

Terror.com

Propaganda og cyberterrorisme som en integreret del af islamistisk terrorisme

af Seniorsergent Thomas Elkjer Nissen

Research Paper



Terror.com

Propaganda og cyberterrorisme som en integreret del
af islamistisk terrorisme

af Seniorsergent Thomas Elkjer Nissen

København april 2008
Forsvarsakademiet
Svanemøllens Kaserne
Postboks 2521
2100 København Ø
Tlf.: 3915 1515
Fax: 3929 6172
Ansvarshavende redaktør: Generalmajor Carsten Svensson
Tryk: Forsvarets Trykkeri, Korsør
Grafisk Design: Bysted
ISBN: 9788791421419
Oplag: 500

Abstract

En stor del af terrorens formål er at skabe frygt. Frygt for gentagelse af terrorhandlinger og dermed opnåelsen af en psykologisk effekt på mennesker eller grupper af mennesker med henblik på at ændre deres holdninger eller adfærd. Et af de primære midler til at opnå denne psykologiske effekt er, udover terrorhandlingerne selv, propaganda som opfølgning på terrorhandlinger for at forøge effekten af disse. Eller propaganda som slet og ret har til formål at skabe frygt og usikkerhed.

Traditionelt set har meget af spredningen af terrorpropaganda beroet på, at medierne omtalte terrorhandlingerne og i forbindelse dermed viderebragte terrororganisationernes politiske budskaber, men med den moderne informations- og kommunikationsteknologi er meget af denne propaganda rykket ud i cyberspace, primært på internettet. Internettet benyttes dog ikke kun til propaganda af terrororganisationer men også til mange andre formål, såsom kommunikation, uddannelse og ikke mindst rekruttering.

Den propaganda, som i dag ses på internettet og andre steder, bliver også stadig mere professionelt udarbejdet, og den spiller på såvel klassisk retorik og visuelle virkemidler som på moderne politisk kommunikationsteknikker. Det gør, sammen med dens målrettethed mod specifikke målgrupper, at den også bliver stadigt mere effektiv.

Spørgsmålet er så, hvilke teknikker der anvendes? I hvilke kanaler eller medier det bringes? Hvem der er de egentlige målgrupper for denne propaganda, og hvor effektiv den egentlig er? Samt ikke mindst hvilke overvejelser der bør gøres for at imødegå denne propaganda og de potentielle effekter af den. Det er disse spørgsmål, som denne rapport primært vil søge at belyse.

Indhold

Introduktion	7
Terrorisme	8
Imødegåelse af terrorpropaganda	10
Teoretisk forståelsesramme for terrorpropaganda.....	13
Propaganda og dets formål	13
Mobiliserende propaganda	14
Priming og framing	14
Narrativer (story telling)	15
Retorik og den retoriske situation	16
Billeder, symboler og metaforer	18
Terrorpropaganda	19
Terror som politisk kommunikationsstrategi.....	20
Terrororganisationers brug af propaganda	20
Terrorpropagandaens kommunikationsmetoder	21
Terrorens budskabsopbygning	22
Internettets rolle i terrorpropaganda	25
Terrororganisationers anvendelse af internettet	25
Planlægning, efterretningsindhentning, uddannelse og kommando og kontrol.....	26
Teknologiske fordele	27
Fundraising	27
Propaganda	28
Rekruttering.....	31
Imødegåelse af terrorpropaganda.....	33
Dilemmaet om imødegåelse af terrorpropaganda kontra ytringsfrihed	33
Overvejelser vedr. imødegåelse af terrorpropaganda.....	35
Afslutning	38
Referencer	40
Slutnoter	43

Introduktion

En stor del af terrorens virkemåde, og det som terrororganisationer spiller på, er frygt. Frygten for en gentagelse af voldshandlingerne samt en spredning af disse til nye områder. Uagtet at selve den fysiske handling er relativt begrænset i rum, er det den psykologiske effekt, som terrororganisationerne stiler efter. En psykologisk effekt, der blandt andet opnås ved at ramme civile mål enten meget voldeligt eller på en måde, som strider normativt mod det terroramte samfunds værdier. Blandt andet handlinger som halshugninger eller drab på tilfældige uskyldige har en stærk påvirkende effekt

En af de primære måder at opnå den psykologiske effekt på er via direkte såvel som indirekte propaganda. En propaganda som i stadig højere grad er blevet multimediebaseret, og som udnytter internettet, internationale massemedier og andre former for moderne informations- og kommunikationsteknologi. Dette skal nok ses som en udløber af den generelle udvikling i informationssamfundet. En anden tendens og konsekvens af informations- og kommunikationsteknologien er, at terrororganisationer ikke længere, i så høj grad som tidligere, er afhængige af massemedierne og pressen til at formidle deres budskaber. De har selv adgang til internettet, hvilket betyder, at pressen ikke længere er den eneste måde at få distribueret propaganda og budskaber på. Pressen er dog stadig et nyttigt redskab i distributionen af terrorpropaganda.

I begyndelsen af oktober 2005 så man for første gang i ti måneder videoklip af halshugninger lagt ud på Internettet af irakiske terrororganisationer. Klippet viste halshugningen af to irakere, som terroristerne beskyldte for at spionere til fordel for De Multinationale Styrker (MNF) i Irak. Halshugningen foregik samtidig med, at et kommuniké blev læst op. Her blev andre irakere advaret mod at samarbejde med MNF. Klippet blev, udover at blive lagt ud på en hjemmeside som ofte anvendes til at formidle budskaber fra irakiske terrororganisationer, også sendt til den arabiske TV-station Al-Jazeera, som sendte det i en forkortet version. Men også mange andre internationale og nationale medier, herunder de danske kanaler TV2 og DR, bragte historien. I modsætning til Al-Jazeera bragte de danske og internationale medier ikke selve klippet, men refererede kun til det ved brug af et stilbillede.

Eksemplet viser, at terrororganisationerne har et fortsat behov for eksponering i internationale medier, da de fleste vestlige medier næppe ville have været opmærksomme på historien, hvis ikke Al-Jazeera havde bragt den.

Det er også et eksempel på, hvordan terrororganisationers propaganda virker gennem kombinationen af en konkret, ofte meget skræmmende voldshandling og et politisk, motiveret budskab. At budskabet i eksemplet er rettet mod personer, som befinder sig i Irak, betyder ikke, at det ikke også er rettet mod den vestlige verden - specielt de lande, som yder troppebidrag til de Multinationale Styrker i Irak.

Eksemplet er bare et ud af mange, som er knyttet til den løbende terror i Irak, Madrid, London m.m, og som flourer primært på internettet. Derudover er der talrige eksempler på, at denne truende fremgangsmåde er blevet anvendt overfor lande, herunder Danmark, som støtter eller deltager i MNF i Irak, uden at målet (ofret) for terroren er direkte knyttet til de pågældende lande. Der trues, blandt andet, med at halshugge et gidsel, med mindre et eller flere specifikke lande trækker sig ud af et givent land. Gidslerne er sjældent fra nogle af de lande der trues, men er udelukkende et instrument til at skaffe sig opmærksomhed for at få sit budskab ud.

Videoklippene er i sig selv, uagtet hvor uhyrlige billederne er, ikke det vigtigste. Det er nærmere det, som klippene og handlingerne symboliserer - en konstant trussel - og det tilknyttede, politiske budskab, der er det vigtige.

Terrororganisationers udnyttelse af propaganda til at forstærke virkningen af deres handlinger er sådan set ikke noget nyt. Men det får en større og større betydning, og det har en tiltagende effekt og dermed også større konsekvenser, primært på grund af de muligheder, som internettet giver terrororganisationerne; muligheder som terror-organisationerne og deres "mediefirmaer" er meget dygtige til at udnytte. Dette hænger sammen med, at målgruppen, i kraft af kommunikationsmidlerne, bliver større, og dermed øges også påvirkningspotentialet, som kan udnyttes til at opnå den ønskede effekt.

Om effekten er at skabe en offentlig mening, der kan påvirke politiske beslutningstagere til at træffe beslutninger, som understøtter terroristernes mål, eller om det er at skræmme bredere befolkningsgrupper til ikke at rejse til et givent land, er sådan set underordnet. For en terrororganisation kunne målet være at få Danmark til at trække sig ud af Afghanistan. For at opnå en sådan effekt kunne det tænkes, at en terrororganisation tog en dansker som gidsel, og derefter via internettet og internationale medier truede med at slå gidslet ihjel, medmindre den danske regering offentliggjorde en tilbagetrækning fra Afghanistan inden en bestemt tidsfrist.

Sandsynligheden for, at eksempelvis den danske regering ville give efter for et sådan krav, er nok minimal, men det vil helt sikkert starte en offentlig og politisk debat i Danmark om vort fortsatte engagement i Afghanistan. En debat som så vil blive forsøgt påvirket i den retning, som terrororganisationen ønsker.

Men inden vi ser nærmere på terrorpropaganda, skal vi lige se på selve terrorbegrebet.

Terrorisme

Der findes ikke nogen universel definition af begrebet terrorisme. De definitioner, som er udviklet af f.eks. forskellige statslige institutioner eller internationale or-

ganisationer (IO), er ikke ens, selvom der er mange lighedstræk. Baggrunden for, at det har været så svært at skabe konsensus om en universel definition på terrorisme, er højst sandsynlig nervøsitet hos en række stater for, at nationale interesser kunne lide skade, hvis der blev godkendt f.eks. en FN definition af terrorisme.

Udover de nationale interesser, der kan være i begrebet terrorisme, er der også tvivl hos både politikere og forskere om, hvad terrorisme helt nøjagtig dækker. Er selve det at gennemføre en voldshandling rettet mod civile, såsom en bombesprængning, en gidseltagning eller en anden synlig handling, terrorisme? Eller er det først terrorisme, når denne voldshandling er politisk, religiøst eller ideologisk motiveret. Udover det er der også tvivl om, hvorvidt terror kun kan foregå i fredstid, eller om terror også kan foregå i krigstid.¹

Terrorisme kan også ses fra flere vinkler, alt efter hvem der udøver den, og hvad det endelige formål er. Vinkler som også har indflydelse på, hvordan terrorisme defineres. For det første kan der skelnes mellem "*statsterror*" og "*organisationsterror*". *Statsterror* omhandler regerende regimers terrorisering af dens egne borgere for, gennem frygt, at kontrollere borgerne og den interne situation, eller terror organiseret og finansieret af en stat. På den anden side står *organisationsterror*, som omhandler "civile" ikke-statskontrollerede terrororganisationer, som kæmper mod en eller flere stater for at opnå et givent mål. I denne rapport vil det kun være organisationsterror, der vil blive behandlet. En anden vinkel er, om der er tale om "*territorialterror*" eller "*ideologisk terror*".² Hvor *territorialterror* omhandler krav på selvstyre eller selvstændighed i et givent geografisk område, omhandler *ideologisk terror* et bredere og mere ideologisk, eller måske endda utopisk, mål, som der kæmpes kompromisløst for. I denne rapport vil der kun blive set på "*ideologisk terror*".

Ser man på, hvad terrorisme er, vil man finde en række faktorer, der går igen, uagtet hvorledes man ellers definerer fænomenet.³ Først og fremmest kommer ordet af latin (terrere) og betyder at "sprede rædsel". Formålet med terror er som oftest at fremme en politisk motiveret sag, hvad enten denne så er politisk-ideologisk, religiøs, kulturel eller en eller anden form for enkeltsag. Midlerne, der bliver anvendt, er ofte vold eller trusler om vold for derigennem at sprede rædsel og øve pression på en eller flere beslutningstagere. Målene for terror er oftest civile ikke-kombattanter.⁴ De kan være både tilfældigt eller nøje udvalgt. Fællesnævneren er dog, at de som oftest ikke selv har noget med selve sagen at gøre. Hovedtrækkene i terrorisme er, at det udføres af civile at angreb kommer overraskende og uden varsel;⁵ Og sluttelig, at terroren har psykologiske effekter, som rækker langt udover det umiddelbare mål, som bliver ramt. Det er specielt den sidste del, som er tæt knyttet til propaganda, og som er det egentlige mål for terroren.

