembnega džihadističnega teksta, ideologa Abu Bakra Naji-a, »*The management of savagery: the most critical stage through which the Ummah will pass*«, pričel uporabljati ekstremno barbarsko nasilje kot orožje. Uporaba ekstremnega nasilja

⁷⁷ Salafizem je gibanje znotraj sunitskega Islama, ki se zavzema za vrnitev k prvotni obliki Islama, prepričanjem in praksam, ki naj bi bile v veljavi za časa zgodnjega islama - za časa preroka Mohameda. Po njihovem mnenju so le prve tri generacije Muslimanov sledile pravi religiji. Znotraj salafizma so tri frakcije, tudi džihadistični salafizem, ki dopušča uporabo nasilja za doseganje ciljev (Stern in Berger 2015, 263–268) Temelj gibanja je »širjenje vere z mečem, pobijanje nevernikov in očiščevanje islamskega sveta z odstranjevanjem tujih idej in načina življenja« (Moubayed 2016, 29).

⁷⁸ Kalifat je politično-religiozna država, ki jo vodi kalif (politični naslednik Mohameda). Kalifat je pomemben simbol muslimanske enotnosti in napredka (Stern in Berger, 2015).

⁷⁹ Na smrtno kazen so obsojeni neverniki, vohuni, dvomljivci, vojni ujetniki, dezerterji, prešuštniki, prodajalci alkohola, ... Usmrtnitve so navadno javne, potekajo pa v različnih oblikah: sekanje glav, skupinski poboji s streljanjem, domnevne homoseksualce vržejo z najvišje zgradbe v mestu, domnevne ženske prešuštnice pa kamenjajo do smrti, jordanskega pilota so živega zažgali (Moubayed 2016, 197–198).

je tako postala bistven element vojaške strategije, prikazovanje brutalnega nasilja pa sestavni del medijske strategije Islamske države. (Stern in Berger 2015, 23).

Ekstremistično bistvo svoje ideologije Islamska država uporablja predvsem za mednarodno javnost, s čimer skrbi za novačenje novih članov in za zastraševanje nasprotnikov na bojiščih. Domači javnosti pa se poskuša predstaviti kot gibanje, ki želi zaščititi pravice zatirane sunitske skupnosti, s čimer si želi zagotoviti podporo ljudi za dolgoročno preživetje (Lister 2015, 7–8).

Z apokaliptičnim vidikom ideologije Islamske države je povezan »sektaški princip razumevanja džihada⁸⁰« (Stern in Berger 2015), ki ga je uvedel Zarqawi, in je ostal eden izmed stebrov delovanja Islamske države do danes. Kot pojasnjuje Stern (2015) je »pobijanje šiitov povezano z »obsedenostjo« Islamske države z apokalipso. Sektaško nasilje naj bi bilo del priprav na finalno apokaliptično bitko med islamom in neverniki, ki naj bi se odvila v sirske mestu Dabiq. Prav ta apokaliptični vidik ideologije Islamske države je povečal njeno privlačnost in olajšal novačenje tujih borcev«.

4.3 STRATEGIJA IN TAKTIKE

Islamska država ni le uporabila strategije modernega terorizma (razširjanje strahu in terorja za doseganje političnih ciljev), temveč jo je nadgradila. Prvič, svoja dejanja proti civilistom je naredila še bolj nasilna, barbarska in grozljiva⁸¹ (ugrabitve, obglavljanja, sežig ljudi, javni množični poboji, posilstva, pohabljanja civilistov, ...). Drugič, grozljiva dejanja je posnela in zmontirala v visoko kvaliteten produkt in ga v skladu s tehnološkimi novostmi s sofisticirano uporabo interneta in družbenih omrežij v obliki propagandnih sporočil prenesla raznolikemu občinstvu (nasprotnikom, podpornikom, civilistom na ozemljih pod njenim nadzorom in mednarodni javnosti) brez cenzure (Ganor 2015, 57–59). S svojo nadgrajeno strategijo modernega terorizma je uspešno realizirala zastavljene cilje. Ganor (2015, 59–60) izpostavlja tri: »osvajanje novih ozemelj v Siriji in Iraku; novačenje in prihod mladih na bojišča ter ustrahovanje in podrejanje ljudi, ki živijo na ozemljih pod njenim nadzorom, s čimer si je zagotovila njihovo sodelovanje in podporo.«

⁸⁰ Zarqawi je kot sprejemljivo označil pobijanje civilistov, tudi muslimanov, zlasti šiitov (Stern in Berger 2015, 274).

⁸¹ Moubayed (2016, 197) kot smrtne kazni, ki so v veljavi v Islamski državi, našteva še skupinske poboje s streljanjem, metanje ljudi z zgradb. Za ženske uporabljajo kamenjanje do smrti.

Islamska država se za razliko od njenih predhodnic ne ukvarja s pomisleki, da bi lahko njeno nasilje in skrajna brutalnost odvrnili javnost stran od nje, saj jo obvladuje predvsem prek ustvarjanja javnega terorja. »Islamska država pooseblja teror« (The Soufan group 2015b).

Kot smo zapisali v uvodu pričujočega poglavja, je Islamska država hibridna teroristična organizacija, kar pomeni, da je teroristična strategija le del celovite strategije njenega delovanja. Dolgoročen cilj - preživetje in rast kalifata - Islamska država, po Khatib (2015), poskuša doseči s strategijo, ki ima štiri komponente. »Prva komponenta je pragmatičen odnos⁸² do Assadovega režima. Drugič, razvoj ozemelj pod njenim nadzorom kot metoda nadzorovanja lokalnih prebivalcev in za privabljanje tujih borcev. Tretjič, uporaba ideologije in medijev kot orodje za nadzor nad prebivalci, za novačenje borcev in financiranje organizacije. Četrtrič, centralizirana vojaška strategija« (Khatib 2015).

Vsaka komponenta je pravzaprav strategija sama po sebi. V nadaljevanju diplomske naloge bomo delovanje Islamske države poskušali razumeti prek predstavitve njene družbeno-ekonomske, vojaške in medijske strategije. Uvodoma pa moramo pojasniti administrativno in odločevalsko strukturo kalifata, ki določa, nadzoruje in izvaja posamezne strategije. Vodstvo kalifata prek Institucije za javno informacijo in Ministrstva za medije centralistično ureja tudi uporabo medijev.

4.3.1 Administracija kalifata

Z razvojem Islamske države, od skupine prek emirata do kalifata, se je razvijal tudi njen sistem upravljanja. Z razglasitvijo kalifata je Islamska država razvila kompleksen in profesionalen sistem upravljanja, ki ji je omogočil funkcioniranje in preživetje (Al-Tamimi 2015).

Na čelu kalifata je Bagdadi, kalif⁸³, ki predstavlja vrhovno oblast v Islamski državi. Ob sebi ima dva namestnika - generalnega guvernerja ozemelj Islamske države v Siriji in generalnega guvernerja ozemelj Islamske države v Iraku. Skupaj določajo cilje organizacije,

⁸² Bistvo odnosa med Assadom in Islamsko državo je vzajemna korist. Islamska država vidi v Assadu ekonomskega (kupec nafte na črnem trgu) in vojaškega (napada uporniške skupine) partnerja, Assad pa z obstojem Islamske države upravičuje svoj »boj proti islamističnim ekstremizmom«, s katerim diskreditira in oslabi sirsko opozicijo in uporniške skupine (Khatib 2015).

⁸³ Kalif (naslednik Mohameda, islamskega preroka) teoretično vlada suvereni državi, ki obsega globalno muslimansko skupnost (»*umma*h«) (Moubayed 2016, 17).

način realizacije ciljev pa prepuščajo lokalnim guvernerjem⁸⁴, poveljnikom in upravljavcem (Atwan 2015, 137–138).

V hierarhični strukturi kalifata so pod Bagdadijem svetovalni sveti. Najpomembnejši med njimi je *Shura* svetovalni svet, v katerega Bagdadi uvrsti do dvanajst članov, ki skupaj z njim nadzirajo delovanje kalifata ter sporočajo podrejenim odločitve in ukaze vodstva. Za našo nalogo pa je bistven podatek, da je za medije in propagando odgovoren svetovalni svet **Institucija Islamske države za javno informacijo**⁸⁵. Poleg svetovalnih svetov Bagdadiju in njegovima namestnikom pri vodenju kalifata pomagajo institucije, ki so primerljive z ministrstvi v zahodnem svetu, med njimi je tudi **Ministrstvo za medije (*Diwan al-Alaqa al-Amma*)**, ki je odgovorno za odnose z javnostmi. Ministrstva vodijo odbori. Vodje ministrstev pa sestavljajo Bagdadijev kabinet (Atwani 2015 138-143; Al-Tamimi 2015 124).

Vodstveni kader se je od ustanovitve »Islamske države v Iraku« leta 2006 pa do danes spreminjal. Poglavitni razlog so bile protiteroristične operacije, v katerih so vodilni možje umirali. Do leta 2010, ko je bil zamenjan praktično celoten vodstveni kader, so bili na čelu organizacije nekdanji veterani »Al Kajde v Iraku« (afganistanski Arabci, ki so srečali in poznali vodstvo Al Kajde). Po letu 2010 pa vodilna mesta prevzamejo nekdanji oficirji iraške vojske (nekdanji člani baasistične stranke Sadama Husseina - iraški sunitski Arabci), ki so z razpustitvijo iraške vojske leta 2003 ostali brez vsega in so del življenja preživeli kot sostanovalci v ameriških zaporih v Iraku (Tønnessen 2015, 48–52). »Prav nekdanji oficirji so s svojimi vojaškimi in obveščevalnimi izkušnjami največ doprinesli k razvoju Islamske države v učinkovito in sposobno organizacijo.« (Lister 2014, 21) Menjave na vodilnih mestih so se sicer nadaljevale tudi po razglasitvi kalifata⁸⁶. Najnovejšo generacijo voditeljev Islamske države naj bi sestavljali tudi tuji veterani Islamske države (npr. Badr al-Shaalan iz Savdske Arabije in Turki al-Benali iz Bahrajna), ki so zamenjali nekdanje iraške oficirje (Abbas 2015).

⁸⁴ Vsaka izmed 36-ih provinc (glej str. 49–50) ima svojega guvernerja (emirja) in lokalno upravo (Stern in Berger 2015, 51). Koliko avtonomije na področju upravljanja in nadzora so province dejansko predale centralnemu vodstvu Islamske države ostaja neznano (Lister 2015, 3).

⁸⁵ Več o njenem delovanju in pomenu zapišemo v poglavju »5.3.4 Medijska strategija« (glej str. 67).

⁸⁶ »Uboji al-Qaduli-ja, Haji Bakr-a, al-Sweidawi-ja in al-Bilawi-ja pomenijo izgubo štirih stebrov »apokalipse Islamske države« - mož, ki so po Zarqawiju bistveno definirali vojaške, varnostne in ideološke temelje organizacije. Od ustanovnih članov kalifata sta živa le še kalif Baghdadi in Adnani, uradni govornik organizacije.« (Weiss in Hassan 2016).

4.3.2 Družbeno-ekonomska strategija

Bistvo družbeno-ekonomske strategije je takojšnje oblikovanje države z delujočo administracijo, gospodarstvom in socialnimi storitvami, ki se je sposobna sama financirati. Islamska država je z razglasitvijo kalifata svojim obstoječim in morebitnim novim podpornikom ponudila alternativo - realen politični projekt in cilj, ki ga lahko zasledujejo in dosežejo. S tem je v prvi vrsti pridobila podporo lokalnih prebivalcev, nato pa tudi nadzor na njih. Istočasno pa je postala dovolj privlačna za privabljanje tujih borcev (Khatib 2015).

S pozivi in utemeljitvami, da je migracija v kalifat verska dolžnost vsakega muslimana, so predstavniki Islamske države na svoje ozemlje poskušali privabiti ne le tuje borce temveč tudi »zdravnike, inženirje, učitelje, sodnike, ljudi z vojaškimi, administrativnimi in storitvenimi izkušnjami« (Stern in Berger 2015, 86). Na ozemlje Islamske države pa niso emigrirali le moški, temveč tudi ženske in otroci. Po nekaterih podatkih je med evropskimi džihadisti na območju kalifata 10% žensk, ki na ozemlju kalifata opravljajo vlogo žen in mater, v prostem času pa so aktivne tudi na družbenih omrežjih, kjer z objavljanjem idealističnih prizorov življenja v kalifatu spodbujajo novačenje mladih deklet iz tujine. Kot matere morajo sicer poskrbeti tudi za indoktrinacijo otrok, ki bodo z leti postali nova generacija džihadistov (Moubayed 2016, 251–269). Pri tem je potrebno dodati, da se Islamska država poslužuje tudi taktike uporabe otrok v teroristične namene. Otroke novači ali ugrablja, uri v vojaških spretnostih in jih uporablja v samomorilskih operacijah in na bojišču, obenem pa na tak način vzgaja generacije otrok, ki bodo zaradi dnevne izpostavljenosti nasilju, nasilje jemali kot normalno (Stern in Berger 2015, 210–218).

Islamska država je s pomočjo svoje jasne upravljavske strukture prebivalcem v prvi vrsti zagotovila zdravstvene, socialne in izobraževalne storitve, ki jih v večletnem kaosu⁸⁷ niso bili deležni. S tem si je v začetni fazi njenega vladanja nad določenim ozemljem pridobila njihovo podporo. Prek nadziranja izobraževalnega sistema in vnašanja lastne propagande vanj, pa si je zagotovila tudi dolgoročno podporo (Khatib 2015). Vse to pa ne bi bilo mogoče brez uveljavitve ekstremistične različice šeriatskega prava (Lister 2014, 26). Z vzpostavitev sodišč in policije na ozemljih, ki jih je zasedla, je na ulice vrnila javni red in mir. In si za nekaj časa zagotovila podporo lokalnega prebivalstva. S časom pa je vedno pogosteje posegala po ustrahovanju in izvajanju brutalnosti nad lokalnim prebivalstvom. Na tak način je preprečevala upore (Khatib 2015).

⁸⁷ V Siriji zaradi vojne, v Iraku zaradi sektaške omejenosti iraške vlade.

Od razglasitve kalifata naprej se Islamska država sooča s številnimi izzivi, ki ne vplivajo le na obseg njenega ozemlja in populacije, temveč tudi na gospodarsko in finančno stanje Islamske države. Prav finančna neodvisnost se je izkazala za ključno pri doseganju zastavljenih ciljev organizacije - širjenje ozemlja pod njenim nadzorom, pridobivanje lokalne podpore (tudi podpore plemen) ter novačenje novih članov⁸⁸. Tudi zato je Bagdadi ob prihodu na čelo organizacije ustanovil finančni svet in takoj začel vzpostavljati različne vire financiranja (Lister 2014, 22–24). Razvejan sistem financiranja je omogočil Islamski državi, da je postala najbogatejša teroristična skupina v zgodovini (Atwan 2015, 146).

Po razglasitvi kalifata se je mesečno v finančno blagajno stekalo po več kot 30 milijonov dolarjev na račun prodaje nafte na črnem trgu⁸⁹. Islamska država je leta 2014 služila tudi na račun drugih naravnih resursov - plina, kmetijstva, bombaža, vode in elektrike. Na črnem trgu je prodajala ukradene starine. Poleg davkov⁹⁰ je pomemben finančni vir predstavljalo kompleksno izsiljevalsko omrežje, ki je mesečno generiralo 12 milijonov dolarjev. Islamska država se je financirala tudi prek drugih kriminalnih dejavnosti, kot so ugrabitve za odkupnino in trgovina z belim blagom (Lister 2014, 22–24). Posredno pa so finančni priliv predstavljali tudi tuji borci, ki so na ozemlje Islamske države prišli z določenimi znanji in veščinami (Hansen-Lewis in Shapiro 2015, 142–146), obenem pa so bili s svojimi stiki del mreže, ki je organizacijo povezovala z zunanjim svetom in prek katere je potekalo tudi zbiranje sredstev za delovanje organizacije⁹¹ (Lia 2015).

Od začetka leta 2015 je Islamska država izgubila 22% ozemlja (glej Sliko 4.1), njeno prebivalstvo se je zmanjšalo z 9 na 6 milijonov (IHS Conflict Monitor 2016).

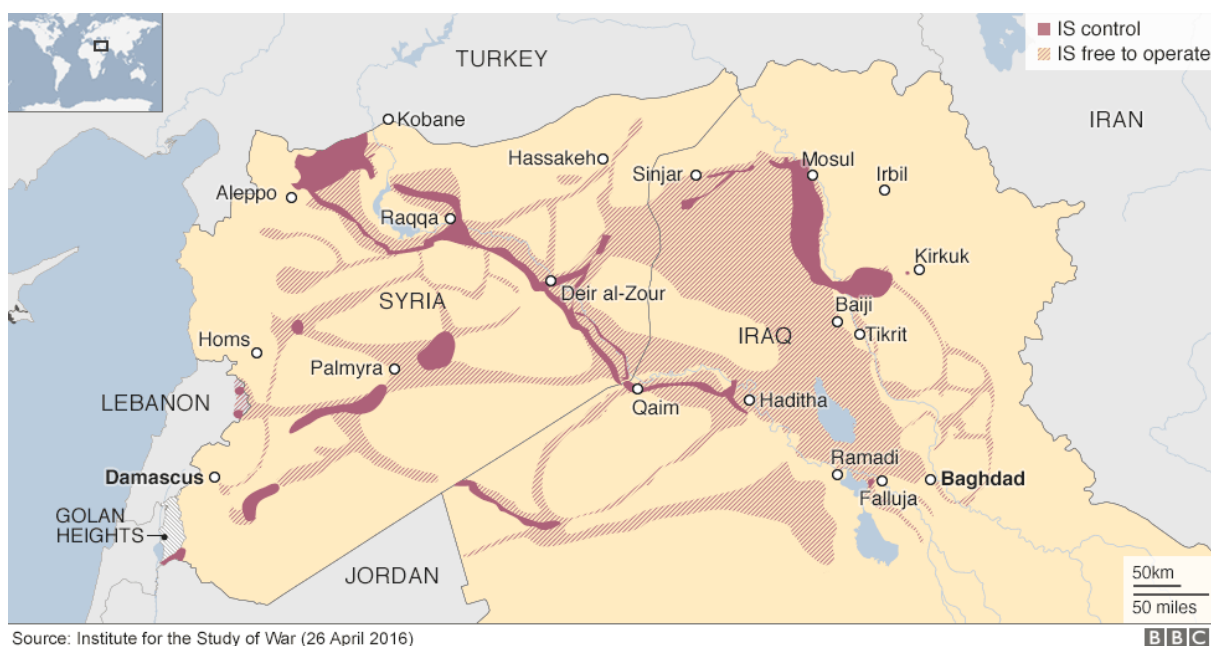
⁸⁸ Prizori blagostanja in uspeha ojačajo novačenje tako domačih kot tujih borcev (Lister 2014, 24).

⁸⁹ Na črnem trgu so nafto kupovale tako notranje kot zunanje stranke iz Iraka, Libanona, Turčije in Kurdistanu (Lister 2014, 23). Nekateri viri med kupce nafte Islamske države na črnem trgu uvrščajo tudi Assadov režim (Khatib 2015).

⁹⁰ Pomemben podatek je, da iraška in sirska vlada plačujeta zaposlene tudi na ozemljih, ki so pod Islamsko državo. Islamska država pa pobere davek ob dvigu denarja. S tem jo obe vladi posredno financirata (Hansen-Lewis in Shapiro 2015, 142–146).

⁹¹ Tuji borci niso le delovna sila in motivirani borci, temveč tudi pomemben člen v razvejani mreži članov, podpornikov in morebitnih novih članov organizacije, ki predstavlja vez organizacije z zunanjim svetom, saj preko nje poteka zbiranje denarja, novačenje novih članov in medijske operacije (Lia 2015).

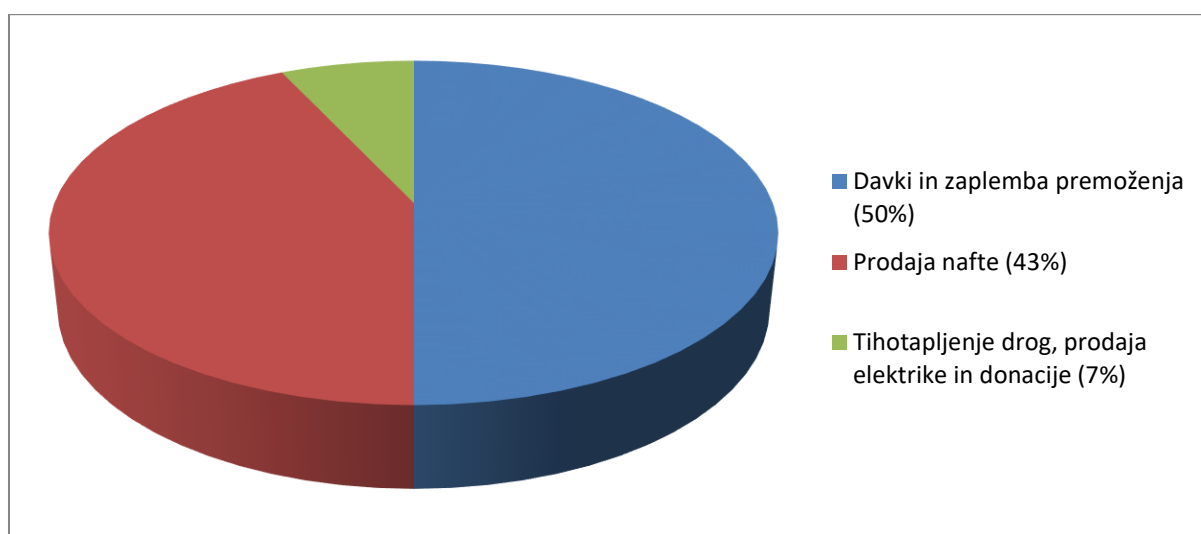
Slika 4.1: Ozemlje pod nadzorom Islamske države (26. april 2016)



Vir: Institute for the Study of War (BBC News 2016).

Mesečni dohodek Islamske države se je v zadnjem letu zmanjšal za 30%, in sicer z 80 milijonov dolarjev sredi lanskega leta na 56 milijonov dolarjev letos marca (glej Sliko 4.2) (IHS Conflict Monitor 2016). Islamska država poskuša na različne načine povečati prilive, med drugim tudi z dogovori z iraškimi menjalci denarja in s sirskimi naftnimi trgovci (Wing 2016).

Graf 4.1: Struktura mesečnih prilivov v marcu 2016



Vir: IHS Conflict Monitor (IHS Conflict Monitor 2016).

4.3.3 Vojaška strategija

Vojaško strategijo poleg kalifa, ki je na vrhu hierarhično urejene organizacije, določajo njegova namestnika, vojaški svet in ministrstvo za vojaške zadeve. Vojaški uspehi Islamske države so v prvi vrsti posledica izkušenih voditeljev, nekdanjih iraških oficirjev, ki so v hibridno teroristično organizacijo prinesli tako vojaške izkušnje konvencionalnega bojevanja kot poznavanje terorističnih taktik, ki so jih pridobili v letih vojskovanja proti ameriškim silam v Iraku. K uspehom pa je veliko prispevalo tudi njihovo poznavanje lokalnih posebnosti in posameznikov (zlasti plemen⁹²) (Hubbard in Schmittaog 2014).

Rezultat vodenja organizacije s strani nekdanjih iraških oficirjev je strogo hierarhično urejena in profesionalno vodena vojaška struktura⁹³, ki po besedah Atwana (2015, 150–151) deluje bolj kot prava vojska kot pa teroristična organizacija. Za opravljanje svojih nalog ima na razpolago obsežno vojaško silo⁹⁴. Po podatkih kurdskega poveljnika naj bi imela Islamska država v drugi polovici leta 2014 na razpolago 200.000 borcev. Ameriška obveščevalna agencija jih je ocenila na 20.000 do 31.500. Pri čemer gre pri prvem številu najverjetneje za bazo ljudi, ki jih je imela Islamska država na razpolago za »vpoklic«. V drugem primeru pa za izurjene borce na bojišču (Cockburn 2014).

Pomemben del bojne sile predstavljajo tuji borci⁹⁵. Junija 2014 je bilo na območju Sirije in Iraka približno 12.000 tujih borcev iz 81 držav. Konec leta 2015 se je to število več kot podvojilo, različnim nasilnim ekstremističnim skupinam na tem območju se je do konca 2015 pridružilo med 27.000 in 31.000 tujih borcev iz vsaj 86 držav (The Soufan Group 2015, 4–5). Prihod tujih borcev se je v letu 2016 zmanjšal z 2.000 na 200 na mesec (Gibbons-Neff 2016).

