

Kurskod: SKOK01  
Termin: VT16  
Handledare: Marja Åkerström  
Examinator: Nils Gustafsson

**”There is no life without Jihad”**  
En kvalitativ studie av IS budskapsstrategier

**JASMINE FALK & ANDREA VITÉZ**

---

Lunds universitet  
Institutionen för strategisk kommunikation  
Examensarbete för kandidatexamen



# *Tack*

*Lunds Universitet, Campus Helsingborg  
och institutionen för strategisk kommunikation.*

*Vårt största tack till Marja Åkerström utan vars stöd och kärnfulla insikter  
denna studie inte varit möjlig.*

# Abstract · Sammanfattning

---

## Abstract

Today the self-proclaimed caliphate IS is one of the most feared and well known phenomenon of its time. Major military operations against the group have been initiated with the United States in the forefront but at the same time expression of opinions argue that IS has to be addressed in other ways than just military. The ideas of IS have been widely spread, this proliferation can be attributed to the fact that the group is a developed communication apparatus with a large-scale communication production. This paper aims to investigate how IS uses message - and other communication strategies in their strategic communication in order to achieve their organizational goals. Furthermore, we seek to create an understanding of what IS is an example of in today's societal context. In turn, the results aim to serve as a basis for solutions on how IS can be addressed in ways other than solely military and how similar groups can be prevented from emerging. We can conclude is that IS communication messages are based on a variety of themes that appeal to either perceptual or pragmatic factors. These messages have been designed on the basis of both message- and communication strategies and furthermore IS uses tactics on a semiotic and rhetorical level to strengthen and convey their messages in the most efficient way. Thus the success behind IS's strategic communication is based on a combination of well-designed, strategic messages as well as a high-quality production. In addition to this we can also conclude that IS's messages allude to universal driving forces in today's societal context. The logic behind the appeals of IS's messages can be partly explained by Durkheim's secularization theory in which religion is seen as an important social function and a source of meaning and connectedness in a secular society. In addition, IS message strategy can also be understood through the issues Habermas discusses in a post-secular society. Conclusively IS strategy can also be explained through Foucault's framework of discipline and punish in today's liberal and capitalist western society in which people lack clear frameworks and moral lecturing.

Work on this bachelor thesis has been equally performed by both authors.

## **Sammanfattning**

Idag utgör det självutnämnda kalifatet IS ett av världens mest fruktade och kanske allra kändaste fenomen. Stora militära insatser har initierats med USA i spetsen men samtidigt talar många röster idag dock för att man även bör bemöta IS på andra plan än det militära. IS idéer har fått stor spridning vilket kan härledas till det faktum att gruppen utgör en utvecklad kommunikationsapparat med en storskalig kommunikationsproduktion. Föreliggande uppsats syftar till att undersöka hur IS använder sig av budskap- och meddelandestrategier i sin strategiska kommunikation för att nå sina organisationella mål. Vidare söker vi att skapa en förståelse för vad IS är ett exempel på i dagens sociala och samhälleliga kontext. Resultaten syftar i sin tur till att fungera som underlag till lösningar på hur IS kan bemötas på andra sätt än rent militärt samt förebygga att liknande grupper växer fram. Det vi kan konstatera är att IS kommunikationsbudskap utgår ifrån ett flertal olika teman som anspelar på både pragmatiska och perceptuella faktorer. Budskapen har utformats utifrån både budskap- och meddelandestrategier och dessutom förstärks av taktiker på semiotisk och retorisk nivå. Således bygger framgångarna bakom IS strategiska kommunikation på en kombination av dels välutformade och strategiska budskap, dels en högkvalitativ produktion. Utöver detta kan vi även konstatera att IS budskap anspelar på allmängiltiga drivkrafter i dagens samhälleliga kontext. Logiken bakom attraktionskraften i IS budskap kan dels förklaras utifrån Durkheims teori om religion som en viktig samhällsfunktion och källa till mening och samhörighet i ett sekulariserat samhälle. Utöver detta kan IS budskap förstås utifrån den problematik som Habermas diskuterar i ett postsekulärt samhälle samt utifrån Foucaults teori om disciplin- kontra straffsamhälle.

Arbetet med denna kandidatuppsats har till lika stora delar utförts av båda författarna.

*Nyckelord: IS, Islamiska Staten, strategisk kommunikation, budskapsstrategi, meddelandestrategi, sekularisering, post-sekularisering, disciplin och straff.*

*Antal tecken inklusive blanksteg: 117 681*

# Innehållsförteckning

---

<b>1. Introduktion .....</b>	<b>1</b>
1.1 Inledning och problemformulering.....	1
1.2 Syfte.....	2
1.3 Forskningsfrågor.....	3
1.4 Frågeställningar.....	3
1.5 Disposition.....	3
<b>2. Bakgrund .....</b>	<b>4</b>
2.1 Beskrivning av IS.....	4
2.2 Definitioner.....	6
<b>3. Tidigare forskning .....</b>	<b>9</b>
3.1 Övergripande forskning om IS.....	9
3.2 Fokus på Twitter .....	10
3.3 Senaste forskningen.....	11
<b>4. Teori.....</b>	<b>13</b>
4.1 Strategisk Kommunikation.....	13
4.2 Konsekvens- kontra lämplighetsbaserad logik.....	14
4.3 Skapa perceptioner och polarisera stöd .....	14
4.5 Budskap och förmedling .....	15
4.5.1 Budskapsstrategier.....	15
4.5.2 Meddelandestrategier .....	16
4.5.3 Semiotik.....	17
4.5.4 Retorik.....	17
4.6 Sekulariseringsteori.....	19
4.7 Postsekulariseringsteori .....	20
4.8 Disciplin - kontra straffsamhälle.....	21
<b>5. Metod och material .....</b>	<b>23</b>
5.1 Kvalitativ fallstudie och Hermeneutik.....	23
5.2 Urval .....	24
5.3 Dokumentinsamling.....	25
5.4 Analysmetoder .....	25
5.4.1 Kvaless analysmetod.....	25
5.4.2 Semiotisk och Retorisk analys .....	26
5.5 Metodreflektion .....	27
5.6 Material.....	28

<b>6. Analys.....</b>	<b>29</b>
6.1 <i>Tematisering</i> .....	29
6.1.1 Ett högre syfte och mening.....	29
6.1.2 IS välfärdssamhälle.....	30
6.1.3 IS militära erövringar och resurser.....	31
6.1.4 Samhörighet och polarisering.....	31
6.1.5 Våldsförhållande och skrämmande hot.....	32
6.1.6 Motberättelser.....	33
6.1.7 Kategorisering av teman.....	34
6.2 <i>Identifiera målgrupper</i> .....	35
6.3 <i>Kärnbudskap till framtida rekryter</i> .....	35
6.4 <i>Kärnbudskap till fiender</i> .....	39
6.5 <i>Kärnbudskap till IS-krigare/ befintliga sympatisörer</i> .....	44
6.6 <i>Summering: En kombination av budskap och produktion</i> .....	47
6.7 <i>IS budskapsstrategier i en samhällelig kontext</i> .....	49
<b>7. Diskussion och slutsatser .....</b>	<b>52</b>
7.1 <i>Diskussion och slutsatser</i> .....	52
7.2 <i>Förslag på vidare forskning</i> .....	54
<b>Referenser .....</b>	<b>55</b>
<b>Bilagor .....</b>	<b>59</b>
<i>Bilaga 1. Begreppslista</i> .....	59
<i>Bilaga 2. Materialbeskrivning</i> .....	60
<i>Bilaga 3. Scener ur There is no Life Without Jihad (2014)</i> .....	63
<i>Bilaga 4. Scener ur Flames of War (2014)</i> .....	65
<i>Bilaga 5. Scener ur The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim (2014)</i> .....	67

# 1. Introduktion

---

## 1.1 Inledning och problemformulering

Idag utgör det självutnämnda kalifatet IS ett av världens mest fruktade och kanske allra mest kända fenomen. Med syftet att upprätta en sunnimuslimsk stat under sharia-lagar har IS genom våld och terror tagit kontroll över landområden i Syrien och Irak som motsvarar Storbritanniens landyta. Sedan 2014 har drygt 30 000 människor med utländsk härkomst anslutit till gruppen för att kriga i IS namn vilket är mer än tio gånger så många som reste till Afghanistan för att kriga med al-Qaida under den tio år långa konflikten (The Soufan Group, 2015). Under våren 2016 har IS även tagit på sig terroråderna i Paris och Belgien och utgör således ett uttalat hot gentemot västerländska nationer. För att bekämpa det hot som IS utgör har västerländska styrkor gjort militära insatser med USA i spetsen. Många åsiktsyttringar från bland annat politiker, journalister och forskare, talar dock idag för att man även bör bemöta IS på andra plan än det militära. En av dessa röster är journalisten och författaren Nathan Shachar (2016, 25 mars) som framhåller att IS i första hand är en idé och ett religiöst, ideologiskt budskap. Han menar således att även om IS bekämpas militärt, kommer IS och liknande grupper fortsätta dyka upp där samhällen splittras, stater försvagas, försvarsviljan avtar och grogrund och fotfäste erbjuds. IS idéer har fått stor spridning vilket kan härledas till det faktum att gruppen utgör en utvecklad kommunikationsapparat med en storskalig kommunikationsproduktion. IS har idag ett flertal centrala mediecenter såväl som lokala kommunikationskontor och en autonom supporter-bas, vilka alla producerar och sprider kommunikationsmaterial åt gruppen. Gruppen är aktiva på sociala medier och i radio och producerar kontinuerligt filmer samt ger ut en egen digital tidning. Sammanfattningsvis är det få pågående aktiviteter inom de IS-kontrollerade områdena som inte kommuniceras på ett eller annat sätt. Kommunikationens roll i IS framgångar kan motiveras utifrån det faktum att det militära motståndet från IS fiender också bekämpas med hjälp av kommunikativa medel från IS sida. IS film *Clanging of the Swords IV* (2014) kom som en varning tre veckor innan IS massiva offensiv mot Mosul, Tikrit och Kirkuk i Irak. En påföljd

av filmen var att Irakiska soldater valde att inte slå tillbaka när IS kom till deras städer utan istället tog av sig sina uniformer och flydde in i de civila massorna. Detta trots att de Irakiska soldaterna i många fall var fler till antalet än IS-krigarna (Malterre & Nasr, 2014). Dr. Haroro J. Ingram, forskare vid Australian National University, studerar propagandans roll i icke-statliga, politiska rörelsers strategier med fokus på IS och talibanerna i Afghanistan. Han menar att bemötandet av IS strategiska kommunikation är en av de viktigaste frågorna när det kommer till nationell säkerhet för västerländska regeringar idag och att utvecklingen av en mer nyanserad förståelse för IS kommunikationsstrategi kommer vara avgörande för att utveckla effektiva motnarrativa strategier (2015, 14 oktober).

Många forskare idag väljer att förklara attraktionskraften bakom IS budskap genom deras användande av grafiskt våld, sociala medier och deras professionella produktioner av prints och videos. Ingram (2015, 14 oktober) menar tvärtom att ovan nämnda faktorer är av yttlig karaktär när det kommer till att förstå attraktionen i deras kommunikation i jämförelse med den mest avgörande faktorn; budskapet. Med bakgrund av detta syftar föreliggande uppsats att undersöka hur IS använder sig av budskaps- och meddelandestrategier i sin strategiska kommunikation för att nå sina organisationella mål. Liknande forskning på området har gjorts under de senaste åren men det saknas fortfarande en vidare contextualisering av deras kommunikativa framgångar. Vår forskning ämnar således fylla detta forskningsgap och ge studien inomvetenskaplig relevans genom att skapa en förståelse för vad IS är ett exempel på i dagens sociala och samhälleliga kontext (Åkerström ur Eksell & Thelander, 2014). Våra resultat syftar i sin tur till att fungera som underlag till lösningar på hur IS kan bemötas på andra sätt än rent militärt samt förebygga att liknande grupper växer fram. Således har studien även en utomvetenskaplig relevans (Åkerström ur Eksell & Thelander, 2014).

## **1.2 Syfte**

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur IS använder sig av budskaps- och meddelandestrategier i sin strategiska kommunikation och därigenom utöka forskningens förståelse om hur strategisk kommunikation kan användas för att nå organisationella mål. Vidare syftar studien till att bidra med en contextualisering av IS kommunikativa framgångar genom att skapa en förståelse för vad IS är ett exempel på i dagens sociala och samhälleliga kontext.



### **1.3 Forskningsfrågor**

- *Vilka teman kan utläsas från IS kommunikation?*
- *Vilka målgrupper kommunicerar IS till?*
- *Vilka kärnbudskap kommuniceras till respektive målgrupp?*

### **1.4 Frågeställningar**

- Hur använder IS budskaps- och meddelandestrategier i sin strategiska kommunikation?
- Hur kan IS framgångar förstås utifrån strategisk kommunikation?
- Hur kan IS kommunikativa framgångar förstås i ett vidare samhällsperspektiv?

### **1.5 Disposition**

I nästföljande kapitel följer en beskrivning av IS i vilken gruppen diskuteras utifrån olika perspektiv på grund av sin inneboende komplexitet, därefter presenteras och motiveras de benämningar och definitioner av IS som används i föreliggande studie. Kapitel 3. består av en redogörelse för tidigare forskning om IS budskap och strategiska kommunikation och med avstamp i detta presenteras i kapitel 4. de teorier och begrepp som ligger till grund för studiens analys. I kapitel 5. redogörs sedan metodval och material, samt reflektioner kring dessa. I kapitel 6. följer en analys av det empiriska materialet och i kapitel 7. presenteras och diskuteras avslutningsvis studiens resultat och slutsatser utifrån analysen, samt förslag på framtida forskning.

## 2. Bakgrund

---

*Följande avsnitt syftar till att ge en tydligare bild av IS som fenomen. Avsnittet innefattar en problematiserande beskrivning av IS utifrån olika perspektiv samt en redogörelse för de definitioner som kommer att användas genomgående i studien.*

### 2.1 Beskrivning av IS

IS som grupp har existerat under en lång tid som en del av al-Qaidas nätverk men bröt sig loss 2013 under namnet Isis (Islamiska Staten i Irak och Syrien). Det var dock först efter IS erövring av Iraks näst största stad Mosul 2014 gruppen blev internationellt känd. Problematiken med att definiera IS diskuteras i avsnittet "Definitioner" nedan, men en återkommande definition av IS är att det är en jihadistisk extremistgrupp som utövar våld och terror med målet att återupprätta en sunnimuslimsk stat under Sharia-lagar i al-Sham (övers. område som omfattar Syrien, Libanon, Jordanien, Palestina och sydöstra Turkiet som i stora drag motsvarar vad västvärlden kallar för *Levanten*). IS har idag tagit kontroll över områden i västra Irak och östra Syrien under ledning av Abu Bakr al-Baghdadi med uppbackning av högt uppsatta officerare från Saddam Husseins tid (SVT, 2015). I december 2014 presenterade medieföretaget Thomas Reuters en rapport i vilken IS omnämns som världens mest förmögna terrorgrupp med en uppskattad årsinkomst motsvarande 23,5 miljarder kronor. IS finansieras genom nyttjande av naturresurser inom de områden de har kontroll över, såsom olja och bensin, samt genom donationer och kriminella metoder såsom rån, stölder, illegitima skatter, lösensummor för gisslan och penningutpressning (Brisard & Martinez, 2014).

IS ideologiska idévärld med målet att skapa en muslimsk stat, är inte ny då liknande militära extremistgrupper som al-Qaida har haft samma målbild. Det som skiljer IS från liknande grupper är att IS ämnar skapa ett kalifat här och nu och har visat på handlingskraft genom att gå från ord till handling (Norell, 2015). IS är inte endast en grupp terrorister utan närmast en armé, vilken har gjort sig känd för brutalt våld och grymhet och förespråkar

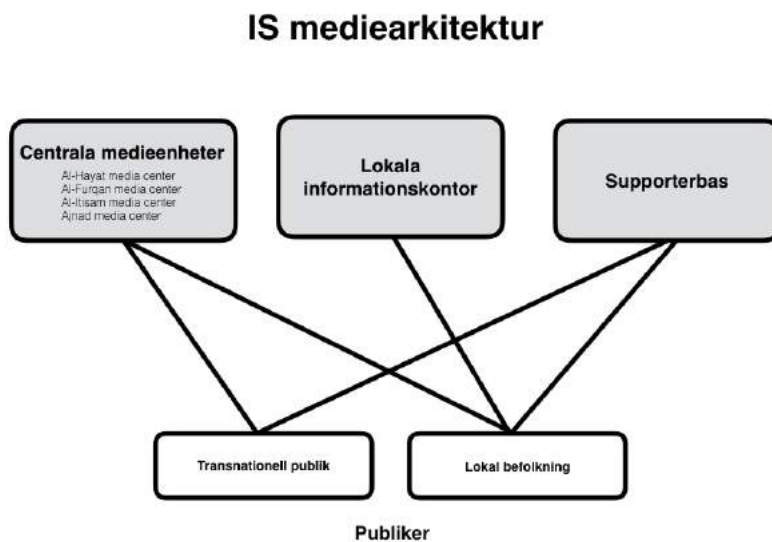
avrättning, slaveri och kvinnoförtryck. En anledning till gruppens expansion är deras utbredda rekrytering av utländska krigare. I december 2015 presenterade The Soufan Group statistik över 27 000 - 31 000 människor från 86 olika länder som anslutit sig till IS i första hand men även till andra mindre extremistgrupper i Syrien och Irak.

