

Institutionen för Journalistik, Media och Kommunikation  
Kandidatuppsats i Media och Kommunikation  
HT 14 MK1500

NATO och Motståndsgupper:  
vilka funktioner har  
kommunikation, propaganda, narrativ och identitet

*"The printing press is the greatest weapon i the armory of the modern commander"*  
T.E. Lawrence (Nagl 2005: 24)

## Abstract

**Titel** NATO och Motståndsgupper: vilka funktioner har kommunikation, propaganda, narrativ och identitet

**Författare** Johan Bergstrand

**Kurs** Examensarbete i media och kommunikationsvetenskap, Göteborgs universitet

**Termin** Hötterminen 2014

**Handledare** Nicklas Håkansson

**Sidantal** 39

**Antal ord** 19 717

**Syfte** Syftet är att beskriva NATOs militärstrategi/policy angående kommunikation mellan NATO, befolkning och väpnade fiendliga motståndsgupper i främmande land.

**Metod och material** Krig är en speciell situation, men i likhet med andra mer all dagliga ting, finns det manualer för hur militären ska förhålla sig när de strider mot motståndsgupper. Även NATO har en manual för detta. För att utföra analys på manualen utförs en textanalys. Meningen med att göra en textanalys är att det pröva ett empiriskt material. Textanalysen ska tolka texten för att finna och påvisa rimlig betydelse. Analysen tar upp det som finns explicit och implicit uttryckt och som går att påvisa och förklara med teori.

**Huvudresultat** Propaganda kan vara både splittrande och enande, splittra motståndarens sida och ena den egna sidan. NATO kallar inte sin egen användning av propaganda för propaganda, de använder begreppet Psy Ops (psykologiska operationer). Propaganda i krigssituationer handlar om polarisering i gott och ont. NATO avviker inte från detta, de försöker att misskreditera motståndaren för att måla ut motståndaren som den som har fel. När det gäller användningen av propaganda har båda parter utvecklat målgruppsanpassad propaganda. Dock har NATO ett visst övertag när det gäller antal målgrupper, detta kan bero på att de inte tillskriver motståndsguppen den kapaciteten eller att motståndsgupperns målgruppsanpassning kan vara svårare att undersöka än vad det är för NATO att undersöka sina egna metoder. Motståndsgupper har fördelar när det gäller att använda demonstrationer, uppror, ockupationer och terrorattacker i propagandasyften. NATO ska försöka att upprätthålla lag och ordning i det land de är involverade i, medan motståndsgupper kan agera friare.

NATO och motståndsgupper försöker att nå ut med sitt eget narrativ. Narrativet har en koppling till identitet och detta är en fördel för motståndsgupper som har en religiös identitet. Om en motståndsgrupp kan anspela på religion kan de potentiellt få stöd av människor över hela världen. NATO bygger inte på en religiös identitet och kan således hamna i underläge. En "sista utväg" är att militären försöker separera befolkningen från motståndsguppen. Att separera befolkningen och motståndsguppen både fysiskt och psykiskt inkluderar alla former av masskommunikation och även muntlig kommunikation. Detta innebär också att stänga av alla typer av kommunikationen. Den är också här som skillnad mellan vad som generella kan kallas propaganda i det civila samhället och psy ops/militärens propaganda gör sig gällande, propaganda inte har det direkta målet att stänga av och hindra motståndaren från att kommunicera. Kommunikation mellan olika grupper är det mest basala behov som måste uppfyllas för att man ska få upphov till en ingrupp och i förlängningen en revolution.

**Key words** NATO, Motståndsgupper, Media, Kommunikation, Narrativ, Propaganda, Identitet

## Executive summary

There has long been a debate whether Sweden should join NATO or not. Right now there is a perceived threat that Russia may attack which means that people are more willing to join NATO although the reason for joining NATO is the fear of Russia, so maybe not a war with Russia is the first war that Sweden will participate in. Many of today's war is not only nations that fight against nations. Since the end of World War II, many war centered on insurgency fighting against governments. The next time that NATO will be involved in a war, this will probably is a war against a resistance group.

The aim for this study is to describe NATO's military strategy/policy on communication and armed hostile resistance groups in foreign lands

Media, in the modern society, makes a war being made by both military and media resources. The media war are going on in other arenas than the armed confrontations do, but results in a relationship between war and media. In today's wars are the involved parts trying to influence and control the media, but they have a global audience.

Through various propaganda strategies are NATO attempting to control and influence public access to information and images of reality that is mediated and win public opinion and weaken the enemy. Another way is to try to change the narrative and present itself in a certain way. Narrative is to tell a story. The narrative creates both internal cohesion of a group, explain their struggle and can recruit new members. The narrative is thus useful both for resistance groups as well as the military. To identify with other groups is also central to win people over to his own side; this also has links to the narrative but also communication.

War is a special situation, but like other more mundane things, there are manuals on how the military should behave when they conflict with the resistance groups. NATO has a manual for this. To perform the analysis of the manual, a text analysis is used as method. The purpose of making a text analysis is to examine the empirical material. Text analysis is to interpret the text to find and demonstrate reasonable significance. The analysis shows what is explicitly or implicitly expressed and can be explained by the theory.

Propaganda can be both divisive and unifying (splitting the opponent and uniting the own side). NATO does not call its own use of propaganda, they use the term Psy Ops (psychological operations). Propaganda in war situations is all about polarization of good and evil. NATO does not deviate from this; they are trying to discredit the opponent to paint the opponent as that which is wrong. Regarding the use of propaganda, both parties have developed target-group propaganda. However, NATO has a certain advantage in terms of number of target groups; this may be because they do not attribute the resistance group the capacity or resistance groups, audience targeting can be more difficult to investigate than it is for NATO to examine their own practices.

Resistance groups have advantages when it comes to using demonstrations, riots, occupations and terrorist attacks for propaganda purposes. NATO will try to maintain law and order in the country in which they are engaged, while the resistance groups can act more freely. NATO and the resistance groups are trying to reach out with their own narrative. The narrative is linked to identity and this is an advantage for the resistance groups who may have a religious identity. If a resistance group may allude to religion, they can potentially get support from people all over the world. NATO is not based on a religious identity and can thus be put at a disadvantage.

The military tries to separate the population from the resistance group, this is usually not particularly successful because it has a negative impact on the population and makes a foreign

military unpopular. This probably means that isolation is the last resort in combating resistance groups. But once it gets that far, that emphasizes the positive aspect. To isolate the population and the resistance group physically is done by trying to give the impression that it is for the population's own good, it should be presented as a protection for them. Separating the population and the resistance group both physically and psychologically includes all forms of mass communication and even oral communication. This also means turning off all kinds of communication. It is also here that the difference between what is general can be called propaganda in civil society and psy ops / military propaganda asserts itself, propaganda has not been directly targeted to shut down and prevent the opponent from communicating. The communication between different groups is the most basic needs that must be met in order to create an in-group and finally a successful revolution.

<b>1 Inledning</b>	<b>7</b>
<b>2 Syfte</b>	<b>8</b>
<b>3 Frågeställning</b>	<b>8</b>
<b>4 Bakgrund</b>	<b>8</b>
<b>5 Tidigare forskning</b>	<b>11</b>
5.1 Media och terrorism	11
5.2 Narrativ	11
5.3 Revolution	12
5.4 Socialpsykologi	12
<b>6 Teoretiska perspektiv</b>	<b>12</b>
6.1 Propaganda	12
6.2 Narrativ	13
6.3 Identitet	14
<b>7 Metod</b>	<b>15</b>
7.1 Forskningsdesign	15
7.2 Metod: Textanalys	16
7.3 Analysschema	17
7.4 Avgränsning, Generaliserbarhet och Validitet	20
<b>8 Empiri</b>	<b>21</b>
8. 1. Propaganda	21
8. 1. 1 Vem använder propaganda	21
8. 1. 2 Målgrupp	23
8. 1. 3 Kanaler	26
8. 1. 4 Mediabevakning	28
8. 2 Narrativ	30
8. 2. 1 Narrativets funktion	30
8. 2. 2 Media	31
8. 2. 3 Journalister	32
8. 2. 4 Hur bekämpar man Narrativ	33
8. 3 Identitet	33
8. 3.1 Identitet och dess koppling till narrativet	33
8. 3. 2 Identitet: in-grupp, ut-grupp eller finns de ett tredje alternativ	34
8. 3. 3 Vem använder identitet	34
8. 3. 4 Vilka typer av identiteter kan användas	35
8. 3. 5 Identitet och kommunikationens roll	37
<b>9 Sammanfattning och Slutsats</b>	<b>39</b>
<b>Litteratur/Referenser</b>	<b>41</b>

## 1 Inledning

I det moderna samhället gör massmedier att krig både utspelas med militära och mediala medel. Mediekriget pågår på andra arenor än vad de väpnade konfrontationerna gör, men resulterar i ett förhållande mellan krig och medier. I dagens krig försöker man påverka och kontrollera massmedia, men man har en global publik. Genom olika propagandastrategier försöker militären att styra och påverka allmänhetens tillgång på information och verklighetsbilder som förmedlas och vinna opinionen samt försvaga motståndaren (Nohrstedt et al 2002). Ett annat sätt att använda sig av media är att kalla en militär intervention "humanitär intervention" (Nohrstedt et al 2002). Detta är ett sätt att försöka ändra narrativet och framställa sig själv på ett annat sätt. Narrativ är att berätta en historia. Narrativet skapar både inre sammanhållning i en grupp, förklara deras kamp och kan rekrytera nya medlemmar. Narrativet är således användbart både för motståndsgrupper så väl som militären. Narrativ är ett populärt ord inom forskning och kan vara bestående över lång tid, även om historien blir utforskad och spridd är det ett narrativ som är dominerande. Skälet till att ett narrativ blir dominerande är oftast att andra narrativ inte får företräde, de ignoreras till exempel för att vi inte identifierar oss med detta narrativ. Det narrativ som vi kan identifiera oss med blir accepterat och blir det dominerande narrativet.

I dag är NATO aktiv i Afghanistan, Kosovo och som stöd till Afrikanska unionen. Motståndaren på dessa platser är dock oftast motståndsgrupper och inte någon stat som attackerar ett NATO land. Även om anledningen till att gå med i NATO är rädslan för Ryssland, så kanske inte ett krig med Ryssland är det första krig som Sverige kommer delta i. Många av dagens krig handlar inte bara om nationer som slåss mot nationer. Sedan slutet av andra världskriget har många krig handlat om motståndsgrupper som slåss mot regeringar (Karp 2010: 5ff). Kriget i Latinamerika har till stora delar handlat om inbördeskrig mot en motståndsgrupp. De två stora kriget i nuläget: Inbördeskrigen i Ukraina och Syrien, handlar om regeringar mot motståndsgrupper. I Afghanistan och Irak handlar inte bara om en regering som slåss mot en motståndsgrupp, det finns också inblandning från andra länder som USA och NATO. Nästa gång som NATO kommer vara inblandad i ett krig kommer detta antagligen att vara ett krig mot en motståndsgrupp och detta gör att motståndsgrupper är av speciellt intresse.

Att besegra en motståndsgrupp skiljer sig från konventionell krigföring med en armé mot en annan armé, det gäller att dela på folket och motståndsgruppen. Att ha folket på sin sida är i grund och botten det viktigaste för en motståndsgrupp, utan den kommer de att förlora. Men det krävs också någon typ av kommunikation mellan motståndsgrupp och folket. Kommunikation är grunden till all social interaktion och är överföring av ett budskap till en mottagare och resulterar i förståelse. Kommunikation är grundförutsättningen för all social aktivitet. Kommunikation innebär också att definiera sin egen identitet och identifiera sig med andra. Det NATO vill förhindra och det som motståndsgruppen vill göra är: en revolution. Kommunikation krävs för att sprida en gemensam identitet, som i sin tur skapar en sammanhållning som kan göra att en revolution blir framgångsrik. Om en motståndsgrupp inte kan kommunicera med folk med liknande identitet, kommer chansen att underbygga en lyckad revolution inte att lyckas. Motståndsgruppens behov av kommunikation är således viktigt. Massmedier är en kommunikationskanal som når många människor och väldigt snabbt. Massmedier kan få folk med gemensam identitet att sluta sig samman. Massmedia utgör en ny typ av slagfält för parterna i ett krig, där det finns en global publik att vinna över på sin sida (de Franco 2010: 30). På denna plats finns det en dygnet runt närvaro och detta är en plats där den svagare parten kan använda sig av en sofistikerad media-strategi och tvinga motståndaren till en konfrontation (de Franco 2010: 35). Massmedia har en stor betydelse för att få och behålla folkets stöd och således kan massmedier vara av stort intresse för både NATO och motståndsgrupper.

Propaganda handlar om att påverka mottagaren för att uppnå avsändarens syfte, det handlar om

olika målgrupper. Propaganda i en krigssituation handlar också om polarisering i gott och ont, man vill splittra motståndarsidan och ena den egna sidan, bland annat genom att misskreditera motståndaren. Narrativ handlar om att berätta sin historia för de som vill lyssna, om att förklara sig. Narrativ kan avse såväl ett minne, som en återgivning av ett händelseförlopp eller ett historiskt förlopp. Om man sätter in sig själv eller andra i ett händelseförlopp förstår man sig själv och andra i ett sammanhang, vilket bland annat kan vara en utvecklingsprocess eller en förändring (www.psykologiguiden.se). Narrativ kan vara centralt för att locka till sig medlemmar till en grupp. Både narrativ och propaganda kan skapa in-grupp och ut-grupp vilket handlar om att in-gruppen är den egna gruppen: ett vi. Mot denna har vi stor förståelse och tolerans. Utgruppen är en annan grupp med människor som inte tillhör in-gruppen och vars misstag inte tolereras på samma sätt som vi gör med de i in-gruppen (Granér 1991: 88f).

## 2 Syfte

Tidigare forskning pekar på att kommunikation och identitet, propaganda och narrativ är delar av hur ett krig ska vinnas eller om det förloras. En studie av NATO, identitet, kommunikation, propaganda och narrativ i en krigssituation mot fientliga motståndsgupper, vilket är den vanligaste motståndaren för en arme nuförtiden, är således av intresse om man summerar allt ovanstående. Denna studie handlar om kommunikation mellan militär och befolkning samt mellan motståndsgrupp och befolkning.

- Syftet är att beskriva NATOs militärstrategi/policy angående kommunikation mellan NATO, befolkning och väpnade fientliga motståndsgupper i främmande land.

## 3 Frågeställning

- Vilken funktion har propaganda för NATOs arbete mot väpnade motståndsgupper i främmande land?
- Vilken funktion har narrativ för NATOs arbete mot väpnade motståndsgupper i främmande land?
- Vilken funktion har identitet för NATOs arbete mot väpnade motståndsgupper i främmande land?

## 4 Bakgrund

### Motståndsgruppen

En motståndsgrupp är en grupp för underjordiskt motstånd mot en främmande ockupationsmakt (Åström 2011: 203). Det är vanligare med gerillakrig (motståndsgupper) efter andra världskriget (Buzan 1987: 44), men gerillakrig/motståndsgupper har en längre historia än så. Ordet "Guerrilla" betyder det lilla kriget (Ehnmark 1968: 5) och termen blev populariserat under början av 1800-talet genom det spanska motståndet mot Napoleons franska armé. Dessa motståndsgupper lyckades tillfoga fransmännen ett nederlag trots att det franska armén var dåtidens mest fruktade armé. Motståndsgupper var rörliga och hade möjligheten att försvinna från stridsplatsen och in bland folket (Ehnmark 1968: 5). Att ha folket på sin sida är i grund och botten det viktigaste för en motståndsgrupp, utan den kommer de att förlora. Folket kan bli påverkat av motståndsgruppen, men det är också så att motståndsgruppen kan bli påverkad eller anpassa sig till folket i vissa fall. Exempelvis radikaliserades Fidel Castro av de kubanska bönder som de vände sig till först under revolutionen på 1950-talet (Ehnmark 1968: 10).

Motståndsgruppena samarbetet med folket kom att kallas "folkets krig" och förändrade krigsföringen vilket Mao Tse-tung bevisade under 1900-talet (Nagl 2005: 19). Maos krig mot det invaderande Japan under 1930-till 1945 ändrade det kinesiska folkets inställning, från att bara vara lokalt boende i en provins och intresserad av lokala händelser, till att ha en identitet som kines och



att tillhöra hela den kinesiska nationen (Nagl 2005: 21). Att skapa en samhörighet med befolkningen gör att motståndgruppen blir en ”folkarmé”, det blir folkets krig (Nagl 2005: 22).