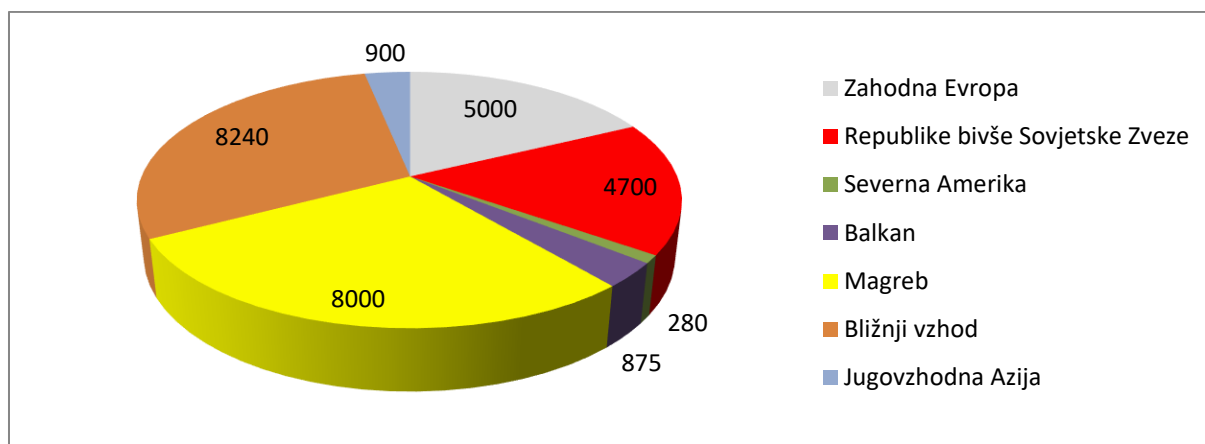
⁹² Islamska država je prek pogajanj in finančnih dogovorov na svojo stran pridobila plemenske poglavarje oziroma celotna plemena, s čimer je poglobljala in utrjevala svoj položaj in moč na terenu. V določenih primerih, ko so se plemena uprla, pa je izvedla množičen poboj in na izpraznjeno območje naselila tuje borce (Khatib 2015).

⁹³ Medtem ko strateške vojaške odločitve sprejema vojaški svet, poveljniki na bojišču ohranjajo popolno svobodo glede izvajanja posameznih operacij na terenu. Na tak način »vojska« Islamske države ohranja fleksibilnost in učinkovitost, saj se je sposobna hitro prilagajati spremembam na terenu (Atwan 2015, 151).

⁹⁴ Moubayed (2016, 129) trdi, da naj bi imela Islamska država sredi leta 2015 v Iraku in Siriji od 35.000 do 50.000 vojakov (borcev).

⁹⁵ Točno število tujih borcev je nemogoče določiti, ker raziskovanje na terenu predstavlja preveliko nevarnost. Zato so dosegljive zgolj ocene (Stern in Berger 2015, 78).

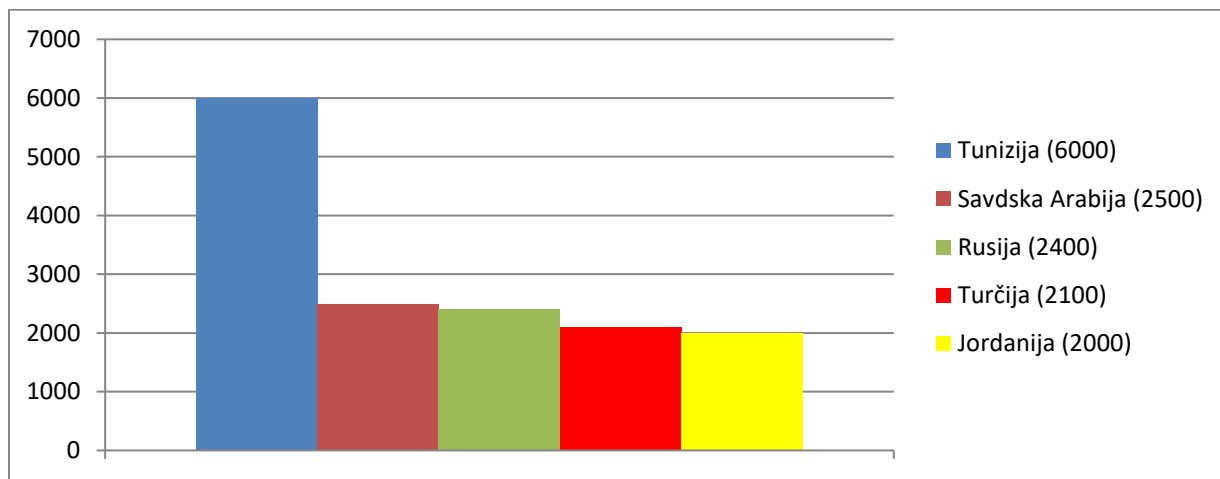
Graf 4.2: Število tujih borcev glede na regijo (konec leta 2015)



Vir: The Soufan Group (2015a, 5)

Sodeč po statistiki so tuji borci predvsem lokalni oziroma regionalni fenomen, saj večina njih prihaja iz arabskih držav Bližnjega vzhoda in Magreba, in sicer največ iz Tunizije, Savdske Arabije in Jordanije (glej Sliki 4.3 in 4.4). Istočasno pa so tudi globalni problem, saj je na sirskem in iraškem ozemlju prek tujih borcev zastopanih kar 86 držav (The Soufan Group 2015a, 6).

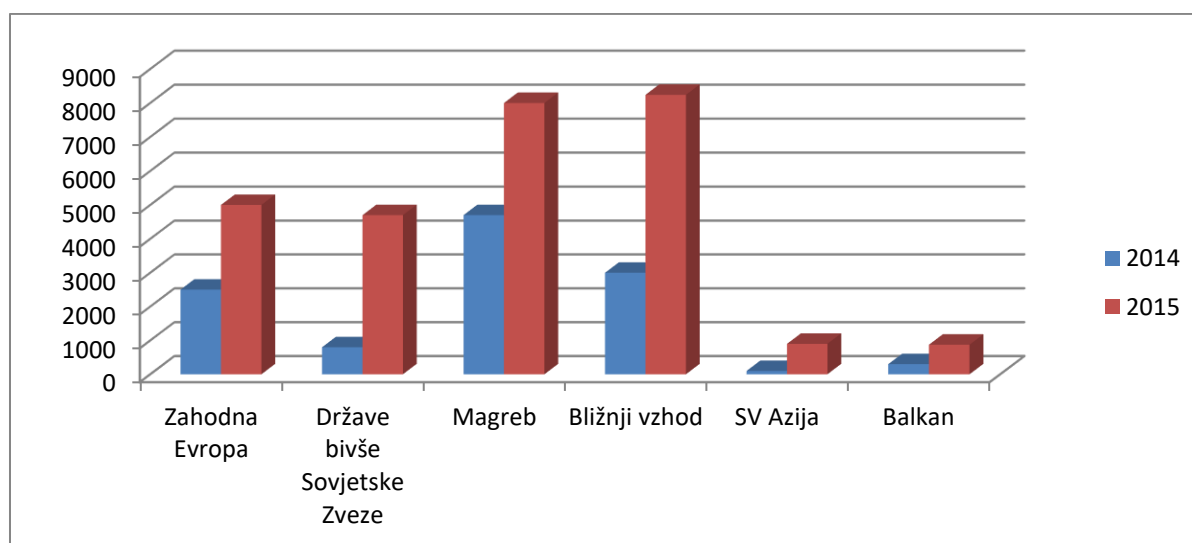
Graf 4.3: Število tujih borcev glede na državo izvora (konec leta 2015)



Vir: The Soufan Group (2015a, 5)

V obdobju od junija 2014 do decembra 2015 se je več kot podvojilo tudi število tujih borcev iz zahodne Evrope (z 2500 na 5000), pri čemer je zanimivo, da jih 74% prihaja iz štirih držav: Francije (1800), Velike Britanije (760), Nemčije (760) in Belgije (470) (The Soufan Group 2015a, 12–13).

Graf 4.4: Primerjava števila tujih borcev glede na regijo za leti 2014 in 2015



Vir: The Soufan Group (2015a, 20)

Profesionalnost delovanja Islamske države se odraža tudi v njenem odnosu do izobraževanja in urjenja svojih borcev. S pomočjo številnih centrov za urjenje v Siriji in Iraku si je Islamska država zgradila »vojsko«, ki jo sestavljajo »dobro izurjeni, ideološko motivirani in brezkompromisni borci« (Lister 2014, 17).

Poleg dobro izurjenih borcev je Islamska država za osvajanje novih in ohranjanje osvojenih ozemelj potrebovala vojaško opremo in orožje. Svoje sile je oborožila z ukradeno vojaško opremo in orožjem iz zaseženih baz in rezerv iraške vojske ter rezerv nekdanjega libijskega diktatorja Moamerja Gadafija (Atwan 2015, 151). Borci sicer sproti oskrbuje s strelivom in lahkim orožjem prek fleksibilne podporne mreže (BBC News 2015a).

Islamska država ni tipična teroristična organizacija, kar se odraža tudi pri izbiri vojaške strategije in taktik. Poleg terorističnih in gverilskih taktik se poslužuje tudi konvencionalnega vojskovanja⁹⁶. Kot pojasnjuje Lister (2014, 17–18) lahko vojaške operacije Islamske države v Iraku in Siriji razdelimo v dve kategoriji. V prvi kategoriji so napadi, ki jih izvajajo mestne celice Islamske države, ki z uporabo tipičnih terorističnih taktik (npr. samomorilski napadi v mestnih okoljih) povzročijo množične civilne žrtve. S tem ko za tarče izberejo šiite, alavite in druge manjšinske skupine spodbujajo in vzdržujejo sektaški konflikt, v katerem se Islamska država predstavlja kot zaščitnica sunitske skupnosti. Pri drugi

⁹⁶ Teroristične in gverilske taktike so posledica njenih korenin v »Al Kajdi v Iraku«. Konvencionalno vojskovanje pa je neposredna posledica znanja in izkušenj nekdanjih iraških oficirjev, ki sestavljajo vodilni kader Islamske države (Khatib 2015).

kategoriji pa gre za vojaške operacije, katerih namen je izčrpavanje nasprotnika. Operacije izčrpavanja nasprotnika ciljajo tako na zmanjšanje njegovih sposobnosti kot morale. Islamska država je s pomočjo te taktike prevzela nadzor na Mosulom.

Bistvena značilnost ekspanzionistične strategije Islamske države je njena postopnost. V prvi fazi je Islamska država le ena izmed frakcij na nekem ozemlju. V tej fazi glavno vlogo odigrajo uradniki v versko-kulturnih centrih (da`wah), katerih naloga je vzpostavljanje socialnega stika z lokalnimi prebivalci (pridobivanje podpore plemen), njihovo novačenje ter zbiranje informacij o njenih nasprotnikih na določenem območju (obveščevalna dejavnost) (Al-Tamimi 2015, 120). V drugi fazi si Islamska država s kombiniranjem strategije izčrpavanja in ekstremne brutalnosti⁹⁷ zagotovi dominanten položaj na območju. Z lastnimi operacijami ustvari razmere, nad katerimi lokalne politične in varnostne oblasti nimajo več nadzora. Takrat sama prevzame glavno vlogo nad vsemi sferami (Lister 2014, 18–19).

Čeprav večina poznavalcev Islamske države trdi, da so njene strateške vojaške prioritete lokalne in da večino sredstev nameni za teroristične operacije znotraj Sirije in Iraka, pa sta Hegghammer in Nesser v svoji raziskavi ugotovila, da je Islamska država (pred razglasitvijo kalifata »Islamska država v Iraku in Siriji«) med januarjem 2011 in junijem 2015 vodila tudi decentralizirano strategijo napadov na zahodu⁹⁸. Svoje podpornike⁹⁹ je spodbujala k izvedbi napadov na zahodnih tleh, redke napade pa je dejansko vodila sama. V zgoraj navedenem obdobju je bilo na zahodu 69 džihadističnih napadov: 37 v Zahodni Evropi, 25 v Severni Ameriki in 7 v Avstraliji. V 30. primerih so bile najdene povezave z Islamsko državo, večinoma je šlo za deklarirano podporo tej organizaciji in ne za napade, ki bi jih organizirali, koordinirali in vodili vodilni člani Islamske države. Posebno pozornost pa vzbuja podatek, da se je število napadov na Zahodu, ki so jih izvedli simpatizerji te organizacije, znatno povečalo v obdobju med septembrom 2014 in junijem 2015, kar sovpada s pozivom Abu Muhammada al-Adnanija, uradnega govornika Islamske države, simpatizerjem Islamske države naj napadajo nevernike na Zahodu (Hegghammer in Nesser 2015).

⁹⁷ Obglavljanja, križanja, množična pobijanja (BBC News 2015a).

⁹⁸ Avtorja sta v raziskavi kot Zahod razumela Zahodno Evropo, Severno Ameriko in Avstralijo/Novo Zelandijo.

⁹⁹ Zahodni varnostni organi se pri Islamski državi srečujejo z zelo kompleksno nevarnostjo, saj se, kot pojasnjuje Moubayed (2016, 276), »brišejo meje med džihadisti, ki so namenjeni na bojišča v Sirijo, med ideološkimi gorečnejši, internetnimi simpatizerji, »volkovi samotarji« in organiziranimi terorističnimi celicami«.

Teroristične napade na Zahodu izvajajo akterji, ki so na različne načine povezani z Islamsko državo. Stern in Berger v prvo kategorijo uvrščata t.i. »volkove samotarje«¹⁰⁰. To so posamezniki, ki živijo na Zahodu in na lastno iniciativo izpeljejo teroristični napad. V drugo kategorijo sodijo operativci Islamske države, ki na terenu na zahodnih tleh ali iz kalifata prek družbenih medijev vodijo napad, ki ga izvedejo džihadisti, ki so se vrnili na Zahod z bojišč v Siriji, ali drugi džihadisti na Zahodu (Stern in Berger 2015, 94).

Najbolj odmevna napada Islamske države na evropskih tleh sta bila napada na Pariz¹⁰¹, 13. novembra 2015, in na Bruselj¹⁰², 22. marca 2016. Sodila naj bi v okvir nove strategije Islamske države, katere cilj je terorizirati Evropo. S tem Islamska država fokus vojaške strategije usmerja stran od sirskih in iraških ozemelj, kjer je v zadnjih šestih mesecih (v primerjavi z letom 2014) zaradi zračnih napadov izgubila 30% ozemlja¹⁰³. Med glavnimi tarčami nove strategije naj bi bile Italija, Belgija, Francija, Nemčija in Velika Britanija (Chulov 2016). Islamska država se z novo strategijo obnaša bolj kot država, ki sponzorira terorizem na tujem (Cronin 2016).

Da je prišlo do spremembe v strategiji Islamske države, se strinja tudi Rapoport, ki napade na evropskih tleh razume kot provokacijo, s katero želi Islamska država zahodne sile še intenzivneje »potegniti« v sam konflikt. Kar bi bilo tudi v skladu z apokaliptično naravnostjo njenega propagandnega materiala, s katerim poziva zahodne sile k neposredni kopenski intervenciji na sirskih tleh (Rapoport 2016).

Z vidika medijske strategije, o kateri bo govora v naslednjem poglavju, so bili pariški in bruseljski napadi primer propagande prek dejanj, s katero je želela Islamska država sprovcirati evropsko javnost in povečati razkol med muslimani in ne-muslimani ter tako vzpostaviti razmere, v katerih bi bilo novačenje novih članov v Evropi lažje in hitrejše (Winter 2015c).

¹⁰⁰ Taktiko »volkov samotarjev« (leaderless resistance) so v 80-ih in 90-ih uporabljala nacionalistična gibanja. T.i. »volkovi samotarji« so radikalizirani posamezniki, ki izvedejo teroristični napad brez navodil in pomoči centrale teroristične organizacije (Stern in Berger 2015, 60–61).

¹⁰¹ Skupina strelcev in bombnih samomorilskih napadalcev je v petek, 13. novembra 2015, napadla koncertno dvorano, športni stadion, restavracije in bare v središču Pariza (BBC News 2015b). Odgovornost za napad je prevzela Islamska država, ki je v svojem propagandnem materialu pojasnila, da so napadi »odgovor na žalitve islamskega preroka in na zračne napade koalicije na njene položaje v Siriji in Iraku« (MMC RTV Slovenija 2015).

¹⁰² Dva samomorilska napadalca sta se v torek, 22. marca 2016, razstrelila na letališču Zaventem v Bruslju, tretji na bruseljski podzemni železnici. Odgovornost za teroristični napad je prevzela Islamska država (MMC RTV Slovenija 2016).

¹⁰³ »Islamska država« je izgubila tudi strateško pomembno mesti Sindžar (nadzor nad povezavo med Rakom in Mosulom) in Ramadi (glavno mesto iraške sunitske pokrajine Al Anbar), končati je morala obleganje vojaškega oporišča Kuveires v Siriji.« (Šterbenc 2016) 27. marca 2016 je izgubila Palmyro (Rapoport 2016).

4.3.4 Medijska strategija (Uporaba medijev s strani Islamske države)

4.3.4.1 Cilji in metode uporabe medijev

Profesionalna uporaba medijev sodi med ključne elemente strategije Islamske države in je eden izmed glavnih razlogov, zakaj je uspela prevzeti primat Al Kajdi na vrhu globalnega džihadističnega gibanja, osvojiti in vzpostaviti nadzor nad obsežnim ozemljem ter nanj privabiti na tisoče tujih borcev, žensk in otrok. Razvila je sofisticirano medijsko strategijo, bistvo katere opredeli slogan »obstati in se razširiti«, ki mu Islamska država ne sledi le na področju uporabe medijev, temveč, kot smo videli v prejšnjem poglavju, tudi na vojaškem področju (Zelin 2015).

Islamska država uporablja tako tradicionalne kot nove medije. Na internetu izvaja operativne aktivnosti (usmerjanje simultanih vojaških operacij na velikih razdaljah, komuniciranje s celicami, zbiranje sredstev, zbiranje informacij o žrtvah, hekerske napade), spletno urjenje, novačenje in propagando (Atwan 2015, 15–31).

Za razliko od dotedanje džihadistične propagande, ki je bila omejena le na ožjo skupino podpornikov, je Islamska država s svojo medijsko strategijo, ki je v ospredje postavila družbene medije, dosegla, da je njen propagandni material vsepovsod prisoten in dostopen vsakomur, tudi tistim, ki ga sploh ne iščejo (Stern in Berger 2015, 125). Ciljne skupine Islamske države so štiri:

1. nasprotniki in sovražniki,
2. sledilci in podporniki,
3. civilisti na ozemljih, ki so pod njenim nadzorom,
4. mednarodna javnost (Ganor 2015, 59).

Stern in Berger (2015, 249–250) govorita o petih ciljih, ki jih Islamska država želi doseči s svojo propagando:

1. *Prek svojih propagandnih sporočil želi ustvariti podobo moči in zmage.*
2. *Prek dihotomije ekstremnega nasilja in utopične družbe, ki služi moralnemu opravičenju nasilja, želi navdušiti posameznike, ki so naklonjeni nasilju.*
3. *Manipulirati z državljani sovražnih držav, da bi od vlad zahtevali vojaško posredovanje, obenem pa tem istim državljanom vzbujajo dvom v uspešnost takih posredovanj.*

4. *Krivdo za vsak konflikt želi prikazati kot posledico agresije zahodnih vlad in nagovarjanja sionistov.*
5. *Vsako vojaško posredovanje proti Islamski državi želi prikazati kot napad na vse muslimane, pri čemer v ospredje postavlja civilne žrtve.*

Eden izmed ciljev, ki mu na področju uporabe medijev sledi Islamska država, je novačenje¹⁰⁴ novih članov. Zato so njena propagandna sporočila, ki se širijo prek medijev, osredotočena na tuje borce. Pogosto so prav borci glavni junaki in ciljna skupina njene propagande. Ker že od Al Kajde velja, da je novačenje učinkovitejše, če je propagandni material preveden v svetovne jezike¹⁰⁵, Islamska država izdaja pomembna sporočila v angleškem, francoskem in nemškem jeziku (Stern in Berger 2015, 77). Kot razlaga Lister (2014, 25) je bila povečana produkcija propagandnega materiala v angleškem jeziku od aprila 2014 naprej in izdajanje spletne revije v angleškem jeziku (*»Dabiq«*) nekaj mesecev kasneje, povezano s ciljem Islamske države, da razširi poskuse novačenja na mednarodno raven (Lister 2015, 25). Spletna revija *Dabiq* v prvi številki tako pozove k migraciji v Sirijo in Irak ne le tuje borce temveč tudi »zdravnike, inženirje, zdravnike ter ljudi z vojaškimi, administrativnimi in storitvenimi izkušnjami« (Stern in Berger 2015, 120).

Poleg inovativne in učinkovite uporabe družbenih medijev, ki jo bomo podrobneje opisali v nadaljevanju, Islamska država išče in izkorišča tudi pozornost mednarodnih medijev¹⁰⁶ (Lister 2014, 24). Medijska veja Islamske države dobro pozna delovanje zahodnih tradicionalnih medijev. Zato v svojih družbenih medijih objavlja propagandni material, za katerega ve, da bo vzbudil njihovo zanimanje. Senzacionalistično poročanje zahodnih tradicionalnih medijev in objavljanje materiala z družbenih omrežij ustvari razmere, ki pospešijo procese radikalizacije posameznikov. Zahodni mediji s svojim poročanjem namreč vplivajo na večanje razkola med nemuslimani in muslimani v multietničnih zahodnih družbah, kar olajša delo tistim džihadistom, ki radikalizirajo muslimane v teh družbah (Dramac Jiries 2016, 223-224). Z objavljanjem novic, ki temeljijo na propagandnih objavah Islamske države, zahodni tradicionalni mediji omogočajo neposredno promocijo njenih idej in

¹⁰⁴ Za novačenje članov Islamska država uporablja tako spletno propagando na družbenih medijih kot tradicionalne offline metode novačenja (npr. srečanja v mošejah) (Gates in Podder, 2015, 109).

¹⁰⁵ Anwar al-Awlaki, ideolog Al Kajde, pobudnik izdajanja spletnih revij in ostalega materiala za novačenje v angleškem jeziku, je bil prepričan, da so za učinkovitejše novačenje pomembni prevodi v angleški jezik (svetovni jezik, ki ga razume velik odstotek svetovne populacije) (Atwan 2015, 134).

¹⁰⁶ Glavni arabski mediji so po mnenju Sowell ključni za to, da večinsko sunitsko prebivalstvo v določenih predelih Iraka sprejme kot kredibilno sporočilo Islamske države, da se Islamska država v Iraku bori za obrambo identitete sunitskih Arabcev (pred iransko-šiitsko grožnjo) in ne za uveljavljanje ozke salafistično-džihadistične ideologije in šeriatskega prava (Sowell 2015).

organizacije kot take (Khatib 2015). Na tak način ne vplivajo le na novačenje novih članov temveč tudi na njeno financiranje, ki je prav tako odvisno od poročanja medijev (Lia 2015).

Pomen nadgrajene medijske strategije Islamske države za psihološko bojevanje se je pokazal že ob razglasitvi kalifata. Dva meseca pred razglasitvijo kalifata je Islamska država pričela s spletno kampanjo, v okviru katere je v družbenih medijih in na drugih spletnih platformah objavljala fotografije in videe brutalnega nasilja, ki ga je izvajala na terenu. Kot pojasnjuje Atwan je »s tem želela pritegniti pozornost svetovnih medijev in seznaniti čim več potencialnih novih članov s »priložnostmi«, ki jih ponuja tako v Siriji kot v Iraku« (Atwan 2015, 125). Islamska država je s pomočjo medijev »tržila« dva produkta: priložnost za vojaški džihad in priložnost za življenje v edini pravi islamski državi, v kateri je življenje urejeno v skladu s šeriatskim pravom (Lia 2015). Drugi cilj tovrstnih objav pa je bilo teroriziranje prebivalcev Sirije in Iraka, s čimer je preprečila njihovo upiranje, in njenih nasprotnikov, katerim je na tak način zmanjšala samozavest in posledično njihovo vojaško moč na terenu. S spretnimi psihološkimi operacijami so borci Islamske države hitro osvajali nova ozemlja in prevzemali nadzor nad njimi¹⁰⁷ (Atwan 2015, 125).

Islamska država je za učinkovito uporabo medijev za doseganje svojih ciljev zadostila tako pogojem na produkcijski kot distribucijski strani. Razvila je potrebno medijsko infrastrukturo, ki »omogoča produkcijo visoko kvalitetnih propagandnih produktov, prevedenih v različne jezike za različna občinstva, z vsebinami, ki so skladne z njeno ideologijo in cilji, ki jih želi sporočiti« (Milton 2014, 47). Za distribucijo svojih propagandnih sporočil ciljnim občinstvom, je izkoristila vse novosti, ki jih je prinesel tehnološko-komunikacijski razvoj, in predvidela uporabo tako tradicionalnih kot novih komunikacijskih kanalov.

Ključna dejavnika, ki sta omogočila sofisticirano uporabo medijev s strani Islamske države in posledično hitro globalno razširitev njene apokaliptične ideologije, sta bila poceni komunikacijska tehnologija, ki je omogočila takojšnje in enostavno komuniciranje (Berger 2015, 64), ter kvalitetna in dostopna digitalna tehnologija, ki je omogočila snemanje videov visoke definicije in ustvarjanje oblikovno privlačnih spletnih revij (Atwan 2015, 16).

Medijske operacije Islamske države so centralizirane in natančno določene. Popoln nadzor nad sporočili z ozemelj, ki so pod njenim nadzorom, je mogoč, ker na njih ni tujih

¹⁰⁷ Kot primer lahko navedemo obnašanje iraške vojske ob obleganju Mosula. Čeprav so ZDA urile in opremile iraško vojsko, je le-ta ob napadu borcev Islamske države na Mosul zbežala (Atwan 2015, 125–126).

novinarjev. Islamska država je namreč ustvarila takšne pogoje¹⁰⁸, ki so za tuje novinarje prenevarni. Med drugim je tuje novinarje iz različnih vzrokov ugrabljala in ubijala (Khatib 2015). Brez kritičnih novinarjev na svojem ozemlju lahko Islamska država popolnoma nadzoruje informacije o dogajanju v kalifatu, ki pridejo do ciljnih občinstev.