Den vanligaste bilden av IS i västerländska massmedier är den av en våldsgalen terrorsekt som genom brutala metoder mördar alla som i deras ögon inte anses vara rättfärdiga sunnimuslimer. Verkligheten är dock mer nyanserad än så och definitionerna av gruppen är delade. En första åsiktsgrupp, vilken främst utgörs av politiker och statsledare, menar att IS inte har någonting att göra med Islam och att deras ideologi endast omfattar en minoritet av världens muslimer. En andra grupp menar tvärtom att IS företräder en bokstavstrogen typ av islam och apokalyptisk tolkning av Koranen och islamiska skrifter. En tredje grupp menar att IS är ett uttryck för en antikolonial och antiimperialistisk kamp gentemot århundraden av västvärldens förtryck. Slutligen finns en fjärde grupp som menar att IS är ett uttryck för en sorts revanschism för tidigare Saddam Hussein-anhängare som vill återvinna den sunnimuslimska status USA:s invasion av Irak 2003 satte stopp för (Jönsson, 2015, 5 maj).

I boken "Isis: inside the army of terror" (2015) menar författarna Michael Weiss och Hassan Hassan att IS är en terrororganisation men också en byråkrati som strävar efter att uppfylla en modern stats uppgifter i form av utbildning, hälsovård, sociala försörjning etc. förankrat i en stabil finansiering med skatter och avgifter. Fortsättningsvis menar de att det är viktigt att förstå att många sunnimuslimer anser att IS politiska program representerar en tryggare och mer fri framtid än det krigshärjade och laglösa samhälle som präglade Syrien under de senaste fyra åren och Irak under de senaste 12 åren. Weiss och Hassan (2015) anser att det är IS vision om civila samhällsfunktioner som ligger till grund för deras framgångar och att IS har etablerat sig som en trovärdig aktör för lag och ordning och således vunnit erkännande från både civila grupper och nationer.

Ur ett kommunikativt perspektiv har IS en välutformad kommunikationsstrategi med en utvecklad mediearkitektur som ryggrad. Ingram (2015) menar att IS mediearkitektur består av tre komponenter: deras centrala medieenheter, lokala informationskontor och en bredare medlems-/supporter-bas (se figur 1). Deras centrala medieenheter Al-Hayat, Al-Furqan, Al-Itisam och Ajnad media center producerar material som sprids online och är anpassat efter en transnationell publik. Deras lokala medieenheter är utspridda i olika provinser, så kallade

“wilayats”, och producerar kommunicéer vilka fokuserar på mer lokala ämnen och händelser på lokala plattformar såsom reklamtavlor, radio, posters och offentliga event för att sprida sina budskap (Ingram, 2015).



Figur 1 - IS mediearkitektur.

## 2.2 Definitioner

Sedan uppdagandet av IS har det pågått en debatt om hur man bör benämna Islamiska Staten. I debatten är benämningarna “IS”, “ISIL”, “ISIS” och “Daesh” de mest förekommande och används i olika utsträckningar av olika nationer och aktörer. I USA förs en pågående debatt om huruvida man bör benämna gruppen som “ISIS” (Islamiska Staten av Syrien och Irak) eller “ISIL” (Islamiska Staten av Irak och Levanten). Levanten refererar till den östra kusten av medelhavet som inkluderar Syrien, Libanon, Palestina, Israel och Jordanien (detta område benämns av IS själva som al-Sham i det undersökta empiriska materialet). Den amerikanska regeringen använder numera “ISIL” med motiveringen att man tydligare vill beskriva den region som är hotad av gruppens aktiviteter och således även visa på hotets utsträckning. Obama-administrationens användning av ISIL har dock fått kritik från olika håll, delvis på grund av att många anser att det är olämpligt att använda sig av Levanten som benämning då

detta uttryck anspelar på koloniala associationer från 1900-talets början då Storbritannien och Frankrike delade upp landområden i Mesopotamien utifrån ekonomiska vinningar (Fuller, 2015, 20 januari).

Sedan 2014 använder Frankrike benämningen “Daesh”, vilken är den arabiska motsvarigheten till “ISIS” men också nära besläktat till det arabiska ordet för “trampa” eller “krossa”. Frankrikes utrikesminister Laurent Fabius menade i ett tal från september 2014 att man genom användningen av “Daesh” undviker att dels koppla ihop gruppen med islam, dels att benämna gruppen som en stat (TT, 2014, 24 september). “Daesh” ogillas av IS själva och användningen av ordet kan således ses som ett politiskt ställningstagande.

Olika internationella medier och nyhetsbyråer använder alla olika benämningar för att beskriva gruppen. Nyhetsbyrån AFP menar att man inte styr över vad grupper kallar sig och att man inte bör ändra grupperns namn av politiska skäl men att man bör tydliggöra vad gruppen är och står för. De flesta medier samtycker dock om att man inte bör kalla gruppen Islamiska Staten, detta för att undvika att befästa statstanken (TT, 2014, 24 september).

Den svenska regeringen har på rekommendation av Utrikesdepartementet slutat använda akronymen “IS” och använder istället “Daesh/ISIL” för att inte sanktionera tanken om att gruppen är en stat (Sveriges Radio, 2016, 24 mars). Vidare menar Ola Karlsson, språkvårdare vid Institutet för språk och folkminnen, att gemene man använder förkortningen “IS” och att man bör använda det begrepp som är begripligt och folk är vana vid. Dock anser Karlsson i samklang med majoriteten att det är bättre att använda “IS” istället för fullständiga “Islamiska staten” för att tona ner statstanken (Sveriges Radio, 2016, 24 mars). Det finns med andra ord olika åsikter om vilken benämning som bör användas. I föreliggande uppsats har vi i enighet av Institutet för språk och folkminnen har beslutat oss för att genomgående i uppsatsen benämna Islamiska Staten med förkortningen “IS”.

Fortsättningsvis råder det oenigheter kring hur man bör benämna IS som fenomen, ofta förekommande definitioner är bland annat “organisation”, “terrorgrupp”, “rörelse”, “grupp”, “terrorsekt” och “stat”. För att bibehålla en neutralitet och ta hänsyn till den mångfacetterade synen på IS har vi valt att benämna IS som en “grupp” och “rörelse”.

Utöver detta pågår även en parallell debatt om hur man bör benämna de som krigar för IS. Den amerikanska politikern Hillary Clinton har tagit ställning genom att sluta använda begreppet “radikala islamister” med motiveringen att undvika att det framstår som att USA för

krig mot en religion. Clinton förespråkar istället begreppet “radikala jihadister”. Språkvårdare Ola Karlsson menar att det viktigaste är att göra skillnad mellan vanliga muslimer, islamister (politisk islam), militant islamist (förespråkar våld) och islamistisk terrorist (utför våld och terror) (Sveriges Radio, 2016, 24 mars). För att bibehålla en neutralitet har vi i enighet med Karlsson och Sveriges Radio (2016) valt att genomgående benämna människor som förespråkar, samt aktivt utför våld och terror, inom IS för “IS-krigare”.

## 3. Tidigare forskning

---

*I detta avsnitt presenteras tidigare relevant forskning inom fältet för IS strategiska kommunikation. Nedan följer ett urval av tidigare forskning som anses vara mest relevant sett till syfte och frågeställningar.*

### 3.1 Övergripande forskning om IS

Efter att ha utfört en grundlig genomgång av befintlig forskning om IS kommunikation har vi fått en övergripande bild av vilken forskning som bedrivits och resultaten av denna. Den mesta forskning som gjorts och litteratur som skrivits om IS kommunikation har sin kulmen under 2014 fram tills idag, vilket är i samtakt med IS framväxt. Majoriteten litteratur består av kortare artiklar men det finns även exempel på en växande mängd längre publikationer. Exempel på större litterära publikationer på området är *ISIS: The State of Terror* av Jessica Stern och J.M.Berger (2015), *Inside ISIS: The Brutal Rise of a Terrorist Army* av Benjamin Hall (2015) och *ISIS: Inside the Army of Terror* av Michael Weiss och Hassan Hassan (2015) som alla ger en övergripande bild av IS och dess historia och bland annat belyser gruppens mediestrategier. Stern och Berger (2015) dissekerar den nya modell av våldsamt extremism som IS utövar och fokuserar i stora drag på volymen av mediematerial, det genomgående våldsbudskapet samt gruppens aktiviteter på internet. Det undersökta mediematerialet kommer framförallt från IS egna medieenhet Al-Hayat och från olika sociala forum på internet. Hall (2015) undersöker IS framväxt med fokus på det våld som karaktäriserar dess politiska och militära kommunikation utifrån sociala medier men också *A message to-* serien från 2014 som visar avrättningar av västerländska journalister och biståndsarbetare. Weiss och Hassan (2015) gör en omfattande analys av IS historia och framväxt från al-Zarqawis al-Qaeda i Irak fram till idag men tillägnar dock bara ett kapitel till IS kommunikation i vilket de fokuserar på det framstående våldet utifrån en analys av mediematerial från *Al Hayat* och sociala medier.

Ett exempel på en kortare artikel om ämnet är *The Media Strategy of ISIS* av James P. Farwell från 2014. Farwell (2014) undersöker IS mediestrategi och lyfter hur IS använder propaganda, sociala medier och cyberteknologi för att rekrytera krigare och skrämna fiender. Författaren diskuterar budskap, teman och metoder och lyfter IS säregna sofistikerade användning och förståelse för sociala medier i relation till andra extremist-grupper. Artikeln är dock kort och erbjuder ingen analytisk djupdykning.

### **3.2 Fokus på Twitter**

Vidare är det mycket av forskningen om IS strategiska kommunikation som fokuserar på IS användande av sociala medier och i synnerhet Twitter. Ett exempel på detta är *The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter* av J.M. Berger och Jonathon Morgan från 2015 och *Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq* av Jytte Klausen från 2015. Berger och Morgan (2015) redovisar demografisk statistik över IS sympatisörer på Twitter och slutsatsen som presenteras är att sociala medieföretag och den amerikanska regeringen bör arbeta tillsammans för att kunna hantera extremism på sociala medier. Författarna bidrar till en vidgad förståelse för IS användning av Twitter men är begränsad såtillvida att studien endast syftar till att demografiskt beskriva och definiera IS sympatisörer på Twitter. Klausen (2015) undersöker IS användning av sociala medier i allmänhet och Twitter i synnerhet. Forskningen utgör en analys av 59 olika Twitter-konton tillhörande västerländska IS-krigare mellan januari och mars 2014. Slutsatsen som presenteras är att Twitter används av IS för rekrytering och indoktrinering samt uppbyggnad av ett transnationellt "community" av våldsam extremism. Klausen bidrar likt Berger till en fördjupad förståelse för IS kommunikation på Twitter men också en bredare förståelse för de budskap och strategier som IS använder, dock bortser likväl Berger och Morgans studie från IS strategiska kommunikation i andra kanaler. Vidare går det att finna ett flertal rapporter om gruppen av olika intresseorganisationer, en av dessa är *Twitter and Jihad: the communication strategy of ISIS* av Monica Maggioni och Paolo Magri Maggioni som forskar vid The Italian Institute for International Political Studies (ISPI). Maggioni och Magri (2015) erbjuder en vidare översikt och djupare analys och syftar till att kritiskt undersöka det narrativ som IS sprider genom att analysera IS kommunikation och strategier samt dess målgrupper. Författarna menar att IS kommunikation är långt ifrån slumpartad och syftar till att



nå intern trovärdighet samt extern rekrytering. Sammanfattningsvis menar författarna att IS är en ny modell av totalitarism som baseras på tre ben; ultravåld, indoktrinering och expansion och att IS för både ett fysiskt och ett psykologiskt krig som utgörs av en konflikt om idéer likväl en militär konflikt. Författarna presenterar slutsatsen att militära operationer kommer hjälpa till att forcera IS från att kontrollera landområden men att hanteringen av propaganda kommer avgöra IS och liknande gruppers roll i framtiden.

### 3.3 Senaste forskningen

*The strategic logic of Islamic State information operations* av Haroro J. Ingram från 2015 är en av de senaste utgivna och mest omfattande artiklar om IS strategiska kommunikation. Ingram (2015) har identifierat följande fyra teman i tidigare forskning om IS strategiska kommunikation; våldspropaganda, professionell produktion, volymen av kommunikationsmaterial samt hur sociala medier används för att sprida kommunikéer. Ingram anser sig bidra med ett konceptuellt ramverk utifrån vilket man kan förstå IS strategiska kommunikation och definierar sin forskning som en del av en andra våg av publikationer som ämnar nyansera den analytiska bilden av IS kommunikation. Ingrams forskning utgår ifrån engelska och arabiska kommunikéer producerade av dels IS egna medie-/produktionsenhet Al-Hayat, wilhayat informationskontor samt en bredare supporter-bas och undersöker den strategiska logiken bakom IS informationsinsatser. Författaren menar att det övergripande syftet med IS informationsinsatser är att forma uppfattningar och polarisera stöd av publiken med hjälp av budskap som sammanväver *pragmatiska* och *perceptuella* faktorer. Syftet med detta tillvägagångssätt är i sin tur att framföra sina budskap till en bred och "global" valkrets och uppmana supporters till handling. Samtidigt riktar de sin kommunikation till fiender med budskap som motverkar kritik och påverkar motståndare till att agera ogenomtänkt. Sammanfattningsvis lyfter Ingram (2015) forskningen till en högre konceptuell nivå och bidrar med ett ramverk indelat i pragmatiska och perceptuella faktorer utifrån vilken IS kommunikationsstrategier och budskap kan förklaras.

Med ovan presenterad tidigare forskning som grund, ämnar föreliggande studie undersöka IS budskapsstrategier. I synnerhet avser vi använda Ingrams studie från 2015 som ett konceptuellt ramverk utifrån vilket vi försöker förstå IS strategiska kommunikation med fokus på budskap- och meddelandestrategier. Vårt bidrag till forskningen blir att skapa en djupare

förståelse för IS budskap och framgången bakom dessa utifrån strategisk kommunikation, samt försöka förstå vad IS är ett exempel på i dagens samhälleliga kontext. Förhoppningen är således att kunna presentera slutsatser vilka utvecklar forskningen och bidrar med kunskaper inom området.

## 4. Teori

---

*Nedan presenteras den teoretiska referensram som använts för att förstå och problematisera studiens empiriska material. Den teoretiska referensramen utgår dels från kommunikationsteorier med fokus på budskap- och meddelandestrategier, dels på teori som förklarar människors beslutsfattande processer och till sist sociologiska teorier om sekularisering och postsekularisering samt Foucaults teori om "Discipline and Punish". Tillsammans utgör dessa teorier ett användbart ramverk för ifrågavarande analys.*

### 4.1 Strategisk Kommunikation

På samma sätt som vattnet inte är något fisken reflekterar över, samtidigt som det är det medium som skapar dess miljö och stödjer dess existens, är kommunikation något som sällan problematiseras och ofta tas för givet. Under de senaste åren har begreppet strategisk kommunikation uppkommit i många olika sammanhang och kontexter och är ett begrepp med flera olika betydelser. För att förstå IS strategiska kommunikation har vi valt att utgå ifrån Falkheimer och Heides (2012) definition som framhåller att strategisk kommunikation som praktik handlar om den övergripande strategiska planeringen, utförandet och utvärderingen av en organisations kommunikation med både interna och externa publik. Det handlar sålunda om att anlägga ett kommunikativt perspektiv på i princip allt en organisation gör. Den strategiska kommunikationen finns på alla nivåer inom en organisation och Falkheimer och Heide (2012) hävdar även att kommunikationen är grunden för organisationers existens. Allt en organisation säger och gör, kan och bör därför hanteras strategiskt (Christensen & Morsing, 2005). Som praktik menar Falkheimer och Heide (2012) att strategisk kommunikation infattar kommunikation som bidrar till att organisationen når uppsatta mål. Den inbegriper således både intern, extern, formell och informell kommunikation som överensstämmer med organisationens övergripande värderingar och vision. En strategisk kommunikationsinsats innefattar även det

som görs för att kommunicera ut ett budskap till en specifik målgrupp med syfte att övertyga målgruppen att ändra eller bibehålla en åsikt eller ett beteende (Falkheimer & Heide, 2012).

## 4.2 Konsekvens- kontra lämplighetsbaserad logik

För att söka förstå logiken bakom människors beslutsfattande och således framgångarna bakom IS budskap har vi utgått från boken *A Primer on Decision Making: How Decisions Happen* (1994). Författarna March och Heath presenterar ett ramverk för hur människors beteenden kan förklaras och förklarar hur människor gör val och vilka faktorer som spelar en central roll i valprocessen. Två centrala koncept är Logic of Consequence (LoC) samt Logic of Appropriateness (LoA). Dessa två koncept karaktäriserar logiken bakom ofullständigt rationella aktörer (individer, grupper, organisationer) och deras handlingar och kan därmed bidra till en förståelse och förutsägbarhet för deras beteende.

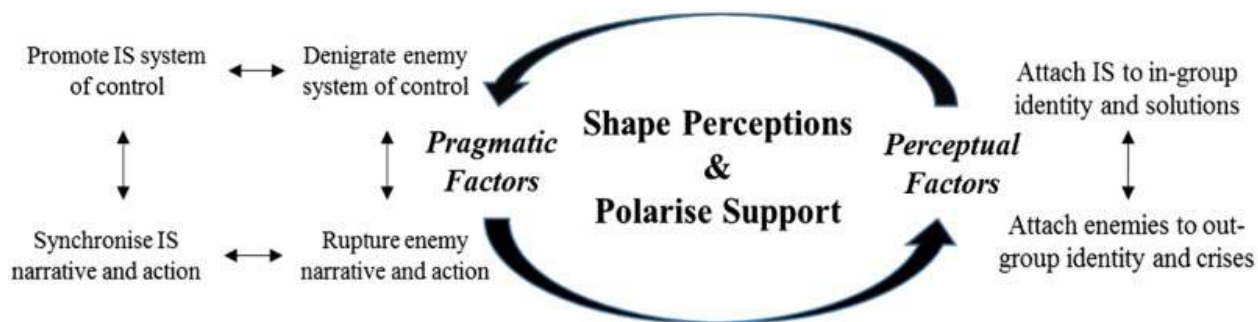
En konsekvensbaserad logik styr vad vi kan betrakta som "analysbaserade" handlingar inom vilken beslutsfattaren utifrån tidigare preferenser överväger olika alternativ och bedömer de olika alternativens eventuella konsekvenser. Handlingar baserade på LoC involverar därav någon form av informationsbehandling innan ett val kan göras (March & Heath, 1994).

