

Univerzita Palackého v Olomouci
Katedra Psychológie Filozofickej fakulty

**Vybrané aspekty psychologických operácií v oblasti
terorizmu a protiterorizmu**



Diplomová práca

Autor: **Juraj Barčiak**

Vedúci práce: **plk. doc. PhDr. Marian Brzybohatý, Ph. D.**

**Olomouc
2009**

Obsah

Úvod.....	7
1. Terorizmus a mechanizmy jeho pôsobenia.....	10
1.1. Terorizmus.....	10
1.1.1. Terorizmus, Militantný islamizmus, Džihádizmus – spor o pojem.....	13
1.1.2. Média a terorizmus.....	16
1.2. Mechanizmy pôsobenia terorizmu.....	18
1.2.1. Psychologické dôsledky terorizmu.....	19
1.2.2. Ekonomické dôsledky terorizmu.....	20
1.2.3. Ľudsko-právne dôsledky terorizmu: Sekuritizácia.....	21
2. Psychologické operácie (PSYOPS)	24
2.1. Teoretické vymedzenie.....	24
2.2. PSYOPS proces.....	26
2.3. Produkty PSYOPS.....	30
2.4. Zásady pri tvorbe PSYOPS správ.....	34
2.5. Etika PSYOPS.....	40
3. Psychologické operácie ako metóda terorizmu.....	44
3.1. Jihad.com.....	44
3.2. Klasifikácia.....	45
3.3. Mediálne agentúry.....	52
3.3.1. Global Islamic Media Front (GIMF)	53
3.3.2. Al-Saháb.....	53
3.3.3. Al-Fadžr.....	55
3.3.4. Al-Katáib.....	55

3.3.5. Ostatné.....	55
3.4. Kontraopatrenia.....	56
4. Prehľad hlavných výskumných problémov.....	57
4.1. Aplikovaná metodika.....	58
4.2. Základný súbor.....	59
4.3. Výberový súbor a zber dát.....	60
5. Analýza a prezentácia dát.....	62
5.1. Obsahová štruktúra.....	62
5.2. Diskusná aktivita.....	65
5.3. Dopyt po produktoch.....	72
5.4. Interskupinové stratégie psychologickej vojny.....	74
5.5. Atraktivita lídrov.....	80
5.6. Fókus na V4.....	82
6. Diskusia.....	84
7. Záver.....	89
8. Súhrn.....	90
9. Použitá literatúra.....	92
10. Prílohy diplomovej práce.....	104

Ďakujem plk. doc. PhDr. Marianovi Brzybohatému, Ph. D.za vedenie tejto písomnej práce, PhDr. Miroslavovi Charvátovi, Ph. D za cenné rady a svojej rodine za poskytnutie socioekonomického zázemia potrebného pre jej uskutočnenie.

Prehlasujem, že som písomnú prácu vypracoval samostatne a všetky použité pramene riadne citoval a uviedol.

V Žiline 11. marca 2010

.....

Abú Jazíd: „[...] Dnes je súboj islamu a demokracie vo svojej finálnej etape a v tejto kritickej dobe čelíme reálnym problémom vzhľadom k verejnej mienke. Média majú tak veľký vplyv na ľudí, že menia ich názory v priebehu niekoľkých minút [...] ak každý z nás odošle denne jeden list editorovi najčítanejších denníkov a napíše naše názory [...].“

Saifullah al-Šimali: „Nech ťa Alah odmení [...] Podľa môjho názoru, by sme mali byť členmi množstva fór, islamských fór vo VŠETKÝCH jazykoch a dokonca fór sufiov, ichwánov a ďalších a prinášať tam správy o mudžáhedínoch [...] tiež komentovať populárne videá na Youtube [...] ale najdôležitejšie je komentovať diskusné sekcie hlavných spravodajských staníc a novín ako al-Džazíra, BBC, CNN a ďalších [...].“

Chalid saifullah: „[...] Všetci bratia, ktorí vedia anglicky, musia začať písať do novín, blogov, fór atď. [...] aby vyvracali anti-islamskú propagandu, ktorá tvorí vážny problém pre mudžáhedínov a zohráva kľúčovú úlohu v očierňovaní medzi masami [...].“

(Úryvok z diskusie stúpcov džihádizmu, 11/2009)

Úvod

Zábery padajúcich veží strašiacie milióny ľudí, atentáty v turistických destináciách ničiace ekonomiky, Usáma Bin Ládín vyhrážajúci sa obyvateľom Západu, Ajman al-Zawáhirí nabádajúci mladých Egyptanov povstať proti vláde Egyptu, Azzam al-Amríki volajúci po útokoch na americké kasárne na pôde USA, Abú Talha der Deutsch požadujúci stiahnutie nemeckej armády z Afganistanu tesne pred voľbami, Mustafa Abú al-Jazíd prosiaci Turkov o finančnú podporu pre džihádistov. Tieto a stovky či skôr tisíce ďalších počínov súčasných islamistov majú jedného spoločného menovateľa. Tým je vojna ideí, slov, zvukov, obrazov, farieb, emócií. Sofistikované počiny psychologické vojny bojujúcej o verejnú mienku, regrutáciu, motivovanie, zastráňovanie, klamanie.....jednoducho o dosahovanie cieľov psychologickými prostriedkami. Túto stratégiu metafor, tieňov a nenápadných ozvien umožňuje súčasným teroristom i svetovým armádam všetkým – prestupujúci globálny mechanizmus informačných technológií. Masové médiá na piedestáli s internetom sú dokonalým lubrikantom premostujúce bojiská svetových konfliktov a monitory domácností, televízne obrazovky či reproduktory rozhlasov. Teroristi vďaka moderným technológiám taktiež za to, že už nepotrebnú mesiace výcviku v táboroch v Afganistane. Prešli na vyšší vývojový stupeň: *Samoradikalizáciu*. Stiahnu si manuál na výrobu výbušniny, prečítajú časopis o boji zblízka a vypočujú zanietenu kázeň duchovného v MP3. Ambíciou predkladanej práce je tento fenomén zachytiť, analyzovať a pomôcť pochopiť metódy, stratégie a zázemie psychologické vojny globálneho džihádizmu. Súčasní militantní islamisti našli silnú platformu pre vedenie psychologické vojny v kyberpriestore. Naším cieľom bude daný priestor zmapovať, analyzovať a poznať tak stúpcov džihádizmu pohybujúcich sa v skúmanom kyberpriestore ako i stratégie súčasných teroristických skupín.

V dôsledku globálnej informačnej interdependencie a dopadu verejnej mienky na svet si súčasní aktéri stále viac uvedomujú význam psychologických prostriedkov vedúcich k dosahovaniu cieľov. Daný fenomén sa v posledných rokoch stáva kľúčovou premennou moderných armád, znalí sú ho snáď i pracovníci v oblasti spravodajských služieb resp. bezpečnostných policajných zborov, avšak v priestoroch akademickej vedy je či už z dôvodu etických rozpakov alebo jednoduchého neobjavenia javom de facto neznámym. Nakoľko máme za to, že psychologické operáciu nie sú len zaujímavou ale predovšetkým hodnotnou a dôležitou zložkou dnešného postmoderného sveta „abúzujúceho“ informácie, radi by sme predkladanou prácou vytvorili akýsi pilier pre etablovanie daného javu do

akademickej psychológie. Domnievame sa, že psychológia s relatívne solídnym vedeckým aparátom uchopujúcim správanie, prežívanie či postoje ľudí je nástrojom *par excellence* ako pre analýzu a dešifrovanie extrémistických síl súčasnosti, tak i pre tvorbu kontra – aktivít slúžiacich pre boj s nimi.

K takémuto uchopeniu a spracovaniu predkladanej témy je nevyhnutné plne aplikovať pojem *interdisciplinarity*.¹ Teda v našom prípade integrovať a prepojiť poznatky z psychológie, politológie, sociológie, kulturológie, histórie, mediálnej vedy či religionistiky. Daný prvok interdisciplinarity sa teda významne podpíše na charaktere a obsahu danej práce, čo bude v dôsledku znamenať nie striktné udržiavanie témy v hraniciach odboru psychológie. Toto počínanie však nepovažujeme za „odchýlku od normy“. Práve naopak, považujeme ho za počínanie nevyhnutné. V takomto komplexnom uchopení vidíme vhodný prístup k psychologickým operáciám a zároveň tak vďačnú cestu pre manifestáciu potenciálu psychológie ako vedy, ktorá môže v kolose psychologickéj vojny zohrávať kľúčovú rolu.²

Štruktúra predkladanej práce zodpovedá jej ambícii. V úvodnej časti sú ozrejmene pojmy (Terorizmus, islamizmus, džihádizmus), s ktorými pracujeme v celom rozsahu práce a uvedené mechanizmy ich psychologického pôsobenia. Následne oboznamujeme čitateľa s charakteristikou a princípmi psychologických operácií, aby sme v ďalšej kapitole poukázali na psychologické operácie v rukách militantných islamistov. Po tejto kapitole nasleduje samotný výskum, ktorý skúma vytýčený cieľ práce v analyzovanom kyberpriestore a má tak viesť k odpovediam na výskumné otázky.

V nasledujúcom texte sa budeme stretávať so značným množstvom arabských mien a názvov. Tie sú preložené v súlade s gramatickými pravidlami prekladu z arabského do slovenského (českého) jazyka. Výnimku však urobíme pri niektorých „chybných“ prekladoch, keďže v širokom povedomí sa už etablovali ako plne legitímne (i keď nesprávne preložené) internacionalizmy. Nebudeme tak čitateľa zaťažovať slovami ako

¹ HAVEL, I., Interdisciplinarita, transdisciplinarita a vysokoškolské vzdelávaní, online.

² Domnievame sa, že pokiaľ je v spoločnosti ambícia riešiť komplexné problémy súčasnosti, rovnako komplexný musí byť aparát, pomocou ktorého má byť toto riešenie sprostredkované. Teda pokiaľ by sme sa v nasledujúcom texte zamerali na čisto psychologické aspekty problému, automaticky by došlo ku strate kontextu, prepojenia a nadvädnosti v spracovaní, vyhodnotení i interpretácii a práca by sa stala čo do výsledku značne „hlučnosťou“.

Qorán, Alláh či Dhawáhírí ale kvôli prínosu väčšej zrozumiteľnosti sa tak podrobíme tomuto „mediálnemu kompromisu“.

1. Terorizmus a mechanizmy jeho pôsobenia

Bojovať s terorizmom je ako byť brankárom. Môžete spraviť stovky brilantných zákrokov ale jediná strela, ktorú si ľudia zapamätajú je tá, ktorá cez vás prejde .

Paul Wilkinson

1.1. Terorizmus

Terorizmus, podľa mnohých súčasná svetová bezpečnostná hrozba číslo 1, nás vo svojej sémantickej podobe odkazuje na latinské *terrere* (postrašiť, vydesiť).³ Pri hľadaní jeho koreňov nás literatúra privádza až do staroveku a vtedajších vražd v starovekom Grécku a Ríme či k stredovekej šítskej sekte Hashishinov.⁴ Avšak jeho formálne ukotvenie nájdeme až v 14. storočí, kedy sa tento termín prvýkrát objavil vo francúzskom slovníku. Všetky tieto referencie sú však skôr žiadané ako zjavné. Podľa akejsi nepísanej dohody bezpečnostnej komunity sa fundamentálnym počiatkom terorizmu stala Veľká francúzska revolúcia a v súvislosti s ňou užitie pojmu terorizmus odkazujúc na praktiky vtedajšej vlády. Maximilián Robespierre: *Ak základom vlády ľudu v dobe mieru je cnosť, v dobe revolúcie je to cnosť a teror – cnosť bez ktorej by bol teror barbarický a teror bez ktorého by cnosť bola nemohúca.*⁵

Nakoľko však snahou predkladanej práce nie je zachytiť vývoj termínu terorizmus a z dôvodu značne rozsiahlej publikačnej aktivity pojednávajúcej o genéze daného fenoménu, dovoľíme si preskočiť rovno k fókusu našej práce, ktorým je terorizmus ako moderný či dokonca, slovami Waltera Lacquera⁶, postmoderný fenomén. Globálny rozsah, kybernetická vojna, sieťová štruktúra či hrozba použitia zbraní hromadného ničenia (spravidla označovaná ako superterorizmus) tvoria symptomatické charakteristiky

³CIGÁNIK, Lubomír a JAŠŠOVÁ, Eva, *Terorizmus*, s. 52.

⁴*Encyklopédie: Světový terorismus*, Teror v dějinách do roku 1939, s. 25 – 29.

⁵Online etymology dictionary, Terrorism, 16. 7. 2009, online.

⁶LAQUER, Walter, *Postmodern terrorism*, s. 24 – 36.

terorizmu súčasnosti. Alexander Strassner⁷ prehľadne systematizuje ďalšie odlišnosti medzi tradičným a novým (moderným) terorizmom. Medzi hlavné komparatívne rozdiely zahŕňa rast profesionalizácie, znižovanie počtu členov v skupine, väčšiu prepojenosť na organizovaný zločin, sofistikovanejšie financovanie, menšiu predvídateľnosť cieľov, či vyššiu ochotu útočiť na civilistov.

Terorizmus ako bezpečnostná hrozba však netvorí jednotnú skupinu, ale foriem či druhov terorizmu môžeme na základe viacerých kritérií definovať množstvo. Pokiaľ ju uchopíme optikou motivácie jej aktérov, môžeme terorizmus rozlíšiť na⁸:

1. Ultraľavicový
2. Ultrapravícový
3. Etnický a teritoriálny
4. Náboženský
5. Ekologický
6. Kriminálny
7. Psychopatologický
8. Single – issue
9. Ďalšie..

Ďalej v prípade hodnotenia „smeru terorizmu“ ho delíme na:

1. Subverzívny terorizmus (terorizmus zdola proti držiteľom moci)
2. Represívny terorizmus (terorizmus zhora, od držiteľov moci)

Či podľa jeho aktérov:

1. Štátny terorizmus
2. Neštátny terorizmus

Aj keď užívanie pojmu terorizmus je médiami denne notoricky opakované, je jeho porozumenie v podstate intuitívne. V prieskume, keď 20 najväčším novinovým agentúram,

⁷STRASSMEN, Alexander, In: MAREŠ, Miroslav, *Terorizmus v ČR*, s. 40 – 41.

⁸MAREŠ, Miroslav, *Terorizmus v ČR*, s. 36.

rozhlasovým a televíznym staniciam bola položená otázka: „Aký druh (politického) násilia vaše médium označuje ako terorizmus?“, boli odpovede nasledovné⁹:

Tab. 1: Užívanie termínu terorizmus

Druh násilia	% editorov užívajúcich označenie terorizmus
Branie rukojemníkov	80%
Vražedné atentáty	75%
Pumové útoky	75%
Únosy obetí	70%
Únosy dopravných prostriedkov kvôli vyjednávaniu	70%
Mestská guerilla	65%
Sabotáže	60%
Mučenie	45%
Únosy dopravných prostriedkov kvôli úteku	35%

Obdobná situácia je i medzi odborníkmi. Aj napriek obrovskému úsiliu, žiadna definícia, na ktorej by sa celá bezpečnostná komunita zhodla, zatiaľ vyslovená nebola. Tento jav je možné badať bezmála od konca prvej svetovej vojny.¹⁰ Ďalej nasledovali iniciatívy spoločenstvá národov z roku 1937, neskôr OSN, FBI, CIA, či množstva akademikov, avšak k jednotne rešpektovanej definícii to nikdy neviedlo. Tu sú niektoré:

„Všetky kriminálne činy zamerané proti štátu a otvorene alebo nepriamo sledujúce vytvorenie strachu v myšliach konkrétnych osôb alebo skupiny osôb alebo širokej verejnosti.“

(Liga národov, 1937)

⁹Encyklopédie: Světový terorismus, Problémy s definovaním terorismu, s.17.

¹⁰SAMSON, Ivo, Fenomén terorizmu ako kľúčová bezpečnostná hrozba, s. 9 - 10.

„Terorizmus predstavuje nezákonne použitie sily proti nevinným obetiam s cieľom presadiť politické ciele.“

Walter Laquer

„Zámerné, politicky motivované násilie páchané proti civilným cieľom subnárodnými¹¹ skupinami alebo tajnými agentmi, zvyčajne s cieľom ovplyvniť publikum.“

Definícia CIA

Alex Shmidt zasvätil hľadaniu takejto definície 20 rokov svojho akademického života.¹² Počas nich zozbieral 109 definícií terorizmu a nakoniec rezignovane konštatoval, že ambícia vytvorenia jedinej definície je nerealizovateľná. Spolu s Youngmanom¹³ z nich vyabstrahovali opakujúce sa kritéria a zoradili ich podľa štatistického výskytu: Násilie a sila sa objavili v 85% prípadov, politický element v 65%, strach a dôraz na zastrašenie hrôzou v 51%, hrozba v 47%, psychologický efekt a anticipovaná reakcia obetí v 41,5%, rozdiel medzi cieľom a obeťou v 37,5%, úmyselne a systematicky plánovaná akcia a nakoniec metódy, stratégia a taktika v 30,5%.

1.1.1. Terorizmus, Militantný islamizmus, Džihádizmus - spor o pojem

Aj keď by sa z uvedeného mohlo zdať, že najväčším problémom je vhodná tvorba definície, domnievame sa, že daný fenomén obsahuje ešte jeden komplikovanejší problém. Ním je samotné užitie pojmu terorizmus. Pri pomenovaní a definovaní aktivít spojených s terorizmom sa užíva minimálne dvojaká *inštrumentalita definície*¹⁴: Politická a akademická¹⁵. Kým cieľom užívania pojmu terorizmus v politickom kontexte je slúžiť špecifickým cieľom aj spolu s konotáciou daného slova, v akademickom slovníku budí

¹¹ Rozumej neštátnymi aktérmi.

¹²VIGAŠOVÁ, Daniela, Globálny terorizmus – nová hrozba na pozadí globalizácie, s. 652.

¹³SAMSON, Ivo, Fenomén terorizmu ako kľúčová bezpečnostná hrozba, s. 10.

¹⁴ZEMAN, Ján, Terorizmus: historicko – psychologická studie, s. 23.

¹⁵Rozliční autori udávajú ešte právnu a všeobecnú (mediálnu).

užívanie daného pojmu miernu neistotu. Uvedme ako príklad často krát problematické používanie slova terorizmu v sociálnych vedách: Nebudeme ďaleko od pravdy ak uvidíme, že terorizmus je de facto technika či taktika, slúžiaca v službách ideológie, cieľa, či zámeru. Vo vybraných prípadoch považujeme za nadmernú generalizáciu hovoriť vždy o teroristoch, keď určití aktéri užívajú terorizmus ako techniku boja. Máme za to, že práve takto postavené kritérium spôsobuje vo vybraných výskumných zámerov obrovský problém sociálnych vied uchopiť daný jav. Napríklad desiatky prác bolo venovaných psychológii terorizmu s cieľom vytvoriť jednotný profil teroristu resp. člena teroristickej organizácie, ktoré nakoniec konštatovali, že nič také neexistuje. Nuž ale skúsme si predstaviť, že by sme chceli vytvoriť všeobecný profil guerillového bojovníka. Tu zrejme nepochybujeme, že guerilla je práve a len bojová taktika a motivácia participovať na guerillovom boji a je u jednotlivých ľudí viac než odlišná a závislá na kvante faktorov. Teda, že jej členovia sa do aktivít nezapojili kvôli guerille ale kvôli určitým presvedčeniam a guerilla bola „len“ následne zvolená ako vhodná forma boja. A obdobne máme za to, že u terorizmu ide o identický jav. Terorizmus ako spôsob boja je využívaný množstvom skupín s odlišnou motiváciou, v odlišných podmienkach, s odlišnou štruktúrou v odlišnom mieste a čase. Preto klásť do výskumnej vzorky napr. nacionálnych, ľavicových, anarchistických či islamistických „teroristov“ a následne skúšať vyabstrahovať obecné atribúty je z nášho pohľadu nevhodné, nakoľko tak získavame nehomogénny súbor¹⁶. Tak ako nebudeme hľadať osobnostnú zhodu medzi slovenskými partizánmi a Che Guevarom, nevidíme dôvod vytvárať výskumný súbor obsahujúci Kropotkina, Carlosa a al-Zarqáwího.

Považujeme za potrebné si uvedomiť, že terorizmus je technika v službách niekoho či niečoho. A v prípade našej práce to bude v službách moslimských fundamentalistov či extrémistov¹⁷. Ako najvhodnejší sa nám v tomto prípade javí označenie *militantní islamizmus*. Islamizmus ako reakcia na neúspešnú modernizáciu projektov socializmu či nacionalizmu¹⁸ v moslimskom svete sa vyznačuje ambíciou o kompaktnosť etiky,

¹⁶Tieto skupiny síce spája užitá technika, avšak jej použitie je dôsledkom asymetrického postavenia voči nepriateľovi, nie zhodnou osobnostnou konšteláciou.

¹⁷Pokiaľ by bola našou ambíciou ďalšia psychologizácia, môžeme si všimnúť, že ani islamistickí teroristi netvorí jednotnú kohortu. V prípade pokusu o hľadanie psychologických korelátov je možné danú skupinu rozdeliť na vertikálne a horizontálnej roviny. Domnievame sa, že 1) motivácia u lídrov či elít a medzi rádovými členmi je rozličná a 2) rovnako iná je motivácia, ciele či presvedčenie naprieč geografickými oblasťami (napr. Libanon Vs. Čečensko Vs. globálny džihád).

¹⁸BASSAM T., The Totalitarianism of Jihadist Islamism and its Challenge to Europe and to Islam, s. 35–54.

ekonomiky a politiky pod hlavičkou šari'ie, pričom výsledná politická platforma pozostáva z troch bazálnych cieľov¹⁹:

- 1) Suverénna vláda skazenej byrokratickej moci štátu má byť nahradená suverénnou vládou Boha.
- 2) Sociálne priepasti vytvorené kapitalistickým trhom majú byť nahradené rovnosťou.
- 3) Univerzálne celosvetové moslimské spoločenstvo (*Umma*), doposiaľ rozdrobené do mnohých teritoriálnych štátov, má byť zjednotené. Zrušenie nezávislosti politiky a ekonomiky na náboženstve má ísť ruku v ruke s nastolením všeludského spoločenstva veriacich²⁰.

Ďalším zvaženia hodným pomenovaním je pojem *salafijsky džihádizmus*²¹ (kvôli jednoduchosti spravidla skracovaný iba na „džihádizmus“). Jeho devízou je to, že takto sa militantní islamisti (či ak chcete teroristi) označujú sami. Z radov odporcov však zaznieva, že slovo džihád má pre moslimov pozitívnu konotáciu, a preto takéto nazývanie extrémistov a kriminálnikov je viac než nevhodné. Jarret Brachman²², bývalý dôstojník CIA, však poznamenáva, že označenie džihádizmus správne asocjuje, že existuje mocná a konsolidovaná násilná džihádsticko – salafijská ideológia²³, ktorá je nepriateľom Západu²⁴. „Džihád je škola, nemocnica i liek. To je dôvod prečo sa k nemu pripojili múdri, spravodliví a veriaci.“²⁵ William McCants, odborný asistent na West Pointe, ponúka mierne odlišné vymedzenie džihádizmu, ktoré chápe ako podskupinu salafizmu a islamizmu.²⁶ Pre ilustráciu uveďme grafickú podobu navrhovanej typologizácie:

¹⁹BARŠA, Pavel, *Západ a islamizmus*, s. 73.

²⁰Tento posledný bod je v praxi islamistických aktivistov relatívne problematický a tvorí jadro problému sporov medzi nacionalistickými skupinami ako Hámás či Hizballáh na jednej strane a napríklad al-Qáidou či JundAnsar Allah na strane druhej.

²¹SAGEMAN, Marc, *Understanding teror networks*. s. 7-24.

²²BRACHMAN, J., A Note About America's New CT Strategy, 7.8.2009, online.

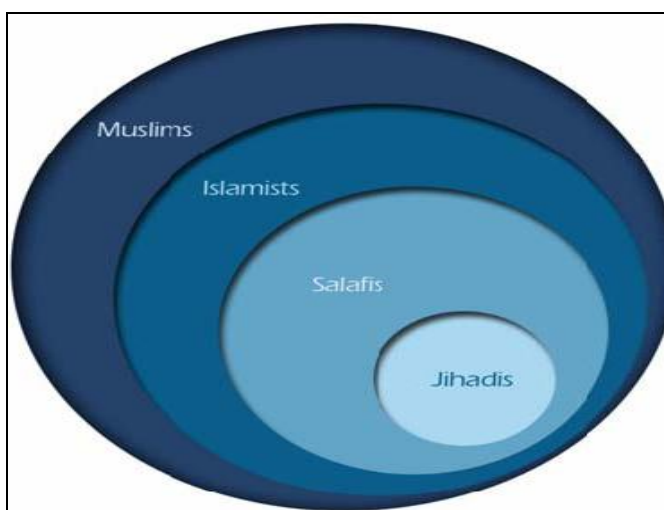
²³Salafija – učenie odkazujúce k ranému islamu propagované najmä Saudom al-Wahábom (1703–1792).

²⁴ Na podporu tohto tvrdenia si môžeme spomenúť na radu „samo-radikoalizovaných“ mladých sunnitských mužov hlásiacich sa k cieľom al-Qá'ídy a útočiacich na ciele v Európe či USA. To čo ich spájalo bola ideológia a terorizmus bol zvolený „len“ ako technika útoku.

²⁵AI-SHAMI, Mansoor, *Advice to the people of Jihad*, 16. 8. 2009, online.

²⁶McCANTS, W., *Militant Ideology Atlas*, s. 6, online.

Obrázok 1: Džihádistická typologizácia



Nie je našou snahou útočiť na legitimitu pojmu terorizmus. V oblastiach, kde je práve spoločným menovateľom technika užitého boja (študijné predmety, publikácie, protiterorizmus,...), je jeho užívanie viac než správne. Jednoducho len v kontexte označenia súčasného terorizmu, prevažne sunnitských mladíkov hlásiacich sa k „čistému islamu“ a zároveň tak v kontexte predkladanej práce, považujeme viac špecifické termíny akými sú militantný islamizmus či džihádizmus za vhodnejšie. To proti komu stoja súčasné protiteroristické aktivity nie je terorizmus ale militantný islamizmus resp. džihádizmus, ktorého stúpenci užívajú terorizmus. Napriek tomu sa termínu terorizmus nemienime vyhýbať. Nesmiernou devízou tohto slova je jeho ustálené a relatívne bezproblémové intuitívne chápanie či užívanie pojmov ako teroristický útok, teroristická hrozba či protiterorizmus. Domnievame sa preto, že pokiaľ nejde o právo, či presne operacionalizovaný pojem určený pre konkrétne vedecké skúmanie, je užívanie daných pojmov voľné a teda de facto nevidíme väčšie problémy ich neužívať ako ekvivalenty.²⁷

1.1.2. Média a terorizmus

Pokiaľ si uvedomíme, že priamymi svedkami teroristických útokov je len hŕstka ľudí, avšak ich dopady zasahujú milióny, musí nás to nutne priviesť k „najväčšiemu sprostredkovateľovi terorizmu“ - médiám. Medzi terorizmom a médiami existuje

²⁷Jarret Brachman vo svojich textoch rád užíva anglický pojem *Jihobbyism*, ktorým označuje internetových džihádistov, ktorí majú džihád ako hobby. Tento pojem však viac než akademický, má ambíciu byť ironicky a výsmešný.

pozoruhodné nezamýšľané puto. Televízne vysielanie, je audiovizuálne, teda obrazové zábery hrozivých útokov sa poľahky dostávajú do obývačiek celého sveta. Pomáha získavať pre teroristov publicitu, propagovať či obhajovať ich počínanie²⁸. Navyše je principiálne „hladné“ po senzáciách, „silných príbehoch“ a kontroverziách, teda to čo hľadá sú chyby, zločiny, jednoducho to horšie, čím sa stávajú dokonalým odberateľom pre teroristické skupiny²⁹. Michelle Slone, z Katedry psychológie Tel Avivskej univerzity, v roku 2000 rozdelil probandov (N=237) do dvoch ekvivalentných skupín, pričom jednej z nich premietol 12 - minútový film zobrazujúci terorizmus ako národnú hrozbu.³⁰ Podľa výsledkov táto skupina následne vykazovala vyšší nárast anxiety oproti pre-testu. Tým amerických vedcov po útokov z roku 2001 zistil, že prevalencia výskytu posttraumatickej stresovej poruchy a depresie u ľudí opakovane sledujúcich pády ľudí zo zasiahnutých veží je vyššia než u tých, ktorí dané zábery nesledovali (PTSP: 17,4% ku 6,2% resp. u depresie: 14,7% ku 5,3%).³¹ V súvislosti s tým môžeme uviesť 4 druhy potenciálnych vzťahov medzi terorizmom a médiami³²:

1. *Absolútna indiferencia* – Teroristické skupiny sú zamerané na terorizovanie a o média nejavia záujem. V súčasnosti de facto neexistujúce.
2. *Relatívna indiferencia* – Nie je ambíciou teroristov byť v médiách, avšak uvedomujú si, že ich agenda je pre média značne „lepkavá“.
3. *Na média orientovaná stratégia* – Teroristické skupiny sú si vedome moci médií a pripravujú akcie tak, aby boli pre média lákavé. To všetko s potrebnou dávkou propagandy.
4. *Úplne odtrhnutie od médií* – Žurnalisti sú pokladaní za nepriateľov, ktorých treba zlikvidovať.

Pokiaľ chce byť terorizmus v súčasnosti úspešný a jeho cieľom je pôsobiť aj na inú než k sebe lojálnu cieľovú populáciu, je mediálne orientovaná stratégia nutnou

²⁸PERL, R. F., *Terrorism, the media, and the government*, 22. 10. 1997, online.

²⁹Uvedený jav, ktorý tak prispieva k propagácii terorizmu je tzv. agenda-setting (nastolovanie agendy). Ide o model procesu presadzovania určitých tém do verejného diskurzu a súčasne vylučovanie určitých tém z tohto diskurzu (DOLINEC, 2008).

³⁰SLONE, M., *Responses to Media Coverage of Terrorism*, s. 508 – 522.

³¹AHERN, J., *Television images and psychological symptoms after the September 11 terrorist attacks.*, s. 299 – 300.

³²SORIANO TORRES R. M., *Terrorism and the Mass Media after al Qaeda*, s. 6, online.

podmienkou. Toho si je pochopiteľne drvivá väčšina skupín vedomá³³. V protiklade k tomu sa nám logicky vynára otázka do akej miery je prípustné zasahovať do televízneho vysielania v záujme protiterorizmu. Je legitímne zakázať odvysielať prejav Usámu Bin Ládina či Ajmana al-Zawáhirího (Ayman al-Zawahiri, Ayman al-Dhawahiri)? Je legitímne zakázať vystupovať v médiách ľuďom sympatizujúcim s tým, čo označujeme ako terorizmus? Uspokojivá odpoveď doteraz vyslovená nebola avšak euro-americká kultúra so silnou tradíciou slobody slova minimálne nateraz zvolila slobodu pred zvýšenou sekuritizáciou.

1.2. Mechanizmy pôsobenia terorizmu

Vojnový korešpondent John D. McHugh v rozhovore o jeho pôsobení v Afganistane poznamenal: „*Víťazstvom pre Tálibán sú reakcie ľudí, nie počet mŕtvych Američanov.*“³⁴ A práve to je jedna z najkľúčovejších pravd pri pochopení terorizmu. Absolútne všetky skutky, všetky teroristické akty nie sú nič viac než metafory a symbolické posolstvá. Terorizmus je sofistikovane fungujúci psychologický kolos, ktorého jadrom je práve a len psychológia. Po zadržaní Omara al-Farúqa Abdulmutallaba, pri pokuse o aktivovanie výbušniny v lietadle 24. 12. 2009, sa al-Qá'ida okamžite prihlásila k autorstvu a blahorečila jeho „neúspešný“ pokus v tento pre Západ silne symbolický deň.³⁵ To, že sa útok nepodaril nebolo podstatné. Podstatná bola demonštrácia schopnosti prelomiť bezpečnostné opatrenia a „rozbitie“ predstavy bezpečia. Môžeme si rovnako spomenúť, keď po útokoch z 11. septembra 2001, Američania signifikantne „klesli“ na Maslowovom rebríčku potrieb a masovo skupovali dlhotrvanlivé potraviny, zásoby vody či liekov. Teda sme z veľkej miery svedkami vysoko efektívnej psychologickéj operácie (viď. ďalej), ktorá bojuje o verejnú mienku, ekonomiku ničí strachom a hrozbou, osekáva ľudské práva opatreniami voči nim a do ľudí zasieva pocity anxiety z neočakávateľnosti a nepredvídateľnosti.

³³Trend z posledných rokov však ukazuje zaujímavú dynamiku, keď televízne vysielanie začína byť pomaly nahradzované internetom (viď. kapitola *média ako nástroj terorizmu*).

³⁴USA mali právo sa brániť, ale už to trvá prídlho, *Sme*, 27. 7. 2009, online.

³⁵Operation by the Mujahid brother Omar Al-Farooq the Nigerian, 28. 12. 2009, online.