Den traditionella krigföringen mellan två olika arméer har minskat under 1900- och 2000-talet och innebär att det idag utkämpas krig mellan reguljära arméer/militären å ena sidan och motståndsgupper på andra sidan, till skillnad från tidigare tiders krig (Aggestam och Höglund 2012: 78). Förändringarna som har skett innebär också att det idag finns olika motståndsgupper som kan samarbeta, bilda allianser eller genomföra gemensamma aktioner om de har gemensamma mål, religion eller ideologier (Aggestam och Höglund 2012: 78). Nutidens motståndsgupper lånar metoder både från nutid och dåtid, motståndsgupper är i dag inte beroende av territorium utan binder snarare befolkningen till sig genom att anspeka på identitet, etnicitet och/eller religion (Aggestam och Höglund 2012: 79).

När det kommer till att bekämpa motståndsgupper försöker militären bland annat att separera befolkningen från motståndgruppen. Detta brukar inte vara särskilt framgångsrikt eftersom det har negativ humanitär påverkan på befolkningen och gör exempelvis en främmande militär impopulär (Aggestam och Höglund 2012: 79). Det har skett förändringar efter andra världskriget, en stor förändring är globalisering som har gjort att bland annat massmedia har fått en större spridning. Användningen av massmedier är ett också ett viktigt vapen för motståndsgupperna (Nagl 2005: 24). Massmedier har förmågan att komma nära även de mest avlägsna konflikter och sända bilder och ljud till både landets egen befolkning (Nagl 2005: 24) som exempelvis Irak, men också till befolkning i det lands som ingriper, exempelvis USA.

En annan förändring är att den nationell identitet inte längre är den enda som existerar eller ses som primär i vår globala värld (Scholte 2005: 231). Exempelvis kan en människa vara afghan, men också/eller pashton, taliban, muslim. Ett annat exempel är att Irans andlige ledare, Ayatollah Khomeini, deklarerade att han inte kände några speciella känslor av att vara tillbaka i sitt hemland efter en lång exil, utan att hans hemland var Islam (Scholte 2005: 244). Religion har en stor betydelse som identitet när det gäller identitet som inte är knuten till en stat (Scholte 2005: 244f). Olika religiösa grupper har använt global kommunikation med stor framgång för att främja och bevara sin religiösa kamp (Scholte 2005: 81). Den globala kommunikationen i form av bland annat satellit-TV har skapat möjlighet för kristna evangelister och andra religiösa att sprida sitt budskap genom globala predikningar (Scholte 2005: 245). De religiösa rörelserna har blivit icke-statliga rörelser för att skydda sina specifika kulturella identiteter, speciellt i de fall där västvärlden och amerikanisering ses som ett hot (Scholte 2005: 245).

Den iranska revolutionen 1979 fick större uppmärksamhet över hela världen och på ett snabbare sätt än något annat muslimskt religiös rörelse tack vare den globala kommunikationen (Scholte 2005: 245). Om massmedia inte är närvarande kan detta också påverka om en revolution lyckas eller ej. Television var inte närvarande i någon större omfattning i den misslyckade motståndskampen i Malaysia under 1950-talet (Nagl 2005: 94) men de var närvarande i den lyckade motståndskampen i Vietnam under 1970-talet. Med global kommunikation kan människor ha starkare band till de som har samma identitet som de själva över hela världen, än dem som de bor granne med (Scholte 2005: 309).

I dagens värld innebär det att om en invaderande armé vill besegra ett annat lands armé inkluderar detta att besegra folket också, eller åtminstone få dem att inte stödja motståndsgupper (Nagl 2005: 25). Att besegra en motståndsgupp skiljer sig från konventionell krigföring (armé mot armé), det gäller att dela på folket och motståndgruppen (Nagl 2005: 28). Militären måste lära sig de sociologiska faktorerna och inte bara politiska och militära faktorer när det gäller krig (Nagl 2005: 141) för att vinna mot en motståndsrörelse.

## **Kommunikation och media**

Att ha folket på sin sida är i grund och botten det viktigaste för en motståndsgrupp, utan den kommer de att förlora. Men det krävs också någon typ av kommunikation mellan dessa. Kommunikation är överföring av ett budskap till en mottagare (Jowett and O'Donnell 1992: 18) och kommunikation är grundförutsättningen för all social aktivitet enligt exempelvis Norman Fairclough (Fairclough 2006: 58). Charles Taylor vidareutvecklar denna position och lägger till identitet. Genom kommunikation i olika former kan vi definiera och förstå den identitet vi och andra har (Taylor 1989: 32). Kommunikation handlar mer om en process snarare än om ett tillstånd, vilket innebär att det är något som pågår hela tiden och kan avbrytas antingen frivilligt eller ofrivilligt. Kommunikation är också något som äger rum mellan flera människor och knyter dem samman och skapar identifikation mellan dem genom någon slags innehåll. Detta innehåll är det som görs gemensamt, det är identitetsskapande (Jansson 2009: 15). Medier har en avgörande roll i identitetsskapandet och i processen av engagemang och känslan av tillhörighet i gemenskaper (Berglez och Olausson 2009: 139).

När det gäller massmedier och samhället kan de ha ett dialektiskt förhållande, dels har massmedierna en förmåga att påverka olika förhållanden och dels att är de medskapande i processer i samhället (Berglez och Olausson 2009: 11). Massmedia kan fungera som aktör eller utgöra en arena (Hadenius och Weibull 2007: 36). I krigssituationer kan massmedia fungera både som aktörer och utgör en arena (de Franco 2010: 30). Massmedia som arena innebär att både NATO och motståndsgupper är närvarande på arenan som aktörer och kan försöka forma folks syn på en konflikt. Massmedia som arena innebär således att massmediet i sig inte har en aktiv roll i att påverka folket/publiken. Massmedia som aktör kan handla om journalistens roll: framför journalisten en objektiv förmedling av händelser eller gynnas en av parterna (har journalisten en opartiskhet roll eller ej). Journalister som följer med en av parterna i kriget, exempelvis militären, kallas inbäddade journalister. Vad de inbäddade journalisterna förmedlar kan vara problematiskt, att vara närvarande behöver inte bidra till förståelse av vad som faktiskt sker (Hadenius och Weibull 2007: 382). Massmedia utgör en ny typ av slagfält för parterna i ett krig, där det finns en global publik att vinna över på sin sida (de Franco 2010: 30). På denna plats finns det en dygnet runt närvaro och detta är en plats där den svagare parten (militärt sätt) kan använda sig av en sofistikerad media-strategi och tvinga motståndaren till en konfrontation (de Franco 2010: 35)

### **”Vem är” NATO**

NATO var från början avsedd för gemensamt försvar mot Ryssland (Bonnier 1989: 289). Försvarsalliansen Nato har principen att en attack mot en eller flera medlemmar betraktas som en attack mot alla. Detta är principen om kollektivt försvar. Natos huvudsakliga syfte är att värna om friheten och säkerheten för sina medlemmar genom både politiska och militära medel. Politiskt ska Nato främja demokratiska värderingar och uppmuntra samråd och samarbete i försvars- och säkerhetsfrågor för att bygga upp förtroende som i förlängningen ska förebygga konflikter. Militärt ska Nato åstadkomma en fredlig lösning av konflikter. Om de diplomatiska ansträngningarna skulle misslyckas, har Nato den militära kapacitet som krävs och kan utföras av enbart NATO eller i samarbete med andra länder och/eller internationella organisationer (<http://www.nato.int/>).

De nuvarande operationerna som NATO utför är: i Afghanistan, Kosovo, anti-piratverksamhet utanför bland annat Somalias kust, övervakning av Medelhavet och stöd till Afrikanska unionen (<http://www.nato.int/>).

## **5 Tidigare forskning**

### **5.1 Medier och terrorism**

Medier är av ett stort intresse, exempelvis startades de första tidningarna för att de krigförande makterna under 30-åriga kriget på 1600-talet skulle få ut sin version av kriget. Intresset från stat och militär har fortsatt och under 1980-talet visade Storbritannien och USA att kontroll över media var

nästan lika viktigt som kontrollen över de egna trupperna enligt Hadenius och (Weibull 1989: 225)

En annan sida av krig och media är användningen av terrorattacker. Terrorism på TV blev till en central fråga på slutet av 1960-talet (Andén-Papadopoulos och Höijer 1996: 167). Politiker och säkerhetsorgan i västvärlden har definierat hur terrorism ska förstås och vilken roll media bör ha i rapportering av terrorism. Vem som är terrorist och vem som är frihetskämpe kan vara beroende av vilken sida som folk stöder. Motståndsgrepp kan definieras som något av dessa begrepp och följaktligen är deras användning av media av intresse. Våld och terrorism sker ofta med avsikten att använda sig av media och skapa en interaktion mellan media och terrorister (McQuail 1994: 345f). Det finns ofta politiska avsikter bakom, terrorister hoppas att få uppmärksamhet för sin sak eller att skapa rädsla för att sätta press på en regering. Våldsamheter har ett stort nyhetsvärde och media rapporterar våldshändelserna (McQuail 1994: 345f). Publiceringen i media kan framställas som en hjälp för regeringens sida eller terroristerna, det finns dock ingen samsyn inom forskningen om vilken sida som har övertaget. Vissa forskare hävdar att mediabevakningen av våldshändelser uppmuntrar terrorism, medan andra forskare ser det som ett hot mot medias frihet att inte bevaka dessa händelser (McQuail 1994: 345f). För att besegra sin motståndare använder militären sig bland annat av psykologiska operationer mot terrorister. De psykologiska operationerna innebär bland annat att man försöker forma den allmänna opinionen genom att använda medierna (Andén-Papadopoulos och Höijer 1996: 168). Psykologiska operationer är i stort sett en synonym för propaganda (Chow 2008).

## 5.2 Narrativ

Stig Arne Nohrstedt, Birgitta Höijer och Rune Ottosens rapport för Styrelsen för Psykologiskt försvar visar att brittiska, norska och svenska nyhetsmedier är präglade av NATO under Kosovokonflikten 1999. I NATOs narrativ framställs de själva i positiva ordalag och nyhetsmedia fick motståndaren att framstå som den skyldige och spred denna bild. Bland annat kallade NATO sina flygattacker (militär intervention) mot serberna för en "humanitär intervention" som skulle stoppa "etnisk rensning". När samma bomber drabbade den serbiska civilbefolkningen var det "*oavsiktliga biverkningar*" (Nohrstedt et al 2002) och rena olyckshändelser. Under konflikten framförde massmedia NATOs narrativa framställning av händelser i större utsträckning än från den serbiska sidan (Nohrstedt et al 2002), NATO fick det dominerande narrativet. Serbien förlorade också konflikten till slut. Följaktligen kan kommunikation vara av vikt, får man inte fram sitt narrativ så har motståndarsidan lättare att vinna media-kriget. Narrativet är ett sätt att förklara sig själv för hela den egna sidan eller alla, vilket kan skapa en in-grupp. De som inte har denna identitet och är motståndare, blir fienden och är ut-grupp. In-grupp och ut-grupp handlar om att in-gruppen är den egna gruppen: ett vi. Mot denna har vi stor förståelse och tolerans. Utgruppen är en annan grupp med människor som inte tillhör in-gruppen och vars misstag inte tolereras på samma sätt som vi gör med de i in-gruppen (Granér 1991: 88f).

## 5.3 Revolution

Det som NATO vill förhindra och vad som det är som motståndsgruppen vill göra är: en revolution. För att folk ska samarbeta under en revolution krävs det att man delar identitet för att kunna samla en stor del av folket. Men det krävs också kommunikation: "*By communicating, they strengthen both their group identity and a sense of trust*" (Tännsjö 2007). Kommunikation krävs för att sprida en gemensam identitet, som i sin tur skapar en sammanhållning som kan göra att en revolution blir möjlig. Om kommunikationen hindras, hindras också en lyckad revolt.

Tännsjö lyfter också fram att en händelse som ger intryck av effektivitet kan behövas för att påverka folket att agera på den kollektiva identiteten (Tännsjö 2007). Historiska exempel är stormningen av Bastiljen under franska revolutionen 1798, stormningen av vinterpalatset under ryska revolutionen 1917 och attacken mot Moncado barackerna under den kubanska revolutionen (Tännsjö 2007). Även Tet-offensiven under Vietnamkriget skulle kunna räknas till dessa. När

Bastiljen stormades var det en attack i hjärtat av Paris (Le Bon 1996: 72) och folket fick se att gruppen var effektiv nog att göra detta. Den gemensamma identiteten och den lyckade stormningen fick folket att delta i revolutionen efter detta (McAdams et al 2001: 55ff). Det Bastiljen, Moncado, vinterpalatset och Tet-offensiven har gemensamt är att de utförs mot symboliska mål snarare än mål som är av strategiskt värde. I dagens krig är massmedia i stort sätt alltid närvarande på de platser som kan vara av betydelse, både på symboliskt och ett annat sätt. Massmedier når många människor och väldigt snabbt, vilket kan göra att media är ett medel för framgång för den som utför attackerna.

#### **5. 4 Socialpsykologi**

Jag har tidigare gjort en kandidatuppsats i socialpsykologi som gäller den amerikanska militären och väpnade motståndsgupper (Bergstrand 2013). Slutsatsen i denna är bland annat att kommunikation påverkar ledaren och motståndsgruppens förmåga att få fram sitt budskap och få folkets stöd. Om ledaren och motståndsgruppen blir isolerade kommer de inte att få folkets stöd. En annan slutsats är att kollektiva identiteter, som exempelvis religiösa eller samhälleliga är svåra att handskas med för militären. Denna studie är således en fortsättning på min tidigare forskning om identitet och kommunikation men denna gång så gäller det NATO.

Tidigare forskning tar således upp propaganda, narrativ, identitet och kommunikation. Tidigare forskning visar på att NATO har en koppling till narrativet, men visar inte NATOs policy när det gäller narrativ, media, terrorism och propaganda etc. Denna undersökning kan förhoppningsvis utröna NATOs policy när det gäller både narrativ, propaganda, och identitet. Jag vill undersöka hur NATO förhåller sig till propaganda och exempelvis terrorns betydelse, narrativet och exempelvis journalisters betydelse samt identitetens och exempelvis religionens betydelse.

### **6 Teoretiska perspektiv**

#### **Propaganda**

En definition av propaganda är enligt Nohrstedt, Höijer och Ottosen: ”*propaganda bör förstås som avsiktliga och systematiska försök att forma intryck, manipulera uppfattningar och styra beteenden för att uppnå en respons som uppfyller propagandistens önskade syfte*” (Nohrstedt et al 2002).

Propaganda i den betydelsen att det är organiserade försök att påverka människors tankar och agerande i enlighet med något syfte har varit regel snarare än undantag i mediernas historia (Petersson 2010: 100). Massmedia är oftast det enda praktiska sättet att sända propaganda snabbt och effektivt för att påverka opinionen (McQuil 1994: 382).

Det är inte förrän första världskriget som krig, massmedia och propaganda binds samman. Under första världskriget kom moralen att bli av högsta intresse, inte bara stridsmoralen hos de egna trupperna utan också folkets vilja att stödja kriget. Motståndarsidan beskrevs i stereotypa termer och som barbariska för att rättfärdiga de egna aktionerna (Welch 2014: 6). Ett problem med denna tidens propaganda var att de egentliga förhållandena vid fronten avslöjades efter krigets slut och skillnaden mellan propagandan och de faktiska förhållandena skapade misstro hos folket.

Propaganda fick därmed det negativa rykte som det har idag där det mest förknippas med undanhållande av fakta och spridandet av lögn (Welch 2014: 6). Till skillnad från propagandan i första världskriget handlar dagens propaganda om att skapa trovärdighet. För att få någon typ av framgång beror på om avsändaren är trovärdig för publiken (Nohrstedt et al 2002).

Psykologiska operationerna (Psy Ops), som militären använder sig av, har till avsikt att påverka befolkningen. De psykologiska operationerna är till för att förändra värden, handlingssätt och förhållningssätt. Militären försöker att influera grupper och befolkningar för att uppnå sitt eget mål och denna påverkan är i stort sett samma sak som propaganda. Psy ops fungerar i stora drag som propaganda. Båda begreppen handlar om att påverka befolkningen (Clow 2008).

