



Lokaverkefni til BA- gráðu í félagsfræði

Heilagt stríð á samfélagsmiðlum

Hvernig bera öfgasamtökin ISIS sig að á samfélagsmiðlum
er kemur að nýliðun

Sigrún Helga Ásgeirsdóttir

Leiðbeinandi: Arnar Eggert Thoroddsen
Október 2017



HÁSKÓLI ÍSLANDS
FÉLAGSVÍSINDASVIÐ

FÉLAGS- OG MANNVÍSINDAEILD

Heilagt stríð á samfélagsmiðlum

Hvernig bera öfgasamtökin ISIS sig að á samfélagsmiðlum er kemur að nýliðun

Sigrún Helga Ásgeirsdóttir

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsfræði

Leiðbeinandi: Arnar Eggert Thoroddsen

12 einingar

Félags- og mannvísindadeild

Félagsvísindasvið Háskóla Íslands

Október, 2017

Heilagt stríð á samfélagsmiðlum

Ritgerð þessi er lokaverkefni til BA gráðu í félagsfræði
og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi rétthafa.
© Sigrún Helga Ásgeirsdóttir, 2017

Prentun: Háskólaprent
Reykjavík, Ísland, 2017

Útdráttur

Umfjöllun þessarar ritgerðar snýr að aðferðum öfgasamtakanna ISIS við útbreiðslu áróðurs á samfélagsmiðlum. Leitast var að svara því hvernig aðferðir ISIS notast við á samfélagsmiðlum við útbreiðslu áróðurs sem og hvaða einstaklingar verða helst fyrir áhrifum áróðursins.

Notast var við kenningu þeirra Noam Chomsky og Edward S. Herman um áróðurslíkanið (e. *the propaganda model*) til samanburðar við aðferðir öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum og gert var grein fyrir líkindum kenningarinnar og aðferðum ISIS við útbreiðslu áróðurs. Niðurstöður benda til þess að líkindi séu með kenningu þeirra Chomsky og Herman um áróðurslíkanið og aðferðum ISIS við útbreiðslu áróðurs á samfélagsmiðlum þó svo að kenningin hafi komið út fyrir tíma samfélagsmiðla.

Formáli

Þessi ritgerð er lokaverkefni mitt til BA-gráðu í félagsfræði og fjölmiðlafræði við Háskóla Íslands. Leiðbeinandi ritgerðarinnar var Arnar Eggert Thoroddsen og fær hann mínar bestu þakkir fyrir frábæra leiðsögn í gegnum þetta verkefni. Guðrún Birna Eiríksdóttir föðursystir mín fær einnig þakkir fyrir yfirlestur og uppbyggjandi gagnrýni. Eins fá allir þeir einstaklingar sem þurftu að eiga í einhverjum samskiptum við mig á meðan þessu ferli stóð mínar hjartans þakkir. Takk fyrir þolinmæðina.

.

Efnisyfirlit

Útdráttur	4
Formáli	5
1 Inngangur	7
2 Kenningarkafli	9
2.1 Áróðurslíkan Edward S. Herman og Noam Chomsky.....	9
2.1.1 <i>Fimm síanir áróðurslíkansins</i>	10
3 Umfjöllun	13
3.1 Upphaf og upprisa ISIS.....	13
3.2 Hverju vill ISIS ná fram?.....	14
3.3 Aðferðir ISIS á samfélagsmiðlum – Birtingarmynd og áróður	14
3.4 Lífið undir stjórn ISIS.....	16
3.5 ISIS á Twitter.....	17
3.6 Hvaða einstaklingar eru helstu „skotmörk ISIS“?	21
3.7 „Jihadi Cool“	23
3.8 ISIS og konur	24
3.9 Hvar byrjar róttæknin?	25
3.10 Einmenningsódæði.....	27
3.11 Hvað hefur verið gert til þess að reyna að koma í veg fyrir útbreiðslu ISIS á samfélagsmiðlum?.....	29
4 Aðgerðir ISIS á samfélagsmiðlum í ljósi kenningar Noam Chomsky og Edward S. Herman um áróðurslíkanið	32
5 Lokaorð	35
Heimildaskrá	36

1 Inngangur

Fátt hefur haft jafn mikla breytingu í för með sér í samskiptaháttum einstaklinga og samfélagsmiðlar. Nú til dags fer stór hluti samskipta, hvort sem það er í formi skilaboða, myndbirtinga, stöðuuppfærslna eða hvað annað, fram á samfélagsmiðlum. Það hefur aldrei verið auðveldara en í dag að koma skilaboðum áleiðis. Að mörgu leyti hafa þessar breytingar einfaldað samskiptaleiðir fólks á þann hátt að nú er auðveldara en áður að eiga í stöðugum samskiptum á hvaða tíma sólarhringsins sem er, hvaðanæva í heiminum. Í raun má líta á það þannig að þeir einstaklingar sem hafa einhvers konar aðgang að samfélagsmiðlum á internetinu séu stöðugt tengdir. Það felur í sér að það er gríðarlega auðvelt að ná sambandi við einstaklinga um allan heim. Þessar miklu tæknilegu framfarir hafa leitt til þess að samfélagsmiðlar eru orðnir vettvangur alls kyns fyrirtækja, hópa og samtaka sem nýta sér miðlana til þess að vekja athygli á starfsemi sinni.

Öfgasamtök á borð við ISIS eru dæmi um öfgahópa sem nýta sér internetið á hagkvæman hátt. ISIS hefur náð miklum árangri undanfarin ár með áróðursstarfsemi á internetinu og þá sérstaklega á samfélagsmiðlum. Aðferðir öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum hafa vakið mikla athygli um heim allan sem og mikinn óhug meðal fólks vegna aðferða í markaðssetningu ISIS á samfélagsmiðlum. Sá samfélagsmiðill sem öfgasamtökin notast hvað mest við er Twitter en dæmi eru um að samtökin séu á alls kyns öðrum miðlum. Til að mynda hafa myndbönd öfgasamtakanna verið áberandi á myndbandasíðunni YouTube.com og hafa myndböndin fengið ótalmörg áhorf og útbreiðslu. Aðferð þessi hefur reynst gríðarlega vel heppnuð fyrir samtökin þar sem um er að ræða útbreiðslu upplýsinga á auðveldan hátt sem nær til fjölda fólks.

En hvað úskýrir þessa velgengi öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum? Hvers konar aðferðir notast samtökin helst við þegar kemur að útbreiðslu áróðurs á samfélagsmiðlum og hvaða einstaklingar verða helst fyrir áhrifum áróðursins?

Hér verður reynt að gera grein fyrir þessum spurningum. Lögð verður áhersla á samfélagsmiðilinn sem slíkan, það er hvaða aðferðum öfgasamtökin beita á samfélagsmiðlum til þess að ná til sín liðsmönnum. Notast verður við kenningu Noam Chomsky og Edward S. Herman um áróðurslíkanið í fjölmiðlum til samanburðar við

aðferðir öfgasamtakanna ISIS við útbreiðslu áróðurs og gerð grein fyrir líkindum kenningarinnar við aðferðir öfgasamtakanna.

Eins verður stiklað á stóru um upphaf og upprisu ISIS á síðastliðnum árum til þess að fá betri sýn á þann málstað sem öfgasamtökin standa fyrir og hver endanleg markmið þeirra eru. Þá verður ítarlega farið í aðferðir öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum þar sem áhersla verður aðallega lögð á samfélagsmiðilinn Twitter.

Einnig verður fjallað um hvers konar aðgerðir stjórnvöld landa, sem telja að þeim stafi ógn af öfgasamtökunum, hafa lagst í til þess að sporna gegn vexti öfgasamtakanna ásamt því að fjalla um aðgerðir stjórnenda samfélagsmiðla sem ISIS hefur notast við hvað mest.

Loks verður lítillega fjallað um þá einstaklinga sem leggjast í svokölluð einmenningsóðæði (*e. lone wolf terrorism*) eftir að hafa orðið fyrir áhrifum áróðurs öfgasamtakanna ISIS.

2 Kenningarkafli

2.1 Áróðurslíkan Edward S. Herman og Noam Chomsky

Hlutverk fjölmiðla er margþætt en þó er helsta hlutverk þeirra að upplýsa, fræða og móta skoðanir almennings og eru mikilvægar uppsprettur upplýsinga. Eins eru fjölmiðlar tól til þess að koma á framfæri skoðunum yfirvalda, hagsmunahópa og almennings. Gerð er sú krafa að fjölmiðlar séu óháðir og að fréttæfni um málefni líðandi stundar séu birt á hlutlausan hátt þar sem báðum hliðum málsins er gefinn gaumur á sem fjölbreyttastan hátt (Menntamálaráðuneytið, 2004). En er það svo að fjölmiðlar séu algjörlega hlutlausir þegar kemur að umfjöllun þeirra?

Kenningin um áróðurslíkanið (*e. propaganda model*) sem komin er frá þeim Edward S. Herman og Noam Chomsky fjallar um birtingarmynd áróðurs í fjölmiðlum. Kenningin kom fyrst fram í bók þeirra sem ber heitið *Manufacturing consent* og kom út árið 1988. Samkvæmt áróðurslíkaninu er enginn fjölmiðill algerlega óháður og hlutlaus. Það eru alltaf einhver öfl sem stjórna miðlinum. Á þann hátt er skoðanamyndun almennings stjórnað með áróðri frá fjölmiðlum sem enn frekar er stjórnað af öðrum félagslegum, efnahagslegum og pólitískum öflum. Í grunninn leggur kenningin áherslu á að með birtingu áróðurs í fjölmiðlum sé kerfisbundið verið að reyna að hafa áhrif á viðhorf og hegðun ýmissa hópa með því að spila inn á tilfinningar og hugsanir einstaklinga. Þannig má ná til þeirra með það að takmarki að breyta hugsunum þeirra og ná hugmyndafræðilegum yferráðum yfir einstaklingum sem gera sér ekki í raun grein fyrir því að þeir séu að verða fyrir beinum áhrifum af þessum áróðri.

Að mati þeirra Chomsky og Herman starfa fjölmiðlar eins og fyrirtæki að því leyti að þeir selja vöruna sína (miðilinn) til þeirra sem auglýsa í miðlinum í stað þess að starfa í þágu almennings á hlutlausan hátt. Sökum þess fer fréttæfnið í gegnum ákveðnar síur áður en almenningur fær að sjá eða lesa efnið sem birtist að lokum í formi áróðurs þeirra er stjórna (Chomsky og Herman, 1988).

2.1.1 Fimm síanir áróðurslíkansins

Áróðurslíkan þeirra Chomsky og Herman byggist á fimm svokölluðum síum. Það felur í sér að fréttæfnið fer í gegnum þessar fimm síur áður en fréttin er birt. Það gefur því að skilja að fréttæfnið breytist þegar það fer í gegnum þessar síur þangað til það er loks birt.