1.2.1. Psychologické dôsledky terorizmu

V júli 2009 začali koaličné vojska silnú ofenzívu na juhu Afganistanu. Dôsledkom tvrdých bojov boli desiatky mŕtvych vojakov, čo pre vlády Západných krajín predstavuje veľké riziko straty voličského elektorátu a vytvára tak dôvod neochoty participovať na vojenských operáciách v Afganistane. V auguste 2009 denník Independent, po tom ako Veľká Británia stratila 22. vojaka za mesiac, zorganizoval prieskum podpory vojenského zásahu v Afganistane³⁶. Podľa výsledkov 58% respondentov považuje boj za vopred stratený a 52% súhlasí s okamžitým stiahnutím vojakov. S požadovaným navýšením počtu vojakov v Afganistane nesúhlasí 63% Nemcov, 62% Francúzov, 57% Poliakov, 55% Kanadčanov či 50% Španielov.³⁷

V roku 1995, v dôsledku bombového útoku na Oklahoma City, 35% priamych účastníkov udávalo znaky posttraumatickej stresovej poruchy a rovnako tomu bolo u 16% detí v okruhu 150 kilometrov.³⁸ Po útokoch na americkú ambasádu v Nairobi v roku 1998, bol uskutočnený prieskum, ktorého sa zúčastnili Keňania fyzicky prítomní útoku.³⁹ Tí vykazovali v 35,4% symptómy posttraumatického stresu. Najväčšia pozornosť psychologických dopadov na populáciu bola venovaná útokom z 11. septembra 2001. V prieskumoch z októbra až novembra 2001 uviedlo 75% respondentov (žijúcich blízko miesta útoku), že má nejaký druh problému v súvislosti s útokom.⁴⁰ U 48% bol zistený zvýšený hnev, rovnako u nich stúpila i spotreba alkoholu a cigariet. Zaznamenaný bol taktiež vyšší stupeň agresivity a kladného postoja k vojne a násiliu voči kriminálnikom.⁴¹ Podľa národného centra pre posttraumatickú stresovú poruchu⁴², 3-5 dní po útokoch 35% rodičov udávalo objavenie výskytu stresových symptómov u detí ako nespavosť, strachu zo smrti, anxiety a ďalších. U dospelých sa výsledky miere líšili. Výskyt posttraumatickej

³⁶Briti sú za návrat vojakov z Afganistanu, Sme, 28. 7. 2009, online.

³⁷AUXIER, R., Few in NATO Support Call For Additional Forces in Afghanistan, 31. 8. 2009, online.

³⁸HAMBLEEN J., Terrorist Attacks and Children, online.

³⁹NJENGA, G. F., Post-traumatic stress after terrorist attack: psychological reactions following the US embassy bombing in Nairobi, s. 328 – 333.

⁴⁰U. S. Department of Health and Human Services, Psychological and Emotional Effects of the September 11 Attacks on the World Trade Center, 6. 11. 2002, online.

⁴¹CARNAGEY N., Changes in Attitudes Towards War and Violence After September 11, 2001, s. 118 – 129.

⁴²U. S. Department of Health and Human Services, Psychological and Emotional Effects of the September 11 Attacks on the World Trade Center, 6. 11. 2002, online.

stresovej poruchy sa pohyboval od 7,5%⁴³ do 11,2%⁴⁴ u obyvateľov žijúcich v miestach útokov. Výskyt depresie bol zaznamenaný u 9,7% respondentov. V súvislosti s tým bol zaznamenaný pokles produktivity práce a zvýšená ambulantná návštevnosť u lekára.⁴⁵ Po útokoch v Španielsku (03/2004) sa posttraumatická stresová porucha objavila u 2,3%⁴⁶ Madridčanov a depresia u 8%.⁴⁷

1.2.2. Ekonomické dôsledky terorizmu

V dôsledku ekonomickej interdependencie celého sveta psychologická vojna v rukách teroristov, so zbraňami strachu a paniky, zaútočila i na ekonomiky svojich nepriateľov. Bezprostredne po atentátoch v Londýne začali akcie na burzách rýchlo klesať, britská libra sa prepadla na hranicu svojho niekoľkomesačného minima a nervozitu bolo možné badať i u investorov vlastniacich letecké spoločnosti, cestovné kancelárie či poisťovacie ústavy.⁴⁸ Odvetvie, ktoré je jedno z najviac zraniteľnejších voči teroristickým hrozbám, je cestovný ruch. Podľa svetovej rady cestovného ruchu tvorí cestovný ruch 3,7 % svetového HDP a skoro 8% celkovej zamestnanosti.⁴⁹ Preto riziká spojené s útokmi na turistické destinácie predstavujú globálnu ekonomickú hrozbu. O negatívnom efekte terorizmu na turizmus svedčí aj výskum monitorujúci obdobie 1991-2001 v Izraeli, Grécku a Turecku.⁵⁰ Po masovej poprave v Egyptskom Luxore v roku 1997 klesol medziročný prírastok medzinárodných priletov o -13% čo oproti predchádzajúcemu roku (+20) tvorilo značný výpadok ekonomike Egypta⁵¹. V dôsledku útokov na americké dvojčiky klesol

⁴³GALEA, S., Psychological Sequelae of the September 11 Terrorist Attacks in New York City, s. 982 – 987.

⁴⁴SCHLENGER, W. E. Psychological Reactions to Terrorist Attack, s. 581-588.

⁴⁵BOSCARINO, J. A., Worker Productivity and Outpatient Service Use After the September 11th Attacks, s. 670 – 682.

⁴⁶Ďalších 1,7% rovnako trpelo PTSP avšak nie ako dôsledok útoku.

⁴⁷MIGUEL – TOBAL, J. J., PTSD and Depression After the Madrid March 11 Train Bombings, s. 69 – 80.

⁴⁸RUML, M., Moderní terorismus útočí na ekonomiku, 25. 4. 2007, online.

⁴⁹HEJNA, A., Terorismus ve svete a cestovní ruch, s. 1, online.

⁵⁰DRAKOS, K., Regional Effects of Terrorism on Tourism in Three Mediterranean Countries, s. 621 – 641.

⁵¹HEJNA, A., Terorismus ve svete a cestovní ruch, s. 1, online.

počet príjazdov do južnej Ázie o 24% a na Blízky východ až o 30%.⁵² To, že hrozba teroristického útoku je javom globálnym, dosvedčujú aj slová českého prezidenta aerolínií, ktoré v septembri 2001 zaznamenali pokles zisku o 300 mil. Kč. V novembri 2001 bola vyťaženosť ČSA okolo 50-60% (pred 9/11 cca 90%).

1.2.3. Ľudsko – právne dôsledky terorizmu: Sekuritizácia

Pod týmto pojmom môžeme chápať proces, keď štát označí určitú obsahovú agendu za záujem národnej bezpečnosti a tým ju „vytrhne“ z demokratických procedúr⁵³. Následne dochádza k depolitizácii⁵⁴, teda k vyňatiu témy z verejnej diskusie a verejného záujmu. Rovnako je vysoko marginalizovaná aj možnosť kritiky. Platí, že v tomto procese je daná agenda označená ako existenčná hrozba, ktorá je absolútne prioritná a je nevyhnutná a plne legitímne (rozumej ospravedlňujúce) použiť mimoriadne prostriedky. Eliza Manningham – Bullerová, riaditeľka MI5 v septembri 2005 vyslovila nasledovné : „[...] občianskych slobôd si všetci ceníme a neželáme si robiť nič čo by ich mohlo zničiť [...] Ale svet sa zmenil a je potrebné viesť diskusiu o tom, či nejaká erózia toho, čoho si ceníme, nemôže byť nevyhnutná.“

Avšak pri posilňovaní národnej bezpečnosti môže štát vyprodukovať tzv. *paradox národnej bezpečnosti*, čo znamená, že posilňovanie štátnych záujmov v bezpečnostných oblastiach vytvorí hrozbu na poli práv a slobôd občana. Richard Rorty a Colin Crouch⁵⁵ nás upozorňujú, že takáto sekuritizácia sa deje len za cenu veľkého „osekávania“ demokracie, v čoho dôsledku už ani nie je možné o demokracii hovoriť. Pojem, ktorý používajú na demokratické usporiadanie derivované bezpečnostnými opatreniami v záujme štátu, je *postdemokracia*. Vidia v nej dichotómiu medzi klasickým pojatím „vlády ľudu“ a novým zriadením, keď spoločnosť je ovládaná úzkou elitou. Tá obmedzuje, resp. nerešpektuje občianske dianie, verejné diskusie či verejnú mienku. A teda štát „bojujúci

⁵²JANKU, J., Vlnajší vývoj svetového turizmu najviac poznačil terorizmus, 10. 3. 2002, online.

⁵³WAIŠOVÁ, Š., Od národnej bezpečnosti k mezinárodnej bezpečnosti: Kodaňská škola na křižovatce strukturálního realismu, anglické školy a sociálního konstruktivismu, s. 78 – 79, online.

⁵⁴DRULÁKOVÁ, R., Postdemokracie v Evropské unii: bezpečnost versus občanské svobody, s. 10, online.

⁵⁵DRULÁKOVÁ, R., Postdemokracie v Evropské unii: bezpečnost versus občanské svobody, s. 8, online.

s terorizmom“ obmedzuje slobody svojich občanov. To všetko ako dôsledok zvýšenej sekuritizácie⁵⁶.

Ako výborný psychologický nástroj k persúázii verejnosti slúži strach, hrozba, anxieta a riziko, pričom verejnosť je presviedčaná, že sekuritizácia dané negatívne javy vyrieši⁵⁷. Ulrich Beck vo svojej knihe *Riziková spoločnosť*⁵⁸ venuje podobnému javu radu myšlienok. Vytvorenie rizík je de facto skoro dokonalým nástrojom na ovládanie nás. Upozorňuje nás na jeden dôležitý fenomén, ktorým je neviditeľnosť rizík⁵⁹. Dnešné moderné riziká ľudia nevidia. Nerozumejú im. Vidia ich len experti (rozumej elita u Rortyho). Preto sa táto súčasná neviditeľná bezpečnostná agenda o rizikách rieši s „vylúčením verejnosti“.

Reálne príklady sekuritizácie sú badateľné v západnom svete najmä od 11. septembra 2001. Na nasledujúcich riadkoch si teda uvedieme niektoré z tých, ktoré sú radené ako kľúčové symptómy postdemoratickej spoločnosti:

Veľká Británia po skúsenostiach s terorizmom IRA už v roku 2000 prijala tzv. *Terrorism act*, umožňujúci zadržať osobu na 7 dní bez obvinenia⁶⁰. V roku 2004 bola táto doba predĺžená na 14 dní a koncom roka 2005 dokonca na 28 dní. Ďalej umožňuje prehliadky súkromných priestorov bez povolenia, či rozširuje v určitých prípadoch policajné právomoci. Následne v roku 2005 bol prijatý *Prevention of Terrorism Bill*⁶¹. V jeho znení sa nachádza novinka a síce, že osoby podozrivé z terorizmu môžu byť vystavené kontrolným opatreniam. V praxi to znamená, že je daným osobám uložené domáce väzenie, zakázané užívať telekomunikačné prostriedky, resp. stretávanie sa s určitými osobami.

⁵⁶resp. hypersekuritizácie

⁵⁷WAIŠOVÁ, Š., Od národnej bezpečnosti k medzinárodnej bezpečnosti: Kodaňská škola na križovatke štruktúrálného realismu, anglické školy a sociálneho konstruktivismu, s. 78 – 79, online.

⁵⁸BECK, Ulrich., *Riziková spoločnosť: Na cestě k jiné moderně*, s. 215 – 223.

⁵⁹BECK, Ulrich., *Riziková spoločnosť: Na cestě k jiné moderně*, s. 317 - 330.

⁶⁰DRULÁKOVÁ, R., Postdemokracie v Evropské unii: bezpečnost versus občanské svobody, s. 13, online.

⁶¹Prevention of Terrorism Bill, 22. 2. 2005, online.

Taliansko, podľa názoru Drulákovvej⁶², môžeme hodnotiť ako plne sekuritizovanú krajinu. Na základe prieskumov verejnej mienky je zjavná úspešná psychologická internalizácia sekuritizačnej agendy v povedomí verejnosti. V roku 2003 označilo 62% Talianov terorizmus ako bezprostredné riziko a v roku 2005 dokonca 82%. Rovnako v Taliansku došlo v dôsledku prijatia protiteroristického zákona (1. 8. 2005) k okliešteniu rady občianskych práv (sloboda prejavu, zhromažďovania informácií,...).

Snáď najostentatívnejším príkladom sú *Spojené Štáty Americké*. Uviest' môžeme napr. existenciu celosvetovo kontroverznej väznice na Guantame, ktorej praktiky boli odhalené až kontrolou FBI⁶³, pričom väzni mali odopretí akýkoľvek kontakt so svetom a dokonca i so svojim právnikom. Ďalej na príklade útoku na Irak môžeme jednak dokonale vidieť sekuritizáciu agendy boja proti terorizmu, keď daná otázka bola vyňatá z prostredia širšej diskusie a rovnako i Beckovu neviditeľnosť rizík, keď ako dôvod na útok boli predkladané (dokonca lživé) argumenty z prostredia tajných služieb, o ktorých vedeli len predstavitelia vlády (opäť rozumej Rortyho elity). Slovami Giovanni Borradori: „*Pravda je prvou obeťou vojny*“⁶⁴. Podľa výskumov z roku 2004 42% amerických respondentov súhlasí so vzdaním sa niektorých občianskych slobôd v mene sekuritizácie.⁶⁵

Tak ako útočníci z New Yorku, Madridu či Londýna dokázali prekonať vtedajšie bezpečnostné opatrenia, nie je dôvod nepredpokladať, že dokážu časom prekonať aj tie súčasné. A teda boli by to dosť pesimistické vyhladky, ak by sa západná spoločnosť uväznila v kruhu cirkulárnej kauzality ďalších a ďalších osekávaní občianskych práv v mene udržania bezpečnosti.

⁶²DRULÁKOVÁ, R., Postdemokracie v Evropské unii: bezpečnost versus občanské svobody, s. 18, online.

⁶³Federal Bureau of Investigation, Guantanamo Bay Inquiry, 2. 1. 2007, online.

⁶⁴BORRADORI, Giovanna., *Filosofie v době teroru: rozhovory s Jurgenem Habermasem a Jacquesem Derridou*, s. 21.

⁶⁵DAVIS, W. D., Civil Liberties vs. Security: Public Opinion in the Context of the Terrorist Attacks on America, s. 33.

2. Psychologické operácie (PSYOPS⁶⁶)

Na svete sú iba dve sily: meč a myseľ. Nakoniec je však meč vždy porazený myseľou.

Napoleon Bonaparte

2.1. Teoretické vymedzenie

Globálny terorizmus nedostal označenie globálny len preto, že jeho aktéri dokážu zaútočiť kdekoľvek na svete, ale hlavne preto (ako sme mali možnosť vidieť na predchádzajúcich stránkach), že funguje ako globálna psychologická paralýza strachu, obáv a neistoty. Efektivita teroristických skupín je de facto i de jure „křímená“ záujmom verejnosti, médií, ich mediálnym obrazom a spoločenskou akceptáciou. A práve tu, na poli boja globálneho (resp. regionálneho) súhlasu či nesúhlasu sú vysoko potenciálnym nástrojom protiterorizmu *psychologické operácie*.

Psychologické operácie (PSYOPS) sú definované ako *„plánované psychologické činnosti uskutočňované v dobe mieru, krízy a vo vojne zamerané na nepriateľské, spojenecké a neutrálne cieľové skupiny (Target Audience) za účelom ovplyvniť ich postoje a správanie takým spôsobom, aby boli dosiahnuté vytýčené vojenské a politické ciele“⁶⁷*.

Ich počiatky siahajú až hlboko do histórie, čomu nasvedčujú početné citáty legendárnych vojenských veliteľov (Sun Tsu, Alexander Veľký) uvedomujúcich si dôležitosť psychických atribútov pre víťazstvo v boji⁶⁸. Napriek tomu inštitucionalizáciu PSYOPS do roku 1941 nenájdeme.⁶⁹ Aj keď už vtedy existovali aktivity zamerané na persuzívne techniky, využívane napr. i v 1 svetovej vojne, v roku 1941 mala armáda USA len jediného vojaka so skúsenosťami z psychologického boja. Následne však dochádzalo k stále väčšiemu uvedomeniu si potenciálu, a tým etablovaniu PSYOPS vo svetových armádach. Psychologické operácie svoj kľúčový rozmach zaznamenali hlavne v 80-tych rokoch 20. storočia, keď pod taktom Reganovej iniciatívy plnili úlohy v podpore

⁶⁶V USA používaná spravidla skratka PSYOP.

⁶⁷HAWKINS, A. J., Doctrine for Joint Psychological Operations. S. ix.

⁶⁸ROUSE E., Psychological Operations/Warfare, online.

⁶⁹GOLDSTEIN L. F. (ed.), Psychological operations: Principles and Case Studies, s. 26.

antikomunistov na celom svete. Postupom času sa tak PSYOPS plne integrovali do vojenských kapacít moderných armád a dnes tvoria špičkové skupiny predovšetkým v armádach USA, Veľkej Británie a Nemecka.⁷⁰ V súčasnosti je ich bazálnou úlohou dosahovanie cieľov v 5-ich kľúčových oblastiach⁷¹:

1. Ovplyvňovanie cudzej populácie.
2. Radiť veleniu v otázkach znižovania bojovej morálky nepriateľa, nezamýšľaných strát, či psychologických efektov vojenských postupov.
3. Poskytovanie verejných informácií cudzej populácii o humanitárnej pomoci, podieľať sa na zmiernení utrpenia obyvateľstva, atď.
4. Participovať na budovaní kredibility velenia u cudzej populácie.
5. Zabezpečiť nekonfliktné vnímanie armády, kontrapropagandy, dezinformačných aktivít cieľovou skupinou.

U špecifických, protiteroristických aktivít psychologických operácií sú ciele vymedzené nasledovne⁷²:

1. Zabrániť potenciálnym teroristom pripojiť sa k teroristickej organizácii.
2. Vytvárať rozbroje vo vnútri teroristických skupín.
3. Podporovať opustenie skupín jej členmi.
4. Redukovať podpory skupín a ich lídrov.

Na základe cieľov a úloh stanovených pre PSYOPS rozlišujeme 4 druhy psychologických operácií⁷³:

⁷⁰ČR – plne funkčné v roku 2010 (A report, 2006).

⁷¹Headquarters, Department of the Army, Psychological Operations: Field Manual, s. 9 – 10.

⁷²POST, M. J., Psychological Operations and counterterrorism, s. 106.

⁷³ NIŽŇANSKÝ, J., K niektorým aktuálnym otázkam psychologických operácií, s. 145.

Strategické – Sú vedené na globálnej a regionálnej úrovni. Hlavnú rolu v nich spravídla hrá ministerstvo zahraničia v spolupráci s ministerstvom obrany. Väčšinou ide o aktivity na úrovni diplomacie, vyhlásení, komuniké, atď. Aktivita jednotiek PSYOPS je minimálna⁷⁴.

Operačné – Vedené v špecifickej geografickej oblasti v spolupráci s priamymi vojenskými operáciami s cieľom doceliť psychologickými prostriedkami u protivníka dezerciu, pokles morálky či spoluprácu obyvateľstva s armádou. Ich cieľom je dlhodobá resp. trvalá zmena všeobecných postojov, preto sú užívané hlavne priame a racionálne argumentačné techniky persuázie⁷⁵.

Taktické – Určené pre krátkodobý efekt, zamerané na špecifické cieľové skupiny. Napr. informovanie obyvateľov Gazy zo strany IDF (Israel Defense Forces), aby sa vyhýbali objektom, v ktorých sa nachádzajú zbrane a zbraňové systémy počas bombardovania prostredníctvom letákov, rozhlasu a SMS správ.

Konsolidačné – danú kategóriu užívajú len niektorí, iní ju zaradzujú pod operačné PSYOPS. Ich účelom je dosiahnuť spoluprácu a podporu obyvateľstva pre armádu v problémových oblastiach.

2.2. PSYOPS proces

Kým ešte v druhej polovici 90 – tých rokov 20. storočia bolo možné počuť sťažnosti na nedostatok a predovšetkým nekvalifikovanosť personálu PSYOPS v oblasti cudzích kultúr či jazykovej kompetencie⁷⁶, v súčasnosti sú tímy zložené z odborníkov v oblastiach psychológie, sociológie, mediálnej komunikácie, informatiky či politológie tréovaných prostredníctvom vojnových hier v plánovaní, analyzovaní i evaluovaní aktivít

⁷⁴LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 17 – 18.

⁷⁵LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 17 – 18.

⁷⁶GOLDSTEIN L. F. (ed.), Psychological operations: Principles and Case Studies, s. 113.

PSYOPS⁷⁷. Dominantným príkladom je spolupráca amerických PSYOPS s najväčšími odborovými kapacitami univerzitného a výskumného prostredia⁷⁸.

Utváranie a plánovanie psychologických operácií predstavuje komplexný a náročný proces potrebný pre efektívne dosiahnutie uvedených cieľov. Ich jadrom je proces plánovania, aplikácie a zhodnotenia produktov psychologických operácií, ktoré sú tvorené 7 krokmi⁷⁹:

1. *Plánovanie* – tvorba plánov na základe cieľov, či charakteristiky potenciálnej cieľovej skupiny. Vytvárajú základný rámec pre tvorbu produktov PSYOPS. Takto boli napr. definované prvotné ciele pre operáciu *Iraqi freedom*⁸⁰ v roku 2003: a) utvoriť publikum (cieľovú skupinu) pre príjem rádiového vysielania v Iraku b) podkopať dôveru Irackých vojenských a bezpečnostných zložiek v režim Saddáma Husajna c) degradácia dôvery Saddáma Husajna v jeho schopnosť kontrolovať Irak d) odradiť od potenciálneho použitia ZHN
2. *Analýza cieľovej skupiny* – Tím PSYOPS za pomoci odborných kompetencií sociálnych výskumov, vyšetrovaní a softwaru určeného pre danú agendu⁸¹ analyzuje skupinu, ktorá má byť vystavená psychologickým operáciám a jej atribúty vo vzťahu ku etnickej a rasovej príslušnosti, gramotnosti, náboženskému vierovyznaniu, komunikačnej sieti, atď.⁸² Kľúčovým faktorom sú hodnoty⁸³ cieľovej populácie a predovšetkým ich hierarchia⁸⁴. V rámci popisovanej analýzy

⁷⁷Napr. novoprijatý člen PSYOPS v USA si je povinný najprv prejsť 9-týždňovým základným výcvikom a následne špecializovaným výcvikom v psychologických operáciách trvajúcim 11 – 15 týždňov (Minnesota national guard, Psychological Operations Specialist).

⁷⁸MAREK, V., Banánoví zajatci, 14. 10. 2002, online.

⁷⁹Headquarters, Department of the Army, Psychological Operations: Field Manual, s. 76-78.

⁸⁰LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 56.

⁸¹ Ku koncu roku 2000 boli známe projekty vývoju softwaru z Francúzskej strany nazvanej PROTAGORAS (systém počítačovej podpory slúžiaci na presvedčenie cieľovej populácie) SCHOPENHAUER (vyvracanie nepriateľských argumentov) či HUSSERL (obsahujúci základné údaje psychologického charakteru za účelom pochopiť ako vníma realitu populácia vystavená produktom PSYOPS – má nahradiť americký POAS) (Ministerstvo Obrany, Psychologické operace informační války - perspektivy)

⁸² BUREŠ, J., Když se řekne psychologické operace, 29. 1. 2003, online.

⁸³ V danom kontexte je často krát aplikovaná klasická Maslowová pyramída ľudských potrieb.

⁸⁴ Ministerstvo Obrany, Psychologické operace informační války - perspektivy, online.

sa spravidla zameriava na:⁸⁵ a) Identifikovanie časti populácie, ktorú je najjednoduchšie presvedčiť a vynaloženie primárneho úsilia persúazie do jej radov b) Identifikáciu zdroja strachu, resentmentu a túžob cieľovej skupiny a ich použitie ako výhodný zdroj stratégie PSYOPS c) Určenie, ku ktorým médiám je cieľová skupina najviac receptívna d) Zacielenie persúazie na lídrov cieľových skupín⁸⁶.

3. Tvorba kategórií (sérií) – Vychádza z analýzy cieľovej populácie. Uskutočňuje sa tvorba kompletných plánov použiteľných pre zmenu správania a postojov.
4. Vývoj produktov – tvorba prototypov a ich testovanie. V danom kontexte spravidla hovoríme o tzv. pre-testoch vyvinutých produktov. V niektorých prípadoch je však predbežné testovanie z logických dôvodov značne nepraktické (rádio/TV vysielanie,...).
5. Schválenie – schvaľovanie vhodnosti a použiteľnosti produktov a stratégie nadriadenými.
6. Produkcia, distribúcia, šírenie – tlač letákov, tvorba nahrávok a vysielania, zhadzovanie v určených oblastiach, vysielacie pokrytie lokality, atď. Vhodnosť správneho distribučného prostriedku sa posudzuje na základe jej akceptácie cieľovou populáciou, dostupnosťou, časovými požiadavkami, tematikou, množstvom a vhodnosťou pre dosiahnutie daného cieľa. Vo všeobecnosti je možné prostriedky doručenia produktov PSYOP rozdeliť do nasledujúcich kategórií⁸⁷:

a) *face to face* – Zrejme najúčinnějšía technika, osobný kontakt posilňuje silu persúazie. Hlavné výhody daného postupu spočívajú v malej technickej nákladnosti, budovaní a sile osobného kontaktu, zámernej a presnej voľbe cieľovej populácie. Nevýhodou je časová náročnosť, nízky počet oslovene

⁸⁵LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 42.

⁸⁶Dané odporúčanie vychádza z predpokladu známeho v sociálnej psychológii, že k tvrdeniam, ktoré sprostredkováva lokálny líder populácii, je daná populácia omnoho receptívnejšia a náchylnejšia k zmene svojich postojov a správania.

⁸⁷Propaganda media, in: Department of the Army Headquarters, Psychological Operations Field Manual No.33-1, online.

populácie, fyzická blízkosť môže byť zároveň bezpečnostným rizikom, náročné na verbálne schopnosti príslušníka PSYOPS.

- b) *plagáty, letáky* – Jedna z najtradičnejších foriem. Široké pokrytie. Dané informácie a na rozdiel od TV alebo rádia jedincom zostávajú. Vhodné v technicky neprístupných oblastiach. Vyžadujú relatívne náročnú logistickú podporu.
- c) *audio média* - Reprodukory, rádio. Spravidla jednoduché informácie, nevyžadujú väčšie úsilie na strane poslucháčov. Cieľová skupina môže byť pokojne negramotná, ľahký výcvik jednotiek. Rádiové vysielanie dokáže rýchlo zasiahnuť široké spektrum populácie, programovo variabilné, schopné používať ciele emócionálne stimuly. Nevýhody spočívajú v problémoch pokrytia signálu, distribúciou rádioprijímača, možnosť použitia rušičky, atď.
- d) *audiovizuálne média* - Efektívne najmä užitie TV ako kombinácia audio i vizuálnych podnetov. Negramotnosť nepredstavuje problém, rýchle šírenie informácií. Nevýhody sú pokrytie signálu, závislosť na energii, absencia TV prijímačov v krajinách, kde prebiehajú súčasné konflikty (príloha č. 1).
- e) *iné* – SMS správy, emaily, čierne operácie, atď.

7. Evaluácia – posledný bod procesu PSYOPS patrí de facto k najproblémovšiemu a najslabšiemu miestu aktivity PSYOPS, avšak z hľadiska významu spätnej väzby zároveň kľúčovému čo do zhodnotenia a zlepšenia efektivity. V dôsledku pôsobenia obrovského množstva intervenujúcich premenných, nekontrolovanej situácii a náročného získavania dôkazov o efekte PSYOPS, je účinnosť viac menej „predpokladaná“. Kvôli väčšej reprezentatívnosti sú tradične viac preferované požiadavky na kvantitatívne techniky zberu dát pre účely evaluácie (napr. dotazníky pre väzňov).⁸⁸ Táto požiadavka je však často krát v konfliktnom prostredí ťažko naplniteľná, preto je možné badať nárast štúdií kvalitatívnych⁸⁹. Z doterajších výsledkov⁹⁰ sa môžeme dozvedieť, že napr. existuje pozitívna korelácia medzi počtom kapitulujúcich vojakov a lokalitami, kde dopadli letáky PSYOPS. Taktiež po audio - prezentácii zo vzduchu počas vojny v zálive sa na

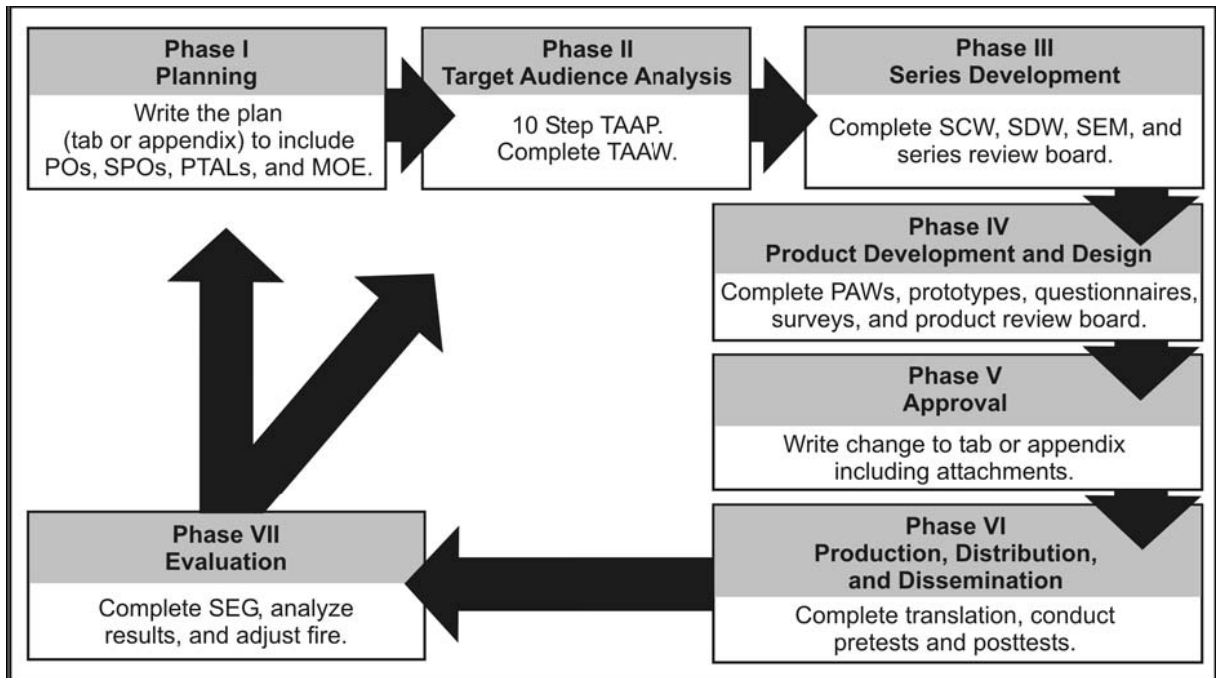
⁸⁸LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 66.

⁸⁹Zásady pre zber a hodnotenie dát v manuáloch psychologických operácií sú de facto zhodné s bazálnymi princípmi sociálnevedného výskumu a preto sa im bližšie venovať nebudeme.

⁹⁰NIŽŇANSKÝ, J., K niektorým aktuálnym otázkam psychologických operácií, s. 85.

druhý deň vzdávali irackí vojaci spôsobom, aký bol požadovaný v audio - nahrávke⁹¹. Napriek „predpokladaným“ úspechom jednotiek PSYOPS pretrváva stále množstvo nedostatkov a silný dopyt po ich odstránení⁹². Medzi hlavné patrí: Nekvalitné preklady do jazykov cieľovej skupiny, nedostatočná analýza cieľovej skupiny, nedostatok zdrojov, nedostatočná možnosť pohybu po cieľovej lokalite či nedostatok pre-testov .

Obrázok 2: PSYOPS proces



Psychological Operations, Field Manual No. 3-05.30

2.3. Produkty PSYOPS

Kým ešte v 80. rokoch 20. storočia boli persuzívne techniky PSYOPS synonymom distribúcie letákov, užívania reproduktorov, fám a falošných informácií, v súčasnosti je možné na produkty psychologických operácií nazerať ako na nesmierne širokú paletu prostriedkov od klasických tlačovín až po užívanie masovokomunikačných prostriedkov, e-mailov, telefónnych hovorov, zvučiek, SMS správ či internetových útokov. Na základe

⁹¹LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 35.

⁹²LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 21.

ich zdrojového pôvodu ich môžeme charakterizovať v rámci 5 skupín: 1)tlačové (letáky, plagáty, brožúrky, noviny, atď.) 2)audio 3)audiovizuálne 4)software 5)iné.

1. *Letáky, plagáty, noviny* - Historicky najtradičnejší produkt PSYOPS. Podľa stanoveného cieľa či účelu používame letáky informatívne (napr. kde nájsť lekársku pomoc), presvedčovacie (napr. zmena postojov) a direktívne (napr. opustiť budovy pred útokom)⁹³. V rámci tvorby efektívnych tlačovín je vyžadované, aby tímy PSYOPS za použitia čo najmenšieho počtu slov dosiahli čo najväčší efekt. Dôraz sa kladie na správne užitie lokálneho jazyka, jeho idiómov či slangu, znalosť nepriateľských atribútov ako sú osobnosti a techniky velenia, armádne vybavenie a ďalšie a pochopiteľne nadpriemernú znalosť socioekonomického a politického života cieľovej populácie v danej lokalite. Na základe podrobnej analýzy populácie je volená farba letákov, použitie obrazového a fotografického materiálu, rozmery letákov a samozrejme obsah správ, pričom platí princíp, že text by mal byť čo najstručnejší. Počas konfliktu na území bývalej Juhoslávie v operácii *Spojenecká sila*⁹⁴ bolo zhodených 104,5 miliónov letákov⁹⁵. Obsahovali informácie pre civilné obyvateľstvo, srbskú armádu a srbskú políciu. U civilistov zdôrazňovali, že sa nejedná o útok na nich, u bezpečnostných zložiek vyzývali ku kapitulácii, varovali pred súdom za vojnové zločiny, na niektorých dokonca stáli mená konkrétnych veliteľov brigád, upozorňovaných, že sú zodpovední za skutky svojich podriadených.

Obrovskú popularitu si v Bosne získal hlavne časopis *Mirko*, určený pre deti, obsahujúci omaľovánky, hry ale napríklad aj informácie o výskyte mín⁹⁶. Jeho cieľom bolo pôsobiť na mladú generáciu Srboch, Chorvátov a Moslimov. Kurióznym prípadom bola distribúcia letákov počas vojny v Zálive, kde na jednom z letákov bol vyobrazený spokojný Iračan, ktorý v zajateckom tábore pojedá banán (v Iraku symbol luxusu). Na druhý deň sa tisíce Iračanov vrhlo do zajatia požadujúc „svoj“ banán⁹⁷. Počas prebiehajúcej operácie *Enduring freedom* v Afganistane sú využívané napr. letáky

⁹³Psychological Operations/Warfare Leaflets, in: Department of the Army Headquarters, Psychological Operations Field Manual No.33-1, online.