Til brug i denne rapport vil terrorisme blive defineret således:

Terrorisme er "*individer, grupper eller organisationers ulovlige og overlagte brug af eller trussel om brug af tvang og vold mod individer eller ejendomme i forsøget på at tvinge eller intimidere individer, organisationer, regeringer eller samfund til at foretage eller undlade at foretage en handling. Eller som destabiliserer eller ødelægger et lands eller en international organisations grundlæggende politiske, forfatningsmæssige, økonomiske eller samfundsmæssige strukturer for at opnå politiske, religiøse eller ideologiske mål*".

I relation til propaganda er det primært "*brug af eller trussel om brug af tvang og vold*" og "*forsøget på at tvinge eller intimidere*", samt at det er "*for at opnå politiske, religiøse eller ideologiske mål*", der spiller en rolle. Voldshandlingen skal kombineres med et politisk budskab for at blive terror, men det er ikke voldshandlingen i sig selv, der er vigtig, men derimod den psykologiske effekt af voldshandlingen. Det er specielt i opnåelsen af disse psykologiske effekter, at propaganda spiller en stor rolle for terror-organisationerne.

Det skal dog bemærkes, at når man taler om cyberterrorismen, er handlingen ikke nødvendigvis voldelig i traditionel forstand. Handlingen kan her også være angreb på kritisk infrastruktur, informations- og kommunikationsteknologi eller internetbaserede økonomiske ressourcer.

Imødegåelse af terrorpropaganda

Udviklingen i terrorpropagandaen er baseret på blandt andet informationsteknologien og dens udvikling. Det stiller også nye og større krav til imødegåelsen af terrorpropagandaen. Hvor terrorpropaganda i sagens natur ikke er bundet af love og konventioner, er staten juridisk, politisk og i særdeleshed moralsk begrænset i dens muligheder for at imødegå denne propaganda og dennes effekt. Dette gør ikke bare terrororganisationernes voldshandlinger, men også deres kommunikation normativt asymmetrisk.

Hvor terrororganisationers operationsmetoder er styret af, at "*målet helliger midlet*", skal og bør staten opretholde "*the moral highground*" i imødegåelsen af terrorpropagandaen. Specielt i forhold til hvilke midler der tages i brug. Midlerne må ikke være i strid med statens demokratiske værdigrundlag, herunder ytringsfrihed og pressefrihed, og i den forbindelse censur af medierne, som flere gange siden 11. september 2001 har været diskuteret.

-- x --

Denne rapport er en del af forsknings og udviklingsindsatsen inden for fagområdet Strategisk Kommunikation og Militære Informations Operationer ved Fakultet for Strategi og Militære Operationer ved Forsvarsakademiet.

Formålet med rapporten er at undersøge kommunikationsmæssige forhold, herunder retoriske strategier og anvendelse af informations- og kommunikationsteknologi, specielt internettet, ved terrororganisationers brug af propaganda. Formålet er at skabe et forståelsesgrundlag for imødegåelse af terrorpropaganda til undervisningsbrug på Forsvarsakademiet.

Rapporten fokuserer på terrororganisationers brug af internettet for at distribuere deres budskaber, velvidende at propagandaen kun er en af flere overordnede anvendelsesmuligheder af internettet for terrororganisationer. De øvrige muligheder, blandt andet anvendelsen til planlægning og uddannelse, fundraising og til rekruttering, vil kun i nødvendigt omfang blive berørt.

Man kommer dog ikke udenom også i et vist omfang at se på terrororganisationers brug af andre distributionskanaler, såsom nyhedsmedier, specielt satellitkanaler, samt andre kommunikationsmidler til distribuering af deres budskaber.

Rapporten er bygget op i fem kapitler. Første kapitel er en introduktion til problemstillingen og afgrænsningen af denne samt de metodiske overvejelser. Herunder er også inkluderet en kort introduktion og diskussion af fænomenet terrorisme i relation til propaganda.

Andet kapitel er en teoretisk ramme for propaganda og retorik.

Tredje kapitel er en teoretisk ramme for brugen af propaganda som en integreret del af terrorisme.

Fjerde kapitel er en gennemgang af terrororganisationers anvendelse af internettet med primær fokus på propaganda.


Femte kapitel er en diskussion af imødegåelse af terrorpropaganda på såvel strategisk, som taktisk (militært) niveau, samt en perspektivering af emnet i forhold til Danmark.

Sluttelig indeholder sjette kapitel en sammenfatning og en række afsluttende betragtninger om emnet.

Kildematerialet til rapporten er baseret på åbne kilder, herunder andre nationale og internationale forskningsinstitutioners rapporter og studier, samt den almindelige omtale af emnet i danske og internationale nyhedsmedier, specielt hvad angår det empiriske grundlag.

-- # --

Inspirationen til denne rapport er blandt andet hentet fra det faglige miljø ved Fakultet for Strategi og Militære Operationer, hvor arbejdet er blevet udført, herunder fra studerende og elever på forskellige uddannelser hvor der har været undervist i emnet for denne rapport. Jeg kan ikke nævne alle de enkeltpersoner der på den ene eller anden måde har bidraget til udarbejdelsen af denne rapport,



men jeg vil dog alligevel gerne takke Stud. Cand. Soc. PKL, premierløjtnant af reserven Ann-Christina Salquist for konstruktiv kritik og udførlige kommentarer til manuskriptet.

Seniorsergent Thomas Elkjer Nissen
København, marts 2008

Teoretisk forståelsesramme for terrorpropaganda

For at kunne forstå terrorpropaganda er det vigtigt at skabe en forståelsesramme eller teoretisk baggrund for propagandaen. Hvad er propagandaens formål, og hvilke grundlæggende virkemidler anvender den?

Propaganda og dets formål

Der findes mange forskellige definitioner på ordet propaganda, men fællesnævneren for dem alle er, at der er tale om at kommunikere budskaber til en modtager (målgruppe) med henblik på at påvirke denne målgruppe til noget bestemt, som oftest holdnings- eller adfærdsmæssigt.

Til brug i denne rapport vil propaganda blive defineret således: "*All information, ideer, doktriner eller appeller, der spredes for at påvirke meninger, følelser, holdninger og adfærd til en bestemt målgruppe i den hensigt at begunstige kilden enten direkte eller indirekte*".⁶

Det grundlæggende formål med propaganda er, som det fremgår af det ovenstående afsnit, at påvirke modtageren (målgruppen) til at påtage sig en bestemt holdning og eller adfærd, som er i overensstemmelse med afsenderens målsætninger.

For at opnå disse målsætninger er en segmentering af målgruppen, ud fra hvilken effekt afsenderen ønsker at opnå, nødvendig. Man kan derfor dele modtagerne op i tre overordnede segmenter (målgrupper), alt efter hvilken effekt man ønsker at opnå.

Målgruppe	Formål	Uddybning
Loyale / støtter	Fastholde	Propagandaen vil søge at fastholde eller forstærke støtten fra de segmenter, som allerede støtter afsenderen. Herunder vedligeholdelsen af allerede opnåede resultater.
Upartiske	Overtale	Propagandaen skal søge at overtale segmentet til at få sympati for afsenderes mål og derfor begynde at støtte afsenderen enten direkte eller indirekte. Ellers skal propagandaen som minimum søge at få målgruppen til at forblive upartisk eller neutral.
Modstandere	True/ skræmme/ undergrave	Propagandaen skal søge at undergrave modstanderens argumenter og mål og få modstanderen til at fremstå utroværdig. Det er en del af at fastholde loyale og overbevise neutrale. Propagandaen skal også gerne søge at påvirke modstanderen til at træffe beslutninger, som er i overensstemmelse med afsenderens målsætninger.

Figur 2.1. De tre hovedformål og hovedmålgrupper for propaganda.

Mobiliserende propaganda

En meget stor del af propagandaen handler om at mobilisere målgrupper til at støtte afsenderens formål. Der vil her være tale om loyale eller neutrale målgrupper og som oftest om målgrupper, der allerede befinder sig inden for afsenderens sfære.⁷ Det behøver ikke nødvendigvis være en sfære, der er defineret af nationalitets- eller statstilhørsforhold. Det kan også være, at målgruppen er bundet sammen af etnisk, religiøse eller måske sproglige tilhørsforhold på tværs af statsgrænser eller slet og ret af en fælles ide eller verdensanskuelse. Men fælles for dem er, at de har en mulighed for at støtte afsenderen ved at påtage sig de holdninger eller den adfærd, som afsenderen ønsker.

I krise- og konfliktsituationer vil den mobiliserende propaganda ofte være bundet op om fire hovedbudskaber eller målsætninger, som har til formål at få målgruppen til at acceptere eller direkte deltage i handlinger mod modstanderen.

- **Trussel:** Der må kunne præsenteres en trussel, og hvis ikke der er en sådan, må den opfindes – evt. placeres truslen ude i fremtiden.
- **Rapporter om overgreb:** Rapporter om overgreb har en meget stærk virkning på menneskers vilje til at kæmpe. Er der ingen overgreb at rapportere, kan de fabrikeres og understøttes af udtalelser fra personer, der betragtes som pålidelige.
- **Dehumanisering:** Modstanderen bliver fremstillet som mindre menneskelige og helt forskellige fra en selv og ens værdigrundlag.
- **Forhandling umulig:** Konfliktløsning uden brug af vold forkastes kategorisk, da man er af den overbevisning, at det overhovedet ikke kan lade sig gøre at tale med fjenden (at forhandling er umulig anvendes både til at mobilisere støtter og neutrale, men også til at legitimere egne handlinger over for modstandere).

De fire hovedbudskaber sættes så ind i såvel kort- som langsigtet propaganda, også kaldet "priming" og "framing", ved hjælp af historiefortællinger (narrativer), som bygger på retorik, billeder, symboler og myter.

Priming og framing

Selv om terrororganisationer næppe tænker alt for meget på kommunikationsteori som grundlag for deres handlinger, anvender de alligevel, bevidst eller ubevidst, priming og framing som en del af deres propaganda.

Priming kommer af det engelske ord for at "grundmale" f.eks. en væg. Rent kommunikationsmæssigt betyder dette, at man i gennem en længere periode, enten

direkte eller indirekte, placerer sine budskaber hos målgruppen, som en form for formning af målgruppens bevidsthed om et givent emne eller en organisation. Priming er ofte knyttet til overordnede temaer eller sloganer og kan foregå over en længere tidsperiode. Typisk kan man se priming i forbindelse med politisk kommunikation, hvor politiske partier eller politikere i en periode op til det tidspunkt, hvor et valg er sandsynligt men endnu ikke er udskrevet, intensiverer kommunikationen om partiet eller politikeren. Altså en form for branding. Kommunikationen er dog ikke nødvendigvis knyttet til nogle specifikke budskaber, men har udelukkende til formål at fastholde målgruppernes opmærksomhed på partiet eller politikeren. Dette kan eventuelt ske ved hjælp af et gennemgående slogan eller symbol.