Islamska država del medijskih operacij izvaja tudi na terenu (»offline«), in sicer z organiziranjem družabnih prireditvev in z vzpostavitvijo medijskih točk na ozemljih pod njenim nadzorom. Na družabnih prireditvah lokalnim prebivalcem predvaja uradne medijske produkte (Zelin 2015, 86). »Video produkcijo predvaja na velikih ekranih v parkih in na trgih tako v Siriji kot Iraku« (Milton 2014, 54). Medijske točke, ki jih vzpostavi v mestih in na vaseh pa služijo za distribucijo propagandnega materiala (tiskovin, CD-jev, DVD-jev in USB ključkov) lokalnim otrokom in najstnikom (Zelin 2015, 86).

Dodati velja, da je v zadnjem obdobju, ko se Islamska država sooča s porazi, svojo »offline« medijsko strategijo usmerila predvsem na zagotavljanje dostopa prebivalcev do medijev, ki so ji naklonjeni (npr. radijske postaje al Bajan, tedenskega časopisa al Naba) in k politiki cenzuriranja. Dostop do spleta je dovoljen le pod nadzorom obveščevalne službe. Satelitski krožniki so prepovedani in kritične radijske postaje so nadomestili s svojo radijsko postajo al Bajan. Islamska država poskuša doseči monopol nad informacijo za to, da ostane njeno sporočilo o »ekspanziji in utopiji kalifata« edino sporočilo, ki ga slišijo ljudje na njenih ozemljih. Na tak način si zagotavlja popoln nadzor tako nad borci, katerim z zmagovitimi sporočili utrjuje moralo, kot tudi nad lokalnim prebivalstvom, s čimer preprečuje upore na njenih ozemljih (Winter 2016).

4.3.4.2 Medijski aparat in mediji Islamske države

Sofisticiran medijski aparat Islamske države, ki ji danes omogoča širjenje svoje ideologije na množično občinstvo, se je razvijal vzporedno z njenim ideološkim, organizacijskim in vojaškim razvojem.

Današnji medijski aparat Islamske države je z inovacijami nadgrajen medijski aparat njene predhodnice - »Islamske države v Iraku«, ki je ob oblikovanju prvega kabineta

¹⁰⁸ Islamska država je poleti 2014 oblikovala enajst pravil za novinarje, ki bi želeli poročati iz pokrajine Deir ez Zor. Novinarji so lahko poročali z omenjenega območja, če so prisegli zvestobo kalifu; če so pridobili akreditacijo za poročanje s strani medijskega centra Islamske države, od katerega je bila odvisna tudi objava prispevkov, saj jih je moral predhodno odobriti. Prav tako je Islamska država določila, za katere medijske hiše lahko novinar poroča. Izogibati so se morali poročanju za mednarodne in lokalne satelitske televizijske kanale. Prepovedano pa je bilo sodelovanje z medijskimi hišami, ki so bile na črni listi Islamske države, ker so se borile proti njej (npr. Al Arabia, Al Jazeera in Orient TV) (Taibi 2014).

ministrstev aprila 2007 ustanovila tudi ministrstvo za medije (Al-Tamimi 2015, 118). Ohranjata se centraliziran nadzor nad komuniciranjem in vključevanje vsebin s celotnega ozemlja, ki je pod nadzorom organizacije. Novosti pa so posledica razvoja družbenih medijev, ki je omogočil učinkovitejše komuniciranje in popolno osamosvojitve Islamske države na področju distribucije njenega propagandnega materiala. Po drugi strani pa ji je uporaba družbenih medijev prinesla tudi številne izzive, saj je postala veliko bolj ranljiva (Milton 2015, 47–48). Koalicijske sile pogosto uspejo locirati borce Islamske države prav zaradi njihove uporabe družbenih medijev (Moubayed 2016, 218).

Za medije in propagandno je odgovorna »**Institucija Islamske države za javno informacijo**«, ki jo vodi Abu Muhammad al-Adnani al-Shami, uradni govornik organizacije (Atwan 2015, 142). Pečat pustijo njegovi govori, izdani v obliki avdio posnetkov. Za prelomnega se je izkazal »*The Islamic state wil remain*« (Islamska država bo preživela) iz leta 2011, ki ga je zaznamovala zmagovita miselnost. Z njim je bil določen stil komuniciranja organizacije - »zmagoviti slog, elementa šibkosti ni bilo več« (Stern in Berger 2015, 105). Tudi razglasitev kalifata je sporočil Adnani v avdio posnetku, naslovljenem »*This is the promise of Allah*«, objavljenem 29. junija 2014 (Stern in Berger 2015, 116). Velik vpliv je imel tudi njegov govor z dne 22. september 2014, v katerem je »pozval »volkove samotarje« na Zahodu naj ubijejo državljane držav članic koalicije, ki napada Islamsko državo (Atwan 2015, 142).

Poleg »Institucije Islamske države za javno informacijo« na področju medijev in propagande deluje tudi **Ministrstvo za medije**, ki nadzira tako medijske organizacije oziroma oddelke, ki skrbijo za produkcijo uradnega propagandnega materiala, kot distribucijske kanale, ki propagandna sporočila prenašajo do občinstva. Uradni propagandni material ustvarja in distribuira več medijskih oddelkov oziroma medijev (Milton 2014, 49):

1. **medijski center Al Hayat**, ki ga je Islamska država ustanovila pred razglasitvijo kalifata maja 2014, skrbi za ustvarjanje in distribucijo propagandnega materiala v angleškem, nemškem, francoskem in ruskem jeziku (Stern in Berger 2015, 113; Moubayed 2016, 214). Med drugim izdaja tudi enega izmed najbolj pomembnih in odmevnih medijskih produktov Islamske države - digitalno revijo *Dabiq*¹⁰⁹. Bralci revije, ki oblikovno in po načinu pisanja spominja na slog zahodnih revij, so tuji borci

¹⁰⁹ Islamska država je svojo revijo poimenovala po sirski vasi blizu meje s Turčijo, kjer naj bi se v skladu z islamskim izročilom odvila končna apokaliptična bitka med islamom in zahodom (Rapoport 2016).

in prebivalci ozemelj, ki so pod nadzorom Islamske države. Poleg »informiranja« svojih ljudi, revija služi kot propagandni material za novačenje novih članov (Moubayed 2016, 214–215). Glavne teme, ki jih obravnava, so enotnost, iskanje resnice, migracije in skupnost. V njej najdemo fotoreportaže, aktualne dogodke in informativne članke o stvareh, ki so vezane na Islamsko državo (The Clarion Project 2014). Prva številka je bila v veliki meri posvečena razglasitvi kalifata, ki naj bi po besedah Bagdadija pomenil »začetek novega obdobja za muslimane, ki ga bo zaznamovala moč in spoštovanje njihovega dostojanstva« (Stern in Berger 2015, 119). Prav tako je vključevala verski poziv po migraciji v kalifat, verske argumente v prid razglasitve kalifata ter vojaška poročila z eksplicitnimi fotografijami pohabljenih vojakov sovražnih sil (Stern in Berger 2015, 119–120).

Že junija 2014 je *Al Hayat* začela z izdajanjem tedenske revije »*Islamic state report*«, ki vključuje članke o politiki in življenju v kalifatu. Od decembra 2014 izhaja revija »*Dar Al-Islam*« v francoskem jeziku, katere namen je novačenje v frankofonskih državah (Ballardini 2015, 118–122).

2. **Oddelek za medijsko produkcijo *Al Furkan***, ki je nastal še v času »Islamske države v Iraku« leta 2006 (Moubayed 2016, 214), je ustvaril videe z obglavljanji, ki so pozornost svetovne javnosti usmerili na Islamsko državo (Ballardini 2015, 106). Zanje je značilno, da sledijo natančnemu scenariju in da so ustvarjalci pri snemanju pazili na vsak detajl (The Soufan group 2015b).

19. avgusta 2014 *Al Furkan* objavi visoko kvaliteten video »*A message to America*« (Sporočilo Ameriki), v katerem prikaže obglavljanje ameriškega reporterja Jamesa Foleya, in napove nova obglavljanja. To je bil le začetek serije videov¹¹⁰, ki so prikazali obglavljanja zahodnih talcev. Posebno pozornost je zbudil zadnji video v tej seriji, v katerem je Islamska država prikazala množično obglavljanje sirskih vojakov, ki so ga izvedli nezamaskirani evropski tuji borci. Brutalnost Islamske države se je s

¹¹⁰Žrtve na posnetkih, objavljenih na spletu, so :

- ameriški fotoreporter James Foley (19. avgust 2014),
- ameriški novinar Steven Scotloff (2. septembra 2014),
- britanski humanitarci delavec David Haines (13. september 2014),
- nekdanji ameriški vojak, kasneje humanitarci, Peter Kassing (16. november 2014),
- japonski zasebni trgovec z orožjem Haruna Yakawa in japonski samostojni poročevalec Kenji Goto Jogo (januar 2015) (Moubayed 2016, 201).

Rabelj, ki so ga mednarodni mediji imenovali džihadist John, pa naj bi prihajal iz Velike Britanije, njegove korenine pa naj bi bile v Iraku. Šlo naj bi za 26-letnega Mohameda Emvazija (Moubayed 2016, 201–202).

tem posnetkom še povečala, saj je bil za razliko od prejšnjih, tokrat prikazan celoten posnetek obglavljanja. Video se je zaključil z objavo odrezane glave ameriškega vojnega veterana Abdula-Rahmana Kassinga (Stern in Berger 2015, 120–122).

Med najbolj odmevnimi produkti *Al Furkana* je tudi serija video reportaž »Posodi mi ušesa«, v kateri v glavni vlogi nastopa britanski novinar John Cantlie, ki ga je Islamska država ugrabila v Siriji leta 2012. »V videih naj bi opisoval »dejstva o dogajanju« v mestih in na bojnih črtah od Mosula do Kobaneja« (Moubayed 2016, 216–217). V seriji objav se Cantlie preobrazi iz televizijskega voditelja-ujetnika, oblečenega v oranžna zaporniška oblačila, ki v studiu med drugim komentira objave zahodnih medijev, v reporterja na terenu, oblečenega v črna oblačila, z rahlo brado na obrazu, kar bi lahko nakazovalo na njegovo spreobrnitev v islam. In ne nazadnje v turističnega vodiča, oblečenega v običajna zahodnjaška oblačila, ki hodi po Mosulu in kaže, da življenje v kalifatu normalno teče naprej ne glede na vojaške napade (Ballardini 2015, 107–110).

Al Furkan izdaja tudi uradne izjave vodstva Islamske države (Winter 2015a, 12). Poleg govorov uradnega govornika Adnanija, občasno izdajo tudi govore kalifa Bagdadija. Prvič se je Bagdadi v propagandnem videu, posnetem v Veliki mošaji v Mosulu, pojavil v začetku julija 2014, kmalu po objavi avdio izjave Adnanija, v kateri je razglasil kalifat. Video z Bagdadijem je postal viralen na Twitterju, prav tako je bil razposlan mednarodnim medijem. V obsežni propagadni produkciji Islamske države se Bagdadi s svojimi govori pojavlja zelo redko (Stern in Berger 2015, 118; Atwan 2015, 118).

3. **Medijska fundacija *I'tisaam***, ki je bila ustanovljena leta 2013 (Moubayed 2016, 214), skrbi za produkcijo visoko-kvalitetnih videov (Atwan 2015, 21).
4. **Medijska fundacija *Ajnad***, ki je nastala leta 2013, je specializirana za produkcijo džihadistične vokalne glasbe - nešid. 4. decembra 2013 je izdala nešid »*Dawlat al-Islam Qamat*«, ki je postal himna Islamske države (Ballardini 2015, 110–11).
5. **Založniška hiša »*al Himma Library*«** objavlja versko literaturo (The Middle East Media Research Institute 2014) (Moubayed 2016, 216–217).

6. **Tiskovna agencija *Al Amak***¹¹¹ (Winter 2015b, 13) skrbi za poročanje o spopadih na sirskem in iraškem ozemlju, povzemajo jo tudi tuje televizijske hiše.

Medijske oddelke sestavljajo profesionalni novinarji, uredniki, filmski ustvarjalci in fotografi, ki so zaprisegli zvestobo Bagdadiju. Rezultat njihovega profesionalnega dela so visoko-kvalitetni produkti, ki so vzbudili pozornost mednarodne javnosti (Atwan 2015, 21).

7. Uradni propagandni material ustvarjajo tudi **regionalne medijske pisarne**, ki so v vsaki provinci (Milton 2014, 49–50).
8. Od tradicionalnih medijev ima Islamska država od junija 2014 tudi regionalno **radijsko postajo *al Bajan***, katere propagandni produkti tudi sodijo med uradne. Program sestavljajo branja Korana, predavanja in dnevna poročila vojaških operacij (ibid.).
9. Poleg radia ima Islamska država tudi svojo **satelitsko televizijsko postajo *Tawheed*** s sedežem v Libiji (Atwan 2015, 23).
10. Islamska država ima tudi različne spletne strani, ki vsebujejo arhiv propagandnega materiala ali povezave do njega (ibid.).

Z razvojem tehnologije in pojavom družbenih medijev se je poleg uradnega razširil tudi neuradni propagandni material, ki ga ustvarjajo borci, podporniki in aktivisti Islamske države. Nekateri borci na družbenih omrežjih objavljajo fotografije, ki prikazujejo njihov prosti čas, ki pa ga poleg sproščenosti vedno zaznamuje tudi prisotnost orožja (Moubayed 2016, 216–217). Spet drugi na Twitterju poročajo o bojih Islamske države neposredno z bojišč (Atwan 2015, 17). Na družbenih omrežjih so aktivna tudi dekleta¹¹² Islamske države, katerih naloga je nagovarjanje muslimanskih in krščanskih deklet zahodnega sveta. V svojih objavah opisujejo življenje v Islamski državi kot idealno. Nagovarjajo jih z obljubami, da bo njihovo življenje v kalifatu lepše in boljše kot v Evropi. Temu primerne so tudi fotografije, ki jih objavljajo (Moubayed 2016, 256–257).

Širjenje neuradnega propagandnega materiala prek družbenih medijev predstavlja svojevrsten izziv za medijske stratege Islamske države. Neuradne objave namreč včasih niso v skladu s celotno naracijo Islamske države, s sporočilom, ki ga želi le-ta skomunicirati ciljnim

¹¹¹ Tiskovna agencija *Amak* je dobila ime po sirski vasi, ki naj bi odigrala pomembno vlogo v apokaliptični bitki (Rapoport 2016).

¹¹² Na območje Islamske države je odšlo že vsaj 550 muslimanskih deklet iz zahodnih držav. Večino deklet je bilo starih med 16 in 24 let in so pripadale drugi ali tretji generaciji muslimanskih priseljencev (Perešin 2015, 22).

publikam. Določene neuradne objave pa lahko ogrožajo tudi njene vojaške operacije in življenja posameznih operativcev. Zato se medijski strategiji Islamske države poslužujejo tudi metode preverjanja neuradnih objav. V kolikor naletijo na objavo, ki ni skladna s celotno naracijo organizacije, strategiji aktivirajo neuradne račune, ki objavo kritizirajo in jo osmislijo z drugačno argumentacijo, ki je v skladu s celostnim sporočilom Islamske države (Milton 2014, 50–52).

4.3.4.3 Družbeni mediji¹¹³ kot distribucijski kanali propagandnih sporočil

Že od leta 2005 naprej so džihadisti¹¹⁴ za distribucijo video posnetkov uporabljali Youtube kanal, ki pa ni omogočal učinkovite distribucije, saj so morali posamezniki videe poiskati. To se je spremenilo, ko so džihadisti¹¹⁵ za distribucijo pričeli uporabljati nove generacije družbenih medijev, kot sta Twitter¹¹⁶ in Facebook (Atwan 2015, 17), pa tudi Instagram, Quitter, Frendica, Diaspora (Moubayed 2016, 217). Za širjenje svojih propagandnih produktov Islamska država uporablja tudi VK, Yahoo groups, Google Groups, JustPaste.it, SoundCloud, Vid.me in Vimeo.com. Strategiji Islamske države so se za uporabo alternativnih družbenih medijev odločili predvsem zaradi ukrepov¹¹⁷, s katerimi so Youtube, Twitter in Facebook ukinjali račune uporabnikov oziroma brisali sporno vsebino podpornikov Islamske države (Ballardini 2015, 99).

V zadnjem obdobju Islamska država svoje uradne produkte najprej objavi na Telegramu, kjer ima 20.000 uporabnikov, nato jih deli še na drugih platformah. Ne glede na ukinitve računov in brisanje objav, pa Islamska država še vedno spodbuja uporabo Twitterja, Facebooka in Youtube-a, saj jim te platforme za razliko od Telegrama omogočajo komuniciranje z večjim številom uporabnikov. Gre za odprte sisteme, kjer je uporabnikom omogočeno, da z lahkoto najdejo uporabnike, ki imajo sorodne interese, npr. na Twitterju prek funkcije »who to follow« (Berger 2016; Stern in Berger 2015, 134).

¹¹³ Statistika uporabe interneta in družbenih medijev kaže, da 89% mladih med 16. in 24. letom starosti v Evropski uniji uporablja splet, na teden preživijo na spletu 19,2 uri, 70% jih uporablja tudi družbene medije (Atwan 2015, 16).

¹¹⁴ Džihadisti so pred množično uporabo Youtube kanala svoje propagandne produkte pogosto najprej objavljali na spletni strani archive.org (Stern in Berger 2015, 134).

¹¹⁵ Anwar al-Awlaki, džihadist Al Kajde na Arabskem polotoku, je prvi uporabil platforme družbenih medijev za razširjanje propagande. Za distribucijo spletne revije Inspire je uporabil blog, Facebook in Youtube (Atwan 2015, 17).

¹¹⁶ Islamska država odpre prvi Twitter račun oktobra 2013, in sicer kot medijska fundacija *I'tisaamm* (Stern in Berger 2015, 153–154).

¹¹⁷ Youtube je kmalu omogočil označevanje terorističnih vsebin, prav tako je brisal sporne vsebine. Facebook je z agresivno kampanjo brisanja spornih terorističnih vsebin in ukinjanja računov in skupin začel leta 2009. (Stern in Berger 2015, 133–136).

Islamska država je tudi na Twitterju dokazala, da se je sposobna prilagoditi na spremenjene razmere. Ko je Twitter¹¹⁸ začel sistematično ukinjati njene uradne račune, je Islamska država razvila novo metodo distribucije. Zelin jo imenuje »centralizirana decentralizacija«. Njeno bistvo je v ustanavljanju večjega števila uradnih distribucijskih računov, ki omogočajo razširjanje uradnega propagandnega materiala kljub ukinitvam posameznih računov¹¹⁹ (Zelin 2015, 86). Uradne distribucijske račune vodijo t.i. »medijski mudžahedini«, za katere Fisher (Fisher 2015, 4) trdi, da »oblikujejo razpršena omrežja računov, ki se stalno preoblikujejo in jih zato lahko ponazorimo z rojem čebel«. Propagandni material širijo z uporabo ustreznih dogovorjenih značk (»hashtag«), katere Twitter ne blokira niti ne briše, na tak način uradni distribucijski računi ne potrebujejo veliko sledilcev, da bi lahko videli objave, saj so njihove objave zaradi dogovorjenih značk vseeno vidne množičnemu občinstvu (Winter 2015b, 11–12).

Twitter¹²⁰ tako ostaja družbeni medij, na katerem poteka najbolj sistematična, vidna in agresivna akcija za »osvajanje src in glav ljudi«. Islamska država se na Twitterju poslužuje marketinških in »spam« tehnik (tehnik vsiljenih sporočil; npr. uporaba t.i. »Twitter bots« za avtomatično razpošiljanje sporočil) za družbene medije (Stern in Berger 2015, 69; ibid, 150). Sporočila dosežejo veliko občinstvo, na pozive v sporočilih se odzove peščica ljudi, vendar se strategija še vedno obrestuje, saj ne povzroči negativnih posledic niti ne predstavlja finančnega bremena za organizacijo (The Soufan group 2015b).

Islamska država se je večkrat poslužila »ugrabitve« t.i. »nevihte na Twitterju« (*Twitter storm*). Podporniki Islamske države na Twitterju so v tvit s povezavo na propagandni material Islamske države, ki je bil predhodno naložen na eno izmed varnih platform tipa JustePaste.it, vključili značke, ki so bile v tistem trenutku viralne (npr. #VoteNo, #VoteYes, #LewisHamiltonGrandPrix). Na tak način se je njen propagandni material razširil med veliko množico uporabnikov Twitterja, še preden so ga odgovorni uspeli zbrisati (Atwan 2015, 18).

¹¹⁸ Po prelomni objavi, 19. avgusta 2014, ko Islamska država preplavi internet z videoposnetkom »A message to America«, ki prikazuje obglavljanje ameriškega novinarja Jamesa Foleya, obenem pa tudi napove nove videoposnetke obglavljanj, Twitter prične z ukinjanjem računov podpornikov Islamske države (Stern in Berger 2015, 5).

¹¹⁹ Za raziskovanje medijske strategije Islamske države je ena izmed najbolj zahtevnih nalog prav iskanje uradnih distribucijskih računov uporabnikov, ki so neposredno vezani na medijski aparat Islamske države (Zelin 2015).

¹²⁰ Med septembrom in decembrom 2014 so podporniki Islamske države uporabljali vsaj 46.000 računov na Twitterju. Tri četrtine uporabnikov je za prvi jezik izbralo arabščino. Največ uporabniških računov je bilo lociranih v Siriji, Iraku in Savdski Arabiji. V povprečju je vsak račun imel 1000 sledilcev (Berger in Morgan 2015, 9).

V obdobju pred razglasitvijo kalifata, med aprilom in junijem 2014, se je Islamska država za razširjanje svojih propagandnih sporočil posluževala aplikacije za Twitter »*The Dawn of Glad Tidings*«. Aplikacija je samodejno razpošiljala povezave do uradnih propagandnih objav in medijev Islamske države, obenem pa je tudi uporabljala značke, ki jih je Islamska država želela uveljaviti. V skladu s strategijo Islamske države je aplikacija tudi napovedovala posamezne izdaje propagandnega materiala. Prav tako pa je razpošiljala tudi linke na povezavo, kjer so se lahko novi uporabniki naročili na aplikacijo. Islamska država je prek aplikacije dobila tudi dostop do podatkov o posameznem uporabniku, tako do njegove telefonske številke kot do podatkov o spletnih omrežjih, do katerih je posamezen uporabnik dostopal. Kmalu po zavzetju Mosula s strani Islamske države, sta Twitter in Google ukinila aplikacijo (Stern in Berger 2015, 147–150).

Ena izmed taktik, ki jo Islamska država uporablja na internetu, je vključevanje t.i. »smart mob« podpornikov, ki so sposobni usklajenega delovanja prek mobilnih aparatov, čeprav se med seboj sploh ne poznajo. Islamska država je zbrala na tisoče spletnih podpornikov (sledilcev), ki »so se ob tem, ko so sprejeli njeno ideologijo in slavili njena dejanja, organizirali v učinkovito in močno spletno orodje¹²¹, s katerim je Islamska država nadlegovala nasprotnike in novačila nove člane« (Stern in Berger 2015, 71).

Poleg novačenja novih članov, Islamska država z družbenimi mediji spodbuja tudi migracije na ozemlja, ki so pod njenim nadzorom, in teroristična dejanja s strani t.i. »volkov samotarjev«. Za učinkovitejšo uporabo družbenih medijev je razvila poseben program, s katerim utrjuje in razširja svojo privlačnost kot apokaliptično-milenarijsko ¹²² gibanje. »Začasna zgostitev« (*temporal acceleration*), »družbena nalezljivost« (*social contagion*) in »potopitev« (*immersion*) so glavni mehanizmi, s katerimi Islamska država sidra svoja apokaliptična prepričanja med svoje sledilce na družbenih omrežjih. Islamska država je »prva teroristična organizacija, ki uporablja te ojačevalne taktike na družbenih omrežjih v industrijskem obsegu, najverjetneje pa ne bo zadnja« (Berger 2015).

S tehniko »začasne zgostitve« Islamska država sidra sporočilo, da se bliža konec sveta oziroma da se je konec sveta praktično že začel. Občutek konca sveta pri sledilcih doseže z veliko količino sproduciranih medijskih vsebin in z njihovim hitrim razširjanjem. Pri tehniki

¹²¹ Podporniki so določena dela opravljali tudi samoiniciativno. Npr.: prevajali v druge jezike, programirali t.i. »Twitter bots« za avtomatično razpošiljanje vsebin na Twitterju (Stern in Berger 2015, 71–72).

¹²² Milenarijsko se nanaša na »oblikovanje popolne družbe, ki bo spremenila svet in udejanjila utopično vladanje na zemlji, navadno za določeno obdobje pred koncem sveta« (Berger 2015, 61).

»družbene nalezljivosti« gre za širjenje idej prek osebnega stika. Pri čemer so prav družbeni mediji tisti, ki omogočajo intenzivne osebne stike in podaljšano interakcijo ne glede na geografsko razdaljo. Še več, družbeni mediji omogočajo enostavno odkrivanje podobno mislečih uporabnikov, enostavno vzpostavljanje stika z njimi in poglobljanje odnosa. Nekateri uporabniki razvijejo t.i. »intimnost na daljavo«. Vse naštetu omogoča Islamski državi, da širi apokaliptične ideje na način, ki temeljito (intimno) vpliva na življenja posameznikov. Prvi dve tehniki omogočata uspešnost tretje - t.i. »potopitve«, s katero Islamska država ustvari virtualni prostor (kalifat), ki si ga sledilci delijo. Gre za objavljane velikega števila fotografij in videov, ki prikazujejo življenje v kalifatu. Gre za utopičen svet, kjer sta na eni strani pravica in red zagotovljena z brutalnim nasiljem, na drugi strani pa je na voljo idiličen svet in vse storitve, ki jih posameznik potrebuje in mu jih zagotavlja kalifat (Berger 2015, 62–68).