Í fyrstu síunni er fjallað um stærð og eignarhald fjölmiðla. Vöxtur og áhrif fjölmiðla í gegnum 20. öldina hefur verið gríðarmikill með framförum í iðnaði og tækni, þá sérstaklega prentiðnaði sem gerði það að verkum að mögulegt var að ná til breiðari hóps lesenda. Með þessum framförum fylgdi mikill kostnaður sem olli því að erfitt var fyrir fjölmiðil að þrífast í dýru rekstarumhverfi. Það var því einungis á færi þeirra stóru fjölmiðla sem höfðu fjársterka eigendur eða fjárfesta á bakvið við sig. Eigendur stærstu fjölmiðlanna voru fáir valdamiklir einstaklingar sem gátu auðveldlega haft áhrif á starfsemi fjölmiðilsins. Það hafði því í för með sér að hlutleysi fjölmiðilsins var ekki algerlega gætt. Einstaklingar þessir höfðu mikil áhrif á starfsemi fjölmiðils, hvað þótti fréttæmt, hvað skildi birtast og á hvaða hátt. Fréttaveitu heimsins var því að stórum hluta til stjórnað af fáum einstaklingum og fréttæfnið mótað eftir hentisemi þeirra. Það var því gríðarlega erfitt fyrir minni fjölmiðil sem ekki hafði þetta sterka fjárhagslega bakland að keppa við þá stærri.

Önnur sían í áróðurslíkanum Chomsky og Herman snýr að auglýsendum. Með vaxandi markaðsumhverfi á 20. öldinni fóru fjölmiðlar enn frekar að reiða sig á auglýsingatekjur sem er gríðarlega mikilvægur þáttur í rekstri fjölmiðla. Auglýsendur hafa sömu áhrif og fjársterkir einstaklingar sem fjárfesta í fjölmiðli, þeir geta haft áhrif á efnisval fjölmiðils. Fjölmiðillinn reiðir sig á auglýsendur við rekstur og starfsemi sína, þar að leiðandi eru auglýsendurnir komnir í þá stöðu að geta sett kröfur um það efni sem birt er í miðlinum.

Þriðja sían snýr að upplýsingasöfnun fjölmiðla. Mikilvægt er fyrir samkeppnishæfan fjölmiðil að vera fyrstur með fréttirnar. Ljóst er að ekki er mögulegt fyrir fjölmiðil að hafa starfsmann í hverju horni samfélagsins og því reiða þeir sig mikið á upplýsingar frá stjórnvöldum, samtökum og stærri fyrirtækjum sem verður til þess að fréttæfnið er að miklu leyti upplýsingar sem koma frá þessum stofnunum. Því má ætla að ríkjandi fréttáflutningur er einhliða frásögn þar sem önnur sjónarhorn eiga erfitt með að rata í fréttirnar.

Fjórða sían í áróðurslíkaninu fjallar um neikvæða gagnrýni á umfjöllun fjölmiðla. Fáir fjölmiðill á sig gagnrýni fyrir fréttáflutning af hvers kyns tagi getur það leitt til þess að orðspor þessa fjölmiðils skaddist og auglýsendur sem og aðrir einstaklingar sem fjárfest hafa í fjölmiðlinum segja skilið við miðilinn. Þetta leiðir til þess að fjölmiðill kann að forðast það að fjalla um ákveðin málefni sem kynnu að skaða eða valda neikvæðri gagnrýni á miðilinn.

Fimmta og síðasta sían snýr að and-kommúnisma sem á þeim tíma sem kenningin birtist um áróðurslíkanið var mikið fjallað um þar sem Sovétríkin og önnur kommúnistaríki voru enn við lýði. Litið var á kommúnisma sem einhvers konar hugmyndafræðilegan óvin kapítálsmans á Vesturlöndum. Með þessari stimplun átti sér stað skipting í heiminum, kapítálsmi á móti kommúnisma. Á síðastliðnum árum hefur and-kommúnismi þróast í hræðslu gegn Íslam, það er Íslamtrúin og hræðsla Vesturlandanna gagnvart henni hefur tekið við af kommúnisma (Chomsky og Herman, 1988).

Þessar fimm síur sem nefndar hafa verið hér að ofan gera það allar að verkum að takmarka og hafa áhrif á það efni sem verður að stórum fréttæfnum á hvers kyns boðmiðlum og sýnir hvernig skipulögð starfsemi fjölmiðla virkar nú til dags í vestrænum löndum þá helst, þar sem hagsmunir þeirra valdamiklu eru hafðir í forgangi. Að þessu leyti skapast ákveðið ójafnvægi á fjölmiðlamarkaði þar sem þessir stærstu og valdamestu fjölmiðlar fá eins og gefur að skilja mun meiri athygli og búa yfir fleiri björgum til þess að birta fréttæfni og stýra þannig umræðu í hvert sinn. Það bitnar á þeim minni sem oftast en ekki fá síður tækifæri til þess að koma sjónarhorni sínu á framfæri (Chomsky og Herman, 1988).

Frá því að kenning þeirra Chomsky og Noam kom út árið 1988 hefur mikil breyting átt sér stað á hinu almenna fjölmiðlaumhverfi þar sem hinir ýmsu miðlar á borð við dagblöð, útvarpsþætti og fréttatengt sjónvarpsefni birta helstu fréttir sem eiga sér stað á hverjum tíma. Breyting þessi hefur sérstaklega að gera með tilkomu internetsins og seinna meir samfélagsmiðla.

Áður fyrr, eins og áróðurslíkanið segir til um, var hægt að stjórna því sem birt er að miklu leyti og var það í höndum fjölmiðla sem vinna undir eignarhaldi annarra. Þó svo að hinn hefðbundni fjölmiðill sé ennþá til staðar í dag, þá hefur það umhverfi sem

fjölmiðlar starfa í gjörbreytt á síðastliðnum árum. Nú til dags getur hver sem er birt fréttir, hvort sem það er í formi mynda, myndbanda eða stöðuuppfærslu, þökk sé samfélagsmiðlum á borð við Facebook og Twitter. Þetta hefur haft þau áhrif að samfélagsmiðlarnir hafa orðið eins konar vettvangur fólksins (Shirky, 2011).

Þetta breytta umhverfi fjölmiðla er því kjörið fyrir starfsemi öfgasamtaka á borð við ISIS sem felst að miklu leyti í útbreiðslu áróðurs á internetinu. Með hjálp samfélagsmiðla, hafa þau það að markmiði að móta og breyta skoðunum ákveðins hóps einstaklinga.

3 Umfjöllun

3.1 Upphaf og upprisa ISIS

Íslamska Ríkið eða eins og það hefur hingað til verið nefnt, ISIS var formlega stofnað 22. júní árið 2014 á Sírylandi. Öfgasamtökin höfðu þó verið starfandi mun lengur en upphaf þeirra má rekja til ársins 1999 þegar maður að nafni Abu Musab al-Zarqawi stofnaði öfgasamtök sem fengu nafnið Jamaat al-Tawhid wa-I-Jihad (JTJW). Samtök þessi hétu stuðningi við önnur vel þekkt öfgastamök, Al-Qaeda sem á þessum tíma voru undir forystu Osama Bin Laden. Þó var reginmunur á öfgasamtökunum tveimur, hugmyndir Zarqawi og JTJW um íslamskt ríki þar sem svokölluð Shaira lög áttu að vera við lýði þóttu heldur róttækar fyrir Al-Qaeda. JTJW vildi einblína á að steypa stjórnvöldum Miðausturlanda af stalli á meðan Al-Qaeda einblíndu á árásir í Vestri, eins og átti eftir að sýna sig þann 11. september 2001. Þessi markmið JTJW áttu þó eftir að breytast með tímanum. Tilraunir til samruna samtakanna urðu að litlu vegna vaxandi spennu á milli fylkinganna tveggja. Hugsjónamunurinn var orðinn of mikill til þess að sátta næðist.

Árið 2006 fóru samtök Zarqawi að kenna sig við íslamskt ríki, með það að markmiði að stofna íslamskt ríki fyrir múslima heimsins, að mestu starfandi í Írak. Sama ár er Zarqawi myrtur í sprengjuárás Bandaríkjamanna í Írak. Í kjölfarið taka menn að nafni Abu Omar Al-Baghdadi og Abu Ayyub Al-Masri við forystuhlutverki samtakanna allt til ársins 2010 þegar þeir báðir voru myrtir í annarri sprengjuárás Bandaríkjamanna í Írak. Í dag er samtökunum stjórnað af Abu Bakr Al-Baghdadi (The Meir Amit Intelligence and Terrorism information Center, 2014).

Eins og áður hefur komið fram var formlegt ríki Íslam stofnað árið 2014, þá höfðu samtökin náð yfir töluverðu magni landsvæða í stríðshrjáðu Sírylandi sem og í Írak og starfsemi þeirra styrkst töluvert í kjölfarið.

Grófar aðferðir öfgasamtakanna hafa vakið mikinn óhug sem og mikla athygli á undanförunum árum. Myndbönd af afhöfðun einstaklinga í þeirra haldi hafa farið eins og eldur í sinu á internetinu og uppskorið fordæmingu vestrænna landa. Sjálfsvígarsásir um

heim allan, þá sérstaklega í vestrænum löndum hafa vakið mikinn óhug meðal fólks og hafa lönd á borð við Frakkland og Bandaríkin lýst yfir stríði við öfgasamtökin.

3.2 Hverju vill ISIS ná fram?

Öfgasamtökin vilja stofna heilagt íslamskt ríki sem aðhyllist svokölluð Sharia-lög eða hin heilögu íslömsku lög sem finna má í Kóraninum, helgiriti múslima. Samkvæmt ströngum hefðum Íslam eru það ekki mennirnir sem setja lög í samfélagi, heldur koma þau frá guði. Sharia-lögin eru því túlkun fræðimanna á trúarritum í íslamskri trú (Encyclopædia Britannica, 2014).

Með stofnun íslamska ríkisins á sameining múslima um heim allan að eiga sér stað undir stjórn Abu Bakr al-Baghdadi. Til þess að ná fram þessum markmiðum hafa öfgasamtökin boðað til heilags stríðs (*e. Jihad*) þar sem hrottafengnum aðferðum er beytt, á borð við sjálfsmorðssprengingar, fjöldamorð, afhöfðanir og annað slíkt. Þá skiptir litlu máli hvort að árásirnar beinist að Vestrænum þjóðum eða að múslimum sem aðhyllast aðra hugmyndafræði Íslamtrúarinnar. Í augum ISIS-liða teljast þeir múslimar sem styðja ekki íslamskt ríki í raun rétttrúarir sökum þess að þeir lýsa ekki yfir stuðningi við öfgasamtökin (The Meir Amit Intelligence and Terrorism Information Center, 2014).