Framing kommer af det engelske ord for "ramme", f.eks. en billedramme. Altså noget som er rundt om et billede eller en situation. Formålet med framing er at sætte en handling eller situation i et bestemt lys eller kontekst. Med andre ord "spinde" en situation til egen fordel. For igen at se det i lyset af politisk kommunikation kan det sammenlignes med en politisk enkeltsag, som kommer i medierne, og som så bliver kommenteret af forskellige politikere. Selv om det er den samme handling eller situation de udtaler sig om, sætter de den ind i en ramme, som passer til deres politik og som kan understøtte deres overordnede politiske budskaber eller programmer. Budskabet kan f.eks. være, at dette eller hint ikke var sket såfremt politikernes politik var blevet gennemført, eller at svaret på et givent problem skal løses på den eller den måde. Den anbefalede løsning vil naturligvis passe ind i deres politiske dagsorden.

Narrativer (story telling)

Narrativer er de historier, vi fortæller om os selv eller om begivenheder til andre (story telling) med henblik på at iscenesætte noget. I forbindelse med terrorisme er et af de mest indlysende eksempler på et narrativ vel nok begrebet "terrorist". Alt efter hvilken side af en konflikt, situation eller ideologi man står på, vil en bestemt person for den ene være en terrorist, mens denne bestemte person for den anden vil være en frihedskæmper eller sågar en soldat. Objektet for fortællingen vil være det samme, men forståelsen eller perceptionen af fortællingen vil være forskellig alt efter hvem, der hører fortællingen.

Det skal dog bemærkes, at prædikater såsom "terrorist" også kan blive anvendt af objekterne selv som en form for selvfremhævende narrativ. Et eksempel er den da 23-årige englænder Younis Tsouli, der i foråret 2007 blev dømt i England for at sprede terrorpropaganda på internettet. Han kaldte sig irhabi007, som på arabisk betyder terrorist 007⁸.

Hvor framing, som beskrevet ovenfor, ofte er kortsigtet og situationsbestemt, er narrativer ofte langsigtede og mere grundlæggende (ideologiske).



Figur 2.2. Konkurrerende narrativer. Grupper med forskellige overbevisninger og erfaringer konstruerer forskellige konkurrerende narrativer om den samme begivenhed.

Retorik og den retoriske situation

Når det er politisk retorik, der skal analyseres, er udgangspunktet eller analyseobjektet den eller de aktører, som skaber budskaber, som de kommunikerer til andre, samt hvorledes dette budskab indgår i en social kontekst. Retorik er defineret ud fra, at bevidste aktører i bestemte sociale situationer fremsætter konkrete udsagn eller budskaber med en intention om at overtale eller påvirke andre aktører.⁹

Retorikken kan ansues som "fyldet" eller selve det virkemiddel, som skal overtale målgruppen, hvad enten der er tale om priming, framing eller story telling (narrativ formidling).

Den klassiske retorik er opdelt i tre hovedtyper afhængig af tid: fortid, nutid og fremtid. Til tidsdimensionen er der knyttet tre appelformer kaldet logos, etos og patos.¹⁰

Fortiden er den "juridiske tale", hvor fakta spiller en afgørende rolle i overtalelsen eller påvirkningen af modtageren (målgruppen). Til fortiden er logos knyttet. Logos appellerer til modtagerens fornuft, intellekt og logik uafhængigt af følelser.

Nutiden er også kaldet "lejlighedstalen", hvor noget nutidigt ønskes fremhævet med henblik på at overtale eller påvirke modtageren. Det er ikke nødvendigvis baseret på fakta eller følelser. Til nutiden er etos knyttet. Etos appellerer til modtagerens tillid til afsenderen, hvorfor afsenderens troværdighed hos modtageren spiller en stor rolle. Formålet vil da også være at etablere denne troværdighed igennem fremhævelsen af det nutidige.

Fremtiden er også kaldet den "politiske tale" (eller "religiøs forkyndelse"), som omhandler ting, der skal ske med henblik på at overtale eller påvirke modtageren

til at agere på en bestemt måde eller med andre ord påtage sig en bestemt holdning eller adfærd. Til fremtiden er patos knyttet. Patos appellerer til modtagerens følelser eller tro og er ikke nødvendigvis underbygget af logik.

Retorisk virkemiddel	Begivenhed	Spiller på	Knyttet til
Logos	Juridisk tale	Logik	Budskabet
Etos	Lejlighedstalen	Troværdighed	Afsenderen
Patos	Politisk tale	Følelser	Modtageren

Figur 2.3.¹¹ Sammenhængen mellem de retoriske grundelementer, deres virkemidler og tid.

Anvendelsen af de tre retoriske former, enten enkeltvis eller i en eller anden form for kombination, kaldes også en retorisk strategi.

Formålet med at anvende de retoriske virkemidler i form af en retorisk strategi er at skabe en sammenhæng i ens argumentationsrække. Modtageren eller målgruppen skal gerne kunne identificere sig med budskabet, hvilket oftest kræver en form for følelsesmæssig reaktion (patos), eller betragte det som værende logisk (logos). De to behøver ikke nødvendigvis begge at indgå, men det styrker budskabet, hvis de gør. Men for at et budskab skal være effektivt, må modtageren også betragte afsenderen som troværdig (etos). Alle tre elementer fra retorikken vil dog sjældent være til stede i lige stort omfang. Megen propaganda bygger i hovedsagen på et meget stærkt element af patos og understøttes kun af logos og etos.

Utilsigtede virkninger af retorikken kan også være, at man styrker ens modstanders sag. Ofte, hvis der anvendes kraftig retorik for at mobilisere ens tilhængere til kamp eller for at styrke ens egen magtposition, vil det kunne skabe negative opfattelser hos ens modstandere. Når en sådan kraftig retorik bliver kendt af ens modstandere, hvilket den uværdigt vil blive via informationssamfundet, kan den faktisk styrke modstanderens forsvarsvilje, hvilket jo må siges at være utilsigtet. De retoriske udsagn vil som oftest blive taget ud af deres oprindelige sociale kontekst, og man mister derved kontrollen over, hvordan budskaberne skal tolkes¹².

Hvad der kaldes "den retoriske situation" spiller også en rolle i propaganda. Den retoriske situation er det øjeblik i tid og rum, hvor budskabet bliver leveret til målgruppen, og som har en indvirkning på, hvordan budskabet eller retorikken bliver opfattet af målgruppen. Et budskab har måske ingen umiddelbar betydning eller føles ikke nærværende for målgruppen på dag X, men på dag Y, hvor en an-

den hændelse eller faktor har indtruffet, har det skabt en "retorisk situation", der gør, at budskabet bliver opfattet på en anden måde af målgruppen. Det samme budskab har lige pludselig en anden betydning. For eksempel dukker der et budskab op på internettet fra en terrororganisation rettet mod Danmark. Det vil i den givne situation ikke have den store betydning for størstedelen af befolkningen, men dagen efter sker der et terrorangreb. Det samme budskab bliver sendt igen og vil have en helt anden betydning for befolkningen. Der er med andre ord skabt en ny situation, hvor samme retorik får en ny virkning.

Den retoriske strategi kan derudover hente yderligere legitimitet eller gennemslagskraft ved at blive underbygget med brugen af billeder, symboler og metaforer.

Billeder, symboler og metaforer

Propaganda underbygges ofte med billeder og symboler i form af "visuelle retoriske strategier", som har til formål at forstærke effekten af de "verbale retoriske strategier" eller budskaber. Dette gøres som oftest i visuelle, audiovisuelle medieprodukter, men kan også forekomme i rent auditive medieprodukter i form af myter, metaforer og musik.

Oftest ses visuelle virkemidler i form af plakater, løbesedler og lignende. Det kan være billeder eller grafer, som enten skal understøtte et følelsesmæssigt (patos) eller et rationelt (logos) argument eller budskab. Det behøves ikke nødvendigvis kun at være billeder eller tegninger, der kan forstærke et budskab. Der kan også være tale om bevidst farvebrug, som af kulturelle årsager vil kunne frembringe bestemte associationer hos modtageren. Der vil dog som ofte være tale om en kombination af billeder/tegninger og farver, som mere eller mindre kan stå alene og formidle budskabet uden nødvendigvis at være knyttet til et skrevet budskab. Symboler vil dog næsten altid blive brugt som et understøttende virkemiddel til skrevne budskaber.

I audiovisuelle medieprodukter er det nemmere at udnytte visuelle virkemidler kombineret med tale og musik, som er gensidigt understøttende. Specielt video/DVD-produkter kan udnytte moderne informationsteknologi og meget effektivt udnytte en kombination af visuelle og verbale retoriske strategier. Rene auditive produkter, såsom radiobudskaber og bånd/CD'er, anvender ofte en kombination af musik og billedsprog samt metaforer til at understøtte de egentlige budskaber.

Terrorpropaganda

Det kommunikative aspekt eller propaganda indgår i næsten alle terrorhandlinger. Grundlæggende er det et spørgsmål om at skabe en krisesituation og fremprovokere en form for reaktion. En terrorhandling kan overordnet udnyttes kommunikativ på tre forskellige måder. Som en form for afpresning, til at skabe frygt og til at gøre opmærksom på en politisk dagsorden.¹³

Terror kan derfor ikke primært forstås som vold, selv om volden er det synlige symptom på terror. Terrorhandlinger har et stærkt præg af propaganda, idet terrorrens mål eller ofre er midler til at opnå en kalkuleret effekt på nogle andre. Målet for terroreren er derfor sjældent den eller dem, som terroreren går ud over. Dette kan i en del tilfælde også hænge sammen med, at terroristerne ikke kan komme til at rette et angreb på deres primære mål, f.eks. en statsleder. Terror bør derfor ses som en kommunikativ handling, hvor det er budskabet eller symbolværdien og ikke ofrene, der i første omgang tæller.¹⁴ Dem, som terroreren går ud over, er dog ofte efterfølgende subjekter i kampen om narrativerne eller i historierne om ofrene og heltene, som udgør et af elementerne i terrorpropagandaen, eller på den anden side imødegåelsen af den.

Kommunikationen foregår altid mellem en afsender, som ikke nødvendigvis er den samme, som har udført terrorhandlingen, og en eller flere modtagere. Afsenderen er terroristen eller en, der er mere eller mindre løst knyttet til terroristen. Modtageren er "fjenden", i form af enten politiske eller militære beslutningstagere, og offentligheden. Offentligheden kan indeholde både sympatisører, neutrale og modstandere. Terrorhandlinger og den historie, der bliver fortalt om dem, har derfor heller ikke nødvendigvis kun en betydning, idet modtagere, baseret på deres egen situation, sætter terrorhandlingerne ind i forskellige kontekster (framing) og dermed tillægger dem forskellige betydninger. En sympatisør vil derfor ofte trække et andet budskab ud af terrorhandlingen end en neutral eller en modstander vil. Neutrale kan dog også godt være enig med terroristens målsætning, men bare ikke med det anvendte middel.