4.3.4.4 Uradna medijska produkcija, njene teme in sporočila

Že »Al Kajda v Iraku« z Zarqawijem na čelu je v svojo medijsko strategijo vpeljala določene novosti. Prvič, razvijala je koncept »pripovedovanja zgodb« (storytelling). Drugič, kot svoj prepoznavni znak je vpeljala objavljane nazornih posnetkov obglavljanj (Stern in Berger 2015, 104). Razloge za to, da je ta dediščina živa tudi v obdobju Islamske države, lahko iščemo v podatku, da je bil »posnetek obglavljanja ameriškega poslovneža Nicholasa Berga, ki ga je »Al Kajda v Iraku« leta 2004 kot prvega te vrste objavila na svoji spletni strani, v 24-ih urah pretočen 500.000-krat« (Seib 2008, 75). Kar pomeni, da so posnetki brutalnega nasilja učinkovito sredstvo za vzbujanje pozornosti, kar pa je predpogoj za doseganje terorističnih ciljev.

Propaganda Islamske države pa niso le posnetki brutalnega nasilja. V svojo propagando je namreč Islamska država vnesla novost, ki se je izkazala za zelo učinkovito. Kombinirala je prizore skrajnega brutalnega nasilja z utopičnimi prizori civilne družbe. Prizori skrajnega nasilja so bili po eni strani namenjeni teroriziranju različnih ciljnih skupin, po drugi strani pa so bili pisani na kožo mladim, jeznim, neprilagojenim moškim, ki so se v določenem obdobju v največji meri odločali za odhod na bojišča v Sirijo in Irak. Utopični prizori civilne družbe pa so med drugim služili kot upravičevanje skrajnega nasilja, ki naj bi bilo potrebno za realizacijo glavnega cilja - kalifata z idealno muslimansko družbo. Z objavo nasilnih posnetkov Islamska država sporoča, da ne bo izbirala sredstev na poti do kalifata. Ključno propagandno sporočilo, ki ga je Islamska država želela prenesti je bilo: »Pridite v Islamsko državo in postanite del nečesa« (Stern in Berger, 2015, 72–73).

Kot je pokazala raziskava¹²³ Zelin (2015, 86–95), je produkcija uradnega medijskega aparata Islamske države veliko obsežnejša in tematsko bolj raznolika, kot bi lahko sklepali na osnovi poročanja zahodnih medijev, ki izpostavljajo predvsem prizore skrajne brutalnosti¹²⁴. V enem tednu je Islamska država izdala 123 različnih uradnih medijskih objav, povprečno 18 na dan. Vse medijske objave so bile izdane v arabskem jeziku, 6,5% jih je bilo izdanih tudi v angleškem jeziku. 63% objav so bile fotografije, 20% videi.

Zelin (ibid.) je v analizi zaznal šest glavnih tipov sporočil:

1. vojaška sporočila, s katerimi poudarja svojo zmagovitost:
 - Vojaške sile Islamske države so stalno pripravljene, aktivne in vedno napredujejo.
 - Sovražniki so ubiti, poraženi, ali pa jim je odvzeto ozemlje. Z opisi jih razčloveči in diskreditira.
 - Poudarjeni so njeni vojaški vadbeni centri kot inkubatorji za prihodnje generacije vojakov kalifata.
 - V svojih vojaških sporočilih poudarja, da se generacije borcev, ki bodo nadaljevali z bojem v skladu z njenim sloganom »obstati in se širiti«, že urijo.
2. Sporočila o vladanju in nadzoru nad spoštovanjem šeriatskega prava:
 - Islamska država je sposobna zagotavljati takojšnjo pravico (prizori sežiga cigaret, telesnih kaznovanj in smrtnih kazni).
 - Sposobna je voditi svojo državo.
 - Življenje znotraj kalifata normalno teče naprej ne glede na divjanje vojne v določenih predelih države.

¹²³ Avtor je analiziral celotno medijsko produkcijo Islamske države med 18. in 24. aprilom 2015. Glede na to, da je Twitter glavna distribucijska platforma Islamske države, je za namen analize medijske produkcije Islamske države sledil trem uradnim medijskim distributerjem (Ayun al-Ummah, Abu Muhammad al-Faith in Abu Mu`awiyah al-Shami) na Twitterju (Zelin 2015, 85–86).

¹²⁴ Pogosto so izpostavljeni videoposnetki obglavljanj zahodnih talcev. Npr.: »Islamic State boasts influx of foreign recruits in latest beheadings video« (Ackerman in Jalabi 2014); »Obama confirms death of US hostage Peter Kassig after Isis releases video« (Chulov in Malik 2014); »Isis beheading videos: the scariest part is how well their propaganda is working« (Snow 2014).

3. Sporočila o *da`wa*¹²⁵ aktivnostih:

- Prikaže posnetke njenih *da`wa* aktivnostih, s katerimi želi ljudi usmeriti k »pravi« interpretaciji islama, tisti, ki je v skladu z njenimi stališči.
- Obenem poskuša izobraziti ljudi, da bi se vrnil k »pravi veri«, ter poudariti širjenje tega sporočila.

4. Sporočila, katerih cilj je promocija kalifata, in služijo novačenju ter pridobivanju podpore:

- prizori idilične narave in okolja,
- prizori, ki kažejo na dostop do storitev, ki so na voljo posameznikom na njenem ozemlju,
- prizori, ki kažejo na idilično življenje, ki naj bi ga živeli prebivalci kalifata, zlasti tuji borci,
- prikazovanje dajanja zaobljub tako na lokalni kot globalni ravni (Zelin 2015, 93-94).

5. Napadi sovražnikov:

- so prikazani kot napadi na običajne muslimane,
- so prikazani kot napadi na infrastrukturo znotraj Islamske države. »Na tak način posreduje sporočilo, da je mednarodna skupnost nastrojena proti njim in da ne bo nikoli dovolila, da bi muslimani lahko živeli v uspešni družbi. Na takšen način želi spodbuditi reakcijo Muslimanov in pridobiti njihovo podporo.« (Zelin, 2015, 90–95).

Uradno propagando Islamske države raziskuje tudi Charlie Winter (2015a, 22–31), ki je teme propagandnih sporočil Islamske države, razdelil v šest kategorij:

1. brutalnost

Gre za posnetke prizorov, v katerih so izvedene različne oblike smrtnih kazni, o katerih smo v našem delu že pisali (glej str. 47; 68–69). Med najbolj grozljivimi objavami je po mnenju Moubayed (2016, 198) posnetek iz februarja 2015, ki prikazuje eksekucijo ujetega jordanskega pilota Moaza al Kasasbeha, ki ga je Islamska država živega zažgala. »Na posnetku vidimo al Kasasbehav oranžnem zaporniškem oblačilu, zaprtega v železno kletko, takoj zatem pa zamaskirana pripadnika ISIS prižgeta ogenj, ki pilota živega pogoltne. Video je posnet in zmontiran po vseh profesionalnih merilih« (Moubayed 2016, 198).

¹²⁵ *Da`wa* - širjenje interpretacije Islama v skladu s pogledom Islamske države; pridiganje (Zelina 2015) .

Islamska država snema in objavlja prizore brutalnega nasilja iz štirih razlogov. Prvič, brutalno nasilje je v očeh njenih podpornikov sprejeto kot dokaz njene moči in prevlade ter kot znak maščevanja nad odpadniki. Brutalnost nagradi podpornike. Drugič, prestraši nasprotnike. Tretjič, prikazano nasilje služi kot opozorilo lokalnim prebivalcem. In četrtič, vzbudi pozornost mednarodnih medijev, ki s svojim poročanjem in zgražanjem vplivajo na tuje odločevalce, ki posežejo po silovitih ukrepih proti teroristom (Winter 2015a, 22–23).

2. usmiljenje

Gre za prizore kesanja posameznikov (borcev, civilistov, nekdanjih vladnih uslužbencev) pred Bogom in Islamsko državo, ki se zaključijo s »prestopom« iz vrst sovražnika v Islamsko državo. S tem Islamska država sporoča, da je pripravljena tudi oprostiti napake iz preteklosti, v kolikor posameznik pretekle zaveze zavrže in obljubi zvestobo kalifu (Winter 2015a, 23–24).

3. vloga žrtve

Islamska država pogosto upravičuje svoja dejanja s prikazovanjem sunitske populacije kot žrtve v globalni vojni proti islamu. Pogosto v svojem propagandnem materialu prikazujejo trupa tistih, ki so umrli v napadih koalicijskih sil (Winter 2015a, 24–25).

4. vojna

Winter (2015b, 24–30) vojno temo razdeli na podteme: poročila izpeljanih vojaških akcij, priprave na vojaške operacije (urjenja), obrambne akcije, operacije izčrpavanja, napadi, prizori po napadu (prikazovaje trupel nasprotnikov), slavljenje mučenikov. Islamska država med drugim prikazuje prizore vojaških operacij, vojaške parade, centre za urjenje, samomorilske napade. Vojaška propaganda sporočila v prvi vrsti služijo utrjevanju prepričanja, da je Islamska država prava država, ki ima svojo vojsko. Kot cilj imajo tudi teroriziranje nasprotnikov, dvigovanje morale svojih borcev ter sporočanje lažnih informacij o stanju na bojišču svojim nasprotnikom (Winter 2015a, 26–27).

5. pripadanje

S prizori pripadanja (ideja bratstva med borci Islamske države, druženja borcev) Islamska država poskuša pritegniti pozornost morebitnih novih članov (zlasti iz zahodnih

držav). Le-te naj bi v svoje vrste zvabila predvsem z zagotavljanjem prijateljstva, varnosti in občutka pripadnosti nečemu (Winter 2015a, 27–28).

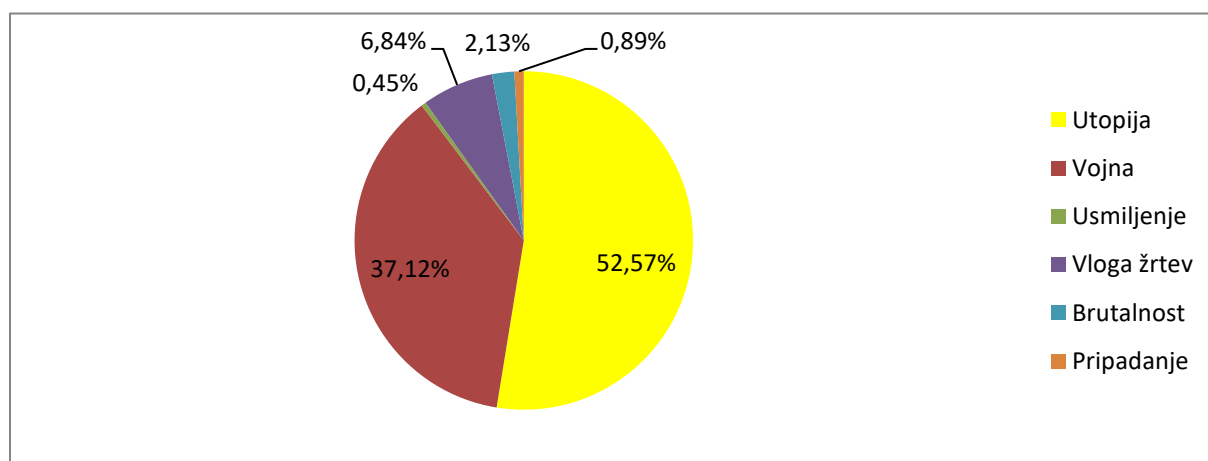
6. utopija

Apokaliptična utopija (kalifat) je najpomembnejša tema propagande Islamske države. To je povezano s tem, da je njena »državotvornost« edina resnična prednost Islamske države v odnosu do ostalih džihadističnih skupin. Z izdajanjem številnih propagandnih sporočil na to temo (prizori o tem, kako se otroci učijo recitiranja korana, delovanje šeriatskih sodišč, pobiranje zakata, sežiganje cigaret, ...), Islamska država želi dokazati, da ne le govori o kalifatu, ampak da le-ta zares obstaja (Winter 2015a, 28–30).

Winter (2015b, 24–30) temo utopije razdeli na podteme: religija (Prizori, ki poudarjajo, da je Islamska država edina, ki deluje v skladu z interpretacijo pravega islama.), ekonomska dejavnost, družbeno življenje, pravica (Pravo kaznovanje za civilne in verske zločine.), vladanje (Prizori, ki prikazujejo učinkovitost njenih storitev in administracije.), ekspanzija (Podajanje zaobljub kalifu.) in narava.

Winter (2015b, 8) je v svoji 30-dnevni raziskavi¹²⁶ uradne propagande Islamske države potrdil, da privlačnost Islamske države za tuje borce in potencialne nove člane ne gre iskati le v njenem brutalnem nasilju. Rezultati njegove raziskave so pokazali, da so najbolj pogoste teme »Suniti kot žrtve«, vojna in utopija (Glej sliko 4.6).

Graf 4.5: Teme propagandnih sporočil Islamske države



Vir: Charlie Winter (Winter 2015b, 17).

¹²⁶ Charlie Winter (2015b, 8–14) je analiziral celotno uradno medijsko produkcijo Islamske države, izdano v arabskem jeziku, med 17. julijem 2015 in 15. avgustom 2015. Pri tem je uporabil metodo spremljanja značk, ki jih uradni distribucijski računi Islamske države uporabljajo za širjenje uradnih propagandnih sporočil.

Analiza celotne propagande Islamske države pokaže, da radikalizacijo in novačenje ne spodbuja le brutalnost Islamske države, temveč tudi utopija (pravni red, ekonomsko bogastvo, spoštovanje verskih pravil, socialna pravičnost), ki jo Islamska država v svojih propagandnih sporočilih razširja prek medijev potencialnim novim članom in tujim borcem po celem svetu (2015b, 36–37).

5 ŠTUDIJA PRIMERA - PROPAGANDNI PRODUKTI ISLAMSKÉ DRŽAVE V ZAHODNIH TRADICIONALNIH MEDIJIH

Naše empirično raziskovanje smo usmerili na analizo uporabe propagandnih produktov (avdio, video, izjave) Islamske države v zahodnih tradicionalnih medijih. Na tem mestu želimo pojasniti, da RTV SLO predstavlja za nas zahodni medij. Analizo smo opravili na primeru osrednje-informativne oddaje TV Dnevnik RTV SLO. S pomočjo študije primera in analize sekundarnih virov bomo poskušali potrditi ali ovreči hipotezo:

Islamska država si z objavljanjem visoko kvalitetnih propagandnih videoposnetkov in fotografij skrajnega nasilja na spletu ter z izvajanjem terorističnih napadov na zahodnih tleh zagotavlja poročanje zahodnih tradicionalnih medijev, ki pri poročanju o njej uporabljajo tudi propagandni material z njenih družbenih medijev. Na tak način Islamska država zahodne tradicionalne medije uporablja kot propagandno sredstvo za širjenje svoje ideologije med različne ciljne skupine in doseganje svojih ciljev.

V prvem delu raziskave smo analizirali vsebino osrednje dnevno-informativne oddaje TV Dnevnik RTV SLO med 1. junijem 2014 (Mesec, v katerem se je Islamska država samooklicala za kalifat.) in 30. junijem 2015. Ob pregledu posameznih TV Dnevnikov RTV SLO smo iskali propagandne produkte Islamske države. Propagandne produkte smo prepoznali po uporabi logotipov medijskih oddelkov Islamske države, na osnovi lastnih izkušenj in primerjanja propagandnih objav v TV Dnevniku RTV SLO z objavami podpornikov Islamske države na Twitterju, prav tako so nam bili v pomoč sekundarni viri.

Z analizo TV Dnevnikov RTV SLO smo tako najprej ugotovili, ali posamezen TV Dnevnik RTV SLO vključuje propagandni material Islamske države. Čeprav so bili v posameznem TV Dnevniku RTV SLO uporabljeni delčki različnih propagandnih produktov, smo jih šteli kot eno enoto. Za vsak TV Dnevnik RTV SLO smo nato opredelili, ali vključuje avdio posnetek, video posnetek ali izjavo, nekateri TV Dnevniki RTV SLO so vključevali vse tri. S prvim delom raziskave smo tako prišli do odgovora na vprašanje, ali zahodni tradicionalni mediji (v našem primeru nacionalna televizija) uporabljajo propagandni material, ki ga Islamska država razširja prek družbenih medijev.

Sledila je analiza uporabljenega propagandnega materiala. Na osnovi klasifikacije propagandnih tem, ki jo je razvil Charlie Winter (Glej str. 76), smo posamezne propagandne

produkte, objavljene v TV Dnevnikih RTV SLO, uvrstili v ustrezne kategorije: brutalnost, usmiljenje, vloga žrtve, vojna, pripadanje in utopija. Pri čemer moram poudariti, da smo dopustili možnost, da so bili propagandni produkti v enem TV Dnevniku RTV SLO uvrščeni v več različnih kategorij. Na tak način smo ugotovili, katere teme so prevladoval v propagandnem materialu Islamske države, ki so ga uredniki in novinarji TV Dnevnika RTV SLO vključili v njihov program ter s tem, katera propagandna sporočila je Islamska država uspela prenesti občinstvu. Pri tem moramo poudariti, da namen naše naloge ni analiza poročanja medijev, zato ne moremo govoriti o tem, katera sporočila so prenesli mediji, lahko pa govorimo o sporočilih, ki jih je Islamska država prenesla prek propagandnega materiala, ki so ga mediji vključili v svoje poročanje.

V sklepnem delu naše raziskave pa smo analizirali še posamezne izjave iz propagandnega materiala Islamske države, ki so bile objavljene v TV Dnevniku RTV SLO. Analizirali smo jih glede na Wilkinsonovo klasifikacijo (Perešin 2007, 9) ciljev, ki jih teroristi prek uporabe medijev, želijo doseči: širjenje propagande prek dejanj in ustrahovanje ciljne skupine; mobiliziranje podpore med splošno populacijo in pridobivanje mednarodnega javnega mnenja na svojo stran; onemogočenje in prekinitev odziva političnih voditeljev in varnostnih sil ter novačenje, zbiranje finančnih sredstev in spodbujanje novih terorističnih napadov.

5.1 UPORABA PROPAGANDNIH PRODUKTOV ISLAMSKÉ DRŽAVE V TV DNEVNIKU RTV SLO

Za enoto analize smo določili TV Dnevnik¹²⁷ RTV SLO. V obdobju med 1. junijem 2014 in 30. junijem 2015 je nacionalna televizija predvajala 395 TV Dnevnikov, vendar pa smo iz naše analize morali izključiti TV Dnevnik, ki je bil objavljen 12. februarja 2015, saj ga nismo našli v spletnem arhivu RTV SLO¹²⁸. Uporabljen vzorec v analizi je torej obsegal 394 enot.

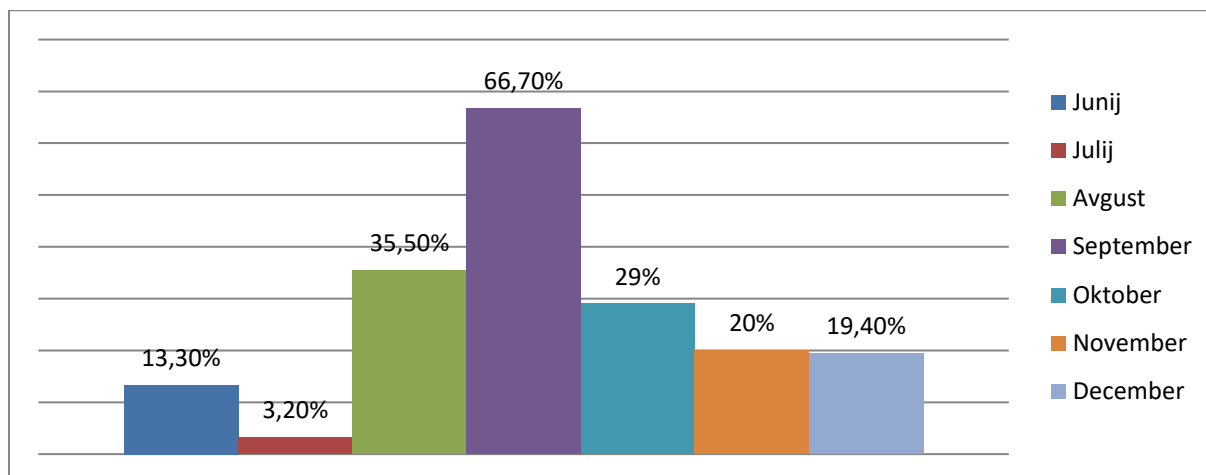
Rezultati analize so pokazali, da sta med 394-imi TV Dnevniki RTV SLO 102 vključevala propagandni material, ki ga je Islamska država objavila v družbenih medijih, kar

¹²⁷ TV Dnevnik je informativna oddaja nacionalne televizije, ki je na sporedu vsak dan ob 19:00 na TVS 1. Kot so zapisali na svoji spletni strani, Dnevnik vključuje »dnevni pregled dogodkov doma in po svetu oz. enourni odmere informacij, ki so jih čez dan zbrali dopisniki in posebni poročevalci iz svetovnih prestolnic, dopisniki iz vse Slovenije ter novinarji uredništev notranjepolitičnih in gospodarskih, zunanjepolitičnih, športnih in kulturnih oddaj« (RTV SLO).

¹²⁸ Posamezne edicije TV Dnevnikov, ki sem jih vključila v analizo, sem poiskala v arhivu RTV Slovenija na spletnem naslovu <http://4d.rtvsllo.si/arhiv/> (RTV SLO).

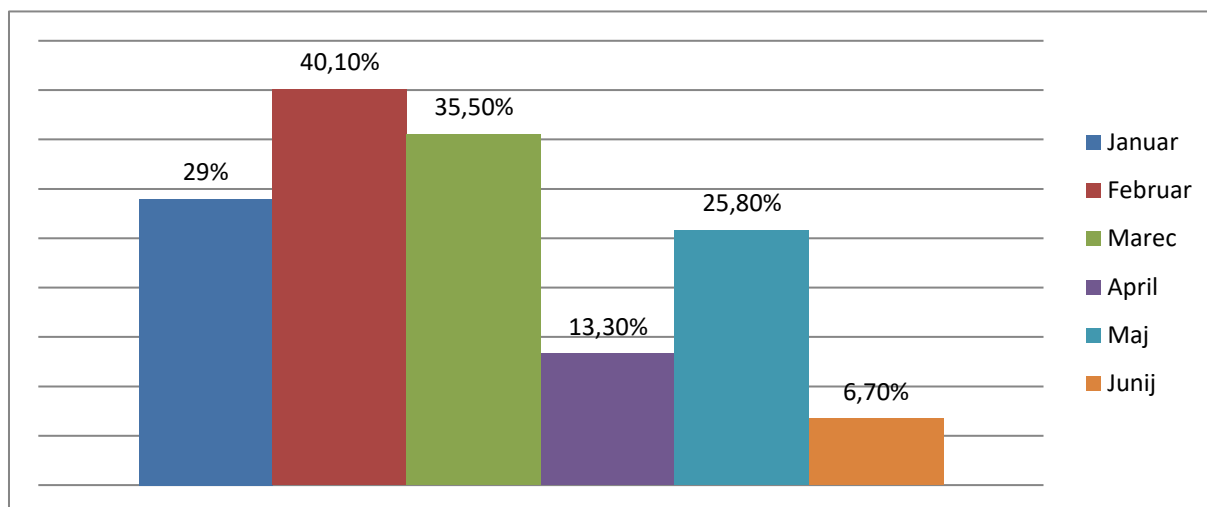
predstavlja **25.6% vseh obravnavanih TV Dnevnikov RTV SLO**. Pri čemer je potrebno poudariti, da gre za izseke iz propagandnih materialov Islamske države.

Graf 5.1: Delež TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom v analiziranih mesecih v letu 2014



Največ TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države je bilo v mesecu septembru 2014 (66.7%), najmanj pa julija 2014 (3.2%) (glej Sliki 5.1 in 5.2). Čeprav ni namen te naloge analizirati medijsko poročanje o Islamski državi, pa velja omeniti, da je povečana prisotnost propagandnega materiala v TV Dnevnikih RTV SLO v septembru, najverjetneje povezana z intenzivnejšim medijskih poročanjem o Islamski državi, ki so ga najverjetneje vzpodbudili napadi koalicijskih sil na Islamsko državo in objave videov obglavljanj zahodnih talcev v družbenih medijih Islamske države, s katerimi je slednja v mesecu septembru vzbujala pozornost.