Generellt sett finns det olika kanaler för att nå ut med Psy ops/propagandan till befolkningen,

exempelvis: affischer, ”button/pins”, dekal, ansikte mot ansikte, graffiti, reklamappar (leaflet), högtalare, brev, tidningar, pamfletter och posters (Petersson 2010: 71). Viktig massmedierad kommunikation för att vinna opinionen är internet, TV och radio (Petersson 2010: 66ff). Samtidigt som dessa medium är viktiga för militären är de också viktiga för motståndare. För att bekämpa motståndare så försöker militären avbryta, störa, hindra eller stänga av och/eller reducera motståndarens informationsflöde, kommunikation och motståndsvilja (Petersson 2010: 67). Skillnad mellan propaganda och psy ops är troligen att propaganda inte har det direkta målet att stänga av och hindra motståndaren från att kommunicera.

Propagandans kännetecken, i en krigssituation, är att den har en polariserad beskrivning i gott eller ont, rätt eller fel. Genom att beskriva motståndaren i negativa termer vill avsändaren ta bort stödet för motståndaren och vinna sympati för den egna sidan (Nohrstedt et al 2002). Psy ops försöker också anspela och förstärka ett vi och dem tänkande (Petersson 2010: 70). Vi och dem ska skapa en in-grupp och en ut-grupp, militären och befolkningen bildar in-grupp medan motståndaren blir utgruppen. Propagandan har alltid ett syfte med det budskap som sprids. De som står bakom propagandan kan vilja nå ut till exempelvis en speciell grupp, de egna trupperna, fienden eller ett motståndarlands innevånare. Med ökad kännedom om målgruppen kan man skraddarsy budskap (Petersson 2010: 21f). Syftet med Psy ops är att bland annat minska befolkningens inblandning i militära operationer, underlätta att de egna trupperna accepteras på ockuperat område (intervenera i andra länder) och bedriva motpropaganda (Petersson 2010: 69). Målgruppen för krigspropaganda är ofta 1. den egna befolkningen och soldaterna 2. försvaga motståndarens hemmafront och försvaga deras stridsmoral, bland annat genom att försöka splittra motståndarsidan 3. allierade och neutrala stater som ska vinnas över (Nohrstedt et al 2002). I dagens globaliserade värld är det dock svårt att avgränsa sitt budskap till bara en av parterna. Problemet är att budskap som kan fungera i västvärlden, kanske inte fungerar på samma sätt hos mottagare som har andra kulturella, religiösa eller etniska identiteter (Nohrstedt et al 2002). Propagandans verkan är svår att besvara när det gäller krig (Petersson 2010: 23, 62f).

### **Narrativ**

Propaganda handlar om målgrupper och att misskreditera, det handlar om att både splittra och ena. Narrativ är att berätta en historia (Webster 1996: 665), det har en stark anknytning till identiteten och är inte målgruppsanpassat på det sätt som propaganda är. **Narrativ** kan avse såväl ett minne, som en återgivning av ett händelseförlopp eller ett historiskt förlopp. Om man sätter in sig själv eller andra i ett händelseförlopp förstår man sig själv och/eller andra i ett sammanhang, vilket bland annat kan vara en utvecklingsprocess eller en förändring ([www.psykologiguiden.se](http://www.psykologiguiden.se)). Narrativet skapar både inre sammanhållning i en grupp, förklara deras kamp och kan rekryterar nya medlemmar (Welch 2014: 217). Narrativet skapar en känsla av gemensam identitet, en delad bakgrund och är centralt för den kollektiva identiteten. Denna definition av narrativ liknar också en svensk definitionen där narrativet kan ses som "*en pågående konstruktion av historia, kultur och själv*" (Johansson 2005: 223). Det betyder också att det som människor upplever inte nödvändigtvis behöver vara en faktisk händelse, det kan också vara hur de upplever en situation. Narrativ är sociala konstruktioner som binds ihop i en historia. Ett narrativ är centralt för att representera en kollektiv identitet, men det behöver inte vara en redogörelse om hur det faktiskt är (Johansson 2005: 223). Narrativet har koppling till ens identitet och speciellt i krigssituationer: "*personal biographies (narrativ).is a process by which they normalize the war experience into their lives*" (Josselson 1996: 232) "*army service is a dominant and significant part of their ...social identity*" (Josselson 1996: 242). Narrativet har således starka kopplingar till identiteten, både den personliga identiteten och identiteten kopplat till gruppen.

Narrativ kan vara bestående över väldigt lång tid, även om historien blir utforskad och spridd är det ett narrativ som är dominerande. Vi i den västerländska kulturen ser kriget mellan det antika Grekland och Persien som ett krig där perserna är den som anfaller och är boven i dramat. Historien

visar att både Grekland *och* Persien är både försvarare *och* anfallare fast vid olika tillfällen. Alexander den store, som kan räknas till det antika Grekland, invaderade och ockuperade Persien under en lång tid, men ändå är det antika grekiska narrativet som offer som är det dominerande. Guldkriget 1990 blev genom västmedia (CNN) ständiga sändningar, där CNN och den amerikanska militären delade samma narrativ, ett krig där USAs narrativ blev det dominerande (Andén-Papadopoulos och Höjjer 1996: 158). När det gäller narrativ är frågan vems kunskap som förmedlas, massmedia har gjort att narrativet inte längre går att kontrollera på samma sätt som förut. Enligt Welch hade regeringen/militären kontroll över narrativet förut, men inte i samma utsträckning nuförtiden (Welch 2014: 14). Å andra sidan finns det likriktning i medierna, samma narrativ förmedlas om och om igen. Om man har ett dominerande narrativ, har man följaktligen en större chans att förmedla sin tolkning av händelser.

Att media är viktigt och att massmedia har ändrat förhållandena på dagens krigsskådeplatser kan också förklara att narrativet har blivit viktigt: *it is now common – due to the influence of mass media, scrutinizing publics, demanding governments and technological advances, such as the Internet – for tactical commanders to spend a great amount of time and effort explaining actions on the battlefield to the wider international community.* (Clow 2008). Om man kan dominera narrativet har man också lättare att förklara sina handlingar utan att ständigt bli ifrågasatt.

## Identitet

Människans identitet kan ses som relation till sig själv och andra. Identitet kan ses som något fixerat, ett kulturellt system med gemensamma värderingar och historiskt förflutet (Berglez och Olausson 2009: 140). Den motsatta positionen finns också, identiteten kan ses som fragmenterat, pluralistiskt och att identiteten är inte stabil (Berglez och Olausson 2009: 140). Båda identitetspositionerna har dock en betoning på den sociala aspekten av identiteten, vilket innebär att identiteten är en produkt av kommunikation med andra människor (Berglez och Olausson 2009: 142). Identiteten uppstår inte ur tomma intet för att sedan försvinna, det är snarare så att en potentiell identitet aktualiseras i den specifika situationen vilket inte behöver vara den identitet som är den primära. Exempelvis kan ett fotbolls-EM väcka en nationalistisk identitet till liv för att sedan återgå till en annan identitet efter EM (Berglez och Olausson 2009: 142). Medier har en påverkan på identitetsskapandet, exempelvis ger internet och TV etniska minoriteter en chans att följa händelser i sitt forna hemland vilket kan skapa engagemang och känslan av att tillhörighet (Berglez och Olausson 2009: 141). Medier kan ge upphov till konstruktionen av en global identitetsposition som inte bara är nationell, exempelvis kan medkänsla med lidande människor som skildras i TV, ge upphov till engagemang hos TV-tittare som inte begränsas av nation eller etnisk härkomst (Berglez och Olausson 2009: 147). Detta är två olika identitetspositioner, men med liknande resultat, publiken kan identifiera sig med exempelvis en motståndgruppen och folket. Identiteten kan ses som föränderlig och olika, men kan också vara en kollektiv identitet som många delar fast de sen har olika individuella identiteter (McAdam et al : 55). Men det är också så att vår identitet kan omkonstrueras och vissa delar faller bort men nya kvaliteter införlivas, delvis eller fullständigt (Stier 2003: 95).

En förändring av den kollektiva identitetsuppfattningen kan förändra en lugn situation till en våldsam situation (Sen 2006: 9). En skiftning från att identifiera sig som indier, till en identifiering som hindu, muslim eller sikh resulterar i våldsamma sammandrabbningar som resultat (Sen 2006: 9f). Detta gör att den religiösa identitet är en form av identitet som kan vara mest användbar för en motståndsgrupp. Identitet behöver inte skapas från genuina förhållanden, exempelvis handlar etnicitet och religion inte enbart om vad som går att bevisa (Jannisa 1997: 31). Om man kan skapa en känsla av gemensam identitet kan man också få stöd, känslan av gemensam identitet kan åsidosätta klass och politiska partier etc. (Jannisa 1997: 31). Människans identitet; relation till sig själv och andra, kommuniceras, konstitueras och praktiseras i dagens samhälle till stora delar genom massmedier (Berglez och Olausson 2009: 12).

## 7 Metod

### Forskningsdesign

I min tidigare kandidatuppsats har jag använd följande metod för att undersöka amerikanska militären (Bergstrand 2013). Denna metod är således beprövad men har i detta arbete kompletterats med ett analyschema.

För att analysera vad jag finner i materialet har jag utgått från Janesicks modell: Vem gör något? Mot vem? Var eller i vilken kontext? Varför, men också vad är svårigheten och/eller problem? (Janesick 2007: 11). Det empiriska materialet för denna studie är NATOs militärmanual för bekämpning av fiendliga motståndsgupper. NATOs militärmanual är till för att styra bland annat soldater och befäls normer och handlande i NATOs tjänst. Granskning, bearbetning, tolkning och analys av empirin, är en process som består av ett antal steg. I denna studie har jag använt följande steg (Denscombe 2009: 369ff):

1. Först läser jag militärmanual noggrant för att få en god översikt över den. Jag gör i detta skede också anteckningar om sådant som väcker min uppmärksamhet. I denna fas utgår jag från forskningsfrågorna för att finna samband mellan dessa och manualen.
2. I andra läsningen görs indelningar i teman som jag sedan går igenom i steg tre.
3. Tredje läsningen är mer selektiv, kritiskt granskande läsning och inkluderar preliminära tolkningar.
4. Fjärde läsningen görs för att kontrollera utdrag från manual och mina tolkningar. I detta steg gör jag slutgiltigheten en bearbetning och analys av mina teman.

Detta upplägg kan revideras, men är också repetitivt i sin karaktär där jag kan röra mig fram och tillbaka mellan de olika stegen. Olika beslut kan tas under analysarbetet, exempelvis prioriteringen av vissa delar av data kan visa sig vara viktigare än andra och mer betydelsefull för analysen. Det som bedöms som irrelevant och inte tillför forskningsfrågan några förklaringar utelämnas (Denscombe 2009: 369ff). För att tolka och svara på mina forskningsfrågor kommer jag att använda mig av textanalys. Jag kommer att kolla hur kommunikation, propaganda, identitet och narrativ fungerar.

## Metod

### Textanalys

Textanalys av ett dokument innebär i stort sett att man gör en dokumentanalys, dokumentanalysen är textanalys som begränsar sig till ett dokument som källa (Repstad 1999: 87). Men textanalys som sådant går att använda på olika former av texter. Text kan vara mer än enbart dokument eller skriven text, drömtydning kan anses som en text vars dolda innebörd tolkas av en psykoterapeut (Ödman 2007: 43). En textanalys kan således användas på alla typer av texter, jag har dock valt att begränsa min textanalys till ett dokument. För enkelhetens skull refererar jag till metoden som textanalys eftersom den har en bredare användning än användningen på enbart skriftliga dokument.

Kvalitativ textanalys går ut på att ta fram väsentligt innehåll genom noggrann och upprepad läsning, med andra ord: läsa flera gånger (Esaiasson, Peter et al 2012: 210). Det centrala är att vissa passager i texten anses viktigare än andra och att en del av dem kan vara dolda och kan endast tas fram med intensiv läsning (Esaiasson, Peter et al 2012: 210). Med en systematisk undersökning kan man klargöra tankestrukturer, exempelvis hur statsmakter agerar för att skapa en svensk identitet

(Esaiasson, Peter et al 2012: 211). Man lyfter fram och begripliggör det väsentliga innehållet i den aktuella texten (Esaiasson, Peter et al 2012: 211). Avsikt med en textanalys är att pröva ett empiriskt material. Textanalysen jämför olika delar och avsnitt i dokument för att tydliggöra vad som kan vara motsägelsefullt eller ej, mellan och inom delar av dokumentet. Textanalys handlar inte om språk och meningsbyggnad, målet med textanalys är att tolka och förklara text och språkhandlingar. Det finns likheter med hermeneutiken, man tolkar texter och man letar efter meningen bakom texten (Esaiasson, Peter et al 2012: 223).

Man behöver inte anamma ett helt paket av antagande från en specifik inriktning av textanalytisk metod, man kan låna vissa delar (Esaiasson, Peter et al 2012: 212). Det detta arbete finns likheter med element från diskursanalysen och den kvantitativa textanalysens där ett speciellt element i en diskurs kan spela en speciell roll: nyckelord eller nod (Bergström & Boréus 2012: 367). Diskursanalysens nod och den kvantitativa textanalysens ”nyckelord” påminner om varandra, det är ord som knyter samman innehållet för att man ska göra en analys (Denscombe 2009: 307). Noden fungera som ett nav och runt denna rör sig andra tema, ord och begrepp. Med hjälp av nodens betydelse bestäms mening för de teman, ord och begrepp som omger den (Bergström & Boréus 2012: 367). Man kan identifiera de ord som ger innehåll en viss mening (Esaiasson, Peter et al 2012: 213). En kombination av metoder liknade den ovan, kan exempelvis förklara den officiella doktrinen genom att analysera diplomatiska texter (Esaiasson, Peter et al 2012: 213).

Noden eller noderna har inte varit till fullo på förhand bestämda under arbetets gång, eftersom jag rör mig fram och tillbaka i mina analyssteg har vissa noder tillkomma eller försvinna under arbetets gång. I denna studie är dock den viktigaste noden motståndsgrupp och dess relation till identitet, kommunikation, narrativ och propaganda, eftersom det är de ting som NATO vill påverka. Kommunikation, identitet och narrativ var med från början, propaganda var den del som tillkom under studiens repetitiva process. För att verifiera resultatet och slutsatser krävs tydlighet, läsaren ska kunna bedöma och förstå analys och slutsatser (Esaiasson, Peter et al 2012: 214). Det krävs tydliga beskrivningar för att bedöma och förstå, jag har därför försökt att åstadkomma tydliga beskrivningar i empiridelen.

## **Analysschema**

Analysschemat i detta arbete skiljer sig från analyscheman i kvantitativa studier. I denna studie finns inte några exakta och färdiga kategorier som är uppsatta i ett binärt schema. Det handlar mer om vad som finns, vad som inte finns eller vad som inte påtalas i lika stor omfattning som övriga eventuella typer. Analysschemat utgår från tre huvudteman: Propaganda, Narrativ och Identitet. Detta är en kvalitativ studie som använder ett analyschema som kan förknippas med kvantitativa studier men jag använder inte kvantitativa metoder. Analysschemat är till för att strukturera upp studien och förklara för läsaren hur jag har tänkt. Det är inte till för att vara ett schema som ska följas slaviskt eller bestå av binära kategorier eller typer som kvantitativa scheman. Det är tänkbart att vissa kategorier eller typer i denna studie till viss del har gemensamma drag eller funktioner som inte är heltäckande och ömsesidigt uteslutande som i kvantitativa studier och deras variabelvärden (Esaiasson, Peter et al 2012: 246).

## **Propaganda**

**Propaganda.** Propaganda är avsiktliga och systematiska försök att forma intryck, manipulera uppfattningar och styra beteenden för att uppnå en respons som uppfyller propagandistens önskade syfte.

Vem använder propaganda:

- NATO, använder de propaganda eller någon annat för att påverka krigssituation. Man kan anta att båda parter i ett krig använder liknade medel för att nå framgång.
- Motståndsgruppen, de kan antas använda propaganda eftersom motståndaren ofta beskylls



för detta.