En lämplighetsbaserad logik styr å andra sidan vad vi kan betrakta som "regelbaserade" handlingar eller "igenkänningsbaserade" handlingar inom vilka beslutsfattaren styrs av regler. Begreppet regel är dock bred i sin omfattning av innebörder och att vara 'styrd av regler' kan således innebära en rad olika saker, såsom att automatiskt utföra en bekant rutin, följa en norm, lyda en ny lag, uppfylla en skyldighet, använda inlärld motorik (cykla, gå, tala), eller följa en order. Handlingar baserade på LoA styrs med andra ord av beslutsfattarens intuition (March & Heath, 1994).

## 4.3 Skapa perceptioner och polarisera stöd

Enligt Ingram (2015) finns det två olika typer av faktorer som spelar en central roll i IS budskapsformulering vilka syftar till att skapa perceptioner och polarisera stöd (Figur 2.). Den första typen av faktorer är *pragmatiska faktorer* såsom stabilitet, säkerhet och försörjningsmöjligheter vilka IS anspelar på genom att lyfta fram effektiviteten i sina politiska och militära insatser och synkronisera kopplingen mellan sin narrativa berättelse och sina aktiviteter. Omvänt anspelar IS även på dessa faktorer genom att smutskasta sina fienders

politiska och militära insatser och eliminera kopplingen mellan deras fienders narrativa berättelse och handlingar. Vidare menar Ingram (2015) att budskap som anspelar på pragmatiska faktorer motiveras genom vad March and Heath (1994) definierar som “logic of consequence”-beslutsfattande, det vill säga rationella val baserade på nyttokostnadsanalys av olika alternativ.



Figur 2 - IS budskapsformulering enl. Ingram.

Förutom de pragmatiska faktorerna menar Ingram (2015) att IS även anspelar på så kallade *perceptuella faktorer* i sin budskapsformulering. Dessa faktorer karaktäriseras av samspelet mellan “inomgruppslig identitet”, “utomgruppslig-identitet” och kris- och lösningskonstruktioner. Att anspela på perceptuella faktorer kan motiveras genom människors val av identitet vilket baseras på rationell logik eller vad March and Heath (1994) beskriver som "logic of appropriateness"-beslutsfattandet, det vill säga val som görs i enlighet med den egna identiteten.

## 4.5 Budskap och förmedling

### 4.5.1 Budskapsstrategier

Budskapet är det centrala i en kommunikationsinsats och för att kunna bryta ner och förstå IS budskap har vi utgått från Palms (2006) budskapsstrategier. Enligt Palm (2006) finns det fyra nyckelord man bör utgå ifrån: *volym*, *närhet*, *känsla* och *diskuterbarhet*. Volym handlar om att sända ut budskapet vid flera tillfällen i stora volymer. Detta för att mottagaren ska få en känsla av att ämnet är relevant och viktigt då det antagligen inte hade lagts ner så pass stor omsorg på ämnet ifall det inte hade varit väsentligt.

Med närhet menar Palm (2006) att det är viktigt att målgruppen känner att ämnet berör dem personligen och att konsekvenserna även kan påverka deras egen omgivning. Närhet skapas med hjälp av aktuell/ny information, personifiering och konsekvensbeskrivning. Att personifiera ett ämne innebär att kommunicera hur en specifik person har upplevt något, blivit drabbad eller påverkats, istället för att beskriva hur en grupp människor blivit påverkade. Konsekvensbeskrivning innebär att sändaren belyser konsekvenserna som följer om mottagaren inte följer sändarens uppmaning eller förslag (Palm, 2006).

Ett budskap bör dessutom anspela på något som väcker känslor hos mottagaren. Palm (2006) nämner exempelvis våld, rasism och sjukdomar som exempel på faktorer som skapar känslor och är så pass intressanta att många väljer att ta till sig av informationen.

Med diskuterbarhet menar Palm (2006) att budskapet bör belysa ett ämne av så pass stor betydelse att det hamnar på medie- och samtalsagendan (Palm, 2006).

#### ***4.5.2 Meddelandestrategier***

För att kunna förmedla ett budskap kan man använda sig av vad Clow och Baack (2009) beskriver som meddelandestrategier vilka fungerar som taktiker eller tillvägagångssätt för att kunna leverera meddelandets budskap. Clow och Baacks (2009) teori om meddelandestrategier är främst utformad för att beskriva hur produktbaserade organisationer bör utforma sin strategiska kommunikation och i synnerhet sin reklam, men vi anser att de koncept och principer som lyfts även går att applicera på det typfall vi i denna studie ämnar undersöka. De tre tillvägagångssätt Clow och Baack (2009) tar upp är *kognitiva-*, *affektiva-* och *beteendemässiga* strategier. En kognitiv meddelandestrategi är enligt författarna uppbyggd av rationella argument som presenteras för mottagaren genom en kognitiv process och nyckeln är att lyfta fram positiva attribut och fördelar med produkten i fråga. Clow och Baack (2009) menar även att den kognitiva meddelandestrategin baserar sig på rationell logik för att göra konsumenter uppmärksamma samt att presentera rationell information till konsumenter i syfte att få dem att utveckla positiva känslor för produkten eller företaget, i detta fall IS. Affektiva meddelandestrategier försöker matcha känslorna med produkten eller företaget genom att involvera känslor och tillstånd. Man kan antingen försöka koppla meddelandet till mottagarens tidigare erfarenheter eller försöka framkalla nya känslor som leder till handling. Författarna förklarar även beteendemässiga meddelandestrategier vilka handlar om att designa ett

meddelande i syfte att leda till en mer direkt typ av konsumentrespons. Målet med beteendemässiga meddelandestrategier är således att direkt framkalla ett visst beteende, att sälja genom kognitiv kunskap och affektiva känslor vid användning (Clow & Baack, 2009).

### **4.5.3 Semiotik**

Ett nära besläktat ämne till kommunikationsvetenskapen är semiotiken. I detta avsnitt presenteras ett antal nyckelbegrepp från den semiotiska skolan som använts i analysen för att studera IS kommunikation och budskapsformulering. Semiotiken studerar tecken och teckensystem och menar ett tecken kan studeras på tre olika nivåer. På den första nivån studeras tecken i sin enskildhet. På den andra nivån studeras den mening tecknet skapar och dessutom de koder i vilka tecken är organiserade. På den tredje nivån studeras de kulturer där tecken och koder opererar (Fiske, 2011). Syftet med semiotiken är att blottlägga dolda meningar i texter och en av semiotikens grundare Ferdinand de Saussure (1970) kallade kombinationen mellan *innehåll* och *uttryck* för tecken. Han menade att innehåll och uttryck både framkallar och står i motsättning till varandra och det språkliga tecknet uppstår när de två fenomenen går samman (Saussure, 1970). Ett tecken är således ett betydelsebärande element i en text och utgörs av både ett innehåll och ett uttryck (Lindgren, 2009). Fiske (2011) menar att det finns två betydelser i alla textuella uttryck och den första grundbetydelsen kallas inom semiotiken för denotation. Denotationen är det omedelbart påtagliga vi ser, till exempel att en hund är en hund. Utöver det finns det en bibetydelse, den konnotativa betydelsen, vilket är det vi associerar med tecknet. Vi ser en återigen en hund, men börjar genast tänka på koppel, olika raser, familjevän och annat vi associerar med hundar. Konnotationerna för ett uttryck är godtyckliga och kan variera över tid och rum såväl som mellan olika kulturer och sammanhang (Gripsrud, 2002). Saussure (1970) menar även att teckens betydelse definieras bättre i förhållande till andra tecken än till verkligheten och kallar detta förhållande för värde. Ett exempel på ett sådant förhållande är *symboler* där det inte finns någon egentlig koppling mellan tecknet och objektet men i och med konventioner i samhället existerar överenskommelser om att symboler betyder just det som menas (Saussure, 1970).

### **4.5.4 Retorik**

Ett annat nära besläktat ämne till kommunikationsvetenskapen är retoriken. Nedan presenteras ett antal begrepp ur den retoriska skolan som anses vara relevanta för analysen av hur IS

utformar sina budskap. Tre huvudbegrepp inom retoriken är: logos, ethos och pathos. Dessa begrepp utgör exempel på olika sätt för en sändare att argumentera och eftersträvar att bevisa för mottagaren att argumenten är sanna eller sannolika. Det är ofta fördelaktigt att kombinera de tre begreppen för att lyckas med en stark och slagkraftig argumentation (Renberg, 2007).

Logosargumenten bygger, som namnet avslöjar, på logik och det är vanligt att denna typ av argument bygger på statistik, siffror och vetenskapliga undersökningar. Ethos-argument syftar till att stärka sändarens trovärdighet genom att exempelvis välja en sändare med ett viktigt yrke, auktoritet eller många års erfarenhet av ämnet i fråga. I egenskap av mottagare blir man ofta tvungen att lita på ethos-argumenten eftersom man inte har tid att sätta sig in i alla frågor. Ett annat ord för pathos-argument är känslargument där man till viss del försöker komma runt mottagarens rationella tänkande genom att anspela på känslor. Genom pathos-argumenten vänder man sig som sändare snarare till mottagarens hjärta än hjärna (Renberg, 2007).

För att få en verbal eller skriftlig framställning att bli variationsrik, medrycklig och åskådlig måste den språkliga utformningen i någon mening avvika från att framstå trivial och konstlös. Skribenten eller talaren kan genom att använda sig av stilfigurer som kan ge orden, uttrycken och fraserna en annan rikare och/eller starkare innebörd än vad de normalt har. Stilfigurer, eller troper som det också kallas, syftar till att ge talet/texten en innebörd som avviker från den bokstavliga innebörden. Troper kan således bidra till att det skapas en avvikelse från det vanliga språkbruket som väcker uppmärksamhet hos mottagaren (Renberg, 2007). Renberg (2007) tar upp ett antal retoriska stilfigurer han anser bör ligga i fokus när man utför en retorisk analys. Dessa presenteras nedan:

- **Anafor:** Flera satser inleds med samma ord eller uttryck, exempelvis “Jag kom hit, jag for härifrån, jag kom tillbaka”.
- **Anti-tes:** Motsatsställning mellan ord, uttryck eller tankeled, exempelvis “Rymmer mycket, tar liten plats”.
- **Besjälning:** Döda föremål och själlösa företeelser får levande, ibland mänskliga egenskaper, exempelvis “Organisationen blöder”.
- **Hopning:** En ansamling av ord eller uttryck som syftar till massverkan, exempelvis “Jag är snäll, klok, ansvarsfull, omtänksam, flitig, alert, outtröttlig, stark, stilig”.
- **Konkretion:** Åskådlig och detaljerad beskrivning som ger läsaren/publiken närvarokänsla och möjlighet till inlevelse.



- **Liknelse:** En företeelse från ett område liknas vid en företeelse från ett annat område, exempelvis “Vacker som en ros”.
- **Metafor:** En liknelse utan “som”, exempelvis “Han är en *buffel* som krossar allt”.
- **Metonymi:** Ett ord byts ut mot ett annat ord som det har en närhetsrelation till, att låta en del av verkligheten representera hela verkligheten.
- **Retorisk fråga:** En fråga som egentligen är ett påstående.
- **Stegring (klimax):** En hopning som successivt intensifieras, exempelvis “Jag var ledsen, bedrövad, förtvivlad, totalt förkrossad”.

## 4.6 Sekulariseringsteori

För att söka förstå vilka generella drivkrafter i dagens samhälleliga kontext som underbygger IS budskap har vi bland annat sökt använda oss av Max Webers (1905/1930) och Emilié Durkheims (1912/1995) sekulariseringsteorier.

Sociologen och politiska ekonomen Max Weber är en av grundarna till sekulariseringsteorin och talade om en sekulariseringsprocess som beskriver religionens minskade inflytande i det moderna samhället. Weber (1905/1930) binder ihop religion med sociologi och hans forskning grundar sig huvudsakligen i att försöka förstå processerna bakom rationalisering, sekularisering och så kallad “disenchantment” (=uppvaknande, besvikelse) som han associerade med uppkomsten av kapitalism och det moderna samhället. Weber menade att det västerländska samhället, genom rationalisering och framväxten av kapitalism och den nationella staten, var på väg bort från traditionella värden och på väg mot en mer centralt kontrollerad och byråkratiserad värld. Han var av uppfattningen att urbaniseringen och industrialiseringen hade stor negativ inverkan på religionen. Weber menade inte att religionen skulle försvinna helt men att religion skulle bli en privat angelägenhet och upphöra vara en auktoritär makt. Weber (1905/1930) såg inte sekulariseringen som någonting positivt och modernt, utan snarare som en oundviklig konsekvens av den rationalism som uppstod under upplysningstiden på 1700-talet.

Den franska sociologen, socialpsykologen och filosofen Emilié Durkheim antog en annan position än Weber. Han var ateist och precis som Weber var han influerad av Upplysningstidens tänkande. Skillnaden var att hans syn på religionens framtid var mer optimistisk än Webers. Durkheim (1912/1995) menade att religion var essentiell för ett

traditionellt såväl som modernt samhälle. Han menade att religion förstärker känslan av social solidaritet och sammanhållning och att samhället kräver religion för att stärka kollektiva tankar och idéer. Således menade Durkheim att religion aldrig kommer kunna förlora sin sociala signifikans utan kommer fortleva, inte för att religion nödvändigtvis är “sann” men för att den har en samhällsroll. Sammanfattningsvis menade Durkheim att religionen i sig självt aldrig kan utrotas, trots att den motbevisas av vetenskap. Vetenskap har förmågan att utmana omoderna religiösa dogman men nya, mer moderna religiösa former, kommer fortsätta att växa fram för att ta deras plats. Durkheim (1912/1995) menade att religionen fått ett minskat inflytande under hans livstid men att han var övertygad att dess återuppståndelse var oundviklig.

#### **4.7 Postsekulariseringsteori**

Sociologen och filosofen Jurgen Habermas kritiserar idén om ett sekulärt samhälle och har gjort sig känd för att popularisera termen “postsekularisering”. Habermas (2008) använder postsekularisering som ett begrepp för att beskriva den moderna samtiden som han anser är misslyckad och delvis moraliskt fallerande. Habermas (2008) menar att det sekulära samhället präglas av stratifikation och separation mellan sfärer av tro och mening, något han anser bör åtgärdas med en fredlig dialog för att uppnå samexistens. Således argumenterar Habermas (2008) att man bör skapa en ömsesidig förståelse mellan religiösa såväl som sekulära människor för att de ska kunna lära från varandra och samexistera. Habermas (2008) talar även om en “desekularisering” och menar att man idag kan se tecken på tre överlappande fenomen som tyder på en världsomfattande återuppblomstring av religion; den missionära expansionen, en fundamentalistisk radikaliserings och den politiska instrumentaliseringen av potentiellt våld i många av världsreligionerna.

Vidare refererar Habermas (2008) beskrivning av det moderna samhället som “postsekulärt” till en *förändring i medvetande*. Denna förändring menar han beror på tre anledningar; den första anledningen är att medvetenheten i ett sekulärt samhälle inte längre är knuten till övertygelsen om att kulturell och social utveckling endast kan fortskrida till bekostnad av religionens samhälleliga och personliga inflytande. Det andra är att religion idag åter har ett växande inflytande vilket han menar beror på att religiösa organisationer antar rollen som “tolkningsgemenskaper” i den publika sfären i sekulariserade samhällen. De kan således ha inflytande över den allmänna opinionen och ge relevanta bidrag till nyckelproblem, oavsett om

deras argument är övertygande eller ej i politiska frågor. Den tredje anledningen till en förändring i människors medvetande är immigrationen av "gästarbetare" och flyktingar, speciellt från länder med traditionella kulturella bakgrunder som skapat en pluralism av kulturer och religioner i annars sekulariserade västländer. För att ytterligare stärka idén om ett postsekulariserat samhälle hänvisar Habermas (2008) till debatterna som uppstod efter terroristattackerna den 11:e september och konflikten i Danmark kring Muhammed-karikatyterna. Habermas (2008) postsekulariseringsteori kommer användas i föreliggande studie för att skapa förståelse för de underliggande drivkrafter som IS budskap anspelar på.

#### **4.8 Disciplin - kontra straffsamhälle**

För att ytterligare förstå framgångarna bakom IS budskap har vi valt att använda oss av filosofen och idéhistorikern Michel Foucaults (1926-1984) teori om "Discipline and Punish" ursprungligen från 1975. Teorin är en "släktforskning" av den moderna själen och om hur makten att juridiskt döma människor har förändrats i sin karaktär. I boken utgår Foucault från fyra sammanhängande utgångspunkter: 1) att man bör betrakta straffet som en komplex, social funktion; 2) att man bör betrakta straffet som en politisk taktik; 3) för att se om straffrättens historia och de olika humanvetenskaperna är kopplade till varandra; 4) för att försöka se huruvida förändringar i strafftekniker korrelerar med den politiska teknologin av kroppen och den allmänna historien av förändrade maktrelationer. Foucault (1991) jämförde offentliga avrättningar från 1757 med de fängelseregler som hade växt fram år 1837 och menade att skillnaderna mellan de olika tidsperioderna visade hur nya koder för lag och ordning utvecklats och hur man gått från ett straffsamhälle till ett disciplinsamhälle. Foucault (1991) menade att en viktig faktor i skiftet var tortyrens minskade förekomst och det faktum att den kriminelles kropp slutade att vara i fokus för straff. På så vis slutade även straff som ett skådespel att existera i form av utställningar av fångar, skampåle och offentliga avrättningar. I den teoretiska omjustering som Foucault identifierat var den nya rättsliga påföljden för straff istället att försöka lösa och förbättra. Han menade att nya roller såsom läkare, psykiatriker, kaplaner och fängelsevakter tog över bödelns jobb. Foucault (1991) hävdar att detta nya disciplinsamhälle var anpassat för att fångvaktare och lärare med mera skulle kunna hålla ett öga på de som avsågs straffas och att detta ledde till att människor utvecklade en självdisciplin. De kontrollerade individerna började i eget intresse disciplinera sig för att till exempel undvika bestraffningar.