Graf 5.2: Delež TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom v analiziranih mesecih v letu 2015



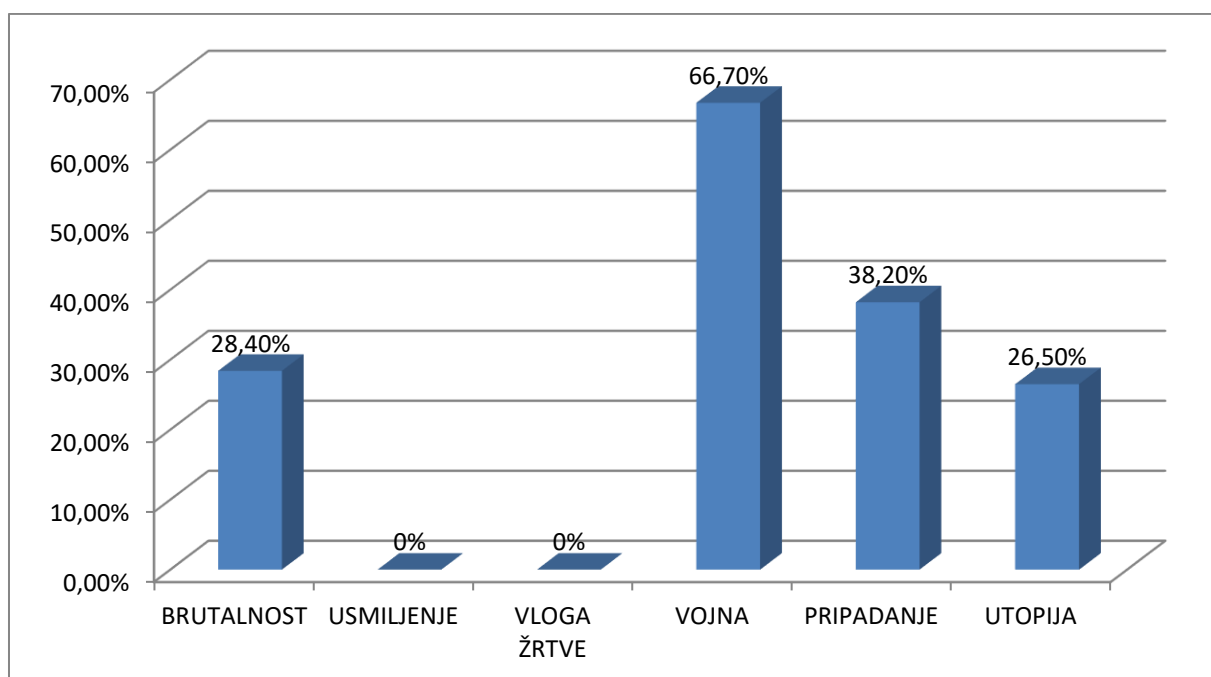
Med TV Dnevniki RTV SLO, ki so vključevali propagandni material Islamske države, jih je 94.1% vključevalo video posnetek, 22.5% fotografijo in 15.7% izjavo pripadnika Islamske države.

Na osnovi opravljene raziskave lahko tako potrdimo, da zahodni tradicionalni mediji, v našem primeru gre za RTV SLO, pri svojem poročanju uporabljajo propagandni material Islamske države, ki ga le-ta objavlja in razširja na spletu in v družbenih medijih.

5.2 TEME UPORABLJENIH PROPAGANDNIH PRODUKTOV V TV DNEVNIKU RTV SLO

V obravnavanem 13-mesečnem obdobju je 66.7% TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države vključevalo propagandni material na temo vojne, 38.2% na temo pripadanja, 28.4% na temo brutalnosti, 26.5% na temo utopije. Temi usmiljenja in »vloga žrtve« nista bili zaznani (glej Sliko 5.3).

Graf 5.3: Delež TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom na posamezno temo



S propagandnim materialom na temo **vojne** je Islamska država utrjevala sporočilo, da je kalifat - torej, realna država, ki ima svojo vojsko. Tako smo lahko v TV Dnevniku RTV SLO zabeležili fotografijo in video posnetke vojaške parade z oboroženimi borci z zastavami Islamske države v modernih avtomobilih. Z video posnetki, ki prikazujejo njene vojaške aktivnosti, je bila poudarjena njena aktivnost. Islamska država ne le govori o vojaški aktivnosti, ampak jo tudi pokaže. Z videi, ki prikazujejo osvojeno ozemlje, pa Islamska država potrdi svojo zmagovalnost in napredek. Sporočilo, da je pripravljena, tudi v smislu vojaških zmogljivosti, je prenesla preko video posnetkov, v katerih je na ogled njena vojaška oprema, tudi tanki. Njeno zmagovito sporočilo pa je najbolj neposredno uspel prenesti Adnani, njen uradni govornik, z izjavo: »Gremo v Bagdad. Bog nas bo vodil v zmago.« To so sporočila, ki služijo tako teroriziranju nasprotnikov kot dvigovanju morale podpornikov.

Druga najbolj pogosto zastopana tema v propagandnih sporočilih Islamske države, ki so bila objavljena v TV Dnevniku RTV SLO, je **pripadanje**. V ospredju propagandnega materiala na temo pripadanja so borci. Islamska država njihovo pripadnost njeni ideologiji dokazuje na različne načine:

- Na objavljeni fotografiji vidimo borce, ki kažejo s prstom proti nebu. S tem izražajo podporo ideji mučeništva in slavijo smrt.

- V objavljenem videu so prikazani nasmejani borci sredi narave, s čimer Islamska država prenaša idejo bratstva in prijateljstva med borci.
- Pripadnost njeni ideji prenaša tudi v videih, ki prikazujejo tuje borce med civilisti, ki vzklíkajo »*Alah je velik!*« ter z videi, v katerih borci molijo.

S prizori pripadanja in prijateljstva Islamska država cilja predvsem na tiste ranljive posameznike, ki bi lahko v prihodnje postali njeni člani. Islamska država zasleduje cilj radikalizacije in novačenja novih članov.

28.4% TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države je vključevalo propagandni material na temo **brutalnosti**, ki je zaščitni znak te hibridne teroristične organizacije. V obravnavanem obdobju je bilo v TV Dnevniku RTV SLO predvajanih več prizorov iz skrbno načrtovanih in sproduciranih videov, ki prikazujejo brutalne usmrtitve talcev Islamske države. Med drugim

- video, ki prikazuje ameriškega novinarja Jamesa Foley, oblečenega v oranžna zaporniška oblačila, ki kleči sredi puščave. Ob njem stoji njegov rabelj – džihadist John, oblečen v črna oblačila, z nožem v roki.
- Video, ki prikazuje prihod talcev (etiopskih kristjanov) in njihovih rabljev na prizorišče usmrtitve na libijski obali.
- Video, v katerem je prikazan prihod talca (domnevno palestinskega vohuna), oblečenega v oranžna zaporniška oblačila, in njegovih eksekutorjev (eden med njima je otrok oziroma najstnik), oblečenih v "uniforme" Islamske države, na prizorišče eksekucije.

V kategorijo brutalnosti pa smo uvrstili tudi video, ki prikazuje borce Islamske države, ki vozijo po cesti in streljajo na avtomobile s civilisti. Propagandni material na temo brutalnosti je pripravljen in objavljen tudi z namenom vzbujanja pozornosti zahodnih medijev. S tovrstnimi prizori prek zahodnih medijev terorizirajo mednarodno javnost, svojim podpornikom pa po Winterju (2015) ojačajo moralo, saj jim pokažejo moč organizacije, njeno prevlado in maščevanje nad odpadniki.

26.5% TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države vključuje propagandni material na temo **utopije**. Islamska država svojo privlačnost gradi na ideji kalifata - države, v kateri je idealna družba urejena v skladu skrajno interpretacijo šeriatskega prava in, ki svojim prebivalcem zagotavlja vse, kar potrebujejo. V svoj propagandni material

zato vključuje dokaze, da je njen kalifat z idealno muslimansko družbo realnost že danes. V TV Dnevnik RTV SLO je uspela tovrstno sporočilo prenesti z različnimi produkti:

- z video posnetkom, ki prikazuje plapolanje Islamske zastave, ki je simbol njene državotvornosti;
- z video posnetkom, na katerem je Bagdadi - njen kalif;
- z video posnetkom, ki prikazuje uničevanje kulturne dediščine, želi dokazati, da na njenem ozemlju implementirajo »pravi« islam, ki priznava obstoj le enega Boga;
- z videom, v katerem Boko Haram obljublja zvestobo Islamski državi, prenaša idejo moči kalifata, ki se v skladu s svojim sloganom (»obstati in se širiti«) širi;
- z videom, ki prikazuje da'wa aktivnosti (imam pridiga množici civilistov na trgu),
- z videom, ki prikazuje zapornike z zavezanimi očmi ter borce in civiliste, ki sredi trga čakajo, da bodo spremljali kaznovanje, prenaša sporočilo o doslednem spoštovanju šeriatskega prava znotraj kalifata;
- z videom, na katerem je prikazana kontrola civilistov s strani borcev na kontrolni točki Islamske države.

Propagandna sporočila na temo utopije, kot smo zapisali v naši nalogi (glej. str. 77–78), igrajo ključno vlogo pri radikalizaciji in novačenju novih članov. Islamska država je prek njih na svoje ozemlje zvabila tudi številne Evropejce in Evropejke (glej str. 59).

5.3 IZJAVE V UPORABLJENIH PROPAGANDNIH PRODUKTIH ISLAMSKE DRŽAVE V TV DNEVNIKU RTV SLO

V analiziranem 13-mesečnem obdobju je TV Dnevnik RTV SLO predvajal 16 propagandnih produktov Islamske države, ki so vključevali vsaj eno izjavo. Skupno je bilo predvajanih 19 izjav. Drugače povedano, 15.7% TV Dnevnikov RTV SLO, ki so vključevali propagandni material Islamske države, je vključevalo izjavo - 14-krat izjavo pripadnika Islamske države, 1-krat izjavo talca Islamske države in 1-krat izjavo pripadnika teroristične skupine, ki je obljubila zvestobo kalifu Bagdadiju.

Izjave smo analizirali glede na cilj, ki ga je s posamezno izjavo, zasledovala Islamska država. Pri tem smo se oprli na Wilkinsonovo klasifikacijo (Perešin 2007, 9) ciljev, ki jih teroristi prek uporabe medijev, želijo doseči: širjenje propagande prek dejanj in ustrahovanje ciljne skupine; mobiliziranje podpore med splošno populacijo in pridobivanje mednarodnega javnega mnenja na svojo stran; onemogočenje in prekinitve odziva političnih

voditeljev in varnostnih sil ter novačenje, zbiranje finančnih sredstev in spodbujanje novih terorističnih napadov.

Sledi analiza izjav, ki so del prispevkov, katerih prepis najdete med prilogami:

- **1. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku RTV SLO 12. junija 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014a).

Izjava uradnega govornika Islamske države (Abu Mohameda Al Adnanija): *«Gremo v Bagdad. Bog nas bo vodil v zmago.»*

Islamska država v izjavi svojega uradnega govornika nadaljuje z zmagovito miselnostjo, ki jo je Adnani vnesel v njen slog komuniciranja že z govorom »*The Islamic state will remain*« leta 2011. Islamska država v svojih sporočilih ne pozna šibkosti, vedno napreduje in zmaga. V propagandnem sporočilu, v katerem se opre na versko ideologijo, poudari pripadnost enemu bogu, v skladu s katerim Islamska država deluje, se širi in zmaga. Na aktualne in bodoče podpornike ter člane se Adnani obrne s prepričanjem, da jih v Bagdadu čaka zmaga. Cilj, ki ga zasleduje Islamska država s to izjavo, je mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov.

- **2. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 30. junija 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014b).

Izjava uradnega govornika Islamske države (Abu Mohameda Al Adnanija): *»Zaprisegel je ter postal imam in kalif vseh muslimanov.«*

Izjava uradnega govornika Islamske države (Abu Mohameda Al Adnanija): *»Imeni Irak in Levant bomo odstranili iz vseh uradnih razprav in sporočil. Od sprejema deklaracije se skupina imenuje Islamska država.«*

Tako prva kot druga izjava zasledujeta cilj mobiliziranja, spodbujanja in dvigovanja morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Islamska država s prvo izjavo na osnovi svoje verske ideologije (džihadističnega salafizma) sporoča, da je kalifat postal realnost in da imajo vsi muslimani sedaj svojega voditelja - naslednika preroka Mohameda - kalifa (Bagdadija). S tem Islamska država tudi sporoča, da so vse ostale džihadistične skupine izgubile legitimnost. Z drugo izjavo pa sporoča tudi to, da ne priznava več mednarodnih meja,

saj ima Irak in Levant za enotno območje, ki sodi v Islamsko državo, ki združuje vse muslimane, ki sledijo »pravemu« islamu - islamu kot ga razume ona sama.

- **3. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 10. julija 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014c).

Izjava francoskega tujega borca: *»Sem vaš brat, Abu Abd Al Rahman. Sem Francoz, tako kot moja starša.«*

Izjavo bi sicer lahko razumeli kot zastraševanje, saj francoski borec, ki je zvestobo prisegel teroristični skupini, ki izvaja skrajne brutalnosti, opozarja, da je Evropejec - Francoz, ki so ga vzgojili francoski starši, torej je eden izmed »nas«. Vendar pa smo mi izjavo uvrstili med tiste, s katerimi Islamska država zasleduje cilj mobiliziranja, spodbujanja in dvigovanja morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Islamska država za spodbujanje novačenja uporablja namreč tuje borce, ki, kot v tem primeru, nasmejani v prvi osebi sporočajo in dokazujejo svojo pripadnost organizaciji. V tem primeru se tuji borec neposredno obrača na svoje sovrstnike z besedami: »Sem vaš brat.«. S tem jim sporoča, da se je ne glede na to, da izhaja iz Francije odločil, da sprejme kalifov poziv k migraciji v kalifat in se pridruži borcem, ki v skladu z džihadistično-salafistično ideologijo z mečem »branijo« muslimansko skupnost.

- **4. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 20. avgusta 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014č).

Izjava rablja: *"Vaša vojaška letala nas v Iraku vsak dan napadajo. Vaši napadi so med muslimani zahtevali žrtve. Ne bojujete se več le proti upornikom.«*

Islamska država v propagandnem videu, v katerem je prikazano obglavljanje zahodnega talca - ameriškega novinarja Jamesa Foleya, z izjavo rablja upravičuje brutalno dejanje, saj poudarja, da so zahodne sile tiste, ki ubijajo nedolžne muslimane - civiliste. Islamska država s to izjavo zasleduje cilj mobiliziranja, spodbujanja in dvigovanja morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Sebe prek očrnjenja nasprotnika prikaže kot braniteljico muslimanske skupnosti. Svojo brutalnost pa tako prikaže kot nujno potrebno in od boga dovoljeno.

- **5. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 3. Septembra 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014d).

Izjava rablja (pripadnika skupine Islamska država): *"Obama, s svojimi dejanji si ubil še enega Američana. Dokler bodo tvoje bombe padale na naše ljudi, bodo naši noži rezali vratove vaših."*

Islamska država s to izjavo zasleduje cilj razširjanja propagande prek dejanj in povzročanja ekstremnega strahu v ciljni skupini. Izjava, v kateri rabelj - pripadnik Islamske države z britanskim naglasom, najprej okrivi ameriškega predsednika - predstavnika nevernikov, eminentnega sovražnika in nasprotnika skupine, za smrt obglavljenega ameriškega novinarja, 31-letnega Stevena Sotloff, služi vzbujanju občutka nemoči v mednarodni skupnost, saj sporoča, da ne le, da zahodni voditelji ne morejo zaščititi svojih državljanov, s svojimi dejanji jim še škodijo. V drugem delu izjave pa Islamska država neposredno grozi ZDA. Torej, gre za izjavo, ki v celoti temelji na džihadistični ideologiji skupine, ki verjame v nasilni džihad proti božjim sovražnikom.

- **6. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 13. septembra 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014e).

Izjava tujega borca: *"Odhajamo na bojišče našemu preroku na čast. Branili ga bomo z mečem in si utrli pot v raj."*

Izjava tujega borca zasleduje cilj mobiliziranja, spodbujanja in dvigovanja morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Islamska država zopet uporabi tujega borca, da vsem svojim aktualnim in bodočim podpornikom ter ideološkim gorečnejšem ponudi razlago, zakaj naj migrirajo v kalifat. Razloge poišče v svoji verski ideologiji: migracija in džihad sta verski obvezi, saj je ogrožena muslimanska skupnost, ki jo je potrebno braniti. Z orožjem je potrebno braniti preroka, kar Islamska država prikaže kot častno dejanje. Islamska država prav tako sporoča, da vsak »pravi« musliman z orožjem brani svojo skupnost pred sovražniki. V zadnjem delu izjave pa sledi obljuba raja za vse tiste, ki bodo z orožjem branili muslimansko skupnost in njenega preroka. Gre tudi za normaliziranje in slavljenje smrti ter sprejemanje mučeništva kot častnega dejanja.

- **7. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 22. oktobra 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014f).

Izjava pripadnika skrajne skupine Islamska država: *"To je nekaj vojaškega streliva, ki so ga odvrgli Američani. Polnilo za raketomet in granate."*

Islamska država v svojih propagandnih sporočilih teži k blatenju nasprotnika, prikazovanju njegove nesposobnosti in neučinkovitosti. Tudi v primeru zgornje izjave je tako. S to izjavo Islamska država mednarodni javnosti sporoča, da je ameriško posredovanje neučinkovito; da so ameriški vojaki nesposobni, saj ne zmorejo zagotoviti niti tega, da bi vojaška pomoč šla v roke tistih, katerim je namenjena. Zato smo izjavo uvrstili med tiste, katerih cilj je onemogočiti in prekiniti odziv političnih voditeljev in varnostnih sil.

- **8. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 17. novembra 2014 (TV Slovenija, 1. program 2014g).

Izjava pripadnika skupine Islamska država (rablja): *"Peter se je bojeval proti muslimanom v Iraku, bil je vojak ameriške vojske. Zdaj je bolj redkobeseden."*

Izjava pripadnika skupine Islamska država (rablja): *»Ogenj se je vžgal tukaj v Iraku. Njegov plamen bo z božjo pomočjo vse večji, dokler ne bo križarska vojska v Dabiku zgorela. Tukaj (v Dabiku) bomo pokopali prvega ameriškega križarja."*

V prvi izjavi v tem prispevku Islamska država zasleduje cilj mobiliziranja, spodbujanja in dvigovanja morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Svoje brutalno dejanje Islamska država upravičuje s prikazovanjem obglavljenega talca - ameriškega humanitarnega delavca Petra Kassiga kot sovražnika, kot pripadnika nevernikov, ki ogrožajo in napadajo muslimansko skupnost (»Peter se je bojeval proti muslimanom v Iraku.«) in ki jih je v skladu z versko ideologijo dovoljeno ubiti. Obenem pa žrtvi še dodatno odvzame vse dostojanstvo, ko jo smeši, rekoč »Zdaj je bolj redkobeseden.«. Islamska država se še enkrat več opre na svojo džihadistično-salafistično ideologijo in se v očeh muslimanov predstavi kot zaščitnica vseh muslimanov, ki živijo v skladu s »pravim« islamom.

Drugo izjavo Islamska država uporabi za povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini. Izjava je polna verske simbolike. Prvič, govori o ognju kot sveti vojni, ki bo z božjo pomočjo vse močnejša in bo vodila do zmage nad križarji - v prvi vrsti nad ameriški silami, pa tudi

ostalimi zahodnimi silami, ki so prisotne na Bližnjem vzhodu. Omenjen je tudi Dabik, kjer naj bi se v skladu z islamskim izročilom odvila končna apokaliptična bitka med islamom in zahodom (neverniki). Islamska država z izjavo neposredno grozi Zahodu.

- **9. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 6. januarja 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015a).

Pripadnik skrajne skupine Islamska država: *»V prvi bojni liniji smo blizu sovražnika. To je glavna cesta, ki vodi proti njim. Najbližje smo jim pri šoli, kilometer od tod. Od tu pa so oddaljeni kakih sto metrov.«*

Islamska država v izjavi znova uporablja svojo »zmagovito« miselnost in pojasnjuje svoj napredek na bojišču. Svojim podpornikom in ideološkim gorečnejšem, pa tudi financerjem želi pokazati, da je uspešna, da napreduje, da je prava država, ki ima usposobljeno vojsko, ki dosega rezultate. Prav tako se na tak način postavlja nad ostale džihadistične skupine. Tokrat je medije uporabila za mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov.

- **10. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 11. januarja 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015b).

Izjava napadalca na judovsko trgovino v Parizu: *»To ste si že zdavnaj zaslužili. Vi napadate kalifat, Islamsko državo, mi pa napadamo vas.«*

Islamska država z izjavo svojega borca, ki je izvedel teroristični napad na zahodnih tleh, uporabi medije za širjenje propagandne prek dejanj in povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini. Napad na civiliste prikaže kot upravičen, obenem pa z uporabo besed namigne, da se bodo napadi na zahodnih tleh nadaljevali. V mednarodni javnosti vzbudi občutek ranljivosti njenih članov, saj vzbudi občutek, da je naslednjič lahko žrtev kdorkoli, zahodne oblasti pa so neučinkovite in svojih državljanov očitno ne zmorejo zaščititi.

- **11. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 30. januarja 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015c).

Izjava talca skrajne skupine Islamska država: *»Če Sajida Al Rišavi v četrtek, 29. januarja, ob sončnem zahodu ne bo čakala na turški meji, da jo zamenjajo zame, bo jordanski pilot Muat Al Kasasbah ubit.«*

Islamska država z izjavo talca - japonskega novinarja, ki ga je ugrabila na svojih tleh, uporabi medije za širjenje propagandne prek dejanj in povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini. Tokrat uporabi neposredno grožnjo, da bo usmrtila jordanskega pilota (zahodnega državljanca). Da je samo sporočilo še toliko bolj zastrašujoče, ga izreče še en talec Islamske države, tudi on iz vrst nevernikov iz Zahoda.

- **12. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 16. februarja 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015č).

Izjava islamskega skrajneža: *"Skupaj se bomo bojevali proti vam, dokler vojne ne bo konec in dokler se ne bo Jezus spustil dol na zemljo, uničil križ, ubil svinjo in ukinil glavarino."*

Islamska država tudi s to izjavo uporabi medije za širjenje propagandne prek dejanj in povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini. Izjava je del skrbno zrežirane množične usmrčitve 21-ih koptov, ki jih je ugrabila njena podružnica v Libiji. Z izjavo, ki jo poveže z apokaliptičnim bistvom svoje ideologije, neposredno grozi nevernikom in napoveduje nadaljevanje svojih brutalnosti, ki jih opravičuje z radikalnimi interpretacijami islama.

- **13. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 26. februarja 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015d).

Izjava pripadnika skrajne sunitske skupine Islamska država: *»Opozarjamo vse vlade, ki so se povezale z ZDA v boju proti Islamski državi, naj se umaknejo in pustijo naše ljudi.«*

Izjava pripadnika skrajne sunitske skupine Islamska država: *»Obama, s svojimi dejanji si ubil še enega Američana. Dokler bodo vaše rakete ubijale naše ljudi, bodo naši noži parali vratove vaših ljudi.«*

Obe izjavi Islamska država uporabi za širjenje propagandne prek dejanj in povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini. Prva izjava je neposredna grožnja ne le ZDA, temveč tudi državam, ki so ZDA podprle in v okviru koalicije sodelujejo v napadih na cilje te hibridne teroristične skupine. Islamska država uporabi izraz »naše ljudi«, kar je v skladu z njeno ideologijo in sporočilom, da je Islamska država kalifat, ki združuje muslimane, ki verujejo v »pravi« islam, in zato zavezniške sile med napadi na njene cilje ne ubijajo vojakov, temveč nedolžne civiliste - žrtve. To je sporočilo, ki ga poskuša prenesti. K cilju zastraševanja pripomore tudi dejstvo, da je izjava izrečena s strani džihadista z britanskim naglasom, ki je

javnosti dobro poznan po njegovih hladnokrvnih umorih ameriškega in japonskega novinarja ter britanskega taksista in dobrodelnega delavca.

Drugo izjavo smo že interpretirali v 5. prispevku (glej str. 87).

- **14. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 27. februarja 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015e).

Izjava pripadnika Islamske države: *"Ti kipi so maliki ljudstev iz prejšnjih stoletij, ki niso častili našega Boga. Asirci, Akadijci in druga ljudstva so jih imenovali boginja dežja ali bog vojne. Niso verjeli v Boga."*

Izjavo, ki je utemeljena na verski ideologiji - skrajni interpretaciji islama, ki zavrača vse, kar izhaja iz predislamskega obdobja, je Islamska država uporabila za mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Bistvo njene ideologije je vera v enega boga, z uničevanjem kipov, ki so vezani na druga verovanja, tako Islamska država svojim privržencem dokazuje, da se striktno drži »pravega« islama.

- **15. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 8. marca 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015f).

Izjava vodje islamistične skupine Boko Haram: *"Obljubljamo zvestobo kalifu vseh muslimanov Al Bagdadiju. Ubogali ga bomo v stiskah in blaginji, v trpljenju in veselju."*

Izjavo podajanja zaobljube Islamska država uporabi za mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov. Bistven del njene ideologije je želja po ekspanziji. Vsaka nova zaobljuba kalifu Bagdadiju je tako dokaz njene moči in napredovanja, in kot taka učinkuje stimulatивно na podpornike, aktualne in bodoče člane.