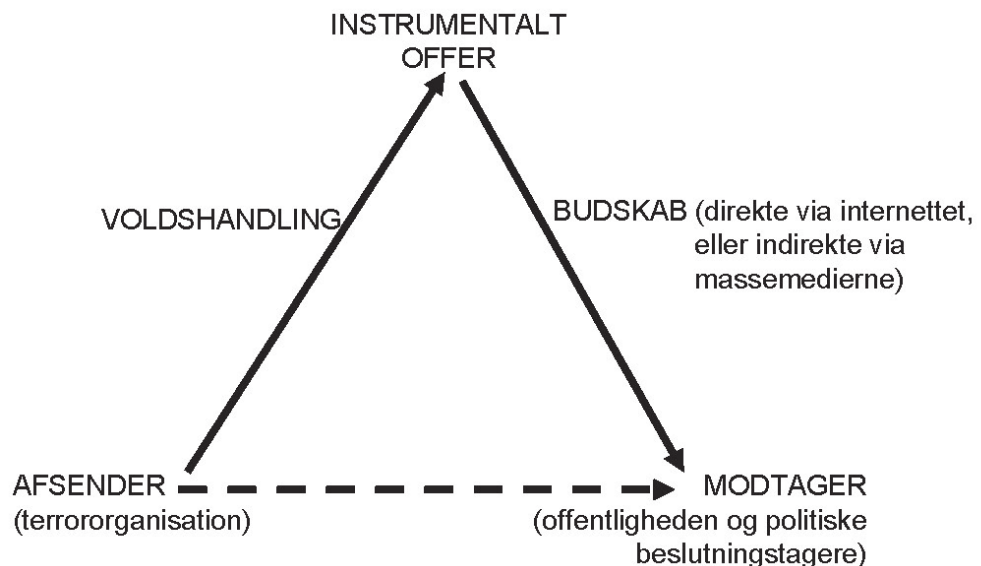
Terrorisme kommunikerer med andre ord på to forskellige plan. Handlingsplanet og det verbale eller retoriske plan. Ser man kun på selve handlingen, vil det sende et andet budskab, end hvis såvel handlingen, som den tilhørende retorik, formidles til modtageren samtidig. Terrorhandlingen er derfor kun succesfuld, hvis såvel handlingen som det politiske budskab, som terrorhandlingen skal understøtte, når modtageren samtidig.¹⁵ Den ideelle kommunikationssituation for en terrororganisation er derfor at kunne sende dens budskab uredigeret fra afsender til modtager. Her er præfabrikerede videoklip, enten lagt ud på internettet eller sendt i sin helhed på en større TV-kanal, optimale. Dette gør også, at terrororganisationer i dag har reelle medieafdelinger, der producerer propaganda på baggrund af "nyhedskriterierne".¹⁶

Terror som politisk kommunikationsstrategi

Udførelsen af terror kan som nævnt betragtes som en kommunikativ handling i sig selv, idet det ikke er selve terrorhandlingen, men de efterfølgende psykologiske effekter, som er det primære mål.

Selve terrorhandlingen eller voldshandlingen mod et offer, enten personer eller materiel, bruges som et instrument til at skabe den nødvendige opmærksomhed, der skal til for at kunne få det egentlige budskab igennem til målgrupperne. Målgrupperne skal så, motiveret af blandt andet frygten for gentagelser af voldshandlingen eller på grund af den psykologiske påvirkning, som den udsættes for gennem eksponering af voldshandlingen, virke som mellemfaldende målgruppe i forhold til at lægge pres på politiske beslutningstagere.

Strategien bygger med andre ord på, at voldshandlingen skal påvirke den offentlige opinion, så der ændres holdning til en given politik, så der efterfølgende lægges pres på de politiske beslutningstagere for at få dem til at ændre denne politik. Det er underforstået, at denne ændrede politik støtter eller er i overensstemmelse med terrororganisationens mål.



Figur 3.1. Terror som politisk kommunikationsstrategi¹⁷

Terrororganisationers brug af propaganda

Metoden er nogenlunde den samme, hvad enten det er en terrororganisation, nogen som tilhører en helt anden organisation eller for den sags skyld en stat, som ønsker at søge at påvirke en given målgruppes viden, holdninger eller adfærd. Det, som adskiller terrorpropaganda fra public relations eller andre former for kommunikation, er to generelle forhold.

- For det første midlerne som anvendes.
- For det andet det ideologiske værdigrundlag og hensyntagen til normative, og juridiske forhold.

Terrorpropagandaens kommunikationsmetoder

De kommunikationsmetoder, som terrorpropaganda benytter sig af, er meget forskellige og afhænger af, hvem målgruppen er, og hvor den befinder sig, samt hvilket formål der er med at påvirke den specifikke målgruppe.

I forhold til målgrupper, som befinder sig i lavteknologiske og lokale samfund, vil meget af propagandaen ofte blive distribueret igennem taler, prædiken i moskeer og gennem undervisning i madrassaer (religiøse skoler), samt gennem trykte produkter, som plakater og løbesedler, og via kassettebånd, radio og TV.

I mere teknologiske samfund og globalt vil internettet, sammen med satellit-TV, virke som de primære medier. Men megen af propagandaen vil efterfølgende også blive downloadet og overført til DVD og CD-ROM med henblik på videre formidling i lokale områder. I de lokale områder vil det så igen være de mere traditionelle medier som anvendes.

Tendensen er dog, uagtet hvorhen i verden man kigger, at propagandaen i højere og højere grad bliver distribueret via informations- og kommunikationsteknologi. Specielt internettet, herunder hjemmesider, chatrooms, blogs og e-mail kæder, som sammen med tilknyttet teknologi som mobiltelefon teknologi, specielt SMS-kæder, MMS beskeder og PODCAST bliver oftere og oftere anvendt som distributionskanaler for terrorpropaganda. Derudover bliver indholdet videredistribueret gennem andre multimedier som DVD og CD-ROM.

Terrororganisationerne er og vil dog stadigvæk være afhængige af at have adgang til TV-mediet, specielt satellit-TV, for at få den globale effekt de ønsker, herunder den eksponering over for målgrupper, som ikke færdes i miljøer som sympatiserer med terroristerne, eller som ikke logger på deres hjemmesider. Det er specielt i denne forbindelse, at arabiske satellitkanaler som Al-Jazeera og AL-Arabya er blevet diskuteret i forbindelse med imødegåelse af terrorpropaganda, idet de videreformidler videobudskaber fra Bin Laden og andre højtstående personer i terrororganisationer som en del af deres nyhedsdækning. På den anden side har fænomenet også ført til diskussioner i den vestlige verden om censur af medier eller mediernes selvrensning i forhold til at bringe sådanne budskaber, herunder videoklip af halshugninger m.m.

Men uagtet tendenserne anvender terrororganisationerne alle tilgængelige medier til at videreformidle deres budskaber. De senere erfaringer viser, at terrororganisationer har centraliserede "medieselskaber", som ofte består af en eller få in-

divider, som producerer og videreformidler generel terrorpropaganda. Men disse individer er meget professionelle og producerer propaganda, der er tilpasset en specifik region eller målgruppe, hvilket gør det så mere effektivt.

Men selv om der er en meget stor mængde islamisk terrorpropaganda i omløb via diverse medier, betyder det ikke, at der er en klar konsensus blandt de forskellige kilder.¹⁸ De forskellige kilder er forbavsende åbne om deres sårbarheder og strategier til at opnå deres mål, herunder deres ideologiske grundlag og deres fortolkning af såvel den politiske ramme som af koranen.¹⁹ Dette skyldes primært, at der internt blandt terrororganisationerne ikke er enighed om hverken mål eller midler. De bygger dog på en fælles ide, om hvem der er modstanderne. Men der er også magtkampe internt i miljøerne, om, hvem der skal være de ledende, og hvem der kan rekruttere flest tilhængere.

Terrorens budskabsopbygning

Ser man på, hvordan terrorpropagandaen er budskabsmæssigt opbygget, vil man, uanset om det er bevidst eller ubevidst fra terrororganisationernes side, finde, at den er temmelig godt funderet i de grundlæggende metodikker i propaganda eller for den sags skyld andre former for kommunikation og kommunikationsteori.

Terrorpropaganda virker næsten altid mod alle de tre hovedmålgrupper, som man kan opstille. Den vil søge at fastholde eller forstærke støtten fra de segmenter, som allerede støtter afsenderen, herunder vedligeholde allerede opnåede resultater. Dette kan ses blandt andet i Talibans propaganda rettet mod vestlige lande, som ofte er på arabisk og engelsk og ikke pashtu.

Terrorpropagandaen skal søge at overtale målgruppen til at få sympati for afsenderens mål og derfor begynde at støtte afsenderen enten direkte eller indirekte. Ellers skal propagandaen som minimum søge at få målgruppen til at forblive upartisk eller neutral.

Sluttelig skal terrorpropagandaen søge at undergrave modstanderens argumenter og mål og få modstanderen til at fremstå utroværdig for at fastholde loyale og overbevise neutrale segmenter. Propagandaen skal også gerne søge at påvirke modstanderen til at træffe beslutninger, som er i overensstemmelse med afsenderens målsætninger.

Knyttet til de tre formål er også mobilisering. En meget stor del af den islamiske propaganda, der i dag ses vedrørende opfordring til terror, indeholder elementer af rapporter om overgreb, trusler mod modstanderen, dehumanisering og udelukkelse af forhandling. Især mange videobudskaber underbygges med rapporter om overgreb på specielt det muslimske folk i Irak, i Afghanistan, i Gaza og på Vestbredden, som en legitimering af terrorhandlinger. Disse rapporter anvendes

ofte til at "frame" en til stadighed eksisterende trussel mod alle muslimer, som kun kan imødegås ved vold mod "vantro", indtil de er ude af disse områder og f.eks. et kalifat er oprettet. For at legitimere denne voldsanvendelse forsøges vesten ofte dehumaniseret på baggrund af de religiøse og kulturelle forskelle, noget som igen bruges til at understrege, at der ikke er nogen forhandlingsmuligheder.

Set i forhold til terrororganisationer bliver priming mest anvendt til at skabe opmærksomhed om organisationernes eksistens og for kontinuerligt at give et indtryk af at de er en trussel. I denne kontekst betyder det ikke det store, om de rent faktisk har de nødvendige ressourcer til at gennemføre en terrorhandling, så længe de blot kan skabe opfattelsen af det. Primingen sker i forhold til alle tre overordnede målgrupper som beskrevet ovenfor.

I relation til terrorpropaganda ses framing ofte som udtalelser eller budskaber efter en terrorhandling. Selv om terrorhandlingen er meget lokal, sættes den ind i en større ramme af organisationens overordnede og ofte langsigtede målsætninger, som gerne er understøttet af ideologi eller religion. F.eks. blev der efter terrorangrebet i London i juni 2005 lagt en række terrorpropagandavideoer på internettet. Afsenderne var, af åbenlyse årsager, andre end dem, der udførte angrebet. Her blev angrebet sat ind i en ramme af international politik. Det blev specifikt hævdet, at angrebet var sket som en reaktion på vestens handlinger i Irak og Afghanistan, samt på USA og Israels politik i Palæstina, og så længe dette fortsatte, ville man opleve flere angreb. At terrororganisationer sætter denne form for angreb ind i en større ramme, er en integreret del af terrorpropaganda. Framingen bruges altså enten til at sætte et terrorangreb ind i en bestemt kontekst og legitimere det på den baggrund eller til at sætte en hændelse, f.eks. et vestligt tilfælde af Collateral Damage i Irak eller Afghanistan, ind i rammen af de kontinuerlige overgreb på det muslimske folk.

Narrativer eller de store historiefortællinger spiller en stor rolle i terrorpropaganda. De er bundet op på de fællestræk, som findes selv i forskellige grene af islam, hvilket vil sige de fem søjler. Dette gør det strategiske narrativ salgbart til alle på det ideologiske plan, uagtet hvilken gren af islam, man så måtte tilhøre, og uagtet de stridigheder, der måtte være de enkelte grene imellem. Det langsigtede strategiske mål, måtte det være sig et verdensomspændende kalifat eller lignende, legitimeres i fællestrækkene og sættes ind i en nutidig politisk ramme gennem de fire elementer fra den mobiliserende propaganda.

Et narrativs gennemslagskraft eller effekt bygger også på brugen af retoriske strategier. F.eks. er Osama Bin Ladens person omgæret af etos, hvorimod en stor del af hans taler bygger på patos argumenter, som trækker på de fire elementer i den mobiliserende propaganda og i et mindre omfang på logos argumenter fra

den politiske ramme. Det gør han bl.a. ved at bruge ord og sætninger fra statsledere som George Bushs taler eller ved at omtale nylige politiske arrangementer, såsom topmøder m.m.