Sammanfattningsvis menade Foucault (1991) att straff kommit att handla om att bestraffa själen och att detta lett till en utveckling av straffsystemet i Europa inom vilket den kriminelles själ såväl som brottet i sig blir dömt. Han framhöll fortsättningsvis att vissheten om straff, och inte det faktiska straffet, räckte för att avskräcka folk från att begå brott.

## 5. Metod och material

---

*Nedan presenteras studiens metodologiska tillvägagångssätt. Val av vetenskapsteoretisk ansats, metod och empiriskt material har gjorts utifrån studiens syfte och frågeställningar. En redogörelse av studiens vetenskapsteoretiska utgångspunkt följs av motivering av urval, insamlingsmetod, analysmetod och metodreflektion samt en koncis redogörelse av det empiriska materialet.*

### 5.1 Kvalitativ fallstudie och Hermeneutik

Studien är av kvalitativ karaktär vilket innebär att dess främsta syfte är att förstå innebörden av en viss företeelse och hur delarna samverkar för att bilda en helhet (Merriam, 1994). Merriam (1994) menar att man inom kvalitativ forskning utgår från att verkligheten är subjektiv och behöver tolkas och förstås snarare än mätas. Vidare har vi utifrån vårt syfte och frågeställning valt att göra en fallstudie för att få en holistisk, "tät beskrivning" av IS strategiska kommunikation som är grundad i verkligheten. I detalj är fallstudien deskriptiv, tolkande och värderande (Merriam, 1994). En fallstudie är partikularistisk vilket innebär att den riktar in sig på ett specifikt fall eller händelse. Fortsättningsvis är den även heuristisk vilket innebär att den kan förbättra förståelse av den företeelse som studeras. Med andra ord kan den förklara varför ett problem uppstått och ge insikter om det undersökta fenomenet. En kvalitativ fallstudie är till sin natur induktiv vilket innebär att teorier, begrepp och hypoteser uppstår ur det insamlade empiriska materialet snarare än att existerande teorier beprövas (Merriam, 1994). Vår induktiva ansats har således syftat till att finna ny förståelse för IS kommunikativa insatser, snarare än att verifiera färdiga hypoteser.

Utöver detta har vi valt att anta ett hermeneutiskt vetenskapsteoretiskt angreppssätt med anledning av föreliggande studies kvalitativa karaktär och syfte. Hermeneutik kan fritt översättas till "tolkningslära" (Wallén, 1993) och syftar till att förstå företeelser i sig själva samt i relation till den redan kända kontexten (Sjöström i Starrin & Svensson, 1994). Enligt

Bertilsson (i Eksell & Thelander, 2014) innebär den hermeneutiska cirkeln en interaktiv läsning mellan materialets olika delar (exempelvis enskilda videosekvenser/artiklar) och materialets helhet (allt videomaterial/hela tidningen) tills dess att en ny helhetsförståelse har uppnåtts. Detta har medfört att vi strävat efter att med en begränsad objektivitet tolka det insamlade materialet varje del för sig men också delvis ur ett helhetsperspektiv för att på ett grundligt sätt kunna förstå IS och deras kommunikativa framgångar i relation till den samtid vi lever i idag.

## 5.2 Urval

Urvalet av det empiriska materialet har behövt avgränsas på grund av det omfattande utbud av kommunikationsmaterial som producerats av och för IS. Sett till uppsatsens syfte att undersöka IS budskap har vi valt att avgränsa oss till att endast undersöka IS egenproducerade kommunikationsmaterial och således valt att *inte* undersöka hur media och andra tredjepartsaktörer talar om och förstår IS strategiska kommunikation. Vi har avgränsat oss ytterligare i urvalet av IS egenproducerade kommunikationsmaterial genom att endast undersöka material som producerats och distribuerats av IS centrala medie- och produktionsenheter. Efter att ha undersökt material från samtliga centrala medieenheter bestod utfallet av material från Al-Hayat media center och Al-Furqan media center. Anledningen till att vi valt att undersöka material från Al-Hayat och Al-Furqan och inte de andra centrala medieenheterna eller lokala informationskontoren beror på att dessa medieenheter tillhandahåller det största utbudet av kommunikationsmaterial på engelska. Denna avgränsning innebär ett självbetjänande fokus på kommunikation riktad mot icke-arabisktalande målgrupper som utgör ett underlag med högre validitet än det material som skulle behövt översättas och således oundvikligen förvanskas.

Då vi sökte att hitta representativt och späckat underlag för att kunna analysera IS kommunikativa strategier valdes den urvalsmetod Patton (1990) kallar “intensiv urvalsmetod”. En intensiv urvalsmetod innebär att forskaren söker informationsrika exempel som på ett intensivt sätt manifesterar fenomenet. Intensiv urvalsmetod kräver en del förkunskap och ett gott omdöme därför var det första steget i vår urvalsprocess att göra en scanning av samtliga centrala medieenheters kommunikationsmaterial för att få en överblick och således kunna välja ut det relevant material att undersöka i relation till frågeställning och syfte. Följaktligen samlade vi in material som producerats och distribuerats mellan 2014 och 2016 för att få ett aktuellt

underlag tills dess att vi uppnått en mättnad. Denna övergripande research gav oss även en kontext och vidare en första förståelse för IS budskap- och meddelandestrategier.

### **5.3 Dokumentinsamling**

Studiens empiriska material består av insamlade dokument i form av IS kommunikationsmaterial som producerats av gruppens egna produktionsbolag Al-Hayat och Al-Furqan. Det mesta material har hämtats hem via archive.org som är ett oberoende och icke-vinstdrivande online-bibliotek. Det material som inte är inhämtat via archive.org är tidningen *Dabiq* (2016), *The Clanging of the Swords IV* (2014), *A-message-to-serien* (2014) och *From Inside Mosul* (2014) som inhämtats från diverse hemsidor. Anledningen till att vi valde att samla in dokument som empiriskt material var främst för att dokument var det enda rimliga sättet att studera vårt problem på med tanke på IS som rörelse och de begränsade möjligheterna till exempel intervju och observation. Detta stöds av Merriam (1994) som menar att dokumentinsamling är avgörande för tvärkulturella undersökningar där man personligen inte har tillgång till en viss miljö. Vidare utgör dokument rika och färdiga informationskällor och Merriam (1994) menar att om den informationskälla man använder tillhandahåller information som är relevant för den frågeställning man studerar och man kan få fram informationen från källan på ett praktiskt och systematiskt sätt, finns det ingen anledning att nyttja någon annan källa än just den. Då vi upplevde att IS egenproducerade kommunikationsmaterial kunde besvara jakande på frågorna ovan kunde dokument som enda informationskälla klassas som tillräcklig.

Utifrån Lincoln och Gubas (1985 i Merriam 1994) riktlinjer för när man bör avsluta sin informationsinsamling avslutade vi insamlingen av data när vi kände att de nya dokument vi tittade på inte adderade någon ny information till de olika teman som identifierats under insamlingens gång.

### **5.4 Analyismetoder**

#### ***5.4.1 Kvaless analysmetod***

Efter att allt empiriskt material samlats in påbörjades analysen av materialet utifrån induktiva kvalitativa analysmetoder. Vi utgick ifrån litteratur som bistod oss med grundläggande koncept och valde att övergripande utgå ifrån Kvaless tre analyssteg som delar in analysprocessen i

*koncentrering, kategorisering och tolkning* (Rennstam & Wästerfors, 2015). Koncentreringen av materialet gjordes genom att vi utförde en så kallad “öppen kodning”, där en övergripande undersökning av det empiriska materialet utfördes för att kunna summera och förpacka empirin och sedan kunna identifiera återkommande teman (Eksell & Thelander, 2014). Vi gick sedan tillbaka i materialet för att mer konkret kategorisera våra “upptäckter” på en mer konceptuell nivå. Tolkning är det tredje steget i Kvaless analysmodell är mer djupgående och syftar till att kunna utveckla strukturer och relationer som inte framträder omedelbart i en text (Kvale & Brinkman i Rennstam & Wästerfors, 2015). Tolkning sker i sin tur på tre olika nivåer: självförståelsen, sunna förnufts kritiska förståelse och den teoretiska förståelsen (Rennstam & Wästerfors, 2015). I detta steg valde vi att inkorporera en semiotisk och en retorisk analys för att sedan med hjälp av teorier besvara studiens frågeställningar och komma fram till de slutsatser studien ämnar nå.

#### **5.4.2 Semiotisk och Retorisk analys**

Utöver Kvaless analyssteg valde vi att inkorporera delar av en semiotisk analys i kombination med en retorisk analys som en del av det tredje steget i vår analysmodell. Vi valde att först studera denotationen av de texter vi analyserat, alltså *den direkta betydelsen*. Därefter undersökte vi konnotationen, det vill säga *den dolda medbetydelsen*. Vi sökte dessutom att identifiera symboler i materialet som bidrar till att budskapet i texterna förstärks. En symbol är ett föremål som blir en symbol när det genom konvention och användning får en betydelse som gör att det kan stå för något annat (Fiske, 2011).

I den retoriska delen av analyssteget undersöktes inledningsvis den retoriska kontexten materialet är en del av och den retoriska situation vilken sändarna förhållit sig till. Här sökte vi att identifiera de problem materialets argumentation behandlar och vilken genre de tillhör (Renberg, 2007). Därefter undersökte vi vilka argumentationsmedel som förekommer i materialet och hur de samverkar. Vi undersökte därmed huruvida det förekommer ethos-, logos- och pathosargument och på vilket sätt avsändaren försöker övertala mottagaren. Slutligen analyserade vi materialets stil, det vill säga vilken stilnivå som används, de stilfigurer och ordval som förekommer och hur materialet kommunicerar med läsaren (Renberg, 2007).

Valet att kombinera semiotiska och retoriska analysmodeller gjorde vi för att mer effektivt och grundligt kunna placera in de koder och symboler som förekommer i materialet i



övergripande gemensamma kulturella föreställningar (Fiske, 2011). Detta för att kunna relatera materialet till de större kulturella och samhällsliga sammanhang i vilka avsändarna och mottagarna existerar, för att slutligen kunna avgöra vad fenomenet är ett mer generellt exempel på i vår samtid (Gripsrud, 2002).

## 5.5 Metodreflektion

I en kvalitativ fallstudie är forskaren det primära instrumentet som ansvarar för att samla in samt skapa meningsfull information. Forskaren är samtidigt begränsad av den mänskliga faktorn som innebär möjlighet för misstag och risk för att personliga värderingar färgar forskningen (Merriam, 1994). Merriam (1994) menar även att fallstudieforskaren måste ha stor tolerans för mångtydighet då strukturen i en fallstudie aldrig är förutbestämd och kan komma att ändras under processens gång, både när det kommer till insamling och analys av informationen. Detta är något vi fått erfara under studiens gång, på grund av att nytt empiriskt material dykt upp som man behövt ta hänsyn till samt att analysstrukturen behövt revideras under analysens gång. Fortsättningsvis menar Merriam (1994) att en bra fallstudie-forskare måste vara en sensitiv observatör och analytiker som förstår världens komplexitet och människors subjektiva tolkningar av verkligheten, något vi försökt ta hänsyn till genom att anta olika perspektiv, problematisera och hela tiden vara medvetna om den komplexitet vilken präglar IS som fenomen.

En fördel med att studera dokument är att de är objektiva informationskällor som inte påverkas av forskarens närvaro och är särskilt bra för kvalitativa studier då de är en produkt av kontexten i vilket de uppkommit och därför har en koppling till verkligheten (Merriam, 1994). Vidare är det forskarens uppgift att kritiskt granska de dokument man samlar in när det kommer till exempel ursprung och äkthet (Merriam, 1994). En möjlig nackdel med dokument är att de är fragmentariska och att det kan vara svårt att avgöra dess äkthet. I vårt fall har detta inte varit ett problem då mängden dokument gett oss en informationsmättad och då vi inhämtat vårt material från Archive.org genom IS egna produktionsbolag Al-Hayat och Al-Furqan som är förstahandskällor.

Vi upplevde en problematik vid valet av exempel från det empiriska materialet inför den semiotiska och retoriska analysen. I och med mängden material vi gått igenom har det funnits många olika alternativ som alla varit rika på semiotisk och retorisk information och vi upplevde

således svårigheter med att välja representativa exempel. Vi löste dock problemet genom att först utföra den första delen av analysen i syfte att verkligen få fram de olika kärnbudskapen, för att sedan välja material för den semiotiska och retoriska analysen som enligt oss är representativa för kärnbudskapen.

## 5.6 Material

Samtligt material är producerat av IS egna medie-/produktionsenheter Al-Hayat och Al-Furqan. Materialet utgörs endast av videomaterial, undantaget är *Dabiq nr 13 - The Rafidah- From Ibn Saba' to the Dajjal*, som är det senaste numret av IS egna tidning från 2016.

Utöver *A message to*-serien har även filmer och videosekvenser så som *Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada* (2014), *Eid Greetings - from the land of Khilafa* (2014), *Flames of War* (2014), *From inside Mosul* (2014), *Mujatweets* (2014), *The Clangling of Swords IV* (2014), *The end of Sykes Picot* (2014), samt *There is No Life Without Jihad* (2014) studerats. Materialet inkluderar allt från avrättningar, strider, krigsbrott, personliga porträtt av IS-krigare, scener från det vardagliga livet inom det IS-kontrollerade området med mera. I bilaga 3. återges en mer ingående förklaring av det empiriska materialet.

## 6. Analys

---

*Nedan följer studiens analysavsnitt. Analysen inleds med en tematisering av det empiriska materialet. Därefter identifieras målgrupper och kärnbudskap riktade till respektive målgrupp varefter logiken bakom dessa förklaras. Vidare bryts budskapen ner med hjälp av teorier om budskaps- och meddelandestrategier samt semiotiska och retoriska verktyg. Slutligen görs en redogörelse för den strategiska kommunikationens centrala roll inom IS övergripande strategi följt av ett försök till att förklara vad IS budskap är ett exempel på i dagens samhälleliga kontext.*

### 6.1 Tematisering

Som ett första steg i vår analys har vi utfört en tematisering där vi sökt att identifiera det huvudsakliga innehållet samt återkommande mönster och grundtankar i det empiriska materialet. De teman vi kunnat utläsa är följande; Ett högre syfte och mening, IS välfärdssamhälle, Samhörighet och polarisering, IS militära erövringar och resurser, Våldsförhärlikande och skrämmande hot samt Motberättelser. Dessa teman presenteras ingående nedan och konkluderas och kategoriseras med hjälp av Ingrams (2015) konceptuella ramverk i slutet av detta analysavsnitt.

#### 6.1.1 Ett högre syfte och mening

Islam och dess religiösa ramverk genomsyrar samtligt empiriskt material. Ur IS användande av islam har vi kunnat urskilja ett tema som vi refererar till som ett högre syfte och mening. Närmare benämns detta högre syfte och mening i de flesta fall som jihad (övers. att anstränga sig för gud, muslimsk plikt) och att leva och dö i linje med den sunnimuslimska förgreningen av islam. De anspelar på Allahs vilja och lyfter bland annat moraliska åtaganden hos världens muslimer. Ett exempel på detta är i *There is no life without Jihad* (2014), i vilken utländska IS-krigare berättar om sina tidigare meningslösa liv i väst och hur de anslutit sig till IS för att implementera Allahs lagar och slåss mot Allahs fiender. IS-krigarna i filmen menar att det är en

ära att få kriga för Allah och att jihad (bilaga 1.) är det som ger livet mening. De trycker samtidigt på skuld genom att påtala att alla världens muslimer har en skyldighet att tjäna Allah.

Islam används dessutom återkommande för att rättfärdiga IS våldsutövande med undermeningen att målet helgar medlen, med andra ord att våldet krävs för att nå det samhälle som eftersträvas. Ett tydligt exempel på detta är när IS-krigare återkommande skriker “Allahu Akbar” (övers. Gud är större) i samband med att de begår våldsbrott. Detta kan sättas i motsats till synen på process och mål i västvärlden, där processen är lika viktig som målet. Ett tydligt exempel på detta är demokrati.

Förutom att rättfärdiga våld så glorifieras även möjligheten att dö för Allah och de räds inte för att visa grafiska bilder på döda IS-krigare. I *Flames of war* (2014) filmas ett flertal IS-krigare som dött i strid och berättarröster refererar till deras död som den noblaste formen av död och ger förhålligande beskrivningar av hur soldaterna lyfts mot himlen för att möta sin herre och träda in i paradiset portar.

Genom att belysa det högre syftet och meningen med livet som en rättfärdig muslim gör IS skäl för sitt våldsutövande och lyfter sig själva som en meningsfull rörelse med ett ärofyllt uppdrag; att vara med och skapa ett sunnimuslimskt kalifat i al-Sham (bilaga 1.).