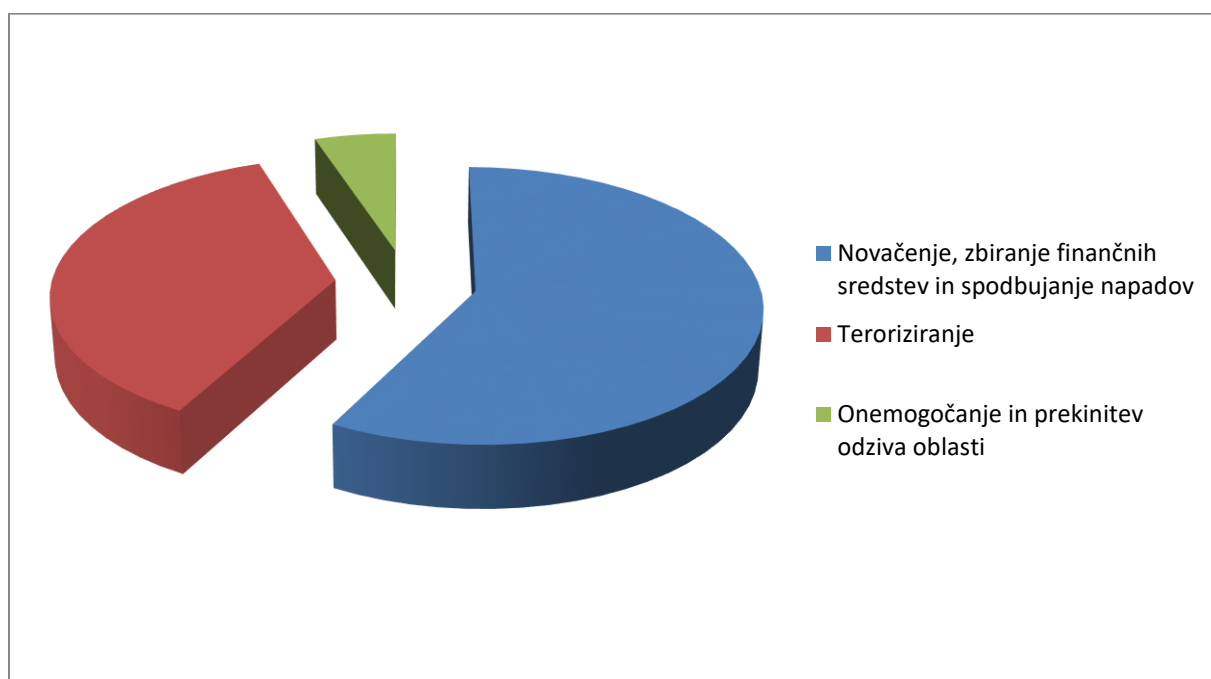
- **16. prispevek** je bil objavljen v TV Dnevniku 31. marca 2015 (TV Slovenija, 1. program 2015g).

Izjava islamskega skrajneža: *"Muslimanom sporočamo, da so bili ti kipi maliki nekdanjih ljudstev, ki niso priznavali Boga. Tako imenovani Asirci in Akadci so častili boginjo dežja in boga poljedelstva in vojne. Niso verjeli v Alaha."*

Izjavo, ki jo je Islamska država uporabila za mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov, smo že interpretirali v 14. prispevku.

Če povzamemo, rezultati analize so pokazali, da je Islamska država izjave v propagandnih produktih, ki so bili v obravnavanem obdobju vključeni v TV Dnevnik RTV SLO, **11-krat** uporabila za mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov; **7-krat** za povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini in **1-krat** za onemogočenje in prekinitev odziva političnih voditeljev in varnostnih sil.

Graf 5.4 Cilji uporabe zahodnih tradicionalnih medijev s strani Islamske države (na primeru TV Dnevnik RTV SLO)



6 ZAKLJUČNE UGOTOVITVE IN VERIFIKACIJA HIPOTEZ

Na osnovi opravljene analize lahko potrdimo prvo hipotezo: «Islamska država uporablja medije kot propagandno sredstvo za širjenje svoje ideologije med različne ciljne skupine, pri čemer največji poudarek daje uporabi družbenih medijev za širjenje prizorov brutalnega nasilja v kombinaciji s prizori skrajne utopije, katerih cilj je novačenje novih članov.»

Analiza je pokazala, da je hibridna teroristična organizacija Islamska država postavila uporabo medijev v središče svoje strategije in delovanja. Razvila je hierarhični medijski aparat, ki ji omogoča centralno vodenje medijskih operacij. Na čelu njenega medijskega aparata sta Institucija Islamske države za javno informacijo in Ministrstvo za medije. Prav tako ima organizacija tudi svojega uradnega govornika - Abu Muhammada al-Adnanija.

Za produkcijo uradnih propagandnih materialov (npr. visoko kvalitetne in oblikovno privlačne spletne revije *Dabiq*; natančno zrežiranih, profesionalno posnetih in visoko kvalitetnih videov z obglavljanji talcev, ...) je Islamska država ustanovila svoje medijske oddelke, ki jih sestavljajo profesionalni novinarji, filmski ustvarjalci, fotografi. Poleg medijskega centra *Al Hayat*, oddelka za medijsko produkcijo *Al Furkan*, medijske fundacije *I'tisaam*, medijske fundacije *Ajnad*, založniške hiše *Al Himma Library* in tiskovne agencije *Al Amak* je Islamska država osnovala regionalne medijske pisarne, ki skrbijo za uradno medijsko produkcijo iz vsake province Islamske države. Za ustvarjanje in razširjanje uradnega propagandnega materiala, pa je Islamska država predvidela tudi radijsko postajo *Al Bajan* in satelitsko televizijsko postajo *Tawheed*. Vse našteje medijske enote ustvarjajo propagandni material, ki je v skladu z apokaliptično salafistično-džihadistično ideologijo, ki za cilj postavlja oblikovanje globalnega kalifata, v okviru katerega bo vzpostavljena idealna muslimanska družba, ki bo delovala v skladu s strogo implementacijo šeriatskega prava.

Razvoj družbenih medijev (zlasti zadnje generacije spletnih skupnosti) je Islamski državi omogočil osamosvojitev na področju razširjanja propagandnega materiala. Če je bilo razširjanje ideologije terorističnih skupin v preteklosti odvisno najprej od tradicionalnih medijev, nato, z razvojem interneta, predvsem od uporabe spletnih strani in forumov, pa je razvoj družbenih medijev Islamski državi omogočil, da so njena propaganda sporočila prisotna povsod in da jih vidijo tudi tisti, ki jih sploh ne iščejo. Propagandna sporočila tako dosežejo njene nasprotnike in sovražnike; člane, podpornike in ideološke gorečnejše; civiliste na ozemljih pod njenim nadzorom ter mednarodno javnost.

Analiza je pokazala, da ostaja Twitter, ne glede na brisanje objav njenih podpornikov in ukinjanje njihovih računov, najbolj priljubljen družbeni medij za Islamsko državo. S skrbno načrtovano tehniko distribucije sporočil, ki jo Islamska država prilagaja ukrepom Twitterja, uspeva učinkovito širiti svojo ideologijo in cilje med množično občinstvo. Razloge za njeno učinkovitost najdemo tako v predanosti t.i. medijskih mudžahedinov, ki upravljajo z uradnimi distribucijskimi računi organizacije, kot v premišljeni uporabi marketinških in »spam« tehnik za družbene medije.

Prav s premišljeno in natančno načrtovano uporabo različnih tehnik Islamska država v svojih propagandnih sporočilih združuje in prek medijev razširja dva ekstrema. Po eni strani, širi prizore skrajne brutalnosti (obglavljanja, množični poboji, sežigi ljudi, ...), ki pa so vedno skrbno utemeljeni z njeno skrajno ideologijo. Brutalno nasilje upravičuje z zločini, ki naj bi jih talec zagrešil; drugič zadošča že to, da žrtev sodi med nevernike oziroma odpadnike. Vedno pa brutalno nasilje prikaže kot nujno potrebno za zaščito muslimanov, ki sledijo »pravi« interpretaciji islama – interpretaciji, ki jo podpira Islamska država. Brutalno nasilje predstavi kot neizogibno dejstvo na poti do vzpostavitve idealne muslimanske družbe znotraj kalifata. Obenem pa brutalno nasilje služi kot dokaz njene moči in prevlade nad ostalimi džihadističnimi skupinami. Islamska država se v svojih propagandnih sporočilih predstavlja kot edina legitimna džihadistična skupina, ki skrbi za čistost islama – za islam, ki naj bi ga prakticirali za časa preroka Mohameda.

Po drugi strani pa Islamska država širi utopične prizore življenja v kalifatu, ki so znova osnovani na apokaliptični salafistično-džihadistični ideologiji. Z njimi »dokazuje« realen obstoj in delovanje kalifata, ki ostaja temelj njene privlačnosti v očeh podpornikov. Ne govori o prihodnosti in o tem, kakšno bo življenje v kalifatu nekoč, ampak prikazuje današnje stanje in sporoča, da je idealno življenje na dosegu roke. S tem poskuša prepričati ne le tuje borce, temveč tudi ženske z otroki, da je njihovo mesto že danes v kalifatu. Tukaj moramo poudariti dodano vrednost, ki so jo Islamski državi prav na tem področju prinesle najnovejše generacije družbenih medijev. Tako Twitter kot Instagram, če vzamemo le dva primera, omogočata enostavno širjenje neuradnih propagandnih sporočil. Tuji borci in tudi dekleta neposredno iz kalifata prek družbenih medijev sovrstnikom sporočajo utopično sliko življenja v kalifatu. Na Facebooku, Twitterju ali Instagramu objavljajo videe in fotografije, ki skupaj z opisi prikazujejo idealen vsakdan tistih, ki so že v kalifatu. Kot je pokazala analiza, pa je tudi širjenje neuradne produkcije pod nadzorom vrha medijskega aparata Islamske države, saj le-ta skrbi, da je sporočilo, ki prihaja iz kalifata enotno oziroma skladno z ideologijo skupine.

Če povzamemo, Islamska država novih članov ne prepričuje le z uničevanjem in ubijanjem (skrajno brutalnostjo), temveč ali predvsem s ponujanjem realne (vsaj tako je s pomočjo različnih tehnik v družbenih medijih prikazano) alternative - idealnega življenja v kalifatu.

Ne glede na to, da ima Islamska država kot primarno orodje za razširjanje svoje ideologije na razpolago družbene medije, pa si vseeno prizadeva tudi za pridobivanje pozornosti in zagotavljanje publicitete s strani mednarodnih medijev, tudi zahodnih tradicionalnih medijev, saj le-ti njeno sporočilo še ojačajo. Poročanje mednarodnih medijev prispeva predvsem k realizaciji njenih univerzalnih ciljev - poleg pridobivanja pozornosti in ozaveščanja javnosti o njenem obstoju, si prek zahodnih tradicionalnih medijev zagotavlja priznavanje svojih zahtev in očitkov, v določenem obsegu pa tudi pridobiva spoštovanje in legitimnost.

Kot je pokazala analiza, si Islamska država pozornost zahodnih tradicionalnih medijev zagotavlja tako z izvedbo spektakularnih terorističnih napadov na Zahodu (primer koordinirani napadov v centru Pariza 13. novembra 2015) kot tudi z izjemno brutalnimi, a profesionalno posnetimi in zrežiranimi posnetki obglavljanj zahodnih talcev. Študija primera je pokazala, da je 28.4% TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države vključevalo propagandni material na temo brutalnosti. Kar pomeni, da si Islamska država ni zagotovila le publicitete s strani zahodnih tradicionalnih medijev (v našem primeru RTV SLO), temveč so le ti tudi uporabili njen propagandni material, ki ga je objavila na spletu oziroma v družbenih medijih. Islamska država je tako uporabila zahodne tradicionalne medije za širjenje prizorov svojih brutalnosti (npr. brutalen video z usmrčitvijo 21-ih egiptovskih kristjanov) v varno zavetje zahodnih domov.

S pomočjo študije primera in analize sekundarnih virov smo ugotovili, da je Islamska država uporabila zahodne tradicionalne medije (v našem primeru TV Dnevnik RTV SLO) za razširjanje svojega propagandnega materiala. V 13-ih mesecih je 25.6% vseh obravnavanih TV Dnevnikov RTV SLO vključevalo propagandni material Islamske države - 94.1% je vključevalo video posnetek, 22.5% fotografijo in 15.7% izjavo pripadnika Islamske države. V obravnavanem 13-mesečnem obdobju je 66.7% TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države vključevalo propagandni material na temo vojne, 38.2% na temo pripadanja, 28.4% na temo brutalnosti, 26.5% na temo utopije. Temi usmiljenja in »vloga žrtve« nista bili zaznani.

Analiza izjav iz propagandnega materiala Islamske države, ki so bile v analiziranem 13-mesečnem obdobju predvajane v TV Dnevniku RTV SLO, je pokazala, da Islamska država uporablja zahodne tradicionalne medije predvsem za širjenje izjav njenih pripadnikov - 14-krat je namreč TV Dnevnik RTV SLO predvajal izjavo pripadnika Islamske države, 1-krat izjavo talca Islamske države in 1-krat izjavo pripadnika teroristične skupine, ki je obljubila zvestobo kalifu Bagdadiju. Islamska država je prek omenjenih izjav medije 11-krat uporabila za mobiliziranje, spodbujanje in dvigovanje morale svojih aktualnih in potencialnih podpornikov ter s tem za pospeševanje novačenja, zbiranja finančnih sredstev in spodbujanja novih terorističnih napadov; 7-krat za povzročanje ekstremnega strahu v ciljni skupini in 1-krat za onemogočenje in prekinitev odziva političnih voditeljev in varnostnih sil.

Na osnovi analize primarnih in sekundarnih virov ter študije primera lahko potrdimo tudi drugo hipotezo: »Islamska država si z objavljanjem visoko kvalitetnih propagandnih videoposnetkov in fotografij skrajnega nasilja na spletu ter z izvajanjem terorističnih napadov na zahodnih tleh zagotavlja poročanje zahodnih tradicionalnih medijev, ki pri poročanju o njej uporabljajo tudi propagandni material z njenih družbenih medijev. Na tak način Islamska država zahodne tradicionalne medije uporablja kot propagandno sredstvo za širjenje svoje ideologije med različne ciljne skupine in za doseganje svojih ciljev.«

7 LITERATURA

1. Abbas, Mushreq. 2015. Decentralization of powers weakens IS. *Al-monitor*, 20. januar. Dostopno prek: <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2015/01/islamic-state-decentralization-communication-movement.html#> (20. februar 2016).
2. Ackerman, Spencer in Raya Jalabi. 2014. Islamic State boasts influx of foreign recruits in latest beheadings video. *The Guardian*, 17. november. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2014/nov/17/islamic-state-propaganda-videos-foreign-recruits> (19. december 2015).
3. Agence-France Presse. 2016. Pentagon chief says some coalition partners in fight against Isis 'do nothing'. *The Guardian*, 23. januar. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2016/jan/23/pentagon-chief-says-some-coalition-partners-in-fight-against-isis-do-nothing> (25. januar 2016).
4. AKOS. 2015. Poročilo o trgu elektronskih medijev in delu agencije za prvo četrletje 2015. Dostopno prek: http://www.akos-rs.si/files/Elektronski_mediji/Cetrletna_porocila/2015/Porocilo-o-trgu-elektronskih-medijev-in-delu-agencije-za-prvo-cetrletje-2015.pdf (15. april 2016).
5. *Al Hayat media center*. 2014. This is the promise of Allah. Dostopno prek: http://myreader.toile-libre.org/uploads/My_53b039f00cb03.pdf (20. november 2015).
6. Al-Tamimi, Aymenn. 2015. The Evolution in Islamic State Administration: The Documentary Evidence. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/447/html> (20. marec 2016).
7. Allan, Stuart. 2006. *Online news: journalism and the Internet*. Maidenhead: Open University Press.
8. Atwan, Abdel Bari. 2015. *Islamic state: The digital caliphate*. London: Saqi Books.
9. Ballardini, Bruno. 2015. *ISIS-II marketing dell'apocalisse*. Milan: Baldini&Castoldi.
10. Bašić Hrvatin, Sandra in Lenart J. Kučić. 2013. Umor in samomor časopisne industrije V *Časopisi brez bralcev?: vzpon in zaton tiska, časnikarstva ter časopisne industrije*, ur. Vlado kotnik in Sandra Bašić Hrvatin, 203–234. Koper: Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Univerzitetna založba Annales.

11. *BBC News*. 2014. Islamic State fighter estimate triples – CIA, 12. september. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29169914> (27. april 2016).
12. --- 2015a. What is 'Islamic State?', 2. december. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-29052144> (15. februar 2016).
13. --- 2015b. Paris attacks: What happened on the night, 9. december. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34818994> (14. marec 2016).
14. --- 2016. Islamic State group: Crisis in seven charts, 27. april. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-27838034> (27. april 2016).
15. Berger, J.M. 2015. The Metronome of Apocalyptic Time: Social Media as Carrier Wave for Millenarian Contagion. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/444> (10. januar 2016).
16. --- 2016. ISIS and the Big Three. *Hate speech international*, 2. april. Dostopno prek: <https://www.hate-speech.org/isis-and-the-big-three/> (20. April 2016).
17. --- in Jonathon Morgan. 2015. *The ISIS Twitter Census -Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter*. Brookings Institution. Dostopno prek: http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf (24. september 2015).
18. Bonino, Stefano. 2016. In Conversation with Morten Storm: A Double Agent's Journey into the Global Jihad. *Perspectives on Terrorism* 10 (1). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/489> (10. april 2016).
19. Briggs, Asa in Peter Burke. 2005. *Socialna zgodovina medijev: od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Sophia.
20. Chulov, Martin in Shiv Malik. 2014. Obama confirms death of US hostage Peter Kassig after Isis releases video. *The Guardian*, 16. november. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2014/nov/16/us-confirmation-isis-murder-peter-kassig> (10. december 2015).
21. --- 2016. How Isis laid out its plans to export chaos to Europe. *The Guardian*, 25. marec. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2016/mar/25/isis-plans-export-chaos-europe-paris-brussels> (10. april 2016).

22. Cockburn, Patrick. 2014. War with Isis: Islamic militants have army of 200,000, claims senior Kurdish leader. *Independent*, 16. november. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/war-with-isis-islamic-militants-have-army-of-200000-claims-kurdish-leader-9863418.html> (30. junij 2015).
23. Combating terrorism center. 2005. *Zawahiri's letter to Zarqawi (english translation)*. Dostopno prek: <https://www.ctc.usma.edu/posts/zawahiris-letter-to-zarqawi-english-translation-2> (20. oktober 2015).
24. Cronin, Audrey Kurth. 2016. ISIS Is More Than a Terrorist Group. *Foreign affairs*, 23. marec. Dostopno prek: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2016-03-23/isis-more-terrorist-group> (15. april 2016).
25. Delo. 2016. Časnika družbe Delo - najbolj brana, 29. januar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/slovenija/casnika-druzbe-delo-ndash-najbolj-brana.html> (25. april 2016).
26. Donohue, Donohue, P. J. Tichenor in C. N. Olien. 1973. Mass Media Functions, Knowledge and Social Control. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 50 (4). Dostopno prek: <http://jmq.sagepub.com/content/50/4/652.extract> (15. februar 2016).
27. Dramac Jiries, Tanja. 2016. Rise of Radicalization in the Global Village: Online Radicalization vs. In-person Radicalization - Is There a Difference? *Journal for deradicalization* (6). Dostopno prek: <http://journals.sfu.ca/jd/index.php/jd/article/view/48/43> (15. februar 2016).
28. Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 1999. *Odraščanje z mediji. Rezultati raziskave »Mladi in mediji«*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
29. Fisher, Ali. 2015. How Jihadist Networks Maintain a Persistent Online Presence. *Perspectives on Terrorism* 9 (3). Dostopno prek: <http://terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/426> (10.1.2016).
30. Forest James J.F. 2006. Exploring the recruitment of terrorists: an introduction V *The making of a terrorist: recruitment, training, and root causes*, ur. James J. F. Forest, 1–8. London: Praeger Security International.

31. --- 2012. *The terrorism lectures : a comprehensive collection for students of terrorism, counterterrorism, and national security*. Santa Ana (CA): Nortia/Current.
32. Fossati, Marco. 2005. *Terorizem in teroristi*. Ljubljana: Sophia.
33. Ganor, Boaz. 2005. *The counter-terrorism puzzle: a guide for decision makers*. New Brunswick in London: Transaction.
34. --- 2012. The Hybrid Terrorist Organization and Incitement V *The changing forms of incitement to terror and violence: The Need for a New International Response*, ur. Alan Baker, 13-21. Jerusalem: Jerusalem Center for Public Affairs and the Konrad-Adenauer-Stiftung. Dostopno prek: http://jcpa.org/wp-content/uploads/2012/11/INCITEMENT_TO_TERROR_Full_study.pdf (10. maj 2016).
35. --- 2015. Four Questions on ISIS: A “Trend” Analysis of the Islamic State. *Perspectives on Terrorism* 9 (3). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/436> (19. april 2016).
36. Gartenstein-Ross, Daeveed in Nathaniel Barr. 2016. Neither remaining nor expanding: the Islamic state’s global expansion struggles. *War on the rocks*, 23. februar. Dostopno prek: <http://warontherocks.com/2016/02/neither-remaining-nor-expanding-the-islamic-states-global-expansion-struggles/> (15. marec 2016).
37. Gates, Scott in Sukanya Podder. 2015. Social Media, Recruitment, Allegiance and the Islamic State. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/446/html> (15. marec 2016).
38. Gibbons-Neff, Thomas. 2016. Number of foreign fighters entering Iraq and Syria drops by 90 percent, Pentagon says. *The Washington Post*, 26. april. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/news/checkpoint/wp/2016/04/26/number-of-foreign-fighters-entering-iraq-and-syria-drops-by-90-percent-pentagon-says/?postshare=3841461694175549&tid=ss_tw (28. april 2016).
39. Gnezda, Mirjam, Anita Matkovič in Saša Mlakar. 2002. Poročanje slovenskih medijev o terorističnem napadu na ZDA V *Besede terorja: medijska podoba terorja in nasilja*, ur. Božidar Jezernik, 63–83. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo.

40. Gruen, Madeleine. 2006. Innovative recruitment and indoctrination tactics by extremists: video games, hip-hop, and the World Wide Web V *The making of a terrorist : recruitment, training, and root causes*, ur. James J. F. Forest, 11–22. London: Praeger Security International.
41. Hansen-Lewis, Jamie in Jacob N. Shapiro. 2015. Understanding the Daesh Economy. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/450> (13. januar 2016).
42. Hegghammer, Thomas in Petter Nesser. 2015. Assessing the Islamic State's Commitment to Attacking the West. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/440> (15. januar 2016).
43. Henderson, Harry. 2001. *Global terrorism. The complete reference guide*. New York: Checkmark Books.
44. Hoffman, Bruce. 1998. *Inside terrorism*. New York: Columbia University Press.
45. Hubbard, Ben in Eric Schmittaug. 2014. Military Skill and Terrorist Technique Fuel Success of ISIS. *The New York Times*, 27. avgust). Dostopno prek: <http://www.nytimes.com/2014/08/28/world/middleeast/army-know-how-seen-as-factor-in-isis-successes.html> (21. september 2015).
46. *IHS Conflict Monitor*. 2016. Islamic State Monthly Revenue Drops to \$56 million, IHS Says, 18. april. Dostopno prek: <http://press.ihs.com/press-release/aerospace-defense-security/islamic-state-monthly-revenue-drops-56-million-ihs-says> (27. april).
47. *Internet World Stats: usage and population statistics*. Dostopno prek: <http://www.internetworldstats.com/> (10. maj 2016).
48. Jackson, Richard. 2005. *Writing the war on terrorism: language, politics and counter-terrorism*. New York: Manchester University Press.
49. Jenkins, Brian Michael. 1980. The study of terrorism: definitional problems. *The Rand Corporation*. Dostopno prek: <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2006/P6563.pdf> (10. januar 2016).

50. --- 1990. International terrorism: the other world war V *International terrorism: characteristics, causes, controls*, ur. Charles W. Kegley Jr, 27–39. Basingstoke: Macmillan Education.
51. Jerman Kuželički, Ajda, Lea Lebar in Vasja Vehovar. 2011. *Socialna omrežja 2011*. RIS. Dostopno prek: http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C4%8Dila/Socialna_omrezja_2011/?&p1=276&p2=285&p3=1318&p4=1319 (15. April 2016).
52. Khatib, Lina. 2015. The Islamic State's Strategy: Lasting and Expanding. *Carnegie Middle East Center*, 25. junij. Dostopno prek: <http://carnegie-mec.org/2015/06/29/islamic-state-s-strategy-lasting-and-expanding/ib5x> (30. september 2015).
53. Kidder, Rushworth M. 1990. Why modern terrorism? Three causes springing from the seeds of the 1960s V *International terrorism : characteristics, causes, controls*, ur. Charles W. Kegley Jr, 135–139. Basingstoke: Macmillan Education.
54. Kiras, James D. 2008. Terorizem in globalizacija V *Globalizacija svetovne politike. Zv. 2, Mednarodni problemi*, ur. John Baylis, Steve Smith in Patricia Owens, 220–239. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
55. Košir, Manca. 2003. *Surovi časi medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
56. Lia, Brynjar. 2015. The Islamic State (IS) and its Mediatized Barbarism. *The new Middle East blog*, 14. marec. Dostopno prek: <https://newmeast.wordpress.com/2015/03/14/the-islamic-state-is-and-its-mediatized-barbarism/> (20. februar 2016).
57. Lister, Charles. 2014. *Profiling the Islamic state*. Doha: Brookings Doha Center. Dostopno prek: <http://www.brookings.edu/research/reports2/2014/12/profiling-islamic-state-lister> (30. september 2015).
58. --- 2015. A Long Way from Success: Assessing the War on the Islamic State. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/439> (19. april 2016).
59. Luthar, Breda in Dejan Jontes, ur. 2012. *Mediji in občinstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
60. Mahan, Sue in Pamala L. Griset. 2008. *Terrorism in perspective*. Los Angeles: Sage.