Hur använder man propaganda:

- Splittra. En krigssituation handlar ofta om att förstöra snarare än att bygga upp, gäller detta också här
  - Enande/samla, det motsatta kan vara en möjlighet. Man kan vilja smala så många som möjligt bakom sig för att få en jättearmé för att kunna krossa motståndaren lättare.
  - Både splittrande och enande eller mesta dels den ena funktionen som dominerar. Det behöver inte vara det ena eller det andra, det kan också vara både och eller att ena sidan dominerar något mer än den andra sidan.
- Propagandans kännetecken, i en krigssituation, är att den har en polariserad beskrivning i rätt eller fel, framgår detta i manualen

- **Vilka målgrupper finns**

Vem är Målgrupp?

som kan delas in i exempelvis:

- befolkningen i det ockuperade området
- motståndsgupper/terrorister
- tredje part/stat
- hemmabefolkningen (i NATO-land)
- allmänt /"världsopinionen"
- övrigt

Vilka kan problemen vara med att rikta propaganda till en viss målgrupp.

- **Vilka kanaler används**

De klassiska kanalerna för Psy ops och propaganda som inte är massmedierad:

- affischer
- "button/pins"
- dekal
- ansikte mot ansikte
- reklamlappar (leaflet)
- högtalare
- brev
- tidningar
- pamfletter
- posters

De moderna kanalerna för Psy ops och propaganda som är massmedierad:

- TV
- radio
- internet

Vilka av dessa är dominerande, vilka förekommer, vilka förekommer inte. Vem använder vilka kanaler. Har NATO ett försprång. Har motståndgruppen en fördel eftersom de är lokala och kan vända sig till alla och använda alla kanaler.

- **Hur förhåller man sig till mediabevakningen**

Kanalen är ett mellanled, detta mellanled är något som NATO och motståndgruppen själva producerar. Massmöten kan ses som direkt mottagning av meddelandet utan mellanled. Hur fungerar massmöten för att sprida propaganda. För att ett budskap ska kunna nå en större

publik behövs det ett medium som överför budskapet. Mediebevakning skulle kunna vara ett sätt att få ett budskap medierätt, hur förhåller sig manualen till detta.

- **Hur ser manualen på terrorattacker.**

- Har terrorism och propaganda någon koppling, terrordåd skulle också kunna vara ett sätt att få ut ett budskap. Vilken syn har NATO på detta. Vilken fördel har motståndgruppen eftersom det är de som utför de så kallade terrorhandlingarna.

## Narrativ

**Narrativ.** Narrativ är att berätta. Om man sätter in sig själv eller andra i ett händelseförlopp förstår man sig själv och/eller andra i ett sammanhang.

- **Hur fungerar narrativet**

- Propaganda använd bland annat som attack, gäller detta också narrativet.
- Är narrativet till för att ena.
- Är narrativet till för att berätta sin egen version.

Kan narrativ ha någon annan funktion

- **Vilken funktion kan media ha**

- De mesta budskap behöver förmedlas för att nå människor, vilken koppling finns mellan media och narrativ.

- **Fungerar journalisten som**

- Aktör, är journalister en aktiv part i kriget, en potentiell tredje part.
- Arenan, är journalister en del av arenan och förmedlar vad parterna vill ha sagt

- **Hur bekämpar man Narrativ**

- Om narrativet är av vikt för motståndgruppen borde också vara viktigt för NATO, åtminstone för att på något sätt kontra det. Hur bekämpar man narrativet

## Identitet

**Identitet.** Identitet kan ses som relation till sig själv och andra

- **Vilken funktion har narrativ**

- Vilken koppling finns mellan narrativet och identiteten. Har identiteten någon koppling och i så fall vilken.

Vilken funktion har identitet

- Kan identiteten används för att binda samman olika grupper.
- Kan identiteten används för att skilja grupper åt.

- **Finns det ett tredje alternativ**

- Mycket handlar om in-grupp och ut-grupp och är de grupper som brukar omtalas mest, men finns det en tredje grupp. In-grupp och ut-grupp handlar om att in-gruppen är den egna gruppen som vi har stor förståelse och tolerans till. Utgruppen är en annan grupp med människor som inte tillhör in-gruppen och vars misstag inte tolereras på samma sätt som vi gör med de i in-gruppen (Granér 1991: 88f).

- **Vem använder sig av identitet**

- Använder sig NATO av identiteten för att få befolkningen på sin sida
- Använder sig Motståndgruppen av identiteten för att få befolkningen på sin sida

- Hur sker detta
- **Vilka typer av identiteter används**  
 Det finns många olika identiteter som exempelvis:
  - religiös
  - etnisk
  - kultur
  - klan
  - stam
  - nationalism
  - klass
  - politisk
  - andra
 Vilka används av motståndgruppen, vilka används inte? Finns det någon identitet som dominerar? Är de alla lika starka eller är det någon identitet som har något mer genomslag än de andra?
- **Vilken funktion har kommunikation**
  - Om man har en gemensam identiteten med någon annan behövs det då kommunikation för att förs samman? Har kommunikation någon roll att spela för en eventuell framgång för motståndgruppen? Hur gör NATO för att förhindra detta?

### **Avgränsning, Generaliserbarhet och Validitet**

Denna studie avgränsar sig till NATO och deras kamp mot fientliga motståndsgupper i en krigssituation i främmande icke-NATO land. Det empiriska materialet för denna studie är NATOs manual för soldater och militärförband för bekämpning av fientliga motståndsgupper. Manual heter; *NATO ALLIED JOINT DOCTRINE FOR COUNTERINSURGENCY (COIN) – AJP-3.4.4 FEBRUARY 2011* och är på 156 sidor. Manualen är ett dokument och före man använder ett dokument måste man säkerställa om källan är äkta och vem dokumentet är orienterad mot i form av mottagare och avsändare (Holme och Solvang 1997: 138). Vem dokument är orienterad emot i form av mottagare och avsändare fastställs genom att den är avsedd för alla som tjänstgörande i NATO och att NATO är avsändare (AJP-3.4.4: 15).

Manualen är verifierad som äkta av Magnus Petersson på Norwegian Institute for Defence Studies som är en del av norska försvaret. Eftersom Norge är medlem i NATO har Norges försvarshögskola också tillgång till manualen. Sverige har en delegat i NATO, men eftersom Sverige inte är medlem i Nato kan vi inte få del av denna information (nato-delegationen.bryssel@gov.se). Den hemsida som jag har hämtat manualen från, [www.publicintelligence.net](http://www.publicintelligence.net) används också som källa av både regeringsorgan och universitet (<https://publicintelligence.net/in-the-press/>). Det är inte så mycket av NATOs policy som är öppet tillgänglig. I manualen finns det en del ting som inte förtydligas och man kan förmoda att detta är på grund av att det är hemligt. Exempelvis talar inte NATO om exakt *hur* propaganda ska målgruppsanpassas utan snarare *att* det ska målgruppsanpassas. Exakt hur NATO gör, är något som möjligen skulle gå att undersöka efter det att det har NATO har gjort det.

Studien är generaliserbar när det gäller NATO och fientliga motståndsgupper i en krigssituation i främmande, icke-NATO land. Någon annan form av generaliserbarhet hävdar jag inte, men om någon vill fortsätta forska eller att på annat vetenskapligt sätt försöka bredda generaliserbarheten i denna studie kan generaliserbarheten ökas. Denna studie kan således inte generaliseras i sin helhet eller anses att ha någon form av total användbarhet i sin helhet, men det kan finnas mönster eller likheter i vissa delar som vidare forskning kan använda. Det är enbart när det gäller NATO och fientliga motståndsgupper i främmande länder som studien är generaliserbar i sin helhet.

Det kan vara svårt att åstadkomma validitet i kvalitativa studier eftersom det handlar om tolkningar. Tolkning ska visa hur jag har tänkt och ska motiveras genom "tät beskrivning" av empirin. Tät beskrivning betyder tydlig och klar beskrivning av vad empirin betyder och dess koppling till teori (Denzin & Lincoln 1998: 50). För att säkerställa god validiteten måste skälen anges varför tolkningar görs på ett visst sätt istället för ett annat och detta återfinns förhoppningsvis med klarhet i empiridelen. För att läsaren ska kunna skilja på vad som är mina tolkningar och vad som är empiri i denna del så kommer citaten i empirin att var skrivna med kursiv stil.

## 8 Empiri

Empirin är uppdelad i tre olika huvudområden. De tre huvudområdena är samma som mina frågor: vilken funktion har propaganda, narrativ och identitet i kampen mot väpnade, fientliga motståndsgupper i främmande icke-NATO land.

### 8. 1. Propaganda

#### 8. 1. 1 Vem använder propaganda

##### NATO:

Krig innebär att människor skjuter på varandra med vapen och att andra människor skjuter tillbaka med vapen. I manualen beskrivs hur NATO ska bekämpa motståndsgupper med mer än bara vapenmakt. Detta kallas Psy ops (psykologiska operationer) är egentligen ett annat begrepp för propaganda:

*Psychological Operations (PsyOps) are planned psychological activities using methods of communications and other means ... in order to influence perceptions, attitudes and behaviour, affecting the achievement of political and military objectives. ..Conflict is a struggle of wills that takes place in people's minds as well as on the battlefield. (AJP-3.4.4:93)*

NATO vill vinna över befolkningen på sin sida genom att influera bland annat attityder och perception för att uppnå politiska och militära mål och detta ska ske både på och utanför krigsskådeplatsen. Således vill NATO påverka befolkningen för att uppfylla sina egna syften. Manualen tar således inte upp att NATOs använder propaganda, det handlar snarare om att motståndsguppen sägs använda propaganda. Dock har Psy ops och propaganda samma funktion: att påverka mottagaren för att uppfyll avsändarens syfte.

##### Motståndsgrupp:

Dagens motståndsgupper är ingen lätt motståndare att beseгра enligt NATO. Dagens motståndsgupper använder sig av globaliseringen och modern kommunikation, propaganda och terrorism för att påverka den allmänna opinionen. Det viktigaste vid alla tidpunkter under ett krig mot motståndsgupper är dock befolkningens stöd i det egna landet. "Centre of gravity" betyder de viktigaste delarna av någons strategi:

*"The constant feature in all phases of an insurgency is adhering to their strategic COG (centre of gravity) - gaining the support and consent of the population" (AJP-3.4.4: 55)*

Det är åtminstone två olika grupper som kämpar om befolkningens stöd: NATO (regering/militären) mot motståndsgrupp vilka är involverade i ett informationskrig. För att kontra propaganda handlar om att skapa trovärdighet. För att få någon typ av framgång beror på om avsändaren är trovärdig för publiken. Följaktligen handlar det om att skapa trovärdighet och att så långt som möjligt spegla faktiska förhållanden. Att man måste vara sanningsenlig kan också användas för att kontra motståndsgruppens propaganda och vinna över befolkningen på sin sida (NATOs):

*"Insurgent Propaganda. The frequent use of wrong, fake and distorted information by insurgent propaganda can be exploited to undermine the insurgents' credibility and effectiveness, especially when offered with a clear proof of the correct information" (AJP-3.4.4: 60)*

Att framhålla att motståndsgruppens propaganda är falsk genom att kontra med korrekt information är dock inte den mest använda metoden som NATO använder. Propaganda används både av NATO och motståndsgruppen och har mer funktioner än att bara lyfta fram information. Som tidigare

konstaterat är befolkningen viktiga både NATO och motståndgruppen och detta innebär också att propaganda spelar en stor roll i att försöka att få befolkningen på sin sida.

### **Fungerar propaganda samlande eller splittrande**

Propagandan kan ses som både splittrande och enande, man vill bland annat sära på motståndaren och andra grupper och man vill ena den egna sidan. Motståndgruppen kan bland annat använda NATOs militära misstag och misslyckande för att splittra befolkningen och NATO/regeringen i det land de genomför sin operation i. Skälet till detta precis som så mycket annat i manualen är för att vinna folkets stöd:

*”Adversaries and their supporters will exploit military mistakes and failures, no matter how minor, and fill any information gap between military action and supporting statements using propaganda and disinformation to persuade a local population to support their cause while undermining the HN government and military authorities in the area.” (AJP-3.4.4: 34)*

Men motståndgruppen är inte ensam om att använda de olika metoder som propaganda erhåller. Propaganda kan rikta sig mot både parterna och de båda parten kan svara propaganda med att använda propaganda. Det är således inte enbart motståndgruppen som använder propaganda, NATO använder sig av propaganda vilket har några olika syften. Ett av de flera syften är bedriva motpropaganda (Petersson 2010: 69). Enligt manualen så kan följande citat vara en hänvisning till detta:

*”discrediting insurgent propaganda and providing a more compelling alternative” (AJP-3.4.4: 93)*

Man vill kontra motståndsgruppens propaganda med ett annat och mer övertygande (compelling) alternativ. Detta alternativ ska misskreditera motståndgruppen vilket borde betyda att man använder motpropaganda. Det finns inget klart uttalat mål att använda motpropaganda, men man kan anta att propaganda besvaras med motpropaganda. Eftersom det inte förtydligas vad alternativet är eller hur man ska göra är det därför troligt att motpropagandan är ett av de val som finns tillgängligt. Andra syften med propaganda är att minska befolkningens inblandning i militära operationer och underlätta för de egna trupperna att accepteras på ockuperat område. Om propaganda har dessa mål, betyder detta att befolkningen är av vikt på alla sätt och vis. Om befolkningen inte blandar sig i militära operationer och inte stöder motståndgruppen, borde detta betyda att de egna trupperna också accepteras. De två målen har samma gemensamma nämnare: befolkningen och motståndgruppen ska vara skilda åt. I grund och botten är en av de viktigaste målen för både NATO och motståndgruppen är befolkningens stöd. För att förhindra detta vill NATO isolera motståndgruppen genom att, återigen, misskreditera dem:

*“COIN must promote all possible methods to separate insurgents from the population and create divisions within insurgent groups. Several methods can be applied: ...Apply measures to isolate insurgents by discrediting and demoralising them“ (AJP-3.4.4: 68)*

Propagandan i en krigssituation innebär en polariserad beskrivning i rätt eller fel (Petersson 2010: 71) och genom att misskreditera fienden så framställer man den parten som den som har fel. Det kan således anses vara en attack på motparten för att folk inte ska dras till denna part. Genom att beskriva motståndaren i negativa termer vill avsändaren ta bort stödet för motståndaren och vinna sympati för den egna sidan (Nohrstedt et al 2002). Det blir också tydligt att propaganda försöker att anspela på och förstärka ett vi och dem tänkande (Petersson 2010: 70). Vi och dem tänkande ska skapa en in-grupp och en ut-grupp, NATO och befolkningen bildar in-grupp medan motståndaren blir utgruppen. Men propaganda inkluderar också att man mer direkt vill försöka avbryter deras stöd från andra genom att isolera motståndgruppen fysiskt:

*Defeating an insurgency requires NATO forces to sever the insurgents from their support base by isolating them from their resources and the outside environment.* (AJP-3.4.4: 100)

Syftet är att minska befolkningens stöd för motståndgruppen och underlätta för de egna trupperna. Men även kommunikation är viktigt för NATO, men det är också viktigt för motståndgruppen. För att bekämpa motståndgruppen så kan man använda Psy Ops för att försöka att avbryta, störa, hindra eller stänga av och/eller reducera motståndarens kommunikation (Petersson 2010: 67). I följande citat framkommer också skillnaden militär propaganda och ”vardaglig” propaganda som *inte* har med krig att göra, ”vardaglig” propaganda har inte det direkta målet att stänga av och hindra motståndaren från att kommunicera:

*”Like any other adversary, insurgents must communicate. In order to isolate the insurgents, their means of communication must be disrupted. For example, insurgents often use the Internet to communicate and to engage in effective information activities, which NATO forces must effectively detect and disrupt”* (AJP-3.4.4: 68)

NATOs användning av propaganda är till för att isolera motståndgruppen. Detta ska ske genom att stänga av och hindra motståndaren från att kommunicera, isolera dem fysiskt och genom att misskreditera motståndgruppen. På detta sätt så vill man sära på motståndgruppen och befolkningen. Propaganda är i detta hänseende mer till för att splittra motståndaren och skilja denna från befolkningen, än vad det är till för att ena eller samla den egna sidan. Men det kan också finnas olika målgrupper att inrikta sig på för propagandan. Propaganda kan splittra om den riktar sig till motståndarsidan genom att bland annat misskreditera motståndaren och den kan ena den egna sidan om propagandan riktar sig till hemmapubliken. Men propagandan kan se olika ut beroende på vem det inrikta sig på, vem som är målgrupp för propagandan. Det är dock klarare definierat hur de ska splittra motståndaren än vad det finns förklaringar hur de ska ena hemmapublik och andra målgrupper. Även om NATO säger att de inte använder propaganda, så finns det alltså mer delar av propaganda som används av NATO. Därför går frågan vidare till propaganda och olika målgrupper och hur detta ser ut.