⁹⁴Prebiehala od 24. 3. do 10. 6 1999.

⁹⁵HODNÝ, J., Psychologické operace USA v období leteckých útoků NATO proti Jugoslávii a během operace JTF Shining Hope, online.

⁹⁶MAREK, V., Banánoví zajatci, 14. 10. 2002, online.

⁹⁷MAREK, V., Banánoví zajatci, 14. 10. 2002, online.

vyobrazujúceho vojaka podávajúceho ruku usmievajúcemu sa Afgancovi (príloha č.2) s textom v paštu a dari (lokálne jazyky): *Spojené národy sú tu, aby Vám pomohli*⁹⁸. Výbornú efektivitu dosiahla kampaň k sviatku *Eid* (koniec *Ramadánu*), kedy Američania rozdávali misku s d'atľami (tradičný pokrm pre *Eid*) a k nim prikladali blahoželajúce karty s textom „*Šťastný Eid*“⁹⁹. Príklad danej akcie potvrdzuje klasické príslovie, že niekedy je menej viac.

2. *Audio produkty* - vyhlásenia, výzvy, spoty, hudba, relácie, atď. Ich používanie môžeme pozorovať napr. v operácii *Enduring freedom*, keď na územie Afganistanu bolo distribuovaných tisíce rádioprijímačov KATIO (príloha č 3). Z dôvodu hornatého terénu, však nedostatočne účinných a neskôr nahradených výkonnejšími rádio zariadeniami. Vysielanie programov bolo zabezpečené hlavne prostredníctvom lietadiel *Commando Solo a Compass call* (príloha č. 4) a neskôr vybudovaných rádio staníc s názvom „*Voice of peace*“¹⁰⁰. Prostredníctvom nich informovali obyvateľov paralelne s „letákovou kampaňou“ a pridávali ďalšie informácie, ktoré mali za úlohu dosiahnuť požadované ciele:

„*Nechceme Vás zraniť, nevinní obyvatelia Afganistanu. Držte sa ďalej od vojenských zariadení, vládnych budov, továrni, mostov [...].*“

„*S Vašou pomocou môže tento konflikt skončiť skoro. Potom bude Afganistan raz a navždy patriť Vám a nie tyranom alebo cudzincom [...].*“

„*Talibán olúpil Vašu krajinu o Vaše dedičstvo. Zničili národné pamiatky a kultúrne artefakty. Vládnu mocou, násilím a strachom. Trvajú na tom, že ich forma Islamu je jediná správna. Považujú sa za náboženských expertov [...]. Zničili štátne bohatstvo. Poskytli ubytovanie teroristom.*“

V kontexte operácii prebiehajúcich v Afganistane aj tu nájdeme potvrdenie pravidla „niekedy je menej viac“, čo dosvedčuje jednoduché zavedenie vysielania hudby. Afganski obyvatelia a najmä Paštúnske kmene sú kultúrne silne zviazané s hudbou, tancom či spevom. Toto všetko však bolo po nástupe Talibánu (Taliban, Talebun)

⁹⁸FRIEDMAN, A. H., Psychological Operations in Afghanistan, online.

⁹⁹FRIEDMAN, A. H., Psychological Operations in Afghanistan, online.

¹⁰⁰FRIEDMAN, A. H., Psychological Operations in Afghanistan, online.

k moci zakázané, čo vhodným spôsobom využil personál psychologických operácií. 90% vysielaného programu tvorila hudba a každú hodinu zazneli 3 spravodajské šoty, všetko samozrejme v jazyku miestneho obyvateľstva.¹⁰¹

3. *Audiovizuálne produkty* – Najčastejšie užívanie televíznych prijímačov. Nakoľko väčšina ľudí rozvojového sveta TV nevlastní, je častou praxou, že príslušníci PSYOPS navrhnu cieľovej populácii pustenie vybranej tematiky (tí väčšinou TV prijímač nikdy v živote nevideli a tak s radosťou súhlasia) a produkt je prezentovaný skupinovo. Takto napríklad členovia amerických PSYOPS premietali v Afganistane obyvateľom útoky na WTC z 11. septembra 2001 a vysvetľovali dôvody prítomnosti armády na Afganskom území¹⁰². Známe sú rovnako, v posledných rokoch populárne, „Live prenosy“ z bojiska či vysoko efektívna stratégia, keď novinári sú pribraní do obrnených vozidiel či tankov a zaznamenávajú dianie priamo na bojisku. Tí sú tak nadmieru vďační za exkluzívne zábery a vďaka fyzickej prítomnosti vo vojenskej jednotke dochádza k identifikácii s armádou. A ako jeden z nich rovnako vnímajú realitu a logicky tak i sprostredkujú obraz vojny verejnosti.
4. *Software* – Timothy L. Thomas¹⁰³ používa v tomto kontexte pojem *cyber psychological operation* (CYOP). Aktivity CYOP sú nesmierne rýchle, kreatívne a precízne. Ich význam je stále rastúci s postupnou kybernetizáciou globálnej spoločnosti. Vhodnými médiami sú hlasové schránky mobilných telefónov, internet, blogy, emaily, SMS správy, atď.¹⁰⁴. V hlasových schránkach svojich telefónov mali napríklad obyvatelia Gazy uložené pokyny od IDF. Na opačnej strane stúpenci hnutia Hámás útočili na izraelské webové servery a zanechávali na nich výhražné odkazy. Na začiatku operácie *Iraqi freedom* Irackí velitelia obdržali SMS správy s výzvou ku kapitulácii. Známe sú tiež aktivity zo strany Libanonského Hizballáhu, ktorý distribuoval videohru nazvanú *Special forces*, kde hráč získava body za zavraždenie izraelských politikov.¹⁰⁵ Dôkazom o ich dôležitosti sú i udalosti počas bombardovania Srbska, keď armáda

¹⁰¹FRIEDMAN, A. H., Psychological Operations in Afghanistan, online.

¹⁰²ECKEL, M., U.S. Military Turns to Video of 9/11/01 to Win Hearts and Minds of Afghans, online.

¹⁰³THOMAS, L. T., Hezbollah, Israel, and Cyber PSYOP, s. 30 – 34.

¹⁰⁴Zo strany teroristov resp. militantných islamistov a ich podporovateľov je práve internet erbovým nástrojom pre ich psychologické operácie. Danému javu sa budeme venovať v nasledujúcej kapitole.

¹⁰⁵Svetovou tlačou tiež obehla informácia že pre vládu USA pracujú najatí diskutéri v chatoch, snažiaci sa prostredníctvom chatových diskusií vylepšiť image USA vo svete.

NATO ničila srbské komunikácie avšak internetu sa vyhla s odôvodnením, že *“úplný prístup k internetu môže srbským obyvateľom iba dopomôcť vidieť hroznú pravdu o zločinoch proti ľudskosti páchané Miloševićovým režimom”*¹⁰⁶. O účinkoch CYOPS sa presvedčil aj Vladimír Putin, keď suverénne odmietol obvinenia, žeby ruské tanky v Čečensku rozstrieľali autobus. Netušil však, že v čase jeho prejavu už server kavkaz.org prevádzkovaný čečenským ministerstvom informácií, zverejnil na svojich stránkach fotografie danej udalosti¹⁰⁷.

5. *Iné* – Do tejto oblasti je možné zaradiť aktivity, ktoré nespádajú do žiadnej predchádzajúcej a ich produkcia nemusí byť priamo spätá s jednotkami PSYOPS¹⁰⁸. Ide napríklad o budovanie utečeneckých táborov, distribúciu humanitárnej pomoci (príloha č. 5), nálepky, tričká, čiapky, hrnčeky na kávu, atď.¹⁰⁹. Na strane militantných islamistov (najmä na príkladoch z Palestíny a Libanonu) vidíme obdobne budovanie nemocníc, charít, škôl, táborov pre deti či financovanie svadiieb.

2.4. Zásady pri tvorbe PSYOPS správ

Pri vytváraní textov a myšlienok posolstiev je potrebné dbať na vybrané aspekty sociálnej a interkultúrnej psychológie. Z početných výskumov najmä z marketingového sektoru, sú známe efekty užívania symbolov, emócií, referencií na emocionálne silne obsadené väzby¹¹⁰, rodinu, túžby, dotýkanie sa každodenného života, vyhýbanie sa abstrakciám¹¹¹, atď.

¹⁰⁶LUNGU, M. A., The internet and psychological operations, s. 11.

¹⁰⁷LUNGU, M. A., The internet and psychological operations, s. 15.

¹⁰⁸Podľa medializovaných informácií sa vysoko úspešným nástrojom získavajúcim lojalitu afganských kmeňových veliteľov stala viagra. Tí peniaze odmietajú, nakoľko by po zakúpení honosných aut či domov bolo zrejmé, že spolupracujú s Američanmi. Naopak Viagra im dáva aj v pokročilom veku možnosť „nenápadne“ manifestovať sociálny status toľko potrebný pre dané sociokultúrne prostredie (Warrick, 2008).

¹⁰⁹HODNÝ, J., Psychologické operace USA v období leteckých útoků NATO proti Jugoslávii a během operace JTF Shining Hope, online.

¹¹⁰Afganský ľud je vo svete prezentovaný ako národ, ktorý nemá rad na svojom území cudzie sily. Toho sa snažia využiť jednotky PSYOPS, keď vo svojich posolstvách pre Afgancov zámerne označujú al-Qáidu za cudzincov.

¹¹¹Propaganda planning process, in: Department of the Army Headquarter, Psychological Operations Field Manual No.33-1, online.

„[...] stále Vám však vládnu títo lídri. Vy, čestní obyvatelia Afganistanu by ste mali žiť podľa svojich vlastných pravidiel a viery a nie podľa pravidiel a viery režimu podporujúci terorizmus. Myslite na svoje deti! Chcete aby žili v strachu z toho čo im môže urobiť stúpenec takéhoto režimu ak budú mať iný názor?“¹¹²

Christoher J. Lamb¹¹³ v náväznosti na to doporučuje užívať kulturné symboly sily, jednoty, vzájomnosti či súdržnosti,¹¹⁴ ktoré sú užívané v cieľovej populácii. Je vhodné ak obsah správy kladne koreluje s tzv. belief systémom jedinca (honoty, postoje, názory). Za šikovnú techniku je možné považovať spôsob, keď sú informácie uvedené tak, že požadovaný záver si jedinec z nich vyvodí sám a nie je teda priamo obsiahnutý v správe samotnej. Rovnako evokovanie emócie mierneho strachu ma podľa autora nesmierny efekt. Otázne zostáva použitie humoru. Aj keď je daná tématika často „vd'ačná“ a populárna, jej kľúčový problém spočíva v jazykovo vhodnom preklade textu ako i v odlišnom kulturnom chápaní humoru. V rámci PSYOPS je humor chápaný ako prostriedok, ktorý podporuje retenciu informácie avšak ako persuzívny nástroj sa nikdy neosvedčil.

Za dôležitý prvok pri dosahovaní cieľov PSYOPS je považovaný zdroj správy. Tu sa doporučuje:

1. Využívať autoritu cieľovej populácie.
2. Prezentovať postoje, ktoré sa javia protikladné záujmom zdroja (napr. armády USA). Podľa Lamba sú zvolené postoje viac persuzívne na cieľovú populáciu.
3. Na prezentáciu využívať kultúrne atraktívnych jedincov.
4. Pre ovplyvňovanie autoritárskej spoločnosti užiť autoritársky zdroj (napr. osoba na billboarde - autoritár).

¹¹²Commando Solo Radio Scripts, War on Terrorism in Afghanistan, online.

¹¹³LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 42.

¹¹⁴ Napr. podané ruky, ako sme mali možnosť vidieť na predchádzajúcich ilustráciách.

Presvedčivosť produktu, teda jej účinnosť je spravidla kombináciou faktorov¹¹⁵:

1. Zrkadlenie¹¹⁶ – Ľudia majú spravidla radi takých, ktorí su im podobní a ktorí ich majú radi. V správach by mali byť teda obsiahnuté podobnosti. V prílohe č. 2, môžeme napríklad vidieť podanie rúk a v pozadí de facto identické afganské a americké rodiny.
2. Reciprocita – Výchádza z presvedčenia, že ľudia oplácajú to čo prijali.
3. Sociálna sila – Užívanie vrstevníkov, ľudí z rovnakých sociálnych skupín či s rovnakým statusom ako nositeľov či šíriteľov správ.
4. Konzistencia – Požadované záväzky od populácie by mali byť verejné a dobrovoľné.
5. Autorita – Ľudia sa podriaďujú expertom, u ktorých predpokladajú, že sú nositelia vedenia či informácií, ktoré populácia nemá.
6. Nedostatok – Najviac si ceníme toho čoho môžeme mať iba málo. Upozorniť na takéto benefity, ktoré jedinec získa po prijatí agendy PSYOPS.

K dosiahnutiu sociálneho súhlasu a aktívnej spolupráce (compliance) je používaná v textoch a posolstvách psychologických operácií rad rozličných psychologických techník a postupov. Uvedme pre ilustráciu tie najbežnejšie¹¹⁷:

Simplifikácia – Zejdnodušovanie. Tvroba rýchlej, jednoduchej efektnej odpovede bez ohľadu na previazanosť problému s ďalšími faktormi. Príkladom môže byť mediálne paušálne nálepkovanie (určené „publiku Západu“) povstaleckých skupín v Iraku ako teroristických a de facto sesterských organizácii s al-Qá'idou (al-Qá'idah, al-Kajda, al-Qaeda,...)¹¹⁸.

¹¹⁵LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 46-47.

¹¹⁶ Zrkadlenie – pojem Heinza Kohuta z roku 1970, označujúci techniku napodobovania (zrkadlenia) jedinca za účelom získania jeho sympatií (FONAGY a TARGET, 2005).

¹¹⁷ Propaganda techniques, Psychological Operations Field Manual No.33-1, online.

¹¹⁸ Po Invázii USA do Iraku sa sformovali početné povstalecké sunnitské skupiny (napr. Hamás al-Irak, Islamská armáda v Iraku,...), ktorých cieľom bolo stiahnutie Američanov z Iraku. Ich agenda bola a je však značne odlišná od al-Qáida Islamský štát v Iraku (ISI). Tieto skupiny dokonca viedli boje s ISI a po vytvorení Rady spojených džihádistických frakcií údajne pomáhali USA v bojoch s ISI. Známe sú

Určenie nepriateľa – Druh simplifikácie. Strana užívajúca túto techniku identifikuje nepriateľa a pripisuje mu všetko negatívne: (IRAK): „*Vo svete je veľa nebezpečných ľudí ale Saddam Husajn je unikátnou hrozbou [...]*“¹¹⁹ (AFGANISTAN): „*Afganska ekonomika je skoro neexistujúca, pretože Tálibán podporuje ľudí ako UBL [...]*“

Najmenšie zlo - S miernou dávkou nadnesenosti máme ambíciu ako príklad uviesť psychologické operácie ako také. Nie vždy úplne korektná práca s informáciami a ľudskými postojmi je vyvažovaná jej cieľmi, teda uplatnenie akéhosi „softmachiavelizmu“.

Dogmy, výroky – Tvrdenia, ktoré sú prezentované ako fakt. Napríklad všeobecne známe spájanie mnohých odborníkov al-Qáidy s Irakom či v súčasnosti s Iránom.

Historické referencie – Posolstvá odkazujúce na minulosť. Snad najznámejším a zároveň najkontraproduktívnejším bolo použitie pojmu „križiaci“ G.W. Bushom krátko po 11. 9. 2001 a následná silná vlna resentmentu v moslimskom svete. Ďalej napríklad: „*Saddam Husajn už použil chemické zbrane na svojich občanoch [...]*“¹²⁰

Bežný človek – Technika prezentujúca vojakov, civilistov či lídrov ako „obyčajných“ ľudí. Napr. plagáty a letáky zobrazujúce amerických vojakov v bežných diskusiách s Afgancami či ich vzájomné objatie.

Ctnostné slová – „*Šlachetný ľud Afganistanu [...]*“¹²¹ či všeobecne známe názvy operácií „*Enduring Freedom*“, „*Iraqi Freedom*“, „*Restore Hope*“.

Ctnostné motívy – Napríklad: „*Afganistan sa môže stať hrdým členom medzinárodnej komunity [...]*“¹²² V júli 2009 americká armáda oznámila rozhodnutie prestať zverejňovať počty zabitých povstalcov v Afganistane. Ako oficiálny motív bol uvedený dôvod, že ich záujmom je dbať a pomoc afgánskemu ľudu a nie zabíjať rebelov¹²³. Domnievame sa však,

rovnako útoky ISI na členov kurdskej skupiny Ansár al-Sunna, ktorí sa hlásili sa k nacionalizmu a následne odvetu.

¹¹⁹Commando Solo Radio Messages Over Iraq, online.

¹²⁰Commando Solo Radio Messages Over Iraq, online.

¹²¹Commando Solo Radio Scripts, War on Terrorism in Afghanistan, online.

¹²²Commando Solo Radio Scripts, War on Terrorism in Afghanistan, online.

¹²³REINER, T., Američané prestanou informovať o zabitých tálibech, , novinky.cz, 27. 7. 2009, online.

že skutočné motívy sú však iné. Vzhľadom k tomu, že informovanie o vysokých počtoch zabitých umocňuje dojem náročnosti vojny, čo západná verejnosť vníma so značnými rozpakami (navyše ak sú medzi zabitými civilisti) a sympatizanti militantných islamistov ich blahorečia ako mučednícke hrdinstvo, je možné dané rozhodnutie z perspektívy PSYOPS považovať za produktívny strategický krok.

Mlčanie – Delegitimizácia agendy nereagovaním na ňu, čím sa má akoby podtrhnúť, že o danej téme je vôbec zbytočné hovoriť. Napríklad nevyjadrovanie sa zo strany USA ohľadom akcií bezpilotných lietadiel v Pakistane.

Zosmiešnenie – Aj keď by sa mohlo zdať, že ide o príbuznú kategóriu humoru, zosmiešnenie nesie so sebou veľkú devízu kompromitácie a zľahčovania. Donald Rumsfeld, v čase keď USA dobyli Bagdád, reagoval na vlnu reportáží a fotografií zachytávajúce masy Iračanov, ktorí rabovali bagdadské budovy (čím spôsobili obrovské finančné škody) a armáda USA odmietla voči nim zakročiť: „*Veci čo vidíte v televízii vidíte znova a znova a znova. Je to stále záber niekoho, kto vyšiel z nejakej budovy s vázou. A vy si hovoríte: Bože to tam bolo toľko váz?*“¹²⁴

Sex – Oblasť sexuality je pre verejnosť vďačnou tematikou produktov PSYOPS. Napriek tomu svoju obdobia renesancie má už za sebou a v súčasnosti sa hlavne z dôvodu nízkej efektívnosti¹²⁵ a de facto nepoužitelnosti na kultúry v oblastiach súčasných vojnových konfliktov nepoužíva. Silný dôraz bol kladený na letáky so sexuálnou tematikou predovšetkým počas 2. svetovej vojny. Pre ilustráciu môžeme uviesť leták distribuovaný Nemcami Poliakom, kde Židovskému dobre oblečenému mužovi sedí na nohách mladá Polka s textom: „*Poliaci! Za týchto chcete zomierať* (príloha č. 6)?“ V októbri 1944 nemecké zdroje uverejnili fotografiu polonahej ženy miešajúcej koktejl s textom: „*Hej, bolo by skvelé byť späť doma a namiešať s ňou pár koktejlův* (príloha č. 7)“.

Pokiaľ sa pokúsime pozrieť na prácu PSYOPS aj kritickým okom môžeme sa pozastaviť pri niektorých už vyššie spomenutých príkladoch. V prílohe č. 2 je možné vidieť amerického vojaka podávajúceho ruku Afgancovi či americkú a afganskú rodinu. Cieľ daných letákov bola akási manifestácia priateľstva či solidarity medzi USA a Afganistanom. Avšak aj pri značnej dávke pozitívnej domýšľavosti je predpoklad, že

¹²⁴FERGUSON, Charles, *No end in Sight: Iraq's Descent into Chaos*, s. 113.

¹²⁵FRIEDMAN, A. H., *Sex and Psychological Operations*, s. 46.

obrazok usmievajúceho Afganca spolu s americkým vojakom vytvorí alebo teda minimálne amplifikuje budovanie sympatií, skôr želaný než pravdepodobný. Ako vysoko problémový produkt PSYOPS hodnotíme niektoré posolstvá IDF z januára 2009 určené pre obyvateľov Gazy¹²⁶:

„Vážení obyvatelia Gazy! Neste zodpovednosť za Svoj osud. Odpalovacie zariadenia a teroristické aktivity škodia Vám i Vaším rodinám. Ak si želáte poskytnúť[...].“

„Obyvatelia Gazy! IDF zasiahne voči akejkoľvek aktivite spojenej s terorizmom proti štátu Izrael. IDF zaútočí a zničí každú budovu a miesto, kde je skladovaná munícia a zbrane [...]. Boli ste varovaní. Nariadenie IDF.“

Na týchto 2 správach môžeme vidieť niekoľko nami videných kontroverzií:

1. *„Neste zodpovednosť za svoj osud“* – De facto úvodná veta znenia. V tomto bode je potrebné pripomenúť primárnu zásadu psychológie, a síce, že pokiaľ máme záujem získať aktívnu spoluprácu od osoby s nami v kontakte, tak okrem už spomenutého zrkadlenia je potrebné zahájiť komunikáciu vyladením sa na jeho úroveň, vyjadriť sympatie, pochopenie pre jeho stav. Ako správny príklad uveďme texty amerických letákov z Afganistanu:

„Vznešený ľud Afganistanu [...].“¹²⁷

„Spojená štáty nechcú zraniť alebo zabiť akéhokoľvek civilistu, ničiť domovy, nemocnice, mešity či iné verejné miesta [...].“¹²⁸

Problematičnosť daného textu je navyše umocnená tým, že takáto vetná konštrukcia práve amplifikuje už utvorený globálny negatívny image Izraela. Tomu je často vyčítaný dominantný, pohŕdavý a nadradený postoj voči Palestínčanom. A práve slovné spojenie *„neste zodpovednosť za svoj osud“* evokuje asymetrické postavenie dominantného a trestajúceho.

2. *„IDF zaútočí a zničí každú budovu a miesto, kde je skladovaná munícia a zbrane.“*
– Dané znenie nie je primárne zlé, avšak omnoho prínosnejšie by sme pokladali

¹²⁶FRIEDMAN, A. H., Israel Vs Hamas 2008-2009, online.

¹²⁷Commando Solo Radio Scripts, War on Terrorism in Afghanistan, online.

¹²⁸Commando Solo Radio Scripts, War on Terrorism in Afghanistan, online.

nahradiť slová ako „zničiť“ konštrukciami „bude nútené zničiť“ „bude musieť zaútočiť“, „nie je našim cieľom zasiahnuť civilistov, ale..“. Dobré príklady obsahujúce dané princípy by sme opäť našli v produktoch PSYOPS v Afganistáne.

3. „*Boli ste varovaní.*“ – Danú vetu považujeme za výsostne nevhodnú. Ak sa budeme riadiť princípom, že našim cieľom je prostredníctvom PSYOPS dosiahnuť zmenu správania či postojov, a teda spoluprácu a taktiež pravidlom, že leták by mal obsahovať čo najmenej textu s čo najväčším účinkom, považujeme túto vetu za nadbytočnú, nič neprínášajúcu a kontraproduktívnu. Pokiaľ je možné predpokladať, že autori danou vetou chcú implikovať akúsi zodpovednosť a tým doceliť zmenu správania jedinca, tak daný predpoklad považujeme za vysoko nepravdepodobný. Skôr to pôsobí akoby táto veta bola akési alibi pre IDF spolu s opakujúcim sa problémom asymetrie uvedeným v bode 1.
4. *Nariadenie IDF* – Domnievame sa, že na persuzivite textu by mohla byť nápomocná jeho personifikácia. Teda namiesto *nariadenie IDF* by bolo prospešné uviesť meno a podpis osoby zodpovednej za akciu. Veríme, že takýto produkt evokuje väčšiu dôveru, nakoľko jedinec nadobudne predstavu konkrétnej osoby na ktorú sa môže obrátiť, spoľahnúť s diskretnosťou či smerovať žiadosti¹²⁹. Ako ilustratívny príklad nám posluží informatívne posolstvo určené kurdským utečencom z marca 1994:

„[...] so želaním všetkého dobrého [...] Váš John M. Shalikhvili.“¹³⁰

2.5. Etika PSYOPS

Všetky hore uvedené produkty spolu s ich použitím je možné klasifikovať do 3 kľúčových oblastí: biele, šedé a čierne.

Biele – Pracuje sa výhradne s pravdou¹³¹. Zdroj je možné overiť, preto nesú vysokú kredibilitu. Proti produktom z bielej oblasti je náročné rozbehnúť kontraPSYOPS. Ich

¹²⁹Navyše umocnené týmto špecifickým príkladom, kde IDF požaduje od obyvateľov Gazy aby poskytli informácie telefonicky a prišli tak do kontaktu s konkrétnou osobou.

¹³⁰SHALIKASHVILI, M. J., Psychological Operations: Support for Operation PROVIDE COMFORT, s. 3.

¹³¹MAREK, V., Banánoví zajatci, 14. 10. 2002, online.

problémom však je, že takýchto vhodne použiteľných informácií je len zanedbateľne obmedzené množstvo¹³².

Šedé – Hovorí sa síce pravda avšak nie celá. Teda podľa kréda: „*Právda je síce najlepšia prostriedok, ale nie jednoduchá pravda*“¹³³. Pravda by mala evokovať malé hrozby a emócie¹³⁴. Potenciál šedých operácií spočíva v možnosti širšieho spektra užitých tém. Je napríklad možné voliť vysoko zraniteľné témy bez overenia pravdivosti a spoľahlivosti zdroja¹³⁵. Napríklad paušálne spájanie HIV s homosexualitou spravilo podľa Cohena¹³⁶ „medvediu službu“ pre homosexuálov na desaťročia.

Čierne – V roku 1954 si Paul Linebarger položil otázku: „*Právda Vs. Propaganda. Ako to rozlíšiť?*“ A odpovedal si ironicky: „*Odpoveď je jednoduchá. Ak s tým súhlasíš, je to pravda. Ak nie, je to propaganda.*“¹³⁷ Ide o oblasť operácií pracujúcich cielene a vedome so lžou. Ich výhodou je síce ich rýchle použitie, obrovské množstvo tém, veľmi silný diskreditačný efekt, avšak čo i len pri jednom prešľape či odhalení stráca ich producent všetkú kredibilitu a dôveryhodnosť.¹³⁸ Z toho dôvodu sa doporučuje daným mechanizmom pokiaľ možno vyhýbať. Príkladom takýchto operácií môže byť produkcia falošných povstaleckých príručiek, ktoré sa pohodia niekde v teréne, aby ich našli dedinčania¹³⁹. Tí sa v nich dočítajú, že povstalci by mali brať drogy kvoli výdrži a sile či zväzdať mladé dedinčanky¹⁴⁰. Najznámejšou čiernou operáciou z dôb Studenej Vojny je kampaň ZSSR rozširujúca informáciu, že AIDS je produktom vedcov z USA šírený skupinami dobrovoľníkov (kriminálnikov a homosexuálov)¹⁴¹. V máji 2009

¹³²Headquarters, Department of the Army, Psychological Operations: Field Manual, appendix 1, s. 126.

¹³³LAMB, J. CH., Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, s. 49.

¹³⁴Povšimnime si akú obrovskú silu má len jedna obyčajná veta: „*Vyjdi von a bojuj ako chlap!*“.

¹³⁵Headquarters, Department of the Army, Psychological Operations: Field Manual, appendix 1, s. 126.

¹³⁶BURRIS, S., The Criminalization of HIV: Time for an Unambiguous Rejection of the Use of Criminal Law to Regulate the Sexual Behavior of Those with and at Risk of HIV, s. 6.

¹³⁷Psychological Operations quotes. , online.

¹³⁸Headquarters, Department of the Army, Psychological Operations: Field Manual, appendix 1, s. 126.

¹³⁹Povstalecké skupiny sú de facto vždy závislé na podpore obyvateľstva napr. pri poskytovaní stravy či ošatenia. Práve preto býva zvolená táto cieľová skupina.

¹⁴⁰THOMPSON, Leroy, *Manuál pro boj s teroristi*, s. 33.

¹⁴¹GOLDSTEIN L. F. (ed.), Psychological operations: Principles and Case Studies, s. 178 – 180.

uverejnila CNN kontroverzný rozhovor s hovorcem Tálíbánu, ktorý okrem informácie, že mučednícke operácie povznášajú Islam odmietol akúkoľvek spoluprácu medzi al-Qá'idou a Tálíbánom¹⁴². Daný rozhovor rozprúdil debaty na viacerých džihádistických diskusných fórach. O pár dni na to Tálíbán oznámil, že takýto rozhovor sa nikdy neuskutočnil a s reportérmi CNN sa nikdy nestretli¹⁴³.

Týmto bodom sa plynulo dostávame k vysoko problematickému miestu celých psychologických operácií, ktorým je etika. Do roku 1951 neexistoval pojem PSYOPS, ale používal sa termín propaganda. Pojem PSYOPS nahradil termín propaganda až o tohto roku (pričom princípy zostalo rovnaké)¹⁴⁴. Doktrína PSYOPS USA (Joint Doctrine for Psychological Operation) zakazuje používať k šíreniu PSYOPS produktov verejné média ako napr. CNN¹⁴⁵. Právo Spojených Štátov Amerických zakazuje používanie psychologických operácií proti americkým občanom¹⁴⁶ (iným však nie!)¹⁴⁷. Napriek tomu je však známa kauza z roku 2006, keď New York Times¹⁴⁸ publikoval listy Abú Musaba Al-Zarqáwího¹⁴⁹, ktoré sa neskôr ukázali ako podvrh, čo potvrdil aj Pentagon¹⁵⁰. V novembri 2008 informovali orgány NATO o úmysle zjednotiť tlačové oddelenie zodpovedné za informovanie verejnosti s psychologickými operáciami, z dôvodu už i tak podobnej agendy¹⁵¹. Aj keď sa proti tomuto kroku silne ohradilo napr. Nemecko, už samotná takáto informácia podkopáva dôveru a vierohodnosť správ NATO. Snáď najkontroverznejšie pôsobí otázka tzv. „Hard CYOP“, kde sa predpokladá, že software produkujúci vibrácie (zvuky), texty či farby by mohol cielene pôsobiť na neurofyzológiu človeka¹⁵². Uvedená agenda je spájaná najmä s Čínou a Ruskom, a nakoľko o daných

¹⁴²ROBERTSON, N., Afghan Taliban spokesman: We will win the war, 5. 5. 2009 , online.

¹⁴³CNN's fake interview with Taliban's official spokesman Zabihulla Mujahid is exposed, 15. 5. 2009 , online.

¹⁴⁴WHITLEY, L. G., PSYOP Operations in the 21st century, s. 4 .

¹⁴⁵Ministerstvo Obrany, Psychologické operace informační války - perspektivy, online.

¹⁴⁶LUNGU, A. M., Internet and the Psychological Operations, s 3.

¹⁴⁷Oproti tomu, napríklad ideológia PSYOPS v Číne vidia v psychologických operáciách okrem iného i spôsob vnútroštátnej kontroly (THOMAS, 2003).

¹⁴⁸WATSON, P. J., Al-Zarqawi Video Is A Pentagon Propaganda Psy-Op, 27. 4. 2006 , online.

¹⁴⁹Vodca irackej al-Qáidy, jordánskeho pôvodu, zabitý americkou raketou v roku 2006 (ČEJKA, 2007).

¹⁵⁰Objasnené však nebolo či k „presiaknutiu“ týchto dokumentov došlo nechtiac alebo zámerne.

¹⁵¹HEMMING, J., Press and "Psy Ops" to merge at NATO Afghan HQ: sources , online.

¹⁵²THOMAS, L. T., Hezbollah, Israel, and Cyber PSYOP, s. 33.

aktivitách neprebehli žiadne seriózne verejné informácie, je možné uvažovať, že táto správa je psychologickou operáciou sama o sebe.

Ako máme možnosť vidieť etická dimenzia problému fungovania PSYOPS je vyriešená nedostatočne. Na druhú stranu pokiaľ prirovnáme techniky PSYOPS k predvolebným kampaniam politických strán demokratického sveta, vidíme, že ide o de facto identické procesy, pričom pozastavenie sa nad neetickou manipuláciou u predvolebnej kampane je javom skoro neexistujúcim. Napriek tomu sa domnievame, že pevné zasadenie psychologických operácií do etického diskurzu je veľkou výzvou či dokonca nevyhnutnosťou dneška.

3. Psychologické operácie ako metóda terorizmu

„Vravím vám: Sme v boji a viac než polovica tohto boja sa odohráva na bojisku médií.“

Ajman al-Zawáhiri

3.1. Jihad.com

V roku 2005 sa spravodajské aktivity protiteroristického snaženia silne upínali na dolapenie internetovej ikony militantného islamizmu. Ňou bol neznámy autor, vystupujúci pod prezývkou Irhabi007 (Terorista007), ktorý publikoval na internetových stránkach desiatky džihádistických videí, bojov povstaleckých skupín, nahrávok popráv, manuálov na výrobu výbušnín či rád ako „nahackovať“ webové aplikácie „nepriateľa“. Jeho identifikácia bola nakoniec dielom čistej náhody. V novembri 2005 britská polícia zatkla 22-ročného Londýnčana Jounisa Tsouliho pre podozrenie na príprave bombového útoku¹⁵³. Odrazu Irhabi007 zo všetkých webov bez vysvetlenia zmizol. Ešte pred jeho dolapením však stihol distribuovať návody na zabezpečenie serverov, kyberkomunikáciu islamistov či hackerské útoky. Stal sa tak výrazným míľnikom či akýmsi patrónom internetového džihádu pokrývajúceho stále väčšiu plochu virtuálneho sveta. Terorizmus ako de facto psychologický nástroj tak našiel mocného spojenca, ktorý v súčasnosti zohráva jednu z najvýznamnejších rolí v službách islamistických radikálov.