61. Malešič, Marjan, ur. 1997. *Propaganda in war*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
62. Martin, L. John. 1990. The media role's in international terrorism V *International terrorism: characteristics, causes, controls*, ur. Charles W. Kegley Jr, 158–162. Basingstoke: Macmillan Education.
63. Milton, Daniel. 2014. The Islamic State: An Adaptive Organization Facing Increasing Challenges V *The group that calls itself a state: understanding the evolution and challenges of the Islamic state*, ur. Bryan Price, Dan Milton, Muhammad al-`Ubaydi in Nelly Lahoud, 36–77. The Combating terrorism center at West Point. Dostopno prek: <https://www.ctc.usma.edu/posts/the-group-that-calls-itself-a-state-understanding-the-evolution-and-challenges-of-the-islamic-state> (27. junij 2015).
64. MMC RTV Slovenija. 2015. V Franciji prišli več ljudi, domnevno povezanih z napadi v Parizu, 14. november. Dostopno prek: <http://www.rtvlo.si/svet/v-franciji-prijeli-vec-ljudi-domnevno-povezanih-z-napadi-v-parizu/378633> (15. marec 2016).
65. --- 2016. Foto in video: V napadih v Bruslju najmanj 31 žrtev in 230 ranjenih, 22. marec. Dostopno prek: <http://www.rtvlo.si/svet/foto-in-video-v-napadih-v-bruslju-najmanj-31-zrtev-in-230-ranjenih/388812> (15. april 2016).
66. Mohamedou, Mohammad-Mahmoud Ould. 2011. *Understanding AL Qaeda. Changing war and global politics*. London: Pluto Press.
67. Moubayed, Sami M. 2016. *Sveta vojna pod črno zastavo*. Mengeš: Ciceron.
68. Nacos, Brigitte L. 1994. *Terrorism & the media*. New York: Columbia University Press.
69. --- 2006. Communication and recruitment of terrorists V *The making of a terrorist : recruitment, training, and root causes*, ur. James J. F. Forest, 41-52. London: Praeger Security International.
70. Naji, Abu Bakr. 2006. *The Management of Savagery: The Most Critical Stage Through Which the Umma Will Pass. Translation*. Dostopno prek: <https://azelin.files.wordpress.com/2010/08/abu-bakr-naji-the-management-of-savagery-the-most-critical-stage-through-which-the-umma-will-pass.pdf> (20. februar 2016).

71. Neumann, Peter R. 2008. *Joining Al-Qaeda: Jihadist recruitment in Europe*. New York: Routledge.
72. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
73. Pavič, Lojze. 2009. *Terorizem smo ljudje: kako razumeti sodobni samomorilski terorizem*. Radovljica: Didakta.
74. Pavlik, John V. 1998. *New media technology: cultural and commercial perspectives*. Boston: Allyn and Bacon.
75. Pečjak, Vid. 1995. *Politična psihologija*. Ljubljana: samozaložba.
76. Perešin, Anita. 2007. Mass Media and Terrorism. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije* 13 (1): 5–22. Dostopno prek: <http://hrcak.srce.hr/file/28073> (10. februar 2016).
77. --- 2015. Fatal Attraction: Western Muslimas and ISIS. *Perspectives on Terrorism* 9 (3). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/427/html> (20. januar 2016).
78. Pettiford, Lloyd in David Harding. 2005. *Terorizem: nova svetovna vojna*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
79. Picard, Robert G. 1993. *Media portrayals of terrorism: functions and meaning of news coverage*. Ames: Iowa State University Press.
80. Poler, Melita. 1997. *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija.
81. Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec. 2011. *Uvod v novinarstvo: učbenik za študente prvega letnika študijskega programa Novinarstvo na FDV*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
82. --- 2014. Etične dileme slovenskih spletnih novinarjev in urednikov. *Javnost-the public* 21. Dostopno prek: <http://javnost-thepublic.org/article/pdf/2014/5/7/> (20. marec 2016).
83. Prezelj, Iztok. 2006. Teroristično ogrožanje nacionalne varnosti Republike Slovenije. *Ujma* 20 (1). Dostopno prek: <http://www.sos112.si/slo/tdocs/ujma/2006/prezelj.pdf> (10. april 2016).

84. RTV SLO. Dostopno prek: [http:// www.rtv slo.si](http://www.rtv slo.si) (20. april 2016).
85. Rapoport, David C. 2016. Observations on the Islamic State's Strategy in the Wake of the Attacks in Paris and Brussels. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/498> (2. maj 2016).
86. Roth, Andrew in Erin Cunningham. 2015. Syrian forces begin ground offensive backed by Russia air and sea power. *The Washington Post*, 7. oktober. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/world/syrian-activists-russian-air-strikes-pound-rebel-zones-in-latest-blows/2015/10/07/fb3be168-5cf3-4e38-98f3-f6b75ed53871_story.html (13. marec 2016).
87. Schiffrin, André. 2013. Prihodnost tiska V *Časopisi brez bralcev?: vzpon in zaton tiska, časnikarstva ter časopisne industrije*, ur. Vlado kotnik in Sandra Bašić Hrvatinić, 235–249. Koper: Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Univerzitetna založba Annales.
88. Seib, Philip. 2008. The Al-Qaeda media machine. *Military Review* (maj-junij). Dostopno prek: <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/seib.pdf> (11. april 2015).
89. Snow, Nancy. 2014. Isis beheading videos: the scariest part is how well their propaganda is working. *The Guardian*, 3. september. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/03/isis-beheading-videos-propaganda-working> (15. december 2015).
90. Sowell, Kirk. 2015. The Islamic State's Eastern Frontier: Ramadi and Fallujah as Theaters of Sectarian Conflict. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/449> (30. marec 2016).
91. Splichal, Slavko. 1975. *Razsežnosti politične propagande: teoretični model in aplikacija na mednarodno propagando*. Ljubljana: RSS.
92. Stern, Jessica in J. M. Berger. 2015. ISIS: The state of terror. London: William Collins.
93. --- 2015. ISIS's Apocalyptic Vision. *Hoover institution*, 25. februar. Dostopno prek: <http://www.hoover.org/research/isiss-apocalyptic-vision> (20. september 2015).
94. Suhadolc, Jasna. 2007. *Nove priložnosti e-komuniciranja*. Ljubljana: GV Založba.

95. Šterbenc, Primož. 2016. Kako razlagati napad v Bruslju. *Delo*, 26. marec. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/gostujoce-pero/kako-razlagati-napad-v-bruslju.html> (10. april 2016).
96. Šuler, Aleš. 2012. *Spoznajmo internet*. Šempeter pri Gorici: Flamingo založba.
97. Taibi, Catherine. 2014. 11 Rules For Journalists Covering ISIS, Issued By ISIS. *The Huffington Post*, 10. julij. Dostopno prek: http://www.huffingtonpost.com/2014/10/07/rules-journalists-syria-11-territory-media_n_5945012.html (15. april 2016).
98. *The Clarion Project*. 2014. The Islamic State's (ISIS, ISIL) Magazine, 10. september. Dostopno prek: <http://www.clarionproject.org/news/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq> (10. junij 2105).
99. *The Middle East Media Research Institute*. 2014. Islamic State (ISIS) Releases Pamphlet On Female Slaves, 4. december. Dostopno prek: <http://www.memrijttm.org/islamic-state-isis-releases-pamphlet-on-female-slaves.html> (15. junij 2105).
100. The Soufan Group. 2015a. *Foreign fighters. An Updated Assessment of the Flow of Foreign Fighters into Syria and Iraq*. New York: The Soufan group. Dostopno prek: http://soufangroup.com/wp-content/uploads/2015/12/TSG_ForeignFightersUpdate3.pdf (12. januar 2016).
101. *The Soufan Group*. 2015b. The Trend Lines of Terrorism, 20. april. Dostopno prek: <http://soufangroup.com/tsg-intelbrief-the-trend-lines-of-terrorism/> (15. november 2015).
102. Tønnessen, Truls H. 2015. Heirs of Zarqawi or Saddam? The relationship between al-Qaida in Iraq and the Islamic State. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/443> (20. januar 2016).
103. Transnational terrorism, security & the rule of law. 2008. *Terrorism and the media*. Dostopno prek: <http://www.transnationalterrorism.eu/tekst/publications/WP4%20Del%206.pdf> (10. april 2015).
104. TV Slovenija, 1. program. 2014a. *Dnevnik*. Ljubljana, 12. junij. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174280206> (10. maj 2016).
105. --- 2014b. *Dnevnik*. Ljubljana, 30. junij. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174284581> (10. maj 2016).

106. --- 2014c. *Dnevnik*. Ljubljana, 10. julij. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174286115> (10. maj 2016).
107. --- 2014č. *Dnevnik*. Ljubljana, 20. avgust. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174291381> (10. maj 2016).
108. --- 2014d. *Dnevnik*. Ljubljana, 3. september. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174293206> (10. maj 2016).
109. --- 2014e. *Dnevnik*. Ljubljana, 13. september. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174294703> (10. maj 2016).
110. --- 2014f. *Dnevnik*. Ljubljana, 22. oktober. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174300649> (10. maj 2016).
111. --- 2014g. *Dnevnik*. Ljubljana, 17. november. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174304928> (10. maj 2016).
112. --- 2015a. *Dnevnik*. Ljubljana, 6. januar. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174312994> (10. maj 2016).
113. --- 2015b. *Dnevnik*. Ljubljana, 11. januar. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174313785> (10. maj 2016).
114. --- 2015c. *Dnevnik*. Ljubljana, 30. januar. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174317227> (10. maj 2016).
115. --- 2015č. *Dnevnik*. Ljubljana, 16. februar. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174320217> (10. maj 2016).
116. --- 2015d. *Dnevnik*. Ljubljana, 26. februar. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174322093> (10. maj 2016).
117. --- 2015e. *Dnevnik*. Ljubljana, 27. februar. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174322302> (10. maj 2016).
118. --- 2015f. *Dnevnik*. Ljubljana, 8. marec. Dostopno prek: <http://4d.rtv slo.si/arhiv/dnevnik/174323854> (10. maj 2016).

119. --- 2015g. *Dnevnik*. Ljubljana, 31. marec. Dostopno prek: <http://4d.rtvsllo.si/arhiv/dnevnik/174328099> (10. maj 2016).
120. United Nations office on drugs and crime. 2012. *The use of the internet for terrorist purposes*. New York: United Nations. Dostopno prek: https://www.unodc.org/documents/frontpage/Use_of_Internet_for_Terrorist_Purposes.pdf (10. marec 2016).
121. Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
122. Weaver, Matthew in Julian Borger. 2015. Syria airstrikes: everything you need to know. *The Guardian*, 1. december. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2015/dec/01/syria-airstrikes-everything-you-need-to-know> (10. december).
123. Weimann, Gabriel. 2004. *www.terror.net - How Modern Terrorism Uses the Internet. The United States Institute of Peace Special Report*, marec. Dostopno prek: <https://www.usip.org/sites/default/files/sr116.pdf> (15. januar 2016).
124. --- 2006. Terrorist dot com: using the internet for terrorist recruitment and mobilization V *The making of a terrorist : recruitment, training, and root causes*, ur. James J. F. Forest, 53–65. London: Praeger Security International.
125. Weiss, Michael in Hassan Hassan. 2016. Everything We Knew About This ISIS Mastermind Was Wrong. *The Daily Beast*, 15. april. Dostopno prek: <http://www.thedailybeast.com/articles/2016/04/15/everything-we-knew-about-this-isis-mastermind-was-wrong.html> (20. april 2016).
126. Wing, Joel. 2016. ISIS is ramping up new ways to raise funds. *Business Insider*, 29. februar. Dostopno prek: <http://www.businessinsider.com/isis-ramping-up-new-ways-to-raise-funds-2016-2> (10. marec 2016).
127. Winter, Charlie. 2015a. The Virtual ‘Caliphate’: Understanding Islamic State’s Propaganda Strategy. *The Quilliam Foundation*. Dostopno prek: <http://www.quilliamfoundation.org/wp/wp-content/uploads/publications/free/the-virtual-caliphate-understanding-islamic-states-propaganda-strategy.pdf> (10. januar 2016).

128. --- 2015b. Documenting the Virtual 'Caliphate'. *The Quilliam Foundation*. Dostopno prek: <http://www.quilliamfoundation.org/wp/wp-content/uploads/2015/10/FINAL-documenting-the-virtual-caliphate.pdf> (10. januar 2016).
129. --- 2015c. Viewpoint: Why is Islamic State group so violent?. *BBC News*, 8. december. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-34966674> (15. januar 2016).
130. --- 2016. Totalitarianism 101: The Islamic State's Offline Propaganda Strategy. *Lawfare*, 27. marec. Dostopno prek: <https://www.lawfareblog.com/totalitarianism-101-islamic-states-offline-propaganda-strategy> (10. april 2016).
131. Zelin, Aaron Y. 2015. Picture Or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output. *Perspectives on Terrorism* 9 (4). Dostopno prek: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/445> (10. marec 2016).
132. Žilič Fišer, Suzana. 2007. *Upravljanje televizije : javna televizija na trgu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

PRILOGE

PRILOGA A: Tabela, ki prikazuje rezultate analize TV Dnevnikov RTV SLO

MESEC	a	b	c	d	e
JUNIJ 2014	30	4	1	3	2
JULIJ 2014	31	1	1	1	1
AVGUST 2014	31	11	11	2	1
SEPTEMBER 2014	30	20	20	6	2
OKTOBER 2014	31	9	9	2	1
NOVEMBER 2014	30	6	5	2	1
DECEMBER 2014	31	6	5	1	0
JANUAR 2015	31	9	9	1	3
FEBRUAR 2015	27 (Za 12.2.2015 ni dnevnika v arhivu)	11	10	4	3
MAREC 2015	31	11	11	1	1
APRIL 2015	30	4	4	0	0
MAJ 2015	31	8	8	0	1
JUNIJ 2014	30	2	2	0	0
SKUPAJ	394	102	96	23	16

Legenda:

a – število TV Dnevnikov RTV SLO

b - število TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnim materialom Islamske države

c - število TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnimi videi Islamske države

d - število TV Dnevnikov RTV SLO s propagandnimi fotografijami Islamske države

e - število TV Dnevnikov RTV SLO z izjavami iz propagandnega materiala Islamske države

PRILOGA B: Tabela, ki prikazuje mesečne deleže TV Dnevnikov RTV SLO, ki so vključevali propagandne produkte Islamske države

MESEC	ODSTOTEK DNEVNIKOV S PROPAGANDNIM MATERIALOM ISLAMSKÉ DRŽAVE (v %)
JUNIJ 2014	13,3
JULIJ 2014	3,2
AVGUST 2014	35,5
SEPTEMBER 2014	66,7
OKTOBER 2014	29
NOVEMBER 2014	20
DECEMBER 2014	19,4
JANUAR 2015	29
FEBRUAR 2015	40,1
MAREC 2015	35,5
APRIL 2015	13,3
MAJ 2015	25,8
JUNIJ 2014	6,7

PRILOGA C: Tabela, ki prikazuje število TV Dnevnikov RTV SLO, ki so vključevali propagandni material na določeno temo

	BRUTALNOST	USMILJE-NJE	VLOGA ŽRTVE	VOJNA	PRIPADANJE	UTOPIJA
JUNIJ 2014	1	0	0	2	1	1
JULIJ 2014	0	0	0	1	1	0
AVGUST 2014	5	0	0	6	5	5
SEPTEMBER 2014	5	0	0	16	8	4
OKTOBER 2014	1	0	0	7	4	1
NOVEMBER 2014	2	0	0	3	3	3
DECEMBER 2014	1	0	0	5	2	0
JANUAR 2014	3	0	0	4	6	1
FEBRUAR 2015	7	0	0	10	3	1
MAREC 2015	3	0	0	6	4	3
APRIL 2015	1	0	0	1	0	2
MAJ 2015	0	0	0	6	1	5
JUNIJ 2014	0	0	0	1	1	1
SKUPAJ	29	0	0	68	39	27

PRILOGA Č: Prepis prispevkov z izjavami iz propagandnega materiala Islamske države, objavljenimi v TV Dnevniku

Prepis 1. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 12.6.2014)

Voditelj: Irak se očitno pogreza v novo vojno. Sunitska skrajna skupina Iraka in Levanta je zavzela del Mosula, Tikrit in se že pomika proti Bagdadu. Premier Al Maliki je ZDA zaprosil naj iraški vojski v boju proti skrajnejšem pomagajo z brezpilotnimi letali, a v Washingtonu naj bi prošnjo že zavrnili. O razmerah v Iraku bo razpravljajal tudi Varnostni svet Združenih narodov.

Novinarka: Islamski skrajneži, ki so v pičlih nekaj urah zavzeli Mosul, drugo največje iraško mesto, so se podali na juriš proti Bagdadu in šiitskim svetim mestom.

IZJAVA ABU MOHAMED AL ADNANI: *«Gremo v Bagdad. Bog nas bo vodil v zmago.»*

Novinarka: Več kot pol milijona Iračanov je že zapustilo zahodne soseske Mosula, kjer so se v uničenih policijskih postajah in vojašnicah, utaborili pripadniki Islamske države Iraka in Levanta. Bojijo se islamistov in njihovih strogih zakonov, pa tudi povračilnih napadov iraške vojske.

IZJAVA BEGUNKE: *»Bili smo v hiši in slišali smo ropot in eksplozije. Ne razumemo, kaj se dogaja. Kaj hočejo?«*

Novinarka: Sunitske upornike, ki z ukradenimi oklepniki in terenskimi vozili, opremljenimi z modernim orožjem, drvijo proti jugu, so iraške sile uspele zaustaviti z zračnim napadom šele pri Samari, ki je od prestolnice oddaljena le dobrih sto kilometrov. Tam se že zbirajo prostovoljci, ki so pripravljeni prijeti za orožje.

IZJAVA AL MALIKIJA: *»Pripravljamo vojaške čete, ki bodo iz province Nineve pregnale teroriste.«*

Novinarka: Medtem ko premier Maliki skuša znova strniti vrste, pa so negotove razmere na severu države izkoristili Kurdi, bolje opremljeni in predvsem bolj disciplinirani vojaki in zavzeli naftno bogati Kirkuk.

Prepis 2. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 30.6.2014)

Voditeljica: Sunitski skrajneži, ki so s severa Sirije v nekaj tednih prodrli globoko v Irak so na zasedenih ozemljih v obeh državah razglasili kalifat. Gre za obliko vladavine, ki je bila odpravljena s padcem Otomanskega cesarstva. Kalifat nameravajo še razširiti. Prvi kalif pa je postal vodja sunitskih skrajnežev Al-Bagdadi.

Novinarka: Kalifat se bo raztezal od severne sirske pokrajine Alep do pokrajine Dijala na vzhodu Iraka je v tonskem posnetku sporočil predstavnik sunitskih skrajnežev. Kalif v arabščini pomeni naslednik in naslednik islamskega preroka Mohameda je postal Abu Bakr al-Bagdadi.

Izjava Adnanija: *»Zaprisegel je ter postal imam in kalif vseh muslimanov.«*

Sunitski skrajneži so v vzhodnem sirskega mestu Raka proslavljali ustanovitev kalifata, skupina pa ima tudi novo ime.

Izjava Adnanija: *»Imeni Irak in Levant bomo odstranili iz vseh uradnih razprav in sporočil. Od sprejema deklaracije se skupina imenuje Islamska država.«*

Prebivalci Bagdada, ki naj bi bil naslednji cilj sunitskih skrajnežev, kalifata ne podpirajo.

Izjava prebivalca: *»Ne razmišljajo trezno. Zavračamo njegov govor in ne bomo priznali Islamske države in zaobljube tako imenovanemu Al Bagdadiju.«*

Politični analitik: *»Tisti, ki želijo premagati Islamsko državo, prej znano pod imenom Islamska država Iraka in Levanta, bi morali vpreči sufiste, vahabite in pripadnike stranke Baas ter jim ponuditi pomoč in sprejeti njihove zahteve. Tako bi jim pomagali premagati to skupino, poleg tega pa bi jim zagotovili letalsko podporo in ameriške svetovalce.«*

Trenutek za razglasitev kalifata je bil zagotovo skrbno izbran, konec tedna se je namreč začel najpomembnejši muslimanski mesec Ramazan.

Prepis 3. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 10.7.2014)

Voditeljica: Francoske oblasti so se odločile za drastičen ukrep v boju proti terorizmu. Vse več francoskih državljanov namreč odhaja v Irak in Sirijo, kjer se pridružujejo skrajnim islamskim gibanjem. Samo letos jih je na ta vojna območja odšlo 800, med njimi je veliko

mladih. Francoska vlada je zato potrdila zakon, po katerem bodo lahko tistim, ki so povezani s skrajnimi islamskimi skupinami, za šest mesecev odvzeli potni list.

Novinarka: 17-letna Francozinja Sara je nedavno odpotovala v Sirijo, da bi se pridružila skrajnim islamskim borcem. Njena družina je obupana.

Izjava Sarine mame: »Je najina hčerka. Vsak dan razmišlja o tem. Grozno je. Želim si le, da bi se vrnila domov.«

Novinarka: Francijo vsak dan zapustita dva, ali celo trije mladi muslimani, tudi 15-letniki, da bi se pridružili skrajnim islamskim skupinam na Bližnjem vzhodu.

Izjava francoskega tujega borca: *»Sem vaš brat, Abu Abd Al Rahman. Sem Francoz, tako kot moja starša.«*

Novinarka: Po novem zakonu bi lahko francoske oblasti za šest mesecev odvzele potne liste ljudem, ki jih sumijo, da nameravajo na vojna območja na Bližnjem vzhodu.

Izjava francoskega zunanjega ministra: *»Namen zakona je jasen. Radi bi preprečili tovrstne odhode. Preprečiti moramo potovanja, ki vodijo v nasilje in smrt, saj želimo zavarovati Francoze.«*

Novinarka: V Franciji, kjer živi največja - petmilijonska, sicer slabo asimilirana, muslimanska skupnost v Evropi, trdijo, da je njihov strah pred povratniki utemeljen. Letos maja je francoski državljani, ki se je vrnil iz Sirije v Bruslju ustrelil štiri ljudi v judovskem muzeju. Pred dvema letoma je islamski skrajnež s francoskim državljanstvom v Toulousu ubil sedem ljudi. Zaskrbljeni so tudi drugod po Evropi. Pred dvema dnevoma je devet evropskih držav sprejelo načrt, kako identificirati ljudi, ki nameravajo odpotovati v Sirijo in, kako preprečiti, da ob vrnitvi v Unijo ne bi izvedli terorističnih akcij.

Prepis 4. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 20.8.2014)

Voditeljica: Skrajna sunitska skupina Islamska država, ki že več kot dva meseca pustoši po severu Iraka, je na spletu objavila posnetek, na katerem njihov pripadnik obglavi ameriškega novinarja Jamesa Foleya. Sunitski skrajneži so štiridesetletnega novinarja zajeli pred dnema letoma na severu Iraka. Vse od takrat je bil v njihovem ujetništvu. Usmrnitev novinarja naj bi bila maščevanje za ameriške zračne napade na islamske skrajneže v Iraku. Karmen Švegelj.

Novinarka: Ameriški novinar, ki je izza sovražnih linij poročal o krvavi sirski vojni, se je pred dobrimi tremi leti znašel v ujetništvu Gadafigijeve vojske v Libiji, je končal v rokah Islamske države. skrajneži so ga zajeli pred skoraj dvema letoma in ga v odgovor na ameriško vojaško posredovanje na severu Iraka, brutalno usmrtili.

Izjava rablja: *"Vaša vojaška letala nas v Iraku vsak dan napadajo. Vaši napadi so med muslimani zahtevali žrtve. Ne bojujete se več le proti upornikom."*

Novinarka: Skrajnež, po mnenju obveščevalnih služb najverjetneje Britanec, je eden izmed mnogih Evropejcev, ki so se pridružili Islamski državi in drugim skupinam, ki delujejo v Siriji, zdaj pa tudi v Iraku.

Izjava britanskega zunanjega ministra: *»Veliko se jih bo vrnilo v Veliko Britanijo, če se bodo le lahko, zato so za nas nevarni.«*

Novinarka: Eden izmed pripadnikov zloglasne skupine, ki so ga zajele kurdske pešmerge, sviri pred nadaljnjim vmešavanjem tujih sil v vojno na severu Iraka, kjer je Islamska država razglasila svoj kalifat.

Izjava osumljenega pripadnika Islamske države: *»Če bodo prišli Američani, bo Islamska država le še zaostрила spopade.«*

Novinarka: Islamisti so z domov pregnali več kot šesto tisoč Iračanov. Mnogi med njimi so zbežali še preden so se skrajneži približali njihovim vasem.

Prepis 5. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 3.9.2014)

Voditeljica: Ameriški predsednik Obama je v Talinu govoril tudi o skrajni sunitiski skupini Islamska država, ki je v Iraku in Siriji razglasila kalifat. Zatrnil je, da z brutalnostjo ne bo prestrašila Američanov in jih odvrnila od boja proti terorizmu. Ostro je obsodil usmrtitev še enega ameriškega novinarja, 31-letnega Stevena Sotloff, ki so ga v Siriji ugrabili pred letom dni. ZDA bodo v iraško glavno mesto Bagdad napotila še tristopetdeset vojakov. To pomeni, da bo v Iraku kmalu spet tisoč vojakov.

Novinarka: Islamska država - brutalna skrajna skupina - je obglavila še enega ameriškega talca.

Izjava rablja (pripadnika skupine Islamska država): *"Obama, s svojimi dejanji si ubil še enega Američana. Dokler bodo tvoje bombe padale na naše ljudi, bodo naši noži rezali vratove vaših."*

Novinarka: Grozljivi uboj naj bi znova storil skrajnež z britanskim naglasom. Na koncu posnetka pa je mogoče videti še enega talca. Šlo naj bi za britanskega humanitarnega delavca.