### **6.1.2 IS välfärdssamhälle**

Ett annat tydligt tema vi kunnat identifiera i det empiriska materialet är hur IS framställer sig själva som ett fungerande välfärdssamhälle som verkar och byggs upp genom politiska initiativ. IS söker aktivt att porträttera sig som den enda rimliga källan till säkerhet, stabilitet och försörjningsmöjligheter inom området och IS-kontrollerade områden som välfungerande och fördelaktiga platser att bo på. Vidare uppmanar och välkomnar de alla IS-sympatisörer att ansluta sig och ta del av samhällets välfärd. Ett tydligt exempel på detta är när IS lyfter fram personer som berättar om och visar upp sina välfungerande, normala liv inom IS (Mujatweets, 2014; Eid Greetings, 2014). *Mujatweet*-serien visar till exempel scener från en livlig matmarknad i Raqqa med närbilder på färsk mat i mängder och glada folkmassor (Mujatweets 7, 2014). Samma serie skildrar även när IS-soldater leker och delar ut glass till glada barn på gatorna, samt besöker ett sjukhus med rena sjukhusrum och välvilligt pratar med skadade (Mujatweet 4, 2014). Det bör dock påtalas att inga kvinnor syns till i detta utmålade

välfärdssamhälle. Sammanfattningsvis kan det konstateras att IS lägger stor vikt vid att lyfta fram sina framgångsrika politiska initiativ som bidrar till ett välfungerande samhälle.

### **6.1.3 IS militära erövringar och resurser**

Det tredje temat vi kunnat identifiera i det empiriska materialet är hur IS lyfter sina militära erövringar och resurser. IS belyser temat genom att återkommande visa på militär kompetens, militära resurser och landerövringar. Ett tydligt exempel är det fem sidor långa reportaget “A selection of military operations conducted by the Islamic State” i gruppens tidning *Dabiq* (2016). Reportaget utgör en sammanställning och ingående beskrivning av gruppens framgångsrika militära operationer och erövringar baserat på datum och plats. Vidare är IS dokumentär om sig själva, *Flames of War* (2014), en enda lång redogörelse för gruppens landerövringar och framgångsrika militära operationer i form av bilder från krigsfältet. Filmen *The End of Sykes Picot* (2014) ämnar visa IS motstånd gentemot Sykes Picot-avtalet och hur IS suddat ut gränsen mellan Syrien och Irak. I filmen reser en IS-krigare IS flagga och pekar på gränslandet mellan Syrien och Irak och berättar att de just nu befinner sig i al-Sham (bilaga 1.) och pekar på den så kallade Sykes Picot gränsen mellan Syrien och Irak. IS-krigaren menar att IS inte erkänner gränsen, att de aldrig kommer att göra det och att det inte är den sista landsgränsen IS kommer suddas ut. Genom att framställa sig som en stark militär styrka ämnar IS visa på makt och militär kompetens såväl som att påvisa det ostoppbara hot gruppen menar sig utgöra.

### **6.1.4 Samhörighet och polarisering**

Ett fjärde tema vi identifierat är den starka gruppidentiteten inom IS som lyfts och sätts i relation till gruppens fiender, vilket skapar en tydlig polarisering i form av ett “vi” och ett “dom”. “Vi” innefattar IS-krigare och sympatisörer och “dom” innefattar de som *inte* faller inom ramen för vad IS anser vara en rättfärdig muslim. Inom denna ram återfinns en rad olika aktörer som exempelvis motståndare i väst, motståndsrörelser i mellanöstern samt andra religioner och religiösa minoriteter som kristna, judar, shiamuslimer och yazidier. Dessa fiender kategoriseras dessutom på en skala av fiendskap där shiamuslimerna målas upp som de absolut värsta.

Gruppidentiteten skapas genom att de belyser samhörighet, gemenskap och vad det innebär att vara en “brother” inom IS och de framhäver sig själva som den enda möjliga vägen

för en muslim att gå. Mycket videomaterial skildrar redan rekryterade IS-soldater från olika delar av världen som uppmanar andra att ansluta sig till brödrskapet genom att lyfta den lycka som innanförskapet och broderskapet innebär. Samtidigt trycker de på ett missnöje i väst och svartmålar sina tidigare ledare, nationer och levnadssätt. Exempel på detta är filmen *Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada* (2014) som är ett porträtt av en kanadensisk man som kallar sig själv "Abu Muslim" och hans beslut att konvertera till islam och flytta till Syrien för att ansluta sig till IS. I filmen framställer han sitt beslut som det enda rätta och hans tidigare liv som syndigt och meningslöst.

Vidare sätts IS starka gruppidentitet i relation till vad det innebär att vara emot IS, att vara en del av "Dom"; en fiende, en "kufir" (övers. icke-troende) som dessutom är orsaken till allt ont och missnöje. Ett exempel på hur IS tydligt definierar sina fiender är hela det analyserade numret av *Dabiq* (2016). Rubriken på tidningen lyder "*Know your enemy: Who Were the Safawiyyah?*" och det huvudsakliga innehållet som genomsyrar numret syftar till att öka polariseringen mellan IS och dess fiender (Dabiq, 2016). Material som målar upp IS fiender som orsaken till allt ont är filmen *Flames of War* (2014) i vilken de stora västerländska TV-bolagens loggor (CNN, BBC etc) visas samtidigt som berättarrösten menar att dessa sprider lögner.

Genom en tydlig polarisering mellan den inom- och utomgruppsliga identiteten, framställer IS sina fiender som anledningen till det existerande missnöjet och kriget samtidigt som de lyfter sig själva som den enda möjliga källan till lösning.

### **6.1.5 Våldsförhållande och skrämmande hot**

Ett femte tema som präglar stora delar av det empiriska materialet är skrämmande hot och brutalt våld. Det brutala våldet förekommer i olika former som arkebusering, strider, utvalda krigsbrott, förnedrande övergrepp och mord, vilket framställs genom ett grafiskt, dramatiserat manér. Filmerna *Clanging of the Swords IV* (2014) visar scener från Irak, bland annat av officiella Irakiska fordon som blir nedprejade med maskingevär, avrättningar av Irakiska soldater och demolering av stridsvagnar. Filmerna innehåller även bilder från luften, slow motion explosioner och scener filmade utifrån ett sniper-perspektiv där fiender dödas på avstånd. Det visar när IS-krigare åker runt i bilar på gatorna och skjuter människor med kulsprutor och demolerar

mötande bilar med automatvapen, för att sedan filma liken. Scener visar även fångar från motståndarmén som gräver sina egna gravar (*Clanging of the Swords IV*, 2014).

De skrämmande hoten återfinns på flera ställen i det empiriska materialet, ett exempel är en helsida i tidningen *Dabiq* (2016) med bilder på IS-krigare som var med och utförde terrorattentaten i Paris och rubriken “Just Terror” följt av meddelandet “Let Paris be a lesson for those nations that wish to take heed...”. I IS dokumentärfilm *Flames of War* (2014) deklarerar dessutom en berättarröst att IS kommer söka upp sina fiender från alla världens hörn och kriga tills dess att alla fiender är bekämpade.

Det brutala våldet och de skrämmande hoten bidrar till att IS framstår som en skräckinjagande rörelse som bekämpar allt och alla som kommer i deras väg utan att tveka.

### **6.1.6 Motberättelser**

Ett sjätte och sista tema som kunnat utläsas från det empiriska materialet är motberättelser. Detta tema utgör berättelser som motsäger västvärldens bild av IS som en terrorsekt och IS-kontrollerade områden som dysfunktionella samhällen i vilka människor lever i skräck och misär. Dessa motberättelser svarar också gentemot den bild som västvärldens politiker och media målar upp av väst som det yttersta exemplet på ett demokratiskt, modernt och utvecklat samhälle samt deras roll i kriget i Syrien.

Ett tydligt exempel på detta är nyhetsreportaget *From Inside Mosul* (2014) i vilket man ger en lägesrapport från staden Mosul i norra Irak. Den brittiska reportern och numera IS-gisslan John Cantlie figurerar reporter och åker runt i Mosul och besöker en gammal “souk” (övers. traditionell marknad) och ett sjukhus samt talar om rättssystemet i staden. Cantlie påtalar bland annat att var han än tittar så blir han överväldigad av det faktum att livet i Mosul är normalt och livligt och att ingen i staden lever i rädsla, misär eller fattigdom - som Cantlie menar att västerländsk media vill framställa det som.

Ett annat exempel på hur IS kommunicerar motberättelser om västvärlden är *A message to*-serien som består av avrättningsvideos av västerländska gisslan och är direkta hot riktade mot USA (*A message to America*, 2014; *A second message to America*, 2014) och USA-allierade (*A message to the allies of America*, 2014). Förutom själva avrättningarna innehåller filmerna segment i vilka gisslan läser upp vad antas vara ett manus skrivet av IS själva som målar ut Amerika och dess allierade som ansvariga för deras död. Med dessa uttalanden vill IS påvisa

västvärldens skuld i att oskyldiga människor dör, gisslans tal ämnar såldes fungera som motberättelser mot västvärldens bild av konflikten och om vem som bär skulden för kriget och dess offer.

Sammanfattningsvis bemöter IS västvärldens narrativ i syfte att lyfta sig själva som en funktionell statsmakt samtidigt som de ifrågasätter västvärldens synsätt på det ultimata moderna samhället och utmålar dem som skyldiga för konflikten.

### **6.1.7 Kategorisering av teman**

I ett försök att vidare kategorisera dessa övergripande teman har vi utgått ifrån Ingrams (2015) konceptuella ramverk kring hur IS utformar sina budskap. Ingram (2015) menar att IS strategiska kommunikation syftar till skapa perceptioner och polarisera stöd genom att anspela på pragmatiska och perceptuella faktorer.

När IS framställer sig själva som ett välfärdssamhälle och lyfter sina militära framgångar och resurser anspelar de på faktorer som stabilitet, säkerhet och försörjningsmöjligheter, vilket Ingram (2015) definierar som pragmatiska faktorer. Dessa faktorer förstärks ytterligare med IS motberättelser, vilka bemöter västvärldens motsatta porträttering. IS direkta hot och demonstrationer av våldsamma handlingar kan även kategoriseras in under pragmatiska faktorer då de påvisar vilka konsekvenser som följer av att inte följa IS rekommendationer. Pragmatiska faktorer kan även liknas det March och Heath (1994) definierar som logic of consequence, LoC, vilket hänvisar till de val som baseras på rationalitet och en nyttokostnadsanalys av olika alternativ.

När IS vidare belyser samhörighet och gruppidentitet i relation till fienden samt lyfter det högre syftet, anspelar de på vad Ingram (2015) kallar för perceptuella faktorer, och då även det March och Heath (1994) definierar som logic of appropriateness (LoA). Samspelet mellan dikotoma identiteter, kris- och lösningskonstruktioner är en gemensam kommunikationsstrategi som tidigare använts av andra radikala grupper såsom de pakistanska talibanerna (Ingram 2015; Ingram 2014), samt av karismatiska ledare, såsom Usama Bin Laden och Anwar al-Awlaki (Ingram 2013). IS narrativa berättelser skildrar IS som sunnimuslimernas "mästare" (inomgruppslig identitet) och dess fiender (utomgruppslig identitet) som onda och ansvariga för den existerande "krisen". IS presenterar därefter sig själva som den enda källan till lösningar och kopplar hela tiden samman sitt syfte med den högre makten. Resultatet är ett



konkurrenskraftigt system för mening vilket fungerar som en ram genom vilken målgrupper uppfattar och utvärderar konflikten och dess aktörer och som även skapar mening och legitimerar åtgärder (Ingram, 2015).

Det är dock viktigt att vara medveten om att denna kategorisering är en förenkling och man bör därmed ha en förståelse för den komplexitet respektive tema innefattar. Temana är inte endimensionella utan betonar i varierande grad både pragmatiska och perceptuella faktorer och bygger således både på en konsekvens- och lämplighetsbaserad logik.

## 6.2 Identifiera målgrupper

Utifrån identifierade teman ovan har vi kunnat utläsa tre olika målgrupper som IS riktar sin strategiska kommunikation till med diversifierade budskap. Dessa målgrupper är; (1) Framtida rekryter, (2) Fiender i både mellanöstern och i väst samt (3) IS-krigare/ befintliga sympatisörer. Utifrån identifierade teman och de tre målgrupperna har vi kunnat utläsa tre kärnbudskap riktade till respektive målgrupp, dessa presenteras nedan och kopplas även samman med March och Heaths (1994) teori om en konsekvens- kontra lämplighetsbaserad logik. För att få ytterligare förståelse för IS budskapsformulering har vi även sökt att applicera Palms (2006) budskapsstrategier och Clow och Baacks (2009) meddelandestrategier på det empiriska materialet. För att dessutom utveckla en vidare förståelse för de komponenter som underbygger IS kärnbudskap har vi använt semiotiska och retoriska verktyg. Detta genom att titta på textens direkta betydelse (denotation) i förhållande till textens dolda medbetydelse (konnotation) samt genom att identifiera symboler och komplettera analysen på retorisk nivå utifrån de klassiska retoriska begreppen ethos, logos och pathos samt Renbergs (2007) retoriska stilfigurer. Inledningsvis är de tre olika kärnbudskapen som identifierats ständigt återkommande i det empiriska materialet och fyller således Palms volym-kriterium.

## 6.3 Kärnbudskap till framtida rekryter

Kärnan i budskapet riktat till framtida rekryter är att IS erbjuder ett bättre liv än det man har i sitt hemland (väst i synnerhet) och att IS är den enda källan till lösning och den enda möjlighet till säkerhet och välfärd inom al-Sham (bilaga 1.). Budskapet motiveras genom att trycka på att IS erbjuder *ett högre syfte och mening* och *samhörighet och polarisering*, budskapet bygger således på en lämplighetsbaserad logik (March & Heath, 1994). Budskapet backas även upp av

att IS har ett fungerande *välståndssamhälle* och av *motberättelser* för att bemöta västerländsk medias bild av IS. Vidare lyfts även *IS militära erövringar och resurser* för att utannonsera att man är en växande makt med ökat inflytande som man bör ansluta sig till. Budskapet bygger sålunda även på en konsekvensbaserad logik (March & Heath, 1994).

I budskapet kan vi se tydliga tecken på ett användande av de Palm (2006) kallar närhet genom personifiering när de använder sig av redan rekryterade IS-krigare som talar direkt till mottagaren. De skildrade rekryterna kommer från väst eller någon annanstans i världen och talar till sina tidigare landsmän och uppmanar dem att ansluta sig till IS (There is no life without jihad, 2014; Mujatweets, 2014; Eid Greetings from the land of Khilafa, 2014; Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada, 2014).

Ett specifikt exempel på hur IS kommuniceras sitt budskap till framtida rekryter är i *There's no life without Jihad* (2014) (bilaga 3.). På en denotativ nivå inleds filmen med närbilder på olika män med texten; "Respond to Allah and his messenger when he calls you to that which gives you life (Surat al-anfal:24)", i nästföljande klipp visas sedan en dropp-formad symbol med texten "al-hayat media center". Nästa scen visar sex män komma gående på en grönskande stig bärandes på ett varsitt vapen, samtidigt som en röst talar på arabiska och musik spelas i bakgrunden. Männerna är iklädda olika kombinationer av gröna, bruna och svarta kläder och några bär även huvudbonader och solglasögon. I nästföljande scen syns samma fem män sittandes på marken bredvid varandra i en halvcirkel. Bakom männen syns en grönskande natur och en svart flagga med vit text. Samma dropp-symbol som tidigare i videon syns uppe i högra hörnet med texten; "Al Hayat". En av männen börjar tala på flytande engelska;

*"Oh you who believe, answer the call of Allah and his messenger when he calls you to what gives you life (...) What gives you life is jihad. I know by Allah that this is the land of jihad(...) We have brothers from Bangladesh, from Iraq, from Cambodia, Australia, UK, nothing has guided us except to make Allahs will the highest, that's all we've come for (...) He (refererar till Allah) says the land of sham is the best of lands (...) and he chooses the best of people to come here (...) It's about implementing the laws of Allah (...) and fighting the enemies of Allah (...) you see noone who does it like us"* - There is no life without jihad, 2014

Sedan tar näste man vid och börjar tala in i kameran på flytande engelska;

*“Brothers and sisters, open the quran (...) and everything will become clear (...) Allah doesn't need you to fight for him, you need to fight for Allah (...) Are you willing to sacrifice the fat job you got, the big car you got, the family you have, for the sake of Allah? Definitely. If you sacrifice something for Allah, he'll give you sevenhundred times more than that (...) All my brothers living in the west, I know how you feel, in the heart you feel depressed (...) the cure for the depression is jihad”* - There is no life without jihad, 2014

De resterande männen turas sedan om att tala in i kameran om. Nere i bild syns banderoller som byts ut vart eftersom de olika männen talar. I banderollerna syns förklarande texter som beskriver vem det är som pratar och varifrån personen i fråga kommer. I sista scenen skrattar männen i slow motion och tar omsorgsfullt på varandra. Filmen håller en genomgående hög bild- och ljudkvalitet.