3.3 Aðferðir ISIS á samfélagsmiðlum – Birtingarmynd og áróður

Aðferðir öfgasamtakanna við útbreiðslu áróðurs eru mismunandi og margar. Hvort sem áróðurinn er í formi myndbanda, skilaboða eða hvað annað þá er ekki annað hægt að segja en að markaðssetning öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum sé vel úthugsuð. Það skýrir að mörgu leyti þá velgengni sem samtökin hafa státað af á síðastliðnum árum, allt er þetta í raun þaulskipulagt. Með þessu vilja öfgasamtökin ekki bara stækka við sig landfræðilega heldur einnig útbreiða áhrif sín sem víðast og koma skilaboðum sínum áleiðis til flestra þeirra er vilja hlusta. Þar koma samfélagsmiðlarnir sterkir inn, enda hvergi auðveldara að koma skilaboðum áleiðis til fjölda einstaklinga á stuttum tíma en á samfélagsmiðlum. Útbreiðsla áróðurs fyrir öfgasamtökin ISIS er einn mikilvægasti hlekkurinn í starfsemi þeirra. Stór ástæða þess að samtökin hafa vakið jafn mikla athygli og raun ber vitni er vegna útbreiðslu áróðurs á internetinu og samfélagsmiðlum. Mikil

áhersla hefur verið lögð á þessa starfsemi sem virðist gefa mikið af sér. Talið er að einstaklingar frá allt að 100 löndum um heim allan hafi gengist til liðs við samtökin og gegni þar ýmsum hlutverkum (Mekhennet og Miller, 2015).

Í þessu samhengi má einnig nefna að ástæða þess að einstaklingar gangast frekar til liðs við ISIS frekar en Al-Qaeda þó svo að ISIS sé töluvert öfgafyllri samtök, er vegna þess að ISIS lítur út fyrir að vera á einhvern hátt ungt og spennandi, þar sem hlutirnir eru að gerast. Al-Qaeda, sem hefur lítið sem ekkert notfært sér samfélagsmiðla sér til framdráttar hefur nú það yfirbragð sem gömul og óspennandi öfgasamtök. Af þessum sökum streyma ungir einstaklingar til liðs við öfgasamtökin ISIS, áhaugasamir vegna spennandi birtingarmyndar þeirra á samfélagsmiðlum (Cottee, 2015).

Áróðursvél öfgasamtakanna ISIS er þaulskipulögð og leggur markvisst áherslu á þann tilgang samtakanna að búa til heilagt íslamskt ríki. Mikið er lagt upp úr ævintýralegum blæ sem fylgir því að gangast til liðs við samtökin. Lögð er áhersla á bræðralag einstaklinga og samstöðu með því að markmiði að berjast gegn illum öflum úr vestri og stuðla að betra lífi múslima í heiminum. Lítið er á þá einstaklinga sem lifa fyrir þennan málstað sem hetjur, þar öðlast þeir æðri tilgang sem baráttumenn múslima um heim allan. Oftar en ekki er það hugmyndin um hetjuskap sem laðar unga menn til þess að fórna lífi sínu og berjast fyrir öfgasamtökin. Það er sú staðreynd að þeir telja sig vera að hjálpa þeim sem minna mega sín í samfélagi múslima og standa í þeirri trú að þeir séu að vinna að einhverju takmarki sem leiðir til betra líf múslima (Berger og Stern, 2015).

Eins hafa öfgasamtökin lagt mikið uppúr því að gera hið daglega líf á yfirráðasvæðum þeirra aðlaðandi. Slegin er upp falleg mynd af lífi í kalífadæmi ISIS þar sem allir innviðir á borð við heilbrigðiskerfi, menntun og atvinnu eru í blóma. Birtar eru myndir á samfélagsmiðlum af stríðsmönnum að leik við lítil börn, dreifa mat til einstaklinga og annað slíkt, allt gert í þeim tilgangi að sýna hversu gott lífið sé hjá meðlimum og íbúum á yfirráðasvæðum ISIS (Engel, 2015). Að mörgu leyti virkar þessi birtingarmynd öfgasamtakanna sem eins konar ferskur andblær í heimi róttækra múslima. ISIS hefur heitið því að berjast fyrir betra lífi múslima um heim allan á afar róttækan hátt og virðast vera tilbúin til þess að berjast við alla þá sem á móti þeim eru. Þó svo að siðfræði öfgasamtakanna byggji á gríðarlega íhaldssömum hefðum og reglum

sem ná margar aldir aftur í tímann virðist það ekki koma í veg fyrir nútímalega markaðssetningu ISIS á starfsemi sinni (Berger og Stern, 2015)

3.4 Lífið undir stjórn ISIS

Þó svo að birtingarmynd á samfélagsmiðlum gefi til kynna fallega mynd af lífi einstaklinga innan ISIS, er það ekki beint raunin. Lífið á yfirráðasvæðum öfgasamtakanna er síður en svo gott. Innviðir landanna eru í rúst, lokað hefur verið fyrir flesta skóla, að undanskildum nokkrum sem kenna trúarleg fræði, rafmagn er af skornum skammti og verðlag hefur þrefaldast (Sullivan, 2015).

Margir þeirra er búa á yfirráðasvæðum öfgasamtakanna segjast lifa í stanslausum ótta þar sem afhöfðanir eru daglegur viðburður og konur óttast að verða hýddar eða rænt og gerðar að svokölluðum stríðsbrúðum, stigi þær út fyrir heimili sín. Það hefur orðið til þess að fjöldamargar konur kjósa það að fara ekki útaf heimilum sínum.

Internetnotkun einstaklinga hefur verið takmörkuð að miklu leyti og er grannt fylgst með internetnotkun þeirra af hálfu öfgasamtakanna. ISIS hefur einnig gengið svo langt að slökkva á internetinu á hinum ýmsu yfirráðasvæðum. Þá er í boði að fara á svokölluð internetkaffihús þar sem vel er fylgst með traffík á vefnum. Þar eru í raun einungis síður sem styðjast við ISIS í boði og er því erfitt að afla upplýsinga eða fréttanna annars staðar í heiminum. Sá sem brýtur þær reglur á von á harðri refsingu. Þetta hefur orðið til þess að einstaklingar forðast internetkaffihúsin. Á þennan hátt stjórna öfgasamtökin hvaða fréttir berast á yfirráðasvæði þeirra og hvaða fréttir fá ekki að heyrast. Þá aðallega svo að neikvæðar fréttir um öfgasamtökin berist ekki inn á þessi svæði. Það hefur orðið til þess að einstaklingar sem lifa undir yfirráðum ISIS berst stöðugur áróður um ágæti samtakanna, en hafa litla sem enga hugmynd um hvað er að gerast annars staðar í heiminum. ISIS dreifir áróðri sínum á sem flestum stöðum á yfirráðasvæðum sínum. Fjöldamargir sjónvarpsskjáir hafa verið settir upp á víð og dreif um svæðin sem birta áróðurstengd skilaboð til íbúa, fréttabréf eru gefin út þar sem sigrar ISIS eru lofsamaðir og útvarpsstöðvar útvarpa sharia lögum og ISIS tengdum fréttum. Ómögulegt er þó að heyra annars konar fréttir en þær sem tengjast öfgasamtökunum (Engel, 2015).

Að mörgu leyti er því ástæða þess að einstaklingar á þessum svæðum ákveða að gangast til liðs við öfgasamtökin einfaldlega sú að þeir neyðast til þess. Geri þeir það ekki er engin atvinna í boði fyrir þá og því engin möguleiki á því að sjá fyrir sér og öðrum fjölskyldumeðlimum. Til þess að lifa þurfa því einstaklingar að gangast til liðs við ISIS af brýnni nauðsyn.

Íbúar á yfirráðasvæðum öfgasamtakanna telja einnig að í stað þess að sameina múslima í einu íslömsku ríki, eins og er opinbert markmið ISIS, þá hafa þeir tvístrað íbúum á svæðum sem öfgasamtökin hafa tekið yfir. Tugþúsundir hafa flúið landsvæðin, eða gert tilraun til þess, og búa þess í stað í flóttamannabúðum um víð og dreif. Að þeirra mati leggja öfgasamtökin frekar áherslu á að berjast við andstæðinga og myrða þá sem reyna að flýja land í stað þess að búa til betri stað fyrir múslima (Sullivan, 2015).

3.5 ISIS á Twitter

Notkun ISIS á Twitter hefur reynst samtökunum sérlega áhrifarík, þá sérstaklega við að ná til yngri kynslóðarinnar sem notast mikið við þennan samfélagsmiðil.

ISIS fylgjendur á Twitter hafa notað miðilinn til þess að lýsa upplifunum sínum á samtökunum og til þess að tengjast öðrum fylgjendum samtakanna. Samtökin hafa einnig notast við miðilinn til þess að koma skilaboðum áleiðis með svokölluðu „endurtísti“ til að ná sem mestri útbreiðslu. Þó svo að Twitter hafi verið í sérstöku átaki til þess að loka á aðgang ISIS á miðlinum virðast öfgasamtökin komast að einhverju leyti í gegnum þessar hindranir Twitter með notkun á eins konar forriti sem leyfir þeim að komast hjá þessari síun sem á sér stað á miðlinum. Það hefur, eins og gefur að skilja, í för með sér að sumir aðgangar öfgasamtakanna haldast opnir og virkir og þar af leiðandi heldur útbreiðsla áróðursins áfram sem aldrei fyrr. Eins hafa samtökin notast við þá aðferð að stela vinsælum myllumerkjum á þann hátt að „spamma“ þau svo að skilaboð samtakanna nái mikilli útbreiðslu. Sem dæmi má nefna að þegar heimsmeistrarakeppnin í knattspyrnu var haldin árið 2014 þá notuðust samtökin við vinsæl myllumerki á borð við #WC2014 #Brazil2014 til þess að koma áróðri sínum áleiðis og í þeirri von að notendur Twitter myndu smella á ákveðna linka sem fylgdu með tvítinu, áttu þessir linkar að leiða þau að myndböndum og öðrum áróðri sem gert var í þeim tilgangi að ná til sín fylgjendum. Myllumerki þessi áttu það öll sameiginlegt að vera gríðarlega mikið

notuð á Twitter á því tímabili sem heimsmeistarakeppnin í knattspyrnu átti sér stað (Farwell, 2014).

