



Nationalt Center for
Forebyggelse af Ekstremisme

Mandlige krigere og kvindelig ære: Maskulinitet og femininitet i dansk salafi- propaganda på sociale medier

Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme, 2021

Post. doc, Sara Jul Jacobsen

Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme

© 2021 Nationalt Center for
Forebyggelse af Ekstremisme

Tel. +45 72 14 27 00
E-mail: ekstremisme@siri.dk
www.stopekstremisme.dk

Oktober 2021

Alle rettigheder tilhører Nationalt
Center for Forebyggelse af
Ekstremisme.

Udgivelsen kan frit hentes på
www.stopekstremisme.dk.

Nationalt Center for Forebyggelse af
Ekstremismes udgivelser kan frit citeres
med tydelig kildeangivelse.

Mandlige krigere og kvindelig ære: Maskulinitet og femininitet i dansk salafi- propaganda på sociale medier

Resume

Forskningen har i høj grad set på ekstremistiske gruppers online-propaganda og diskuteret dennes betydning for individets veje ind i ekstremistiske miljøer. De eksisterende studier har imidlertid kun i begrænset omfang inkluderet køn i sine analyser. Herved overser vi et afgørende aspekt i forståelsen af radikaliseringsprocesser. Denne rapport ser derfor nærmere på, hvilken rolle køn spiller i online salafi-propaganda, og hvilken betydning køn har for propagandaens rekrutteringspotentialer. Rapporten bygger på et open source-studie af danske salafi-gruppers propaganda delt på sociale medier over de seneste ti år (2011-2021). Rapporten finder, at der i løbet af denne periode er sket et skift i den propaganda, som møder de unge, der færdes i det online salafi-miljø i Danmark. Og hvor propagandaen tidligere (også) kaldte eksplicit til væbnet kamp, har den de seneste år været overvejende ikke militant. Rapporten præsenterer og diskuterer i forlængelse heraf, hvordan køn på forskellige måder inddrages som rekrutteringsværktøj i hhv. den militante og den ikke-militante propaganda. Rapportens argument er, at køn gennemgående har central plads og åbenbar betydning for rekruttering til miljøerne, og at det forebyggende arbejde vil stå endnu stærkere, hvis det også inkluderer køn i sine forståelser af radikaliseringsprocesser. Rapporten er målrettet fagprofessionelle, der arbejder med forebyggelse af radikalisering og ekstremisme, og den placerer løbende sine pointer inden for denne kontekst.

Nøgleord: Radikalisering; rekruttering; (online-)propaganda; forebyggelse; køn.

Store dele af forskningen argumenterer for, at køn er blevet undervurderet i studier af radikalisering og ekstremisme (fx Gentry 2019; Phelan 2020; Pearson et al. 2020; Brown et al. 2020). Og imens køn også ofte overses i de eksisterende forebyggende og bekæmpende tiltag, har flere lande og en lang række institutioner de seneste år anerkendt behovet for kønsbevidste tilgange (OSCE 2019; Pearson et al. 2020). Mere specifikt efterspørger forebyggelsesfeltet såvel som forskningen på området et bredere kendskab til kvindeidealer, eksisterende 'toksiske maskuliniteter' og kønnede forskelle i ekstremistiske miljøer (OSCE 2019; Cook 2020; Pearson et al. 2020; Brown 2020).

Nærværende rapport stiller derfor skarpt på, hvilken rolle køn¹ spiller i propaganda delt af danske salafi-grupper på sociale medier, og hvilken betydning køn har for propagandaens rekrutteringspotentiale. Sagt på en anden måde undersøger rapporten, hvordan femininitet og maskulinitet opfattes i propagandaen, og den diskuterer, hvilken betydning det kan have for propagandaens evne til at rekruttere til miljøerne. Rapporten henvender sig til fagprofessionelle, der arbejder med forebyggelse af ekstremisme og radikaliserings², og den reflekterer løbende over, hvordan den fremsatte viden kan bidrage til det forebyggende arbejde.

Imens årsagerne til at studere køn i salafisme er mange, er nogle af de vigtigste, at det kan fortælle os noget om rekrutteringsstrategier inden for miljøerne, og at det kan skabe bedre forståelser af attraktionerne ved ideologien. Køn er nemlig en stor del af salafistisk propaganda. Og et perspektiv herpå giver mulighed for at tale om, hvilke kønsroller og -identiteter den danske salafi-propaganda erklærer som legitime, og hvordan disse indgår i miljøernes online outreach. Hermed får vi en bedre og mere nuanceret forståelse af, hvad der (også) kan være dragende i den danske salafi-propaganda. Og hermed står det forebyggende arbejde stærkere.

Rapportens struktur er som følger: Efter en kort præsentation af rapportens metode, diskuterer første del af rapporten den militante, danske propaganda – herunder hvilken rolle kønsopfattelser og fortællinger om maskulinitet og femininitet kan have for dens rekrutteringspotentiale. Herefter diskuterer rapporten den ikke-militante, danske propaganda - og køns rolle heri. Rapportens pointer diskuteres løbende med udgangspunkt i forskning på området, og konklusionen opsummerer afslutningsvist, hvad den fremsatte viden har af betydning for forebyggelse af radikaliserings og ekstremisme.

¹ Rapporten taler om køn som en social konstruktion, dvs. som noget, der skabes socialt i eksempelvis sproget (Butler 1990; 1993; 1997). Den undersøger, hvordan køn tales om og praktiseres i den danske salafi-propaganda.

² Begreberne defineres efter den nationale handlingsplan: "Ekstremisme betegner personer eller grupper, som begår eller søger at legitimere vold eller andre ulovlige handlinger med henvisning til samfundsforhold, de er utilfredse med" (Den nationale handlingsplan, 2016). "Radikalisering betegner en kortere eller længerevarende proces, hvor en person tilslutter sig ekstremistiske synspunkter eller legitimerer sine handlinger efter ekstremistisk ideologi" (Den nationale handlingsplan, 2016).

Metodisk fremgangsmåde

Følgende afsnit præsenterer kort rapportens metodiske fremgangsmåde³. Rapporten er tredje del af en tredelt serie om dansk salafi-propaganda. Afsnittet optræder også i de to andre rapporter⁴ og kan af den flittige læser undlades.