Obrovskú devízu vyplývajúcu z informačného dopytu z teroristického prostredia si militantný islamisti uvedomujú čoraz intenzívnejšie. Kým spočiatku produkovali niekoľko filmov, ktoré následne na požiadanie zasielali na DVD či lákali televíznych reportérov na kontroverzné zábery, dnes sú ich produkty psychologického boja vyzváňacími zvučkami mobilných telefónov, zvukovými stopami MP3 prehrávačov či dokonca prezentáciami lídrov džihádistických skupín ozývajúcich sa z telefónnych búdok po zadaní správneho čísla. Aj keď je televízne vysielanie zatiaľ stále kráľom informačného pokrytia, stalo sa z pochopiteľných dôvodov až druhoradým cieľom informačnej kampane teroristov. Primát v psychologickú vojnu ideí v súčasnosti vyhráva suverénne internet. Kým u televízneho vysielania sú džihádisti odkázaní na agendu-setting spravodajskej stanice, otázku interpretácie, skresľovania či zásahy štátu, internet im poskytuje obrovský manévrovací

¹⁵³KATZ, R., Terrorist 007, Exposed, 26. 3. 2006, online.

priestor čoho výsledkom sú kvalitatívne i kvantitatívne jednoznačne dokonalejšie produkty psychologickkej kampane. Virtuálna „aura“ produktov vytvára megalomanský dojem pôvodcov a „internet tak umožňuje stať sa osobám zodpovedným za dané produkty dôležitejšími než v skutočnosti sú“¹⁵⁴.

3.2. Klasifikácia

Objav potenciálu webu sympatizanti a členovia z radov militantných islamistov začali plne využívať od polovice 90-tych rokov¹⁵⁵. Spočiatku jeho užívanie narážalo na značné rozpaky či tradičné doktríny a de facto spiatočnícka vízia veľkého kalifátu sú kompatibilné s užívaním moderných technológií.¹⁵⁶ Z tábora kritikov sa neraz ozývalo, že internet je nástrojom „Židovskej konšpirácie“. Táto počítačová neistota a zaváhanie však boli rýchlo odsunuté stranou vďaka ohromnému potenciálu internetu, čomu nasvedčuje permanentný nárast internetových produktov z prostredia militantného islamizmu¹⁵⁷. Aj keď podľa štatistík z roku 2008¹⁵⁸ je počet internetových užívateľov v krajinách Blízkeho Východu významne nižší ako na Západe (napr. Irak 1% z celej populácie, Jemen 1,4%, Palestína 14,8% atď.) ich nárast za posledných 8 rokov je 1296.2 % (najviac na celom svete). Keď k tomu pridáme absolútny počet užívateľov (k pomere obrovskému počtu obyvateľov Blízkeho Východu), moslimskú populáciu v západných krajinách a predovšetkým silnú tradíciu a popularitu internetových kaviarní na Blízkom Východe, je počet potenciálnych recipientov internetového džihádu viac než vysoký. Podľa Hanny Rogan¹⁵⁹ je typický recipient, ktorému sú dané aktivity určené mladý, vzdelaný muž vyznávajúci sunnitský islam (výnimkou však nie sú ani ženy).

Účely, pre ktoré je internet tak široko obľúbený súčasnými teroristami, môžeme rozdeliť do nasledujúcich kategórií¹⁶⁰:

¹⁵⁴HOMAS, L. T., Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyberplanning, s. 121.

¹⁵⁵LIA, B., Al-Qaeda online: understanding jihadist internet infrastructure, s. 1.

¹⁵⁶GRAY, John, *Al Kajda a čo to znamená byť moderní*, s. 51- 55.

¹⁵⁷ROGAN, H., Dynamics of the Jihadi Online Media Campaign, s. 3.

¹⁵⁸World Internet Users and Population Stats , online.

¹⁵⁹ROGAN, H., Jihadism online, s. 12.

¹⁶⁰ROGAN, H., Jihadism online, s. 12.

1. Zber dát – webové severy obsahujú množstvo užitočných informácií o potenciálnych cieľoch militantov. Za posledných niekoľko rokov internet neraz poslužil ako zdroj či komunikačný kanál o zraniteľných miestach mesta, pôdoryse letísk, rozostavení sedadiel v lietadlách atď..
2. Komunikácia – V tomto bode môžeme definovať 2 úrovne komunikácie súčasných militantných islamistov. Jednak je to užívanie internetových fór a chatov pre sympatizantov džihádizmu či budovanie ich virtuálnej komunity a za druhé ako prostriedok komunikácie medzi teroristickými skupinami. Ajman al-Zawáhiri takto napríklad v roku 2008 vyjadril plnú podporu, súhlas a hrdosť na svojich bratov z al-Qá'idy v Jemene. Za určitých okolností môžeme vysledovať aj 3. rovinu komunikácie keď lídri súčasného džihádizmu „zasielajú“ posolstvá obyvateľom Západu. Napríklad Bekaj Harrach¹⁶¹ 18. 9. 2009 (teda v období tesne pred nemeckými voľbami keď silnou predvolebnou témou bol pobyt nemeckej armády v Afganistane) adresoval Nemcom zhruba 8-minútové video s návrhom, že „*ak odíde posledný nemecký vojak z Afganistanu, odíde z Nemecka posledný mudžáhíd*“¹⁶².
3. Rekrutácia a tréning – Internetové servery sa stali bohatým zdrojom informácií o postupe ako sa pripojiť k militantným skupinám či o komplexných vedomostiach výcviku: „*Al-Qá'ida [...] je ako Harvard. Každý sa tam chce dostať ale podarí sa to len vyvoleným.*“¹⁶³ V auguste 2008 sa na stránkach *Al-Hesbah* objavili návody a informácie pre „*tých ktorý sa zaujímajú o pripojenie k džihádu*“¹⁶⁴ či návod „*ako sa stať členom al-Qá'idy*“¹⁶⁵. Adam Gadahn¹⁶⁶ (Azzám al-Amríki) v septembri 2006 ponúkol Američanom a Západu konverziu na islam a osvojenie si „správnych“ hodnôt. K svetoznáмым rovnako patria publikácie a myšlienky Abú

¹⁶¹ Abú Talha der Deutsch (Bekaj Harrach, Nemeč) je relatívne novou osobnosťou psychologickéj vojny al-Qá'idy. Je autorom 5 vyhlásení deklarujúcich lásku Alahovi a predovšetkým agendou bezpečnosti Nemcov a pobytu nemeckej armády v Afganistane.

¹⁶² TALHA DER DEUTSCH ABU, H., Security... a shared destiny, 18. 9. 2009, online.

¹⁶³ Refuting the conspiracies surrounding As-Sahab Media, online.

¹⁶⁴ Internatipnal Institute for Counter-Terrorism, Training Jihad activists via the internet, s. 1, online.

¹⁶⁵ Internatipnal Institute for Counter-Terrorism, Jihadi online forums explain how to become an Al-Qaeda member, online.

¹⁶⁶ Adam Jahjá Gadahn (1. 9. 1978), Američan, ktorý sa pripojil k Al-Qáide a stal sa jedným z jej top lídrov. K islamu konvertoval ako 15-ročný.

Musaba al-Súriho¹⁶⁷, autora 1600-stranovej publikácie o účelnom vedení džihádu¹⁶⁸.

4. Propaganda – Okrem klasických propagandistických produktov môžeme pre ilustráciu uviesť netradičné propagandistické počínanie jedného z lídrov somálskych islamistov - Abú Mansúra al- Amríkiho¹⁶⁹. Ten v marci 2009 vo svojej prvej video prezentácii venoval značnú časť „džihádistickému hip-hopu“ s nie práve najväčšími speváckymi kvalitami: „[...] *Bomb by bomb, blast by blast, only gonna bring back the glorious past. [...]*." Kým však západní bezpečnostní analytici adresovali, za tento povedzme „infantilný počin“, Abú Mansúrovi ironický výsmech, na stránkach džihádistických diskusných fór sa stal žiadaným hitom, „vystrihovaný“ z videa, modifikovaný do MP3 podoby a hojne sťahovaný. Po tomto prvotnom úspechu sa Abú Mansúr dostal do záujmu viacerých sympatizantov džihádizmu a témou niekoľkých diskusií. Najväčšia pozornosť bola venovaná najmä príspevku užívateľa s prezývkou Abú Salém al-Muhadžir, ktorý uvádzal, že Abú Mansúra osobne poznal. Písal o zážitkoch z mladosti, kedy mladý Abú Mansúr „*spával iba pod malou prikrývkou a jedným vankúšom a choroby si výhradne liečil iba medom a čajom*“¹⁷⁰. Aj takto sa tvorí mytologizácia a heroizácia lídrov súčasného militantného islamizmu.
5. Publicita – Jeden z bazálnych cieľov teroristických aktivít. Militantné skupiny sa prostredníctvom internetu prihlasujú k autorstvu útokov (napr. k bombovým útokom na Londýnske metro¹⁷¹). Zaujímavý počin je taktiež uverejnenie publikácie Islamským emirátom v Afganistane (Tálibán) v septembri 2009, nazvanej *Kniha pravidiel*, ktorá obsahuje pokyny pre všetkých členov Tálibánu ako správne a zároveň právne jednať so zajatcami, špiónmi či vojnovou korisťou. Okrem iného uvádza aj nasledovné: „*Mudžáhedíni by sa mali k verejnosti správať slušne*

¹⁶⁷ Abú Musáb al-Súri, jeden z hlavných ideológov al-Qáidy, považovaný za architekta internetového džihádu al-Qáidy. Hovorí plynule arabsky, anglicky, francúzsky, nemecky, žil na Západe i v Sýrii, v 90 – tých rokoch zakladal mediálnu agentúru alžírkej teroristickej organizácii GIA (BRACHMAN, 2006, s. 159 - 160).

¹⁶⁸ KATZ, R., The Online Jihadist Threat, s. 19.

¹⁶⁹ Abú Mansúr (Abu Mansoor) - Američan kaukazského pôvodu bojujúci na strane Somálskych islamistov Šabáb Al-Mudžáhedín. Jeho sláva prepukla zhruba od prvej polovice roku 2009 keď sa začal objavovať v rade videí na džihádistických fórach.

¹⁷⁰ Personal experience with the Shaykh, Abu Mansour al-Amriki, 17. 7. 2009, online.

¹⁷¹ ROGAN, H., The London bombings.com, s. 2 - 14.

*a vynaložiť úsilie, aby sa dostali k ich srdciam. Mudžáhíd musí byť model pre obyčajného človeka.*¹⁷² Či ďalej: „*Pri uskutočnení posledného kroku (samovražedného útoku) sa musí dbať na vyhýbanie civilným obetiam.*“¹⁷³

6. Psychologický boj – Louis de La Corte Ibáñez¹⁷⁴ ponúka viacero techník užívaných ako de facto psychologická operácia v službách teroristov. Spomína napríklad kriminalizáciu, démonizáciu, heroizáciu, dojem konšpirácie či odosobnenie¹⁷⁵. Na niektorých príkladoch uveďme ďalej napríklad:

a) Zastráňovanie a demoralizácia – Abú Musab al-Zarqáwí (1966-2006) bol známy produkciou nahrávok krvavých popráv zajatcov.¹⁷⁶ 16.7. 2009 zverejnil Tálibán video zajatého amerického vojaka.¹⁷⁷ Ten, oblečený v moslimskom odeve, s vyholenou hlavou a začínajúcou bradou so strachom hlase prezentoval vojnu v Afganistane ako náročnú, kde vojaci nemajú slobodnú vôľu či sa jej chcú zúčastniť a civilisti sú pre americkú armádu druhoradí. Tálibán označil ako hnutie bojujúce za svoje náboženstvo. Záver posolstva tvorí nahrávka amerického vojaka konzumujúceho pokrm pripravený svojimi väzňami (príloha č. 8). O mesiac neskôr, tesne pred afganskými voľbami Tálibán uskutočnil ďalšiu zastráňujúcu psychologickú kampaň, keď medzi obyvateľov distribuoval letáky s textom: *“Cieľom tohto posolstva je vyzvať obyvateľov k neúčasti vo voľbách, aby sa nestali obeťami našich operácií....”*¹⁷⁸

b) Dojem víťazstva – Notorická rétorika oslavujúca víťazstvo mudžáhedínov v Iraku či Afganistane: *„A moja druhá gratulácia je k porážke Američanov a ich križiackych spojencov v Afganistane a Iraku [...].”*¹⁷⁹ Ďalší zo spôsobov zvolila al-Qá'ida v Iraku, ktorá zmenila svoj názov na Islamský štát v Iraku a

¹⁷²NEFA, Taliban: A book of rules, s. 6, online.

¹⁷³NEFA, Taliban: A book of rules, s. 5, online.

¹⁷⁴IBANEZ, L., *Logika terorizmu*, s. 187.

¹⁷⁵Rovnako by sme tu mohli zaradiť techniky PSYOP z predchádzajúcej kapitoly.

¹⁷⁶Za tieto skutky sa mu ušla kritika aj do al-Zawáhirího, ktorý mu vyčítal, že daná produkcia je v globálnom súboji ideí kontraproduktívna.

¹⁷⁷HESS, P., Soldier held in Afghanistan is 23-year-old Idahoan, 19. 7. 2009, online.

¹⁷⁸Taliban hrozí obyvateľom Afghánistánu: Kedyž pújdete voliť, zemřete, lidovky. cz, 16. 8. 2009, online.

¹⁷⁹ZAWAHIRI, A., Congratulation on the eid to the umma of tawhid, 30. 12. 2006, online.

svoje suborgány nazýva napríklad ministerstvo informácií, financií či zdravia. Navyše okrem takto deklarovaného úspechu, daná zmena mala ďalší efekt, a síce vytvárala dojem utvorenia inštitúcie oddanej „rýdzemu“ islamskému právu čím odradzovala *Koncil prebudených*¹⁸⁰ od útokov na al-Qá'ídu (nakoľko útočiť proti nositeľom islamského zákona je medzi moslimami zakázané).¹⁸¹

- c) Nutné zlo – Túto techniku nájdeme často používanú v slovách obhajujúcich zabíjanie civilistov.
- d) Legitimizácia – K odôvodneniu útokov sú používané témy izraelského útlaku Palestíny, „satanská politika“ USA či utrpenie moslimských žien a detí: „*Agresia voči Gaze predstavuje nový holokaust a ďalší masaker v pokračujúcich kriminálnych skutkoch Sio-križiackého spoločenstva proti bratom v Iraku, Afganistane, Čečensku [...].*“¹⁸² či slova Usámu Bin Ládina: „*Krajina odkiaľ pochádza Korán je teraz okupovaná židovskými a kresťanskými silami.*“¹⁸³
- e) Delegitimizácia – Napríklad časté poukazovanie na fotografie saudskej kráľovskej rodiny (napr. Azíza al-Sauda), Husního Mubáraka (egyptský prezident) či množstva izraelských politikov počas priateľských rozhovorov s prezidentom Bushom či inými lídrami americkej administratívy (príloha č. 9).

7. Financovanie – V novembri 2006 Islamská armáda v Iraku uverejnila video, na konci ktorého boli informácie ako postupovať pri záujme finančne podporiť skupinu¹⁸⁴. Ibn al-Chattáb¹⁸⁵, už zabitý legendárny bojovník čečenských povstalcov, na jednej z videonahrávok informoval svojich sympatizantov, ktorí

¹⁸⁰Aliancia domácich irackých klanov, o sile okolo 50.000 - 80.000 bojovníkov, bojujúca proti al-Qáide. Jej členovia boli financovaní USA (od 10/2008 irackou vládou) vo výške 300 dolárov za mesiac.

¹⁸¹FISHMAN, B., Dysfunction and Decline: Lessons Learned From Inside Al-Qa`ida in Iraq, s. 8 – 11.

¹⁸²GADAHAN, A., Let's Continue Our Jihad and Sacrifice, 11. 6. 2009, online.

¹⁸³FBIS, Compilation of Usama Bin Ladin Statements 1994 - January 2004, s. 70.

¹⁸⁴KATZ, R., The Online Jihadist Threat, s. 21.

¹⁸⁵Ibn al-Chattáb (1969-2002) saudskoarabský bojovník preslávený najmä aktivitami v Čečensku. Otrávený ruskou tajnou službou (FSB) v roku 2002 (ČEJKA, 2007).

majú záujem podporovať jeho aktivity, nech dotujú peniazmi server *azzam.com*, a ten ich následne do Čechenska „sprostredkuje“¹⁸⁶.

Na predchádzajúcich riadkoch môžeme vysledovať 3 kľúčové roviny daných posolstiev. Od niekoho sú (pôvodcovia), ďalej sú niekomu určené a niekde sa nachádzajú odkiaľ ich prijíma koncový užívateľ. Hanna Rogan¹⁸⁷ identifikuje 4 skupiny pôvodcov daných správ:

1. Lídri – Vodcovia, svetovo známe a charizmatické ikony¹⁸⁸.
2. Duchovní – Kľúčová súčasť islamistických hnutí, nakoľko práve tí vytvárajú náboženskú legitimitu ich skutkov. V súčasnosti medzi najmedializovanejších patrí Abú Muhammad al-Maqdisí¹⁸⁹.
3. Myslitelia – Tu môžeme zaradiť napríklad už spomínaného Abú Musaba al-Súriho.
4. Skupiny – Videá, ktoré prezentujú militantné skupiny ako celok. Zábery útokov na americké konvoje, atď..

Cieľovú skupinu (*target audience*) daných posolstiev môžeme rovnako rozdeliť do 4 kategórií¹⁹⁰:

1. Členovia či aktívni participanti
2. Podporovatelia
3. Nezainteresovaná populácia, svetová verejnosť

¹⁸⁶TAYLOR, P., The New Al-Qaeda: jihad.com, BBC, online.

¹⁸⁷ROGAN, H., Jihadism online, s. 15-17.

¹⁸⁸Niektorí skeptici vyjadrujú pochybnosti či tieto produkty majú reálny efekt. Pre ilustráciu preto spomeňme marec 2009, keď Usáma Bin Ládín vo svojom video-posolstve odporučil prečítať ním určených 5 kníh. Hneď na druhý deň boli dané knihy publikované na fórach a sťahované tisíckami užívateľov. Ďalšou „zhodou okolností“ sa vyznačuje udalosť, keď major Hasan Nadal Malik (11/2009) zastrelil niekoľkých svojich kolegov na vojenskej základni vo Fort Hood, pričom práve k takémuto postupu vyzýval Azzam al-Amríki vo svojom vyhlásení v júli 2006.

¹⁸⁹ V auguste 2009 si po vzore viacerých džihádov osvojil techniku tzv. „Open meeting“, keď diskutujúci na internetových fórach zasielajú svoje otázky a on ich následne vo videorozhovoroch zodpovedá.

¹⁹⁰ Identifikácia posolstiev na základe cieľovej skupiny je viac menej nenáročná nakoľko ich autori spravidla svoje posolstvá pomenúvajú „*Správa Pakistanským ľuďom*“, „*Posolstvo Američanom*“...

4. Nepriateľská populácia

A nakoniec miesta, kde sú dané informačné produkty umiestené, teda webové stránky člení Hanna Rogan do 3 skupín:

1. Oficiálne – Aj keď by sa možno javili ako najdôležitejšie a najvyhľadávanejšie opak je pravdou. Tieto stránky „trpia“ krátkou životnosťou nakoľko sú častým útokom hackerov¹⁹¹ či blokovanie bezpečnostnými opatreniami. K tým, ktoré fungujú dlhodobejšie patria stránky povstaleckých skupín v Iraku.¹⁹²
2. Fóra - Kvázioficiálne stránky. V podstate najdôležitejšia inštancia pri distribúcii produktov. Drvivá väčšina v arabskom jazyku, prípadne arabskom jazyku s anglickou sekciou ale nájdeme i fóra anglické, francúzske, nemecké, holandské, albánske, turecké či španielske. Videá a texty džihadistických skupín sa z kapacitných dôvodov nenachádzajú priamo na nich, ale sú uložené na rozličných „úložiskách“ (*file – hosting*). Na fórach sú len odkazy (linky) na dané úložiska a hesla na extrakciu. Heslá existujú z dôvodu, že prevádzkovatelia úložisk si tak nemôžu extrahovať daný súbor (heslo je len na fóre) a skontrolovať aký produkt je umiestnený na ich serveri (a teda ho vymazať).¹⁹³
3. Iné – Po diskusiách medzi „internetovými džihadistami“¹⁹⁴ dospela rada ich členov k záveru, že je dôležité zaplaviť verejné a vysoko navštevované weby džihadistickými materiálmi. Odvtedy je plno produktov dostupných na facebooku, youtube, liveleak či archive.org.

V posledných rokoch môžeme spolu s nárastom daného javu sledovať aj nárast odborného výskumu džihadistického kyberpriestoru a psychologického boja (Príloha č. 10). Napríklad výskumný tím Arizonskej univerzity¹⁹⁵ analyzoval videá ISI z roku 2005 (N=20). Na základe výsledkov identifikoval dve skupiny videí charakteristické pre ISI:

¹⁹¹LIA, B., Jihad Web Media Production, s. 5

¹⁹²Napr.: <http://rjfront.info/english/> (Fronta pre džihád a obrodu), <http://iaisite-eng.org/> (Islamska armáda v Iraku) ...

¹⁹³TORRES SORIANO R. M., Maintaining the message: How Jihadist have adapted to Web Disruptions, s. 23.

¹⁹⁴International Institute for Counter-terrorism, The Internet at the Service of Jihad Organizations, s. 2 - 18.

¹⁹⁵SALEM, A., Content Analysis of Jihadi Extremist Groups' Videos, s. 1 – 6.

1.násilné útoky (18) a 2.iné (2). V rebríčku top cieľov útokov na videách ISI boli na prvom mieste ataky na americké konvoje a humvee (60%). Ďalej útoky na vojenské základne (25%), vojenské zariadenia ako napr. kasárne (10%) a pozemné sily (5%). Daniel Kimmage v roku 2007¹⁹⁶ porovnal počet produktov výhradne irackých povstaleckých skupín a ako najproduktívnejšou sa javila Islamská armáda v Iraku (249) ďalej Ansár al-Sunna (196) a ISI (162) (príloha č. 11). Hanna Rogan¹⁹⁷ na základe rozboru diskusného fóra *al-Firdaws* (2/2005 – 1/2007) pomocou rozčlenenia tematických názvov jednotlivých diskusných vlákien (*Threads*) identifikovala najčastejšie témy. Sú nimi *Výbušniny* (42%) a *Konvenčné zbrane* (23%). Prekvapivé je, že téma *Ideológia* tvorila iba 4%¹⁹⁸. Ďalší výskum z roku 2008¹⁹⁹ nás oboznamuje pri analýze fór *Al-Ekhlās* a *al-Fallujah* (9/2007), že najväčší tematický záber podľa lokality vykazuje Irak (78%) a Afganistan (10%). Ako vhodný vhl'ad do kvantifikácie produktov nám poslúži server *jarchive.info*, toho času projekt obsahujúci najväčší počet džihádistických materiálov. Tie sú rozdelené do tematických kategórií, pričom najviac produktov (12/2009) obsahujú kategórie *Učenci a Lídri* (1518) a *Irak* (1252). Za nimi nasledujú *Afganistan* (230), *Kaukaz* (100) resp. ďalšie.²⁰⁰

3.3. Mediálne agentúry

Na predchádzajúcich riadkoch sme mali možnosť vidieť aké džihádistické produkty existujú v prostredí psychologickkej vojny a aké je ich organizačné zázemie. Pred nami tak teraz logicky vyvstáva kľúčová téma, ktorou je ako vlastne dané produkty vznikajú. Tu si je potrebné opäť uvedomiť, že dané produkty sú nástrojmi psychologickkej kampane či boja (rozumej psychologických operácii) a tvorba každého z nich je starostlivo kreovaná za určitým špecifickým účelom. A práve na tvorbu týchto mediálnych produktov sú vytvorené tzv. mediálne agentúry. Tvorja tak kľúčovú inštanciu, ktorá umožňuje preniesť posolstvá islamistických extrémistov na monitory miliónov užívateľov. Teda práve oni sú tou veľkou devízou, ktorá umožňuje militantom viesť psychologickú vojnu.

¹⁹⁶KIMMAGE, D., *Iraqi Insurgent media*, s. 10.

¹⁹⁷TONNESSEN, T., *Jihadism online*, 13. 12. 2006, online.

¹⁹⁸TONNESSEN, T., *Jihadism online*, 13. 12. 2006, online.

¹⁹⁹KIMMAGE, D., *The al-Qaeda Media nexus*, s. 5 – 7.

²⁰⁰ Bližšie vid'. <http://www.jarchive.info/english/>

Určiť pozadie, pôvod, vznik, zloženie či fungovanie mediálnych agentúr džihádistov je sisyfovská práca nakoľko ich aktivity sú vysoko flexibilné a o ich fungovaní vieme zatiaľ veľmi málo. O čo sa však môžeme pokúsiť je priblížiť čitateľovi ich špecifiká na základe poznatkov z ich doterajšieho pôsobenia. Tu sú najvýznamnejšie:

3.3.1. Global Islamic Media Front (GIMF)

Jedna z najprominentnejších mediálnych agentúr, ktorá pripravuje mediálne produkty islamistov po celom svete²⁰¹. Nepracuje výhradne pre konkrétnu teroristickú organizáciu, ale pomáha s mediálnou produkciou na základe spoločnej vízie a chápaní džihádizmu²⁰². Pokrýva tak široké spektrum skupín ako somálske *al-Šabáb* či *Tawhíd al-Džihád* (Gaza).²⁰³ Ich dôležitým špecifikom je zameranie na prekladateľskú činnosť arabských produktov do ďalších svetových jazykov (anglicky, nemecky, francúzsky, španielsky, albánsky)²⁰⁴. Agentúra pôvodne začínala na Yahoo!groups organizovaná hlavne v Kanade.²⁰⁵ Behom niekoľkých mesiacov mala 630 členov a v apríli 2004 (keď bola zablokovaná) už 6500. Aj keď ide v súčasnosti o jednu z najpopulárnejších agentúr, nikdy sa jej nepodarilo nadviazať priamy kontakt s lídrami globálneho terorizmu.

3.3.2. Al-Saháb²⁰⁶

Oficiálne mediálne krídlo lídrov al-Qá'ídy. Al-Saháb znamená v preklade mraky, čo má podľa Thomasa Hegghammera²⁰⁷ pôvod v slovách Proroka Mohameda a jeho užívaní tohto termínu v jednom z jeho prejavov v spojitosti s Alahom a bojom. Ali al-

²⁰¹NEFA, Al-Qaida's online couriers, 5/2009, online.

²⁰²KATZ, R., The Online Jihadist Threat, s. 8.

²⁰³24. júna 2009 palestínska skupina *Jaish al-Islam* (Islamská armáda) dovtedy súčasť GIMF oznámila oddelenie od GIMF údajne kvôli odlišnej vízii (Army of Islam Announces Split with GIMF, 2009).

²⁰⁴ Iniciatíva prekladov do ostatných jazykov pochádzala od *Najd al-Ráwiho*, ktorý si uvedomoval potrebu anglických prekladov: „...*uvrhnúť strach do srdc Američanov*“ (ROGAN, 2007).

²⁰⁵ROGAN, H., Al-Qaeda's online media strategies: from Abu Reuter to Irhabi 007, s. 56 – 57.

²⁰⁶ Spravidla sa používa nesprávny prepis as-Saháb. To je spôsobené prekladom z arabčiny podľa fonologického princípu. Správne by sa malo písať al-Saháb a vyslovovať as-Saháb. Ide o jav tzv. slnečných a mesačných spoluhlások.

²⁰⁷HEGGHAMMER, T., Why is al-Sahab Called al-Sahab?, 15. 6. 2009, online.

Bahlul²⁰⁸, američanmi väznený člen al-Saháb, vřak pri väysluchu uviedol, že meno al-Saháb „bolo zvolené z neřpecifikovaných dôvodov Usámom bin Ládinom“²⁰⁹. Ich prvé video sa dostalo na verejnôř v roku 2001.²¹⁰ Tematickú náplň al-Saháb bolo mořne donedávna rozdeliť do 3 skupín: 1.Usáma bin Ládin 2.Ajman al-Zawáhiri 3.ostatné. V súčasnôř vřak môřžeme sledovať stále ostentatívnejřiu prezentáciu pravdepodobne korunného princa al-Qá’idy Abú Jahjá al-Líbiho (Abú Yahya al-Libi). Al-Saháb taktieř získala absolútny primát v popularite produkovaním akýchsi dokumentárnych filmov řiriacich „filozofiu al-Qá’ida“. Je pre ne príznačná vysoká kvalita videa, tematická hudba v pozadí, dynamické a atraktívne striedanie obrazových pasáži lídrov, väcviakových procedúr bojovníkov, ich denného života v táboroch, posledné slová samovraždenných atentátnikov, zôstrihov zo západných správ a dokumentov či dokonca určitých analýz neokonzervatívnej politiky či politik USA a Izraela. Veľkú obľúbenosť získal napríklad cyklus videí *Winds of paradise*, kde okrem spomínaného sú jednotlivé diely venované oslave veľkých mučeníkov (Abú Laith al-Líbi, atď.) Mediálne najproduktívnejřím členom al-Qá’idy a zároveň ikonou al-Saháb je číslo 2 al- Qá’idy: Ajman al-Zawáhiri (Príloha č. 12). Ten od roku 2001 vyprodukoval viac ako 80 audio a video – produktov a napísal 4 knihy. Vďaka tomu sa stal jedným z najpopulárnejřích učencov džihádistov, keď vo svojich vyhláseniach komentuje svetové dianie, regrutuje stúpcencov, oslavuje mučeníkov, obhajuje a vysvetľuje postupy al-Qá’idy, navrhuje rieřenia, adresuje svoje správy moslimom, svetovej verejnôři či lídrom Západných krajín. To všetko vo veľmi technicky vyspelom audiovizuálnom prevedení. Ich súčasné produkty tak dosahujú nesmiernu technickú kvalitu a obrovskú tematickú „romantizáciu“, čím vzniká produkt PSYOPS par excellence. Navyře produkty al-Saháb majú neustále prudko stúpajúcu tendenciu. Kým v roku 2005 vyprodukovali 16 videí, v roku 2006 58 a v 2009 prekročili číslo 90 (príloha č. 13).²¹¹ Od februára 2006 sú všetky produkty al-Saháb označené logom distribučnej mediálnej agentúry al-Fadžr.

²⁰⁸KOHLMANN, F. E., Inside As-Sahaab: The Story of Ali al-Bahlul and the Evolution of Al- Qaida’s Propaganda, s. 2, online.

²⁰⁹Počas väysluchov al-Bahlul priblížil väřetrovateľom aj niektoré postupy psychologického boja. Na príklade Ziada Jaraha (útočník z 9/11) vysvetlil, že mediálne nahrávky musia byť značne teatrálné a plné emócií. (KOHLMAN, 2009).

²¹⁰ROGAN, H., Al-Qaeda’s online media strategies: from Abu Reuter to Irhabi 007, s. 48-51.

²¹¹OLIMPIO, G., Internet and Al Qaeda two ‘networks’ for Islam, online.

3.3.3. Al-Fadžr

„Reuters al-Qá'idy“²¹². Vytvorená v roku 2006. Je de facto distribučnou agentúrou, ktorá preberá materiály od al-Saháb, al-Furqán, severoafrickej (AQIM) i irackej (ISI) al-Qá'idy a ďalších. Je značne štruktúrovaná a rozdelená do rozličných brigád, ako napríklad: hackerskej, spravodajskej, distribučnej...²¹³ Rovnako produkujú magazín „technický mudžáhíd“, ktorý učí čitateľov ako nezanechávať elektronické stopy či ako sa vyhýbať infiltráciám²¹⁴.

3.3.4. Al-Katáib

Za zmienku stojí rovnako nová mediálna agentúra al-Katáib. Jej vznik bol ohlásený 20. 12. 2009 a keďže sa deklaruje ako jediná oficiálna agentúra Somálskych al-Šabáb, teda hnutia s ostentatívnou rétorikou globálneho džihádizmu, považujeme za zaujímavé, produktívne a hodnotné sledovať jej budúce produkty.

3.3.5. Ostatné

Významnú agentúru tvorí al-Furqán (založená v októbri 2006), ktorá je mediálnymi ústami ISI (Islamský štát v Iraku teda Iracká al-Qá'ida). Vydáva už spomínaný *Jihad recollections* či magazín „*Biografie významných mučeníkov*“. Ďalej je to napríklad al-Boraq, ktorá funguje ako agentúra Islamskej armády v Iraku, Labayk²¹⁵ pokrývajúca afgansko - pakistanské prostredie či al-Andalus²¹⁶ sprostredkujúca mediálnu agendu severoafrickej al-Qá'ide (príloha č 13). V súčasnosti sú internetové fóra stúpcov militantného islamizmu doslova zaplavené mediálnymi agentúrami a ich videami (Arrow of Truth, Jund Al-Tawhíd Brigade, Masadet El-Mujahideen,...). Spravidla ide o veľmi malé skupiny operujúce v určitej lokalite, ktoré pomocou danej agentúry získavajú publicitu a tak i svoju dôležitosť.

²¹²ROGAN, H., Dynamics of the Jihadi Online Media Campaign, s. 2.

²¹³KATZ, R., The Online Jihadist Threat, s. 7.

²¹⁴WHITLOCK, C., Al-Qaeda's Growing Online Offensive, 24. 6. 2008, online.

²¹⁵KOHLMANN, F. E., Prominent Jihadi Media Organizations in Central Asia, online.

²¹⁶NEFA, AQIM: "Declaration of al-Andalus Establishment for Media Production, 4.10.2009, online.