Í rannsókn J.M. Berger og Johnathon Morgan sem fjallar um starfsemi öfgasamtakanna ISIS á Twitter kom ýmislegt athyglisvert fram sem útskýrir notkun þeirra á samfélagsmiðlinum. Helstu niðurstöður hennar gáfu nokkuð skýra mynd af starfsemi og útbreiðslu áróðurs öfgasamtakanna á Twitter. Notast var við úrtak 20.000 Twitter prófíla þar sem að minnsta kosti 93% þeirra sýndu opinberan stuðning við ISIS, með það að markmiði að skoða helstu einkenni þessara prófíla, hvaðan þeir koma landfræðilega séð, hvers konar upplýsingar þessir einstaklingar sem búa til prófíla gefa upp, hverju þeir „tísta“ og hvers konar aðferðir þeir notast við til þess að koma áleiðis áróðri ISIS á Twitter. Í ljós kom að flestir þeir prófílar sem styðjast opinberlega við öfgasamtökin á Twitter voru að mestu leyti staðsettir í Írak, Sýrlandi eða á öðrum yfirráðasvæðum ISIS. Til þess að sjá staðsetningu prófíla þurfti að vera kveikt á staðsetningartæki í snjallsímum hvers notenda. Í fæstum tilfellum var það gert. Ef svo var, þá voru þeir prófílar flestir staðsettir í Miðausturlöndum. Hvað varðar Evrópu þá fundust þrjú prófílar í Frakklandi, einn aðgangur fannst í Belgíu og það sama má segja um Bretland. Af þeim 20 þúsund prófílum sem opinberlega styðjast við ISIS á Twitter voru í kringum 292 prófílar með kveikt á staðsetningartækinu, eða í kringum 1,5%. Þó má taka þessum tölum með fyrirvara þar sem þekkt hefur að einstaklingar notist við eins konar forrit sem villir fyrir um staðsetningu prófíla. Staðsetningartæki þessi sem nefnd hafa verið hér að ofan hafa ollið æðstu stjórnendum ISIS miklum áhyggjum. Svo miklum að í desember 2014 var liðsmönnum öfgasamtakanna skipað að slökkva á staðsetningarbúnaðinum í þeim tilgangi að koma í veg fyrir að stjórnvöld annarra landa sem berjast gegn öfgasamtökunum safni upplýsingum um starfsemi þeirra. Svo virðist sem að þessi skipun hafi haft lítil áhrif því rannsakendur söfnuðu saman „tístum“ í janúar 2015 þar sem svipaður fjöldi var með kveikt á staðsetningarbúnaðinum og í fyrri tvít-söfnun.

Þegar kom að tungumálum þá mældist arabíska hæst eða um 73%. Athygli vekur að enska mældist 18% og franska 6% þeirra 20 þúsund prófíla sem rannsakaðir voru. Það gefur til kynna að tungumálin séu mikið notuð til þess að breiða út áróður til Vesturlanda, bæði til þess að vekja hræðslu og einnig til þess að safna liðsmönnum úr

vestri. Þá eru einnig dæmi um það að prófílarnir notist bæði við ensku og arabísku við “tvítin” til þess að breiða út boðskapinn enn frekar.

Þegar kyn notendanna voru greind kom í ljós að karlmenn eru þar í miklum meirihluta. Þó var ekki hægt að greina kyn allra prófíllanna þar sem þær upplýsingar voru ekki gefnar upp í mörgum tilfellum. Hægt var að greina um 239 prófíla þar sem talið var að um kvenkyns notenda var að ræða. Það var gert með þeirri aðferð að greina ýmis arabísk orð sem vísa til kvenkyns notenda, þar var arabíska orðið *umm*, sem merkir móðir algengast. 4.536 prófílar gáfu til kynna karlkyns notendur. Sama aðferð var notuð þar við greiningu arabískra orða, þar sem orðið *abu* eða faðir var algengast (Berger og Morgan, 2015).

Fjöldamargir prófílar voru búnir til í september 2014, en það var einmitt sá tími sem Twitter fór í aðgerðir til þess að sporna við umsvifum ISIS á miðlinum og þeim grófu skilaboðum í formi myndbanda eða annars sem þar mátti sjá. Talið er að ástæða þess að mikil fjölgun var af prófílum í september mánuði 2014 hafi verið vegna þessara aðgerða Twitter. Þegar öðrum prófílum var lokað þá opnuðust fjöldi annarra í staðinn. Um 60% þeirra prófíla sem eru í úrtakinu í þessari rannsókn voru stofnaðir árið 2014 sem segir til um að einstaklingar sem styðja opinberlega við ISIS eru nokkuð nýtilkomnir á miðlinum. Talið er að þreföld aukning hafi átt sér stað í stofnun ISIS prófíla á miðlinum árið 2014 þegar rýnt er í 20 þúsund prófíla úrtakið í þessari rannsókn. Þetta er til marks um mikinn vöxt öfgafullra ISIS prófíla á Twitter.

Þegar rýnt var í „tístin“ sem þessir prófílar senda frá sér kom í ljós að hinn opinberir stuðningsmaður ISIS á Twitter er mun virkari á miðlinum en hinn almenni notandi. Um 83% þeirra prófíla sem rannsakaðir voru gáfu frá sér allavega eitt tíst í októbermánuði 2014.

Stærstu prófílar ISIS á Twitter sem hafa verið hvað mest áberandi við útbreiðslu áróðursins hefur nú þegar verið lokað. Það hefur þó ekki stöðvað öfgasamtökin í starfsemi sinni á miðlinum. ISIS hefur brugðið á það ráð að búa til minni prófíla sem gegna þeim tilgangi að hlaða inn áróðursefni fyrir aðra og stærri prófíla sem opinberlega styðjast við öfgasamtökin á Twitter. Þessir minni prófílar voru eitt sinn opinberir prófílar öfgasamtakanna en þar sem lokað var á þá trekk í trekk var ljóst að finna þyrfti aðra aðferð við útbreiðslu áróðursins. Minna fer fyrir þessum prófílum, en þeir gegna þó

mikilvægasta hlutverkinu sem uppspretta áróðurs sem aðrir stærri prófilar sjá síðan um að dreifa á miðlinum. Þetta hefur gert það að verkum að í stað þess að hafa fáa og stóra prófíla sem gegna því hlutverki að vera opinbert mál gagn öfgasamtakanna á Twitter og eiga þar af leiðandi á hættu að verða lokað af stjórnendum miðilsins þá hafa ISIS-liðar þess í stað breytt um aðferð þar sem þeir notast við mun fleiri og minni prófíla til þess að breiða út áróður. Stjórnendur Twitter hafa þó enn herjað á samtökin og lokað fyrir marga prófíla, en baráttan gegn öfgasamtökunum á samfélagsmiðlinum verður erfiðari þegar um fjöldamarga prófíla er að ræða. Þegar einum prófíl er lokað, sprettur annar upp í staðinn (Berger og Morgan, 2015).

Hluti þessarar útbreiðslu áróðurs á miðlinum fer í gegnum forrit sem gera það að verkum að notandinn sjálfur þarf ekki að tvíta, forritið sér um það. Þannig er hægt að tvíta og endurtvíta mun oftast yfir ákveðið tímabil, þetta gerir það að verkum að útbreiðsla áróðurs frá öfgasamtökunum verður mun meiri fyrir vikið. Gott dæmi um þannig forrit kallast á ensku „*Dawn of good tidings*“ sem kemur frá öfgasamtökunum sjálfum. Fjöldamargir prófílar sem styðjast við ISIS notuðust við þetta forrit á tímabili áður en því var lokað af Twitter í júní 2014. Öfgasamtökin virðast alltaf hafa svör við öllum þeim aðgerðum sem Twitter leggur í. Þeir tóku uppá því að notast við mörg svona forrit til þess að tvíta. Það er því svo að ef lokað er fyrir einhverja prófíla sökum „spamms“ þá eru fjöldamargir aðrir prófílar enn virkir sem breiða út sama áróður. Vandamálið er því töluvert umfangsmikið til þess að takast á við enda ómögulegt að fylgjast með öllum þeim prófílum sem til verða á degi hverjum.

Rannsakendur skoðuðu einnig fjölda fylgjenda sem hinn almenni ISIS prófíll hefur. Þá kom á óvart hversu lítil útbreiðsla ISIS samfélagsins á Twitter í raun er. Það kann að spila inn í að Twitter er í markvissum aðgerðum við að loka prófílum á vegum ISIS og því hefur reynt erfitt að byggja upp fylgjendahóp. Fylgjendahópur ISIS prófíla er mun minni en til að mynda fylgjendahópur frægra einstaklinga á borð við Barack Obama fyrrum Bandaríkjaforseta, hans fylgjendahópur telur milljónir manna. Ekki fannst ISIS prófíll í þessari rannsókn sem var með yfir 50.000 fylgjendur og einugis 4% þessara 20.000 prófíla voru með yfir 5.000 fylgjendur. Þess má þó geta að meðaltal fylgjenda ISIS prófíla er töluvert hærri en meðaltal fylgjenda hins almenna Twitter notanda. Samkæmt

rannsókninni var hinn almenni Twitter prófíll með um það bil 208 fylgjendur að meðaltali á meðan meðaltal ISIS prófíla var í kringum 1.004 fylgjendur.

Þó svo að fylgjendahópur ISIS sé ekki eins breiður og talið var í fyrstu þá eru öfgasamtökin engu að síður gríðarlega öflug við útbreiðslu áróðurs. Eins og nefnt hefur verið hér að ofan er það gert með myllumerkjum og forritum sem gera það að verkum að tvítin verða mun fleiri á styttri tíma. Það leiðir til þess að myllumerki á vegum ISIS verða vinsæl og breiðast hratt út um stund á miðlinum og ná þannig mikilli útbreiðslu, þó í skamma stund (Berger og Morgan, 2015).

Galli öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum hefur helst verið sá að þau bera nokkur nöfn. Þá helst ISIS, IS, ISIL, Daesh sem dæmi, þetta hefur reynst villandi þegar kemur að því að myllumerkja (*e. hastag*) samtökin, ljóst er að myllumerkið ISIS fær mesta útbreiðslu þó svo að öfgasamtökin kenni sig einungis við IS í dag. Þó er ljóst að þetta hefur ekki gríðarleg áhrif á starfsemi öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum þar sem þau fá engu að síður gríðarlega athygli þrátt fyrir mismunandi notkun á myllumerkjum (Berger og Morgan, 2015).

3.6 Hvaða einstaklingar eru helstu „skotmörk“ ISIS?

Öfgasamtökin ISIS og einnig Al Qaeda leggja mikla áherslu á það að ná til ungra og ómótaðra einstaklinga með áróðri sínum. Einstaklingar þessir eiga það sameiginlegt að vera ungir múslimar. Margir þeirra eru með ómótaða sjálfsmynd eða í einhvers konar sjálfsvitundarkrísu og upplifa sig að einhverju leyti utanveltu í samfélagi sínu, hvort sem það er í vestrænu samfélagi eða arabísku (Greenberg, 2016).