Rapporten er baseret på et open source-studie af 10 danske selvpositionerede salafi-grubbers 30+ SoMe-profiler på Facebook, Twitter, YouTube og Instagram. Studiet strækker sig datamæssigt over en tidsperiode på næsten ti år og består af 20.000+ tekst-, billede og videouploads delt af de danske salafi-grupper.

De salafi-grupper, der indgår i rapporten, er alle sunni-muslimske, men de varierer i forhold til geografisk tilknytning (Jylland, Sjælland, Fyn), målgruppe (køn, alder, etnicitet m.m.), politisk engagement, accept af vold og forskelle over doktrinen. Rapporten fællesbetegner de grupper, som indgår heri 'salafi' på grund af de forskellige måder, hvorpå alle grupperne selv-positionerer sig som salafister i deres officielle online-propaganda. Måderne, hvorpå dette gøres, er for eksempel ved at udråbe sig selv som salafi, ved at understrege, at de følger en ordret forståelse af skriften, eller ved at argumentere for en religiøs praksis, der er fuldt ud identisk med Profeten Muhammeds og de første tre generationer herefter. Begrebet salafisme er afledt af det arabiske udtryk *as-salaf as-salih*, der betyder 'de fromme forgængere', og som netop henviser til Profeten Muhammed og de efterfølgende tre generationer (Wiktorowicz 2006). Og salafisme som en generel tilgang til islam er kort sagt baseret på ideen om at følge i de tidlige generationers fodspor og udlede religiøs vejledning direkte fra kilderne uden at fortolke dem eller tilpasse dem til samfundet i dag (Wiktorowicz 2006).

Nogle af grupperne vil også kunne betegnes som islamister frem for (aktivistiske/politiske) salafister (jf. Wiktorowicz klassificeringsmodel). Det er imidlertid en større definitionsdiskussion inden for forskningen, som denne rapport ikke vil gå yderligere ind i. Andre grupper kunne tidligere betegnes som jihadi-salafister ud fra deres alment tilgængelige SoMo-propaganda. Det kan de imidlertid ikke længere på grund af ændringer i deres online outreach. Imens disse ændringer kan

³ For en uddybet præsentation af metode og teori se rapporten "Metodiske refleksioner og teoretiske overvejelser i studiet af dansk online salafi-propaganda".

⁴ Se også "Rapport I: Fra væbnet kamp til værdikamp", der handler om den danske salafi-propagandas udvikling de sidste ti år, og "Rapport II; Fra kvindelig kriger til opdrager af næste generation", der mere specifikt handler om den salafi-propaganda, der er målrettet kvinder, og dennes udvikling gennem de sidste ti år.

skyldes en forandring i ideologisk ståsted, kan det også skyldes, at digitale restriktioner og initiativer mod 'online-radikalisering' herunder *takedowns* i dag begrænser, hvad der kan deles på sociale medier.

Rapporten diskuterer i stedet generelle mønstre og tendenser i den propaganda, der har mødt de unge, som har færdes i det danske salafi-miljø på sociale medier de seneste ti år. Den tager sit udgangspunkt i de store forandringer, der har været på den internationale jihadarena såvel som inden for det danske salafi-miljø, hvor grupper er blevet opløst, imens nye grupper er opstået og andre allerede eksisterende grupper har fået større gennemslagskraft, siden de første fremmedkrigere forlod Danmark for at tilslutte sig konflikten i Syrien/Irak. Rapporten diskuterer først den militante propaganda delt af de danske salafi-grupper. Den florerede fra 2011 frem til og med 2017, som var en tidsperiode, hvor Islamisk Stats havde sin storhedstid, etablerede sit kalifat og til sidst havde sin territoriale tilbagegang i Syrien/Irak. Herefter blev den danske propaganda overvejende ikke-militant, og rapporten diskuterer i sin anden del den nyere propaganda, der florerede de senere år frem til midt 2021, hvor studierne for denne rapport stoppede. De grupper, der indgår i rapporten, er udvalgt fordi de gennem de tidsperioder, hvor rapportens data er indsamlet, har været de mest toneangivende danske salafi-grupper på sociale medier. Flere af grupperne er også toneangivende i dag.

I rapportens tiårige tidsperiode har kommunikationsmulighederne på sociale medier som nævnt ændret sig væsentligt, og digitale restriktioner og initiativer mod online-radikalisering begrænser i dag, hvad der kan deles online. Mere specifikt er dele af rapportens data fra en tid, hvor forebyggende og bekæmpende initiativer mod 'online-radikalisering' var knap så veludviklede, som de er i dag. Dengang fandt *take-downs* kun sjældent sted, og digital censur på sociale medieplatforme var næsten ikkeeksisterende. Store dele af den militante propaganda, som rapporten blandt andet bygger på, er i dag fjernet fra sociale medier. Og rapporten giver derfor et unikt indblik i, hvordan propagandaen over de seneste ti år har ændret sig fra også at bestå af militante budskaber til at være ikkemilitant.

I forhold til jihadbegrebet, bliver dette ofte oversat til 'hellig krig' og forstået som en væbnet kamp mod fjender af islam. Men det er imidlertid en forsimpning. Og jihadforståelser spænder fra en indadvendt spirituel kamp for at opnå den rette tro gennem ord og gerninger til individuel eller militær kamp for at fremme islam (Peters 2004). Imens dette er en velkendt pointe, er den ikke desto mindre afgørende at fremsætte hér. Det understreger nemlig en afgørende nuance i forhold

til rapporten: At den militante salafi-propagandas jihadforståelser – såvel som verdensforståelser mere generelt – er eksempler på specifikke læsninger, oversættelsesvalg og fortolkninger af skrift og tradition. Den militante propaganda repræsenterer altså ikke danske muslimers holdninger til jihad m.m. På samme måde omhandler rapporten ikke islam, men en retning, eller politisk ideologi om man vil, inden for islam. Rapporten omhandler hermed ikke 'dansk islam' men salafisme inden for en dansk kontekst.