Dette underbygges i høj grad af symbolik. For eksempel ses Osama Bin Laden, på nær den seneste video fra september 2007, altid med sin sovjetiske AKSU-74 automatriffel ved siden af sig. Mange gange er han tillige blevet filmet med en stor mængde religiøse tekster bag sig. Begge ting skal symbolisere egenskaber ved ham som person for at forstærke hans etos i bestemte målgruppers øjne.

Andre terrorpropagandaprodukter, specielt "priming" produkter som bedst kan siges at have rekruttering for øje, anvender i meget højere grad visuelle virkemidler. Det drejer sig specielt om religiøse hymner, de fire grundfarver i Islam (hvid, rød, grøn og sort), samt bestemte dyr, som har metaforiske betydninger i Islam.²⁰ Ligeledes bliver billeder af terrorangreb ofte anvendt i forskellige terrorpropagandaprodukter for at forstærke effekten af budskabet. I enkelte tilfælde er det også set, at filmklip fra kendte Hollywood film som "Black Hawk Down" og "The Day after Tomorrow" er blevet brugt i terrorpropaganda som visuelle virkemidler.

Internettets rolle i terrorpropaganda

I de senere år har man set en forøgelse af terrororganisationers anvendelse af internettet, og alt tyder på, at det er en tendens, der vil fortsætte. Baggrunden for dette er, at informations- og kommunikationsteknologi, primært internettet, tilbyder en ny dimension til terrororganisationer. Teknologien kan bruges til at influere målgrupperne. Dette sker ikke bare gennem propaganda, men også ved at forstyrre eller skade en stat, dens informationsinfrastruktur og dens institutioner via egentlig "netkrigsførelse".²¹ Det drejer sig om handlinger som hacking af databaser, defacing af hjemmesider og placering af vira og trojanske heste med videre.²² Dette gør Informations- og kommunikationsteknologi meget interessant for terrororganisationer, idet de via internettet kan gennemføre alt fra propaganda til at øve indflydelse på kritisk infrastruktur i stater. Alt dette foregår ud over gennemførelsen af mere traditionelle terrorhandling. Terrorhandling som desuden får forstærket deres effekt af de øgede propagandamuligheder som internettet tilbyder. I dette ligger naturligvis også, at informations- og kommunikationsteknologien har medført, at stater har fået nye sårbarheder i takt med den øgede brug af denne teknologi. Det er sårbarheder, som terrororganisationer naturligvis i stigende takt forsøger at udnytte.

Terrororganisationers anvendelse af internettet

Overordnet anvender terrororganisationer internettet til fem generelle formål.

- For det første er internettet et perfekt værktøj til kommando og kontrol (ledelse), efterretningsindhentning og uddannelse,
- For det andet tilbyder internettet nogle klare teknologiske fordele for terrororganisationer,
- For det tredje bliver internettet anvendt til fundraising,
- For det fjerde anvendes internettet til propaganda og misinformation, og
- For det femte, tæt knyttet hertil, anvendes internettet til rekruttering og hvervning.

Anvendelsen er temmelig omfattende, og derfor også meget svær at overvåge og dermed at bekæmpe. Det vurderes at der er over 8.000 sider på internettet med islamiske ekstremistiske budskaber på (2006). Disse sider er ikke kun på arabisk, men også på blandt andet engelsk, fransk og spansk, hvilket også er med til at gøre internettet til et endnu mere effektivt værktøj for terrororganisationer.²³ Årsagen er bl.a., at det giver terrororganisationer bedre muligheder for at målrette deres budskaber, såvel indholdsmæssigt som sprogligt, til specifikke målgrupper.

Men hvorfor anvender terrororganisationer i stigende grad internettet til de ovennævnte handlinger? Naturligvis først og fremmest fordi det giver dem nogle muligheder, som de ikke tidligere havde, men mere specifikt tilbyder internettet i hvert fald fem fordele.²⁴

- For det første tilbyder internettet intern og ekstern sammenhæng og muligheder for at opretholde netværk på trods af store afstande.
- For det andet tilbyder internettet anonymitet og muligheden for hemmelig kommunikation.
- For det tredje er internettet billigt. For få tusinde kroner kan man anskaffe en PC og en internetadgang, og dermed bliver man hurtigt en national eller international aktør.
- For det fjerde virker internettet som en "force-multiplier" for terrororganisationer og tillader dem at få mere indflydelse eller gennemslagskraft end deres størrelse egentligt retfærdiggør. De kan nu få en rækkevidde og en indflydelse som tidligere var forbeholdt velorganiserede statsstøttede terrororganisationer. Det er noget, som selv de mindste terrororganisationer i dag er klar over.
- Og for det femte giver det mulighed for at nå målgrupper, herunder unge og veluddannede i vesten, uden at være afhængig af massemediers videreformidling eller behov for fysisk tilstedeværelse hos målgrupperne.

Et resultat af såvel anvendelsen, som de klare fordele som terrororganisationer får fra internettet, gør også at flere og flere terrororganisationer og deres støtter bliver computer litterate. Udover at forstå internettet og dets muligheder er terrororganisationer også i stigende grad opmærksom på de problemer med at følge med, både ressource- og teknologimæssigt, som vestlige efterretningsorganisationer har.²⁵

Planlægning, efterretningsindhentning, uddannelse og kommando og kontrol

Terrororganisationer anvender internettet til "cyberplanlægning", hvilket gør internettet til et kommando og kontrolværktøj for dem.²⁶ Kommando og kontrol, herunder eventuel ledelse og ordredgivning til "sovende" celler via internettet, er ikke besværliggjort af store geografiske afstande, nærmere tværtimod. Ligesom det heller ikke kræver andet end en PC og en internetadgang for at udføre det. Det er noget, som kan ske relativt sikkert via en let adgang til krypteringsværktøjer til internettet.

Udover planlægning, kommando og kontrol anvendes internettet også til efterretningsindhentning af terrororganisationer. Det er en efterretningsindhentning, som primært foregår gennem såkaldt "open source intelligence" (OSINT) via internettet. Størstedelen af de informationer eller efterretninger, som en terrororganisation skal bruge til sin planlægning, måske op til så meget som 80 %, kan hentes via åbne kilder uden at bryde nogle love, som kan tiltrække opmærksomheden i retning af organisationen.

Informationer, som terrorister kan få adgang til via OSINT, omfatter blandt andet medlemslister og andre åbne registre, som ligger på nettet, og WEB 2.0 applikationer, som Facebook og MySpace, hvor individers sociale netværk og færden kan

kortlægges. Derudover tilbyder 3D værktøjer, f.eks. google map og -earth, mulighed for detaljeret planlægning af terrorhandlinger. Ligesom disse værktøjer også et stykke tid efter kan anvendes til at fremskaffe grafisk materiale (symboler) til at understøtte terrorpropaganda, hvis der ikke rådes over egentligt video eller fotomateriale.

Derudover kan internettet også bruges til uddannelse. Det er ikke nødvendigt at trække folk til træningslejre, ligesom det ikke engang er nødvendigt for kommende terrorister at være en del af en egentlig organisation for at få den nødvendige viden og uddannelse. Der eksisterer allerede en lang række islamiske hjemmesider, hvor der er detaljerede instruktioner i alt fra planlægning, efterretningsindsamling, kontra-efterretningstjeneste over propaganda, til hvordan man fremstiller bomber, raketter og anvender våben.

Teknologiske fordele

Internettet tilbyder også nogle klare teknologiske fordele for terrororganisationer, som gør det mere vanskeligt at imødegå dem.

Mange af de servere, som er værter for disse hjemmesider, er placeret i Mellemøsten, men lige så ofte er de i Malaysia, England og forskellige steder i USA. Så snart de bliver opdaget, bliver hjemmesiderne overflyttet til en anden server. En del af problemet skyldes også Internet Service Providers (ISP), som ufrivilligt er vært for disse sider, idet de simpelthen ikke er bevidste om indholdet på de sider, som de er vært for. Når det opdages af ISP eller en regering, flyttes siderne simpelthen.²⁷

Der har også været nogle tilfælde, hvor en række forskellige propaganda eller islamiske ekstremistiske hjemmesider er blevet lagt i "klumper" på en server, og når de er blevet opdaget, kan denne klump med mange hjemmesider hurtigt flyttes over til en anden server.²⁸

Et andet teknologisk aspekt af internettet eller den computerteknologi, som understøtter det, er browsere. Web browsere som Netscape og Explorer kan allerede i dag, via default indstillinger i serveren, indstilles til at genkende sprog anvendt på den eller de PC'er som logges på serveren. Dette tillader hjemmesider at blive målrettet mod bestemte målgrupper segmenteret på baggrund af sprog eller geografisk placering. Dette betyder, at budskaber kan blive skræddersyet til henholdsvis en arabisktalende bruger eller en engelsktalende bruger. Det er meget anvendeligt for terrororganisationer i forbindelse med såvel propaganda som rekruttering, og det giver en større effekt.

Fundraising

Terrororganisationer anvender også internettet til fundraising og andre måder at

tilvejebringe økonomiske midler til deres kamp. Ofte foregår dette gennem frontgrupper, som umiddelbart ingen forbindelse har til terrororganisationer, som derigennem får midler fra mennesker, som tror, at de i virkeligheden støtter et humanitært eller på anden måde almennyttigt formål. Disse indsamlinger foregår blandt andet gennem e-mail til udvalgte personer eller grupper.²⁹

Propaganda

Efter den 11. september 2001 har en række terrororganisationer i stigende grad anvendt internettet til at vinde "hearts and minds" hos islamister verden over.³⁰ De bruger det dog også til at underminere ideologiske modstandere inden for "egne rækker", blandt andet ved at fremstille moderate muslimer, der sætter spørgsmålstegn ved angrebet, som hypokrater. Det er altså et forsøg på at presse flere ellers moderate opinionsdannere i den muslimske verden til at trække deres kritik tilbage. Det er et simpelt bevis på, at terrororganisationers ideologiske krigsførelse over internettet rent faktisk virker. Men det er også et udslag af, at information og kontrollen med den er blevet en strategisk ressource.

I forhold til gennemførte terrorhandlinger tillader internettet terrororganisationer at forstærke effekten af deres terrorhandling igennem opfølgende budskaber spredt via internettet. Dette sker primært ved at true civilbefolkninger verden over med gentagelser af terrorhandlinger i netop deres lokalområde, uagtet om den pågældende terrororganisation reelt set ikke har muligheden for at gøre alvor af deres trusler. Bundlinjen er, at internettet tillader en person eller en gruppe at virke større og mere kapabel, end den egentlig er.

En stor del af dette gøres igennem simple budskaber, krav eller trusler eller igennem mere eller mindre professionelt udviklede videoklip. Specielt videoklip af terrorhandlinger, halshugninger, bombesprængninger eller snigmord begået inden for kort tid før videoklippene er blevet produceret. Dette er specielt set i forbindelse med Irak, men er også i et vist omfang begyndt at dukke op i forbindelse med Afghanistan. Det ses endvidere i Tjetjenien og i Palæstina. På strategisk niveau er det ofte også set, at personer som Bin Laden eller hans næstkommanderende, har kommenteret på terrorhandlinger, som er sket en måned eller to før offentliggørelsen af deres videoklip. Det er handlinger, som han sandsynligvis ikke har haft nogen direkte del i, men som i form af hans opmærksomhed i en videooptaget tale får yderligere effekt og legitimitet. Ofte bliver handlingerne i Bin Ladens taler også sat ind i den større retoriske/ideologiske ramme (frame), end de indledende propagandatiltag efter selve terrorhandlingen har været. Videoklippene bliver ikke kun lagt ud på kendte islamiske hjemmesider, men i stigende grad også på f.eks. YouTube og andre såkaldte "nye medier".