Það á helst við um múslima í Vestrænum samfélögum sem upplifa sig utanveltu. Þá helst vegna þess að á síðastliðnum árum, þá sérstaklega frá árásunum á tvíburaturnana í Bandaríkjunum í september 2001 að svokölluð „múslimafóbía“ hefur farið vaxandi og varð til þess að að ákveðin skipting átti sér stað í heiminum, við og hinir, það er hinn vestræni heimur gegn múslimaríkjum. Það gerir það erfiðara fyrir einstaklinga sem aðhyllast íslamska trú að finna sinn sess í vestrænu samfélagi sökum fordóma. Erfitt hefur verið fyrir múslima að finnast þeir viðurkenndir meðlimir í samfélagi og að finna sér atvinnu ásamt því að vera stöðugt litnir hornauga af öðrum meðlimum samfélagsins.

Séu einstaklingar trekk í trekk að upplifa sig utanveltu í heimalandi sínu verður það til þess að þeir verða móttækilegri og opnari fyrir alls kyns áróðri frá öfgasamtökum sem aðhyllast sömu trú. Það leiðir til þess að einstaklingar þessir fara að trúa því að þeir eigi meira sameiginlegt með meðlimum öfgasamtakanna en meðlimum samfélagsins sem þeir búa í. Með því að ganga til liðs við ISIS öðlast þeir eins konar tilgang, samkennd og upplifa sig ekki utanveltu. Aðferðir samtakanna við að kenna Vesturlöndum um það sem illa hefur farið í múslimsku samfélagi, og að markvisst sé reynt að halda múslimum niðri með ýmsum hætti, hafa virkað vel til þess að ná til sín liðsmönnum sem upplifa óréttlæti í samfélagi sínu (Berger og Stern, 2015).

Þessi aðferð hefur einnig virkað vel til þess að ná til ungra múslima í arabískum löndum. Þeir hafa notfært sér erfiða samfélagslega og pólitíska stöðu arabískra landa þar sem stjórnskipun landanna er í upplausn og ákveðin tvístrun hefur átt sér stað á meðal múslima. Stríð hefur ríkt í mörgum þessara landa, þar má sem dæmi taka innrás Bandaríkjamanna í Írak árið 2003 þar sem fjöldamargir múslimar voru myrtir í átökum og ákveðið stjórnleysi ríkir. Það hefur haft þau áhrif að ungir einstaklingar verða móttækilegri og ganga til liðs við öfgasamtök á borð við ISIS til þess að vinna gegn þeim öflum sem ráðast að heimalandi þeirra og endurreisa einhvers konar lög og reglu í landinu. Það þarf þó ekki að vera að einstaklingarnir séu algjörlega sammála þeim boðskap sem öfgasamtökin boða heldur séu sammála þeim að um að ná aftur völdum í landi sem hefur verið yfirbugað af öflum úr vestri. Fyrir suma múslima skiptir trúin ekki höfuðmáli né sú staðreynd að öfgasamtökin vilji búa til eitt íslamskt ríki, heldur það að þeir telja sig frekar vilja lifa undir þeirra stjórn frekar en að búa við viðvarandi stíðsástand. Það veitir þeim tilgang að berjast fyrir einhvern málstað sem veitir þeim réttlæti, að hjálpa öðrum og stíga upp fyrir litla manninn, sem í þessu tilfalli er samfélag múslima. Það gerir því öfgasamtökin ISIS að mjög aðlaðandi möguleika því þau bjóða upp á einhvers konar lausn á stóru vandamáli. Þau bjóða upp á einhvern tilgang fyrir einstaklinga sem upplifa sig utanveltu.

Aðferðir ISIS við að ná til sín liðsmönnum eru margar og mismunandi, eftir því hvert markmiðið er. Eins og nefnt hefur verið hér að ofan leggja samtökin áherslu á það að ná til liðs við sig unga drengi. Það sem margir ungir drengir eiga sameiginlegt er að þeir laðast að hættu og spennu, einhvers konar adrenalíni (Greenberg, 2016).

Öfgasamtökin hafa nýtt sér þessa staðreynd með því að leggja mikið í framleiðslu á grófu og ofbeldisfullu myndefni til þess að höfða til áhugasviðs þeirra og gera þannig yfirbrað öfgsamtakanna meira aðlaðandi. Mikill metnaður er lagður í framleiðslu myndbandanna með því markmiði að ná athygli þeirra sem alast upp við ofbeldisfulla tölvuleiki sem fylgir nútímatækni í dag. Flest ungmenni í nútímasamfélagi hafa aðgang að interneti sem og samfélagsmiðlum í dag og þar hefur það reynst öfgasamtökunum auðvelt að nálgast ungmenni (Awan, 2017).

3.7 „Jihadi Cool“

Í þessu samhengi er vel við hæfi að nefna hugtakið *jihadi cool* sem hefur sproutið upp í tengslum við öfgasamtökin og áherslu þeirra á að ná til ungra einstaklinga. Hugtakið vísar til birtingarmyndar þess lífsstíls sem öfgasamtökin vilja að ungir einstaklingar telji sig geta upplifað gangi þeir til liðs við ISIS. Samfélagið í dag með öllum sínum raunveruleikabáttum, tónlistarmyndböndum, samfélagsmiðlum og hvað eina einblínir mikið á frægð, frama og peninga. Þar að leiðandi verða ungir einstaklingar fyrir áhrifum af þeim samfélagslegu áhrifum sem eiga sér stað og leita leiða til þess að öðlast skyndifrægð. Á unga aldri eru einstaklingar farnir að hugsa um hvernig þeir geti orðið sérstakir á einhvern hátt. Hugtakið *jihadi cool* hefur einhvers konar frægðar- og hetjublæ yfir sér sem gerir það aðlaðandi fyrir unga einstaklinga. Öfgasamtökin hafa því lagt markvisst uppúr því að birta myndir sem sýna það lúxuslíf sem meðlimir ISIS lifa, þeir þykja „töff“ og harðir. Til að mynda er mikið gert úr íburðarmiklum heimilum með sundlaugum, alls kyns vopnum, skyndibitammat, snjallsímum og hvaðeina sem ungir einstaklingar í vestrænum heimi nú til dags líta á sem mikilvæga og nauðsynlega hluti. Í raun verður það að teljast afar áhugavert að öfgasamtök sem fordæma hinn vestræna heim auglýsi sig á samfélagsmiðlum á þann hátt að poppmenning Vesturlanda er í hávegum höfð. Mjög langt er gengið til þess að ná til ungmenna. Fyrir áhrifagjarna unga einstaklinga eru þessir hlutir einir og sér nægjanlegir til þess að sannfæra þá um að ganga til liðs við öfgasamtökin, trúin skiptir ekki höfuðmáli í þessu tilfalli. Ef þetta dugar ekki, þá segja meðlimir öfgsamtakanna að ungra drengja bíði konur í röðum til þess að gifast þeim. Eins hafa öfgasamtökin gefið út rappmyndbönd með það að markmiði að ná til yngri kynslóðarinnar.

Hugtak þetta hefur verið borið saman við glæpagengi stórborganna, ungum einstaklingum, þá helst drengjum þykir „töff“ og spennandi að vera partur af gengi þar sem barist er fyrir völdum. Í raun er tilgangurinn sá sami, nema í þessu tilfalli er háð heilagt stríð múslima. Öfgasamtökin skilja menningu ungmenna nú til dags og beita sér fyrir því að ná til þeirra á þann hátt, í gegnum samfélagsmiðla og myndbönd. Nokkrir ungir meðlimir öfgasamtakanna eru orðnir samfélagsmiðlastjörnur, rétt eins og förðunar eða tískubloggarar í hinum vestræna heimi. Fylgjendur þeirra á síðunni Tumblr.com sem er eins konar blogg- og myndasíða skipta tugþúsundum og þar birta þeir myndir af lífinu innan öfgasamtakanna ISIS þar sem mikið fer fyrir íburðamiklum lífstíl og búið er að sveipa líf liðsmannanna ákveðnum töfraljóma. Þeir eru samfélagsmiðlastjörnur og fyrirmyndir margra ungra einstaklinga sem vilja lifa samskonar lífi, það eitt og sér hefur gríðarleg áhrif! (Picart, 2015).

3.8 ISIS og konur

Róttækni og nýliðun öfgasamtakanna beinist einna mest að ungum drengjum, engu að síður hafa þau þó reynt að ná til sín kvenkyns liðsmönnum með ágætum árangri. Sú nálgun er öðruvísi en þegar reynt er að ná til ungra drengja að því leyti að öfgafull myndbönd sem einblína á hrottafengin atriði virka ekki á ungar stelpur. Í raun hefur ferlið verið borið saman við aðferðir kynferðisabrotamanna þegar þeir reyna að tæla til sín ung börn. Komið er á trausti við stúlkurnar sem reynt er að fá til liðs við öfgasamtökin, það er yfirleitt gert með spjalli á einhverjum af þeim samfélagsmiðlum sem öfgasamtökin eru á og eru stelpurnar hvattar til þess að halda því leyndu fyrir foreldrum og öðrum vandamönnum. Þegar rétti tíminn rennur upp eru stúlkurnar hvattar til þess að yfirgefa fjölskyldur sínar og ganga til liðs við öfgasamtökin. Það verður þó ekki gert fyrr en trausti stúlkanna er náð og liðsmenn sannfærðir um að stúlkurnar séu komnar á það stig að þær séu reiðubúnar að taka næsta skref. Það hefur reynt farsælast að fá kvenmenn sem nú þegar hafa gengist til liðs við samtökin til þess að tala við ungar stúlkur og sannfæra þær um kosti þess lífs sem bíður þeirra. Reynslan hefur sýnt að ungum stúlkum þykir betra að tala við konur og treysta þeim betur í kjölfarið. Hlutverk kvenna og það líf sem bíður þeirra er þær ganga til liðs við öfgasamtökin eru töluvert ólík hlutverkum karlmannna. Þær berjast ekki á vígvöllum eða annað slíkt, þvert

á móti. Þeirra hlutverk felst að mestu leyti í því að hugsa um karlkyns liðsmenn ISIS, gifast þeim, eignast með þeim börn ásamt því að annast heimilisstörf. Þær fá því heitið stríðsbrúðir. Líf þeirra innan öfgasamtakanna er afar takmarkað, þær mega til að mynda ekki ganga einar síns liðs um yfirráðasvæði ISIS og verða ávallt að vera í fylgd karlmanns (Blaker, 2015).

Rétt eins og birtingarmynd karla innan ISIS hefur verið sveipuð ákveðnum ævintýraljóma, að þeir séu álitnir stríðshetjur og öðlist þar með æðri tilgang, er slíkt hið sama gert við birtingarmynd kvenna. Það er gert í þeim tilgangi að fegra ímynd kvenna innan öfgasamtakanna til þess að líklegra sé að ungar stúlkur gleypi við glansmyndinni sem þær telja að líf innan öfgasamtakanna sé og gangi þar með til liðs við þau. Meðal annars er reynt að telja ungum stúlkum trú um að þeirra sé mikil þörf innan ISIS við að hjúkra ungum börnum á stríðshráðum svæðum ásamt því að sinna öðrum hjúkrunarstörfum. Þær standa því í þeirri trú að þær séu að starfa til góðs og að líf þeirra öðlist einhvern dýpri og merkari tilgang fyrir vikið. Af þessum ástæðum hefur töluverður fjöldi ungra múslimskra kvenna á Vesturlöndum gert tilraun til þess að ferðast til yfirráðasvæða ISIS. Óljóst er hversu margar þær eru og enn frekar hversu mörgum hefur tekist að komast alla leið, en talið er að í kringum 100 konur hafi ferðast frá Bandaríkjum til yfirráðasvæða ISIS.