## **8. 1. 2 Målgrupp**

### **NATO:**

#### **Motståndare, Befolkning och de som inte har avgjort vem de ska stöda**

Olika målgrupper för krigspropaganda är bland annat motståndaren som ska försvagas, bland annat genom att försöka splittra motståndarsidan och befolkningen. NATOs målgrupp ser ut som följande:

*”The three basic aims of PsyOps are to: A: Weaken the will of the adversary (or potentially adversary) target audiences. B: Reinforce the commitment of friendly target audiences. C: Gain the support and cooperation of uncommitted or undecided audiences.* (AJP-3.4.4: 85)

NATO vill således använda målgruppsanpassad propaganda för att påverka motståndaren, vänligt sinnad publik och få stöd från de som inte har bestämt sig. Detta innefattar de mesta delar av befolkningen som ska påverkas enligt NATOs syfte. Trots att NATO är noga med att de inte sysslar med propaganda, visar denna passage i manualen att NATO är kunnig och verksam när det gäller propaganda. Med ökad kännedom om målgruppen kan man också skraddarsy budskap som Petersson påpekar är en del av Psy ops (Petersson 2010: 21f):

*”The attitudes and behaviour of people (friend, foe and the undecided or uncommitted) may be central to determining the outcome of conflict and the nature of the post-conflict environment. Therefore it is necessary to understand the motivation of various target audiences - leaders, opposing forces, populations - in order to shape their perceptions, affect their will and to persuade them to accept the outcome desired by NATO. PsyOps as a capability constitutes a key information activity of the military engagement in the information domain with regard to local and*

*regional audiences” (AJP-3.4.4: 93)*

Målgrupperna för NATO är oftast folket i det berörda landet och som anses som bland de viktigaste i kampen mot motståndsgupper. Citatet ovan visar också att olika ledare och motståndsgupper i landet är inkluderade i målgruppsanalysen och inte enbart befolkningen i helhet. Ledare som målgrupp är dock uppdelade i olika typer av ledare vilket utforskats vidare i nästa del.

### **Olika ledare**

Att inrikta sig på motståndaren och att försöka påverka folket är något som NATO ständigt återkommer till. Men ledare i olika former är också viktiga för att de har inflytande i samhället som kan bygga på komplexa relationer vilka ibland bygger på traditioner. Dessa ledare har inflytande och kunskap om samhället som kan vara svår att finna för NATO på egen hand. Det finns också ledare inom motståndsguppen. Dessa ledare är också en viktig målgrupp. Dock skiljer sig dessa från andra ledare eftersom de påstås vara viktigast främst för motståndsguppen men också för att de har karisma, dessa ledare kan inspirera och har respekt på ett annat sätt än enbart att det är något de fått genom ett kulturellt arv:

*”Leadership is essential to any insurgent group or movement, especially in instilling and indoctrinating the insurgent ideology in its members. It is easier to disseminate a cause when it is embodied by a leader who can inspire their followers, convert the uncommitted, and command the respect and certainly the fear of those who support the government” (AJP-3.4.4: 52)*

Att påverka en ledare som har respekt och gör intryck på andra är antagligen svårare än vad man kan tro. Generellt borde det vara lättare att påverka någon som inte är engagerad än någon som är engagerad och vurmar för en kamp. En person som är ledare är troligen inte mottaglig för propaganda från motståndaren.

Ett mellanting mellan ledare som är en del av det civila samhället och motståndsgruppens ledare, är religiösa ledare. Dessa religiösa ledare kan ha stort inflytande men kan också vara svåra att påverka eftersom de kan vara avvisande mot modernitet och västvärlden. Det kan vara på grund av att de tycker att västvärldens normer och ideal står i motsats till deras religion:

*”A religious leader may also have as much respect and attention within a community or regional area as the titular leaders. However, it may be necessary to consider carefully the influence of religion in any particular community before being involved too closely with any religious group. Some extremists consider that there should be a rejection of modern lifestyle and the perceived decadence, corruption and promiscuity that can accompany it.” (AJP-3.4.4: 31)*

Om man kan påverka en religiös ledare genom riktad propaganda så kan möjligtvis också hindra eller mildra stridigheter med religiösa förtecken. Att påverka en religiös ledare som hatar kristna skulle troligtvis vara lönlöst för NATO, vare sig man använder ekonomisk medel eller riktad propaganda mot denna person. Utöver ledare finns det ytterligare målgrupper som inte nödvändigtvis måste finnas i det land som NATO intervenerar i, detta undersöks i nästa del.

### **Andra grupper, exempelvis hemmapublik och andra stater**

Men det finns också andra potentiella målgrupper som inte nödvändigtvis behöver vara det direkta målet för riktad propaganda:

*”NATO forces need to be aware of the political environment, and the perceptions of the populations living in these areas, in order to place military actions into a strategic context. An action taken against one state or region may generate reactions in other parts of the world. An awareness of these potential links will also help a commander and his staff to appreciate the implications of*



*military actions throughout their area of interest. Mandate and legitimacy are essential in maintaining Alliance cohesion, because without these two important principles an alliance cannot enjoy the support of the HN and international community, and this will inevitably erode the level of support from respective home populations.” (AJP-3.4.4: 29)*

Politiska misslyckanden i olika former kan påverka befolkning i det ockuperade landet, men det kan också påverka relationen till andra länder. Dessa andra länder kan vara fientliga men inte involverade med det land som NATO är närvarande i. Men det betyder också att de kan bli involverade i landet i fråga om politisk motiv blir involverade. Politik och propaganda behöver inte vara resultatet av dessa andra målgruppers involvering. Politiska lösningar genom diplomatiska relationer kan också uppnås utan påtryckning av propaganda. Opinionsen i NATO-medlemmarnas hemländer kan också vara en målgrupp. Hemmapubliken vill man ena och få på sin sida, bland annat för att kriget i ett annat land ska kunna fortsätta utan motsättningar på hemmaplan.

Totalt sätt visar detta på att NATOs propaganda har ett ganska heltäckande när det gäller målgruppstänkande. NATOs lista på målgrupper är således ledare, motståndare, hemmapublik, andra länder, befolkning och de som inte har avgjort vem de ska stöda. NATO har således ett avancerat målgruppstänkande. Frågan som återstår är motståndsgruppens användning av målgruppsinriktad propaganda och vilka dessa kan vara, detta avhandlas i nästa del.

### **Motståndsgruppen:**

#### **Målgruppen på nationell nivå**

När det gäller målgrupper och motståndsgruppens användning av propaganda är det mer begränsat än när det gäller NATOS potentiella målgrupper. Även om det kan finnas många målgrupper för propaganda är manualen begränsad när det gäller vilka motståndsgruppens propaganda kan rikta sig till förutom befolkningen i landet som kriget pågår i:

*”National and International Propaganda. Insurgents need the local population and international public opinion to know and support their cause and to confront their adversary” (AJP-3.4.4: 134)*

Motståndsgruppens användning av propaganda sägs vara nationell propaganda som är i stort sett samma sak som befolkningen i landet. Att befolkningen i ett land är viktigt är det mest vanliga och återkommande temat i manualen och är konstaterat upprepade gånger i denna studie. Exakt hur motståndsgruppen gör detta eller vilka implikationer som motståndsgruppen kan ha tas inte upp.

#### **Målgruppen på internationell nivå:**

Motståndsgruppens användning av propaganda kan också vara internationell propaganda dock utan någon angiven målgrupp. Även i detta fall tar inte manualen upp exakt hur motståndsgruppen gör detta eller vilka implikationer som motståndsgruppen kan ha. En eventuell slutsats av detta kan vara att NATO är bättre på propaganda än vad motståndsgruppen är eftersom NATO har många olika målgrupper och eventuella implikationer med dessa målgrupper är angivna. Ett annat alternativ är att Nato har en mindre nyanserad syn på vad motståndsgruppen är kapabla till.

Om propaganda är samlande eller splittrande för NATO och motståndsgruppen bero på målgruppen. Det riktar sig till befolkningen eftersom man vill samla dem på dem egna sidan. Det är splittrande när den riktas mot motståndaren. Dock kan propaganda, i den form att en part attackerar en annan part och försöker att utpeka denna som ond etc., vara något som kan slå tillbaka mot avsändaren. Vilka är problemen med målgrupp undersöks i nästa del.

#### **Vilka kan problemen vara med att rikta propaganda till en viss målgrupp.**

Det finns många målgrupper för kommunikation och frågan är hur NATO hanterar detta. Tyvärr talar NATO inte om hur de ska göra för att rikta sig till en speciell målgrupp, kanske för att de är

omöjligt i en global medierad värld. Problemet med propaganda är att det ”kräver” en specifik målgrupp och ofta i det land som striderna pågår i. Att målgruppsanpassa propaganda till motståndgruppen kan vara svårt eftersom propaganda kanske fungerar bäst när det förstärker redan starka åsikter. Dessa starka åsikter delar motståndgruppen med stor säkerhet inte med NATO. Motståndsgruppens och NATOs åsikter är antagligen rakt motsatta vilket kan göra att den riktade propagandan mot dem inte har någon verkan. Problemet är att budskap som kan fungera i västvärlden, kanske inte fungerar på samma sätt hos mottagare som har andra kulturella, religiösa eller etniska identiteter. Frågan om propaganda och kommunikation för oss in på kanaler för kommunikation. Finns det några kanaler som är viktigare än andra och vilka dessa är besvaras i nästa del.

### 8. 1. 3 Kanaler

#### **Motståndsgruppens användning av moderna former av medierade kanaler:**

Massmedia inkluderar också olika typer av kanaler för mediering av kommunikation. Det är en global värld vi lever i och NATO tar upp bland annat internet och global kommunikation. Det finns dock många olika kanaler att använda sig av när det gäller propagandakommunikation och en del av frågan är således vilka kanaler som omtalas i manualen. Internet, TV och radio är troligen de vanligaste och de första typerna av kanaler som omtalas även under vanliga, icke-krigssituationer. Men NATO har också en utförlig lista på typer av kommunikationskanaler:

*”Insurgents need the local population and international public opinion to know and support their cause and to confront their adversary. The globalisation of the world provides insurgents with multiple means (such as television, radio, audio and video recordings; the printed word; word-of-mouth; digital photographs; and the Internet” (AJP-3.4.4: 134)*

Av de olika kanaler som finns för att nå ut med propagandan till befolkningen är det en stor betoning på Internet, Radio och TV. Detta är genomgående i manualen och NATO har en stark centrering på dessa moderna massmedier. Även om massmediecentrering kan ses som överlägsen de äldre formerna, finns det dock en koppling mellan massmedia och verbal kommunikation. Ansikte mot ansikte i form av massmöten/demonstrationer kan i sin tur bli bevakade av massmedia som exempelvis TV.

#### **Motståndsgruppens användning av äldre former av medierade kanaler:**

Även om det finns en massmediecentrering i listan kan motståndgruppen också använda *”the printed word”*(AJP-3.4.4: 134). Detta är dock den enda hänvisningen till de äldre kanaler som använder ett fysiskt media mellan sändare och mottagare för att nå ut med propagandan som exempelvis: affischer, ”button/pins”, dekal, graffiti, reklamlappar (leaflet), brev, tidningar, pamfletter och posters (Petersson 2010: 71).

#### **Motståndsgruppens användning av äldre former av icke-medierade kanaler:**

All kommunikation behöver dock inte ha ett fysiskt media mellan sändare och mottagare: *”word-of-mouth”* (AJP-3.4.4: 134) motsvarar ansikte mot ansikte (Petersson 2010: 71). En intressant punkt som framkommer här är att motståndsgupper kan använda verbal icke-massmedierad kommunikation som inte kräver ett fysiskt mellanled för att nå mottagaren. Denna hänvisning till icke-massmedierad kommunikation är den enda direkta hänvisning som finns i den sektion av manualen som handlar om motståndsgruppens direkta kommunikationssätt. Det finns också en anknytning till detta i nästa del av denna studie: massmediebevakning. Verbal kommunikation i form av massmöten är en form som motståndsguppen också kan använda sig av. Olika former av massmöten kan genom massmedias rapportering finna en global publik utan att motståndsguppen själva står för produktionen av mellanledet (sändningen).

#### **NATO användning av moderna former av medierade kanaler:**

Om man sammanställer NATO kommunikationskanaler så är det en ganska stor betoning på de mesta former av masskommunikation. De dominerande kanalerna som är genomgående i manualen och som NATO ser som viktiga är internet och TV.

*”military mass media capabilities (radio, print, TV/video, new media and direct communication and other activities, e.g. traditional communication)” (AJP-3.4.4:85)*

Att NATO lägger tyngdpunkten för sin kommunikation på internet och TV kan bero på vår globaliserade värld och den räckvidd dessa medier har. Dessa medier har också en direkt utsändning som inte behöver ta någon tid att distribuera. Det är också så att bland annat internet är en krigsplats där både NATO och motståndgruppen potentiellt kan vara lika starka. På internet kan vem som helst publicera material och propaganda utan att ha en stor organisation för att publicera detta material. I citatet ovan förekommer även direkt kommunikation och ”print”, dessa förekommer sällan i manualen och beskrivs mer i följande delar.

#### **NATOs användning av äldre former av medierade kanaler:**

NATO inkluderar ”print” i sin lista ovan, men det förtydligas inte i manualen och det återkommer inte på mer platser än i sektionen om motståndsgruppens eventuella kanaler. I likhet med motståndgruppen så finns det inga direkta referenser eller direkta antydningar om att man ska eller att det är viktigt att använda affischer, ”button/pins”, dekaler, ansikte mot ansikte, graffiti, reklamlappar (leaflet), högtalare, brev, tidningar, pamfletter, posters, (Petersson 2010: 71). Även om det inte är inkluderat i manualen så är det dock inte omöjligt att det kan användas. Det kan också vara så att det är lättare och snabbare att använda massmedia eftersom man kan nå ut till många människor och att det inte kräver samma logistik eller kostnad som hanteringen av papper och annat fysiskt material. Att vara på samma arena som motståndsgrupporna som idag använder internet, är troligtvis mer produktivt än att ägna sig åt något som kanske bara når ett fåtal och påverkar ytterligare ett ännu mindre fåtal.

#### **Natos användning av äldre former av icke-medierade kanaler:**

Det är inte enbart motståndgruppen som använder direkt kontakt med befolkningen, även NATO använder sig av direkt kontakt för att få kontakt med befolkningen. *”direct communication and other activities, e.g. traditional communication” (AJP-3.4.4:85)*. Detta hänvisar till de äldre formerna av kanaler som används i propagandasyfte men även ickefysiskt medie mellan sändare och mottagare och som är en motsvarighet till motståndsgruppens *”word-of-mouth” (AJP-3.4.4: 134)* som motsvarar ansikte mot ansikte (Petersson 2010: 71). Ytterligare kontakt omtalas också, men då handlar det inte om att direkt påverka befolkningen, utan om att NATO försöker få information genom lokala källor. Dessa lokala källor ska bland annat förklara samhällets uppbyggnad och kultur för NATO. Detta kan ses som en sorts målgruppsanalys.

Enligt Petersson är de viktiga kommunikationssätten för att vinna opinionen internet, TV och radio (Petersson 2010: 66ff). Detta framkommer också i manualen och gäller både för NATO och motståndgruppen. Det som också är gemensamt både för motståndgruppen och NATO är användningen av direkt kontakt med befolkningen. Dock nämns inte *hur* NATO eller motståndgruppen ska påverka befolkningen genom användningen av propaganda, det kan möjligen vara lättare att påverka exempelvis en ledare genom direkt kontakt, men detta kräver kunskap om samhället, kultur och religion. Att ta direkt kontakt med befolkningen är således enklare för motståndgruppen som redan har kunskap om samhället, kultur och religion samt känner till de historiska motsättningarna som kan finnas.