Internettet tillader endvidere grupper med meget få ressourcer at gennemføre relativt store og professionelt udseende propagandakampagner. Der er tale om

kampagner, som kan få en enorm effekt, idet de anvender visuelle virkemidler som billedmateriale af halshugninger m.m., som vil tiltrække massemediernes interesse, da det opfylder en række af nyhedskriterierne. Endvidere tillader det andre end dem, der egentlig har udført terrorhandlinger, at tage ansvar for det eller at viderebringe kommunikerer om handlingen på vegne af nogen, som de eventuelt aldrig har mødt andre steder end i Cyberspace.

En stor del af de videoklip og kommunikerer, som blandt andet tager ansvar for terrorhandlinger, er ofte produceret af andre end dem, der rent faktisk har udført dem. Ofte vil afsenderen også underskrive sig med et navn, som ikke tidligere har været set. Mange gange er navnene på disse grupper taget ud af eller refererer til islamisk religionshistorie eller til mellemøstlig arabisk krigshistorie. Der er også meget generel antivistlig islamisk propaganda, som er produceret af centraliserede "medieorganisationer", som er direkte associeret til større kendte terrororganisationer, specielt hvis der er tale om videotestamenter fra selvmordsbombere og videooptagelser af kidnappede personer. En af disse medieorganisationer er bl.a. As-Sahab, som har relationer til Al-Queda.

Internettet anvendes også af terrororganisationer til at modsige fakta om handlinger eller udtalelser fra regeringer ved at bruge terrororganisationens egen politisk-ideologiske eller religiøse logik og retorik uden behov for at skele til sandheden. Dette er i modsætning til demokratiske stater, som aldrig får noget positivt ud af at lyve. For det første vil det i det moderne informationssamfund med stor sandsynlighed blive opdaget før eller siden, og for det andet vil det meget hurtigt kunne vendes imod dem af terrororganisationerne via massemediernes, hvis lejligheden byder sig. Dermed ikke sagt at demokratiske stater aldrig lyver, eller at terrororganisationer ikke kan blive skadet af at blive taget i at lyve.

Der er med andre ord også en normativ asymmetri på kommunikationsområdet at tage højde for; en normativ asymmetri som terrororganisationer udnytter i deres propaganda. Den oftest sete teknik er at udbasunere en af de største sårbarheder, som vesten rent politisk, moralsk og mediemæssigt har: Collateral Damage på civile mål. Man gør ikke alene opmærksom på, at foregået, hvis det da overhovedet har det, men man overdriver også skaderne eller af antallet af civile tab.³¹ Her spiller "mediekapløbet" en meget stor rolle, idet for eksempel Taliban kan ringe til internationale nyhedsorganisationer med budskaber om, at NATO under en operation har dræbt et meget stort antal civile i forbindelse med en operation, samt at ingen Taliban kæmpere blev dræbt ved operationen. Det er et krav, som via moderne informationsteknologi kan fremsættes umiddelbart efter eller sågar under selve operationen. Ingen af delene behøver nødvendigvis at være rigtige eller sande; de internationale nyhedsorganisationer vil sandsynligvis viderebringe nyheden uden at vente på bekræftelse, dog som ubekræftet information, for at være først i mediebilledet med nyheden. Men resultatet er under

alle omstændigheder, at Taliban er kommet først med deres budskab. På den anden side står NATO, som af de internationale nyhedsmedier vil blive konfronteret med beskyldningerne om at have dræbt civile uden at have ramt Taliban, og dermed vil NATO være i defensiven rent mediemæssigt fra starten. NATO's kommandostruktur skal først have hændelsen undersøgt ved det relevante hovedkvarter, før NATO talsmænd kan udtale sig om hændelsen og rette eventuel misinformation. Men på dette tidspunkt har Talibans budskab været det dominerende i flere timer, måske endda et døgn. Dette gør, at NATO taber "mediekapløbet" om at være den første med et budskab i medierne, og dermed bliver NATO ikke den, som sætter dagsordenen. Sideløbende med mediesporet kan videooptagelser af terrorhandlinger i Afghanistan eller for den sags skyld Irak ofte findes på internettet få timer efter, de er sket. Mange gange kommer de allerede i redigeret form, så de fremstår som egentlige propagandaindslag eller "terrorreklamospot".

Propagandaen på internettet omhandler ikke kun rene budskaber og krav eller trusler. Der kan også være tale om ideologiske grunddokumenter, rapporter om vestlige militære styrkers overgreb på civile i Afghanistan og Irak m.m., bøger om Jihad, manualer, lister over fanger i koalitionsens eller USA's varetægt, selvmordsbomberes videotestamenter og selvfølgelig links til andre islamiske hjemmesider.³² Her kan også findes retorik, som "bør" anvendes i propaganda, såsom "zionister", "korsfarer" og "imperialister", når der tales om koalitionsstyrker eller deres regeringer.³³ En meget stor del af denne propaganda anvendes også til at "prime" terrororganisationernes sag eller fortolkningen af denne, samt til at "frame" specifikke terrorhandlinger i forhold dertil.

Internettet blev blandt andet brugt af forskellige grupperinger i England efter de to undergrunds bomber i London i henholdsvis juni og juli 2005. I løbet af få dage blev en lang række videoklip med optagelser af forvirringen umiddelbart efter bombesprængningerne og billeder af selve selvmordsbomberne med politiske budskaber og islamiske hymner som underlægningsmusik fundet på internettet.³⁴

Internettet bliver ikke kun brugt til at sprede informationer og propaganda, men også til at mobilisere og overbevise ellers neutrale grupperinger i den muslimske verden, blandt andet ved at stille dem over for valg om at skulle støtte vesten eller islamisterne. Altså et "enten er I med os eller også er I mod os" valg. Man kan ikke udelukke, at de neutrale grupperinger helst ikke vil støtte nogle af lejrene, men stillet over for kravet om at vælge side beslutter de af kulturelle og religiøse årsager at støtte de ekstremistiske grupperinger, selv om der ikke nødvendigvis sympatiseres med deres metoder. Men den største grad af "identifikation" ligger principielt ved terroristernes overordnede politiske eller ideologiske grundlag.

Meget af propagandaen bliver lagt ud på en række bestemte hjemmesider, som fungerer som talerør for en bred vifte af terrororganisationer eller ekstremistiske politisk-islamiske organisationer. Herfra bliver budskaber og videoklip, som der efterhånden eksisterer titusinde af, trukket over på lokale organisationers hjemmesider, eller der bliver linket til de primære sider.³⁵ De lokale organisationer har sjældent noget direkte at gøre med terrororganisationerne selv, men den lokale organisation eller dens medlemmer sympatiserer i større eller mindre grad med terrororganisationerne eller deres sag og erklærede målsætninger.

Tendenser på dette er også set i Danmark. Blandt andet har der været links til over 50 propagandafilm fra Irak og andre steder på den danske islamiske hjemmeside tawhid.dk, indtil Politiken i august 2005 omtalte hjemmesiden.³⁶ Men også på "Internationale socialisters" hjemmeside har man kunne finde links til propagandavideoer fra Irak, herunder en kaldt "Message from the resistance", som var direkte produceret med en vestlig målgruppe for øje.

Terrororganisationerne forsøger at undergrave deres modstanderes, generelt Vestens, men i særdeleshed USA's, Englands og NATO's, troværdighed og legitimitet ved at intimidere deres civilbefolkninger og dermed påvirke den offentlige opinion og de politiske beslutningstagere. Derudover forsøger terrororganisationerne også at fastholde støtte i de pågældende lande. Terrororganisationerne er især interesserede i at vinde støtte fra muslimske grupperinger og befolkningsgrupper i de lande, hvor de ønsker at påvirke den offentlige opinion, eller i de lande hvor de ønsker at operere. Sluttelig anvendes propaganda også til at overbevise ellers neutrale grupper i den muslimske verden til at støtte dem. I den forbindelse spiller propaganda også en meget stor rolle i rekruttering af nye medlemmer eller støtter. Specielt i Vesten blandt unge muslimer er internettet, videoklip og ideologiske skrifter effektive i rekruttering.

Rekruttering

Et andet aspekt af terrororganisationers anvendelse af internettet er rekruttering. Det er et aspekt, som i bund og grund er tæt relateret til propaganda. Hvis det lykkes for terrororganisationer at "prime" dem selv på en positiv måde i muslimske miljøer på baggrund af propaganda, som bygger på terrorhandlinger, kan det billede, de skaber af sig selv, understøtte hvervningen af såvel ideologiske og økonomiske støtter, herunder egentlige kæmpere og eventuelt selvmordsbombere. I forbindelse med rekruttering spiller billeder og videoklip også en stor rolle, idet de får terrororganisationerne til at fremstå magtfulde og dermed mere tiltrækkende på potentielle medlemmer.

Men det er ikke kun gennem påvirkning fra videoklip og andet ideologisk-religiøst materiale, at terrororganisationer og andre ekstremistiske organisationer forsøger at hverve nye medlemmer. Også igennem andre interaktive medier, som

online computerspil, påvirkes potentielle medlemmer.

Ligesom USA's hær har lanceret et online computerspil "America's army" på internettet, som omhandler amerikanske soldater i mellemøsten, har den syrisk-støttede organisation Hizbollah i Libanon gjort det samme. Hizbollah har taget vestlig mediekultur til sig, selv om de ofte afviser vestlige værdier. Hizbollah har lanceret spillet "Special Force", som modsat USA's hærs spil omhandler Hizbollah-krigere i kamp med israelske og amerikanske soldater.³⁷

Imødegåelse af terrorpropaganda

Ved at betragte terrorisme som en kommunikativ handling antydes det også, at man kan imødegå terrorisme ved at angribe det kommunikative aspekt af den. At gribe ind i det kommunikative aspekt af terrorisme vil nok ikke helt imødegå terror, men det er et vigtigt element af kontraterrorisme. Imødegåelse af terrorisme og dens propaganda er på den anden side også et uhyre komplekst problem. Imødegåelse af terrorpropaganda kan derfor ikke alene løse terrorproblemet men er et vigtigt supplement til andre virkemidler.³⁸

Man kan dog søge at gøre terrorisme mindre effektiv som kommunikation gennem en række forskellige tiltag. De fleste sådanne tiltag er dog ikke uden problemer, idet de kan få karakter af (presse)censur eller på anden måde gribe ind i ytringsfriheden. Der kan også være andre juridiske problemstillinger knyttet til imødegåelse af terrorpropaganda, når det er knyttet til internettet. Det er også meget svært at vide, hvem der er i risikogruppen for påvirkning af den terrorpropaganda, som er på internettet, eller som er blevet downloadet fra internettet og derefter videredistribueret i lukkede miljøer. Det gør også, at man desværre ikke kan imødegå terrorpropaganda, radikalisering og rekruttering så fokuseret, som man kunne ønske sig.

Dilemmaet om imødegåelse af terrorpropaganda kontra ytringsfrihed

Som det fremgår af det ovenstående, er terrororganisationers formål med at anvende vold som kommunikationsform at få massemediernes opmærksomhed med henblik på at formidle et politisk budskab eller få et politisk emne på dagsordenen. Dette er igen med henblik på at ændre en målgruppes opfattelse, holdninger og sluttelig adfærd.³⁹

Der kan her også være tale om mobilisering af støtte og radikalisering af bestemte målgrupper, herunder eventuelt med rekruttering til nye terrorangreb for øje. Rekrutteringen behøver ikke engang at være personlig. Noget af det, der bliver langt ud på internettet, får samme virkning som "viral markedsføring",⁴⁰ hvor afsenderen ikke har kontrol med budskabet, idet det mere eller mindre lever sit eget liv men samtidig opnår afsenderens målsætninger. Dette kommer blandt andet til udtryk som "homegrown terrorists". D.v.s. individer og grupper, som er blevet radikaliseret og efterfølgende "selvrekrutteret" af den propaganda, som har været på internettet og andre steder. Efterfølgende har de så som enkeltindivider eller mindre grupper forsøgt at gennemføre terrorhandlinger i det land, hvor de opholder sig uden nødvendigvis at have været i kontakt med den pågældende terrororganisation, som har langt propagandaen ud på internettet, men er udelukkende blevet motiveret af den.