Raunveruleikinn innan öfgasamtakanna er þó ekki svo fallegur eins og þessar ungu stúlkur búast við og búið er að telja þeim trú um. Þær enda oft en ekki sem kynlífsþrælar karlkynsmeðlima ISIS með lítið sem ekkert frelsi og svikin loforð um raunverulegan tilgang þeirra innan samtakanna (Picart, 2015).

3.9 Hvar byrjar róttæknin?

Þó svo að öfgasamtökin hafi reynst farsæl við að ná til sín liðsmönnum í gegnum samfélagsmiðla þá er ekki þar með sagt að byrjunin á róttækninni hefjist þar í öllum tilfellum.

Þeir einstaklingar sem gangast til liðs við öfgasamtökin eru oft en ekki komnir á þann stað að þeir eru byrjaðir að þróa með sér öfgakenndar skoðanir á íslamskri trú og þeim breytingum sem þörf er á í heimi múslima. Byrjunin á róttækninni á sér í mörgum tilfellum stað augliti til auglitis. Einstaklingurinn kemst í kynni við einhvern sem er

kominn áleiðis í sinni róttækni og verður fyrir einhverjum áhrifum sem leiðir hann lengra. Það verður til þess að einstaklingarnir afla sér upplýsinga á internetinu og hinum ýmsu samfélagsmiðlum og komast þar oftast en ekki í kynni við einhverja meðlimi öfgasamtakanna. Það fer svo eftir því hversu langt leiddur einstaklingurinn verður hvort hann gengur til liðs við öfgasamtökin eða ekki. Áhrif internetsins og samfélagsmiðla á einstaklinga eru mismunandi, ekki er sjálfgefið að einstaklingur sem kemst í kynni við meðlimi öfgasamtaka gangi svo langt að ganga til liðs við þau en ljóst er að samfélagsmiðlarnir hafa töluverð áhrif þó svo að róttæknin sjálf hefjist yfirleitt ekki á internetinu (Bjelopera, 2013).

Það sem gerir samfélagsmiðlana að svo öflugum vopni og er í raun ein helsta breytingin í útbreiðslu áróðurs fyrir öfgasamtök, er sú að mun auðveldara er að ná til stærri hópa en áður fyrr. Það sem er enn mikilvægara, öfgasamtökin eru að ná til yngri hópa sem oftast en ekki eru með ómótaðar skoðanir og þeim mun auðveldara er að sannfæra þá um kosti þess að tilheyra öfgasamtökum (Greenberg, 2016).

Eins hafa samfélagsmiðlar gert það að verkum að róttækir múslimar sem tilheyra ekki öfgasamtökum finnast þeir engu að síður vera partur af þeim með því að tilheyra einhvers konar hópi einstaklinga á samfélagsmiðlum. Þeir þurfa því ekki á beinan hátt að tilheyra öfgasamtökum en geta lýst yfir stuðningi í gegnum internetið. Það er því ekki svo að allir einstaklingar sem verða áhængendur ISIS séu þar með tilbúnir til þess að ferðast til yfirráðasvæða ISIS og berjast fyrir þá. Það er því ljóst að nútímatækni hefur svo sannarlega hjálpað öfgasamtökum á borð við ISIS að breiða út áróður sinn og nú til dags er auðveldara en áður fyrr að vekja upp öfgafullar skoðanir hjá einstaklingum á samfélagsmiðlum. Þetta er boðleið samtakanna fyrir áróður sinn, þeir auðvelda aðgengi að samskiptum einstaklinga sem eru með róttækar skoðanir á þessum málum. Að einhverju leyti verður sú hegðun normaliseruð á samfélagsmiðlum en væri annars staðar fordæmd. Samfélagsmiðlarnir gefa þessum einstaklingum tækifæri á að eiga í samskiptum við hvorn annan um málefni sem annars væru fordæmd af öðrum samfélagshópum (Bjelopera, 2013).

Þá má einnig velja því fyrir sér hvort áhrif ISIS á samfélagsmiðlum séu eins mikil og reiknað er með. Erfitt er að rýna í hversu margir ganga til liðs við öfgasamtökin eftir

samskipti í gegnum samfélagsmiðla, en talið er að það hlutfall sé töluvert minna en haldið var í fyrstu (Awan, 2017).

Ljóst er að útbreiðsla áróðursins er mikil á samfélagsmiðlum, þá einna helst á Twitter. En hvort að áhrifin séu eins mikil og gert er ráð fyrir, er erfitt að segja til um og í raun er lítið um það vitað. Það eitt að lesa sér til og afla upplýsinga um starfsemi og markmið öfgasamtaka er ekki nóg til þess að einstaklingur gangi til liðs við ISIS. Það þarf meira til en það. Það má því velta því fyrir sér hvort að útbreiðsla áróðurs á samfélagsmiðlum sé eins farsæl og álitid er (Gilsinan, 2015).

3.10 Einmenningsóðæði

Ítök öfgasamtakanna á internetinu og samfélagsmiðlum við útbreiðslu áróðurs hefur þó orðið til þess að dæmum um einstaklinga sem ráðast í aðgerðir einir síns liðs (*e. lone wolf terrorism*) hefur fjölgað.

Lone wolf terrorism, sem á íslensku myndi fá heitið einmenningsóðæði, felur í sér einstaklingsbundna árás á aðra, það er einstaklingar sem verða fyrir áhrifum af einhvers konar öfgakenndum áróðri án þess þó að hafa bein tengsl við öfgasamtök af einhverju tagi ákveða að grípa til aðgerða í formi árása. Í raun eru árásir af þessu tagi ekki nýjar af nálinni og fjölmörg dæmi eru til um þessar tegundir af hryðjuverkum, en þeim hefur fjölgað til mikilla muna á síðastliðnum árum (Spaij, 2010). Hryðjuverkin í borginni Nice í Frakklandi í júlí 2016 þar sem 84 manns misstu lífið er ágætis dæmi um nýlega árás sem gerð var af einstakling sem hafði engin bein tengsl við öfgasamtökin ISIS. Einstaklingurinn sem stóð fyrir árásinni hafði á töluvert stuttum tíma orðið fyrir áhrifum af áróðri ISIS á internetinu en aldrei gert neina tilraun til þess að ganga til liðs við öfgasamtökin og var því ekki á radar stjórnvalda um mögulega hryðjuverkamenn. Engu að síður ákvað hann að fórna lífi sínu sem og margra annarra til höfuðs málstað ISIS (Wilkinson, Hanna og McKirdy, 2016).

Evrópa hefur á síðastliðnum árum orðið töluvert fyrir barðinu á þessari tegund hryðjuverkaárása, þá helst í Frakklandi, á tímabilinu frá október 2015 til september 2016 voru yfir 20 hryðjuverkaárásir af þessu tagi gerðar í Evrópu (Mendelsohn, 2016).

Talið er að meiri ógn stafi af þessum einmenningsóðæðum eða minni árásum í dag en stærri hryðjuverkaárásum á borð við þær sem gerðar voru í Bandaríkjunum þann 11. september 2001. Öfgasamtökin ISIS styðja við árásir af þessu tagi og hvetja til þeirra enda er markmið þeirra að ráðast gegn þeim sem standa á móti málstað þeirra, hvort sem þeir einstaklingar sem árásin beinist að séu af Vesturlöndum eða ekki. Markmið þeirra er að búa til gjá á milli þeirra sem trúá á málstað öfgasamtakanna og þeirra sem standa á móti honum.

Árásir þessar eru ódýrar í gerð og skipulagningu sem gerir það auðveldara sem aldrei fyrr að leggjast í aðgerðir. Öfgasamtökin hafa til að mynda birt ráðleggingar á internetinu um hvernig best sé að skipuleggja slíka árás þannig þurfa einstaklingar sem leggja í slíkar árásir aldrei að hafa bein samskipti við liðsmenn innan öfgasamtakanna, það virðist vera nóg að lesa sér til um markmið og málstað þeirra á internetinu (Spaij, 2010). Hryðjuverkaárásir af þessu tagi veikja einnig stjórnvöld landa sem verða fyrir árásinni og vekja hræðslu meðal einstaklinga. Erfitt er að spá fyrir um hvar og hvenær næsta árás mun eiga sér stað, öryggi landsmanna sem eiga sífellt á hættu að lenda í slíkri árás er því ótryggt. Þó svo að engin bein tengsl séu á milli einstaklinga sem ráðast í slíkar hryðjuverkaárásir og öfgasamtaka þá hefur ISIS til að mynda lýst yfir ábyrð á mörgum þeirra, þar sem téðir einstaklingar urðu fyrir beinum áhrifum af áróðri öfgasamtakanna. Erfitt hefur verið að takast á við vandamál einmenningsóðæða á Vesturlöndum því eins og áður hefur verið sagt þá er sérlega erfitt að gera sér grein fyrir hvar næsta árás gæti átt sér stað. Ljóst er að árásir af þessu tagi hafa gríðarleg áhrif á þjóðarsál þeirra landa sem verða fyrir árásinni. Aðgerðir stjórnvalda Vesturlanda hafa reynst misjafnlega, til að mynda í Frakklandi þar sem sett var á svokallað búrkubann samkvæmt ákvörðun nokkurra bæjaryfirvalda í Frakklandi þar sem kvenkyns múslimum var bannað að klæðast sundfötum að múslimskum sið hefur ekkert gert nema bætt olíu á eldinn og aukið starfsemi öfgasamtakanna því múslimum finnst vera brotið á sér og sinni trú (Mendelsohn, 2016).

3.11 Hvað hefur verið gert til þess að reyna að koma í veg fyrir útbreiðslu ISIS á samfélagsmiðlum?

Bandaríkin og aðrar vestrænar þjóðir voru nokkuð sein til að átta sig á þeirri ógn sem stafaði af öfgasamtökunum á samfélagsmiðlum. Það var ekki fyrr en óhugnaleg myndbönd af hálhöggnum gíslum í þeirra haldi fóru að birtast á veraldarvefnum sem raunveruleg athygli og aðgerðir fóru að beinast gegn ISIS. Þá höfðu samtökin löngu hafið markaðssetningu sína og útbreiðslu áróðurs á internetinu og samfélagsmiðlum.