Bilden, texterna och talen skapar den övergripliga konnotationen av att männen i halvcirkeln är IS-rekryter som flyttat från sina hemländer för att ansluta sig till IS och kriga med gruppen. Konnotationen från texterna på banderollerna är att männen är från Storbritannien och Australien. Flaggan är en tydlig symbol för IS och skapar en konnotation att det är just IS som männen anslutit sig till. Det faktum att männen sitter i en ring på marken skapar associationer till ett “brödraskap runt en lägereld” vilket kan ses som en symbol för trygghet och samhörighet. Detta brödraskap förstärks ytterligare av det faktum att alla IS-krigare som får komma till tals använder ordet *broder* för att referera till varandra och till de framtida rekryter som de talar till. Broder kan användas som en metafor för villkorslös kärlek och trygghet samt en närhet. Al-Hayat-loggan i början av filmen och i högre hörnet skapar konnotationen att filmen är producerad av Al-Hayat och inger även en känsla av att produktionen är bekostad och utförd av professionellt kunniga. Detta i kombination med att filmen håller en genomgående hög ljud- och bildkvalitet skapar konnotationer om kompetens och resurser som ger produktionen, och således IS legitimitet. Citatet från Koranen i början av filmen är ett utdrag från Koranen och kan tolkas som en symbol för islam i syfte att göra anspråk på religionen och således inge en legitimitet och tyngd till budskapet. Samma konnotationer görs genom musiken som spelas i början av filmen. Musiken är religiösa ritualistiska sånger, så kallade *nasheeds*. Nasheeds är inte specifikt för IS utan är populära inom islam och används ofta för att referera

till den muslimska tron, historia och religion (Memri, 2014). Genom att använda nasheeds skapas konnotationer inte bara om islam utan gör också att man som mottagare vaggas in i en andaktlig sinnesstämning. Islam återfinns även i IS-krigarnas tal och fungerar således som ett ethos-argument, ett exempel är när den första IS-krigaren förklarar att de anslutit sig till IS för att uppfylla Allahs vilja.

IS-krigarnas tal är även i stora drag underbyggda av så kallade pathos-argument som anspelar på känslor, en budskapsstrategi som Palm (2006) benämner som känsla. Ett exempel på detta är när den andre IS-krigaren talar till framtida rekryter och säger att han vet att de är deprimerade hemma i väst och att botemedlet är jihad (bilaga 1.). Exempel på logos-argument i filmen är när den första IS-krigaren radar upp nationaliteterna på de krigare som anslutit sig till IS för att visa på omfattningen av IS rekrytering. När IS-krigaren ber mottagaren att “answer the call of Allah” använder han sig av en metafor där “svara i telefon” får symbolisera att uppfylla sin plikt gentemot Allah och ansluta sig till IS. De olika talarna frågar återkommande tittarna hur mycket de är beredda att offra för Allah vilket kan ses som en besjälning av något så abstrakt som en gud (Renberg, 2007).

I ett andra exempel på budskapet riktat till framtida rekryter kan man se en kombination av samtliga Clow and Baacks (2009) meddelandestrategier. I filmen *Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada* (2014) förklarar Abu Muslim utifrån en kognitiv meddelandestrategi med rationella argument att han tidigare levde ett bra och normalt liv i Kanada och att han var som vilken annan kanadensare som helst, men att han valde att ansluta sig till IS eftersom man inte kan leva som en rättfärdig muslim i ett land, som han menar, för krig mot islam. Denna typ av argument skulle enligt Renberg (2007) ses som ett logos-argument.

*“Before islam, I was like any other canadian, I watched hockey, I went to the cottage in the summertime, I loved to fish, I wanted to go hunting, I liked outdoors, I liked sports. I was like you everyday, regular canadian before Islam (...) Life in Canada was good. I had money, I had good family, but at the end of the day, you cannot obey Allah Subhanahu Wa ta'ala fully as you can by living in a Muslim country and an Islamic State (...)”* - *Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada*, 2014

Vidare fortsätter han med en affektiv meddelandestrategi genom att trycka på skuld hos de människor som fortfarande bor kvar i väst och ännu inte anslutit sig till IS, vilket enligt Renberg (2007) även kan ses som pathos-argument eller det Palm (2006) benämner som känsla;

*”My brothers, how can you answer to [Allah] when you' live on the same street [with the kafir], when you're using their lights and paying taxes to them and they use these taxes to wage war on Islam?”* - Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada, 2014

Efter att ha lyft fram både rationella och känslomässiga argument för varför han själv konverterat till islam och anslutit sig till IS uppmanar han andra att göra detsamma och förklarar på vilka olika sätt man kan bidra till gruppen. Detta kan ses som en beteendemässig strategi genom vilken han vill få framtida rekryter att skrida till handling och på ett eller annat sätt ansluta sig till IS.

*“I feel better living in the Khilafa, you are not living under oppression, you are not living under Kufr, you are living under the Koran as muslims and that is all we want and all we need, we don't need any democracy, we don't need any communism, we don't need anything like that, all we need is Sharia'ah.”* - Eid Greetings from the land of Khilafa, 2014

## **6.4 Kärnbudskap till fiender**

Budskapet som kommuniceras till IS fiender kan sammanfattas som att IS är en växande och ostopptbar rörelse som ämnar förinta alla sina fiender. Detta budskap tar sig uttryck genom att gruppens *militära erövringar och resurser* lyfts fram samt genom direkta *hot och demonstration av våldsamma metoder*. För att underbygga kärnbudskapet trycker de även på en *polarisering* mellan IS och dess fiender. Budskapet bygger således främst på en konsekvensbaserad logik men även till viss del på en lämplighetsbaserad logik (March & Heath, 1994).

I budskapet riktat till IS fiender kan man urskilja ett flertal exempel på hur IS använder sig av det Palm (2006) kallar för närhet och känsla. Ett tydligt exempel är slutscenen i filmen *Flames of War* (2014) (se bilaga 4.) där IS personifierar fienden genom att filma när

tillfångatagna Bashar-soldater (förkl. Assad-regimens soldater) gräver sina egna gravar. På en denotativ nivå syns en man i militärkläder och maskerat ansikte ståendes i förgrunden och bakom mannen syns en svart flagga med vit text och tre män i civila kläder gräver i jorden med spadar. Ännu längre bak i bild syns ett flertal höghus. Högst upp i högra hörnet i bild syns en lite symbol med texten; "Al Hayat". Mannen i militärkläder säger något på arabiska och sedan på tydlig engelska;

*" We are here in the 17th division military base just outside the city of Raqqa and we are here with the soldiers of Bashar you can see them now digging their own graves at the very place where they were stationed, the very place where they were stationed terrorizing the muslims in Raqqa. Alhamdillulah, the (...) of Allah is going to be carried out on these same soldiers by the brothers from the Mujahideens (...) that captured them. And behind them you can see the officers residence filled with bullet holes and artillery shells from the Islamic State. This is the end of every (...) kafir that we could get a hold of. This is the end that they face! Alhamdillulah (...)"*- Flames of War, 2014

Sedan visas en grävande man i bild som säger något på arabiska med en vit text längst ner i bild som i stora drag lyder;

*"(...) Today we are digging our own graves with our own hands, the Islamic State captured us while we were fleeing from the 17th division base. We were serving under Bashar. Bashar has abandoned us. Bashar is nowhere in sight. (...) To the regime's army we are just numbers. We're just numbers. To the regime's army we are just dogs. (...) I advise them (refererar till Assad-regimens soldaters familjer) to get their sons out of the army as quickly as possible. As quickly as possible. Because it's as Allah has blessed the Islamic State. They captured the 17th division in a matter of seconds, They captured the 17th division in a matter of seconds. Even though there were 800 of us, and they only numbered in the dozens"*- Flames of War, 2014

I nästa scen visas återigen mannen med maskerat ansikte och militärkläder i förgrunden. Bakom honom står sex andra män på rad som alla är maskerade. De maskerade männen riktar varsin

pistol mot raden med män som sitter på knä framför dem. Mannen i militärkläder i förgrunden säger;

“(...) *the flames of war are only beginning to intensify (...) the fighting has just begun*”-  
Flames of War, 2014

Sedan blir bilden svart innan den kommer tillbaka och då går i slow motion medan de maskerade männen riktar sina pistoler mot de sittande männen framför dem och sedan skjuter dem i bakhuvudet. I bakgrunden syns den svarta flaggan med den vita texten och ett dundrande intensivt ljud hörs. De sittande männen faller sedan framlänges ner i jorden, också i slow motion. Filmen håller en genomgående hög ljud- och bildkvalitet.

Bilden, texten och talen ger tillsammans en tydlig bild över skeendet i klippet och den övergripliga konnotationen av klippet är att IS-krigare tillfångatagit män från den syriska Bashar-armén och sedan tvingar dessa gräva sina egna gravar som de sedan faller ner i när de blir skjutna. Fortsättningsvis kan man utifrån kunskap om IS metoder och tidigare filmer göra konnotationen att mannen som gräver sin grav och talar illa om Bashar-regimen blivit tillsagd att säga det han säger. Precis som i *There is no life without jihad* (2014) i exemplet ovan riktat till framtida rekryter är en tydlig symbol i filmen IS flagga som är en symbol för just IS. Även Al-Hayats logga, som är en symbol för att filmen producerats av ett riktigt produktionsbolag i kombination med en hög ljud- och bildkvalitet återfinns i denna film och skapar konnotationer om kompetens och resurser vilket inger legitimitet. Något som förstärker denna effekt i detta exempel är dessutom specialeffekter såsom slow motion och ljudeffekter. En annan tydlig symbol i filmen är IS-krigarnas maskerade ansikten, ett maskerat ansikte kan man utifrån samhällliga koder koppla ihop med rånare och gärningsmän som döljer sin identitet av kriminella anledningar, dessa genererar i sin tur en känsla av rädsla och obehag. Det faktum att Bashar-soldaterna de facto står och gräver sina egna gravar, kan utifrån ordspråket “gräva sin egen grav” tolkas som en kod för att Bashar-soldaterna står till svars för sitt eget öde. En återkommande symbol i filmen är användandet av uttryck på arabiska, vissa med anknytning till islam. Exempel är när IS-krigaren använder uttrycket “Alhamdullillah” (övers. prisa gud) som kan ses som en symbol för islam och “Mujahideen” (övers. “de som anstränger sig”/IS

benämning på sina krigare) kan ses som en symbol för IS då det är ett återkommande begrepp de använder för att benämna sina egna krigare.

Bashar-soldaten använder sig av så kallade pathos-argument när han motiverar varför alla bör uppmana sina söner att gå ur Bashar-armén, detta genom att säga att det är på grund av att Allah har välsignat IS och således anspelar på människors känslor gentemot islam och Allah. Bashar-soldaten använder även logos-argument när han förklarar att IS är en stark armé man bör akta sig för genom att hävda att Bashar-armén inte hade en chans trots att de var många fler sett till antalet än IS. Stilfigurer som återfinns i klippet är bland annat anaforer, det vill säga att varje mening inleds genom att upprepa samma ord. Detta för att förstärka innebörden av det som sägs. Exempel på anafor är till exempel när Bashar-soldaten säger;

*“to the regime’s army we are just numbers. We’re just numbers. To the regime’s army we are just dogs”* - Flames of War, 2014

Tilläggsvis kan “numbers” och “dogs” ses som metaforer för något man inte bryr sig om. Uppbyggnaden av meningen kan dessutom ses som en stegring. Genomgående i klippet använder sig IS-krigaren även av konkretion genom att ge en detaljerad beskrivning av det pågående skeendet som ger mottagaren en förståelse och möjlighet till inlevelse.

Ett tydligt exempel på hur IS använder sig av en kombination av kognitiva, affektiva och beteendemässiga meddelandestrategier i budskapet riktat till sina fiender är *A message to*-serien (2014). *A message to the allies of America* (2014) visar den brittiska biståndsarbetaren David Cawthornes avrättning och inleds med att Cawthorne läser upp ett manus som kan antas vara skrivet av IS;

*“My name is David Cawthorne Haines. I would like to declare that I hold you, David Cameron, entirely responsible for my execution. You entered voluntarily into a coalition with the United States against the Islamic State, just as your predecessor Tony Blair did, following a trend amongst our British prime ministers who can’t find the courage to say no to the Americans. Unfortunately, it is we, the British public that, in the end, will pay the price for our Parliament’s selfish decisions.”* - A message to the allies of America, 2014



Detta kan ses som en affektiv meddelandestrategi då han trycker på Camerons skyldighet till hans avrättning på grund av att han och den brittiska regeringen inte kunnat säga nej till USA och att det är det brittiska folket som i slutändan får lida. Han använder även den budskapsstrategi Palm (2006) benämner som känsla, samt det Renberg (2007) definierar som pathos-argument. Efter det tar IS-krigaren (känd som Jihadi John) över och deklarerar till Cameron och det brittiska folket;

*“This British man has to pay the price for your promise, Cameron, to arm the Peshmerga against the Islamic State. Ironically, he has spent a decade of his life serving under the same Royal Air Force responsible for delivering those arms. Your evil alliance with America which continues to strike the Muslims of Iraq and most recently bombed the Haditha Dam, will only accelerate your destruction, and playing the role of the obedient lapdog, Cameron, will only draw you and your people into another bloody and un-winnable war.”* - A message to the allies of America, 2014

Detta kan ses som en kognitiv meddelandestrategi där IS-krigaren använder sig av rationella argument för att förklara varför Cameron kommer leda de brittiska folket in i en konflikt som inte går att vinna. Detta kan även ses som ett användande av logos-argument (Renberg, 2007). Efter att ha framfört både känslomässiga och rationella argument avslutas videon med att Jihadi John börjar skära huvudet av Haines. Avslutningsvis lägger Jihadi John sin hand på ytterligare en gisslan, den brittiska medborgaren och biståndsarbetaren Alan Henning och säger;

*“If you, [David] Cameron, persist in fighting the Islamic State, then you, like your master Obama, will have the blood of your people on your hands.”*- A message to the allies of America, 2014

Detta kan i kombination med de rationella och känslomässiga argumenten ses som en beteendemässig meddelandestrategi genom vilken IS vill få fiender och då framförallt Storbritannien att sluta bomba och kämpa emot IS.

Slutligen kan man tolka det som att budskapet innefattar en hög grad av vad Palm (2006) kallar för diskuterbarhet. Detta dels på grund av budskapets karaktär, dels på grund

av att budskapet riktar sig till många olika länder och deras medborgare och således blir något som hamnar på både samtals- och medieagendan.

## 6.5 Kärnbudskap till IS-krigare/ befintliga sympatisörer

Budskapet till IS-krigare och redan befintliga sympatisörer är att man bör leva och dö som en rättfärdig muslim enligt IS preferenser. Detta innebär bland annat att man bör utföra jihad (bilaga 1.) och att det är något heligt och fint att dö i strid. För att understödja detta budskap lyfter IS ett *högre syfte och mening* samt målar fram en bild av IS-kontrollerade områden som *välfärdssamhällen* som erbjuder trygghet och stabilitet. För att legitimera sin auktoritet backar IS även upp budskapet genom att visa upp *IS militära erövringar och resurser*. Ett annat sätt att framställa IS som “den rätta lösningen” och skapa en starkare inomgruppslig identitet hos IS-sympatisörer är genom att trycka på *samhörighet* och samtidigt svartmåla fienden och således skapa en *polarisering* mellan IS och dess fiender. I och med detta bygger budskapet riktat till IS-krigare och befintliga sympatisörer både på en lämplighets- och konsekvensbaserad logik (March & Heath, 1994).

I budskapet riktat till IS-krigare och befintliga sympatisörer kan vi se flertalet exempel på det Palm (2006) kallar närhet och känsla när de återkommande glorifierar våldet samt att kriga och dö för Allah. Ett specifikt exempel på detta är i filmen *Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada* (2014) (bilaga 5.). På en denotativ nivå syns flertalet män springandes på ett fält. Den stora bilden har fokus på en av männen som även syns in-zoomad på en liten bild i bilden vilken förstärks med specialeffekter och musik. I den lilla bilden står det “Abu Muslim, Storming the front”. Samtidigt berättar en röst i bakgrunden att det är Abu Muslim som springer på fältet under en attack mot flygplatsen i Minnigh i norra Syrien 2013. Rösten säger;

*“He moved during the battle like a man who did not know death. Rather he knew that true life was awaiting him and that it was only a matter of being struck by the weapons of the kufr, he was a brother that would be pleased with the bare minimum and still shine with happiness.”*- *Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada*, 2014

Mannen i fokus dör och kameran filmar hans döda kropp på fältet, rösten säger;

*“And thus his lord had decreed an appointment for their meeting so he answered the call of his lord and surrendered his soul without hesitation, leaving the world behind him, not out of despair and hopelessness, but rather with certainty of Allahs promise”- Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada, 2014*

Scenen bryts och man ser den döda mannens kropp omhändertas av andra män, bilden zoomar in på hans ansikte samtidigt som berättarrösten säger;

*“Indeed, those who have believed and those who have emigrated and fought in the cause of Allah, those hope for the mercy of Allah. And Allah is forgiving and Merciful”- Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada, 2014*

En liten dropp-formad symbol syns hela tiden uppe i högra hörnet med en text under som lyder “Al Hayat” och videon håller genomgående hög bild- och ljudkvalitet.

Genom att koppla samman bild, text och talet i bakgrunden kan man på en konnotativ nivå tolka det som att den springande mannen i fokus är Abu Muslim som dör i strid. Berättarrösten höjer med beundran i rösten upp hans död som något heligt och beundransvärt. Abu Muslim blir således en symbol för den ultimata västerländska rekryten och IS-krigaren. Precis som i föregående exempel i *There is no life without jihad* (2014) riktad till framtida rekryter och *Flames of War* (2014) riktad till fiender så återfinns Al-Hayats logga som en symbol för att filmen producerats av ett riktigt produktionsbolag i kombination med en hög ljud- och bildkvalitet och specialeffekter i form av zoom och ljudeffekter som skapar konnotationer om kompetens och resurser och således bidrar med legitimitet. Precis som i *There is no life without Jihad* (2014) spelas nasheeds i bakgrunden som inte bara skapar konnotationer om islam utan även inger en känsla av andakt. I berättarröstens tal har vi även identifierat ett antal stilfigurer. När berättarrösten säger att Abu Muslim välkomnar döden med öppna armar ses som en anti-tes då det kan antas att det i mångas ögon är motsägelsefullt att vilja dö. När berättarrösten säger att hans (Abu Muslims) herre ordnat en mötestid, kan detta ses som en metafor för att Abu Muslim ska dö. Slutligen kan man enligt Renberg (2007) tolka det som ett ethos-argument när berättarrösten berättar om hur Abu Muslim tar emot döden utan förtvivlan

utan full tilltro till sin herres löfte samt när berättarrösten i slutet deklarerar att de som emigrerar och kämpar med IS kommer gå samma öde tillmötes. Det öde de refererar till är döden i bemärkelsen “paradiset”.