Til at imødegå denne mobilisering, radikalisering og efterfølgende mulige rekruttering som terrorpropagandaen kan medvirke til, er der reelt kun få muligheder forud for, under og efter en terrorhandling:

- Med baggrund i lovgivningen at søge at hindre spredningen af propaganda, der opfordrer til terror.
- Via en aktiv efterretningsindsats at søge at forhindre, at selve terrorhandlingen rent faktisk finder sted.
- Hvis en terrorhandling finder sted, da enten at forsøge at begrænse de kommunikative konsekvenserne af terrorhandlingen ved selv at kommunikere aktivt, eller ved at søge at forhindre, at terrorhandlingen bliver kommunikeret ud til målgrupperne.

Præventivt, forud for en terrorhandling, kan de juridiske muligheder for at hindre spredningen af propaganda, der opfordrer til terror, udnyttes. Problemstillingen i dette er dog, at meget store dele af denne propaganda spredes via andre medier (internettet, mobiltelefoniteknologi m.m.) end trykt materiale og CD / DVD, som er nemmere at spore og forhindre udbredelsen af rent juridisk. Men ved at reducere mængden af terrorpropaganda der distribueres, reduceres rekrutteringspotentialer også. Det er dog af afgørende betydning, at der satses kraftigt på at imødegå, hvad der kan kaldes "cyberterrorisme", altså spredningen af terrorpropaganda via internettet.

At forebygge selve terrorhandlingen, hvilket kræver et efterretningsgrundlag, som man ofte ikke har, er naturligvis også en mulighed. Men med mindre man hemmeligholder f. eks. anholdelsen af en terrorgruppe fuldstændig, vil selve omtalen af forhindringen af terrorhandlingen også have en gavnlig effekt for terrororganisationen, selv om den ikke er så stor, som hvis terrorhandlingen rent faktisk fandt sted. Selv om en terrorhandling forebygges, og dette kommunikerer ud i forbindelse med en anholdelse, eller forud for en efterfølgende retssag, vil det stadigvæk have en effekt, idet terrortruslen så er blevet så meget mere nærværende i samfundet.

For at begrænse de kommunikative effekter af en terrorhandling, kan man selv kommunikere aktivt til de samme målgrupper, som er målet for terrorpropagandaen. Forud for en potentiel terrorhandling omhandler dette at "prime" målgrupperne, specielt deres tillid til, at katastrofeberedskabet kan håndtere en eventuel terrorhandling troværdigt.

At forhindre at terrorhandlingen bliver kommunikeret ud til målgrupperne via massemedierne kan også være en strategi. Dette kan gøres ved enten, at massemedierne kun omtaler handlingen på et beskrivende plan, altså på en måde så hverken billeder eller budskab kommer ud, som terrororganisationen ønskede det, eller ved slet ikke at omtale eller dække terrorhandlingen.

At medierne slev ikke behandler en terrorhandling er nok noget utopisk, idet en handling som terror meget naturligt vil være interessant for medierne, alene på

grund af, at terrorhandlinger opfylder en række af nyhedskriterierne. Derudover vil en stat kun kunne implementere begrænsninger på nationale medier, ikke på internationale medier, hvorfor terrorhandlingen alligevel vil blive omtalt. Dertil kommer internettets rolle i formidlingen af en sådan nyhed uafhængigt af normale nyhedsmedier.

Så det at censurere medierne i forhold til dækningen af terrorhandlinger og den efterfølgende propaganda, såsom Bin Ladens videobudskaber efter den 11. september 2001, er næppe en løsning, idet det udover at bryde med pressefriheden også strider imod det demokratiske værdigrundlag, som vores samfund er bygget på, herunder ytringsfriheden. Det har dog ikke forhindret, at muligheden har været diskuteret gentagne gange og tilmed forsøgt gennemført som en form for medieselvrensning i USA efter den 11. september, hvor den amerikanske centraladministration ønskede, at medierne ikke skulle bringe propagandabudskaber og videoer fra blandt andre Bin Laden. Dette blev gjort af frygt for, at der skulle være skjulte budskaber i videoerne til for eksempel "sovende" terrorgrupper i USA eller opfordringer til at lade sig rekruttere⁴¹. Men en sådan løsning er af de ovenfor beskrevne årsager ikke formålstjenlig.

For det første vil sådan en "sovende" gruppe, hvis de eksisterer, i stedet kunne få deres ordrer eller instruktioner fra en af de over 8.000 hjemmesider, der indeholder islamiske ekstremistiske budskaber.

For det andet vil potentielle terrorister kunne hverves gennem mange andre midler, som sjældent omfatter vestlige medier, men nærmere lokalt omdelt eller solgt propagandamateriale som CD'er, DVD'er, løbesedler, taler i moskeer, ophold i Madrassaer, påvirkning gennem deres omgangskreds eller eventuelle studiegrupper, som de måtte deltage i.

Derudover skulle terrororganisationer sætte deres lid til, at netop den sætning eller det billede, som skulle virke som iværksættelsesinstruks "overlevede" redigeringsprocessen, idet et medie nok aldrig ville bringe en sådan video i sin helhed.

Spørgsmålet om censur har dog alligevel været fremme gentagne gange i forbindelse med diskussioner af mulighederne for at bekæmpe terrorpropaganda, ikke kun i USA, men også i EU.

Overvejelser vedr. imødegåelse af terrorpropaganda

Imødegåelse af terrorpropaganda bør ansues fra såvel et internationalt som et nationalt strategisk perspektiv, foruden også et mere taktisk eller praktisk, nationalt perspektiv. Et fjerde perspektiv, som dog ikke skal berøres yderligere her, er imødegåelsen af terrorpropaganda lokalt i de områder af verden, hvor militære eller andre, statslige aktører er udstationeret. Sidstnævnte vil primært ske i form af militære informationsoperationer.

Det internationalt strategiske perspektiv omfatter "Vestens" overordnede narrativ, som bygger på dets værdigrundlag og ikke mindst de politikker vedrørende årsagerne til terror, samt dem der udfører terror, og dermed også hvilke tiltag der skal tages for at løse problemerne. En stor del af dette perspektiv omfatter udførelsen af Public Diplomacy og udviklingsstrategier i relation til de lande, hvor størstedelen af årsagerne til terrorpropagandaen stammer fra.⁴²

Det nationalt strategiske perspektiv omfatter de kommunikative tiltag, staten gør internt for at imødegå effekterne af terrorpropaganda. Et af elementerne i den nationalt strategiske imødegåelse af terrorpropaganda er såkaldt "psykologisk forsvar", herunder at skabe en mere realistisk opfattelse af hvor lille risikoen egentlig er for at blive offer for et terrorangreb.⁴³ Dette vil for det første have en forebyggende virkning i forhold til at minimere effekten af den løbende terrorpropaganda, som en befolkning udsættes for, ligesom det reaktivt, hvis et terrorangreb skulle opstå, vil begrænse terrorangrebets psykologiske skadevirkninger markant.

Til dette hører også en kontinuerlig informationskampagne om de tiltag og det beredskab, som det offentlige har klar og indøver i tilfælde af en terrorhandling, med henblik på at skabe tryghed i befolkningen. Hertil hører også en aktiv pres-politik i forbindelse med beredskabsøvelser og lignende.

Det nationalt strategiske perspektiv omfatter også håndhævelsen af terrorlovgivningen i relation til sager, hvor paragraffer vedrørende opfordring til terror overtrædes. Det er primært i forbindelse med sager, hvor systematisk downloading og videredistribuering af terrorpropaganda sker, eller hvor denne propaganda direkte fremstilles med distribution for øje.

Den anden del af det nationale aspekt er den mere vedvarende og taktiske eller dag-til-dag praktiske imødegåelse af terrorpropagandaen. Dette omfatter blandt andet at søge at reducere effekterne af mobiliserings- eller rekrutteringsforsøg i forhold til særligt udsatte grupper. Dette kan kun gøres gennem samarbejde med de potentielle målgrupper for denne del af terrorpropagandaen og i de miljøer, hvor de færdes. Som en del af dette må man også samarbejde med personer, som i forvejen har en positiv indflydelse på dem, eller som de anser som troværdige rollemodeller.

Den slags tiltag kunne omfatte informationskampagner målrettet de potentielt udsatte i deres område, herunder dialogmøder og foredrag, samt tiltag i SSP og andet kommunalt regi⁴⁴. Det er dog vigtigt, at disse informationskampagner også bliver udført i lokale medier, herunder lokal TV og radio drevet af de udsatte grupper selv, samt at de selv deltager i programmerne. Det kunne også omfatte politiets oprettelse og vedligeholdelse af netværk i udsatte miljøer, omfattende

lokale nøglekommunikatorer og andre indflydelsesrige personer. Dette kunne være religiøse ledere. Mange af disse tiltag vil være rettet mod etniske, religiøse eller evt. politiske minoriteter, som kan betragtes som højrisikogrupper for rekruttering. Man skal dog omvendt også være bevidst om, at sådanne tiltag nok ikke vil ramme en anden gruppe, nemlig "konvertitter", som har været repræsenteret i en række af de terrørsager, der har verseret i Europa i de senere år. Konvertitterne har kun i mindre omfang eller i kortere tid bevæget sig i de kredse, hvor sådan tiltag ville ramme.

Andre og mere brede tiltag kan omfatte "awareness" programmer for udvalgte grupper af offentligt ansatte, undervisere på læreranstalter m.m.

Men de ovenstående tiltag må også kombineres med andre tiltag, idet man kun kan nå en del af de mennesker, som bliver påvirket af terrorpropaganda, via disse tiltag. Man må formode, at nogle af dem, som bliver radikaliseret og efterfølgende rekrutteret på baggrund af terrorpropaganda, ikke bevæger sig i de "åbne" miljøer, hvor de ovenstående tiltag har en mulighed for at have en effekt, men derimod bevæger sig i langt mere lukkede miljøer. Dette vil især være efter, der er sket en vis tilknytning til "ideen", som terrorpropagandaen opfordrer til. Disse miljøer kan omfatte lukkede "studiegrupper" og "baggårdsmoskeer" m.m., som udefrakommende ikke har adgang til, og hvor det derfor er svært at få andre budskaber ind for at imødegå den radikaliseringsproces, der sker som et resultat af terrorpropagandaen.

Afslutning

Terrororganisationer, deres medieafdelinger, eller enkeltpersoner der agerer på vegne af disse, udnytter propaganda meget dygtigt til at understøtte deres målsætninger. Specielt internettet, herunder blogs, videoklip og chat rooms, spiller en stor rolle i dette. Men også f.eks. mobiltelefoniteknologi i form af SMS-kæder og anden ny teknologi såsom podcast til IPODs udnyttes i stigende grad. Denne propaganda medvirker naturligvis til at få terrororganisationernes politiske og religiøse budskaber ud til en bred vifte af målgrupper, men hvad der er værre, er at det også kraftigt medvirker til radikaliserings og rekruttering af specifikke målgrupper, specielt i vestlige lande.