3.4. Kontraopatrenia

V komunite bezpečnostných expertov pochopiteľne neustále pulzuje otázka po opatreniach proti psychologickým operáciám teroristov. Ako najsamozrejmější a najlogickejší krok by sa mohlo javiť okamžité blokovanie všetkých webových stránok propagujúcich terorizmus. Toto presvedčenie zdieľa taktiež veľké množstvo prozápadných hackerov, a preto sú džihadistické stránky a materiály na internete pod neustálym útokom²¹⁷. Z tohto dôvodu sú islamistickí hackeri spravidla defenzívni než útoční²¹⁸. Zaujímavý je napríklad počin z roku 2008, keď na 11. September 2008 (7. výročie 9/11) al-Saháb pripravilo špeciálne video lídrov al-Qá'ídy. Toto video však bolo údajne atakované hackermi z prostredia amerických spravodajských služieb, ktorí spôsobili, že ho bolo možné prehrať až o niekoľko dní po vydaní, čím narušili akýsi „slávnostný fetiš“ videa. Netradičnú stratégiu zvolila Saudskoarabská administratíva, ktorá organizuje a financuje projekt *Sakina*.²¹⁹ V rámci neho sa na džihadistické fóra prihlasujú islamskí duchovní sympatizujúci s režimom a diskutujú s ostatnými čo je a nie je povolené v Islame.

Even Kohlman²²⁰ v kontexte debaty o blokovaní teroristických webových produktov však poukazuje na niekoľko dôležitých bodov. Spravodajské služby nemajú toľko zamestnancov, ktorí sú expertmi v IT technológiách a zároveň ovládajú arabčinu. Za ďalšie, v internetovom živote islamistických stránok platí, že po zatvorení či zlikvidovaní jednej sa o pár dni vytvorí ďalšia identická a tak to postupuje donekonečna. A nakoniec Kohlman hovorí o devíze, ktorú zatiaľ žiadna armáda v histórii nemala a síce, že vďaka týmto stránkam vidíme do kuchyne nepriateľa – jeho ciele, postupy, techniky, počty bojovníkov, technické vybavenie či ďalšie. Uvedme jeden príklad za všetky. V júli 2008 diskutujúci na jednom z džihadistických fór pripravovali útok na Georga Busha počas jeho návštevy Izraela²²¹. Na základe analýzy príspevkov, návodov a plánov bolo možné identifikovať a zatknúť mladého Palestínčana z Hebrejskej univerzity pripravujúceho samovražedný atentát.

²¹⁷ MCCANTS, W., Jihadi Media Materials Under Attack On Archive.Org, 2. 11. 2008, online.

²¹⁸ TONNESSEN, T., Jihadism online, 13. 12. 2006, online.

²¹⁹ THOMPSON, M., Should the U.S. Destroy Jihadist Websites?, 23. 12. 2009, online.

²²⁰ KOHLMAN F. E., Al Qaeda and the Internet, 8. 8. 2005, online.

²²¹ SITE, Brief on Hebrew University Student Accused of Plotting Attack on Bush, s. 1 – 3.

4. Prehľad hlavných výskumných problémov

Ako sme mali možnosť vidieť na predchádzajúcich stranách, psychologické operácie v rukách súčasného džihádistického hnutia predstavujú rozsiahlu a sofistikovanú hrozbu. Kým rádový džihádisti sú plne zapojení do boja, lídri a ikony militantných islamistov sú v dôsledku súčasného „honu“ na ich osoby de facto operatívne nefunkční a plne odrezaní od aktívnej členskej základne. Ich úloha minimálne nateraz stratila význam v priamej participácii teroristických aktivít. Našli si však rolu práve v nami skúmanom psychologickom a informačnom súboji ideí. V dôsledku heroizácie ich skutkov a obrovskej autorite medzi tisíckami moslimov sa stali ikonami súčasného militantného islamizmu. Vedomí si tejto devízy bojujú tak svojimi slovami a posolstvami (či akousi mediálnou osobnosťou) na fronte psychologickéj vojny. De facto tak môžeme pozorovať dokonalú učebnicovú pyramídu na vrchole s lídrami, s mohutnou organizačnou „kyberzákladňou“ a miliónmi konzumentov ich produktov. To všetko im umožňuje virtuálne pole kyberpriestoru. A preto ambíciou nášho výskumu bude analyticky uchopiť toto virtuálne bojisko džihádu a identifikovať jeho piliere a kľúčové stránky, čo nám umožní získať množstvo hodnotných informácií o našej cieľovej skupine potenciálne využiteľných v Kontra- PSYOPS. Vďaka danej analýze sa priblížime mysleniu ako podporovateľov džihádizmu (členovia fóra) tak i stratégií globálnych džihádistických skupín. Cieľ predkladaného výskumu je tak nasledovný:

- Zmapovať život džihádistov v kyberpriestore.

Z toho vyvodzujeme nasledujúce výskumné otázky:

1. Aká je obsahová štruktúra v skúmanom kyberpriestore?

Operacionalizácia: a)Obsahová štruktúra – administrátormi určené tematické členenie fóra c)Kyberpriestor – ansarnet.info

2. Ktoré diskusné oblasti sú v skúmanom kyberpriestore najaktívnejšie?

Operacionalizácia: a)Kyberpriestor – ansarnet.info b)Aktívnosť - počet produktov + počet diskusných príspevkov c) Diskusné oblasti - administrátormi určené tematické členenie fóra (jednotlivé fóra)

3. Po akých produktoch je zo strany stúpcov džihádizmu najväčší dopyt?

Operacionalizácia: a)Produkt -“Thread“ – diskusné vlákno (správa, téma, video, kniha,..) – akýkoľvek informačný celok b)Dopyt –subfórum „Request“ určené pre uverejnenie dopytu členov fóra

4. Existuje rozdiel v distribúcii produktov PSYOPS u vybraných islamistických skupín na skúmanom fóre? Ktorá stratégia je efektívnejšia?

Operacionalizácia: a) PSYOPS produkty – audio/video vs. text b)Efektivita – určené priemerným počtom pozretí jedného produktu vybranej skupiny

5. Ktorí lídri súčasného džihádizmu sú najpopulárnejší?

Operacionalizácia: a)Popularita – priemerný počet pozretí jedného produktu vybraného lídra

6. Aký je fókus v skúmanom fóre na krajiny V4?

Operacionalizácia: a)Fokus – výskyt názvov krajín a kontext použitia

4.1. Aplikovaná metodika

Ako najvhodnejšia metóda k čo najväčšej výťažnosti dát je v našom prípade kombinácia kvantitatívnej a z časti kvalitatívnej obsahovej analýzy či v našom prípade de facto analýzy mediálnej. Opierať sa budeme o štruktúru a charakter výskumov spomenutých v kapitole 3.2.. Pri kvantitatívnej analýze tak budeme vychádzať z kódových štruktúr ako titulky, autorstvo, sledovanosť či diskusná aktivita. Kvalitatívna časť výskumu má za úlohu „ísť viac pod povrch“ a zamerať sa na témy zvolené samotnými členmi fóra. Pri výskumnom ukotvení, okrem analýz zo sveta (Kapitola 3.2.), môžeme pozorovať, že predovšetkým kvantitatívna vetva obsahovej analýzy má aj v našom regióne relatívne bohatú tradíciu. Okrem množstva marketingových obsahových analýz preniká pole jej pôsobnosti aj do akademického prostredia.

Príkladom toho je napr. i Bohuslav Binka z Masarykovej univerzity a jeho práca zaoberajúca sa mierou dogmatizmu v prejavoch aktérov politického a občianskeho

života.²²² Vo svojej analýze sa venoval porovnaniu dogmatizmu vybraných environmentálnych hnutí v porovnaní s textami hnutia *Národní odpor* a „envirotextami V. Klause. Autor nás vo svojej práci taktiež upozorňuje na zaujímavý (aj keď opäť zahraničný) výskum Mary A. Bockovej²²³ analyzujúcej každoročné prejavy G. Busha o stave únie z rokov 2001 až 2007. Pri jednoduchej analýze častosti výskytu slov bolo zjavné spočiatku časté používanie slova *vzdelanie* až nakoniec jeho úplne vymiznutie. Naopak stúpala výskyt slova *nepriateľ* a od januára 2003 sa do slovníka G. Busha dostalo slovo Irak. Obdobne sa na prelome roku 2003 zmenila kľúčová väzba *Afganistan – podpora – terorizmus* na *Irak - podpora - terorizmus*.

Kvalitatívne poňatie obsahovej analýzy je síce menej viditeľné ako kvantitatívne avšak určite nie zanedbateľné. Príkladom nám môžu byť predovšetkým práce Miovského najmä z oblasti adiktológie, silná pozícia kvalitatívneho výskumu na Olomouckej Katedre psychológie (Miovský, Charvát,...) či v súčasnosti už tradičná, každoročne konaná konferencia *Kvalitativní přístup a metody ve vědách o člověku*. V predkladanej práci bude našou ambíciou vhodná kombinácia „tvrdej“ kvantifikácie obsahovej analýz ako i „mäkkej“ kvalitatívnej, pracujúcej viac s hlbšími vzťahmi či interpretáciami. Pre účely danej analýzy bude použitý kvalitatívny software *Atlas.ti*²²⁴ a postupy otvoreného a axiálneho kódovania, ktoré v súčasnosti už prekročili rámec využitia výhradne v „zakotvenej teórii“ a stali sa tak de facto bežným nástrojom sociálne - vedného výskumu.²²⁵

4.2. Základný súbor

História džihádistických diskusných webov a fór siaha k jej počiatočnému bodu, za ktorý je vo všeobecnosti považovaná stránka *azzam.com*, prevádzkovaná Babarom

²²²BINKA B., Obrana proti mediální manipulaci aneb přiblížení postupů, které odhalují nebezpečné triky světa médií, online.

²²³BOCK, A. Mary, *Impressionistic Content Analysis*, s. 38 – 43.

²²⁴Bližšie vid'.: <http://www.atlasti.com/>

²²⁵STRAUSS, Anselm, *Základy kvalitativního výzkumu*, s. 42.

Ahmadom²²⁶. Zameriavala sa hlavne na produkciu materiálov z Bosny, Čečenska či sovietsko – afganskej vojny²²⁷. Odvtedy je na internete dostupná celá rada podobných fór pričom aj tu opäť platí, že ich životnosť je značne obmedzená útokmi prozápadných hackerov a bezpečnostnými kontraaktivitami krajín, kde dané servery sídlia²²⁸. Avšak vždy po zlikvidovaní takéhoto fóra do niekoľkých dní jeho členovia vytvoria nové. Podľa prieskumu z rokov 2003 – 2005 je identifikovaných 4300 webových stránok slúžiacim terorizmu a jeho stúpencom.²²⁹

Internetová organizácia *Haganah*²³⁰, venujúca sa monitorovaniu terorizmu v kyberpriestore uverejnila 4. 8. 2009 rebríček top 10 súčasných džihadistických diskusných fór²³¹, ktoré zoradila podľa ich významu a dôležitosti. Pokiaľ si dáme pár minút námahy môžeme zistiť, že hlavná lokalizácia daných serverov ja Malajzia a USA, ale taktiež objavíme i Singapur či Holandsko. Na zozname tohto rebríčku sa nachádza i jediné anglickojazyčné fórum - *ansarnet.info*²³², ktoré bolo zaradené ako 7. najvýznamnejšie. To sa stane na nasledujúcich riadkoch našim základným súborom pre výskum džihádizmu v kyberpriestore.

4.3. Výberový súbor a zber dát

Zvolené fórum (*ansarnet.info*) bolo do základného súboru zahrnuté z dvoch príčin. Po prvé, v dôsledku našich nedostatočných jazykových kompetencií v arabskom jazyku nám väčšina „top fór“ ako potenciálny ZS odpadá a po druhé, *ansarnet.info* predstavuje najväčšiu a najdokonalejšiu platformu v anglickojazyčnej džihádisitickej komunite.

²²⁶Babar Ahmad (Brit) ako 22 – ročný rozbehol daný web za čo bol po rokoch uväznení na základe nového protiteroristického zákona (UK) a prevezený do USA. Na jeho podporu sa sformovala relatívne veľká časť moslimskej komunity organizovaná predovšetkým okolo serveru *freebabarahmad.com*.

²²⁷ WHITLOCK, C., Briton Used Internet As His Bully Pulpit, 8. 8. 2005, online.

²²⁸Takto populárnym bolo napríklad v anglicky hovoriacom prostredí fórum *infovlad.com*, ktoré však bolo úradmi v roku 2008 zablokované.

²²⁹WEIMANN, Gabriel, *Terror On the Internet*, s. 15.

²³⁰Internet haganah, Top Ten" list of jihadi forums for 03 August 2009, 3. 8. 2009, online.

²³¹Číslo jedna na zozname je v súčasnosti najvýraznejšie fórum *al-faloja.info*, ktorej návštevníci sú pripojení predovšetkým z Iraku (36.5%), Alžírsku (9.1%) a Egypta (8.2%). Na fórum sa dostávajú z google.com (19.64%), muslim.net (5.89%) a youtube.com (5.56%) (Hegghammer, 2009).

²³²<https://www.ansar1.info>

V dôsledku toho je možné predpokladať, že jeho návštevníci sú geograficky lokalizovaní v Západnom svete čo pre nás amplifikuje ich „bezpečnostnú zaujímavosť“ pre náš región.

Fórum *ansarnet.info* vzniklo v decembri 2008²³³ ako reakcia na dopyt po anglickojazyčnom džihádistickej fóre, nakoľko jeho predchodca, fórum *infovlad.net*, bolo v dôsledku rozhodnutia bezpečnostných orgánov zablokované. Po otvorení stránok *ansarnet.info* sa zobrazí dizajn typického internetového fóra. V súčasnosti sa počet jeho registrovaných členov pohybuje okolo 1150 pričom počet neregistrovaných návštevníkov (*Guests*) je niekoľkonásobne vyšší. Stránka hneď v úvode oznamuje, že klasická registrácia je ukončená a jediná možnosť ako sa stať členom fóra je dostať pozvanie od už zaregistrovaného člena. Pod ňou sa nachádzajú bannery odkazujúce na najnovšie džihádistické video - produkty a niekoľko kategórií, ktoré je možné využívať aj bez registrácie. Fórum je lokalizované na viacerých serveroch (USA – anglická a nemecká verzia, Malajzia - arabská). V ľavom hornom rohu sa nachádza odkaz na pravidla fóra, z ktorých sa napríklad dozvedáme, že akékoľvek „iné“ výklady islamu nie sú na fóre vítané a komunikačným jazykom je výhradne angličtina²³⁴. Na fóre tak nájdeme výhradne produkty skupín hlásiacich sa k idei globálneho džihádizmu²³⁵. Produkty, propagácia či obhajoba skupín hlásiacich sa k islamizmu nacionálnemu (resp. lokálnemu) sú neprípustné, vymazávajú sa a následne sú ich autorom ich účty zrušené (napr. Hamás).

Nami použité dáta budú získané priamo z fóra *ansarnet.info*, pričom v našom prípade pôjde o tzv. totálny výber vzorky pomocou zúčastneného pozorovania počas celej existencie fóra do súčasnosti: 12/2008 – 12/2009. Teda pre zodpovedanie našich výskumných otázok budú analyzované všetky dostupné dáta základného súboru nachádzajúce sa na danom fóre.

²³³ Vtedy ešte pod názvom *international.thabaat.net*.

²³⁴ Zaujímavý problém riešili administrátori keď 26. 7. 2009 zaslali každému členovi fóra email s textom: „...zasielanie nevyžiadaných PM (private message) správ medzi osobami opačného pohlavia je na fóre zakázané.“

²³⁵ Sporné je tak postavenie Tálibánu, čo však nie je aktuálne výskumným cieľom predkladaného textu, a preto sa danou otázkou zaoberať nebudeme.

5. Analýza a prezentácia dát

Na nasledujúcich riadkoch uvedieme prezentáciu dát spolu s krátkym explanačným metodologickým popisom potrebným pre zodpovedanie nami zvolených výskumných otázok. Daná kapitola je členená do 5 podkapitol s ambíciou systematicky prezentovať dáta objasňujúce odpovede na položené výskumne otázky.

5.1. Obsahová štruktúra

Po prihlásení sa členovi zobrazia kategórie resp. štruktúra fóra na subfóra (príloha č 15). Subfóra sú rozlíšené do 5 hlavných kategórií:

- 1) *Hlavné správy* (3 subfóra, 19 357 príspevkov)
- 2) *Islamské kategórie* (7 subfór, 4174 príspevkov)
- 3) *Džihád a mudžáhedini* (3 fóra, 13 018 príspevkov)
- 4) *Komplexné kategórie* (5 fór, 16 837 príspevkov)
- 5) *Spätná väzba* (1 fórum, 861 príspevkov)

Tie sa ďalej delia do nasledujúcich fór: Kategória *Hlavné správy* pozostáva z :

- a) *Správy Ummy* – Fórum kde jednotliví účastníci posielajú odkazy, zdroje a správy týkajúce sa moslimského spoločenstva (Ummy) a následne o nich diskutujú. Rovnako je súčasťou daného fóra subfórum *Moslimských zajatcov*, ktoré prináša správy o zajatých džihádistoch.
- b) *Naše oznamy* – Relatívne nová a mala kategória zavedená administrátormi fóra upozorňujúca na zmeny na fóre či bezpečnostné riziká zverejňovania osobných údajov.
- c) *Linky a aktivity* – Fórum oznamujúce pripravované džihádsitické produkty, ktoré vyjdú v najbližších dňoch či odkazy informácie o iných džihádistických weboch

Ďalej nie veľmi účastnícky aktívna kategória *Islamské kategórie* pozostáva z:

- a) *Al-Aqídat* – Princípy a pravidlá viery a ich implementácia do života. V rámci nej sú riešené náboženské témy ako výklady *hadítov*²³⁶, otázky bezverectva atď..
- b) *Al-Fiqh* – Fórum rozoberajúce otázky implementácie islamských zákonov a tiež venujúce sa otázkam čo a či je „zákonné“ (napr. vraždiť neveriacich).
- c) *Korán (Qorán) a Sunna* - Obsahuje diskusie ohľadom uvedených dvoch kľúčových zdrojov islamského náboženstva.
- d) *História a Biografia* – Historické správy o rozličných udalostiach ale tiež životopisy a práce zachytávajúce príbehy a osudy islamistických bojovníkov či ideológov.
- e) *Ilm And Dáwat* – Obsahuje informácie a poznatky využiteľné pri konverzii na islam.
- f) *Očista, správanie a morálka* – „Záležitosti súvisiace s očistou duše, mäkknutím srdca ako i charakteru, správania a morálky v islame.“
- g) *Objasňovanie a vyvracanie* – Priestor na diskusiu a polemiku nad „heretickými“ konceptmi iných skupín a vyznaní.

Ďalej nasleduje akási kráľovská a kľúčová kategória fóra *Džihád a Mudžáhedíni* pozostávajúca z:

- a) *Mediálne produkty súvisiace s džihádom* – Top fórum celého serveru obsahujúce všetky video a audio posolstvá skupín a lídrov globálneho džihádizmu.
- b) *Džihádisticke publikácie* - „Knihy, magazíny, prepisy, preklady a ostané publikácie súvisiace s džihádom.“
- c) *Tlačové vyhlásenia Mudžáhedínov* – Oficiálne vyhlásenia, posolstvá a správy globálnych džihádistických skupín k rozličným udalostiam.

Kategória *Komplexné kategórie* obsahuje:

²³⁶ Príbehy o živote proroka Mohameda.

- a) *Všeobecné diskusie* – Fórum vyčlenené na ľubovoľné diskusie, ktoré ma tvoriť džihádistom akúsi diskusnú platformu pre zaujímavé témy a polemiky.
- b) *Posielanie médií* – Fórum slúžiace na zdieľanie hudobných nahrávok (*našíd*), kázní, recitácii Koránu atď..
- c) *Próza a poézia* – Najmä básne ale i príbehy spravila oslavujúce džihádizmus (militantný islamizmus).
- d) *Informačné a komunikačné technológie* – Software a rady užitočné pre „internetových džihádistov“.
- e) *Žiadosti* – fórum slúžiace pre zháňanie materiálov, ktoré sa členom nepodarilo nájsť.

A nakoniec kategória *Spätná väzba* obsahujúca jediné fórum:

- a) *Centrum podpory* – Diskusné prostredie s administrátormi, prosby o pomoc, návrhy na zmeny vylepšenia fóra a iné.

Každý člen *ansarnet.info* ma vlastné konto, vystupuje pod svojou prezývkou a je vedená štatistika jeho príspevkov. V rámci diskusného fóra je členmi využívaná funkcia *Jazakallah* (voľne: Nech ťa Alah odmení za tvoje dobro), pomocou ktorej môže člen oceniť príspevok iných. Táto informácia je rovnako ukladaná do profilu diskutujúcich a teda na základe počtu „poďakovaní“ vytvárajú akúsi virtuálnu autoritu (či ak chcete karmu) diskutujúceho²³⁷. Účet člena je deaktivovaný v prípade, že poruší pravidla fóra, „nenaloguje“ sa viac ako 90 dní či do 30 dní po registrácii nevyprodukuje ani jeden diskusný príspevok. Na obdobných princípoch fungujú de facto všetky džihádistické fóra s drobnými rozdielmi. Pre *ansarnet.info* sú jedinečné hlavne kategórie venujúce sa on-line výučbe arabčiny či veľké pokrytie materiálmi kaukazských militantov²³⁸. Unikátnou je rovnako aktivita, ktorou sa *ansarnet.info* začala prezentovať v decembri 2009 a síce

²³⁷Pokiaľ sa pokúsime o akúsi psychologizáciu, je možné badať určité prvky skupinovej dynamiky a „hranie“ sociálnych rolí. V diskusiách nájdeme vážnych aktívnych členov požívajúcich veľkú autoritu (napr. pod prezývkou *Insurgent*) členov produkujúcich kontroverzné témy (*Fighter*) či diskutujúcich vystupujúcich v roli náboženskej autority s rozsiahli poznatkami islamu (*Tarbiya*). Povšimnutiahodný je rovnako i „osobnostný posun“ členov, keď napríklad čečenský mladík pod prezývkou *Asadullah Alshishani* začínal ako zberateľ džihádistickej hudby(*nasheed*) a v priebehu roka sa z neho stal najčastejšie prispievajúci člen fóra so seabavedomou agresívnou rétorikou, plnou emocionálne konotovaných slov označujúcich „nepriateľov“ ako idiotov, hlupákov či homosexuálov.

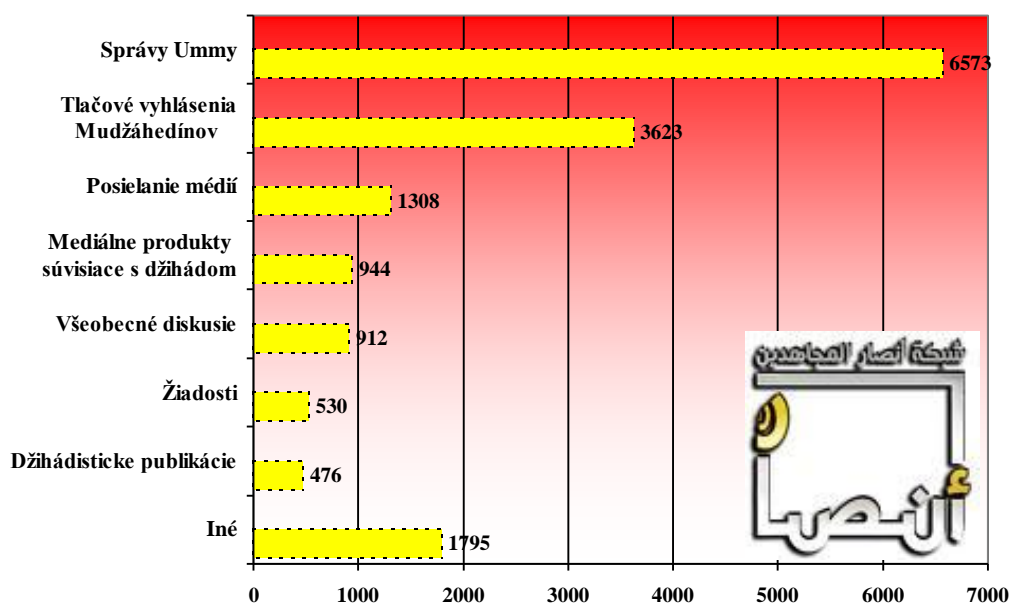
²³⁸Poskytované členmi priamo z regiónu, ale tiež členmi udávajúcimi svoje miesto pobytu Nemecko.

vlastnou produkciou video – produktov. Jej prvý produktom je 35 minútová video – nahrávka *Budúca generácia mudžáhedínov* ukazujúca deti recitujúce Korán v pozadí s kalašnikovom, deklarujúcich pripojenie k islamistom či fyzickú prípravu na boj s „neveriacmi“.

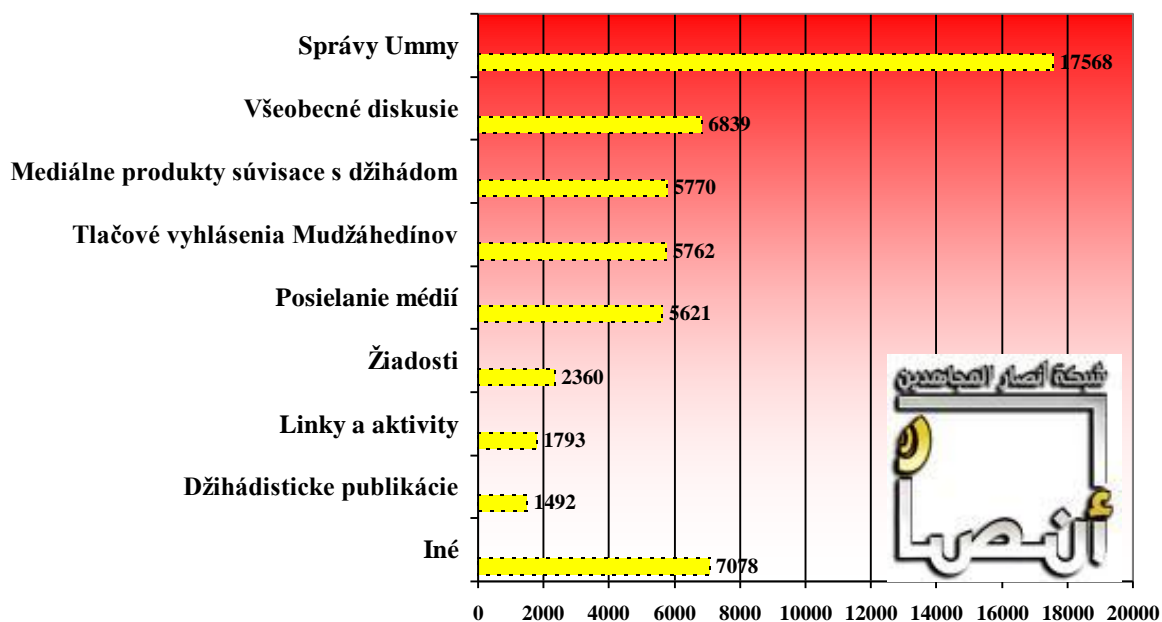
5.2. Diskusná aktivita

Ambíciou nasledujúcich riadkov je prezentovať dáta potrebné pre zodpovedanie otázky hľadajúcej témy či oblasti, ktoré sú v skúmanom kyberpriestore najproduktívnejšie. Prirodzené členenie fóra (viď. kapitola 5.1.) na jednotlivé menšie fóra (subfóra) nám vytvára vhodné kategórie pre naše kódovanie. Produktivnosť jednotlivých kategórií sme operacionalizovali jednak počtom produktov v nich umiestnených a za druhé počtom diskusných príspevkov. Ako ďalší ukazovateľ môžeme použiť priemerný počet diskusných príspevkov na jeden produkt.

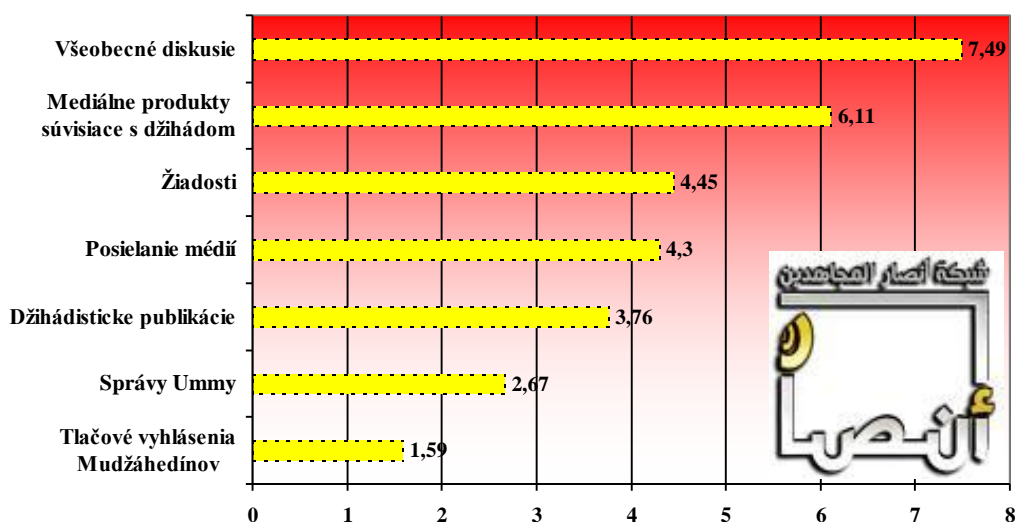
Graf 1: Počet produktov



Graf 2: Počet diskusných príspevkov



Graf 3: Počet príspevkov na 1 produkt



Z uvedených grafov je možné pozorovať, že medzi najproduktívnejšie časti fóra patria fóra *Správy Ummy*, *Mediálne produkty súvisiace s džihádcom* a *Diskusie*.²³⁹ Prvé menované fórum však pri treťom, analytickejšom pohľade ukazuje, že jeho dôležitosť je

²³⁹V tomto kontexte môžeme uviesť údaj ukazujúci celkovú diskusnú aktivitu fóra, keď na jedného registrovaného užívateľa pripadá v priemere 47 diskusných príspevkov (12/2008 – 12/2009). V prípade však, že nezapočítame prvých 10 (najaktívnejších) členov je priemerný počet 33. Modus je ešte omnoho nižší, avšak technické riešenie fóra nám nedovoľuje presne identifikovať jeho hodnotu.

skôr optická. Veľký počet produktov je spôsobený funkciou daného fóra, ktoré slúži „len“ na „preposielanie“ správ zo sveta a široké diskusie sa vyskytujú iba vo výnimočných prípadoch, ktoré členov tematicky zaujmú. Ako kľúčové časti fóra je tak možné hodnotiť predovšetkým fóra *Mediálne produkty súvisiace s džihádcom (index 6,11)* a *Diskusie (index 7,49)*. K zaujímavému pozorovaniu dospejeme pri kategórii *Tlačové vyhlásenia*. Táto kategória obsahuje veľké množstvo produktov čo svedčí a veľkej produkcii tlačových vyhlásení militantnými islamistami avšak pri porovnaní s počtom diskusných príspevkov sa ukazuje, že dané produkty neevokujú potrebu reagovať²⁴⁰.

Na základe uvedených dát môžeme vďaka rýchlej kvantitatívnej analýze pozorovať niektoré základné črty kyberpriestoru džihádistickej psychologickéj vojny, teda dokážeme identifikovať najaktívnejšie a pravdepodobne tak i najatraktívnejšie tematické oblasti pre stúpencov militantného islamizmu. Následne sa pokúsime o vzhľad analytickejši, a síce o kvalitatívnu analýzu (pomocou otvoreného kódovania) TOP produktov s najväčším počtom reakcií. Do skúmaného súboru sme zaradili 96 produktov s najväčším počtom diskusných príspevkov, čo v kvantifikovanom prevedení predstavuje produkty s 28 – 237 diskusnými príspevkami na jeden produkt. Pomocou systému otvoreného kódovania a následného zhlukovania do tzv. kódových rodín (pomocou kvalitatívneho software *atlas.ti*) je možné dané najdiskutovanejšie produkty rozdeliť do 10 skupín a určiť tak 10 tematických oblastí, ktoré u členov fóra *ansarnet.info* evokujú najväčšiu diskusnú aktivitu:

Diskusie k veľkým útokom

Diskusná aktivita členov bola v danom prípade iniciovaná veľkými a mediálne silne pokrytými teroristickými útokmi v USA, Indii či Iráne. Ako vhodný príklad nám môže poslúžiť útok z 5. 11. 2009, keď major Nidal Hasan Malik na vojenskej základni Fort Hood zastrelil 13 a zranil 30 amerických vojakov. Diskusný produkt niesol názov „*13 dead, 30 wounded in dual attacks at Fort Hood, Texas*“. V reakcii naň vzniklo 109 príspevkov a počet zobrazení danej témy v decembri 2009 bolo 6316:

„[...] *Alah je veľký! Toto je najlepšia správa čo môžem počuť! [...]*“

(*Asadullah al-Sishani, 5. 11 .2009*)

²⁴⁰Bližšie sa danej témy dotkneme v podkapitole 5.4 a predovšetkým pri interpretácii výsledkov v diskusii.

„[...] Alah je veľký! Toto je začiatok džihádu v Amerike. Alah ochraňuj tohto brata a jeho spoločníkov [...]“

(tjhann1629, 6. 11 .2009)

„[...] 9 mŕtvych!!!!!!!!!! Alah je veľký! [...]“

(Asadullah al-Sishani, 5. 11 .2009)

„[...] Mučeník brat Nidal Hasan by mal byť inšpiráciou pre nás všetkých [...]“

(Abu Khalid, 6. 11 .2009)

Dehonestácia islamu / moslimov

Daná kategória je zastrešujúca pre príspevky pojednávajúce o „šokujúcich“ útokoch na moslimov, nespravodlivosti voči nim a hanení islamu. Členovia diskutujú o zavraždení moslimky v súdnej sieni, bombardovaní Somálska, odnímaní práv moslimom či mučeniu pakistanskej armády.