Budskapet till IS-krigare och befintliga IS-sympatisörer underbyggs precis som budskapen till de andra två målgrupperna av en kombination av Clow och Baacks (2009) tre olika meddelandestrategier. Ett exempel på detta är artikeln “The Best Shuhada” i *Dabiq* (2016) som är en beskrivning av hur man bör agera som en rättfärdig IS-krigare och “Shuhada” (övers. martyr). Artikeln innefattar sakliga beskrivningar som rationaliseras genom referenser av inflytelserika Imamer vilket kan ses som en ethos-argument samt en del av en kognitiv budskapsstrategi genom vilken man vill övertyga befintliga IS-krigare och sympatisörer om vad en rättfärdig IS-krigare är.

*“Rasulullah said ‘The best shuhuda’ are those who fight in the front ranks. They do not turn their faces aside until they are killed. They will roll about in the lofties chambers of Jannah (övers. paradiset). Allah will laugh being pleased with them. (...)” [Reported by Imam Ahmad and others from Nu’aym Ibn Hammar]. It was also reported that Abu Dharr asked Rasulullah, ‘What shahada is best?’ He replied ‘He whose blood is spilled and whose horse is slaughtered’ Reported by Imam Ahmad from Abu Umamah]”- Dabiq, 2016*

Efter artikeln ovan följer ett reportage om IS-krigaren Abū Muhārib al-Muhājir, i västerländsk media känd som bödeln “Jihadi John” som i *A message to* - serien (2014) avrättade ett flertal västerländska journalister och biståndsarbetare. Jihadi John ska framstå som ett exempel på det som i föregående artikel beskrivs som den bästa av “Shuhadas” (bilaga 1.). Genom att ge en detaljerad beskrivning av hans personliga historia och slutligen hans bedrift att nå martyrskap för Allah, personifieras bilden av en rättfärdig IS-krigare vilket Clow and Baack (2009) skulle referera till som en affektiv meddelandestrategi.

Detta personporträtt i kombination med den rationella beskrivningen av ett sant martyrskap i föregående artikel kan ses som en beteendemässig budskapsstrategi med syfte att uppmana befintliga IS-krigare att begå martyrskap och IS-anhängare att förstå vikten av fenomenet för att således befästa bilden av det som ett självklart sätt att leva.

## 6.6 Summering: En kombination av budskap och produktion

Efter att ha analyserat de tre kärnbudskapen till respektive målgrupp med hjälp av budskaps- och meddelandestrategier samt semiotiska och retoriska verktyg kan vi inledningsvis konstatera att det går att finna exempel på både Palms (2006) budskapsstrategier och Clow & Baacks (2009) meddelandestrategier samt retoriska och semiotiska stilknep i samtliga tre budskap. Genom att kombinera de tre argumentationsstrategierna, ethos, logos och pathos i respektive kärnbudskap lyckas IS skapa en stark och slagkraftig argumentation till varje målgrupp (Renberg, 2007). Budskapen förstärks ytterligare genom att IS använder sig av retoriska stilfigurer och symboler vilket gör att framställning blir mer variationsrik, medrycklig och målande och påverkar således hur budskapet uppfattas. Ett exempel på hur IS formar budskap genom stilfigurer är i budskapet riktat mot fiender, vilket generellt innehåller mer stilfigurer än budskapen riktade till de två andra målgrupperna. Effekten av detta är att språket till fienden blir mer högfärdigt och komplext. En eventuell tolkning är att man i budskapet till fiender vill sätta sig själva i en auktoritär position för att få respekt och inge legitimitet. Samtidigt önskar man framstå som mer vänlig och lättillgänglig inför framtida rekryter och IS-krigare och befintliga sympatisörer. Genom att IS även använder sig av samtliga tre meddelandestrategier förstärker de även möjligheten att budskapen inte bara levereras, utan att de även väcker känslor och engagemang hos mottagaren samt leder till önskad handling (Clow & Baack, 2009). Detta leder oss till insikten att IS inte bara kommunicerar sina budskap utan bedriver strategisk kommunikation.

Utifrån vår analys kan vi i enighet med Ingram (2015) konstatera budskapens vikt och betydelse för IS framgångar, dock ställer vi oss kritiska till hans ståndpunkt att specialeffekter och proffsig produktion endast skulle vara en ytlig faktor. Vi vill istället belysa vikten av den högkvalitativa produktion som präglar allt IS kommunicerar. Ett återkommande inslag och ett exempel på hur IS skapar legitimitet hos samtliga målgrupper är genom användandet av produktionsbolaget Al-Hayats logga samt genom specialeffekter och en hög ljud- och bildkvalitet, vilket visar på resurser och professionell kunnighet. Ett annat återkommande inslag är användandet av IS-flagga. En flagga är den tydligaste formen av symbol för ett land/stat/grupp och inrymmer allt den specifika rörelsen står för. IS flagga används för att befästa den narrativa berättelsen om IS hos mottagaren och skapa tydliga konnotationer mellan sina budskap och sig själva. Det tredje och sista återkommande inslaget som identifierats är de

religiösa ritualistiska sångerna med anknytning till islam, nasheeds, som återfinns i budskapen riktade till samtliga målgrupper, vilket bidrar med en stämning likt filmmusiken till vilken annan Hollywood-produktion som helst. Vi menar således att framgångarna bakom IS strategiska kommunikation bygger på en kombination av dels välutformade och strategiska budskap, dels en högkvalitativ produktion som stärks och skapar legitimitet genom ovannämnda faktorer. Utan kombinationen strategi och leverans av produktion skulle budskapen inte ha samma effekt som den IS uppnått genom sin kommunikation.

Enligt Ingram (2015) är IS ett fascinerande exempel på ett modernt politiskt uppror. Han menar även att den strategiska kommunikationens och informationsspridningens centrala roll inom IS övergripande strategi är kännetecknande för IS. Detta kan ses som ett bevis på IS förmåga att se betydelsen av strategisk kommunikation inom alla sina enheter och operationer då strategisk kommunikation per se innefattar kommunikation som bidrar till att organisationen når sina uppsatta organisationella mål (Falkheimer & Heide, 2007). Dock är detta strategiska drag inte unikt för IS. Genom analys av *On Guerrilla Warfare* (Mao Tse-Tung, 1937), *Guerrilla Warfare* (Che Guevara, 1961), *Guerrilla Tactics* (Ho Chi Minh, 1940), *A Practical Course for Guerrilla Wa* (Abd al-Aziz al-Muqrin, 2003) samt den irländska republikanska arméns *Handbook for Volunteers* (1950) går det att avslöja en allmän enighet om den centrala strategiska roll kommunikation och informationsspridning har inom krigsföring. Detta som ett medel för att forma hur angripna populationer, och andra berörda parter, uppfattar en konflikt, utvärderar "konkurrerande" politisk-militära apparater och fattar beslut om vem som ska stödjas (Ingram, 2015). IS har antagit denna grundprincip som tycks föreligga inom modern upprorsstrategi, då det är få händelser inom IS-kontrollerade områden som inte kommuniceras med hjälp av modern teknik och medielogik (Milton, 2014). Detta går i linje med Falkheimer och Heide (2007) som menar att alla organisationer bör anlägga ett kommunikativt perspektiv på i princip allt organisationen gör.

I nästföljande del av analysen görs ett försök att förstå varför IS budskapsstrategi ser ut som den gör, detta genom att undersöka vilka allmänna drivkrafter IS budskap anspelar på och således försöka förstå vad IS budskap är ett exempel på i dagens samhällsliga kontext.

## 6.7 IS budskapsstrategier i en samhällelig kontext

Efter att ha analyserat och sökt förstå IS budskapsstrategier utifrån kommunikationsteorier ämnar vi lyfta blicken för att förstå vilka faktorer i IS budskap som tilltalar människor och således besvara vår tredje frågeställning; *hur IS kommunikativa framgångar kan förstås i ett vidare samhällsperspektiv?* Ingram (2015) menar att IS utifrån perceptuella och pragmatiska faktorer ämnar skapa perceptioner och polarisera stöd. Men hur kan man förstå de djupare drivkrafter och faktorer som tilltalar människor i IS budskap och vad är detta ett exempel på i en bredare samhällelig kontext? Nedan har vi sökt identifiera de mest inflytelserika drivkrafterna utifrån sociologiska och samhällsteorier av Weber (1905/1930), Durkheim (1912/1995), Habermas (2008) och Foucault (1991).

För att förstå framgången bakom IS budskap bör man se till den kontext i vilken IS existerar. Weber (1905/1930) menar att vi idag lever i ett så kallat sekulariserat samhälle i vilket religion fått mindre inflytande i samhället för att ge utrymme åt industrialiseringen och kapitalismen som en oundviklig konsekvens av den rationalism som uppstod under Upplysningstiden. Så varför kan islam och religion tänkas appellera människor i ett sekulariserat samhälle? Detta kan till viss del förklaras utifrån Durkheim (1912/1995) som i enighet med Weber talade om religionens minskade inflytande i samhället, men som även var övertygad om att religionens återuppståndelse var överhängande. Han menade att religion är essentiellt för ett traditionellt såväl som modernt samhälle och att religion förstärker känslan av social solidaritet och sammanhållning och att samhället kräver religion för att stärka kollektiva tankar och idéer. I dagens sekulariserade samhälle utan tydligt syfte och mening kan man utifrån Durkheim (1912/1995) förstå attraktionskraften bakom religionen och islam på så sätt att religion förser människor med en känsla av samhörighet samt ett tydligt syfte och mening. Denna förklaring går att styrka genom The Soufan Group decemberrapport från 2015 i vilken de menar att IS utländska rekryterna i första hand motiveras av personliga snarare än politiska anledningar. Detta skapar förståelse för framgången bakom två av de teman vi identifierat i det empiriska materialet såsom ett högre syfte och mening samt en inomgruppslig samhörighet. När IS lyfter samhörighet sker det ofta i relation till deras fiender och skapar därför samtidigt en tydlig polarisering. Denna polarisering mellan IS och dess fiender kan förklaras utifrån Habermas (2008) idé om ett postsekulärt samhälle utifrån vilket han kritiserar idén om ett sekulärt samhälle och menar att man idag kan se tecken på tre överlappande fenomen som tyder

på en världsomfattande återuppblomstring av religion; en missionär expansion, en fundamentalistisk radikaliserings och en politisk instrumentalisering av potentiellt våld i många av världsreligionerna. Samtliga tre fenomen går att applicera på IS och deras organisationella metoder. Habermas (2008) menar att det uppstått stratifikation och separation mellan religiösa och sekulära grupper och att dagens postsekulariserade samhälle på så vis är ett misslyckande och delvis moraliskt fallerande. Utifrån Habermas (2008) idé om det postsekulära samhället kan man tolka det som att IS budskap om polarisering, delvis anspelar på den separation och stratifikation mellan religiösa och sekulära grupper, som Habermas menar präglar dagens västerländska samhälle.

Vidare präglas delar av det postsekulära samhälle Habermas (2008) beskriver även av en individualism. Således kan man förklara de budskap som anspelar på samhörighet och polarisering utifrån det faktum att vi idag lever i ett individualiserat samhälle i vilket vi saknar ett tydligt sammanhang och samhörighet. I filmen "Swedish theory of Love" (2015) belyses detta utpräglade fenomen och man menar att relationer i ett individualiserat samhälle baseras på den fundamentala självständigheten mellan människor. Något som ytterligare stärker denna tes är The Soufan Groups decemberrapport från 2015 som presenterar siffror över vilka länder som IS-rekryter kommer ifrån. I rapporten kan man se att rekryteringssiffran är utmärkande låg i USA i jämförelse med den i Europa. Anledningen till dessa siffror är komplex och har flera orsaker, men en slutsats är att USA präglas av en starkare nationalistisk sammanhållning och att amerikaner således inte är lika benägna att söka efter en samhörighet som exempelvis européer.

Utöver ovannämnda teman (ett högre syfte och mening samt samhörighet och polarisering) är det brutala våldet och skrämmande hoten ett genomgående tema i det undersökta materialet. Ingram (2015) menar att det grafiska våldet endast är en yttlig faktor i IS budskap, vilket vi anser är att förminska våldets roll. Vi menar istället att de brutala våldsmetoderna och skrämmande hoten i IS strategiska kommunikation anspelar på mer djupgående faktorer som appellerar människor. Utifrån Foucaults (1991) teori om disciplin- respektive straff-samhällen kan man söka förstå de bakomliggande faktorer som får människor att tilltalas av IS våldsbudskap. Utifrån Foucault kan man argumentera att dagens västerländska moderna samhälle är ett så kallat disciplinsamhälle i vilket straffsystemet baseras på att försöka lösa och förbättra utifrån såväl rättsliga institutionella medel som självdisciplin hos dess medborgare. I motsats till västvärlden skulle man även kunna argumentera att IS är ett så kallat



straffsamhälle i vilket dess medborgare straffas genom fysiskt våld och avrättning. Ur ett annat perspektiv erbjuder detta straffsamhälle även ett fast ramverk och tydliga skiljelinjer mellan vad som är rätt och fel vilket kan tänkas tilltala människor i en normupplösande modern tid.

Att anspela på allmänna drivkrafter i samhället för att få makt är inget nytt utan snarare en återkommande företeelse i historien. Den kanske mest påtagliga parallellen man kan dra är den mellan IS framfart och kristendomens korståg under 1000-talet. Precis som det kristna korstågen sökte att auktorisera krig gentemot den västliga katolska kyrkans fiender utifrån kristendomen söker IS göra samma sak utifrån islam. Fortsättningsvis kan man göra en fortsatt liknelse mellan det faktum att IS utmålar de IS-krigare som dör i strid som martyrer, precis som katolikerna gjorde med sina egna under de kristna korstågen. Man kan även göra en liknelse mellan den katolska kyrkans syn på protestanter och IS syn på shiamuslimer.

## 7. Diskussion och slutsatser

---

*Denna studie har avsett undersöka och analysera hur IS använder sig av budskap- och meddelandestrategier samt hur IS framgångar förstås utifrån strategisk kommunikation och i ett vidare samhällsperspektiv. Studiens resultat syftar i sin tur till att fungera som underlag till lösningar på hur IS kan bemötas och hur man kan förebygga att liknande grupper växer fram. Analysen har genererat två huvudsakliga slutsatser vilka nedan presenteras och diskuteras, varpå förslag på vidare forskning ges.*

### 7.1 Diskussion och slutsatser

Som påtalat i inledningen finns det idag många röster som talar för att IS bör bemötas på andra plan än det rent militära. Studiens resultat kan inte bara underbygga dessa röster utan även motivera varför denna typ av strategi är av största angelägenhet i bemötandet av IS. Det som tydligt påvisats under analysens gång är att det första steget i att förstå IS budskapsstrategier är att bli medveten om sin egen världsbild och de förutfattade meningar man har av IS för att kunna anta ett hermeneutiskt synsätt på IS budskap. I analysen har IS budskap demonterats ner och genererat två övergripande slutsatser.

Den första slutsatsen är att IS använder sig av ett flertal strategier som går att härleda till teorier inom fältet för strategisk kommunikation. Analysen visar att IS budskap utgår utifrån ett flertal olika teman och har utformats utifrån både budskap- och meddelandestrategier likt kommunikativa budskap från vilken annan modern organisation som helst med en kommunikationsavdelning. Vidare påvisar analysen att IS använder sig av taktiker på semiotisk och retorisk nivå för att förstärka och förmedla sina budskap på bästa möjliga sätt. Utifrån analysen kan vi således konstatera att vi dels håller med Ingram som menar att den mest avgörande faktorn i IS kommunikationsinsatser är budskapet. Dock ställer vi oss kritiska till Ingrams ståndpunkt i att deras professionella produktioner endast är en ytlig faktor. Vi menar istället att framgångarna bakom IS strategiska kommunikation är en kombination av dels

välutformade och strategiska budskap, dels en högkvalitativ produktion som stärks av specialeffekter såsom slow motion scener, berättarröster, och snygg grafik. Således anser vi att IS har en förståelse för att strategisk kommunikation, sett till både strategi och produktion, är av största vikt för att kunna skapa och förmedla ett kommunikativt budskap och således bidra till att de övergripande organisationella målen nås.

Den andra slutsatsen som kunnat utläsas av analysen är att IS bör betraktas ur ett vidare samhällsperspektiv och att IS budskap anspelar på allmängiltiga drivkrafter i dagens samhällseliga kontext. Logiken bakom attraktionskraften i IS budskap kan dels förklaras utifrån Durkheims teori om religion som en viktig samhällsfunktion och källa till mening och samhörighet i ett sekulariserat samhälle och dels utifrån den problematik Habermas diskuterar i ett postsekulärt samhälle i vilket det skapats en klyfta mellan religiösa och sekulära grupper. Attraktionskraften i budskapen kan således förklaras utifrån det faktum att IS anspelar på det behov av mening och samhörighet människor känner samt den polarisering mellan religiösa och sekulära grupper som människor i väst upplever. Fortsättningsvis kan de allmängiltiga drivkrafterna bakom IS framgångsrika budskapsstrategier förklaras utifrån en vidare förståelse för dagens individualiserade samhälle som präglar Europa och i synnerhet Norden. Detta individualistiska samhälle har lett till en rotlöshet och avsaknad av samhörighet och sammanhang som IS anspelar på i sina budskap. Ytterligare en förklaring till attraktionskraften bakom IS budskap är att dagens liberala och kapitalistiska samhälle till mångt och mycket saknar tydliga ramverk vilket leder till ett normupplösande klimat som upplevs otydligt och gör att människor söker sig till sammanhang med utpräglade regler och tydliga riktlinjer för vad som är rätt och fel, med fysiska straff som brottsåtgärd.