Dette blev blandt andet vist meget tydeligt i forbindelse med "Terrorist 007" i England, som, oprettede og drev en lang række hjemmesider med terrorpropaganda, "uddannelsesmateriale" i form af bombemanualer, taktikker med videre, med holdnings- og adfærdspåvirkning for øje. Disse aktiviteter var finansieret af terrororganisationer. Efter Terrorist 007 blev anholdt, erkendte det engelske politi, hvor stor en rolle blandt andet Terrorist 007 har spillet i såvel spredningen af terrorrelateret propaganda, som i radikaliserings og i nogle tilfælde rekrutteringen af "home grown" terrorister i Vesteuropa og Nordamerika. Det viste sig, at Terrorist 007 sad centralt i et virtuelt netværk, som trak tråde til forskellige terrororganisationer, og sager, der involverede "home grown" terrorister, blandt andet i USA og Canada foruden også sagen i Sarajevo og "Glostrup-sagen".⁴⁵ Alene eksistensen af sådanne enkeltaktører som Terrorist 007 og dennes handlinger og aktiviteter, gør "cyberterrorismen" til et sikkerhedsmæssigt problem. Det er et sikkerhedsmæssigt problem på højde med selve terrorhandlingerne.

Det er også med til at gøre "cyberterrorismen" til en stadig stigende trussel, at det foregår i ly af internettets anonymitet og ikke i det offentlige rum. Dette bevirker, at den generelle offentlighed ikke får en forståelse af truslens omfang og mulige konsekvenser. Dermed er det heller ikke synligt for den generelle offentlighed, at en række målgrupper og individer langsomt radikaliseres og eventuelt rekrutteres virtuelt. Et andet forhold, der medvirker til at gøre "cyberterrorismen" til en stigende trussel, er omfanget af dets aktiviteter. Antallet af hjemmesider og andre fora, hvor "cyberterrorismen" foregår, stiger næsten eksponentielt over tid, hvilket gør det så meget mere vanskeligt for efterretningstjenester og politimyndigheder at følge med i, overvåge og skride ind over for.

Ikke desto mindre er imødegåelse af "cyberterrorismen" en vigtig brik i den overordnede forebyggelse af terrorisme generelt. Dette stiller ikke bare større krav og udfordringer til efterretningstjenester, politi og andre offentlige myndigheders indsats på området; det udgør også en udfordring til medierne.

Udfordringen for medierne er af en mere "uddannende" karakter i forhold til den brede offentlighed. Men også mediernes egne overvejelser om, hvilke vinkler der

lægges for dagen i rapporteringen om internetbaseret terrorpropaganda er en udfordring. Måske kunne en lidt vinkel på de radikaliserede budskaber og terrororganisationers medier og aktiviteter være nødvendig. Bl.a. kunne medierne levere flere motivanalyser af handlingerne og ikke kun rapportere om dem for at bringe problemstillingerne, truslerne og konsekvenserne af "cyberterrorisme" og terrororganisationers propaganda mere ud i det offentlige rum, end de er i dag.

Referencer

Litteratur:

Brachman, Jarret, M og McMants, William, F (2006): Stealing Al-qaida's Playbook, i Studies in Conflict and Terrorism, CTC, West Point, US Military Academy. February 2006.

Casebeer, William D. og Russell, James A (2005): Storytelling and terrorism - Towards a Comprehensive "Counter-Narrative Strategy": i Strategic Insights, volume IV, Issue 3, March 2005. Center for Contemporary Conflict, Naval Postgraduate School, USA.

CTC (The Combating Terrorism Center): (2006): The Islamic Imagery Project - Visual Motifs in Jihadi Internet Propaganda. (www.ctc.usma.edu)

Fabricius, Julie og Roksvold, Thore (2004): Anvendt retorik - tag sproget i munden: Akademisk forlag, København.

Hansen, Birthe (2003): At definere terrorisme. Arbejdsrapport 2003/8, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.

Henriksen, Carol (2001): Modeller for kommunikation og public relations, Roskilde universitets forlag, København.

Heradstveit, Daniel og Bjørgo, Tore (1988): Politisk kommunikation - introduktion til semiotik og retorik, Samfundslitteratur, København.

Hess, Stephen & Kalb, Marvin (2003): The Media and the War on Terrorism, The Brookings Institute, Washington D.C. USA.

Mønster-Kjær, Esben (2005): Fra attentat til massedrab - 100 år med terrorisme og terrorbekæmpelse. Forsvarets Oplysnings- og Velfærdstjeneste, København.

Nacos, Birgitte L. (2002): Mass-Mediated Terrorism, Rowman & Littlefield Publishers, inc, Oxford, UK

NATO: AAP-6 definitioner og forkortelser.

Nielsen, Mie Femø (red.) (2004): Spin, selvfremstilling og samfund: Forlaget Samfundslitteratur, København.

Norris, Pippa, Kern, Montague & Just, Marion (ed.) (2003): Framing Terrorism - The news media, the Government and the Public, Routledge, New York, USA.

O'Shaughnessy, Nicholas Jackson (2004): Politics and Propaganda: Manchester University Press, England.

Palmer, Nancy (ed.) (2003): Terrorism, War and the Press, Harvard University, USA

Thomas, L. Timothy (2003): Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyper-planning. Parameters, spring 2003, 112 – 123.

Whine, Michael (1999): Cyberspace – A new Medium for Communication, Command and Control by Extremists. Studies in Conflict and Terrorism, RAND, <http://ict.org.il> (10. AUG 05)

Avisartikler:

Brøns-Petersen, Otto (2005): Terrorismens pris: Weekendavisen, Ideer, 21. til 27. oktober 2005, pp 3.

Hardis, Arne (2004): Elendighedens filosofi, i Weekendavisen, 29. oktober til 4. november 2004. pp. 3.

Hundsbæk, Thomas, Seidelin, Matihias og Davidsen-Neilsen, Hans (2005): Fra brøderne i interformationsenheden, Politiken, 3. sektion, 7. august 2005, pp 1 og 4.

Lindberg, Kristian (2005): Virkeligheden står på spil: Berlingske Tidende, Magasin, 20. december 2005, pp. 3.

O'Neill, Sean (2007): Terrorist 007 was internet propagandist for al-Queda. The Times, USA, 26. april 2007.

Stöcker, Christian (2007): Propagandaspil er uoriginale og overbeviser sjældent. Politiken. 18. oktober 2007.

Internet:

www.americasarmy.com

www.pet.dk

www.specialforce2.org

www.um.dk

Tv-udsendelser:

TV2 (2005a) Dags Dato Special: Terror i Europa. 31. oktober 2005, kl. 23:20

BBC world (2008): Documentary on "Terrorist 007". 16. januar 2008, kl. 2130.

Foredrag m.m.:

Drougos, A (professor): Lessons Learned from the various allied operations in Afghanistan and the Golf, concerning policy and information operations. Foredrag på NATO School ACT, Oberammergau, Tyskland, den 20. November 2006.

Slutnoter

¹ Mønster-Kjær (2005), pp. 6 – 8.

² Hardis (2004), pp. 2

³ Hansen (2003), pp. 7 – 9.

⁴ Dette hænger ofte sammen med at andre mål der også kunne være af interesse for terrororganisationer, såsom politiske ledere eller militære enheder, kan være for godt beskyttet til at kunne ramme.

⁵ Organisationer som ETA i Spanien har dog ofte praktiseret at advare om bombeangreb, men i forbindelse med islamisk terror bliver der ikke advaret om forestående angreb.

⁶ NATO def. Jf. AAP-6

⁷ Afsenderens sfære er en fællesmængde, eller en deloffentlighed, som har en række fælles karakteristika. Disse behøves ikke nødvendigvis at være fysiske eller demografiske. De kan også godt være f.eks. virtuelle.

⁸ O'Neill (2007).

⁹ Heradstveit og Bjørge (1988), s. 54.

¹⁰ Fabricius og Roksvold (2004), s.21 -23

¹¹ Figuren bygger på Fabricius og Roksvold (2004), s.21 -25

¹² Heradstveit og Bjørge (1988), s. 61.

¹³ Heradstveit og Bjørge (1988), s. 121.

¹⁴ Heradstveit og Bjørge (1988), s. 121.

¹⁵ Heradstveit og Bjørge (1988), s. 123.

¹⁶ Nyhedskriterierne er fem overordnede parametre, som journalister generelt anvender for at vurdere, om en historie eller vinkel er interessant. Nyhedskriterierne består af 1) væsentlighed, 2) identifikation, 3) sensation, 4) aktualitet og 5) konflikt.

¹⁷ Efter Heradstveit og Bjørge (1988)

¹⁸ Kilder skal forstås som afsendere af terrorpropagandaen.

¹⁹ Brachman og McMants (2006) pp. 3

²⁰ CTC 2006 (The Islamic Imagery Project)

²¹ "Netkrigsførelse" set i forhold til NATO ville svare til "Information Operations (INFO OPS)". INFO OPS er grundlæggende en koordinationsstrategi, som har til formål at samordne effekterne af alle informationstiltag, som har til formål at påvirke beslutningstagning hos modstandere. Herunder "influence activities" som omhandler handlinger i informationssfæren, såsom viden, holdninger og adfærd, "counter command activities" som omhandler handlinger mod informationssystemer og processer, såsom informationsteknologi og hjemmesider m.m. Derudover handler INFO OPS om at forsvare sig mod modstanderes propaganda og angreb mod egne informationssystemer og processer, som hacking af hjemmesider, mailservere og anden kritisk informationsinfrastruktur.

²² Whine (1999), p 1. "Defacing" er at fjerne den officielle forside på en hjemmeside og erstatte den med hackerens egen.

²³ Drougos (2006). Siderne findes dog også på mange andre sprog.

²⁴ Whine (1999), pp 4 - 7

- ²⁵ Whine (1999), pp 13
- ²⁶ Thomas (2003), pp 112
- ²⁷ Se Thomas (2003), pp 115
- ²⁸ TV2 (2005a)
- ²⁹ Thomas (2003), pp 114
- ³⁰ Thomas (2003), pp 114
- ³¹ Drougos (2006)
- ³² Thomas (2003), pp 120
- ³³ Drougos (2006)
- ³⁴ TV2 (2005a)
- ³⁵ Blandt andet "Informationsenheden" i "Al-qeadas netværk i Irak".
- ³⁶ Hundsdæk, Seidelin og Davidsen-Nielsen (2005)
- ³⁷ Lindberg (2005) og Stöcker (2007). De to computerspil kan findes på hhv. www.americasarmy.com og på www.specialforce2.org. (November 2007)
- ³⁸ Heradstveit og Bjørge (1988), s. 132.
- ³⁹ Heradstveit og Bjørge (1988), s. 133.
- ⁴⁰ "Viral Markedsføring" er en teknik til at sprede et budskab, som baserer sig på målgruppens eksisterende sociale eller professionelle netværk. Viral markedsføring baseres på, at målgruppen videreformidler budskabet inden for netværket (system af systemer-teori) af egen drift. Viral markedsføring anvender som oftest "nye medier" som blogs, chatrooms, online communities, interactive websites, samt mobiltelefoner og dertilhørende teknologi.
- ⁴¹ Den amerikanske regering har dog ikke fremlagt nogen eksempler på dette til at underbygge deres ønske over for medierne.
- ⁴² Public Diplomacy varetager Danmarks forhold til den brede offentlighed i udlandet. Hovedformålet med danske Public Diplomacy-aktiviteter er at skabe viden blandt f.eks. udenlandske medier, interesseorganisationer, store virksomheder, NGO'er og andre opinionsdannere om danske værdier og synspunkter for derved at styrke Danmarks indflydelse. (<http://www.um.dk/da/menu/OmOs/Organisation/Organigram/KEOrganigram.htm>) 11. marts 2008
- ⁴³ Se Brøns-Petersen (2005)
- ⁴⁴ SSP samarbejdet = Skole, Social og Politi
- ⁴⁵ BBC world (2008)