Samfélagsmiðlar á borð við Twitter og Facebook hafa markvisst reynt að loka fyrir virkni öfgasamtakanna á miðlunum. Vandamálið sem samfélagsmiðlarnir standa frammi fyrir í baráttunni gegn hryðjuverkasamtökum er að þessi markaðssetning öfgasamtakanna er frekar ný á nálinni og því erfitt að eiga við. Eins er það ekki hlutverk miðlanna að tryggja öryggi íbúa landa, það er í höndum stjórnvalda hvers lands. Þetta er því erfitt og einnig töluvert dýrt vandamál að eiga við, sérstaklega vegna þess að miðlar þessir eru gríðarlega vinsælir um heim allan og erfitt er að fylgjast með öllum þeim fjöldamörgu prófílum sem nú þegar eru til eða eru stofnaðir á degi hverjum. Það leiðir til þess að stjórnendur miðlanna eru í raun ekki með á hreinu hverju nákvæmlega er verið að leita að. Þó svo að vandamálið sé stórt og viðfangsmikið þá hafa samfélagsmiðlarnir engu að síður farið í markvisst átak til þess að loka fyrir prófíla sem augljóst er að styðjist við öfgasamtökin ISIS. Herferð þessi var gerð í samráði við Bandarísk stjórnvöld til þess að sporna við útbreiðslu áróðurs öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum. Frá því um mitt ár 2015 til byrjun árs 2016 (febrúar) hefur Twitter lokað um 125.000 prófílum sem opinberlega tengjast öfgasamtökunum. Þó er á brattann að sækja hjá samfélagsmiðlinum því í hvert skipti sem prófílum er lokað, þá eru mun fleiri prófílar stofnaðir og þannig hefur þetta gengið fyrir sig hingað til. Twitter hefur einnig verið gagnrýnt fyrir að halda þessum prófílum sem styðjast við öfgasamtökin opnum, sem er að vissu leyti gagnlegt að því leytinu til að hægt er að afla upplýsinga um téða prófíla. Það hefur því þótt árangursríkara að loka ekki fyrir þessa prófíla. En þó eru ekki allir sammála þessu, því er vandamálið nokkuð flókið. Virkni öfgasamtakanna á Facebook er þó töluvert minni en á Twitter. Miðillinn hefur fjölda starfsmanna sem vinna á öllum tímum sólarhringsins við það að fara yfir prófíla sem tilkynntir hafa verið fyrir að uppfæra óviðeigandi efni á miðlinum. Starfsfólkið sem sérhæfir sig í þessum málum hefur fengið sérstaka þjálfun í að bera kennsl á óviðeigandi prófíla sem gætu innihaldið

áróður öfgasamtakanna, þar á meðal tungumálakennslu sem gerir það auðveldara að vinna gegn starfsemi ISIS á Facebook. Eins reiða samfélagsmiðlarnir á hinn almenna notenda að tilkynna þá prófíla sem að þeirra mati innihalda óviðeigandi efni á borð við öfgakenndan áróður. Þannig fara þeir prófílar fremst í röðina sem tilkynntir hafa verið fyrir óviðeigandi efni á samfélagsmiðlinum og er þeim umsvifalaust lokað (Taylor, 2015).

Þó svo að Bandarísk stjórnvöld hafi eytt milljörðum í aðgerðir sem beinast að því að loka á öfgasamtökin á samfélagsmiðlum, hefur það borið lítinn árangur enda gríðarlega umfangsmikið vandamál og erfitt að stoppa þegar hlutirnir eiga sér stað á jafn opnu svæði og internetið er (Mekhennet og Miller, 2015).

Þegar öllu er á botninn hvolft er nokkuð ljóst að það virkar ekki sem skildi að loka á prófíla öfgasamtakanna á Twitter eða á örum samfélagsmiðlum. Það er töpuð barátta þar sem fyrir hvern lokaðan prófíl er annar nýr stofnaður. Þessi í stað ættu þeir einstaklingar og stjórnvöld sem berjast gegn öfgasamtökunum að notfæra sér þessa prófíla í upplýsingasöfnun. Þannig má notfæra sér starfsemi öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum til þess að afla þekkingar á öfgasamtökunum og fylgjast með virkni og notkun þeirra prófíla sem tengjast ISIS, hvaða eintaklingar eru á bakvið þá og hvers konar aðferðir þeir notast við. Þannig gæti verið hægt að komast nær því að vita hvers vegna einstaklingar ákveða að ganga til liðs við þau. Þá má einnig velta því fyrir sér hversu langt stjórnendur samfélagsmiðla mega ganga í að loka þessum prófílum. Samfélagsmiðlarnir og þá sérstaklega Twitter, tala fyrir ákveðnu málfrelsi sem ríkir á miðlinum, en þó innan vissra marka. Ekki má ýta undir ofbeldi af neinu tagi eða hvetja til þess eða nota Twitter prófílinn í ólöglegum tilgangi. En það stendur þó hvergi að ekki megi lýsa yfir stuðningi við öfgasamtök af hvers kyns tagi sem þau kunna að vera (Blaker, 2015).

Hversu mikið má inngríp stjórnenda miðlanna sem og stjórnvalda þeirra landa sem berjast gegn öfgasamtökunum vera þegar kemur að afskiptum af prófílum miðlanna? Er rétt að fá að fylgjast með og krefjast gagna frá þeim prófílum sem opinberlega styðjast við öfgasamtökin en hafa þó ekki brotið neinar siðareglur miðilsins? Það er því erfitt verkefni fyrir stjórnendur Twitter að takast á við. Ljóst er að ómögulegt er að loka á alla þá prófíla sem lýsa yfir stuðningi öfgasamtakanna, þó svo að þeir stangist á við skoðanir

annarra sem notast við miðillinn. Ætti þá ekki líka að loka á þá prófíla sem lýsa stuðningi við önnur öfgakennd samtök? Það er því nokkuð augljóst að vandamálið er erfitt viðfangs á jafn stórum umræðuvettvangi og Twitter er og því erfitt að setja einhver mörk á það sem má segja og það sem ekki má segja. Þó svo að einstaklingar aðhyllist skoðanir sem eru fordæmdar í hinum vestræna heimi sem og annars staðar þá er ekki hægt að banna einstaklingnum að hafa þær skoðanir og tjá sig um þær, það fer gegn persónufrelsi að loka á þær og þá einstaklinga sem aðhyllast þessar skoðanir, séu þeir ekki að gera neitt sem brýtur lög (Berger og Stern, 2015).

4 Aðferðir ISIS á samfélagsmiðlum í ljósi kenningar Noam Chomsky og Edward S. Herman um áróðurslíkanið

Hér verða bornar saman aðferðir öfgasamtakanna ISIS við útbreiðslu áróðurs á samfélagsmiðlum við kenningu Chomsky og Herman um áróðurslíkanið. Farið verður í gegnum fimm síur líkansins og fjallað um hvað líkt er með kenningunni og aðferðum ISIS. Þó svo að kenning þeirra hafi komið út fyrir þónokkrum árum síðan og fyrir tíma samfélagsmiðla þá lýsir hún nokkuð vel hvernig ISIS beitir fjölmiðlum fyrir sig.

Eins og fjallað hefur verið um hér að ofan kom kenningin um áróðurslíkanið fyrst út í bók þeirra Chomsky og Herman sem ber heitir Manufacturing Consent sem gefin var út árið 1988. Umfjöllunarefni bókarinnar var birting fréttæfnis í Bandaríkjunum og þær fimm síur sem fréttæfnið fer í gegnum áður en það er birt almenningi. Á þann hátt er markvisst verið að hafa áhrif á skoðanamyndun einstaklinga með birtingu téðs fréttæfnis. Það sama á við þegar kemur að útbreiðslu áróðurs öfgasamtakanna ISIS. Áróðursstafsemi þeirra felst að miklu leyti í því að heilapvo einstaklinga sem eru upp að vissu marki illa upplýstir um stöðu mála í alþjóðlegu samhengi.

Þegar farið er í gegnum fimm síur kenningarinnar má sjá að ýmis líkindi eru með kenningunni og áróðursstafsemi öfgasamtakanna.

Fyrsta sían fjallar um stærð og eignarhald fjölmiðla þar sem yfirleitt er eignarhald fjölmiðils í höndum fárra og valdamikilla aðila. Ljóst er að fáir og valdamiklir einstaklingar stjórna áróðursstafsemi öfgasamtakanna og þar að leiðandi hafa mikil áhrif á það sem er birt á samfélagsmiðlum sem og á öðrum boðmiðlum. Að þessu leyti má hafa mikil áhrif á hugsanagang ungra einstaklinga sem hingað til hafa verið skotmörk öfgasamtakanna þegar kemur að nýliðun. Með því að stjórna umræðunni á þann hátt að sía það efni sem birt er og birta áróður sem feugar starf öfgasamtakanna með ýmis konar aðferðum er auðveldara fyrir vikið að ná til ungra og ómótaðra einstaklinga.

Önnur sían í áróðurslíkani Chomsky og Herman fellur að auglýsendum og á í raun illa við áróðursstafsemi ISIS og mætti segja að hún falli undir fyrstu síuna. Hér eru

auglýsendur í raun kostunaraðilar ISIS, sem koma eðli málsins samkvæmt ekki fram í áróðursmyndböndum og skyldum samfélagsáróðri.

Sá hluti kenningarinnar sem á sennilega best við áróðursstarfsemi öfgasamtakanna á samfélagsmiðlum lýtur að upplýsingasöfnum fjölmiðla, sem telur þriðju síuna í áróðurslíkaninu. Eins og fram hefur komið þá felst áróðursstarfsemi öfgasamtakanna helst í því að heilapvo unga og ómótaða einstaklinga, með það að markmiði að fá þá til að ganga til liðs við ISIS eða lýsa yfir opinberum stuðningi. Við útbreiðslu áróðurs öfgasamtakanna er ljóst að einungis er eitt ríkjandi sjónarhorn sem á að sýna fram á hversu göfugt starf öfgasamtökin vinna til að ná sínu aðaltamarki, að mynda hið heilaga íslamska ríki sem sameina á alla múslimi um heim allan. Notast er við mismunandi aðferðir, eftir því hvert takmark skilboðanna er. Eins og fjallað hefur verið um í þessari ritgerð hefur áróðurinn einna helst beinst að ungum múslimskum drengjum. Aðalástæða þess kann að vera að auðveldara þykir að sannfæra þá um að ganga til liðs við öfgasamtökin. ISIS hefur til að mynda sveipað lífi innan öfgasamtakanna ákveðnum ævintýrablæ þar sem ungir drengir lifa í vellystingum og öðlast alla þá veraldlegu hluti sem þeim kann að dreyma um. Eins hefur verið spilað inn á tölvuleikjamenningu ungs fólks nú til dags með því að framleiða myndbönd sem sýna ofbeldisfull verk eiga sér stað á þann hátt að það þyki svalt fyrir einstaklinga að taka þátt í. Þá hafa samtökin einnig lagt áherslu að binda endi á það stjórnleysi sem ríkt hefur í Mið austurlöndum undanfarin ár. Sá hvati hefur reynst ISIS vel því múslimar sem búsettir eru í þessum löndum eru orðnir langþreyttir á viðvarandi ástandi og kjósa stöðugleika fram yfir stjórnleysið.