Martyrdom og maskulinitetsidealer

Rapporten stiller i det følgende skarpt på den militante propaganda, der florerede på sociale medier fra 2011 til og med 2017. Her etablerede terrorgruppen, der kalder sig Islamisk Stat (IS), sig som selvstændig organisation, rejste sit kalifat og begyndte til sidst sin territoriale tilbagegang i Syrien/Irak. Den danske propaganda delt på sociale medier i den periode er også militant, og dele af den kalder eksplicit til væbnet kamp.

Det gøres blandt andet ved at argumentere for væbnet jihad som en forpligtigelse for en hver muslim gennem præsentationer af skriftens doktriner om defensiv jihad, dvs. væbnet forsvar af islam. Men den danske online propaganda kalder også i høj grad mænd til jihad gennem martyrhyldester, dvs. hyldeste af dem, der har mistet livet i kamp, og idealiserede fremstillinger af ekstreme islamister, der udøver vold, som heroiske, maskuline krigere.

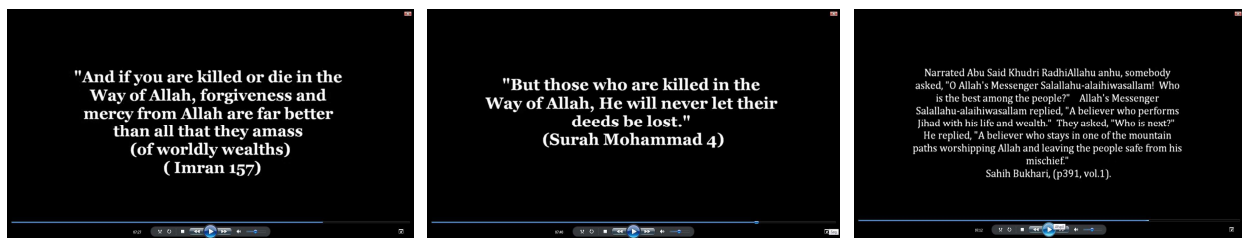
Særlig interessant for nærværende rapport er martyrhyldesterne i den danske salafi-propaganda især fremsat af kvinder, der hylder martyrernes sag og fremhæver martyrdommens herlighed og høje status. Et eksempel er et video-interview, hvori en kvinde, der befinder sig i Syrien, for nylig er blevet 'martyrenke' og i glorificerende vendinger fortæller om sin mands fald i væbnet kamp. Kvinden taler ikke kun på vegne af sig selv men også på vegne af alle andre martyrenker tilhørende ummahen, dvs. det muslimske fællesskab verden over. Og hun udtrykker stolthed over, at Allah har udvalgt netop deres mænd til at opnå positionen som martyr, der fremstilles som overlegen og ærbar:

(...) I say this full of pride. My husband has left – for the Ummah and for the pride of all Muslims – this Dunya and the delusive luxury behind and decided for himself, along with me and our daughter, for a life in freedom. For a life in Jihad. To our family I would like to say, don't grieve for him. 'Cause Allah says in the Quran: "Do not think those who are killed in the way of Allah as dead. Nay, they are alive, finding their sustenance in the presence of their Lord" (...) My beloved sisters, I advise you achieve

your share and accompany the Mujahideen. Nowhere will you feel the freedom, the honesty and the dignity of the women, like by us. The Mujahideen achieve their obligation to the ummah. As much their personal obligation as husbands and family men and provider of widows and orphans (...) (Video-upload i 2013, tekst som i undertekster til videointerview)

Det er typisk for martyrhyldesterne i den danske propaganda, at de på forskellige måde indeholder velkendte referencer til såkaldte jihadsuraer fra Koranen. Kvinden i teksten ovenfor refererer for eksempel Sura 3, (*al-'Imran*), vers 170-71, der er en af de mest refererede jihadsura i den danske jihadpropaganda. Med den fremhæver hun, at de, der dør i jihad, ikke er døde, men for evigt i live i den islamiske himmel.

De refererede jihad-suraers formål var allerede dengang, de blev nedskrevet at mobilisere og motivere muslimer til at tage del i væbnet kamp (Peters 2004). Fælles for alle jihad-suraer er, at de understreger jihad som den bedste religiøse gerning, en mand kan udføre, og at jihad dermed er hævet over andre religiøse gerninger (Peters 2004). Dette er også tilfældet i den danske propaganda:



Derfor fortælles belønningerne for jihad også som de største, og fra islams tidligste tider er det at dø for religionen blevet opfattet som den stærkeste form for kærlighedserklæring (Peters 2004). Denne opfattelse er i høj grad også dominerende i den militante del af den danske propaganda.

Særligt interessant er også, at martyrhyldesterne i den danske propaganda handler om at hylde et specifikt mandeideal. Og som interviewet med martyrenken også kan fungere som et eksempel på, er den militante propaganda karakteriseret ved, at kvinderne præsenterer martyrdom som indbegrebet af maskulinitet. Særligt relevant i den sammenhæng er, at flere studier finder, at handlekraft såvel som realiseringen af et maskulinitetsideal er blandt hovedmotiver for deltagelsen i jihad (fx Greenwood 2019; Pearson 2018).

Ser vi nærmere mod den del af forskningen, der beskæftiger sig med maskulinitet, er det også en

velkendt pointe, at der i de fleste samfund findes et hierarki af maskuliniteter (se fx Jensen 2019). Og imens det afhænger af den sociale kontekst, hvilken maskulinitet, der er tillagt størst social værdi, er *hegemonisk maskulinitet* betegnelsen for den form for maskulinitet, som er øverst i hierarkiet (Jensen 2019). Denne maskulinitetsform er ofte en maskulinitet, som andre mænd ser op til og forsøger at efterleve. Overføres det perspektiv på den danske jihadpropaganda, er den kendetegnet ved, at martyrdom fortælles som den hegemoniske maskulinitet, man bør tilstræbe at efterleve. Det gøres blandt andet ved at udråbe martyrer som 'rigtige mænd' eller ved at betegne og beskrive dem som løver. Martyrer portrætteres typisk også som helte med stærke muskler og store våben eller med sværd og til hest:



Når vi ser på den internationale forskning, fremhæver flere studier på samme måde, hvordan Islamisk Stats propaganda har portrætteret jihadkrigere som 'rigtige mænd', i modsætning Vestens 'kastning' af mænd (Pearson & Winterbotham 2017; Saltman & Smidth 2015). Og forskningen finder, at ligesom kvinderne håbede på at udleve traditionelle feminine identiteter under Kalifatet, håbede mange mænd på samme måde, at tilslutning til Islamisk Stat ville give dem mulighed for at føle sig som 'rigtige mænd' (Pearson & Winterbotham 2017; Saltman & Smidth 2015; Pearson et al. 2020). Forskning viser mere specifikt, at de mænd, der tilsluttede sig Islamisk Stat, længtes efter at blive set som helte, krigere, beskyttere og forsørgere, og at de følte sig forhindret i at etablere sådanne identiteter i deres hjemlande. Og ligesom Islamisk Stat tilbød fremmedkrigerne nøjagtigt den status ved at tilslutte sig gruppen, tilbyder den militante danske propaganda det samme i ambitionen om martyrium.

