

SAŽETAK

Odnos terorizma i medija najčešće se promatra kao „simbiotski“ odnos, koji se, s jedne strane, manifestira interesom terorističkih skupina za što većom prisutnošću u medijima radi postizanja što snažnijih medijskih učinaka, odnosno, s druge strane, interesom medija za prenošenje vijesti koje privlače pozornost javnosti. Tako mediji zapravo postaju glavni prenositelji terorističkih poruka, ali i kreatori javne percepcije i straha od terorizma. Analizom djelovanja terorističkih skupina, a osobito IS-a, uočljivo je da se ovi akteri u velikoj mjeri vode medijskom logikom, izraženom kroz provedbu vlastite medijske strategije sa svrhom manipulacije i eksploatacije *mainstream* masovnih medija. Teroristički akti oblici su specifičnih poruka kojima je cilj impresionirati određenu javnost ili na nju utjecati. Terorizam je nasilan čin koji je koncipiran kako bi privukao pozornost te posredstvom dobivenoga publiciteta poslao određenu poruku. U okviru komunikacije, kao pokušaja razmjene značenja kroz proces simboličke interakcije među ljudima, terorizam se koncipira kao nasilni jezik komunikacije. Teroristički napadi i širenje terorističkih ideja putem medija, posebno interneta i društvenih mreža nisu zaobišli ni Bosnu i Hercegovinu. S prosjekom od 65 stranih boraca koji odlaze na ratišta u Siriju i Irak na milijun stanovnika, BiH je u samome vrhu europskih zemalja. Analizom sadržaja javnih govora osuđenoga terorista Huseina Bilala Bosnića i drugih na društvenim mrežama pokazat će se omogućuju li novi mediji, poput društvenih mreža, terorističkim organizacijama lakši i slobodniji prijenos poruka. Na temelju spoznavanja uzroka radikalizacije i širenja terorističkih ideja u radu će se osmisлити komunikacijska strategija i komunikacijski plan kao vid uspješne prevencije i borbe protiv terorizma u BiH.

Ključne riječi: terorizam, mediji, društvene mreže, analiza sadržaja, radikalizacija, komunikacijska strategija, komunikacijski plan

ABSTRACT

The relationship between terrorism and the media is often seen as a „symbiotic” one, which is manifested in the interest of terrorist groups for greater presence in the media in order

to achieve more powerful media effects, and, for the other side, in the interest of the media in broadcasting news that attracts public attention. In this way the media actually becomes the main conveyor of terrorist messages, however, it also becomes the creator of the perception and fear of terrorism. When analyzing activities of terrorist groups, especially of IS, it is notable that these actors are guided by media logic to a great extent, which is expressed through the implementation of their own media strategy with the purpose of manipulating and exploiting mainstream mass media. Terrorist acts are forms of specific messages whose purpose is to impress certain publicity or to influence it. Terrorism is a violent act conceived to attract attention and send a certain message via the gained publicity. Within the frame of communication as an attempt of meaningful exchange through the process of symbiotic interaction between people, terrorism is conceptualized as a violent communication language. Terrorist attacks and transmission of terroristic ideas through the media, especially through the Internet and social networks did not miss Bosnia and Herzegovina. Having an average of 65 foreign fighters within a population of a million inhabitants, leaving for battlefields in Syria and Iraq, Bosnia and Herzegovina is at the very top amongst European countries. The analysis of the contents of public announcements of a condemned terrorist Husein Bilal Bosnić and others on social networks will show whether new technologies as social media enable terrorist organizations easier and more uncontrollable transmission of their messages. A communication strategy and a communication plan as an aspect of successful prevention and struggle against terrorism in Bosnia and Herzegovina will be devised in this paper on the basis of perceiving the reasons of radicalization and spread of terroristic ideas.

Key words: terrorism, media, social networks, content analysis, radicalization, communication strategy, communication plan