Izjava ameriškega predsednika: *»Ne vem, kaj želijo doseči z umori nedolžnih Američanov, kot je bil Steven, a ne bo jim uspelo. Ne bom jim uspelo, kajti Američani in ves svet se zgražajo nad tem barbarstvom. Ne bodo nas ustražovali.«*

Novinarka: Ameriške zračne sile so na severu Iraka izvedle že kakih 120 napadov. Islamsko državo so sicer zaustavile, a odločilnega udarca ji niso zadale.

Izjava prijatelja umorjenega novinarja: *»Usmrtili so dva naša državljana. Vedno večja grožnja so.«*

Novinarka: Nekateri poznavalci celo svarijo, da bi ducat potniških letal, ki so jih z libijskega letališča v Tripolisu ukradli lokalni islamisti, lahko pristalo v rokah Islamske države. Ta pa bi jih lahko uporabila za napade na zahodne cilje, kot so denimo naftne rafinerije. Izvedla bi jih lahko ob obletnici terorističnega napada 11. septembra 2001.

Prepis 6. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 13.9.2014)

Voditelj: V vrstah Islamske države se bojuje vse več tudi evropskih državljanov. Iz Velike Britanije naj bi jih bilo že 700, iz Nemčije 400. In prav zaradi novačenja nemških državljanov je Nemčija na svoje ozemlju prepovedala delovanje te skrajne skupine.

Izjava tujega borca: *"Odhajamo na bojišče našemu preroku na čast. Branili ga bomo z mečem in si utrli pot v raj."*

Novinarka: Takšni propagandni spoti s simboli. Vsaka podpora - materialna, finančna, simbolna preko socialnih medijev skrajni teroristični skupini IS so odslej v Nemčiji prepovedani. Nemčija je boj proti Islamski državi vzela zelo resno.

Izjava nemškega notranjega ministra: *»Današnja prepoved je pomembna odločitev v boju proti mednarodnemu terorizmu, v boju za varnost in svobodo v Nemčiji. Prepoved velja le za teroriste, za tiste, ki vero zlorabljajo za zločinska dejanja.«*

Novinarka: Nemške varnostne in obveščevalne službe skrbi tudi vrnitev borcev iz Sirije in Iraka nazaj v Nemčijo, predvsem ti bi lahko pomenili resno grožnjo varnosti na nemškem ozemlju menijo. Francoz, ki je maja v bruseljskem judovskem muzeju ubil štiri ljudi je bil eden takih povratnikov, ki je v Evropo priletel preko frankfurtskega letališča.

Izjava nemškega notranjega ministra: *»Nemška demokracija se zna braniti.«*

Novinarka: Je pa tudi demokracija, v kateri si bo potrebno postaviti vprašanje, zakaj je za toliko mladih muslimanov v Nemčiji samomorilska pot na Bližnji vzhod vse bolj privlačna.

Prepis 7. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 22.10.2014)

Voditelj: Sirske zračne sile so sestrelile dve od treh bojnih letal, ki naj bi jih v pokrajinah Alep in Raka zasegli pripadniki Islamske države. Turški predsednik Erdogan pa je rekel, da je bila ameriška pomoč kurdskim borcem na severu Sirije napaka, saj je orožje, ki so ga odvrgli Američani pristalo tudi v rokah skrajnežev.

Novinarka: Ameriška vojaška letala so nad krajem Kobane kurdskim borcem odvrgla 27 paketov orožja. Pentagon priznava, da je vsaj en paket padel na ozemlje pod nadzorom islamistov, a obenem vztraja, da so ga ameriške sile uničile.

Izjava pripadnika skrajne skupine Islamska država: *"To je nekaj vojaškega streliva, ki so ga odvrgli Američani. Polnilo za raketomet in granate."*

Novinarka: Vojaški poveljniki dopuščajo možnost, da bi kak paket lahko dejansko pristal v rokah islamskih skrajnežev.

Izjava tiskovnega predstavnika Pentagona: *»Vsekakor gre za podobno strelivo in lahko orožje, kot smo ga odvrgli. To ni nemogoče.«*

Novinarka: Večino orožja so prejeli kurdski borci iz Sirije in tudi Turčije, ki se borijo na območju obleganega mesta Kobane, kmalu pa naj bi se jim pridružilo še 120 pripadnikov pešmerg iz iraškega Kurdistan.

Izjava tiskovne predstavnice Sirske kurdske stranke: *»Dostava orožja je zelo dobro vplivala na moralo kurdskih borcev, saj orožje potrebujemo, bolj kot vodo in hrano.«*

Novinarka: Napade pa je okrepila tudi Asadova vojska. Zračne sile so bombardirale tako položaje Islamske države kot tudi območja, ki jih nadzorujejo zmerni uporniki. Samo v zadnjih 36 urah so izvedle kakih 200 napadov.

Prepis 8. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 17.11.2014)

Voditelj: Pripadniki Islamske države še naprej sejejo smrt s krutim obglavljanjem talcev. Usmrtitev ameriškega humanitarnega delavca Petra Kassiga je ameriški predsednik Obama označil za čisto zlo. Francija pa je medtem potrdila, da je med skrajneži, ki so pobili najmanj 14 sirskih vojakov, tudi njen državljani.

Novinarka: Islamska država z grozljivim ubojem še enega talca - ameriškega humanitarnega delavca - skuša utišati vse tiste kritike, ki že napovedujejo začetek konca skrajnega gibanja.

Izjava pripadnika skupine Islamska država (rablja): *"Peter se je bojeval proti muslimanom v Iraku, bil je vojak ameriške vojske. Zdaj je bolj redkobeseden."*

Novinarka: Kassig, sicer izurjen vojak, se je kasneje posvetil humanitarnemu delu, naj bi bil prvi izmed petih talcev, ki se je svojemu rablju uprl. Zamaskiran moški v črnem naj bi sodeč po njegovem naglasu bil znova britanski skrajnež, ki so ga otoški mediji poimenovali »Jihadi John«.

Izjava pripadnika skupine Islamska država (rablja): *»Ogenj se je vžgal tukaj v Iraku. Njegov plamen bo z božjo pomočjo vse večji, dokler ne bo križarska vojska v Dabiku zgorela. Tukaj (v Dabiku) bomo pokopali prvega ameriškega križarja."*

Novinarka: Tokrat skrajneži razkrijejo, da bodo ubitega Američana pokopali na severu Sirije. Tam naj bi množice tujih borcev, med katerimi je tudi francoski državljani, obglavila vsaj 14 sirskih pilotov in častnikov.

Izjava ameriškega obrambnega ministra: *»S pritiski na Islamsko državo bomo Iraku omogočili, da okrepi svoje enote in nadaljuje napade.«*

Novinarka: Če se Islamska država v Iraku, kjer se zdaj proti skrajnejšem poleg vojske in milic borijo tudi nekateri voditelji vplivnih sunitskih plemen, že sooča s prvimi vojaškimi porazi, pa je na severu Sirije drugače. Na območju Rake naj bi Islamsko državo še vedno podpirala tretjina prebivalstva.

Prepis 9. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 6.1.2015)

Voditeljica: Kurdskim borcem v Siriji je ob pomoči iraških kurdskih enot uspelo iztrgati iz rok sunitskih skrajnežev že 80% kurdskega mesta Kobane na severu Sirije. Po mnenju poznavalcev razmer bi ob okrepljenih letalskih napadih tujih sil v delih Sirije in Iraka, Kurdom v prihodnjih dneh lahko uspelo osvoboditi mesto. Poroča Karmen Švegelj.

Novinarka: Po štirih mesecih silovitih spopadov so kurdski borci boj za Kobane skorajda dobili. S pomočjo iraških pešmerg so zavzeli večino sosesk, tudi območje, kjer se nahaja sedež policije. Nadzorovali naj bi 80% mesta, ne pa tudi okoliške vasi.

Pripadnik skrajne skupine Islamska država: *»V prvi bojni liniji smo blizu sovražnika. To je glavna cesta, ki vodi proti njim. Najbližje smo jim pri šoli, kilometer od tod. Od tu pa so oddaljeni kakih sto metrov.«*

Novinarka: Po spektakularnem osvajalskem pohodu v Iraku so se Islamisti konec poletja podali v boj za kurdska območja v Siriji in prišli vse do mesta Kobane tik ob turški meji. Iz domov pregnali več kot 250 000 sirskih Kurdev. V mestu so ostali le kurdski borci. Na pomoč so jim priskočili bratje iz Iraka, zahodne sile so okrepile zračne napade. Drugače pa je v Alepu, kjer sirski uporniki v boju proti Asadovemu režimu nimajo zaveznikov.

Izjava sirskega upornika v Alepu: *»To območje smo osvobodili. Pobili smo na desetine privržencev Bašarja Al Asada. Zajeli smo njihov tank in prodiramo proti Al Braju.«*

Novinarka: Boj proti Islamski državi je sicer Asadov režim prej okrepil, saj je sirski predsednik vsaj neformalno znova postal zaveznik zahoda v boju proti terorizmu.

Prepis 10. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 11.1.2015)

Voditelj: Množičnega pohoda se je udeležil tudi predsednik slovenske vlade Miro Cerar. Državniki so sklenili roke in tako potrdili solidarnost in odločenost v skupnem boju proti terorizmu. O naraščajoči moči skrajnih skupin in boju proti njim so že dopoldne v Parizu razpravljali notranji ministri nekaterih evropskih držav in ZDA.

Novinar: Solidarnost in tako v družbi kot politiki redko videno enotnost smo lahko danes spremljali v Franciji. Terorizem ob katerem je Francozom ta teden zastajal dih je v državi odprl vprašanja varnosti, verske strpnosti in svobode izražanja, Zahod pa ponovno opozoril, da je ranljiv pred napadi skrajnežev.

Izjava predsednika slovenske vlade: *»Zavračamo vsaka nasilja dejanja zoper demokracijo in še posebej zoper svobodo izražanja in misli. Tukaj smo zato, da pokažemo, da si bomo za to nenehno prizadevali skupno z drugimi narodi, da pokažemo, da se ne bojimo tega.«*

Novinar: Predsednik vlade, ki ga je v Parizu spremljal minister za zunanje zadeve, je zatrdil, da se ogroženost v Sloveniji po napadih v Franciji ni povečala. Vendar

Izjava predsednika slovenske vlade: *»Kot vidimo so to dejanja, ki se lahko zgodijo kjerkoli in kadarkoli, zato mora biti tudi Slovenija pripravljena, ne pa prestrašena.«*

Novinar: Politiki te dni obsojajo okrutne zločine v imenu vere, obenem pa opozarjajo, da ne gre za versko vojno.

Izjava ameriškega pravosodnega ministra: *»Rekel bi, da smo v vojni s teroristi, ki se zatekajo k tem ostudnim zločinom in se sklicujejo na izkrivljeno razlago islama, da bi jih upravičili.«*

Novinar: Sorodniki žrtev, verski voditelji in preživeli so bili danes na čelu shoda. Tisti, torej, ki najbolj nestrpno čakajo na odgovore, zakaj je moralo priti do tragedije. Nekaj pojasnil so dobili že v danes objavljenem spletnem posnetku, ki ga je, kot kaže, posnel kar Amedy Coulibaly sam.

Izjava napadalca na judovsko trgovino v Parizu: *»To ste si že zdavnaj zaslužili. Vi napadate kalifat, Islamsko državo, mi pa napadamo vas.«*

Novinar: Zaradi naraščajočih groženj skrajnih skupin so se evropski in ameriški notranji ministri danes dogovorili o odločnejših ukrepih proti terorizmu. Zavzeli so se za izmenjavo podatkov o letalskih potnikih v Evropi, krepitev varnosti na zunanjih mejah Unije in za sodelovanje z internetnimi ponudniki, da bi hitreje umaknili vsebine, ki spodbujajo sovraštvo ali terorizem. Govorili so celo o spremembah Schengenskega sistema.

Izjava francoskega notranjega ministra: *»Izboljšati moramo izmenjavo podatkov, ki jih imamo o bojovníkih v tujini in o mrežah organiziranih teroristov.«*

Novinar: Že prihodnji mesec bo Washington gostil vrhunsko zasedanje o boju proti terorizmu.

Prepis 11. prispevka (TV Dnevnik z dne 30.1.2015)

Voditeljica: Sile koalicije pod vodstvom ZDA nadaljujejo zračne napade na Islamsko državo. Zahod trdi, da je bila ob tem ubita polovica vodilnih članov skrajnega gibanja, a kljub temu skupina ni zares oslABLJena. Ugrabitve in poboji so vse pogostejši. Pogajanja o izpustitvi japonskega novinarja in jordanskega pilota, za katera skrajneži grozijo, da ju bodo obglavili, pa so spet zastala. Poroča Karmen Šveglj.

Novinarka: Sta jordanski pilot, ki je strmoglavil nad Rako, in japonski novinar še živa? Rok za izmenjavo talcev je namreč potekel.

Izjava talca skrajne skupine Islamska država: *"Če Sajida Al Rišavi v četrtek, 29. januarja, ob sončnem zahodu ne bo čakala na turški meji, da jo zamenjajo zame, bo jordanski pilot Muat Al Kasasbah ubit."*

Novinarka: Sajida Al Rišavi, nesojena samomorilska napadalka ostaja v jordanskem zaporu že vse od leta 2005, ko sta z možem bila del celice, ki je napadla tri luksuzne hotele v Amanu. Samomorilska jopiča sta nosila oba, a se Sajidi ni uspelo razstreliti.

Izjava tiskovnega predstavnika jordanske vlade: *»Jordanija je pripravljena zamenjati Sajido Al Rišavi za jordanskega pilota. Obenem pa bi radi poudarili, da je Jordanija zahtevala dokaz, da je pilot še živ.«*

Novinarka: Islamska država, ki je zagrozila z ubojem Jordanca in Japonca, ni nič manj kruta do lokalnega prebivalstva. Tukaj na drugi strani meje je mesto Albab, ki je v rokah Islamske države. Svobodna sirsko vojska jo zman poskuša potisniti proti jugu. Za domačine je podpora zmernim uporniškim skupinam lahko usodna.

Izjava prebivalca Valida: *»Že dvakrat so iskali moje sinove, ki so v Svobodni sirski vojski. Pravijo, da je to hud zločin, izdaja, in da jim grozi smrt.«*

Novinarka: Valid je iz Albaba nedaleč od Rake, kjer Islamska država vlada in to s trdo roko že skoraj leto dni.

Izjava prebivalca Valida: *»Najprej smo mislili: oboji smo muslimani morda pa bo vse v redu. Pozneje smo spoznali, da nimajo nič z islamom. Plemenska voditeljica, ki sta se jim postavila po robu, smo čez dva dni našli ubita.«*

Novinarka: Usmrtili so tudi Validovega bratranca, ubili in zaprli več deset tisoč ljudi. Zaradi nasilja, ki ga izvaja trenutno najmočnejša in najbolj kruta skrajna skupina, je domove moralo zapustiti že vsaj dva milijona ljudi.

Prepis 12. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 16.2.2015)

Voditelj: Prav grozljiva pa je do zadnje potankosti zrežirana množična usmrtitev 21-ih koptov, ki so jih v Libiji ugrabili privrženci Islamske države. Po objavi posnetka je egiptovska vojska napadla položaje skrajnežev v Libiji. Iz mednarodne skupnosti prihajajo ostre obsodbe brutalnega dejanja. A kot kaže postaja propadla Libija novo bojišče Islamske države - boja za katerega svet še nima odgovora.

Novinarka: 21 egiptovskih kristjanov so skrajneži, ki so prisegli zvestobo Islamski državi, obglavili nekje na libijski obali.

Izjava islamskega skrajneža: *"Skupaj se bomo bojevali proti vam, dokler vojne ne bo konec in dokler se ne bo Jezus spustil dol na zemljo, uničil križ, ubil svinjo in ukinil glavarino."*

Novinarka: Nekaj koptov, ki so iz obubožane doline reke Nil prišli v Libijo s trebuhom za kruhom, so ugrabili decembra lani sredi avtoceste, drugo skupino pa januarja. V delavskem naselju so menda najprej ločili muslimane od kristjanov, nato pa slednje odpeljali.

Izjava egiptovskega predsednika: *»Egipt ima pravico ukrepati in se maščevati nečloveškim morilcem.«*

Novinarka: Egiptovski bombniki so skupaj z libijskimi zračnimi silami, zvestimi vladi v Tubruku na skrajnem vzhodu države, napadli Derno. Tarča napadov so bila urišča, oporišča in skladišča orožja skrajnežev, ki so odgovorni za uboj egiptovskih koptov.

Izjava tiskovnega predstavnika libijske vlade: *»Skupine, s katerimi se libijska vlada spopada v Bengaziju in Dorni, in skupine v Tripoliju in Sirteju, so povezane s tistimi, proti katerim se mednarodno zavezništvo bojuje v Iraku in Siriji.«*

Novinarka: V Dorni na vzhodu države so islamisti že lani oktobra razglasili neodvisno provinco, ki naj bi postala tudi del Islamske države. Konec prejšnjega tedna pa so zavzeli še ključne centre moči v kraju Sirte, nekoč domu strmoglavljenega voditelja Moamerja Gadafija.

Prepis 13. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 26.2.2015)

Voditeljica: Identiteta enega izmed najbolj iskanih pripadnikov Islamske države na svetu, poznanega pod vzdevkom rabelj John, je razkrita. Gre za Mohameda Emwazija doma iz Londona. Zaslovel je s pretresljivimi posnetki, na katerih obglavlja ugrabljene civiliste, med njimi novinarje in humanitarne delavce.

Novinarka: »Jihadi John«, s pravim imenom Mohamed Emwazi, je star okoli 27 let. Rodil se je v Kuvajtu, šolal se je v Londonu, kasneje je študij obiskoval na univerzi v Westminsteru. Vodstvo univerze je danes sporočilo, da so nad dejstvi pretreseni in šokirani ter da sočustvujejo s svojci in prijatelji vseh, ki jih je »Jihadi John« umoril.

Izjava pripadnika skrajne sunitske skupine Islamska država: *»Opozarjamo vse vlade, ki so se povezale z ZDA v boju proti Islamski državi, naj se umaknejo in pustijo naše ljudi.« Obama s svojimi dejanji si ubil še enega Američana. dokler bodo vaše rakete ubijale naše ljudi, bodo naši noži parali vratove vaših ljudi.»*

Novinarka: Ameriška in japonska novinarja, britanski taksist in dobrodelni delavec, »Jihadi John« na posnetkih ISIS-a mori in hladnokrvno priznava

Izjava pripadnika skrajne sunitske skupine Islamska država: *»Obama s svojimi dejanji si ubil še enega Američana. dokler bodo vaše rakete ubijale naše ljudi, bodo naši noži parali vratove vaših ljudi.»*

Novinarka: Kot so sporočile britanske oblasti na domu »Jihadi Johna« v zahodnem Londonu živijo njegovi sorodniki. Preiskava je še v teku.

Prepis 14. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 27.2.2015)

Voditelj: Za konec pa še o kulturnem genocidu. Skrajneži Islamske države so v iraškem mestu Mosul divjaško razdejali neprecenljivo antično zapuščino iz obdobja asirskega in partskega cesarstva. Nekateri primerki so bili stari več kot 2600 let. Generalna direktorica Unesca je že zahtevala izredno zasedanje Varnostnega sveta Združenih narodov.

Novinarka: Le nekaj sekund je bilo dovolj, da so skrajneži Islamske države uničili več tisočletji stare kulturne zaklade. S težkimi kladivi so udarili po skulpturah, ki so se sesuval v prah. Tako kot brezobzirno pobijajo se brezobzirno znašajo tudi nad zgodovino, ker je iz predislamskega obdobja.

Izjava pripadnika Islamske države: *"Ti kipi so maliki ljudstev iz prejšnjih stoletij, ki niso častili našega Boga. Asirci, Akadijci in druga ljudstva so jih imenovali boginja dežja ali bog vojne. Niso verjeli v Boga."*

Novinarka: Že v začetku meseca so skrajneži v Mosulu začeli z uničevanjem tamkajšnjih knjižnic, na grmadah so gorele knjige, med drugim so uničeni številni rokopisi. Kar ne uničijo pripadniki Islamske države ukradejo, nato pa preprodajo. Pri Unescu opozarjajo, da ne gre le za kulturno tragedijo, ampak tudi za varnostno vprašanje, saj spodbuja ekstremizem.

Izjava generalne direktorice Unesca :*«Gre za uničevanje kulturne dediščine. Včeraj sem se le s težavo prisilila k ogledu posnetkov. Grozljivo je.»*

Novinarka: Uničevanje kulturne dediščine je hud udarec za civilizacijo, a žal nič kar svet ni že videl. Leta 2013 so skrajneži med drugim požgali knjižnico v malijskem Timbuktuju in uničili na tisoče starodavnih rokopisov. Ob nemirih v Egiptu so vandali in kriminalci v več muzejih uničili ali celo ukradli številne predmete in jih preprodajali. In ne nazadnje je svet osupnil, ko so Talibani 2001 razstrelili ogromna kipa Bud v Afganistanu, ki so jih človeške roke vklesale pred več kot 1500 leti.

Prepis 15. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 8.3.2015)

Voditeljica: Skrajna skupina Boko Haram, ki zadnja leta ustrahuje ljudi na severu Nigerije je na spletu objavila zvočni posnetek, na katerem vodja skupine obljublja zvestobo voditelju teroristične skupine Islamska država Al Bagdadiju. Pristnosti posnetka sicer še niso potrdili. Boko Haram je začel teroristične napade že leta 2009. Nasilje, v katerem je umrlo že 15000 ljudi pa se s severa Nigerije širi v sosednje države.

Novinarka: Zloglasna islamistična država Boko Haram, odgovorna za poboje celotnih vasi v Nigeriji, za ugrabitve več sto šolark, za teroristične napade v sosednjih državah naj bi prisegla zvestobo Islamski državi.

Izjava vodje islamistične skupine Boko Haram: *"Obljubljamo zvestobo kalifu vseh muslimanov Al Bagdadiju. Ubogali ga bomo v stiskah in blaginji, v trpljenju in veselju."*

Novinarka: Večino vplivnih članov gibanja naj bi navdihnil radikalni islamski pridigar Mohamed Marwa. V svojih pridigah se je opiral na salafistično vejo islama, a je šel še dlje. Pridigal je ne le proti posvetnim oblastem, temveč tudi izobrazbi in tehnologiji.

Izjava: »Boko Haram je za Nigerijo huda preizkušnja. Skupina se je pridružila mednarodnemu terorizmu zato bo morala nigerijska vlada zatreti tudi skupine po sosednjih državah, da bo zadušila upor.«

Novinarka: Podružnice Islamske države rastejo kot gobe po dežju. Vzniknile so v Libiji, v egiptovskem Sinajskem polotoku, menda tudi v Gazi, Jemnu in še kje. Predvsem v državah, kjer vlada brezvladje.

Prepis 16. prispevka (TV Dnevnik RTV SLO z dne 31.5.2015)

Voditeljica: Sirsko mesto Palmira, ki hrani neprecenljivo kulturno dediščino, je še vedno v rokah islamskih skrajnežev. Ti so ob zavzetju mesta ubili več kot dvesto ljudi, natančnih poročil, kaj se tam dogaja pa ni. Po poročanju Sirskega observatorija za človekove pravice so skrajneži včeraj razstrelili tamkajšnji zapor. Mednarodno skupnost pa skrbi tudi usoda veličastnih ostankov antičnega mesta. V vojnih vihrav zadnjih let na Bližnjem vzhodu, v Afganistanu in tudi na območju nekdanje Jugoslavije je bilo uničenih veliko umetnin, številne so tudi izginile.

Novinarka: Minuli mesec so ameriške carinske oblasti Egiptu vrnile 123 antičnih predmetov. Pretihotapljeni so bili v ZDA. Med drugim so v neki garaži v Brooklynu našli sarkofag iz iz grško-rimskega obdobja, star približno 3600 let.

Izjava egiptovskega ministra za dediščino: »Tako sporočamo svetu, da Egipt skrbi za svoje umetnine in kulturno dediščino, in da se bodo vsi nezakonito odpeljani predmeti vrnili v Egipt.«

Novinarka: Kraje in preprodaja starodavnih predmetov je med drugim tudi način financiranja določenih skupin, očitno tudi skrajne Islamske države. Njeni pripadniki so se znesli nad antičnimi mesti na severu Iraka, uničili so knjižnico in muzej v iraškem Mosulu.

Izjava islamskega skrajneža: "Muslimanom sporočamo, da so bili ti kipi maliki nekdanjih ljudstev, ki niso priznavala Boga. Tako imenovani Asirci in Akadci so častili boginjo dežja in boga poljedelstva in vojne. Niso verjeli v Alaha.«

Novinarka: Nazadnje so sunitski skrajneži zasedli antično mesto Palmira v Siriji, od koder že prihajajo informacije o uničenju.

Izjava generalne direktorice Unesca: *»To je dragocena svetovna kulturna dediščina, pripada vsemu človeštvu. Dolžni smo jo varovati in ohranjati. Ne predstavljam si, da bi Palmiro izbrisali s sveta.«*

Novinarka: A tovrstni zločini niso nič novega. Dogajalo se je tudi v naši neposredni bližini. Med balkansko vojno je bila popolnoma uničena sarajevska mestna hiša, pa stari most čez Neretvo v Mostarju in Dubrovnik na hrvaškem. Talibani so leta 2001 razstrelili ogromna kipa Bud vklesana v steno v Bamyanu v Afganistanu. Pred tremi leti so islamski skrajneži v malijskem mestu Timbuktu uničevali mavzoleje in svetišča iz 16. stoletja, požgali so tudi antične knjižnice, kjer so bili shranjeni starodavni afriški spisi.