Kvindelige krigere som udskamningsredskab

Men den danske propaganda om jihad tilbyder ikke blot en barsk og heroisk maskulinitet til mænd, der aktivt tilslutter sig den væbnede kamp, den fremstiller også de mænd, der undlader at lade sig rekruttere, som feje kujoner og umandige. Her udskammes mænd især ved en sammenligning med muslimske kvinder, der på forskellig vis har taget del i kamp – fortidens såvel som nutidens.

Og ser vi først nærmere på den danske, militante propaganda, der henvender sig til kvinder, er den

kendetegnet ved, at den ikke kun kalder mænd men også kvinder til væbnet jihad (Jacobsen 2016; 2019; 2020a; 2020b). Den adskiller sig hermed fra den propaganda, der i samme periode blev delt af Islamisk Stat, der dengang dominerede den internationale jihadarena. Her blev kvinder ekskluderet fra slagmarken (Winter & Margolin 2017; Saltman & Smidth 2015; Lahoud 2014), og det er derfor særligt interessant, at dele af den danske, militante propaganda eksplicit kalder kvinder til væbnet jihad.

Den danske propaganda kalder blandt andet kvinder til jihad gennem fortællinger om de kvinder, der på Profeten Muhammeds tid deltog i væbnet kamp. Og historiens kvindelige krigere hyldes for deres kamplyst og mod, imens nutidens mænd udskammes for manglen på samme. Den mest omtalte af fortidens kvindelige krigere er Umm 'Umarah, der ofte fremhæves som forgangseksempel. Den danske propaganda understreger som eksempel, at "mange mænd ønsker, at de var så modige, som hun var" (Video-upload fra 2013), og at Umm 'Umarah "havde nogle gode egenskaber, som mange mænd ikke har i dag" (Video-upload fra 2013).

En anden af fortidens kvindelige krigere, der særligt optræder i den danske propaganda, er Khawlah bint al-Azwar, der ifølge traditionen var en af de største kvindelige militærledere i islams historie. Den danske, militante propaganda beretter blandt andet om en situation, hvor Khawlah bint al-Azwar inspirerede en hel hær til at fortsætte med at kæmpe, da de var på nippet til at forlade de muslimske styrker. Flere krigere forsøgte at flygte fra slagmarken, fordi de anså fjenden som overlegen og mistede deres mod. Men Khawlah bint al-Azwar og hendes kvindelige hær (kom ridende på heste med sværd og) konfronterede mændene med deres manglende mod i en påmindelse om deres forpligtigelse til at forsvare islam med deres liv. Et eksempel er følgende tekst:

" (...) I en anden kamp blev muslimerne overvældet af en meget større romersk hær. Mange soldater flygtede, men ikke længe. Khawlah og de andre kvinder mødte de flygtende soldater, hvorved de satte spørgsmålstejn ved deres mod og tvang dem til at vende tilbage til kampen. Mændene var betaget, da de så Khawlah svinge sit sværd og lede endnu et angreb. De vendte deres heste og gik ind i kampen, som de senere vandt. En af ridderne sagde den dag: "Vores kvinder var mere hårde ved os end romerne. Vi følte at gå tilbage til kampen, kæmpe og dø, var lettere end at se vores kvinder i øjnene senere hen." Khawlah blev en legende i løbet af sit liv og forbliver en legende dagen i dag. Hun er et forbillede for mænd og kvinder, for at vi skal kæmpe for hvad vi tror på og aldrig acceptere nederlag! (...) " (Tekst-upload fra 2013, tekst som i upload).

Teksten ovenfor er hermed et eksempel på, hvordan dele af den militante propaganda forsøger at motivere mænd til at tage del i væbnet kamp gennem fortællinger om nådesløse, kvindelige krigere fra Profeten Muhammeds tid. I fortællingerne fremhæves ikke kun kvindernes ideologiske styrke men også deres overlegne fysiske styrke. Og manglende deltagelse i jihad bliver knyttet til stor skam - blandt andet med

fortællinger om, at man herved ikke kan se det modsatte køn i øjnene. Det at afstå fra at deltage i jihad anses altså som skamfuldt, fordi man undlader at udføre den pligt, der ifølge den militante propaganda er pålagt enhver muslim. Men også fordi det ifølge den militante propaganda siger noget om, hvem man er.

Hermed minder den danske propaganda om Al-Qaedas jihadpropaganda, der også har instrumentaliseret kvinder i udskamninger af mænd (Winter & Margolin 2017; Aasgaard 2017). Et specifikt eksempel på dette er en tale fra 2004, hvori lederen af al-Qaeda i Irak, al-Zarqawi, håned de mænd, der ikke besvarede kaldet til jihad, med følgende erklæring: "The war has broken out, the caller to jihad has called for it, and the doors of heaven have been opened! So, if you don't want to be of the knights then make room for the women to wage war and you can take the eyeliner" (Fra Al-Ansar Media Bataljon, Abu Mus'ab al-Zarqawi's "Join the Caravan").