„[...]]Al-Salám alejkum!!! Jediné riešenie pre ľudstvo je šarí'a. Bez šarí'e nebude spravodlivosť. Právo stvorené človek vedie do pekla!!! [...]“

(abu_julaybib, 9. 7. 2009, Tehotná moslimka zabitá v súdnej sieni)

„[...] Je zrejmé, že budú pokračovať v eskalácii a je tiež možné použitie sily proti nám v nadchádzajúcich týždňoch, aby nás odradili od modlenia [...]“

(AbuKhalid, 28. 8. 2009, Modlite sa za vašich bratov na Maledivách)

„[...] sestry boli napadnuté a zabité a oni nespravili nič [...]“

(Tarbiya, 1. 10. 2009, Pakistanská armáda bijúca moslimského muža)

„[...] inša'Alah mudžáhedíni ochránia našich nevinných bratov a sestry a porazia špinavé prasatá a pošlú ich do pekla [...]“

(tawheed, 30. 11. 2009, Elif Media uvádza)

Zvesti o zabiti lídrov

Daná skupina najdiskutovanejších produktov zahŕňa príspevky potvrdzujúce a vyvracajúce zabitie lídrov globálneho džihádizmu ako Abú Jahjá al-Líbího, Baitulaha Mehsúda a ďalších. Diskutujúci prispievajú dodatočnými informáciami, velebia predmet diskusie v prípade, že žije resp. oslavujú jeho mučenie v prípade, že bol zavraždený.

„[...] Ak je stále živý, za čo sa modlíme, potom je to zjavne špinavá taktika neveriacich (kuffar) oslabiť morálku mudžáhedínov, čo znamená, že dochádza k oslabeniu (vojenskej) taktiky, pretože nie sú schopní ich poraziť vojensky [...]“

(abdurahman al muhajir, 8. 8. 2009, Baitulah Mehsúd žije)

„[...]Alah ochraňuj mudžáhedínov a daj zvíťaziť islamu [...]“

(fight 4 the cause, 9.8.2009, Baitulah Mehsúd žije)

„[...] Náš hrdina sa pripojil ku karavane s Mullom Dadulahom [...]“

(Asadullah Alshishani, 7.8. 2009, Pakistánsky líder Mehsúd je mŕtvy)

Osobné témy / spory

Táto tematická oblasť zahŕňa príspevky, kde diskutujúci riešia vzťahy navzájom, svoje interpersonálne spory, resp. udalosti, ktoré sa dotýkajú ich samotných. Žiadajú napríklad ostatných, aby sa za nich modlili, pomohli im vyložiť sen resp. poukazujú na monitorovanie západných bezpečnostných zložiek fóra a ich virtuálnych osobností.

„[...] Prosím, „pomodlite“(Dua) sa za mňa, inša'Alah. Bol som niečím pohryznutý a objavila sa mi alergická reakcia, ktorá spôsobila, že moje nohy sú napuchnuté [...]“

(Asadullah Alshishani, 17.11. 2009, Prosím, pomodlite sa za mňa)

„[...] Zdá sa, že neveriaci pozorne sledujú našu diskusiu o heroickom útoku Nidala Hasana [...]“

(Al Kahf, 10.11.2009, Som (ne)slávny☺)

„[...] Vyzerá ako špinavý židák, čo iba potvrdzuje moje podozrenie [...]“

(Asadullah Alshishani, 9 .11. 2009, Som (ne)slávny)

„[...] Alah daj mu čo si zaslúži [...]“

(guest5, 29. 9. 2009, Opúšťam toto fórum)

Pripojenie k psychologickej vojne

Zaujímavá diskusná oblasť zameriavajúca sa na regrutáciu členov pre tvorbu produktov použiteľných pri propagácii džihádizmu a psychologickej vojne ako takej. Ide o rozličné loga a umelecké obrazy ako i džihádistické piesne či prispievanie do džihádistických magazínov.

„Zháňa sa našíd – spevák pre sieť Ansár al-Mudžáhedín. Hľadám bratov, ktorí majú dobrý hlas, vedia písať [...]“

(Asadullah Alshishani, 21 . 5. 2009, Zháňa sa našíd – spevák)

„Potrebný spisovateľ pre novú sieť: Al Mosul. Ďakujeme Alahovi, že nám dal príležitosť vytvoriť novú on-line sieť [...]“

(AnsarSunnah01, 3. 3. 2009, Potrebný spisovateľ pre novú sieť: Al Mosul)

Spor o legitimitu / fitna²⁴¹

Do danej kategórie je možné zaradiť príspevky pojednávajúce o kontroverziách, polemiky o správnosti z pohľadu radikálneho islamu a islamského práva a legitímnosti skutkov či postojov jednotlivých skupín. Typické sú sporné postoje k Hamásu ako k nacionalistom, zabíjaniu civilistov či tvrdým trestom a rigidným zvyklostiam. Z hľadiska KontraPSYOPS jedna z najkľúčovejších oblastí.

„Je šejk Abú Jahjá al-Líbí považovaný za učenca?“

(guest5, 23.11.2009, Je šejk Abú Jahjá al-Líbí považovaný za učenca?)

²⁴¹ Fitna – rozvrat, pobúrenie, označenie na neislamsky, kontroverzný a odsúdeniahodný jav.

„[...]Myslíš, že nacionalisti a kolaborujúci zradcovia by mali byť ušetrení?“

(*Insurgent*, 14. 6. 2009, *O mudžáhedínoch a nacionalizme*)

„[...] Sme moslimovia a medzi moslimami musí byť navzájom mier [...]“

(*Assassin*, 3. 4. 2009, *Hanija pri motlidbe*)

Príspevky k PSYOPS produktom

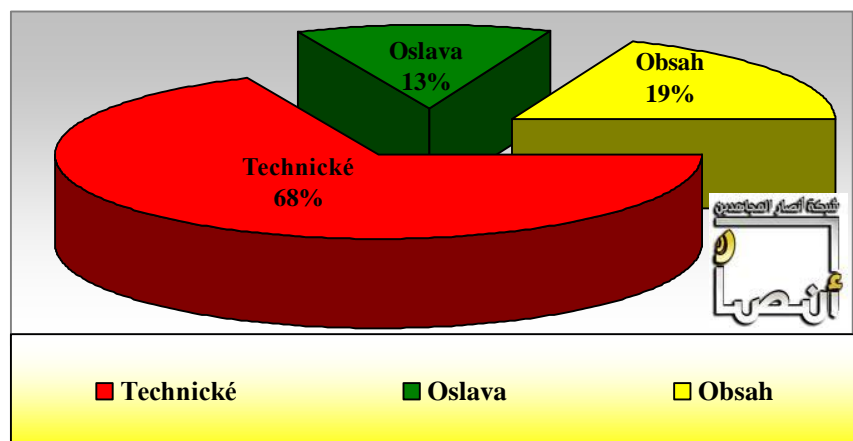
Ústredná tematická kategória. Obsahuje viac ako 1/5 všetkých skúmaných diskusných produktov. Ide o diskusné príspevky, ktoré členovia pridávajú k produktom džihádistických lídrov a skupín. Pri podrobnejšej analýze si môžeme všimnúť veľmi pozoruhodný jav. V danej kategórii je obsiahnutých 773 diskusných príspevkov čo znamená v prepočte 36,8 príspevku na jeden produkt. Tieto príspevky je ďalej možné rozdeliť do 3 oblastí a) Príspevky zaoberajúce sa technickou stránkou produktu – sťahovanie, titulky, transkripty, hudba,... b) Príspevky oslavujúce a ďakujúce – Džazakalah, Maša'Alah,... c) Vlastné diskusné príspevky reagujúce na obsah.

a) Technické: „[...] Aké je trvanie dielu č.1? [...]“

b) Oslava: „Maša'Alah, veľmi pekné.“

c) Diskusia k obsahu: „[...] Prečo je taký veľký počet Nemcov pridružených k Únii islamského džihádu?“

Graf 4: Typ diskusných príspevkov (N=773)



Zobrazený graf nám opticky demonštruje uvedený jav, ktorým je fakt, že drvivá väčšina diskusných príspevkov sa netýka obsahu samotného (68% - 13% - 19%)²⁴²! V prepočte na jeden produkt (36,8) to znamená, že u najdiskutovanejších produktov je priemerne 25 diskusných príspevkov zaoberajúcich sa jeho technickou stránkou, 4,8 príspevkov oslavujúcich daný produkt a „len“ 7,0 diskusných príspevkov venujúcich sa jeho obsahu. Ďalej viď. *Diskusia*.

Ostatné

Do kategórie ostatné sme zaradili kódové rodiny *Kyberpriestorovej oblasti*, kde užívatelia komentujú dianie na fóre, jeho technické zázemie a diskutujú o ostatných džihádistických fórach. Ďalej téma *Správy*, ktorá slúži pre členov *ansarnet* fóra na komentovanie udalostí vo svete, pričom ide hlavne o komentáre k vývoji v Afganistane, Iraku a Somálsku a o počtoch vojenských či civilných strát. Ako poslednú sme označili tematickú kategóriu *Informácie*, ktorá združuje príspevky dožadujúce sa informovania o rozličných skupinách, osobnostiach a udalostiach a kuriózne napríklad aj o úmrtí Michaela Jacksona a jeho „moslimstve“ .

„[...] Myslím, že je lepšie toto (diskusné) vlákno zavrieť, bratia ... je to skutočne mrhanie času ak sa budeme rozprávať o Michaelovi Jacksonovi... [...]“

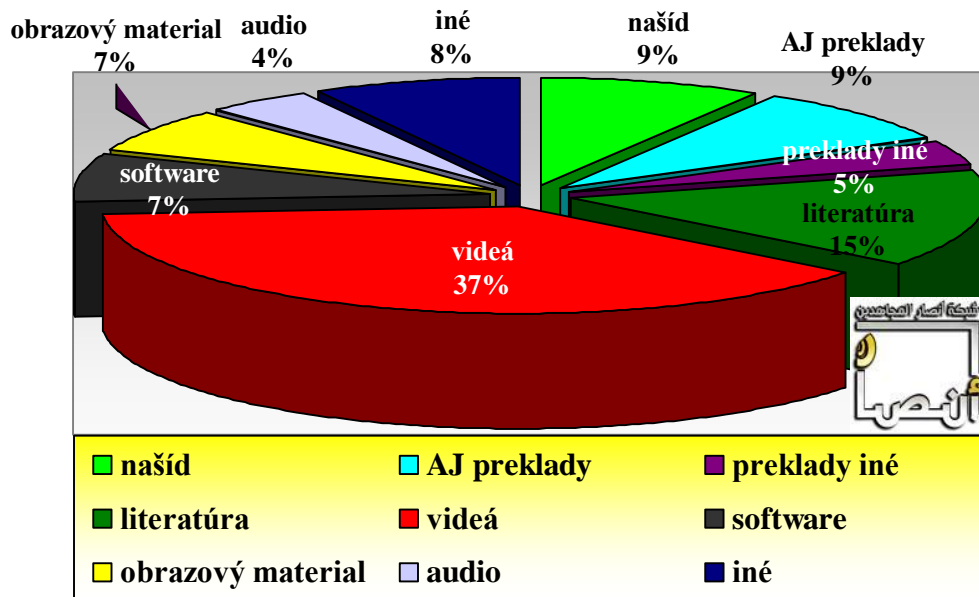
(*Ansar007, 26. 6. 2009, Gay a pedofil Michael Jascckson umrel v 50*)

5.3. Dopyt po produktoch

Pre zodpovedanie danej otázky sa nám priam ponúka prirodzená štruktúracia fóra *ansarnet.info*, a síce existencia kategórie *Žiadosti (Request)*, (viď. podkapitola 5.1.), teda subčasti fóra, kde participanti uverejňujú žiadosti o pre nich žiaduce materiály. Pomocou tohto analytického „vhl'adu“ sa tak môžeme dopátrať odpovedi na otázku, aké produkty sú na džihádistických fórach najžiadanejšie. Vďaka vytvoreniu obecných kódov (produkty) môžeme dané žiadosti rozčleniť do niekoľkých skupín:

²⁴² V absolútnych číslach: 529 – 98 – 146.

Graf 5: Žiadosti (N=539)



Na základe hore uvedeného grafu vidíme, že spomedzi všetkých požiadaviek, ktorých sa dožadujú členovia *ansarnet.info* sú najviac žiadané video - materiály (37%) a to predovšetkým posolstvá lídrov a „celebrit“ jednotlivých islamistických skupín. V podstate identické žiadosti avšak v textovej podobe obsadili druhú priečku (15%), kde participanti zháňali najmä prepisy slov džihádistických lídrov. Výnimkou však nie sú aj on-line knižné publikácie, najčastejšie od al-Zawáhirího, Jahjá al-Líbiho, al-Maqdisího a Abú Musába al-Súriho. Ostentatívnym špecifikom *ansarnet* fóra je jeho „anglickojazyčnosť“ a s tým súvisiaca nesmierne častá požiadavka o preklad arabských textov. Najčastejšie sú to požiadavky o preklad do angličtiny (9%) ale nájdeme aj prosby o preklad do Urdu, Francúzštiny atď. (5%).²⁴³ Ďalej nasledujú požiadavky po islamistických hudobných nahrávkach – *našíd* - (9%) či počítačovom software (7%). Nakoniec sú to audio - nahrávky, keď sa väčšina participantov obracia na ostatných členov s prosbou o audio - nahrávky kázni duchovných. Relatívne vysoký počet produktov sme zaradili do kategórie *iné* (8%). V nej boli najčastejšie prosby o pomoc s kaligrafiou, identifikácia osôb

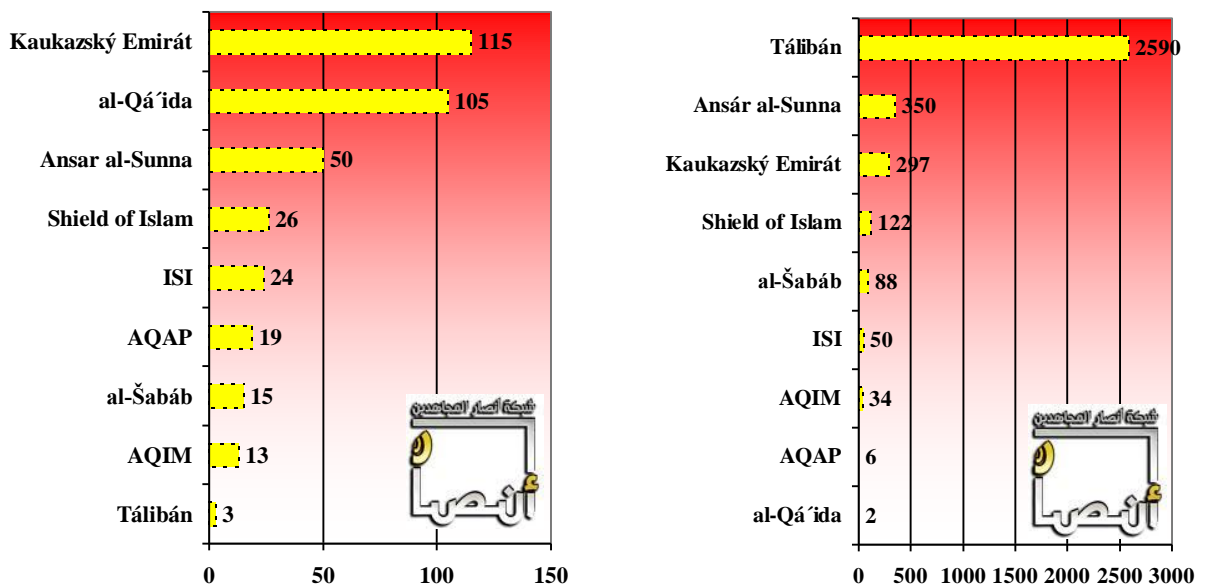
²⁴³S požiadavkou prekladu sa členovia rovnako obracajú aj v iných sekciách fórach, a preto ich absolútny počet je signifikantne vyšší.

na fotkách, videách, informácie o hudbe ale napríklad i žiadosť o telefónne číslo hovorca Tálibánu.²⁴⁴

5.4. Interskupinové stratégie psychologickej vojny

Ako sme na predchádzajúcich riadkoch videli fórum *ansarnet.info* je diferencované na sekciu určenú pre distribúciu video produktov a na sekciu určenú pre distribúciu produktov tlačových. Do daných kategórií sa tak dostávajú zámerné, z určitým účelom vytvorené produkty priamo od islamistických teroristov. Našou snahou tak teraz bude porovnať či existuje rozdiel medzi stratégiou (Tlač Vs. Video) produkcie PSYOPS produktov a aký je jej charakter. V oboch kategóriách preto vyberieme väčšie (významnejšie?) džihádistské skupiny a kvantitatívnu analýzou ich medziskupinovo porovnáme. Ako ukazovateľ nám teda bude slúžiť počet produktov tej ktorej skupiny v danom fóre.

Graf 6: Počet video produktov (N=370) Graf 7: Počet tlačových produktov (N=3505)



²⁴⁴Pri analyzovaní danej výskumnej otázky sme v operatívnej rovine narazili na sporný bod, keď niektoré žiadosti obsahovali 2 produkty súčasne: napr. *Video s urdu titulkami*, atď.. V takýchto prípadoch sme kódovali daný produkt do oboch kategórií, teda v modelovom prípade *video i preklady*.

Porovnanie prezentovaných grafov nám dáva do pozornosti zaujímavý fenomén, ktorým je signifikantná odlišnosť stratégie PSYOPS u niektorých skupín. Môžeme napríklad vidieť, že stratégia al-Qá'ídy²⁴⁵ je v dôsledku výhradne založená na video (audio) – produktoch. Absolútne opačná stratégia je však čitateľná z produktov Afganského Islamského Emirátu (Tálibán), keď počet jeho tlačových produktov tvorí skoro 74% ! zo všetkých tlačových produktov na fóre, navyše pri minimálnom počte video – produktov. Za zmienku, vzhľadom k minimálnej pozornosti svetových médií, určite stojí i prekvapivo intenzívna produkcia video i tlačových produktov Kaukazského Islamského Emirátu. Značné mediálne pokrytie majú i Iracké skupiny (Ansár al-Sunna, Shield of Islam, ISI).

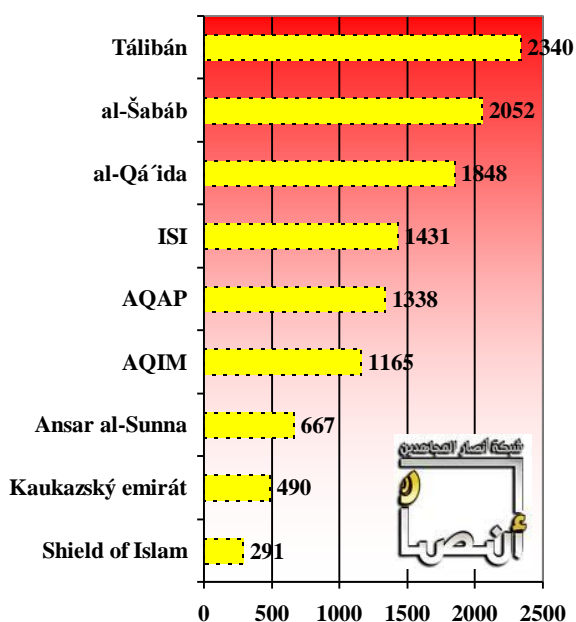
Ako súčasť stanovenej výskumnej otázky sme považovali za prínosne zistiť, ktorá z daných stratégií je hodnotnejšia. Odpovedi sa približuje už výskumná otázka č.3 avšak my môžeme ísť ešte ďalej. A síce, na nasledujúcich riadkoch porovnáme priemerný počet pozretí (navštívení) jedného produktu medzi skúmanými fórami (Video VS. Tlač) ako i priemerný počet pozretí jedného produktu (Video Vs. Tlač) vybranej džihádistickej skupiny. Následne ako zaujímavú indíciou môžeme využiť priemerný počet reakcií diskutérov na produkt vybranej skupiny v rámci a medzi fórami.

Tab. 2: Priemerný počet pozretí jedného produktu (porovnanie fór)

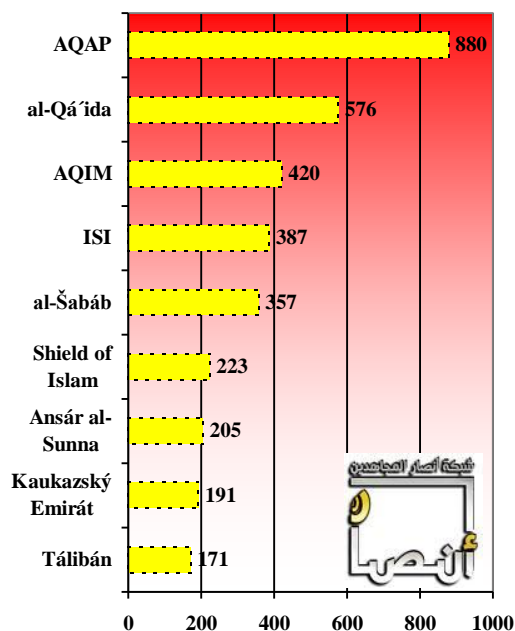
Fórum	Priemerný počet pozretí
<i>Mediálne produkty súvisiace s džihádom</i> (Video/Audio)	1291
<i>Tlačové vyhlásenia mudžáhedínov</i>	378

²⁴⁵V uvedenom kontexte je pravdepodobne potrebné ozrejenie užívania označenia al-Qáida. Al-Qáidu v Maghribe, v Iraku či na Arabskom polostrove vyčleňujeme ako samostatné skupiny. Označenie „al-Qáida“ (samotné) je používané štandardne v bezpečnostnej obci na centrálné vedenie al-Qáidy (produkty agentúry al-Saháb) a jej členov operujúcich najmä v Afganistane a Pakistane. V zahraničnej literatúre sa požívajú tiež termíny *Central Staff* či *Core Arabs*.

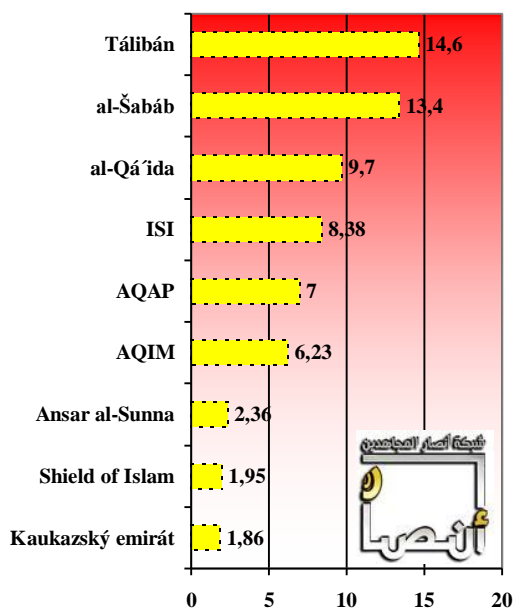
Graf 8: Počet pozretí 1 video – produktu



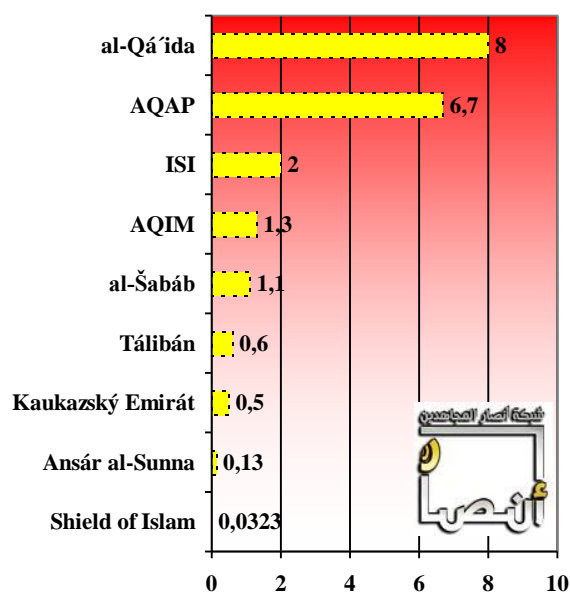
Graf 9: Počet pozretí 1 tlačového - produktu



Graf 10: Počet reakcií na 1 video - produkt



Graf 11: Počet reakcií na 1 tlačový - produkt



Predkladané dáta nám ukazujú značný rozdiel medzi sledovanosťou (popularitou?) video – produktov v porovnaní s produktmi tlačovými, keď vidíme, že sledovanosť videí a audio nahrávok je omnoho vyššia než textových vyhlásení. Je možné konštatovať, že všeobecne veľkej sledovanosti sa „tešia“ produkty al-Qá'idy. Absolútne opačné póly rebríčku sledovanosti dosahuje Tálibán v porovnaní sledovanosti video a tlačových produktov. Je možné, predpokladať, že daný jav je však silne ovplyvnený značne

rozdielnym počtom (stratégiou) produktov Tálibánu (3 video / 2590 tlač). Tento fakt nám tak ukazuje zaujímavú indíciu a úvahu o rozličných stratégiách a ich úspešnosti, ktorým sa budeme bližšie venovať v diskusii. V našom popise si ešte dovoľíme spomenúť somálsku skupinu Šabáb al-mudžáhedín, ktorá vykazuje relatívne vysokú tlačovú i video produktivitu s rovnako vysokou sledovanosťou.²⁴⁶ V prípade počtu reakcií na dané produkty je opäť na špici al-Qá'ida, u video - produktov Tálibán a al-Šabáb a u tlačových produktov ešte vysoko skóruje al-Qá'ida na Arabskom polostrove. Vzhľadom k charakteru diskusných príspevkov (viď. kapitola 5.2. – *Príspevky k PSYOPS produktom*) je však hodnotenie skupín na základe reakcií vysoko problematické a máme tendenciu sa mu skôr vyhnúť. Pre lepšiu prehľad uvedme ešte následné grafické porovnanie:

Tab. 3: Porovnanie Tlač a Video produkty (počet / vzhliadnutie 1 produktu)

SKUPINA	VIDEO	TLAČ
	Počet produktov / pozretí	Počet produktov / pozretí
Tálibán (AIE)	3 / 2340	2590 / 171
al-Qá'ida	105 / 1848	2 / 576
al-Šabáb	15 / 2052	88 / 357
Kaukazský Emirát	115 / 490	297 / 191
Shield of Islam	26 / 291	122 / 223
ISI	24 / 1431	50 / 387
AQIM	13 / 1165	34 / 420
AQAP	19 / 1338	6 / 880
Ansár al-Snna	50 / 667	350 / 205

²⁴⁶Tento jav považujeme za dôležitý najmä preto, že ide o neustále silnejúcu globálnu! džihádistskú skupinu s hostilnou rétorikou voči Západu. Mediálna produktivita a široká podpora tejto skupiny tak podľa nás ukazuje na „bezpečnostnú pozornosť“, ktorá by mala byť danej skupine v blízkej budúcnosti venovaná.

Medzi špecifiká „kyberdžihádu“ patria elektronické džihádistické magazíny. Prakticky všetky sú produkované v arabskom jazyku (*Sadá al-Jihád, Sadá al-Ráfidayn,...*).²⁴⁷ Prelomovým bodom pre anglicky hovoriacu islamistickú komunitu sa stal apríl resp. jún 2009, keď *al-Furqan* a *al-Mosul* publikovali prvé anglickojazyčné džihádistické magazíny²⁴⁸ *Jihad recollections* (JR) a *Defenders of the truth* (DT). Do decembra 2009 boli vydané 4 čísla oboch magazínov, pričom u JR bol priemerný počet pozretí 5985 a 24 diskusných reakcií a u DT 1065 pozretí a 5,5 reakcií.

„[...] *Alah odmeň bratov a sestry, ktorí prispeli k tejto skvelej práci [...]*“

(*Asadullah Alshishani, 5. 4. 2009*)

„[...] *neveriaci sú vydesení, že vznikol takýto magazín [...]*“

(*Abu Khalid, 12 .8. 2009*)

Magazín *Defenders of the truth* je tvorený pod záštitou irackej al-Qá'ídy (ISI), avšak autori sa snažia tematický pokryť aj oblasti Strednej Ázie či Somálska. Jeho dizajn je o niečo viac amatérsky ako JR, ktorý pôsobí značne profesionálnejšie. Oba magazíny sú mesačníky avšak JR po internej debate jeho tvorcov zmenil svoju periodicitu na 1 krát za 2 mesiace. Rozsah JR sa pohybuje niečo nad 70 strán u DT niečo pod 70. Medzi oboma magazínmi panuje aj určitý „fókusový“ rozdiel. Kým JR sú tvorené spoločenskými a politickými analýzami²⁴⁹, DT je magazín plný náboženskej opory v texte, odkazov na Korán, užívania slov Prorok, Šahíd (*mučeník*), atď.

„[...] *u šahídov nebude miesto pre strach v srdci [...]*“

„[...] *Reálna vojna medzi moslimami a ne - moslimami je horšia ako [...]*“

„[...] *Keď je neveriaci zabíjajú moslimami pri džiháde, Korán hovorí, že nie my ale Alah ho zabil [...]*“

²⁴⁷ROGAN, H., Al-Qaeda's online media strategies: from Abu Reuter to Irhabi 007, s. 60-61.

²⁴⁸ Interpretáciu či je produkcia anglických magazínov dôsledkom zacielenia sa na západné prostredie alebo len jednoducho autori pochádzajú zo anglickojazyčnej komunity ponecháme na čitateľovi.

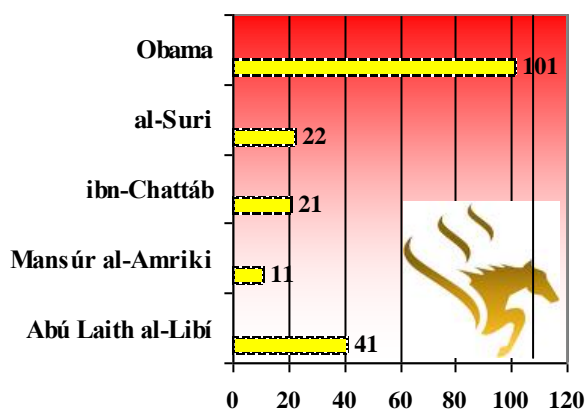
²⁴⁹ JR sa vymyká väčšine textov islamistických militantov, ktoré sú značne dogmatické. Autori JR používajú hlavne akademický slovník či oporu v racionálnej argumentácii.

Jihad recollections charakterizuje sám seba ako prvý anglický magazín, ktorý sa snaží okrem iného priblížiť aj dianie v moslimskej komunite na Západe a to pomocou akademických a odborných analýz. Obsahová náplň JR je rozdelená do 9 tematických kategórii:

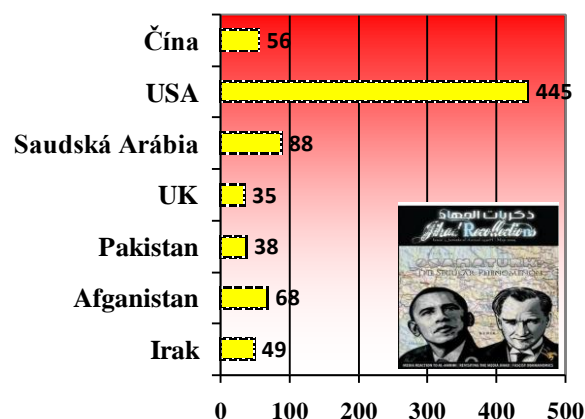
- 1) Spoločnosť – články napr. *Islamské demonštrácie a ich vzťah k mudžáhedínom*,...
- 2) Politika – *ObamaTürk – sekulárny fenomén, Čínska vojna proti islamu*,...
- 3) Ekonomika – *Obamova toxická zdravotnícka reforma*,...
- 4) Biografia – *Nazretie do života Ibn Chattába*,...
- 5) Zdravie – *Príprava na dlhú noc, Psychológia cvičenia*,...
- 6) Náboženstvo – *Džamá Tablích v strategickom spektre*,...
- 7) Výučba – *Stratégia tvrdých úderov*,...
- 8) Technológia – *Zabudnite na telefóny, prichádza 6. zmysel*, ...
- 9) Stratégia – *Hodnotenie role a vplyvu al-Saháb agentúry*,...

Po vydaní JR v bezpečnostnej komunite vyvstala otázka autorstva daného magazínu. Dovoľme si tvrdiť, že jeho pôvod je relatívne zrejmý. Odkaz na neho umiestnil na web jedinec pod prezývkou *Abu Irsaad*, ktorý udáva svoju lokalitu USA. V texte je použitá americká angličtina a odkazy na zdroje sú prevažne z amerického prostredia. Môžeme sa rovnako pozrieť aj na jednoduchú analýzu textu (prvých troch vydaní) podľa výskytu slov, kde sme zvolili kategórie „Mená“ a „Krajiny“.