Det som tas upp i nästa del handlar om att motståndgruppen har ett visst övertag när det gäller propaganda och direkt kontakt med befolkningen. Det finns en ytterligare dimension när det handlar om direkt kontakt och massmöten i olika former och dess koppling till mediabevakning.

Den verbal kommunikation utan ett fysiskt media mellan sändare och mottagare har en koppling till massmedia och beskrivs mer i detalj i senare del av studien. Skillnaden mellan denna och nästa del är att denna del handlar om motståndsgruppens och NATOs egna kanaler, medan delen om mediabevakning handlar om utomståendes media och dess eventuella koppling till propaganda. Frågan om varför bland annat massmedier är av stort intresse i kampen mot motståndsgupper och dess koppling till olika former av massmöten leder oss in på och besvaras i de två följande delarna av denna studie.

### **8. 1. 4 Mediabevakning**

Motståndsgupper är en annorlunda motståndare än vad en reguljär armé är. Motståndsgruppen gömmer sig i större städer och använder dessa som sina ”slagfält”. Genom att gömma sig bland befolkningen och få hjälp av dem med bland annat kommunikation, blir det ett utdraget krig som NATO har svårt att vinna. Städer har också en större mediabevakning än vad landsbygderna har. Detta stämmer förövrigt också på de mesta länderna vare sig de är fredliga eller ej.

*”Urban areas offer the most complex terrain and provide the adversary with the capability to offset conventional military capability and to operate with more prospect of success both locally and by making use of international media facilities, normally located in urban areas” ( AJP-3.4.4: 31)*

Det finns också en ständig och ofta upprepad varning om motståndsgruppers användning av media. Även om motståndsgupperna kanske inte är för fri press, kan de utnyttja sig av mediabevakning. Det är också så att dåliga nyheter sprids snabbt genom media. Genom att media finns i städer finns också chansen att de utnyttjas av motståndaren. Men städer har också andra fördelar, genom att gömma sig i städerna blir de som Mao säger ”som fisken i vattnet” det är svårt att skilja vanligt folk från motståndsgruppen. Även om NATO har möjlighet att utnyttja olika evenemang, så är det troligen motståndsgruppen som har övertaget när det gäller att använda olika evenemang för sin egen del. Åtminstone har de mest typer av evenemang att tillgå:

#### **Upplopp som en kanal som tar hjälp av massmedia**

En kanal sänder ut ett meddelande som mediabevakning kan ”fånga in”. Dessa meddelanden skulle kunna också kunna vara massmöten i form av upplopp och demonstrationer som massmedia uppmärksammar genom sin närvaro i städer. En kanal kan anses vara ett mellanled som budskapet förmedlas genom, massmöten kan ses som direkt mottagning av meddelandet utan mellanled. Där av denna skillnad, hamnar också upplopp under massmedia. Upplopp med mera kan ses som ett sorts budskap som sänds via kanaler, bland annat massmedier (Andén-Papadopoulos och Höijer 1996: 167) (McQuail 1994: 345f). Motståndsgupper framställs som om de är lärande av sina egna och andras lärdomar och misstag. Följaktligen kan motståndsgupper ha lärt sig att använda sig av media vid mer än bara regelrätta militära stridigheter. NATO har tagit fasta på detta och varnar för motståndsgruppers användning av upplopp:

*Riots. A riot is a modality of violence aimed to intimidate the population or interfere with public order by destroying public/private material goods causing direct engagement with security forces. Riots cause disturbances, and organised strikes and illegal demonstrations can have an attritional (försvagande) effect on government authority, presence and capacity. The press and other media can have a multiplier effect in this sort of action. Insurgency generally generates riots as a complementary form of irregular activities. (AJP-3.4.4: 134)*

I likhet med Tännsjö, lyfter också NATO fram att händelser som attacker och uppror i städerna kan försvaga en regering och påverkar folket. Om en motståndsgrupp skapar ett intryck av att vara effektiva och slagkraftiga kan man lyckas starta en lyckad revolution. NATO lyfter också fram att pressen och media kan spela en stor roll. Media kan ha en multiplicerande effekt, vilket betyder att media anses ha en stor inverkan i denna typen av krigföring. Media kan fördubbla effekten av den

propaganda som motståndsgruppen vill sända ut.

### **Demonstrationer som en kanal som tar hjälp av massmedia**

Andra former av massmöten och spridandet av ett budskap kan också finnas. Detta gäller också för demonstrationer. Även om en demonstration från början kan vara fredliga, kan den påverkas för att skapa ett upplopp. Enligt NATO kan en motståndsgrupp få en agitator att påverka demonstranterna så att dessa tar till våld:

*”Professional agitators from the insurgent organisation may penetrate demonstrations in order to incite violence with propaganda” (AJP-3.4.4: 128)*

Upplopp och demonstrationer, som kan ses som folkets sätt att protestera, kan i en krigssituation användas av en motståndsgrupp för att få propagandavinster. Detta kan ses som ett sätt att visa upp, för resten av världen, att befolkningen är i mot NATO. NATO kan på detta sätt lyftas fram som en part som befolkningen *inte* ser som den goda sidan, detta eftersom logiken dikterar att den goda sidan inte är vad folk brukar protestera mot. Men även en del mer direkta aktioner från motståndsgruppens sida är en form av propaganda och har kopplingar till demonstrationer.

### **Ockupera som en kanal som tar hjälp av massmedia**

Att ockupera byggnader var ett vanligt sätt att protestera mot bostadsbristen i Stockholm under 1960-talet. Att ockupera byggnader är också ett sätt som motståndsgrupper kan använda för att få bland annat propagandafördelar:

*”Occupation Attacks are carried out to temporarily occupy an establishment such as a government office or communications facility for the purpose of gaining propaganda or psychological advantage” (AJP-3.4.4: 127)*

Det är vissa byggnader som har ett propagandavärde för motståndsgruppen när det gäller ockupera byggnader: antingen en byggnad för kommunikation eller en regeringsbyggnad. Det betyder att det inte är alla byggnader som kan ockuperas för att få propagandagenomslag. Målen behöver inte nödvändigtvis vara militärstrategiska framgångar för motståndsgruppen, det kan handla om att attackera för att underminera moralen hos motståndaren:

*”The usual targets are foreign forces allied with the HN government, government buildings and police stations, penal institutions, military installations and arsenals, foreign embassies and installations, and communications. They are executed to gain popular support, influence obstinate individuals and undermine morale” (AJP-3.4.4: 128)*

Att underminera moralen hos motståndaren och få stöd av befolkningen kanske till och med leder till att befolkningen ansluter sig till motståndsgruppen. Andra sidan av militära attacker från motståndsgruppens sida är dock terrorattacker och även här har media en roll att spela för motståndsgruppen.

### **Terrorism**

Terror är den andra sidan av ett motstånd, definitionen av vem som är terrorist eller ej är beroende av vems sida man står. Men det finns också en koppling mellan terror och propaganda. Terrorns mål är att *påverka någon* och man har ett *syfte* i likhet med propagandan, dock är skillnaden att man använder sig av våldsmetoder. I NATOs manual förklaras detta och att det är vissa mål som är av viktiga intressen för terrorism:

*Terrorism. This is a set of violent actions aimed at subjugating the population, weakening and undermining the influence of legal authorities’ and interfering with their actions. In order to*

*achieve maximum propaganda and psychological impact - enormously facilitated by the globalised media - terrorists use surprise, provoking a chain of attacks in time, targeting symbolic entities.* (AJP-3.4.4:133)

”Targeting symbolic entities” handlar om att en motståndsgrupp skapar ett intryck av att vara effektiva och slagkraftiga kan man lyckas starta en lyckad revolution (Tännsjö 2007). Historiska exempel är stormningen av Bastiljen under franska revolutionen 1798 (Tännsjö 2007). När Bastiljen stormades var det en attack i hjärtat av Paris (Le Bon 1996: 72). Den gemensamma identitet och den lyckade stormningen fick folket att våga delta i revolutionen efter detta (McAdams et al 2001: 55ff). Stormningen av Bastiljen var inget värdefullt mål militärt, men det var ett symboliskt viktigt mål: en objektivering av staten/regeringen. Även om målet i sig och själva attacken inte är någon militär framgång i sig, så kommer attacken i sig själv väcka uppmärksamhet som sedan massmedia sprider. Även om målet för en motståndsgrupp är att kast ut en ockupationsmakt från sitt land, så brukar det även inkludera att göra en revolt mot regeringen i landet. Denna regering brukar ofta vara utsedd av ockupationsmakt. Anfall fungerar som propaganda; terrorattacker anfall mot symboliska mål blir/kan bli propaganda vinst, folk och ”terrorister” blir i så fall in-grupp. Dock finns det en stor osäkerhet om de kommer att lyckas eller ej. Det handlar också om hur media rapporterar om händelsen, vilket narrativ som används: med NATOs narrativ blir de terrorister, med motståndsgruppens narrativ är de frihetskämpar.

## 8. 2 Narrativ

### 8. 2. 1 Narrativets funktion

Propaganda kan liknas vid bilden av andra, bland annat för att försöka att skada andra Narrativ kan liknas vid en bild av sig själv, möjligen ett sätt att försvara sin självbild. Propaganda kan motverkas med motpropaganda men när det gäller narrativet handlar det om att försöka skaffa sig det dominerande narrativet. Narrativet är inte målgruppsanpassat på det vis som propagandan är, utan det handlar om att som motståndsgrupp försöka locka till sig medlemmar (i en vid bemärkelse) och förklara sig själv. Det handlar mer generellt om att identifiera och relatera sig själv och andra till den berättelse som man sprider med sitt narrativ. Narrativet är inte målgruppsanpassat, men skulle kunna anses vara målgruppsanpassat för en väldigt stor grupp: alla som vill lyssna. NATO har också insett att narrativet är viktigt. Narrativet har koppling till ens identitet och speciellt i krigssituationer, den har starka kopplingar till identiteten kopplat till en grupp:

*”Narratives are central to representing identity, particularly the collective identity of religious sects, ethnic groupings and tribal elements. Stories about a community’s history also may provide an explanation for insurgent actions and their consequences” (AJP-3.4.4:49f)*

Detta citat visar på och återknyter till narrativ som ett minne vilket kan vara som en återgivning av både ett händelseförlopp som nyligen har skett eller ett historiskt förlopp. Om man sätter in sig själv eller andra i ett händelseförlopp förstår man sig själv och andra i det specifika sammanhanget. Alla som lyssnar och som har/eller anser sig ha samma identitet som en motståndsgrupp dras till motståndsgruppen och de formar en in-grupp. Det kan bland annat handla om religion. Religion har vissa likheter med politisk propaganda och var början på propagandan som fenomen. Men religioner är mer än bara katolska kyrkan som ställs mot protestanter eller muslimer. Religion kan också vara alla som blir förföljda för sin religiösa tro och som kan behöva förklara sig och berätta sin egen historia. Etnicitet och stam handlar också många gånger om att vara förföljd och att man har ett behov av att förklara sig. Det handlar i första hand om att förklara sig själv och inte enbart om att angripa en motståndare. Historian, som narrativet berättar, handlar ofta om att rättfärdiga sig själv i första hand och inte enbart om att angripa motståndaren. Det sägs ofta att det är segraren som skriver historien och motståndaren blir till syndabock, men rollen som syndabock är sekundär till rollen som segraren när denna skriver om sig själv. En historia kan dock också skrivas och förklara varför man förlorar eller är förföljd, det narrativet ska göra är i första hand att förklara sig själv. Det

finns en viss likhet med propagandan, men militär propaganda handlar till stor del om att angripa fienden och i andra hand att ställa sig själv i motsats till detta. Narrativet tar upp konsekvenserna av de handlingar man själv gör. Det finns således en skillnad: när det handlar om narrativet är det främst en berättelse om sig själv och sedan att berättar man möjligtvis om motståndaren. Med narrativ förklarar man sig för alla som vill lyssna. Narrativ är att berätta och att berätta kan ses som att man kommunicerar. Därför är det intressant att se vilken funktion medierad kommunikation och narrativ har.

## 8. 2. 2 Media

Hur man än vänder och vrider på NATO och motståndsgupper är det många gånger som kommunikation är viktigt eller inblandat på ett sätt eller ett annat. I från NATOs sida framställs medierad kommunikation som viktig bland annat för att skapa sin egen bild av händelser och hur dessa ska tolkas och detta i bland under tidspress och med ofullständig information. Ett problem med manualen är att NATO inte talar om exakt hur de ska göra för att skapa ett eget dominant narrativ. Det finns dock alltid ett skäl till varför en organisation skriver och använder en policy/manual: det är något de vill åstadkomma. Eftersom mycket av ett narrativet i krigssituationer handlar om att övertyga någon om något, så involverar det att man skapar ett intryck av att vara ”rättskaffens”. Det handlar också om att få stöd olika håll, och följaktligen om att motståndaren inte ska få stöd. Man vill påverka befolkningen genom användningen av bland annat internationell media och det är åtminstone två olika grupper som kämpar om befolkningens stöd: NATO och motståndsgruppen. Dessa två parter är de som är involverade i ett informationskrig. Det är också en globaliserad värld, internet och TV ger transparens och detta gör att man måste vara sanningsenligt. NATO har lärt sig av de historiska misstagen, att ljuga skadar befolkningens förtroende för avsändaren:

*A globalised media ..... Reports of military actions are available to all who have access to the Internet, television, radio or global networks, and this information can be used by the adversary to great effect. NATO forces should seek to employ information activities within a comprehensive framework utilising the positive dominant narrative of the campaign. This narrative and associated themes enable NATO forces to maintain consistency and manage how the general public understands specific events.... Allowing irregular adversaries the upper hand in information activities creates significant difficulties for commanders when conducting operations amongst and in support of a population. In the process of taking action, it is essential that the military's public response is accurate, truthful, timely and consistent with the dominant narrative. (AJP-3.4.4: 34)*

Precis som i frågan om propaganda så gäller det enligt NATO att vara ärlig och transparent i sitt narrativ för att lyckas och för inte få några bakslag från lögnen. Lögnen från motståndarsidan kan därigenom användas för att underminera motståndarens trovärdighet. Om man lyckas med detta lyckas man troligen också att få det dominanta narrativet.

Narrativet behöver inte vara en absolut sanning eller bevisbart, det kan också vara förmedlingen av en allmän åskådning. Detta gäller antagligen mest motståndarsidan som ofta bygger på en religiös eller liknade övertygelse som kanske inte går att bevisa eller motbevisa. För NATOs del är det inte lika enkelt. Narrativet handlar om hur man berättar om händelser, om det är gud, en olyckshändelse eller något annat är inte lika enkelt för NATO att välj mellan, som det är för en motståndsgrupp som har en religiös identitet och riktar sig till andra religiösa. NATO måste så långt som möjligt hålla sig till en sanningsenlig bild av händelser, om de inte gör detta och blir avslöjade med lögnen, kommer de att förlora slaget om det dominanta narrativet. Men frågan är också vilken funktion journalister kan ha i ett krig. Journalister kan fungera som aktörer och i så fall blir det tre parter som är inblandad i kampen om narrativet. Det är också oftast journalister som avslöjar vad som kan anses vara lögnen eller osanningar i krigshändelser. Följaktligen är det av intresse att undersöka journalisternas koppling till NATO och narrativet.

## 8. 2. 3 Journalister

### Aktör

Det är dock inte enbart rädsla för medias makt som gör sig påmind i denna manual. Det finns också en risk att motståndsgupper använder sig av journalister som täckmantel för direkta attacker mot någon på NATOs sida:

*Infiltration can focus on a wide number of targets, including the armed forces, security forces, legal institutions, the media...* (AJP-3.4.4: 126)

De talibaner som dödade Ahmed Shah Massoud, ledaren för Norra Aliansen som var mot Taliban-regimen i Afghanistan, utgav sig att vara journalister (www.nytimes.com/2002). Det finns följaktligen också genuina skäl till att vara försiktig med bland annat journalister, det är inte enbart deras påstådda mediamakt. Om man frångår det sagda ovan så är frågan vilken roll journalister har i NATOs krig mot motståndsgupper.