Et andet eksempel er i forbindelse med det første angreb i Vesten udført af en kvinde, hvor en ung kvinde i 2010 stod bag et knivoverfald på et britisk parlamentsmedlem på grund af hans støtte til landets engagement i Irak. Kvinden var inspireret af den nu afdøde al-Qaeda ideolog Anwar al-Awlakis prædikener, men handlede efter sigende uden tilknytning til militante islamistiske netværk. Hendes handling blev imidlertid brugt i propagandaøjemed af al-Awlaki og al-Qaeda på den Arabiske Halvø (AQAP), da gruppen i sit engelsksprogede internettidsskrift Inspire omtalte angrebsforsøget. Her stod: "A woman has shown to the ummah's men the path of jihad! A woman my brothers! Shame on all the men for sitting on their hands while one of our women has taken up the individual jihad!" (Inspire, 2010).

Skam, skyld og ydmygelser er altså ikke kun dominerende følelser i den danske jihadpropaganda. De er også i høj grad at finde i den internationale propaganda. Og af særlig relevans herfor finder affektforskningen, at netop skam, skyld og ydmygelser er blandt de følelser, der har størst drivkraft (Ahmed 2014).

Skam opstår først og fremmest mellem individer i en social kontekst, fordi det er her, man bliver opmærksom på, hvad andre forventer af en. Skam er netop frygten for ikke at leve op til det, der genkendes som rigtigt (Ahmed 2014). Og skammen føles endnu mere voldsom, når den, man gerne vil anerkendes af, ser med (Ahmed 2014). Om det så er af Allah, der opfattes som altseende, kvinderne inden for det specifikke miljø eller andre. Og fordi skam kan skabe handletrang, er det en væsentlig pointe, at skammen bliver intensiveret frem for afviklet i den danske jihadpropaganda. Det er nemlig ifølge forskningen i de tilfælde, hvor skammen bliver intensiveret, at der opstår størst handletrang (Ahmed 2014). Derfor kan de udskamninger, der findes i den danske jihadpropaganda, have betydning for den militante propagandas mulighed for at mobilisere.

Muslimske kvinders smerte i mobilisering af mænd

Samme brug af skyld og skam er tilfældet i den propaganda, der kalder mænd til jihad gennem brutale beretninger om vold mod, voldtægt af og drab på kvinder i Mellemøstens krigs- og konfliktområder. Et eksempel er følgende tekst fra 2013, der videreformidler Syrien/Iraks kvinders råb om hjælp og oplister de grusomheder, som de muslimske 'søstre' i krigszonen oplever. Teksten udkælder muslimske mænd for manglende handling, og den opfordrer afslutningsvist til at følge i fodsporene af deres 'brødre', de danske fremmedkrigere, der allerede har tilsluttet sig konflikten i Syrien/Irak:

"(...) Vi har i de seneste mange år set, hvordan muslimerne har lidt, og wallahi vi har set med vores egen øje, hvordan deres tårer er blevet til blod ... Ya Munimeen! Vi kalder os muslimer, og vi vender ryggen til? YA MUNAMIEEN! Vores søstre bliver voldtaget, hvor de bruger de mest grusomme måder til at få hende til at lide, til hendes sjæl forlader hendes blodige krop ... Ya Allah Ya Allah vil du overhovedet være tilfreds med os? Mens vores søskende har grædt efter hjælp! Mens de har mistet alt. Ya Allah vil du tilgive os? (...) BRØDRE, VORES SØSTRE BLIVER VOLDTAGET "DINE" SØSTRE! BRØDRE, VORES MØDRE BLIVER VOLDTAGET!!! DE SKRIGER EFTER HJÆLP!!! BRØDRE VORES ELSKVÆRDIGE BRØDRE ER TAGET UD FISABILILLAH TAG UD MED DEM!" (Tekst-upload fra 2013, tekst som i upload)

Fælles for den danske propagandas kald til jihad er, at den også især udtrykker og videreformidler en smerte og en dertilhørende vrede. Og netop smerte og vrede har ifølge affektforskningen afgørende betydning for skabelsen af et (ideologisk) kollektiv, der kan mobilisere (Ahmed 2014). En videreformidling af andres eller egen smerte/vrede kan nemlig skabe følelsen af et samlet 'vi', hvilket kan medføre følelsen af et behov for at handle for at gøre den smerte/vrede mindre (Ahmed 2014).

Opsummerende bliver den foreløbige konklusion på denne rapports første del, at den danske salafi-propaganda i høj grad har bygget sine budskaber på konstruerede dikotomier mellem maskulin og feminin og forskellige instrumentaliseringer af kvinden. Og rapporten har i sin første del fremsat specifikke eksempler på, hvordan køn har en central plads i og åbenbar betydning for mobilisering til væbnet jihad.

Konservativ kønsidentitet som rekrutteringsstrategi

Men ser vi på den propaganda, der flourer i det danske, online salafi-miljø fra 2018 og frem til midt 2021, er den overvejende ikke-militant, og det eksplicite kald til væbnet jihad er (næsten) væk. De brutale beretningerne om vold mod, voldtægt af og drab på kvinder i Mellemøstens krigs-

og konfliktområder er stadig til stede, men beretningerne indeholder ikke længere udtrykkelige kald til væbnet jihad. Og den danske salafi-propaganda, der møder de unge, som i dag færdes i det online salafi-miljø, har skiftet karakter.

Særligt relevant for denne rapport har køn trods denne udvikling en lige så central plads og bruges i lige så høj grad i propagandaens rekrutteringsstrategi. Og den ikke-militante propaganda har i lige så høj grad som den militante sit fundament i en traditionel kønsideologi og konservative ideer om maskulinitet og feminitet.

Store dele af den ikke-militante propaganda fra de seneste år frem til midt 2021 adskiller sig imidlertid fra den ældre, militante propaganda ved især beskæftige sig med aktuelle samfundsdebatter. Og dens kønsdiskussioner er især centreret omkring homofobiske syn på køn og seksualitet. Her betragtes traditionelle kønsroller som udtryk for Allahs vilje, og homoseksualitet og seksuel nysgerrighed opfattes som et produkt af vestlige idealer og en trussel mod islamisk kønsidentitet såvel som det traditionelle ægteskab. Mere specifikt fortæller den nyere propaganda om klassiske kønsnormer som en ideologisk grundsten i islam, der kommer til at fremstå som et stabilt ståsted i den moderne verdens kønsmæssige mangfoldighed. Et eksempel er følgende tekst-udsnit: "Lesbisk, homoseksualitet, biseksuel, transseksuel, queer, non-binær, intersex, asekuel og bla bla bla ... Vi kan blive ved hele dagen med alle disse nye begreber, men vi kan blive enige om to ting: 1) mænd er for kvinder og kvinder er for mænd 2) og man er enten kvinde eller mand." (Tekst-upload fra 2019. Tekst som i upload).