Graf 12: Častosť výskytu mien



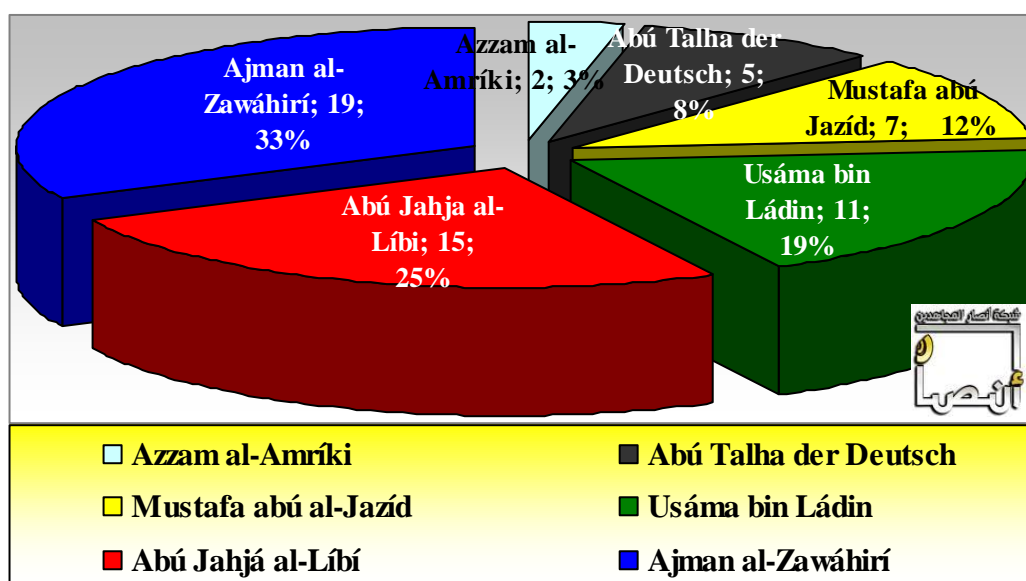
Graf 13: Častosť výskytu jednotlivých krajín



5.5 Atraktivita lídrov

Z prezentovaných dát môžeme usudzovať na „divácku úspešnosť“ produktov centrálného vedenia al-Qá'ídy a somálskej skupiny al-Šabáb. Kým však al-Šabáb je skôr viditeľná ako celok, centrálnе vedenie al-Qá'ídy vďaka mediálnej agentúre al-Saháb (kapitola 3.3.2.) získalo monopol na džihádistské video - prezentácie lídrov svetového džihádizmu. Bude preto účelné pokiaľ sa bližšie pozrieme, ktorí lídri al-Qá'ídy sú vo vedení psychologickej vojny najaktívnejší a ktorí z nich sa stretávajú s najväčšou odozvou spomedzi recipientov. V prvom prípade si tak povšimneme počet produktov jednotlivých lídrov v sekcii *mediálne produkty súvisiace s džihádom* a v druhom rozdielnu priemernú sledovanosť jedného produktu medzi lídrami resp. priemerný počet reakcií na ich posolstvá.

Graf 14: Počet produktov lídrov al-Qá'ídy (N=59)

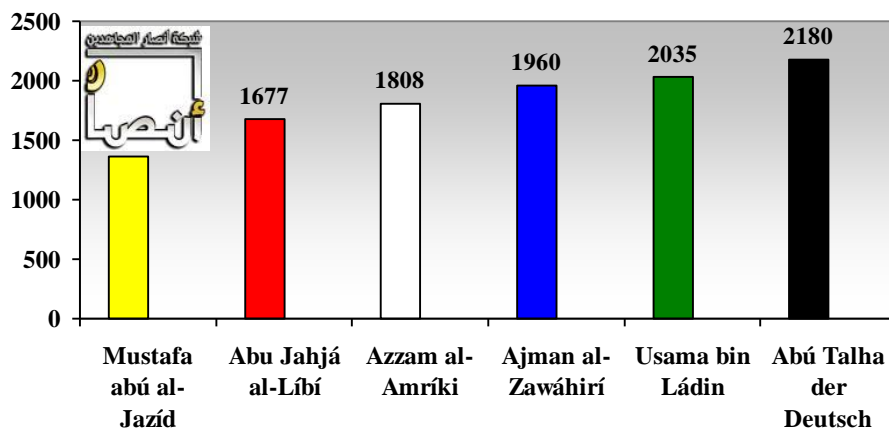


Z uvedeného vidíme, že tretina produktov (33%) spomedzi všetkých skúmaných lídrov bola vydaná a umiestnená na fórum *ansarnet.info* ako produkty čísla 2 al-Qá'ídy: Ajmána al-Zawáhiriho. Z ním nasleduje, rokmi stále viditeľnejší, Abú Jahjá al-Líbi (15 produktov / 25%) a tretím najproduktívnejším lídrom globálneho džihádu je jeho ikona: Usáma bin Ládín (11 / 19%).

Pri analýze priemernej sledovanosti video - posolstiev vedenia al-Qá'ídy, teda ukazovateľa akejsi popularity jej členov, najväčší počet pozretí vykazujú produkty

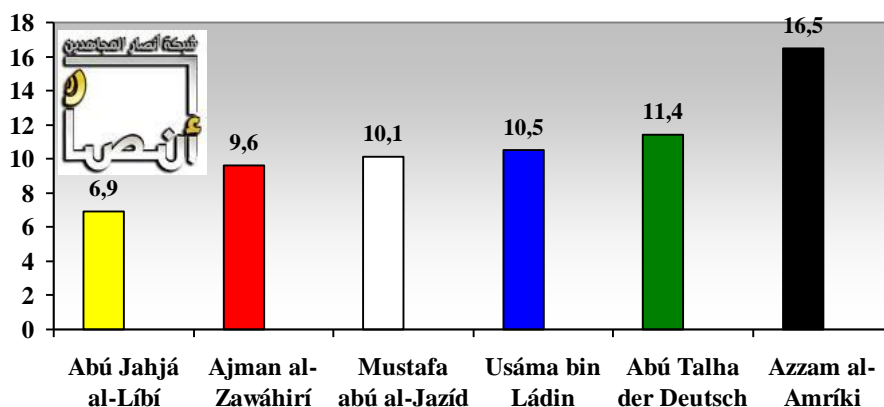
nemeckého člena al-Qá'idy Abú Talha der Deutscha s 2108 pozretiami jedného produktu. Za ním nasleduje bin Ládin (2035), al-Zawáhirí (1960) a ďalší.

Graf 15: Priemerný počet pozretí 1 produktu lídrov al-Qá'idy



Pri identifikácii záujmu o osobnosti mediálnych ikon al-Qá'idy nám rovnako nápomocná môže byť štatistika priemerného počtu reakcií na 1 produkt. Pri takejto analýze sa na prvé miesto dostal Američan Azzam al-Amríky (Adam Gadahan) s 16,5 príspevkami na jeden produkt. Druhým je Abú Talha der Deutsch s 11,4 príspevkami a za ním nasledujú Usáma bin Ládin (10,5) Mustafa abú al-Jazíd (10,1), Ajman al-Zawáhirí (9,6) resp. Abú Jahjá al-Líbí so 6,9 príspevkami na 1 produkt.

Graf 16: Priemerný počet reakcií na jeden produkt lídrov al-Qá'idy



Aj keď by sa mohlo zdať, že práve lídri al-Qá'ídy sú tým najväčším pútačom pre komunitu stúpenčov džihádizmu, faktom je že všetky uvedené produkty skúmaných lídrov tvoria iba 56% produktov agentúry al-Saháb, teda mediálneho krídla al-Qá'ídy. Zvyšných 44% pokrývajú posolstvá ďalších členov ale predovšetkým sú tvorené pozoruhodnou produkciou akýchsi dokumentárnych filmov. Al-Saháb je autorom rady dokumentov o súčasných a minulých konfliktov, mučeníkov, analýz a atď. pričom absolútne najväčšej pozornosti sa tešia výročné videá 9/11. Kategória týchto 44% je tvorená 46 produktmi s priemernou sledovanosťou 1876 a priemerne 9,9 reakciami na jeden produkt.

Pomocným ukazovateľom potenciálne zachytávajúcim popularitu je častota odkazovania na jednotlivých lídrov na celom fóre. Môžeme teda prezentovať hierarchickú tabuľku počtu produktov, v ktorých sa nachádza meno skúmaného lídra.

Tab. 4: Počet produktov s menami lídrov

Líder	Počet produktov s menom lídra
Bin Ládin	724
Al-Zawáhirí	240
Jahjá al-Líbí	235
Al-Jazíd	111
Talha der Deutsch	16
Azzam al-Amríki	14

5.6. Fókus na V4

Hodnotným a zaujímavým údajom z regionálneho hľadiska je nepochybne fókusová orientácia na náš región. Ten sme operacionalizovali ako krajiny V4 (Česká republika, Slovenská republika, Maďarsko a Poľsko). Na základe vyhľadávania kľúčových slov odkazujúcich na jednotlivé krajiny (*Slovakia, Slovak, atď.*) je možné identifikovať

nasledujúci počet odkazov: Poľsko - 189, Česká republika - 29 , Maďarsko - 19 , Slovenská republika – 16.

Tab. 5: Fókus džihádistov na krajiny V4

Krajina	Počet spravodajských odkazov	Počet IT odkazov
Slovenská republika	10	6
Česká republika	22	7
Maďarsko	13	6
Poľsko	182	7

Z analyzovaného materiálu je možné kódovaním rozčleniť všetky produkty do dvoch skupín. Tou prvou sú názvy krajín použité v „preposlaných“ článkoch, analýzach a štúdiách a v druhej použitie názvov krajín pri popise počítačového software. V ani jednom prípade sa tak žiadna z krajín nedostala do „bezpečnostne zaujímavých“ slov či zámerov džihádistov. Krajiny V4 sú pre skúmanú džihádistickú komunitu de facto neviditeľné. Jedinú výnimku tvorí Poľsko, ktoré je vzhľadom k výraznej aktivite v Afganistane aj značne citovanejšie v skúmaných produktoch a najmä v komuniké Islamského emirátu v Afganistane (Tálibán).²⁵⁰ Do spontánnej diskusie sa dostalo vďaka užívateľovi s prezývkou *Samanid*:

„[...] *Poliaci sú veľmi netolerantní, parochálni a povýšeneckí. Poľsko je naj pro-Americká a pro-Izraelská krajina v celej Európe [...]*“

(7. 11. 2009, Švédistan)

²⁵⁰Taktiež jeden z registrovaných užívateľov, pod prezývkou *hammadal*, otvorene vyhlasoval, že žije v Poľsku. Jeho príspevky mali zväčša špecifický polemický, konfrontačný a nesúhlasný tón, pričom sa najviac venoval poľskej armáde a situácii v Iraku. Následne bol jeho účet administrátormi zablokovaný.

6.Diskusia

24. 12. 2009 sa Omar Farúk Abdulmutallab pokúsil vyhodit' do vzduchu lietadlo na ceste do Detroitu. Súčasťou jeho skutku bola i ideologická a taktická príprava. Cez Internet. Necelý týždeň na to - 30. 12. 2009 - Abú Mulal al-Balawí zasadil americkej spravodajskej službe drvivý úder, keď pri samovražednom útoku zabil elitu CIA v Afganistane. Čo je však pozoruhodné je fakt, že al-Balawí bol niekoľko rokov prominentným diskutérom na fóre *alfaloja.net* pod prezývkou Abú Dudžána al-Churásání. *Alfaloja.net* a arabská platforma *ansarnet.info* po čase uverejnili ďalšie vyhlásenie, v ktorom informujú o ďalších dvoch diskutujúcich z ich fór, ktorí zomreli ako „mučeníci“. V marci 2010 bola uväznená Američanka plánujúca vraždu švédskeho karikaturistu Larsa Vilksa (karikatúry proroka Mohamada). Daný plán bol dohadovaný cez internetové fóra a na fóre *ansarnet.info* vystupovala pod prezývkou *Fatima LaRose*. Na džihádistických fórach tak nájdeme ideológov, aktívnych bojovníkov, potenciálnych budúcich členov či „len“ sympatizantov džihádizmu. Dané konštatovanie spolu s uvedenými príkladmi nám tak odpovedá na otázku či je užitočné (a do akej miery) poznať kyberpriestor militantného islamizmu. Domnievame sa, že predkladaná práca je práve takýmto vhl'adom do džihádistickej komunity.

Pri výskumnej otázke číslo jedna bolo našou ambíciou deskriptívne zmapovanie fóra *ansarnet.info*, ktoré malo slúžiť ako orientácia či vytvorenie určitého „Gestaltu“ o organizovaní a obsahovej agende džihádizmu na internete ako i podklad pre zodpovedanie ďalších otázok.

Výskumná otázka č. 2 nám prináša zaujímavú odpoveď na otázku pátrajúcu po tom, kde návštevníci fóra prejavujú najväčšiu aktivitu. Je tak možno usudzovať, že dané témy sú práve najvnímanejšie v rámci džihádistickej komunity, čo vytvára cenné konštatovanie pre potenciálne využitie v kontraPSYOPS. Takýmto akcentom je najmä obsiahnutá kapitola 5.2. (*Spor o legitimitu / fitna*), ktorá otvára živé témy kontroverzie vo vnútri džihádistickej komunity. Neistota či lídri súčasných džihádistických skupín sú náboženskými autoritami, aby mohli komentovať svetové dianie a kázať „správny“ islam, je prekonávaná len za cenu intenzívnejšej indoktrinácie, dogmatizácie a brainwashingu. Obrovskou témou je spor nacionálnych verzus globálnych džihádistov. Globálni džihádisti odsudzujú Hamás, kvôli jeho „národnej ambícii“. Avšak palestínske hnutia bojujúce proti Izraelu spolu so zábermi

tisícov mŕtvych Palestínčanov vzbudzujú sympatie miliónov moslimov. Nenávistná rétorika voči Hamásu tak spôsobuje vo vnútri komunity minimálne rozpaky.

Uskutočnená analýza nám taktiež ukázala, že veľkému záujmu sa teší regrutácia členov k psychologickej vojne. Tento fakt, je opäť cennou informáciou, nakoľko nám tak dáva možnosť nahliadnuť do toho aké sú ambície PSYOPS produktov, prostriedky k ich tvorbe, postupy, organizačné komplikácie, možnosti resp. identifikuje členov fóra, ktorí o dané aktivity javia záujem. Takéto detailné poznanie produktov, tak môže poslúžiť ako kľúčová výhoda pre bezpečnostné zložky na poli psychologickej vojny.

V kapitole 5.2. (*Príspevky k PSYOPS produktom*) sme dospeli k dôležitému konštatovaniu. Tým je fakt, že diskusné príspevky k produktom džihádistických skupín sú de facto technokratické a k obsahu sa vyjadrujú len minimálne. To kladie zaujímavú otázku o povahe komunity *ansarnet* fóra. Prestížne arabské fóra majú niekoľko prominentných členov, ktorých Jarrat Brachman označuje ako „vedátorov“, teda akýchsi „poľných ideológov“. Tí komentujú posolstvá lídrov a skupín a uvádzajú ich do širších súvislostí. Fórum *ansarnet* však takýchto členov nemá²⁵¹. Členovia fóra síce diskutujú pri spravodajských príspevkoch avšak polemizovať a diskutovať o obsahu posolstiev ikon džihádizmu si netrúfajú. To nás vedie k hypotéze, že ich myšlienková rigidita je vyššia pričom akúkoľvek polemika je odmietaná. Kým v arabskom prostredí nájdeme spory medzi tzv. neozarqáwistami (nasledovníci al-Zarqáwiho) a prívržencami Abú Mohameda al-Maqdísiho v otázkach zabíjania šítov a civilistov na fóre *ansarnet* je i minimálna polemika s lídrami neprípustná. Po tom ako Usáma Bim Ládin v januári 2010 vydal bizarné či až komické vyhlásenie obviňujúce USA z globálneho otepľovania citujúc pri tom Noama Chomského sa jeden diskutujúci pozastavil nad tematickým obsahom a rétorikou tejto ikony salafijskeho džihádizmu. Následne mu bolo jeho konto zrušené. Je komplikované sprostredkované usudzovať na príčiny daného fenoménu, avšak ako hypotéza sa ponúka téza, že takáto silne vyhranená rigidita je dôsledkom určitej „džihádistickej nevzdelanosti“ na fóre *ansarnet*, keď členovia neuvedomujú si reálne spory v džihádistickom hnutí, slepo prijímajú všetky posolstvá, sťahujú a sledujú produkty osobností, o ktorých nikdy nepočuli a dogmaticky ich vedia. Je pravdepodobné, že ide

²⁵¹Takouto osobnosťou bol člen s preývkou *Insurgent*, avšak v auguste 2009 z fóra bez vysvetlenia zmizol a jeho konto bolo zmazané. V súčasnosti sa do podobnej role pomaly dostáva diskutér s prezývkou *Tarbiya*.

o ľudí žijúcich na Západe, ktorí sú dennodenne konfrontovaní s kultúrou, ktorú odsudzujú a produkty džihádizmu tak pre nich predstavujú túžobný nekritizovateľný ideál a únik.

Dané konštatovanie nás plynulo posúva k otázke č. 3, ktorá monitoruje produkty, o ktoré majú džihádisti najväčší záujem. Okrem dopytu po produktoch lídrov, práve tu pozorujeme veľký dopyt po anglických prekladoch, ktorých je pre dostatočné ideologické vzdelanie v džihádizme málo. Máme za to, že aktívni a poprední členovia „kyberdžihádu“ si tento jav už všimli, čomu nasvedčuje aj distribúcia uvedených džihádistických magazínov, ktoré tak tvoria vhodnú cestu ku „samovzdelaniu“ a následnej „samoradikalizácii“. Je teda pravdepodobný ich ďalší nárast.

V ďalšej výskumnej otázke sme sa venovali základným stratégiám PSYOPS, ktoré sú užívané jednotlivými skupinami. Na základe uskutočnenej analýzy tvrdíme, že najvhodnejšie produkty z hľadiska sledovanosti sú video – produkty, ktoré signifikantne predstihli produkty textové. Z nášho výskumu vyplýva, že najznámejšia súčasná teroristická organizácia al-Qá'ida je so svojou agentúrou al-Saháb absolútnym kráľom na poli psychologickéj vojny a teda de facto, možno viac než reálna hrozba je práve toto príčinou „obáwanej sily“ al-Qá'idy. Na absolútne opačnom konci sa nachádza stratégia Tálibánu, ktorú je možné hodnotiť ako minimálne nevhodnú. Afgánsky Islamský Emirát (Tálibán) psychologickú vojnu jednoznačne prehráva. Celý svet považuje hnutie Tálibán za chorobne fundamentalistické, ktoré bije ženy a zakazuje im vzdelanie. Mediálne agentúry Tálibánu sa vo svojich produktoch ohradzujú, že dané tézy sú lži, avšak ku koncovému publiku sa ich slová nedostávajú. Faktom však je, že Tálibán v tomto prípade dopláca na svoju ortopraxiu, nakoľko sa pridružuje tradícii, ktoré zakazujú počúvať hudbu, sledovať video či ľudské postavy. Avšak zrejme aj pre Tálibán platí pravidlo „účel svätí prostriedky“. V druhej polovici roku 2009 začali prichádzať na svet ich prvé video - produkty. Tie (ako môžeme vidieť na uvedených grafoch) sa stretli s obrovským dopytom a sledovanosťou. Je preto možné usudzovať na trend silnejúcej psychologickéj vojny a „videoizácie“ Tálibánu, o ktorom sa domnievame, že bude gradovať. Naopak, tlačové vyhlásenia slúžiace ku každodennému informovaniu o úspechoch z bojiska sú sledované len minimálne a teda tak hodnotíme aj ich PSYOPS - potenciál. Pozoruhodný fakt, pri kvantifikácii produktov je dominancia „dokumentov“ al-Saháb a ich vysoká sledovanosť. Tieto dokumenty, ktorým sme sa podrobnejšie venovali v predchádzajúcom texte ukazujú, že džihádistická komunita už nepotrebuje k radikalizácii výhradné posolstvá lídrov a celebrit. Video - kompilácie najrozličnejšieho druhu s profesionálnymi audio – vizuálnymi

efektmi ukazujú na akýsi „samoživot“ džihádistickej komunity. Erbovým príkladom je video vytvorené priamo autormi *ansarnet* fóra: „*Budúca generácia mudžáhedinov*“. Fórum *ansarnet.info* tak spolu s časopismi a logami už nie je len úložisko pre posolstvá jednotlivých skupín ale samo aktívne participuje v psychologickvej vojne džihádizmu.

Pri identifikovaní popularity lídrov je možné konštatovať, že dlhoročne najproduktívnejší líder je Ajman al-Zawáhirí, ktorý vedomí si moci médií (čo neraz spomína vo svojich posolstvách), neustále produkuje vyhlásenia a komentáre k svetovému daniu. Pri hodnotení TOP sledovanosti, je zaujímavé, že danému rebríčku dominuje nemecký Abu Tlaha der Deutsch. Aj keď je odvážne vyvodzovať závery iba z 5 produktov ktoré uverejnil, domnievame sa, že daná atraktivita by mohla byť asociovaná tým, že nemecký člen al-Qá'ídy môže byť vysoko prít'azlivý práve pre anglickojazyčnú džihádisticú komunitu, ktorej prevažná väčšina pravdepodobne žije na Západe. Kým Usáma Bin Ládín sa umiestnil tradične vysoko v rebríčku sledovanosti, resp. v rebríčku citovanosti na fóre je jednoznačne najčastejšia referenčná osobnosť, zaujímavý je nízky „rating“ korunného princa al-Qá'ídy Abú Jahjá al-Líbiho. Je možné, že na rozdiel od Ládína a al-Zawáhirího, ktorí si uvedomujú potenciál médií, to že nie sú produkty al-Líbiho často krát otitulované a prekladané, môže byť príčina nezájmu nearabsky hovoriacich džihádistov. To, že by mohlo ísť o takúto „jazykovú komplikáciu“ by napovedala aj naopak jeho „úspešnosť“ v *Tabuľke 4* kde už al-Líbi vykazuje relatívne vysokú úspešnosť ako referenčná osobnosť diskutujúcich. Každopádne samotný fakt, že číslo 3 al-Qá'ídy a podľa analytikov nová mediálna hviezda v našej analýze svoju povest' nenaplnila je hodná ďalšieho a najlepšie samostatného výskumu, skúmajúceho jeho osobnosť v psychologickvej vojne.

Posledná výskumná otázka je akýsi prídavok k práci, ktorého fókusom je postavenie krajín V4 v slovách a skutkoch džihádistov. Z uvedeného je možné konštatovať, že Slovensko, Česko a Maďarsko nie sú doposiaľ pre členov *ansarnet* fóra zaujímavé. Vzhľadom k prísnej imigračnej politike, malému počtu a charakteru moslimov žijúcich v daných krajinách ako i globálnou „nevýznamnosťou“ jednotlivých krajín je možné považovať daný fakt za logický. Mierne odlišná situácia je v prípade Poľska, v ktorom žije podstatne viac moslimov a predovšetkým, ktoré je ako silný spojenec USA výrazne vojensky zaangažované v Afganistane.

Máme ambíciou vidieť v predkladaných výsledkoch potenciálne použiteľné informácie pre účely psychologických operácií. Rovnako nás daná práca posúva aj ďalej

vo výskume, nakoľko ju chápeme ako vstupnú bránu ku skúmaniu správania a prežívania džihádistov. Pokiaľ táto práca analyzuje diskusné fórum, na ktorom sa jednotlivé produkty nachádzajú, ako ďalší krok vidíme interdisciplinárnu analýzu práve týchto produktov. Považujeme za vhodné analyzovať produkty jednotlivých skupín či osobností (viď. al-Líbí), identifikovať ich agendu, postupy psychologickéj vojny a samozrejme ich slabé miesta. Danou analýzou môžeme napríklad spozorovať, že členovia jednej skupiny nemusia mať vždy rovnaké názory a ich hodnotová zhoda môže byť značne inkonzistentná (čo by boli opäť produktívne zistenia pre psychologické operácie proti džihádistom). Rovnaká situácia je i na poli spriatelených skupín, keď pomocou analýzy ako kľúčovej zložky PSYOPS procesu môžeme pozorovať napríklad výrazný spor medzi al-Qá'idou a Tálibánom v otázke globálny verzus lokálny džihádizmus (islamizmus). Ako sme uviedli v predchádzajúcom texte, takáto pozornosť z hľadiska budúcnosti by mala byť venovaná najmä somálskemu al-Šabáb, o ktorom sa domnievame, že sa stane budúcou baštou globálneho džihádizmu vedeného proti Západu. Internetové prostredie však ponúka omnoho viac príležitostí nahliadnuť do kuchyne súčasného džihádizmu. Uvádžali sme už kontroverznú rolu nacionalizmu, či spor al-Zarqáwi – al-Maqdísi, ďalej je nepochybne vhodné sledovať produkty 2 najvplyvnejších duchovných pre anglickojazyčnú komunitu: Anwara al-Awlakího a Abdulaha al-Fajsala. Sledovanie daných produktov a reakcie stúpcov džihádizmu na ne nám tak môžu priniesť hodnotné informácie, ktoré je možné použiť v súboji ideí a zabrániť tak radikalizácii moslimskej mládeže.

Nutnou súčasťou tejto kapitoly je rovnako uvedenie komplikácií a spornosti daného výskumu. Výskum v kyberpriestore so sebou logicky nesie obrovské riziko straty validity. Anonymita užívateľov a sprostredkovaná interpretácia ich správania nás nepochybne značne obmedzuje pri našich záveroch, avšak domnievame sa, že je to jediný spôsob ako daný fenomén zachytiť. Nepochybne otázna je i ambícia zovšeobecňovať výsledky na celú komunitu. Je hypoteticky možné, že radikálnejší moslimovia ovládajú arabčinu a navštevujú preto arabské fóra, a teda že nami skúmané fórum je len akási „soft verzia“. Či je však jazyková kompetencia alebo napríklad miesto pobytu, tým určujúcim faktorom, ktoré fórum kto navštevuje je otázkou minimálne nateraz nezodpovedateľnou. Pokiaľ by sme chceli polemizovať o produktoch na fóre a generalizácii ich analýzy, môžeme pozorovať, že na všetkých fórach sú de facto identické produkty a preto dané závery (najmä otázku č. 4) môžeme odvážne hodnotiť ako globálne platné.

7.Závery výskumu

Predkladaná práca na základe teoretického ukotvenia psychologických operácii (PSYOPS) analyzuje život džihádistov v kyberpriestore na fóre *ansarnet.info*.

- Bola uskutočnená deskripcia zvoleného kyberpriestoru a popis organizačnej diferenciácie a štruktúry fóra.
- Identifikovali sme kľúčové témy (vid. kapitola 5.2 + diskusia) potenciálne využiteľné pre psychologické operácie.
- Na základe rozboru diskusných príspevkov a komentárov k produktom lídrov sme navrhli vnímať skúmanú skupinu ako rigidnejšiu v porovnaní s inými skupinami na iných fórach a hypoteticky „džihádisticky nevzdelanú“.
- Najväčší dopyt zo strany členov fóra je po video - posolstvách lídrov, literatúre a anglických prekladoch.
- Video – produkty sa v porovnaní s tlačovými produktmi javia z hľadiska PSYOPS ako vysoko produktívnejšie. Rozdiel je identifikovaný najmä na príklade al-Qá'idy a Tálibánu.
- Najviac video - produktov (teda najefektívnejšia stratégia PSYOPS) na fóre *ansarnet.info* pochádza od al-Qá'idy a Kaukazského Islamského Emirátu.
- Najproduktívnejším lídrom je Ajman al-Záwáhirí a najpopulárnejším Usáma Bin Ládín a Abú Talha der Deutsch. Povšimnutiahodná je nižšia ako očakávaná popularita Abú Jahjá al-Líbího.
- Fokus skúmaných džihádistov na krajiny V4 je nevýznamný, resp. malú výnimku tvorí Poľsko.
- V diskusii sme ponúkli návrhy ďalších bezprostredne nadväzujúcich výskumov.

8.Súhrn

Diplomová práca *Vybrané aspekty psychologických operácií v oblasti terorizmu a protiterorizmu* skúma vybrané otázky života džihádistov v kyberpriestore a stratégie psychologickéj vojny súčasných globálnych džihádistických skupín. V úvodnej časti oboznamuje čitateľa s pojmovými a teoretickými východiskami, keď pojednáva o termínoch terorizmus, islamizmus, resp. džihádizmus a uvádza mechanizmy ich pôsobenia. Následne vymedzuje metódu psychologických operácií (PSYOPS), ktoré sú definované ako: „*Plánované psychologické činnosti uskutočňované v dobe mieru, krízy a vo vojne zamerané na nepriateľské, spojenecké a neutrálne cieľové skupiny (Target Audience) za účelom ovplyvniť ich postoje a správanie takým spôsobom, aby boli dosiahnuté vytýčené vojenské a politické ciele.*“ V texte je pojednávané o typológii PSYOPS, procese tvorby PSYOPS produktov ako i o psychologických zásadách persúazie pri tvorbe produktov psychologických operácií. Ďalšia kapitola zoznamuje čitateľa s technikami psychologických operácií, ktoré slúžia ako nástroj psychologickéj vojny súčasných džihádistických skupín. Stručne zhŕňa ich históriu, špecifické postavenie internetu ako kľúčového nástroja psychologických operácií, klasifikáciu s vybranými príkladmi a následne popisuje tzv. mediálne agentúry, teda skupiny, ktoré sú práve tou najdôležitejšou zložkou v PSYOPS procese džihádistov. Daný text nám tak vytvára nutné teoretické a vedomostné ukotvenie potrebné pre výskumnú časť, ktorá naň nadväzuje.

V nej je uskutočnená kvantitatívna resp. kvalitatívna obsahová analýza anglickojazyčného džihádistického internetového fóra *ansarnet.info* za obdobie 12 mesiacov jeho existencie (12/2008 – 12/2009). Na začiatku je uvedená deskriptívna štruktúracia obsahovej agendy džihádistov v kyberpriestore, od ktorej sa následne odvíja ďalší výskum. V rámci neho sme identifikovali najdiskutovanejšie témy členov *ansarnet.info* fóra, ktoré sme následne rozdelili do 10 kategórií. Na základe analýzy prejavov správania členov fóra máme ambíciou ich vnímať (v porovnaní s arabskojazyčnými fórami) ako rigidnejších a danú džihádistickú komunitu ako menej vzdelanú v „agende džihádizmu“. V ďalšej časti skúmajúcej dopyt po produktoch demonštrujeme najväčší záujem o videonahrávky lídrov/skupín, džihádistickú literatúru a anglickojazyčné preklady. Práve tie vnímame ako dôležitý nedostatkový tovar pre nearabsky hovoriacu komunitu džihádistov a zároveň ako možnú príčinu „džihádistickej nevzdelanosti“.

Pri porovnaní stratégií PSYOP u vybraných džihádistických skupín vidíme najväčší kontrast medzi stratégiou al-Qá'ídy a Tálibánu. Kým al-Qá'ida používa k vedeniu psychologickkej vojny de facto výhradne video/audio – produkty, Tálibán, v dôsledku svojej ideológie, postavil svoju stratégiu na tlačových produktoch. Následne bolo našou ambíciou porovnanie efektivity daných PSYOPS postupov, pričom tvrdíme, že z hľadiska sledovanosti je „video stratégia“ signifikantne populárnejšia než distribúcia tlačových vyhlásení. Kým 1 video – produkt má priemerne 1291 vzhliadnutí, u textového je to iba 378. Skupiny, ktoré najviac využívajú túto „najefektívnejšiu stratégiu psychologickkej vojny“ sú al-Qá'ida a Kaukazský Islamský Emirát.

Lídrom distribuujúcim najväčší počet video – produktov je Ajmán al-Zawáhiri. Pri zhodnotení popularity lídrov podľa sledovanosti, resp. podľa referenčných odkazoch na fóre *ansarnet.info* (výskyt mien na fóre) patria medzi najpopulárnejších Usáma Bin Ládín, Ajman al-Zawáhiri a Abú Talha der Deutsch. Sporné je postavenie tzv. korunného princa al-Qá'ídy Abú Jahjá al-Líbiho (viď. diskusia). Následne pri analýze rétoriky fóra voči krajinám V4, kde zisťujeme počet a konotáciu použitia názvov jednotlivých krajín, usudzujeme na nezáujem o danú oblasť. Po prezentácii dát prechádzame k diskusii kde navrhujeme po našom de facto úvodnom výskume akejsi „základne“ produktov psychologických operácií, prejsť k výskumom, ktoré budú analyzovať samotné produkty. Tu uvádzame aj návrhy konkrétnych výskumov, ktoré považujeme nielen len za akademicky zaujímavé ale predovšetkým za „bezpečnostne dôležité“.

Použitá literatura:

AHERN, J. Television images and psychological symptoms after the September 11 terrorist attacks. *Psychiatry*. 2002, ročník 65, číslo 4, s. 299 – 300.

AL-SHAMI, Mansoor. *Advice to the people of Jihad*. 16. 8. 2009, [cit. 2009-08-17] Dostupné na: ansar1.net/showthread.php?p=58469.

AUXIER, R. Few in NATO Support Call For Additional Forces in Afghanistan. Pew Global Attitudes Project. 31. 8. 2009, [cit. 2009-09-17] Dostupné na: <http://pewresearch.org/pubs/1325/little-support-in-nato-for-afghanistan-troop-increases>.

BARŠA, Pavel. *Západ a islamismus*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2001, 188 s. ISBN 80-85959-96-8.

BASSAM T. The Totalitarianism of Jihadist Islamism and its Challenge to Europe and to Islam. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 2007. ročník. 8, číslo. 1. s. 35–54.

BECK, Ulrich. *Riziková společnost: Na cestě k jiné moderně*. Praha: Slon, 2004, 431 s. ISBN: 80-86429-32-6.

BINKA B. Obrana proti mediální manipulaci aneb přiblížení postupů, které odhalují nebezpečné triky světa médií. 3. 8. 2009, [cit. 2009-11-11] Dostupné na: <http://www.blisty.cz/2009/8/5/art48238.html>.

BOCK, A. Mary. *Impressionistic Content Analysis*. In: KRIPENDORFF, Klaus (ed.). *The Content Analysis Reader*. Sage Publications. 2008, 496s. ISBN: 9781412949651.

BORRADORI, Giovanna. *Filosofie v době teroru: rozhovory s Jurgenem Habermasem a Jacquesem Derridou*. Praha: Karolinum, 2005, 190 s. ISBN 80-246-0907-X.

BOSCARINO, J. A. Worker Productivity and Outpatient Service Use After the September 11th Attacks. *American Journal of Industrial Medicine*. 2006. ročník. 49, číslo 8. s. 670 – 682.

BRACHMAN, J. A Note About America's New CT Strategy. 7.8.2009, [cit. 2009-09-17] Dostupné na: <http://jarretbrachman.net/?p=791>.

BRACHMAN, J. *Global Jihadism: Theory and Practice*. Routledge. 2006, 212 s. ISBN-10: 0415452422.

Briti sú za návrat vojakov z Afganistanu. Sme. 28. 7. 2009, [cit. 2009-11-27] Dostupné na: <http://www.sme.sk/c/4952466/briti-su-za-navrat-vojakov-z-afganistanu.html>.

BUREŠ, J. Když se řekne psychologické operace. 29. 1. 2003, [cit. 2009-09-16] Dostupné na: <http://www.army.cz/scripts/detail.php?id=1923>.