Fjórða sían í áróðurslíkaninu fjallar um neikvæða gagnrýni á umfjöllun fjölmiðla. Í því samhengi má nefna neikvæða gagnrýni öfgasamtakanna á Vesturlöndin. Að mati ISIS ríkir mikil hræðsla gagnvart íslamtrúnni á Vesturlöndum með tilheyrandi fordómum í garð múslima sem upplifa sig utangarðs í Vestrænu samfélagi. ISIS hefur nýtt sér þessa hræðslu gagnvart íslamtrúnni á Vesturlöndum sér til hags með því að fordæma Vesturlöndin og þann vonda málstað sem þau standa fyrir. Þannig villa þeir um fyrir þá einstaklinga sem áróðurinn beinist að með það að markmiði að fá þessa einstaklinga til að lýsa yfir stuðningi við öfgasamtökin og standa gegn illum öflum úr Vestri.

Fimmta og síðasta sían snýr að and-kommúnisma. Þegar kenningin um áróðurslíkanið kom út árið 1988 stóð kalda stríðið í hámarki og því er talað um and-kommúnisma í því samhengi, nánar tiltekið þá hræðslu við kommúnisma og þau áhrif sem hann gæti haft á kapítalisma Vesturlanda á þeim tíma. Á síðari árum hefur þessi hræðsla beinst meira að íslamtrúnni, þá sérstaklega eftir árásirnar á tvíburaturnana í Bandaríkjunum árið 2001. Eins og nefnt hefur verið hér að ofan ríkir enn í dag ákveðin hræðsla við íslamtrúna sem öfgasamtökin hafa nýtt sér til þess að hvetja múslima til að standa saman gegn fordómum úr Vestri og spila þannig inn á tilfinningar múslima sem upplifa sig utangarðs í Vestrænum samfélögum. Það hefur einnig leitt til þess að einstaklingar taka upp á einmenningsóðæði sem felur í sér að beita árásum einir síns liðs, hvort sem það er í formi sjálfsmorðssprenginga eða annað slíkt. Allt er það gert í þeim tilgangi að lýsa yfir stuðningi við öfgasamtökin og þau markmið sem ISIS stendur fyrir. Árásir þessar eru taldar ein mesta hryðjuverkaógnin nú til dags og fer þeim fjölgandi. Erfitt er að sporna við slíku enda er erfitt að segja til um hvenær næsta hryðjuverkaárás á sér stað.

Margt hefur breyst á síðastliðnum árum þar sem internetið er orðið að ráðandi afli og kenningin um áróðurslíkanið tekur ekki til þess. Samanburður á áróðursstarfsemi öfgasamtakanna við kenninguna um áróðurslíkanið sýnir engu að síður að áróðursefni ISIS fer í gegnum þessar síur áður en birting á sér stað. Áróðursstarfsemi þeirra felst að miklu leyti í því að heilapvo einstaklinga sem eru upp að vissu marki illa upplýstir um stöðu mála í alþjóðlegu samhengi með það að markmiði að hafa áhrif á skoðanamyndun einstaklinga eins og fram hefur komið.

Þó má segja að hefði internetið sem og samfélagsmiðlar ekki verið til staðar þegar öfgasamtökin ISIS spruttu upp og áróðursstarfsemi þeirra hefði farið í gegnum hefðbundna fjölmiðla á borð við dagblöð, tímarit, sjónvarp og útvarp er ekki svo víst að útbreiðsla þeirra hefði orðið eins mikil og raun ber vitni. Enda hafa fjöldamargir þessara hefðbundnu miðla talað gegn öfgasamtökunum ISIS og fordæmt starfsemi þeirra. Það er því ljóst að það er interneti og samfélagsmiðlum að þakka, hversu mikill og hraður uppgangur ISIS hefur verið.

5 Lokaorð

Efnistöð þessarar ritgerðar snýr að efni og atburðum sem eiga sér enn stað í dag og erfitt er að segja til um hver afdrif þeirra verða. Síðastliðin misseri hafa þó völd öfgasamtakanna ISIS farið dvínandi. Stríðsátök geisa engu að síður enn í Miðausturlöndum og tugþúsundir einstaklinga hafa þurft að flýja heimalönd sín. Lífið innan ISIS yfirráðasvæða er síður en svo gott og birtingarmynd þess á samfélagsmiðlum gefur töluvert ranga mynd miðað við hver raunveruleikinn er. Hver framtíð öfgasamtakanna ISIS verður er erfitt að segja til um en þó má segja að ástæða þess að öfgasamtökin fengu svo mikla athygli heimsins og raun ber vitni sé að mörgu leyti sökum útbreiðslu áróðurs þeirra á internetinu, þá sérstaklega samfélagsmiðlum.

Þörf er fyrir frekari rannsóknir á þessu enda er þetta flókið og umfangsmikið svið. Áhugavert væri til dæmis að sjá frekari rannsóknir á einmenningsdæðum og hver er aðal drifkraftur þess að einstaklingar ákveða að leggja í hryðjuverkaárásir af þessu tagi. Eins væri gaman og ganglegt að sjá frekari rannsóknir á raunverulegum áhrifum samfélagsmiðlaáróðurs öfgasamtaka á unga einstaklinga, veri það ISIS eða annars konar samtök sem hægt er að kenna við öfga.

Heimildaskrá

- Awan, I. (2017, 15. mars). Cyber-Extremism: ISIS and the Power of Social Media. *Society*. 54:2, 138-149. Sótt 28.08.2017 af <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12115-017-0114-0>.
- Berger, J. M. og Morgan, J. (2015, 20. mars). 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*. Sótt 03.04.17 af https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf.
- Berger, J. M. og Stern, J. (2015). *ISIS: The state of terror*. London: William Collins.
- Bjelopera, J. P. (2013, 23. janúar). American Jihadist Terrorism: Combating a Complex Threat. *Congressional Research Service*. Sótt þann 27.08.2017 af <https://fas.org/sgp/crs/terror/R41416.pdf>.
- Blaker, L. (2015). The Islamic State's use of Online Social Media. *Military Cyber Affairs*. Sótt 16.06.2017 af <http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=mca>.
- Cottee, S. (2015, 24. desember). The Challenge of Jihadi Cool. *The Atlantic*. Sótt 17.08.2017 af <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/12/isis-jihadi-cool/421776/>.
- Chomsky, N og Herman, E. S. (1988). *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon Books.
- Encyclopædia Britannica. (2014, 1. Október). *Islamic State in Iraq and the Levant (ISIL)*. Sótt 01.09.2017 af <https://www.britannica.com/topic/Islamic-State-in-Iraq-and-the-Levant>. s

Engel, P. (2015, 7. nóvember). How ISIS monitors og restricts internet access in the „caliphate“. *Business Insider*. Sótt 23.05.2017 af <http://uk.businessinsider.com/how-isis-governs-its-caliphate-2015-11?r=US&IR=T>.

Engel, P. (2015, 28. nóvember). „It’s similar to North Korea“: Inside ISIS’s sophisticated strategy to brainwash people in the „caliphate“. *Business Insider*. Sótt 23.05.2017 af <http://uk.businessinsider.com/isis-propaganda-strategy-2015-11?r=US&IR=T>.

Farwell, James, P. (2014, 25. nóvember). The media strategy of ISIS. *Survival*. 56:6, 49-55. Sótt 04.04.2017 af <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/00396338.2014.985436?needAccess=true>.

Gilsinan, K. (2015, 8. desember). ISIS and the „Internet Radicalization“ Trope. *The Atlantic*. Sótt 08.07.2017 af <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/12/isis-internet-radicalization/419148/>.

Greenberg, K. (2016, nóvember). Counter-Radicalization via the Internet [rafræn útgáfa]. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 668:1, 165-179.

Isaac, Mike. (2016, 5. febrúar). Twitter steps up effort to thwart terrorists’ tweets. *The New York Times*. Sótt 10.04.17 af https://www.nytimes.com/2016/02/06/technology/twitter-account-suspensions-terrorism.html?_r=0.

- Mendelsohn, B. (2016, 25. ágúst). ISIS Lone-Wolf Strategy: And how the West should respond. *Foreign Affairs*. Sótt 08.08.2017 af <https://www.foreignaffairs.com/articles/2016-08-25/isis-lone-wolf-strategy>.
- Menntamálaráðuneytið. (2004). *Greinagerð nefndar menntamálaráðherra um eignarhald á fjölmiðlum á Íslandi*. Reykjavík: Menntamálaráðuneytið.
- Mekhennet, S. og Miller, G. (2015, 20. nóvember). Inside the surreal world of Islamic State's propaganda machine. *The Washington Post*. Sótt 16.06.2017 af https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b_story.html?utm_term=.354f1978db26.
- Picart, C. J. S. (2015, 22. apríl). „Jihad Cool/Jihad Chic“: The Roles of the Internet and Imagined Relations in the Self-Radicalization of Colleen LaRose (Jihad Jane). *Societies*. 5:2, 354-383. Sótt 07.07.2017 af <http://www.mdpi.com/2075-4698/5/2/354/html>.
- Shirky, C. (2011, janúar/febrúar). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change [rafræn útgáfa]. *Foreign Affairs*. 90:1, 29-41.
- Spaaj, R. (2010, 16. Ágúst). The Enigma of Lone Wolf Terrorism: An Assessment. *Studies in Conflict & Terrorism*. 33:3, 854-870. Sótt 08.08.2017 af <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1057610X.2010.501426>.
- Sullivan, K. (2015, 1. október). Life in the „Islamic State“. *The Washington Post*. Sótt 24.07.2017 af <http://www.washingtonpost.com/sf/life-in-the-islamic-state/2015/10/01/overview/>.
- Taylor, H. (2015, 8. desember). How social media co's try to keep terrorists out. *CNBC*. Sótt 14.07.2017 af <https://www.cnbc.com/2015/12/08/how-social-media-cos-try-to-keep-terrorists-out.html>.

The Meir Amit Intelligence and Terrorism Information Center. (2014, Nóvember). *ISIS: Portrait of a Jihadi Terrorist Organization*. Sótt 14.07.2017 af http://www.terrorism-info.org.il/Data/articles/Art_20733/101_14_Ef_1329270214.pdf.

Wilkinson, P., Hanna, J. og McKirdy, E. (2016, 17. júlí). Attacker in Nice „radicalize very quickly“, French interior minister says. *CNN*. Sótt 08.08.2017 af <http://edition.cnn.com/2016/07/16/europe/france-attack-on-nice-isis/>