Særligt interessant er, at salafismen fremstilles som et slags *safe space*. Og det er kendetegnende for store dele af den nyere propaganda, at den med udgangspunkt i skriften og traditionen fortæller flydende kønsidentiteter og seksuel nysgerrighed som forbudt (harām):

(...) Abdallah ibn 'Abbaas (رطى الله عنه) sagde: "Allahs sendebud Muhammad ﷺ forbandede mænd, der efterlignede kvinder og kvinder, der efterlignede mænd" - [Bukhaari, 5546] (...) Ibn Hajar (رحمه الله) sagde: "For mænd at efterligne kvinder og kvinder til at efterligne mænd, bevidst og efter eget valg, er harām i henhold til videnskabelig ijmā (enighed/konsensus)." [Bukhaari, 5546]. (...) (Tekstupload fra 2019, tekst som i upload).

Eksemplet ovenfor demonstrerer også, hvordan den nyere propaganda i endnu højere grad end den militante propaganda, der tidligere florerede på sociale medier, taler ind i moderne køns- og identitetsproblematikker.

Den danske propaganda, og de profiler hvorpå denne deles, præsenterer således et rum for aktuelle samfundsdebatter, hvor traditionelle måder at være muslimsk mand såvel som kvinde på tillægges høj social værdi. Og propagandaen formidler en entydig og indiskutabel måde at forstå køn på, hvor kønnene er forskellige, modsatrettede og komplementerer hinanden. Således ligger der i den danske propaganda et tilbud om en indiskutabel kønsidentitet som mand og som kvinde. Og imens det kan virke paradoksalt, at dette skulle være attraktivt for unge mænd og kvinder opvokset i Vesten, kan det for nogle være dragende, at køn netop ikke opfattes som flydende og til forhandling. Dertil kommer, at imens den salafistiske kønsforståelse afvises af de fleste vestlige muslimer, kan den af andre opfattes som den rigtige måde at forstå og praktisere køn på inden for islam. Og netop klassiske maskulinitetsforståelser, afstandtagen til homoseksualitet og idealiseringer af konservativ kønsidentitet resonerer ifølge forskningen dele af en vestlig, muslimsk ungdom (Jensen 2019; Pearson & Winterbotham 2017; Pearson 2014).

Kvindelig ære og femininitet: Instrumentaliseringen af kvinder i den aktuelle propaganda

Store dele af den nyere ikke-militante propaganda omhandler også især 'den muslimske kvindes' position og status i islam. Denne propaganda beskæftiger sig især med idealrepræsentationer af 'den muslimske kvinde' og er centreret omkring muslimsk kvindelighed og feminin perfektion. Her adresseres især normerne omkring kønsadskillelse i islam, og propagandaen opfordrer til, at danske muslimer praktiserer skarpe opdelinger mellem kvinder og mænd og derved undgår *fitna*, der her kan oversættes til fristelse. I den forbindelse frarådes muslimske kvinder at fremstå som en fristelse, og de tilskyndes i stedet til at udvise fromhed og værne om deres ære. Dette opnås ifølge den danske salafi-propaganda igennem tildækning, og jo mere tildækket kvinder er, jo mere ærbare og fromme anses de.

Kendetegnende for propagandaen om tildækning er, at den ligesom store dele af den danske salafi-propaganda mere generelt taler ind i en oplevelse af, at Vesten opfatter 'den muslimske kvinde' som passiv og undertrykt. Og tørklæde (*hijab*), shador og niqab fortælles som et modstandssymbol og udtryk for muslimske kvinders ukuelige styrke og rebelskhed. Propagandaen tilbyder således ikke kun autenticitet og et historisk tilhørsforhold i en traditionel beklædning, men også en stærk selvopfattelse og empowerment.

Propagandaen bygger på hårdt optrukne skillelinjer mellem nutidens 'vestlige kvinder' og 'muslimske kvinder', hvor muslimske kvinder fremstilles som rene og ærbare, imens vestens

kvinder fremstilles som det modsatte. Muslimske kvinder, der bærer tørklæde, shador eller niqab, præsenteres også som frie forbilleder for vestlige kvinder, der opfattes som underlagt og domineret af Vestens skønheds- og seksualitetsidealer. Muslimske kvinders høje status understreges også typisk i en fortælling om, at muslimske kvinder er værdifulde diamanter, imens vestlige kvinder er værdiløse sten. Og betragter vi det online rum som et sted for identitetsformation, bliver det tydeligt, at det ikke kun producerer og etablerer specifikke maskulinitetsidealer men også specifikke kvindeidealer.

Fælles for den ikke-militante propaganda er også, at den i endnu højere grad tapper ind i en dansk kontekst, og den propaganda, der handler om tildækning, handler især om det danske maskeringsforbud og dets betydning for kvinder, der ønsker at bære niqab. Propagandaen fremsætter maskeringsforbuddet som et eksempel på en ideologiske bekæmpelse af islam. Den præsenterer loven som et politisk angreb på danske muslimers identitet - og mere specifikt en politisk hetz mod 'den muslimske kvinde'. Den bygger også i høj grad på beretninger om forskellige former for verbale og fysiske overfald på kvinder, der bærer tørklæde, shador eller niqab.

Tænker vi igen på de danske salafi-grupper som bevidsthedsskabende grupper, der transformerer vrede og smerte til sammenhold og modstand (jf. Ahmed 2014), fremtræder endnu et vigtigt aspekt i forhold til diskussionen om den danske online-propagandas rekrutteringsevne. Forskningen argumenterer nemlig for, at bevidsthedsskabende grupper er afgørende, fordi individet har brug for at vide, at det ikke er alene, for at turde stille spørgsmålstejn ved internationale magtstrukturer og den nationale politiske situation (Ahmed 2014; Richards 2019). Og her kan det danske online salafi-miljø anses som et bevidsthedsskabende rum, der forbinder danske muslimer i form af delte følelser, modidentiteter og forskelsfællesskaber.