Avslutningsvis så kan man konstatera att IS inte endast bör bemötas på ett militärt plan då gruppens budskap anspelar allmängiltiga drivkrafter i dagens moderna samhälle och når människor genom budskapsstrategier utifrån sofistikerade kommunikationsteorier. Således bör man lyfta blicken från IS som grupp och hantera dessa allmängiltiga drivkrafter i samhället för att kunna bemöta IS och förhindra att liknande grupper växer fram.

## 7.2 Förslag på vidare forskning

Då denna studie utfördes med ett antal avgränsningar finns många outforskade områden bortom dessa avgränsningar. Studien har utförts på IS egenproducerade kommunikationsmaterial utifrån ett sändarperspektiv och vi ser därav ett intresse för vidare forskning utifrån ett mottagarperspektiv för att kunna se till hur IS budskap mottas av deras diverse målgrupper. Detta för att på så vis kunna motverka radikaliserings utifrån ett mottagarperspektiv.

Det vore även intressant att undersöka hur andra- och tredjeparter, såsom sympatisörer och media, väljer att framställa IS. Detta för att se hur framställningen påverkar människors bild av gruppen och vad det eventuellt får för konsekvenser. Utöver detta vore det intressant att se en studie som tillgodoser hela IS kommunikationsstrategi och då, utöver budskap, inkluderar komponenter såsom mål, kanal, timing samt uppföljning och utvärdering. Då denna studie har syftat till att fungera som underlag för hur IS kan bemötas på andra plan än det militära, vore det givetvis intressant att se en studie som tar vid där vi avslutar och undersöker mer specifikt hur IS faktiskt kan bemötas med detta som utgångspunkt.

# Referenser

---

## Tryckta källor

- A message to America* (2014) Al-Furqan [Film]. Hämtad från <https://leaksource.info/2014/08/19/graphic-video-islamic-state-beheads-american-journalist-james-foley/>
- A message to the allies of America* (2014) Al-Furqan [Film]. Hämtad från <https://leaksource.info/2014/09/13/graphic-video-islamic-state-beheads-british-aid-worker-david-haines/>
- A second message to America* (2014) Al-Furqan [Film]. Hämtad från <http://leaksource.info/2014/09/02/graphic-video-islamic-state-beheads-american-journalist-steven-sotloff>
- Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada* (2014) Al Hayat Media [Film]. Hämtad från: <https://archive.org/details/GhurabaAbuMuslimAlCanadi>
- Berger, J.M. & Morgan, J. (2015) *The ISIS Twitter census: defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter* (The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, 2015:20). Washington: Brookings
- Brisard, J-C. & Martinez, D. (2014) *Islamic State: the economy-based terrorist funding*. New York: Thomson Reuters
- Canale 25 News [Canale 25 news]. (2015, 4 januari). *ISIS New Propaganda Video - John Cantlie Report From Mosul Iraq* [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=RN3ktXbLzIY>
- Clow, E. K. & Baack, D. (2009) *Marketing Management*. Thousand Oak: SAGE Publications.
- Dabiq (2016, januari) *The Rafidah- From Ibn Saba' to the Dajjal, Dabiq*, 13. Tillgänglig: <http://www.clarionproject.org/factsheets-files/Issue-13-the-rafidah.pdf>
- Durkheim, E. (1995) *The elementary forms of the religious life*. (Fields, K. E., övers.) New York: Free Press. (Originalarbete publicerat 1912).

- Eid Greetings - from the land of Khilafa* (2014) Al Hayat Media [Film].  
<https://archive.org/details/>
- Eksell, J. & Thelander, Å. (Red). (2011). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Falkheimer, J. (2012) *Strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur
- Farwell, P. J. (2014) The Media Strategy of ISIS. *Survival: Global Politics and Strategy*. 56 (6) 49-55. doi: 10.1080/00396338.2014.985436#sthash.X6eIfUxJ.dpuf
- Fiske, J. & Jenkins, H. (2011). *Introduction to communication studies*. (3rd ed.) London: Routledge.
- Flames of War: Fighting Has Just Begun* (2014) Al Hayat Media [Film]. Hämtad från <https://archive.org/details/AlHayatMediaCenterTheFlamesOfWarEN>
- Foucault, M. (1991) *Dicipline and Punish: The Birth of the Prison*. Harmondsworth: Penguin (Originalarbete publicerat 1975).
- Fuller, J. (2015, 20 januari) 'ISIS' vs. 'ISIL' vs. 'Islamic State': The political importance of a much-debated acronym. *The Washington Post*. Hämtad 2016-04-12, från <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2015/01/20/isis-vs-isil-vs-islamic-state-the-political-importance-of-a-much-debated-acronym-2/>
- Gandini, E., Libossart, JP. (Producenter) & Gandini, E. (Regissör). (2015) *Swedish Theory of Love* [Film]. Sverige.
- Gripsrud, J. (2002) *Mediekultur, mediesamhälle*. Uddevalla: Daidalos.
- Habermas, J. (2008). Secularism's Crisis of Faith: Notes on Post-Secular Society. *New perspectives quarterly*. 25(4) 17-29. doi: 10.1111/j.1540-5842.2008.01017.x
- Hall, B. (2015) *Inside ISIS: The Brutal Rise of a Terrorist Army*. New York: Hachette Book Group
- Ingram, J. H. (2015). The strategic logic of Islamic State information operations, *Australian Journal of International Affairs*, 69 (6) 729-752. doi: 10.1080/10357718.2015.1059799
- Ingram, J. H. (2015, 14 oktober). What analysis of the Islamic State keeps missing. *The Washionton Post*. Hämtad 2016-04-15, från <https://www.washingtonpost.com/blogs/monkey-cage/wp/2015/10/14/what-analysis-of-the-islamic-states-messaging-keeps-missing/>
- Jönsson, P. (2015, 5 maj) Statlig omsorg IS stora trumfkort. *Svenska Dagbladet*. Hämtad 2016

- 05-2404-10, från <http://www.svd.se/statlig-omsorg-is-stora-trumfkort>
- Klausen, J. (2015) Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq. *Studies in Conflict & Terrorism*. 38 (1) 1-22. doi: 10.1080/1057610X.2014.974948
- Lindgren, S. (2009). *Populärkultur*. Malmö: Liber.
- Maggioni, M. & Magri, P. (2015) *Twitter and Jihad: the communication strategy of ISIS*. Milano: The Italian Institute for International Political Studies.
- Malterre, S. & Nasr, W. (2014) ISIS jihadists put out Hollywood-style propaganda film. *The Observers*. Hämtad 2016-04-01, från <http://observers.france24.com/en/20140613-hollywood-fim-jihadist-propaganda-isis>
- March, J. G. & Heath, C. (1994) *A Primer on Decision Making: How Decisions Happen*. New York: Free Press.
- Merriam, S. B., & Nilsson, B. (1994) *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.
- Milton, D. (2014). "The Islamic State: An Adaptive Organization Facing Increasing Challenges" i *The Group That Calls Itself A State: Understanding the Evolution and Challenges of the Islamic State*, redigerad av B. Price, D, Milton, M. al-'Ubaydi, N. Lahoud, 36-76. West Point: Combating Terrorism Center.
- Memri. (2014). *New ISIS Media Company Addresses English, German and French-speaking Westerners*. Hämtad 2016-04-01, från <http://www.memrijttm.org/new-isis-media-company-targets-english-german-and-french-speaking-westerners.html>
- Mujatweets #1-8* (2014) Al Hayat Media [Film]. Hämtade från <https://archive.org/search.php?query=mujatweets>
- Norell, M. (2015). *Kalifatets återkomst: orsaker och konsekvenser*. Stockholm: Trail.
- Patton, M. Q. (1990) *Qualitative evaluation and research methods*. Thousand Oak: SAGE Publications.
- Palm, L. (2006). *Kommunikationsplanering: en handbok på vetenskaplig grund*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Pauly, M. (2015) The Latest Issue of ISIS's Magazine Is As Terrible As You'd Think. *Mother Jones*. Hämtad 2016-04-01, från <http://www.motherjones.com/mojo/2015/11/isis-magazine-dabiq-paris-beirut-russia>
- Renberg, Bo (2007) *Retorikanalys*. Lund: Studentlitteratur AB.

- Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015) *Från stoff till studie om analysarbete i kvalitativ forskning*. Johanneshov: MTM.
- Saussure, F. de (1970). *Kurs i allmän lingvistik*. (Löfqvist, A., övers.) Staffanstorps: Bo Cavefors Bokförlag. (Originalarbete publicerat 1922).
- Shachar, N. (2016, 25 mars) IS blodiga attacker genomtänkta schackdrag. *Dagens Nyheter*. Hämtad 2016-04-15, från <http://www.dn.se/nyheter/sverige/is-blodiga-attacker-genomtanka-schackdrag/>
- Starrin, B. & Svensson, P-G. (red.) (1994). *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Stern, J. & Berger, J.M. (2015) *ISIS: The State of Terror*. New York: Harpers Collins.
- Sveriges Radio. (Producent). (2016, 24 mars). Nordegren & Epstien i P1 "Språkråd i svåra tider"(Radio/Podcast) Hämtad från: <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=4058&artikel=6397288>
- SVT (2015) *Det här är IS*. Hämtad 2016-04-01, från <http://www.svt.se/nyheter/utrikes/det-har-ar-is>
- The Clangling of Swords IV* (2014) Al-Furqan [Film]. Hämtad från <http://jihadology.net/2014/05/17/al-furqan-media-presents-a-new-video-message-from-the-islamic-state-of-iraq-and-al-sham-clanging-of-the-swords-part-4/>
- The end of Sykes Picot* (2014) Al Hayat Media [Film]. Hämtad från [https://archive.org/details/TheEndofSykesPicot\\_201408](https://archive.org/details/TheEndofSykesPicot_201408)
- The Soufan Group. (2015). *Foreign Fighters - An Updated Assessment of the Flow of Foreign Fighters into Syria and Iraq*. New York: The Soufan Group.
- There is No Life Without Jihad* (2014) Al Hayat Media [Film]. Hämtad från <https://archive.org/details/ThereIsNoLifeWithoutJihad>
- TT (2014, 24 september) IS, Isis, Isil, Daesh - vad är rätt? *Svenska Dagbladet*. Hämtad 2016-04-12, från <http://www.svd.se/is-isis-isil-daesh-vad-ar-ratt>
- Wallén, G. (1993). *Vetenskapsteori och forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Weber, A. (1930) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. (Parsons, T., övers.). London: George Allen & Unwin Ltd. (Originalarbete publicerat 1905).
- Weiss, M. & Hassan, H. (2015) *ISIS: inside the army of terror*. New York: Regan Art.



# Bilagor

---

## Bilaga 1. Begreppslista

- **Allahu Akbar** eller **takbir** - betyder "Gud är större" och är en vanlig fras inom den muslimska kulturen. Uttrycket används i en mängd olika sammanhang: vid formell bön, som en informell trosbekännelse, för att understryka rädsla eller oro, för att uttrycka glädje eller framgång, och för att uttrycka fast beslutsamhet eller motstånd (speciellt i politiska sammanhang).
- **Alhamdullillah** - fras som kan översättas till "prisa gud".
- **al-Sham** - benämning på område som omfattar Syrien, Libanon, Jordanien, Palestina och sydöstra Turkiet som i stora drag motsvarar vad västvärlden kallar för *Levanten*.
- **Eid al-fitr** - det årliga fastebrytandets högtid. Den avslutar den muslimska fastemånaden Ramadan och kallas ofta kort för *eid*, vilket betyder "en återkommande lycka eller festglädje".
- **Jannah** - betyder paradiset.
- **Jihad** - betyder "strävan" eller "kamp", "att anstränga sig", "guds högsta strävan". Jihad är religiös plikt för muslimer.
- **Kufr/Kuffr/Kafir** - refererar till icke-troende, de som gömmer eller förnekar religiös sanning.
- **Mujahideen** - är en benämning på olika muslimska aktivistiska grupperingar. Ordet betyder ordagrant "de som kämpar" eller "de som anstränger sig" för tron eller för Jihad - det heliga kriget. IS benämner sina krigare som Mujahideen. En Mujahideen som mist livet i utövandet av jihad sägs komma till paradiset, eftersom de dött som martyrer, shahid, bevisandes sin övertygelse och tro.
- **Rafida** - är en term som kan översättas till engelskans "rejectors", "those who reject" eller "those who refuse". Begreppet används ofta i en nedvärderande ton av sunnimuslimer när de refererar till shiamuslimer.
- **Wilayat** - betyder myndighet, herravälde, förmyndarskap eller övervakning. Kan också referera till begränsade områden.

## **Bilaga 2. Materialbeskrivning**

Samtligt material är producerat av IS egna media-/produktionsenhet Al Hayat Media Center förutom *A message to-* serien (2014) vilken är producerad av IS andra centrala medieenhet Al Furqan media center. Nedan ges en mer utförlig beskrivning av det empiriska materialet.

### ***A message to-serien***

En serie bestående av tre stycken avrättningsfilmer i vilka IS talar direkt till USA och dess allierade. I första filmen *A message to America* från augusti 2014 avrättas den amerikanska journalisten James Foley, i den andra filmen *A second message to America* från september samma år avrättas den amerikanska journalisten Steven Sotloff och i den tredje filmen *A message to the allies of America*, också från september 2014, avrättas den brittiska biståndsarbetaren David Cawthorne Haines.

### ***Al-Ghuraba The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim from Canada***

Film från 2014 som porträtterar en IS-krigare från Kanada som kallar sig "Abu Muslim". I filmen visar man Abu Muslims livshistoria från att ha varit en vanlig kille i Kanada till att ha flyttat till Syrien och konverterat till islam och anslutit sig till IS och sedan dött i jihad. Abu Muslim lyfts fram som ett exemplariskt föredöme för andra muslimer och framtida rekryter.

### ***Dabiq issue 13. "The Rafidah- From Ibn Saba' to the Dajjal"***

Det trettonde numret IS egna tidning Dabiq från 2016. Dabiq ges ut elektroniskt i PDF-form och produceras och distribueras regelbundet av Al Hayat och sprids via sociala medier. Dabiq ges ut på ett flertal språk, bland annat engelska och beskrivs av Al Hayat; "*En periodisk tidning som fokuserar på oftawhid (övers. enhetlighet), manhaj (övers. sanningssökande), hijrah (övers. migration), jihad (övers. Att anstränga sig, guds högsta strävan) och jama'ah (övers. community/samhälle). Den innehåller även fotoreportage, nya händelser och informativa artiklar om sådant som rör Islamiska Staten*" (The Clarion Project, 2014; Pauly, 2015, 18 november). Varje nummer av Dabiq har ett genomgående tema och numret som undersökts i studiens analys utgår från temat; polarisering mellan IS och dess fiender, i synnerhet shiamuslimer.

### ***Eid Greetings- from the land of Khilafa***

En 20 minuter lång film från 2014 som behandlar firandet av Eid - den årliga fastebrytande högtiden som avslutar Ramadan. Filmen fokuserar på att lyfta fram utländska rekryter.

### ***Flames of War: Fighting Has Just Begun***

Al Hayats dokumentär om IS från 2014. Stora delar av filmen består av krigsbilder från fältet filmat med handkamera men innefattar även svartvita scener, scener filmade med night-vision-kamera, arkivbilder från amerikansk media som visar IS pågående operationer i Syrien och Irak samt grafik föreställande brinnande eldlågor.

### ***From inside Mosul***

En del av Al Hayats serie av nyhetsreportage från 2014 med den brittiska IS-gisslan John Cantlie som reporter. Cantlie tillfångatogs tillsammans med journalisten James Foley 2012 och har sedan dess använts som ett verktyg av IS och tvingats medverka i ett flertal propaganda filmer. Nyhetsreportaget "From inside Mosul" handlar om staden Mosul i Irak och ämnar ge en bild av det dagliga "normala" livet i staden.

### ***Mujatweets***

En kortfilmsserie i åtta delar på engelska från 2014 som utifrån olika teman visar klipp från vardagslivet i "den Islamiska staten", det vill säga de IS-kontrollerade områdena i Syrien.

### ***The Clangling of Swords IV***

Den sista delen av en filmserie bestående av fyra filmer. Filmen släpptes den 17 mars 2014 och består av ett medley av strider, avrättningar och utvalda krigsbrott. Den innehåller även ett montage av filmscener från Irak, bland annat av officiella Irakiska fordon som blir nedprejade med maskingevär, avrättningar av Irakiska soldater och demolering av stridsvagnar.

### ***The end of Sykes Picot***

Film från 2014 som syftar till att visa upp hur IS suddat ut över gränsen mellan Syrien och Irak. Filmens titel refererar till Sykes Picot-avtalet från 1916 mellan Frankrike och Storbritannien

med godkännande av Ryssland. Sykes Picot var ett hemligt avtal som utgjorde en uppdelning av intressesfärer i det dåvarande Osmanska Riket.

***There is No Life Without Jihad***

En kortfilm på engelska och Al Hayats första video som släpptes den 19 juni 2014. I filmen står västerländska jihadister från bland annat Storbritannien och Australien i fokus och förklarar varför de lämnat sina hem för att kriga med IS för att således uppmuntra andra muslimer att göra detsamma.

**Bilaga 3. Scener ur There is no Life Without Jihad (2014)**





**Brother Abu Muthanna al Yemeni- from Britain**  
**Mujahid in the Islamic State of Iraq and Sham**

**Bilaga 4. Scener ur Flames of War (2014)**







**Bilaga 5. Scener ur The Chosen Few of Different Lands: Abu Muslim (2014)**