### Arena

Journalister förutsetts att vara objektiva och sakliga etc., detta borde således göra dem till en del av media som arena och inte aktör som påverkar. Och andra sidan anses journalister ha en stor makt som exempelvis en tredje statsmakt. Följaktligen kan det vara av intresse att undersöka om massmedia både är en arena och aktör. Exempelvis vilken roll har journalister och narrativ:

*"insurgents find a way to gain advantage, often through distortion of events, exploitation of collateral damage or interviews with journalists.....and to always be the first with their version of events.* (AJP-3.4.4:97)

"*Their version of events*" innebär mer eller mindre narrativ framställning. Det är en kamp om det dominanta narrativet. Journalisten anses inte ha en roll att spela som aktör, journalisten förmedlar snarare ett narrativ och ses som en del av arenan. För att NATO ska lyckas används bland annat PR för att ta hand om media. Att alla inom NATO förstår hur viktigt, är den kritisk punkten om de ska vinna eller ej. Även media i form av inbäddade journalister kan vara något att överväga för att forma den narrativa framställningen:

*Commanders must plan for media interaction and consider embedding media representatives at applicable levels, conducting regular press conferences and investing time and resources into developing a military-media relationship beneficial to both parties. Understanding that the media can influence operations by shaping public opinion and perhaps adversary perceptions is critical in COIN. All public affairs information should be timely and must be accurate.* (AJP-3.4.4:39)

Även den inbäddade journalistens roll ses inte som aktör, journalisten är snarare en del av förmedling av narrativ och kan ses som en del av arenan. Det är dock viktigt att det inte är osanning som framförs, det är snarare avsiktligt tillrättalagda beskrivningar av verkligheten vilka syftar till att främja NATOs mål. För att nå framgång är beroende av om avsändaren uppfattas som trovärdig av publiken. Följaktligen handlar det om att skapa trovärdighet och att så långt som möjligt spegla faktiska förhållanden.

NATOs syn på journalister som opartiska eller del av arenan, och inte som aktörer skulle kunna tolkas som att journalister upprätthåller en den yrkeskodex som föreskriver objektiva och sakliga och att NATO har tagit fasta på detta. En vanligt förekommande anklagelse brukar vara att det är medias fel att krigshändelser vinklas på ett visst sätt, men denna syn verkar inte NATO hålla med om. Å andra sidan är frågan hur bra samarbetet är mellan NATO och journalister, det kan vara så att NATOs narrativ är det dominanta och att journalister inte frångår detta narrativ. Således finns det



inget skäl att antaga att journalister är aktörer. Alltså återstår fortfarande NATO och motståndsgruppens kamp om befolkningen och narrativets roll i denna kamp.

#### **8. 2. 4 Hur bekämpar man Narrativ**

Tyvärr så säger inte NATO hur man ska göra för att bekämpa narrativet men det inbegriper att kontra motståndsgruppens narrativ. Narrativ är till för att samla och således borde det logiska alternativet vara att hindra motståndsgruppens narrativet från att vara samlande. Och detta framkommer också i manualen. NATO vill också bekämpa motståndsgruppens med sitt eget narrativ, det dominanta narrativet är till för att samla befolkningen på sin egen sida (NATOs). Att ta bort narrativet är också mer effektivt än att förgöra motståndsgruppen:

*Removing the fuel that keeps an insurgency going - the core grievances and narrative – is more effective in the long-term than attacking or destroying the military wing of the insurgency.* (AJP-3.4.4: 79)

Får man inte fram sitt narrativ så vinner motståndarsidan. En effekt av den dominerande narrativa framställningen är att identiteten används som ett redskap. De ska identifiera sig med ena sidan, exempelvis NATO, för att de inte ska identifiera sig med motståndarsidan. Det som återstår att fråga är identitetens betydelse och bland annat dess koppling till narrativet

### **8. 3 Identitet**

#### **8. 3. 1 Identitet och dess koppling till narrativet**

Narrativ är att kommunicera identiteten. I grund och botten fungerar narrativet som samlande, de som har samma identitet formar en in-grupp. Narrativet är speciellt viktigt när det gäller att representera en grupps identitet:

*”Narratives are central to representing identity, particularly the collective identity of religious sects, ethnic groupings and tribal elements”* (AJP-3.4.4: 49)

Det finns olika typer av identiteter, som också tas upp mer utförligt längre fram i studien. Men religiösa och etniska identiteter lyfts fram i detta stycke. Religion och etnicitet är också typer av identiteter som inte nödvändigtvis behöver bygga på fakta eller faktiska förhållanden. Precis som narrativet kan ses som ett sätt att berätta om en allmän åskådning som inte behöver bygga på fakta eller bevis, är också dessa religiösa och etniska identiteter mer av en berättelse än bevisbara fakta. Det är också svårt att försöka övertyga eller motbevisa en allmänt hållen åskådning, än vad det är att motbevisa rena fakta uppgifter. Men frågan är också om det finns mer grupper än NATO och motståndsgruppen som är involverade eller som potentiellt kan involveras i ett krig och vilken koppling de kan ha till identitet. Nästa del leder vidare på detta spår för att ge ett svar på detta.

#### **8. 3. 2 Identitet: in-grupp, ut-grupp eller finns de ett tredje alternativ**

Identitet handlar i bland om att tillhöra en out-group eller in-group (ut-grupp eller in-grupp). Antingen tillhör man en gemenskap in-grupp eller så står man utanför ut-grupp. Detta brukar ge upphov till en dikotomi: antingen eller, om du inte är med oss är du i mot oss. Verkligheten brukar dock vara mer komplicerad och detta har NATO tagit fasta på:

*”Negative. Those in this category oppose the HN authority but their day-to-day behavior stops short of violence against that authority. Those who adopt a negative stance will do so for a variety of reasons. These will range from historical grievance, ideology or religion, to nationalism or animosity based on personal experience. They will seek to utilize the political settlement to achieve their aims. They are the element of the population from whom the more violent activists will attempt to draw their support base, but who will not automatically be prepared to provide that support. Guarding against these individuals becoming the next generation of insurgents will have as much to*

*do with our behavior as with that of the hostile groups.” (AJP-3.4.4: 30)*

Det finns ett tredje alternativ, de som är negativt inställda men som inte griper till våld. Alla som är emot regeringen i ett land är inte motståndsgupper som tar till vapen. NATO skiljer på motståndsgupper och grupper som är negativa i samhället. Dessa grupps motiv/drivkraft kan dock vara samma som motståndsgupperna. Det gäller att vara vaksam så att dessa inte ansluter sig till motståndsguppen som man bekämpar eller skapar en ny motståndsgupp som man måste bekämpa. Eftersom religiös, nationalistisk och andra identitet är en stor del av en grupps liv kan det vara fördelaktigt att använda detta för att vinna över de negativt inställda på sin sida. Om NATO inte kan vinna över dem så skulle det enda alternativet vara att isolera motståndsguppen både fysiskt och psykiskt så att de negativt inställda så att de inte kan ansluta sig till motståndsguppen. Identitet är användbart om man kan utnyttja det själv, men är farligt att få vänt emot sig. Från motståndsgupper och eventuella negativt grupper så är det logiska steget att undersöka vilken koppling som finns mellan NATO, motståndsgupper och hur identitet fungerar.

### **8. 3. 3 Vem använder identitet NATO och Motståndsgupp**

NATO har inga egna uttalat mål att använda sig av identitet för att påverka befolkningen. För att bekämpa motståndsgupper är det dock viktigt att förstå vad som påverkar befolkningen och motståndsgupper. En viktig del för att förstå vad som påverkar befolkningen och motståndsgupper är identiteten och om den är gemensam:

*”Core grievances are causes of distress affording reason for complaint or resistance from the point of view of some of the population... insurgents can be adept at manipulating or creating core grievances to serve their purpose.... common core grievances: Identity. Many factors impact a person’s sense of identity, but identity is socio-cultural in character. Strong feelings based on identity can be in conflict with the views of the HN government, potentially leading to insurgencies aimed at secession, border changes, or political overthrow. External actors with similar identities to the insurgents may assist” (AJP-3.4.4:47f)*

Core grievance, är missförhållande som kan utnyttjas av motståndsgupper enligt NATO. Det finns mycket som påverkar identiteten, men missförhållande som är kopplat till identitet är speciellt potenta och kan användas av motståndsgupper. NATO har också tagit fasta på att man måste försöka lösa de missförhållanden som kan utnyttjas av motståndsgupper men detta är av sekundär karaktär men finns med i manualen. Enligt NATO finns det också andra grupper som kan lösa detta, exempelvis landets egen regering genom att tillämpa reformer. Missförhållande kan således också handla om ekonomin och bostadsbrist. Men missförhållande som handlar om något som är identitetsbaserat är ett större problem.

### **8. 3. 4 Vilka typer av identiteter kan användas**

Dagens motståndsgupper inte är helt beroende av territorium, det är identitet som är viktigt. Genom att använda identitet binder motståndsguppen befolkningen till sig genom att anspela på olika typer av identitet. Dessa typer inkluderar bland annat:

*”Identity-focused Approach The identity-focused approach mobilises support based on the common identity of religious affinity, clan, tribe or ethnic group. These movements may be based on an appeal to a religious identity, either separately from or as a part of other identities. This approach is common among contemporary insurgencies” (AJP-3.4.4:129)*

### **Religion**

Motståndsgupper är i dag är inte beroende av territorium utan binder snarare befolkningen till sig genom att anspela på bland annat religion (Aggestam och Höglund 2012: 79). Olika religiösa

grupper har också använt global kommunikation med stor framgång för att främja och bevara sin religiösa kamp (Scholte 2005: 81). Globala kommunikationen i form av bland annat satellit-TV har skapat möjlighet för religiösa att sprida sitt budskap genom globala predikningar (Scholte 2005: 245). Även om ens religiösa identitet innebär avståndstagande från västvärlden och ibland modern teknik, så sprids deras budskap genom global kommunikation och till alla länder. Under senare delen av 1900-talet är religionen en av de starkaste identiteterna. Med global kommunikation kan människor ha starkare band till de som har samma identitet som de själva över hela världen, än dem som de bor granne med (Scholte 2005: 309). Religion har en stor betydelse som identitet när det gäller identitet som inte är knuten till en stat (Scholte 2005: 244f). Problemet för NATO är att budskap som kan fungera i västvärlden, kanske inte fungerar på samma sätt hos mottagare som har andra religiösa identiteter (Nohrstedt et al 2002). Motståndsggruppen som har den religiösa identiteten kan göra sig förstådd och använda religionen på ett helt annat sätt än vad NATO kan göra. Således är det också svårt för NATO att motverka motståndsggrupper som använder den religiösa identiteten.

*”Religious extremism can become a core grievance of an insurgency. External groups with similar extremist religious views to those of the insurgents often provide support”* (AJP 3.4.4: 47f)

Om man väcker en religiös identitet till liv kan detta ta sig våldsamma uttryck. En förändring av den kollektiva identitetsuppfattningen kan skapa en våldsam situation. Religion är en av de former av identitet som är mest potent, religiösa kan stödja motståndsggrupper och ge spirituellt stöd genom global massmedia. Massmedia, globalisering och religiös predikan har således en roll att spela för motståndsrörelser. De religiösa rörelserna är också rörelser för att skydda sina specifika identiteter. I de fall där västvärlden och amerikanisering ses som ett hot kan detta resultera i ett starkt motstånd mot västvärlden även om igen reallt hot finns från västvärlden att skada den religiösa identiteten.

Detta kan också betyda att immigranter i andra länder, som ursprungligen har utvandrat från det land som det pågår ett krig i, kan återvända för att kasta ut ockupationsmakten och stötta en eventuell regering som dessa immigranter inte stöder. Den globala kommunikationen kan användas för att starta ett ”jihad”, ett krig med religiösa förtecken och är svårt att stoppa.

### **Etnicitet**

Ett land som bygger på olika etniciteter kan vara instabilt och olika etniciteter kan vilja bilda sina egna land istället. Andra människor med liknade etnisk identitet kan finnas utanför landets gränser, för det mesta i angränsande länder. I Afghanistan finns det exempelvis turkmener som bor i både Afghanistan och grannlandet Iran, således kan dessa tänkas stödja varandra och det har också funnits anklagelser om att Iran har stött Afghaner mot USA. Ryssarna agerande i Ukraina är ett annat exempel, de vill ”hjälpa” den etniskt ryska minoriteten i Ukraina. Likande exempel finns från andra länder också.

### **Kultur**

Även en delad kultur hör till identiteten, diasporan (folk som har tvingats fly från sitt eget hemland) i andra länder kan stödja en motståndsgrupp med samma kultur. Globalisering har gynnat/främjat identiteter som inte begränsas av territorium. Dock kan globalisering också skapa hybrid-identiteter som blandar element från olika delar av världen till en helt ny identitet. Dock är det den inhemska kulturen och diasporan som möjligtvis kan hjälpa motståndsggruppen som är den viktigaste kulturella identiteten i manualen. Kultur är dock en ganska abstrakt term i manualen och kan lika gärna motsvara en kultur som är centrerad till en specifik etnicitet, klan eller stam. Kultur kan också ha en större spridning än vad dessa har eftersom en kultur kan ha en spridning som är över etniska, klan, stam och landsgränser.

### **Klan och stam**

Klan och stam är mer eller mindre synonyma och även dessa kan stödja en motståndsgrupp som tillhör samma klan eller stam. Dock har klaner och stammar ofta mindre utbredning än vad kultur, religion och liknade. På grund av de är mindre har de inte heller samma inflytande som de andra identiteterna. Dock uppmärksammar NATO den eventuella koppling dessa kan ha till motståndsgupper.

### **Nationalism**

Nationalism är en form av identitetsyttrande. Även nationalism ses som potent men får inte mycket utrymme i manualen. Detta beror troligen på att nationalism är mer användbar i traditionella krig där en nation ställs mot en annan nation, som båda är klart definierade i form av religion och etnicitet. En identitet som är kopplad till en enskild stat är inte längre den enda som existerar eller ses som primära i vår globala värld, exempelvis kan en människa vara afghan, men också pashtun, taliban och/eller muslim. Krig mot motståndsgupper handlar ofta om en delad nation i form av både olika religioner och etniciteter som ställs mot en ockupationsmakt. Följaktligen finns det inte två klart definierade nationer som ställs mot varandra och följden har inte nationalism samma verkan i dessa krig. Men det är dock inte omöjligt för nationalism att vara en användbar identitet, det som krävs är klara definitioner av två olika nationer som kan ställas mot varandra.

### **Klass och politik**

Klass och politisk identitet är de typer av identitet som för minst utrymme, detta kan bero på att identitet inte behöver inte skapas från genuina förhållanden. Exempelvis etnicitet handlar inte bara om genuina förhållanden som går att bevisa. I vissa fall finns det en identitet som är viktigare än andra potentiella identiteter. Om man kan skapa en känsla av gemensam identitet som till exempel religion, kan också denna känsla av gemensam identitet åsidosätta klass och politiska partier (Jannisa 1997: 31). Under krigsförhållande och när man blir anfallen från ett annat land, är det vanligare att man ser sig som en del av landet eller en religion, än vad det är att se sig som att tillhöra ett speciellt politiskt parti. De länder som det pågår inbördeskrig i är oftast länder utan demokratiska traditioner där partipolitik och val inte är vanligt förekommande. Klass och politik är vanligare att diskutera i västvärlden, där det finns klart definierade klasser och parti. I västvärlden kan det göras en uppdelning i överklass, medelklass och underklass. I en del u-länder består stora delar av befolkningen av samma etniciteter eller religioner snarare än i klasser. Ledarna tillhör inte en annan klass, de tillhör samma etnicitet eller religion och är valda på andra premisser än allmänna val.

### **Varför är identitet viktigt**

Av dessa typer av identiteter är det troligen religion som är den mest användbara eftersom som den bland annat omfattar mest människor och kan således ge mest stöd till en motståndsgrupp. Det är också svårare för NATO att avsluta ett krig mot en fientlig motståndsgrupp baseras på identitet, än vad det är att avsluta ett krig som en fientlig motståndsgrupp baserat på ekonomiska eller politiska motsättningar:

*Termination.... Insurgencies based on interest-based core grievances, such as economic disparity or political corruption, may be persuaded or coerced back into a political process. Insurgencies based on ideology, ethnicity, or religious or cultural identities are value based, and their demands are more difficult to negotiate. Some insurgencies or groups of insurgencies will be both value- and interest-based. Drivers of conflict also impact termination. (AJP-3.4.4:139)*

Religion, etnicitet, kultur och andra identitet är en stor del av en grupps liv. Identitet är användbart om man kan utnyttja det själv, men är farligt att få vänt emot sig. Ett krig med religiösa förtecken innebär en annan motivation än ekonomisk. Ekonomisk kompensationen, i motsats till religion, kan ta slut när pengarna tar slut. En religiös övertygelse bygger på andra premisser och är svårare att stoppa.