BURRIS, S. The Criminalization of HIV: Time for an Unambiguous Rejection of the Use of Criminal Law to Regulate the Sexual Behavior of Those with and at Risk of HIV, [cit. 2009-10-03] Dostupné na: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1189501.

CARNAGEY N. Changes in Attitudes Towards War and Violence After September 11, 2001. *Aggressive behavior*. 2007. ročník 22, s. 118 – 129.

CIGÁNIK, Lubomír a JAŠŠOVÁ, Eva. *Terorizmus*. Bratislava: VEDA, 373 s. ISBN 8022408921.

CNN's fake interview with Taliban's official spokesman Zabihulla Mujahid is exposed. 15. 5. 2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: www.ansarnet.info/showthread.php?t=5691.

Commando Solo Radio Messages Over Iraq, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/CommandoSoloIraqScripts.html>.

Commando Solo Radio Scripts. War on Terrorism in Afghanistan, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/radioscripts.html>.

ČEJKA, Marek. *Encyklopedie blízkovýchodního terorismu*. Brno: Barrister & Principal, 2007, 1. vydání. 280 s. ISBN: 978-80-87029-19-0

DAVIS, W. D. Civil Liberties vs. Security: Public Opinion in the Context of the Terrorist Attacks on America. *American Journal of Political Science*. 2004. Roč. 48, č 1. s. 28-46.

DOLINEC, Vladimír. *Sekuritizácia ako atribút globálnej vojny proti terorizmu*. Diplomová práca. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela. 2008. 74 s.

DRAKOS, K. Regional Effects of Terrorism on Tourism in Three Mediterranean Countries. *Journal of Conflict Resolution*. 2003. ročník 47. číslo 5. s. 621 – 641.

DRULÁKOVÁ, R. Postdemokracie v Evropské unii: bezpečnost versus občanské svobody? *Mezinárodní vztahy*, 2006, ročník 41, číslo 2, s. 5 – 22.

ECKEL, M. U.S. Military Turns to Video of 9/11/01 to Win Hearts and Minds of Afghans, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/afghanvideo.html>.

Encyklopédie: Světový terorismus. Teror v dějinách do roku 1939. Praha: Svojtka&Co. 2002, 536 s. ISBN: 80-7237-340-4.

FBIS. Compilation of Usama Bin Ladin Statements 1994 - January 2004. 11. 6. 2009, [cit. 2009-08-05] Dostupné na: <http://www.fas.org/irp/world/para/ubl-fbis.pdf>.

Federal Bureau of Investigation: Guantanamo Bay Inquiry. 2007, 244 s. Dostupné na: <http://foia.fbi.gov/foiaindex/guantanamo.htm>.

FERGUSON, Charles. *No end in Sight: Iraq's Descent into Chaos*. PublicAffairs. 2008. 1 vydanie. 672 strán. ISBN-10: 158648608X.

FISHMAN, B. Dysfunction and Decline: Lessons Learned From Inside Al-Qa`ida in Iraq. Combating Terrorism Center at West Point 16. 3. 2009 [cit. 2009-08-05] Dostupné na: http://www.ctc.usma.edu/harmony/pdf/DD_FINAL_FINAL.pdf.

FONAGY, Peter a TARGET, Mary. *Psychoanalytické teorie: Perspektivy z pohledu vývojové psychopatologie*. Praha: Portal. 2005. 400 s. ISBN: 80-7178-993-3.

FRIEDMAN, A. H. Israel Vs Hamas 2008-2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/GazaPSYOP.html>.

FRIEDMAN, A. H. Sex and Psychological Operations, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/sexandprop.html>.

FRIEDMAN, A. H., Psychological Operations in Afghanistan, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/Herbafghan.html>.

GADAHAN, A. *Let's Continue Our Jihad and Sacrifice*. 11. 6. 2009, [cit. 2009-08-05] Dostupné na: <http://www.archive.org/details/Lets-Continue-Our-Gehad>.

GALEA, S. Psychological Sequelae of the September 11 Terrorist Attacks in New York City. *The New England Journal of Medicine*. 2002. ročník 346, číslo 13. s. 982 – 987.

GOLDSTEIN L. Frank. (ed.). *Psychological operations: Principles and Case Studies*. Alabama: Air Univ Pr. 1996. 380 s. ISBN-10: 9996617491.

GRAY, John. *Al Kajda a co to znamená být moderní*, Praha: Mladá fronta, 2005, 1. Vydání. 136 s. ISBN: 80-204-1270-0.

HAMBLEEN J. Terrorist Attacks and Children. [cit. 2009-09-06] Dostupné na: <http://www.ptsd.va.gov/public/pages/terrorist-attacks-children.asp> .

HAVEL, I. Interdisciplinarita, transdisciplinarita a vysokoškolské vzdělávání. In: *Co znamená udržitelnost pro univerzity*. Praha: Centrum pro otázky životního prostředí. 2005. 171 s. ISBN 80-239-6560-3

HAWKINS, A. J., Doctrine for Joint Psychological Operations. 2003. 125s. Dostupné na: http://www.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSAEBB177/02_psyop-jp-3-53.pdf.

HEGGHAMMER, T. Why is al-Sahab Called al-Sahab?, 15. 6. 2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.jihadica.com/why-is-al-sahab-called-al-sahab/>.

HEJNA, A. Terorismus ve světě a cestovní ruch. COT Business, 2003 [cit. 2009-09-12] Dostupné na: http://www.cot.cz/data/cesky/03_09/priloha_C0903.pdf.

HEMMING, J. Press and "Psy Ops" to merge at NATO Afghan HQ: sources, [cit. 2009-10-04] Dostupné na: <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=11250>.

HESS, P. Soldier held in Afghanistan is 23-year-old Idahoan, 19. 7. 2009, [cit. 2009-08-12] Dostupné na: <http://abcnews.go.com/Politics/wireStory?id=8120618> 12x60.

HODNÝ, J. Psychologické operace USA v období leteckých útoků NATO proti Jugoslávii a během operace JTF Shining Hope. *Vojenské rozhledy*. 2003. ročník 12, číslo 1. s. 121 – 126. Dostupné na: http://www.army.cz/avis/vojenske_rozhledy/2003_1/121.htm.

IBANEZ, Luis de la Corte. *Logika terorismu*. Praha: Academia 2009, 1. vydání, 322 s. ISBN: 978-80-200-1724-6.

International Institute for Counter-terrorism. The Internet at the Service of Jihad Organizations. 18 s. [cit. 2009-11-27] Dostupné na: <http://www.ict.org.il/Research/Jihadi/JWVGInsights/Default.aspx>.

International Institute for Counter-Terrorism. Jihadi online forums explain how to become an Al-Qaeda member. 6 s. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.ict.org.il/Portals/0/Internet%20Monitoring%20Group>.

International Institute for Counter-Terrorism. Training Jihad activists via the internet. 8 s. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: http://www.ict.org.il/Portals/0/Internet%20Monitoring%20Group/JWVG_Training_Jihad_Via_the_Internet.pdf.

Internet haganah. Top Ten" list of jihadi forums for 03 August 2009. 3. 8. 2009, [cit. 2009-10-02] Dostupné na: <http://internet-haganah.com/harchives/006545.html>.

JANKU, J. Vlačajší vývoj svetového turizmu najviac poznačil terorizmus. 10. 3. 2002, [cit. 2009-09-11] Dostupné na: <http://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2002/cislo-10/vlanajsi-vyvoj-svetoveho-turizmu-najviac-poznacil-terorizmus.html>.

KATZ, R. The Online Jihadist Threat. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: http://armedservices.house.gov/pdfs/TUTC021407/Katz_Testimony021407.pdf.

KATZ, R. Terrorist 007, Exposed. 26. 3. 2006, [cit. 2009-11-07] Dostupné na: <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2006/03/25/AR2006032500020.html>.

KIMMAGE, D. Iraqi Insurgent media. Radio Free Europe. 28 s. [cit. 2009-11-19] Dostupné na: http://docs.rferl.org/en-US/AQ_Media_Nexus.pdf.

KIMMAGE, D. The al-Qaeda Media nexus. 3/2008. 28 s. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: http://docs.rferl.org/en-US/AQ_Media_Nexus.pdf.

KOHLMAN F. E. Al Qaeda and the Internet. 8. 8. 2005, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/discussion/2005/08/05/DI200508052.htm>.

KOHLMANN, F. E. Inside As-Sahaab: The Story of Ali al-Bahlul and the Evolution of Al-Qaida's Propaganda. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/FeaturedDocs/nefabahlulsahaab1208.pdf>.

KOHLMANN, F. E. Prominent Jihadi Media Organizations in Central Asia. [cit. 2009-09-29] Dostupné na:

<http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/FeaturedDocs/nefajihadmedia0309.pdf>.

LAMB, J. CH. Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience. Washington: National Defense University Press. 2005. 218 s. Dostupné na: http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/ndu/lamb_psyops_lesns_sep05.pdf.

LAQUER, W. Postmodern terrorism. *Foreign Affairs* 75. 1996. s. 24 – 36.

LIA, B. Al-Qaeda online: understanding jihadist internet infrastructure. *Jane's intelligence review*. 1.1.2006, [cit. 2009-10-08] Dostupné na: http://www.mil.no/multimedia/archive/00075/Al-Qaeda_online__und_75416a.pdf.

LIA, B. Jihad Web Media Production, [cit. 2009-09-14] Dostupné na: http://www.mil.no/multimedia/archive/00092/Jihadi_Web_Media_Pro_92100a.pdf.

LUNGU, M. A. The internet and psychological operations. *JFK*. spring/summer 2001, s. 13 – 17.

MAREK, V. Banánoví zajatci. 14. 10. 2002, [cit. 2009-09-17] Dostupné na: <http://www.army.cz/mo/tisk/areport/2002/10/14.htm>.

MAREŠ, Miroslav. *Terorismus v ČR*. Brno: Centrum strategických studií, 2005, 1. vydanie, 476 s. ISBN: 80-903333-8-9

MCCANTS, W. Jihadi Media Materials Under Attack On Archive.Org. 2. 11. 2008, [cit. 2009-08-07] Dostupné na: [Jihadi Media Materials Under Attack On Archive.Org](http://www.archive.org/details/jihadi-media-materials-under-attack-on-archive-org).

McCANTS, W. (ed.). *Militant Ideology Atlas*. West Point: Combating terrorism Center, 2006, 23 s. [cit. 2009-08-02] Dostupné na: <http://ctc.usma.edu/atlas/Atlas-ExecutiveReport.pdf>.

MIGUEL – TOBAL, J. J. PTSD and Depression After the Madrid March 11 Train Bombings. *Journal of Traumatic Stress*. 2006. ročník 19, číslo 1, s. 69 – 80.

Minnesota national guard. Psychological Operations Specialist. [cit. 2009-09-18] Dostupné na: <http://www.goarmy.com/JobDetail.do?id=7>.

Ministerstvo Obrany. Psychologické operace informační války – perspektivy. [cit. 2009-09-15] Dostupné na: <http://www.army.cz/scripts/detail.php?id=770> .

NEFA. Al-Qaida's online couriers. 5/2009, [cit. 2009-12-03] Dostupné na: <http://www.nefafoundation.org/reports.html#nefacouriers0509>.

NEFA. AQIM: "Declaration of al-Andalus Establishment for Media Production. 4.10.2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/nefaAndalusAQIM1009.pdf>.

NEFA. Army of Islam Announces Split with GIMF. 2009, [cit. 2009-12-01] Dostupné na: http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/FeaturedDocs/nefa_jaishalislam0609.pdf.

NEFA. Taliban: A book of rules. 10. 9. 2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/nefa_talibancodeconduct.pdf.

NIŽŇANSKÝ, J. K niektorým aktuálnym otázkam psychologických operácií. Vojenské Obzory. 2004. r. 10, č. 1, s. 69 – 88.

NJENGA, G. F. Post-traumatic stress after terrorist attack: psychological reactions following the US embassy bombing in Nairobi. The British Journal of Psychiatry. 2004. roč 183. s. 328 – 333.

OLIMPIO, G. Internet and Al Qaeda two 'networks' for Islam. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: gnosis.aisi.gov.it/Gnosis/Rivista14.nsf/ServNavigE/7.

Online etymology dictionary. Terrorism. 16. 7. 2009, [cit. 2009-09-17] Dostupné na: <http://www.etymonline.com/index.php?term=terrorism>.

Operation by the Mujahid brother Omar Al-Farooq the Nigerian, 28. 12. 2009, [cit. 2009-01-10] Dostupné na: <http://ansarnet.info/showthread.php?t=17537>.

PERL, R. F. Terrorism, the media, and the government. 22. 10. 1997, [cit. 2009-10-17] Dostupné na: <http://www.fas.org/irp/crs/crs-terror.htm>.

Personal experience with the Shaykh Abu Mansour al-Amriki. 17. 7. 2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.alqimmah.net/showthread.php?t=7851>.

POST, M. J. Psychological Operations and counterterrorism. Joint Force Quarterly. 2006. číslo. 37. s.105 - 110.

Prevention of Terrorism Bill. 22. 2. 2005, [cit. 2009-09-17] Dostupné na: http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2005/ukpga_20050002_en_1.

Propaganda planning process. In: Department of the Army Headquarter. Psychological Operations Field Manual No.33-1. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/propplan.html>.

Propaganda media, in: Department of the Army Headquarters. Psychological Operations Field Manual No.33-1. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/FM33-1.html>.

Propaganda techniques. Psychological Operations Field Manual No.33-1. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.serendipity.li/more/propagan.html>.

Psychological Operations quotes. [cit. 2009-10-03] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/quotes.html>.

Psychological Operations/Warfare Leaflets. In: Department of the Army Headquarters. Psychological Operations Field Manual No.33-1. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://www.psywarrior.com/leaflet2.html>.

Psychological Operations: Field Manual 3-05.30. Headquarters. Department of the Army. 15. 4. 2005. Dostupné na: <http://www.fas.org/irp/doddir/army/fm3-05-30.pdf>.

Psychologické operace. MO: A report, 2006. č. 18, [cit. 2009-09-18] Dostupné na: http://www.army.cz/images/id_7001_8000/7044/18str.pdf

Refuting the conspiracies surrounding As-Sahab Media. [cit. 2009-08-03] Dostupné na: <http://www.jihadica.com/wp-content/uploads/2008/07/refuting-the-conspiracies-surrounding-as-sahab-media.pdf>

REINER, T. Američané přestanou informovat o zabitých tálibech. novinky.cz. 27. 7. 2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://m.novinky.cz/articleDetails?ald=1&slid=1>.

ROBERTSON, N. Afghan Taliban spokesman: We will win the war. CNN, 5. 5. 2009, [cit. 2009-10-02] Dostupné na: <http://www.cnn.com/2009/WORLD/robertson.interview.zabiullah.mujahid/index.html>.

ROGAN, H. Al-Qaeda's online media strategies: from Abu Reuter to Irhabi 007. 125 s. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: <http://rapporter.ffi.no/rapporter/2007/02729.pdf>.

ROGAN, H. Dynamics of the Jihadi Online Media Campaign. Norwegian Defence Research Establishment. 26 – 28. 10. 2007. [cit. 2009-10-08] Dostupné na: http://www.mil.no/multimedia/archive/00101/Manus_til_Menton_Ha_101691a.pdf.

ROGAN, H. Jihadism online. 36 s. [cit. 2009-08-07] Dostupné na: <http://rapporter.ffi.no/rapporter/2006/00915.pdf>.

ROGAN, H. The London bombings.com. 19. 7. 2009, [cit. 2009-08-12] Dostupné na: http://www.mil.no/multimedia/archive/00066/Rogan-N-2005-02970_66657a.pdf.

ROUSE E. Psychological Operations/Warfare, [cit. 2009-09-18] Dostupné na: <http://www.bombshock.com/brainwashing/history-of-psychological-operationswarfare.html>.

RUML, M. Moderní terorismus útočí na ekonomiku. 25. 4. 2007, [cit. 2009-09-14] Dostupné na: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/107642-moderni-terorismus-utoci-na-ekonomiku/>.

SAGEMAN, Marc. *Understanding terror networks*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press. 2004, 232 s. ISBN-10: 0812238087.

SALEM, A. Content Analysis of Jihadi Extremist Groups' Videos. *Terrorism Informatics*. 2008. č. 18 s. 267-284. ISBN 978-0-387-71613-8.

SAMSON, Ivo. Fenomén terorizmu ako kľúčová bezpečnostná hrozba. In: *Ecce Homo: „Nemocný hráč zítřka – terorismus, islamizace, střet kultur“*. s. 9 - 10.

SANFORD, Scott. Falluja Analytics. 11. 5. 2009, [cit. 2009-08-02] Dostupné na: <http://www.jihadica.com/falluja-analytics/>

SHALIKASHVILI, M. J. Psychological Operations: Support for Operation PROVIDE COMFORT, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: http://www.psywar.org/pdf_PSYOP_ProvideComfort.pdf.

SCHLENGER, W. E. Psychological Reactions to Terrorist Attack. *Journal of the American Medical Association*. 2002. ročník 288, číslo 5, s. 581-588.

- SITE. Brief on Hebrew University Student Accused of Plotting Attack on Bush. [cit. 2009-10-07] Dostupné na: http://counterterrorismblog.org/newslinks/upload/2008/07/SITE_Intel_Group.
- SLONE, M. Responses to Media Coverage of Terrorism. *The Journal of Conflict Resolution*. 2000, ročník 44, číslo 4, s. 508 – 522.
- STRAUSS, Anselm. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. California: Sage. 1990, 197 s.
- TALHA DER DEUTSCH, Abu. Security... a shared destiny. 18. 9. 2009, [cit. 2009-10-07] Dostupné na: www.ansarnet.info/showthread.php?t=13341&page=2.
- Taliban hrozí obyvatelům Afghánistánu: Když půjdete volit, zemřete. *lidovky.cz*. 16. 8. 2009, [cit. 2009-08-06] Dostupné na: http://www.lidovky.cz/tiskni.asp?r=ln_z816_137_ln_zahranici_ter.
- TAYLOR, P. The New Al-Qaeda: jihad.com. BBC, [cit. 2009-09-22] Dostupné na: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/4683403.stm>.
- THOMAS, L. T. Hezbollah, Israel, and Cyber PSYOP, *IO Sphere*, 2007, s. 30 – 35.
- THOMAS, L. T. Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyberplanning, *spring Parameters*. 2003, ročník 23. s. 112 – 123.
- THOMPSON, Leroy. *Manuál pro boj s teroristy*, Praha: Ivo Železný. 2004. 153 s. ISBN 8023738755.
- THOMPSON, M. Should the U.S. Destroy Jihadist Websites? 23. 12. 2009, [cit. 2009-08-13] Dostupné na: <http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,1949373,00.html>.
- TONNESSEN, T. Jihadism online. 13. 12. 2006, [cit. 2009-11-19] Dostupné na: http://www.mil.no/multimedia/archive/00091/Jihadism_Online_91390a.pdf.
- TORRES SORIANO R. M. Maintaining the message: How Jihadist have adapted to Web Disruptions. *CTC Sentinel*. 2006, ročník 2, číslo 11, s. 22 – 24.
- TORRES SORIANO R. M. Terrorism and the Mass Media after al Qaeda. *Intelligence Journal*. 2008. ročník 3, číslo 1, s. 1 - 20.

U. S. Department of Health and Human Services. Psychological and Emotional Effects of the September 11 Attacks on the World Trade Center. 6. 11. 2002, [cit. 2009-08-21] Dostupné na: <http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5135a2.htm>.

USA mali právo sa brániť, ale už to trvá prídlho. Sme. 27. 7. 2009, [cit. 2009-10-17] Dostupné na: <http://www.sme.sk/c/4950262/ir-john-d-mchugh-usa-mali-pravo-sa-branit-ale-uz-to-trva-pridlho.html>.

VIGAŠOVÁ, Daniela. Globálny terorizmus – nová hrozba na pozadí globalizácie. 8. vedecká konferencia doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov. 18. - 19. 4. 2007. FPV UKF Nitra. Dostupné na: <http://citadel.ukf.sk/konferencia/papers/Vigasova.pdf>.

WAISOVÁ, Š. Od národnej bezpečnosti k mezinárodnej bezpečnosti: Kodaňská škola na křižovateke strukturálneho realismu, anglické školy a sociálneho konstruktivismu. Mezinárodné vzťahy. 2004, ročník 39, číslo 3, s. 66 – 86.

Warrick, J. Little Blue Pills Among the Ways CIA Wins Friends in Afghanistan. 26. 12. 2008 [cit. 2009-12-04] Dostupné na: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/12/25/AR2008122500931.html> 2008

WATSON, P. J. Al-Zarqawi Video Is A Pentagon Propaganda Psy-Op. 27. 4. 2006 . , [cit. 2009-08-07] Dostupné na: <http://www.prisonplanet.com/articles/april2006/270406pentagonpsyop.htm>.

WEIMANN, Gabriel. *Terror On the Internet: the new arena, the new challenges*. Hardcover. 2006. 256 s. ISBN: 1929223714.

WHITLEY, L. G. PSYOP Operations in the 21st century. Department of the Navy. 2000. 37 s. [cit. 2009-07-07] Dostupné na: <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/21st-century/psyop.pdf>.

WHITLOCK, C. Al-Qaeda's Growing Online Offensive. 24. 6. 2008, [cit. 2009-12-17] Dostupné na: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/ /article/2008/06/23/AR2135.html>.

WHITLOCK, C. Briton Used Internet As His Bully Pulpit. 8. 8. 2005, [cit. 2009-09-24] Dostupné na: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/ /article/2005/08/07/AR290.html>.

World Internet Users and Population Stats, [cit. 2009-08-18] Dostupné na: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

ZAWAHIRI, A. *Congratulation on the eid to the umma of tawhid*, 30. 12. 2006, [cit. 2009-08-07] Dostupné na: <http://www.archive.org/details/Congratulations-the-Eid>.

ZEMAN, Ján. *Terorismus: historicko – psychologická studie*. Praha: Triton, 2002. 168 s. ISBN: 80-7254-305-9.

<http://rjfront.info/english/>

<http://iaisite-eng.org/>

<http://www.jarchive.info/english/>

<http://www.alm0sul.co.cc/>

<http://revolution.ansar1.net/>

www.ansarnet.info

www.freebaharahmad.com.

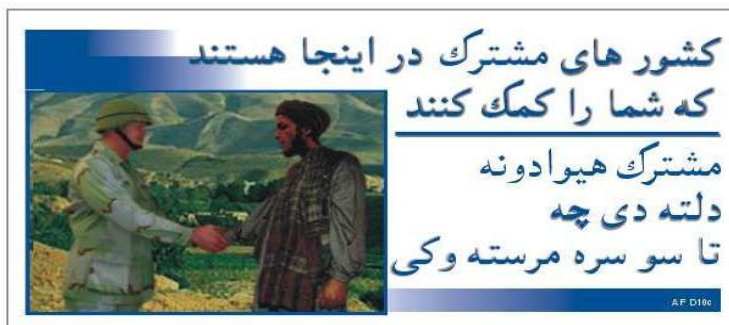
<http://www.atlasti.com/>

Prílohy

Príloha č.1: Ukážka práce jednotky PSYOPS (Afganistan) (Post, 2006)



Príloha č.2: Letáky PSYOPS (psywarrior.com)





Priloha č. 3: Kaito Rádio (psywarrior.com)



Priloha č.4: EC-130 Commando Solo (psywarrior.com)



Priloha č.5:



Priloha č.6: **Poliaci! Za týchto chcete zomierať?** (psywarrior.com)



Priloha č. 7: **Hej, bolo by skvelé byť spať doma a namiešať s ňou pár koktejlův.**
(psywarrior.com)



Priloha č.8: Zajatý americký vojak, 16.7.2009.



Priloha č.9: Bush - Abdul Aziz (presstv.com, 6/2009)



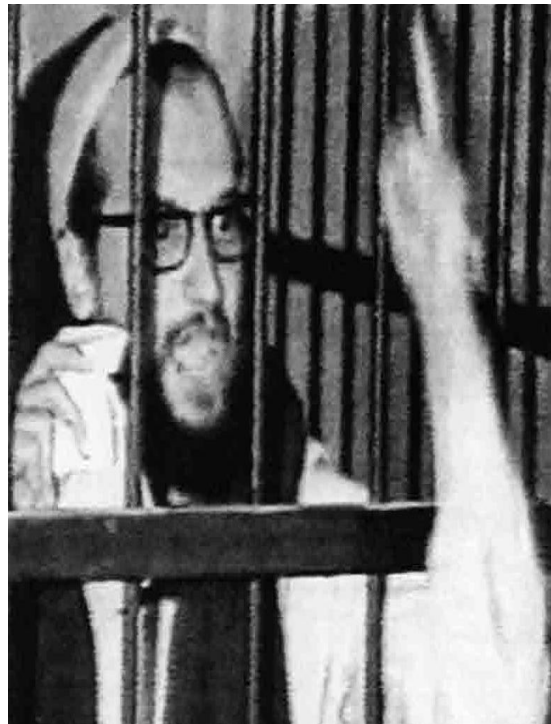
Priloha č. 10: Mediálne produkty džihádistov



Priloha č.11: Produkcia vyhlásení irackými skupinami (3/2007) (Kimmage, 2007)

Statements by Iraqi insurgent groups in March 2007*	
Group	Total number of statements
Islamic Army in Iraq (IAI)	249
Ansar al-Sunnah	196
Islamic State of Iraq (ISI/Al-Qaeda)**	162
Mujahidin Army	143
Shield of Islam	89
Jaysh al-Fatihin	39
Jaysh al-Rashidin	33
Just Recompense Brigades	26
Islamic Front of Iraqi Resistance (JAMI)	14
Jihadist Brigades of Iraq	12
1920 Revolution Brigades	3
Total	966

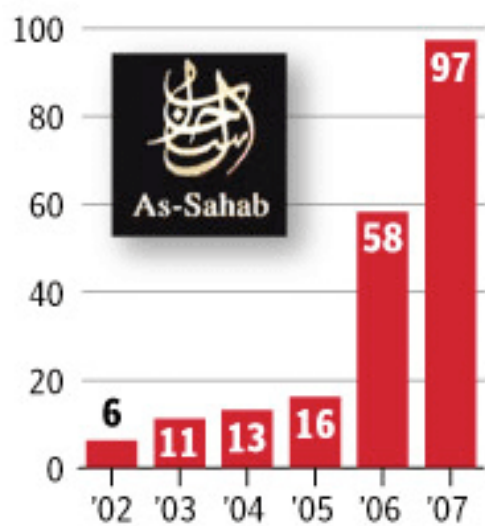
Priloha č. 12: Ajman al-Zawáhiri (Wright, 2006)





Príloha č.13: Štatistika produkcie videí agentúrou al-Sahab (washingtonpost, 6/2008)

Annual video production
by as-Sahab



Priloha č.14: Loga agentúr (skupín) + mapa pôsobnosti skupín (Kimmage, 2008)



GIMF



al-Saháb



al-Fadžr



ISI



al-Šabáb



al-Katáib












al-Furqán



al-Andalus



Headlines				
Forum	Last Post	Threads	Posts	
 Ummah News (6 Viewing) Read and post recent news concerning the ummah of islam. Sub-Forums: News Related Media , Muslim Captives	Fighting erupts between... by Sister Umm Anwar Today 06:24 PM	3,671	8,615	
 Links And Activities Announce upcoming events and share links to external sites.	Writers needed for the new... by Abdullah Ibrahim Today 03:35 PM	132	835	

Islamic Categories				
Forum	Last Post	Threads	Posts	
 Al-Aqeedah Basic tenets of faith and methodology according to the principles and teachings of Ahlus-Sunnah Wal-Jamaa'ah.	 at-Tawbah Publications Series... by abu muslim 10 08-06-2009 05:17 PM	77	277	
 Al-Fiqh The science and application of legal islamic rulings and regulations.	Whom we should fight and... by sayfidun 08-04-2009 12:55 PM	75	331	
 Quraan And Sunnah Subjects in relation to the affairs and sciences of the Quraan and the Sunnah.	 The Prophet(sallallahu... by Abul Ghaffar Today 05:59 PM	139	300	
 History And Biography Various aspects and matters concerning people, places and events related to the history of islam and muslims.	Stories of shuhadaa - ... by Abu_Ammar Today 02:32 PM	130	236	
 'Ilm And Da'wah Information and resources with regard to the seeking of islamic knowledge and means of inviting others to islam.	Constants in the Path of Jihad by FIGHTER 08-06-2009 05:17 PM	198	378	

Post Reply

08-03-2009, 11:01 AM

View First Thread

Thread Tools

Display Modes

Page 1 of 2

1 2

#1

abid_58b
Member
Brother


Join Date: Apr 2009
Posts: 145
Replies: 376
325 as'iyah in 116 posts

As-Sahab: Meeting with Sheikh Ayman al-Zawahiri entitled "The realities of jihad and the fallacy of hypocrisy"

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مؤسسة السحاب للإنتاج الإعلامي

تقدم



[حقائق الجهاد وأباطيل النفاق]

في لقاء السحاب مع الشيخ أيمن الظواهري حفظه الله

لتحميل

كلمة السر
password:
opmbJJID325fsTYDc

HQ
عينة
966MB

<http://dl.free.fr/jkHylJlQX>
<http://filegetty.com/353732/>
<http://filegetty.com/354028/>
<http://www.rapidshare.ru/1120566>
<http://www.megaupload.com/?d=I2800TFJ>
<http://www.megaupload.com/?d=CLGOVOCV>
<http://www.megaupload.com/?d=ZVPL8VRT>
<http://www.fileflyer.com/view/302JACH>

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2009/2010

Studijní program: Psychologie
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Psychologie (PS)

Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
BARČIAK Juraj	Gerlachovská 9, Žilina - SR	F05392

TÉMA ČESKY:

Vybrané aspekty psychologických operací v oblasti terorizmu a protiterorizmu

NÁZEV ANGLICKY:

Selected aspects of psychological operations in the field of terrorism and counterterrorism

VEDOUcí PRÁCE:

Doc. PhDr. Zdeněk Vtípil, CSc. - PCH

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Vedúci práce: Plk. doc. PhDr. Marian Brzybohatý, Ph.D.

Cieľ: Výskum v rámci psychologických operácií v oblasti terorizmu a protiterorizmu. Analýza života stúpcov salafijskeho džihádizmu v kyberpriestore ako nástroja psychologickéj vojny. Obsahová analýza (kombinácia kvantitatívnej a kvalitatívnej metodológie) internetového fóra podporovateľov džihádizmu.

Kľúčové slová: Terorizmus, Psychologické operácie, Psychologická vojna, PSYOPS, Manipulácia, Média, Mediálna komunikácia, Násilné správanie

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Al- Zayat, M.(2004) The road to Al-Qaeda: The story of Bin Laden's right ? hand man. London: Pluto Press
Büchel, Ch. and Carmine, G.(2005) PSYOP Post-9/11 Leaflets, Win with Words.
Department of the Army(2005) Psychological Operations.
Horgan, J.(2005) The Psychology of terrorism. Oxon: Routledge
Kepeř, G.(2008) Al Qaeda in Its Own Words. Massachusetts : Belknap Press
Lamb, CH. L.(2005) Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience. Washington: National Defense University Press
Post, J.(2005) The Psychological Assessment of Political Leaders: With Profiles of Saddam Hussein and Bill Clinton. Michigan: University of Michigan Press
Sageman, M. (20 07) Understanding terror networks. Philadelphia: PENN siteinstitut.org, nefafoundation.org, intelcenter.com,...

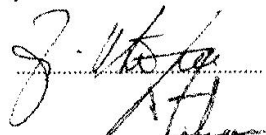
Podpis studenta:



Datum:

30. 11. 2009

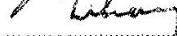
Podpis vedoucího práce:



Datum:

30. 11. 2009


Podpis vedoucího katedry:



Datum:

14. 2. 2010

Podpis děkana:



Datum:

18. 02. 2010



Vysoká škola: **Palackého univerzita Olomouc**

Fakulta: **Filozofická**

Katedra: **Psychológia**

Školní rok: **2009/2010**

ABSTRAKT DIPLOMOVEJ PRÁCE

Meno **Juraj Barčiak**

Odbor: **Psychológia - jednodborová**

Vedúci práce: **plk. doc. PhDr. Marian Brzybohatý, Ph. D.**

Rok imatrikulácie: **2005**

Počet strán : **116**

Názov diplomovej práce:

Vybrané aspekty psychologických operácií v oblasti terorizmu a protiterorizmu

Abstrakt diplomovej práce:

Predkladaná práca analyzuje džihádistický kyberpriestor, ktorý spracováva z pohľadu metódy psychologických operácií (PSYOPS). Oboznamuje čitateľa s metódou PSYOPS, jej teoretickým vymedzením a aplikuje ju na príklade súčasného salafijskeho džihádizmu. Následne je kombináciou kvantitatívnej a kvalitatívnej obsahovej analýzy uskutočnená analýza džihádistického internetového diskusného fóra *Ansar al-Mudžahedín*. V rámci nej sú identifikované vzorce správania a postojev cieľovej skupiny (*target audience*), teda stúpcov džihádizmu ako i vybrané stratégie PSYOPS súčasných globálnych džihádistických skupín.

Kľúčové slová:

Psychologické operácie, PSYOPS, Psychologická vojna, terorizmus, džihádizmus, persuázia

The title of the thesis:

Selected aspects of psychological operations in the field of terrorism and counterterrorism

Abstract:

The thesis analyses jihadist cyberspace, which is examined from a point of view of methods of Psychological Operations (PSYOPS). It informs reader with PSYOPS 's method, its theoretical concept and apply the method on the example of current salafist jihadism. Subsequently, by means of combination of quantitative and qualitative content analysis, an analysis of jihadi internet forum *Ansar al-Mujahideen* is made. Within that there are identified the patterns of behavior and attitudes of the Target Audience, it means followers of jihadism and selected PSYOPS's strategies of current global jihadi groups as well.

Key words:

Psychological Operations, PSYOPS, Psychological war, terrorism, jihadism, persuasion