Argumentet i denne rapport bliver hermed, at vores evne til at forstå det attraktive ved salafistiske miljøer bliver styrket, hvis vi kan begynde at forstå mangfoldigheden i de aspekter af salafistisk ideologi, der er tiltalende for unge opvokset i Vesten. Og her er vi nødt til at bevæge os væk fra ideen om, at det kun er de militante narrativer og brutale voldsvideoer, der tiltrækker, og hen imod et bredere fokus, der også tager højde for blandt andet den kønsspecifikke propagandas rekrutteringskraft.

Konklusion

Denne rapports ambition var at stille skarpt på, hvilken rolle køn spiller i den danske salafi-propaganda – herunder hvilken betydning forskellige fortællinger om femininitet og maskulinitet kan have for propagandaens rekrutteringspotentialer. Rapportens formål var hermed at bidrage med en øget viden om og fokus på køn i arbejdet mod radikaliserings og ekstremisme.

Rapporten så indledningsvist på den tidlige danske salafi-propaganda, der blev sendt ud på sociale medier fra 2011 til og med 2017. Denne periode var kendetegnet ved, at Islamisk Stat etablerede sig som selvstændig organisation, rejste Kalifatet og til sidst havde sin territoriale tilbagegang i Syrien/ Irak. Her fremsatte rapporten, hvordan dele af den danske propaganda eksplicit kaldte til væbnet jihad. Og rapporten præsenterede konkrete eksempler på, hvordan kønnede stereotyper og fortællinger om martyrdømme som maskulinitet indgik i den militante propagandas forsøg på rekruttering såvel som mobilisering. Propagandaen var især tilpasset unge mænd og benyttede sig af hypermaskuliniserede idealer til at fremstille jihadkrigere som indbegrebet af 'rigtige mænd'. Den militante propaganda trak også på specifikke forståelser af maskulinitet knyttet til militant islam ved for eksempel at lade kvinder kalde til jihad og citere velkendte jihaddoktriner.

Rapporten præsenterede også, hvordan den militante del af den danske propaganda var centreret omkring fortællinger om kvindelige krigeres fysiske styrke og ukuelige mod og udskamninger af nutidens mænd for mangel på samme. Og sidst men ikke mindst fandt rapporten, at den militante propaganda tilstræbte at mobilisere til jihad gennem brutale beretninger om vold mod muslimske kvinder verden over – herunder især i Mellemøstens krigs- og konfliktzoner. Her kritiserede

propagandaen muslimske mænd for en manglende evne til at leve op til deres ansvar som beskyttere af kvinder (og børn). Fælles for den militante propaganda var altså, at den producerede et maskulinitetsideal, hvori maskulinitet især er knyttet til voldsparathed, fysisk styrke og beskyttertrang. Og kort sagt instrumentaliserede den militante del af den danske salafi-propaganda i høj grad kvinder i deres kald på mænd til væbnet jihad.

Men ser man på den propaganda, der flourer på sociale medier de senere år frem til midt 2021, er den overvejende ikke-militant, og det eksplicite kald til jihad er (næsten) væk. Det er instrumentaliseringen af køn imidlertid ikke. Og den ikke-militante propaganda har i lige så høj grad sit fundament i en traditionel kønsideologi og konservative ideer om maskulinitet og femininitet. Den ikke-militante propaganda adskiller sig imidlertid fra den militante ved, at den især beskæftiger sig med moderne identitetsproblematikker og heteronormative og homofobiske syn på hhv. køn og seksualitet. Store dele af den nyere ikke-militante propaganda er også centreret omkring idealfremstillinger af 'den muslimske kvinde' og omhandler kvinders fromhed, ære og feminine perfektion.

Særligt interessant er, at den ikke-militante propaganda, der blev delt på sociale medier de seneste år frem til midt 2021, i sit stærke fokus på moderne køns- og identitetsproblematikker, favner langt bredere og adresserer langt flere end et kald til væbnet jihad i Mellemøsten. Derfor argumenterer rapporten for, at vi er nødt til at bevæge os væk fra det afgrænsede fokus på militant propaganda, og ideen om, at det per definition er de militante narrativer og brutale voldsvideoer, der tiltrækker, og hen imod et bredere fokus, der også tager højde for ikke-militante budskabers rekrutteringspotentiale. Vores evne til at forstå det attraktive ved salafistiske miljøer bliver nemlig styrket, hvis vi også ser på de ikke-militante aspekter af salafistisk ideologi, der (også) kan være tiltalende for unge, der er opvokset i Vesten i dag. Og ved at udvide vores fokus til den kønsspecifikke propaganda, kan vi bedre forstå de frustrationer og dilemmaer, som nogle individer finder løsninger på i de ekstremistiske miljøer. Og hermed står det forebyggende arbejde stærkere.

Det understreges igen, at eksemplerne fra den danske salafi-propaganda er udtryk for specifikke læsninger, oversættelsesvalg og fortolkninger af skrift og tradition. Rapporten beskriver altså ikke danske muslimers holdninger til fx jihad og køn. Den beskriver de udvalgte, danske salafi-gruppers holdning til dette. Derudover omhandler rapporten ikke islam, men en retning, eller politisk ideologi om man vil, inden for islam. Rapporten omhandler hermed ikke 'dansk islam', men salafisme inden for en dansk kontekst.

Rapporten dækker datamæssigt en tidsperiode på ti år (fra 2011 til midt 2021). Den er hermed et øjebliksbillede af generelle mønstre og tendenser i den propaganda, der i den periode møder de unge, som færdes i det online salafi-miljø i Danmark. Som demonstreret i rapporten præges propagandaen blandt andet af national/ international politik; magtbalancen på den internationale jihadarena og situationen i Mellemøsten krigs- og konfliktområder. Og den danske salafi-propaganda vil formentligt ændre karakter i fremtiden.

Rapporten er et produkt af et uafhængigt forskningsprojekt finansieret af Nationalt Center for forebyggelse af Ekstremisme. Projektet er udført af Sara Jul Jacobsen, der har en kandidatgrad i Religionsvidenskab fra Aarhus Universitet og en Ph.d.-grad i kvinder og militant islam.