NATO har inga uttalade pretentioner på att använda identitet som ett medel för att få befolkningen på sin sida. Det är snarare så att de försöker att ha det dominerande narrativet genom användningen av massmedia. Således är det förståeligt att kommunikation är av stort intresse för både NATO och motståndsgupper. Men hur de ska göra för att hindra motståndsgupper från att göra detta leder oss in på kommunikation.

### 8.3.5 Identitet och kommunikationens roll

Att ha folket på sin sida är i grund och botten det viktigaste för en motståndsgrupp, utan den kommer de att förlora. Men detta kräver också att det finns någon typ av kommunikation och interaktion mellan motståndsgrupp och folket. Att militären försöker separera befolkningen från motståndsgruppen, som ska isoleras och bekämpas, brukar inte vara särskilt framgångsrikt eftersom det har negativ humanitär påverkan på befolkningen och gör exempelvis en främmande militär impopulär (Aggestam och Höglund 2012: 79). Detta betyder troligen att isolering är sista utvägen i en bekämpning av motståndsgupper. Men när det väl kommer så långt betonas fortfarande att man framför behovet av detta genom ett narrativ som betonar det positiva:

*”NATO forces should communicate on the positive aspects of movement restrictions to the populace regarding their security” (AJP-3.4.4:113)*

NATO vill separera befolkningen och motståndsgruppen fysiskt. Att isolera befolkningen och motståndsgruppen fysiskt ska göras genom att försöka att ge sken av att det är för befolkningens eget bästa, det ska framställas som ett skydd för dem. Men NATO vill också isolera motståndsgruppen psykologiskt från befolkningen:

*”In order to neutralise the insurgent, counterinsurgents must isolate the insurgent physically and psychologically from the population” (3.4.4: 67)*

Att isolera människor från varandra innebär att de inte kommer att kommunicera med varandra. Om kommunikation äger rum mellan flera människor, knyts de samman och skapar identifikation (Jansson 2009: 15). Kommunikation är mer en process än vad det är ett tillstånd och detta innebär att det är något som pågår hela tiden och kan avbrytas: antingen frivilligt eller ofrivilligt. Att separera befolkningen och motståndsgruppen både fysiskt och psykiskt inkluderar alla former av kommunikation:

*”Like any other adversary, insurgents must communicate. In order to isolate the insurgents, their means of communication must be disrupted” (AJP-3.4.4: 68)*

Kommunikation är grunden i all interaktion enligt bland annat Norman Fairclough och Charles Taylor. Kommunikation är en form av interaktion som är nödvändig för att forma en grupp och sin tur kan skapa en ännu större grupp. Det NATO vill förhindra och det som motståndsgruppen vill göra är en revolution. Kommunikation krävs för att sprida en gemensam identitet, som i sin tur skapar en sammanhållning som kan göra att en revolution blir framgångsrik. Om en motståndsgrupp blir isolerad och inte kan kommunicera med folk med liknande kultur eller etnicitet, kommer chansen att utveckla en gemensam identitet mellan dessa att förhindras. Om kommunikationen förhindras och stoppas, förhindras också chansen att skapa den gemensam identitet med folket och deras militära motståndare får ensamrätt att påverka folkets. En motståndsgrupp kommer följaktligen inte kunna underbygga en lyckad revolution om de inte kan kommunicera.

## 9 Sammanfattning och Slutsats

Tidigare forskning visar på att NATO har en koppling till narrativet, men visar inte NATO:s policy när det gäller narrativ, media, terrorism och propaganda etc. Denna undersökning resulterar dock i följande:

Enligt Chow är psykologiska operationer i stort sett en synonym för propaganda (Chow 2008). NATO kallar inte sin egen användning av propaganda för propaganda, de använder begreppet Psy Ops och således använder även NATO propaganda. Denna **propaganda** kan vara både splittrande och enande, splittra motståndaren och ena den egna sidan. Propaganda kan ses som mer inriktat på att splittra motståndarsidan, bland annat genom att misskreditera motståndaren. Propaganda kan också ena den egna sidan, exempelvis hemmapubliken, men också andra stater eller ledare i det aktuella landet som NATO är involverad i en krigssituation. Dock framgår det inte exakt hur den enade propagandan ska bedrivas. Propaganda i krigssituationer handlar om polarisering i gott och ont. NATO avviker inte från detta, de försöker att **misskreditera** motståndaren för att måla ut motståndaren som den som har fel.

När det gäller användningen av propaganda har båda parter utvecklat **målgruppsanpassad** propaganda. Dock har NATO ett visst övertag när det gäller antal målgrupper, detta kan bero på att de inte tillskriver motståndgruppen den kapaciteten eller att motståndsgruppers målgruppsanpassning kan vara svårare att undersöka än vad det är för NATO att undersöka sina egna metoder.

Det finns också en tydlig **massmediecentrering** i NATO:s manual. Även om det finns olika kanaler för att nå ut till befolkningen som inte är direkt massmedier som exempelvis: affischer, reklamappar och pamfletter, är det massmedierad kommunikation i form av internet och TV som är dominerande. Detta kan bero på den globaliserade värld som vi lever i. Kampen mot motståndsgupper utvecklats i förhållande med den globala utvecklingen av kommunikation.

**Massmöte** är en form av kommunikation som kan användas. Dock är det troligtvis motståndgruppen som kan använda massmöten till sin egen fördel. För att använda ett massmöte i egna syften krävs också att man har kulturell och annan kännedom om befolkningen vilket motståndgruppen har i större utsträckning än NATO. Således har motståndgruppen en större fördel från början, om NATO-styrkor försöker att skingra på demonstranter finns det också en stor chans att det uppstår handgemäng och möjligen dödsfall vilket kommer öka motsättningarna ytterligare. Om motståndgruppen lyckas att manipulera demonstrationer som blir våldsamma och som slutar i dödsfall för att NATO misslyckas att stävja demonstrationen, är det ett medel som endast motståndgruppen kan använda i propagandasyfte. Rapportering av demonstrationen kommer att säga att NATO dödade demonstranter, inte att motståndgruppen fick dem dödade. Möjligtvis sägs det att det är motståndgruppen fel att demonstrationen blev våldsam, men det är fortfarande inte motståndgruppen som dödade demonstranterna. Det är NATO som ska försöka hålla ordningen i landet, inte motståndgruppen och följaktligen kan inte NATO göra samma sak. Nagl påpekar att militären måste lära sig de sociologiska faktorerna för att vinna mot en motståndsrörelse (Nagl 2005: 141) och det är således vad NATO har gjort i sin manual.

Propaganda har ett dåligt rykte och folk kan vara mer uppmärksamma på propaganda än vad de är att lyssna på och avvisa en förklarande berättelse. Narrativet är en berättelse om varför man gör vad man gör och om denna berättelse blir det dominanta narrativet, kan det också vara lättare att vinna kriget för den sidan. Narrativet kan således vara bättre att använda än propagandan. Narrativet är inte målgruppsanpassat på det vis som propagandan är för NATO och motståndsgupper. Att narrativet når alla är inte samma problem som det är för målgruppsanpassad propaganda. Att kunna

förklara sig för alla är mera av en fördel, man vill att alla ska förstå. Även om narrativet har klara fördelar så återstår fortfarande problemet att man inte kan övertyga alla, men det räcker troligen att vinna över tillräckligt många för att dominera media-kriget.

Det är svårare för NATO att avsluta ett krig mot en fientlig motståndsgrupp baseras på identitet, än vad det är att avsluta ett krig som en fientlig motståndsgrupp baserat på ekonomiska eller politiska motsättningar. **Religion**, etnicitet, kultur och andra identitet är en stor del av en grupps liv. Identitet är användbart om man kan utnyttja det själv, men är farligt att få den vänd emot sig. I enlighet med Scholte har religion en stor betydelse som identitet när det gäller identitet som inte är knuten till en stat (Scholte 2005: 244f). Nutidens motståndsgupper i dag inte beroende av territorium utan binder snarare befolkningen till sig genom att anspela på identitet som också Aggestam påpekar (Aggestam och Höglund 2012: 79). NATO har inga uttalade pretentioner på att använda identitet som ett medel för att få befolkningen på sin sida. Det är snarare så att de försöker att ha det **dominerande narrativet** genom användningen av massmedia.

Resultatet av ett framgångsrikt narrativ eller propaganda är att skapa in-grupp och ut-grupp. In-grupp handlar om den egna gruppen: ett vi. Mot denna grupp har vi stor förståelse och tolerans. Utgruppen är en annan grupp med människor som inte tillhör in-gruppen och vars misstag inte tolereras på samma sätt som vi gör med de i in-gruppen (Granér 1991: 88f). Om NATO är in-grupp är det lättare att accepteras de aktioner som de utför, men utgruppen (mottståndaren) möts av fördömande och avståndstagande från de aktioner som de utför.

Att militären försöker separera befolkningen från motståndsgruppen, som ska isoleras och bekämpas, brukar inte vara särskilt framgångsrikt eftersom det har negativ påverkan på befolkningen och gör en främmande militär impopulär (Aggestam och Höglund 2012: 79). Detta betyder troligen att isolering är sista utvägen i en bekämpning av motståndsgupper. Men när det väl kommer så långt betonas fortfarande att man framför behovet av detta genom ett narrativ som betonar det positiva. Att isolera befolkningen och motståndsgruppen fysiskt ska göras genom att försöka att ge sken av att det är för befolkningens eget bästa, det ska framställas som ett skydd för dem. Att separera befolkningen och motståndsgruppen både fysiskt och psykiskt inkluderar alla former av masskommunikation och även muntlig kommunikation. Detta innebär också att stänga av alla typer av kommunikationen (Petersson 2010: 67). Den är också här som skillnad mellan vad som generella kan kallas propaganda i det civila samhället och militärens propaganda gör sig gällande, propaganda inte har det direkta målet att stänga av och hindra motståndaren från att kommunicera. Kommunikation mellan olika grupper är det mest basala behov som måste uppfyllas för att man ska få upphov till en in-grupp. Tännsjös teori är att kommunikation krävs för att sprida en gemensam identitet, som i sin tur skapar en sammanhållning som kan göra att en revolution blir möjlig (Tännjö 2007). Om möjligheten att kommunicera inte finns, hindras också revolutionen vilket NATO har insett.

## Litteratur/Referenser

- Aggestam, Karin och Höglund, Kristine (red) (2012) *Om krig och fred*. Studentlitteratur
- Andén-Papadopoulos, Kari och Höijer, Birgitta (1996) *Våldsamma nyheter*. Symposion
- Behrooz, Maziar (2000) *Rebels with a cause, the failure of the left in Iran*. I.B Tauris
- Berglez, Peter & Olausson, Ulrika (red.) (2009) *Mediesamhället. Centrala begrepp*. Studentlitteratur
- Bergstrand, Johan (2013) *Den väpnade revolutionens socialpsykologi*. Linnéuniversitetet Växjö
- Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2012) *Textens mening och makt, metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund, Studentlitteratur
- Bonnier (1989) *Bonnier lilla uppslagsbok*. Bonnier Fakta
- Buzan, Barry (1987) *An introduction to Strategic studies, military technology & international relations*. Macmillan press
- Clow, Ryan (2008) PSYCHOLOGICAL OPERATIONS: THE NEED TO UNDERSTAND THE PSYCHOLOGICAL PLANE OF WARFARE. Vol. 9, No. 1 *Canadian Military Journal*
- Denscombe, Martyn (2009) *Forskningshandboken, för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund, Studentlitteratur
- Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S (1998) *Strategies of qualitative inquiry*. SAGE
- Egidius, Henry (2008) *Psykologilexikon*. Stockholm: Natur och Kultur
- Ehnmark, Anders (1968) *Guerrilla*. Bokförlaget Pan/Norstedts Stockholm
- Esaiasson, Peter et al (2012) *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedt Juridik AB.
- Fairclough, Norman (2006) *Discourse and social change*. Polity press
- de Franco, Chiara (2012) *Media Power and The Transformation of War*. Palgrave
- Granér, Rolf (1991) *Arbetsgruppen, den professionella gruppens psykologi*. Studentlitteratur
- Hadenius, Stig och Weibull, Lennart (2007) *Massmedier, en bok om press, radio & TV*. Bonniers
- Hadenius, Stig och Weibull, Lennart (1989) *Massmedier, en bok om press, radio & TV*. Bonniers
- Holme, I. M. & Solvang, B. K. (1997) *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund, Studentlitteratur.
- Huberman et al (1968) *Regis Debray and the Latin American revolution*. Modern reader



- Janesick, Valerie (2004) *Oral History*. London, SAGE
- Jannisa, Gudmund (1997) *The crocodile´s tears, East Timor in the making*. Lunds Universitet
- Jansson André (2009) *Kommunikation*. Liber
- Johansson,Anna (2005) *Narrativ teori och metod, med livsberättelser i fokus*. Studentlitteratur
- Josselson, Ruthellen Edi. (1996) *Ethics and process in the narrative study of lives*. Thousand oaks
- Jowett, Garth S. and O'Donnell, Victoria (1992) *Propaganda and Persuasion*. 2nd edn. Sage Publications
- Karp, Aaron, Karp, Regina and Terriff, Terry (2010) *Global Insurgency and the Future of Armed Conflict: Debating Fourth-Generation Warfare*.Routledge
- Le Bon, Gustav (1996) *The Psychology of Revolution*. Projekt Gutenberg
- McAdam, Douglas & Tarrow, Sidney & Tilly, Charles (2001) *Dynamics of contention*. Cambridge University Press
- McQuail, Denis (1994) *Masscommunication theory*. Sage
- Nagl, John A. (2005) *Learning to eat soup with a knife, counterinsurgency lessons from Malaya and Vietnam*. University of Chicago Press, Chicago
- Nilsson, Björn (1996) *Socialpsykologi*. Studentlitteratur
- Nilsson, Björn och Waldemarson, Anna-Karin (1990) *Kommunikation*. Studentlitteratur
- Nohrstedt, S.A., Höijer, B. & Ottosen, R. (2002) *Kosovokonflikten, medierna och medlidandet*. SPF, rapport 190.
- Petersson, Olof (2010) *Opinionsbildning*. SNS Förlag
- Repstad, Pål (1999) *Närhet och distans, kvalitativa metoder i samhällsvetenskap*. Studentlitteratur
- Scholte, Jan Aart (2005) *Globalization, a critical introduction*. Palgrave Macmillan, New York
- Sen, Amartya (2006) *Identity & violence, the illusion of destiny*. Penguin
- Stier, Jonas (2003) *Identitet, människans gåtfulla porträtt*. Studentlitteratur
- Taylor, Charles (1989) *Sources of the self: The making of modern identity*. Cambridge, Harvard University press
- Tännsjö, Torbjörn (2007) 'Social Psychology and the Paradox of Revolution' *South African Journal of Philosophy* Volume 26, issue 2, 2007, pages: 228–238
- Webster new encyclopedic dictionary (1995) Black dog & Leventhal
- Welch, David (2014) *Propaganda, power and persuasion, from world war I to wikileaks*. I.B.

Taurus

Åström, Kenneth (2011) *Termllexikon i statsvetenskap*. Studentlitteratur

Ödman, Per-Johan (2007) *Tolkning, förståelse, vetande. Hermeneutik i teori och praktik* Norstedts Akademiska Förlag, Stockholm

### **Internetkällor**

[www.info.publicintelligence.net/NATO-Counterinsurgency.pdf](http://www.info.publicintelligence.net/NATO-Counterinsurgency.pdf)

[www.nato.int](http://www.nato.int)

[www.nytimes.com/2002/09/09/world/threats-responses-assassination-afghans-too-mark-day-disaster-hero-was-lost.html](http://www.nytimes.com/2002/09/09/world/threats-responses-assassination-afghans-too-mark-day-disaster-hero-was-lost.html)

[www.psykologiguiden.se/www/pages/?Lookup=narrativ](http://www.psykologiguiden.se/www/pages/?Lookup=narrativ)

[www.publicintelligence.net/in-the-press/](http://www.publicintelligence.net/in-the-press/)