Litteraturliste

Aasgaard, Andrea. 2016. "Al-Qaeda's and the Islamic State's Perspective on Women." In Mani Crone (ed), *The Split in Global Jihad, the Fight between IS and Al-Qaeda*. Danish Institute for International Studies.

Aasgaard, Andrea. 2017. "Migrants, Housewives, Warriors or Sex Slaves: AQ's and the Islamic State's Perspectives on Women". *Connections*, 16 (1): 99-112:
<http://www.jstor.org/stable/26326474>.

Ahmed, Sara. 2004. *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Bloom, Mia. 2007. "Female suicide bomber: a global trend." *Dædalus* 136 (1): 94-102:
<http://www.jstor.org/stable/20028092>.

Bloom, Mia. 2011a. "Bombshells: Women and Terror." *Gender Issues* 28 (1): 1–21:
DOI: [10.1007/s12147-011-9098-z](https://doi.org/10.1007/s12147-011-9098-z).

Bloom, Mia. 2011b. *Bombshell: The many faces of women terroriste*. Toronto: Penguin Press.

Brown, Katherine E. 2020. *Gender, Religion, extremism*. Oxford: Oxford University Press.

Butler, Judith. 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.

Butler, Judith. 1993. *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*. London: Routledge.

Butler, Judith. 1997. *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. London: Routledge.

Christensen, Ann-Dorte & Sune Qvotrup Jensen. 2012. "Doing Intersectional Analysis: Methodological Implications for Qualitative Research." *NORA - Nordic Journal of Feminist and Gender Research* 20 (2): 109–125. DOI: [10.1080/08038740.2012.673505](https://doi.org/10.1080/08038740.2012.673505).

- Connell, Raewyn W. & Messerschmidt, James. 2005. "Hegemonic Masculinity: rethinking the concept". *Gender & Society* 19(6): 829-859.
- Connell, R. W. 1995. *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W. 2016. "Masculinities in global perspective: hegemony, contestation, and changing structures of power". *Theory and Society* 45(4): 303-318.
- Cook, Joanna. 2020. *A womans place*. Oxford: Oxford University Press.
- Cook, David B. 2017. "Contemporary Martyrdom: Ideology and Material Culture", I Hegghammer, Thomas (red.) *Jihadi Culture: The Art and Social Practices of Militant Islamists*. Cambridge: Cambridge university Press: 151-170.
- Davis, Jessica. 2017. *Women in modern terrorism: from liberation wars to global jihad and the Islamic State*. Rowman & Littlefield.
- Fair, C. Christine, & Ali Hamza. 2018. "Women and Support for Terrorism in Pakistan." *Terrorism and Political Violence* 30, no. 6.
- Gentry, Caron E. 2012. "Thinking about Women, Violence, and Agency." *International Feminist Journal of Politics* 14 (1): 79–82. DOI: 10.1080/14616742.2011.631420.
- Gentry, Caron E. 2019. *Disordered Violence: How Gender, Race and Heteronormativity Structure Terrorism*. Edinburgh University Press.
- Gonzalez-Perez, Margaret. 2008. *Women and Terrorism: Female Activity in Domestic and International Terror Groups*. Abingdon: Routledge.
- Gottzén, Lucas & Jonsson, Richard. 2012. *Andra män. Maskulinitet, normskapande och jämställdhet*. Malmö: Gleerups.
- Hoyle, Carolyn, Alexandra Bradford & Ross Frenett. 2015. "Becoming Mulan? Female Western Migrants to ISIS." *Institute for Strategic Dialogue*: https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2016/02/ISDJ2969_Becoming_Mulan_01.15_WEB.pdf.
- Jacobsen, Sara Jul, Kristina Weibel, & Tina Jensen. 2013. "Stereotyper Og Fjendebilleder: En undersøgelse Af Udvalgte, Danske Mediers Fremstilling Af Muslimer Og Islam". *Tidsskrift for Islamforskning* 7 (2): 114-38: <https://doi.org/10.7146/tifo.v7i2.25320>.
- Jacobsen, Sara Jul. 2016. "Mother, martyr wife or *mujahida*: 'The Muslim Woman' in Danish Online Jihadi-Salafism." *Tidsskrift for Islamforskning* 10 (1): 165–87: <https://doi.org/10.7146/tifo.v10i1.24880>.
- Jacobsen, Sara Jul. 2019. "Calling on Women: Female-Specific Motivation Narratives in Danish Online Jihad Propaganda." *Perspectives on Terrorism* 13 (4): 14–26:

<https://www.jstor.org/stable/26756700>.

Jacobsen, Sara Jul. 2020. *Kvindespecifik jihadpropaganda - Subjektspositioner, motiveringsnarrativer og mobiliseringspotentiale: En undersøgelse af diskursive praksisser, materialitet og følelser i dansk online jihadi-salafisme*. Ph.d.-afhandling, Roskilde Universitet.

Jacques, Karen, & Paul J. Taylor. 2008. "Male and Female Suicide Bombers: Different Sexes, Different Reasons?" *Studies in Conflict & Terrorism* 31 (4): 304–26. DOI: 10.1080/10576100801925695.

Jensen, Sune & Jeppe Larsen. 2019. "Sociological perspectives on Islamist radicalization – bridging the micro/macro gap". *European Journal of Criminology*: <https://doi.org/10.1177/1477370819851356>

Jensen, Sune. 2019. "Køn, maskulinitet og ekstrem islamisme". Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme.

Loken, Meratith & Zelenz, Anna. 2018: "Explaining extremism: Western women in Daesh." *European Journal of International Security*, 3 (1), 45-68. DOI: 10.1017/eis.2017.13.

Malik, Nikita & Haras Rafiq. 2015. "Caliphettes: Women and the Appeal of Islamic State." Quilliam foundation. <http://www.quilliamfoundation.org/wp/wp-content/uploads/publications/free/caliphettes-women-and-the-appeal-of-is.pdf>

Margolin, Devorah. 2016. "A Palestinian Woman's Place in Terrorism: Organized Perpetrators or Individual Actors?" *Studies in Conflict and Terrorism* 39 (10): 912, 918: DOI: [10.1080/1057610X.2016.1148934](https://doi.org/10.1080/1057610X.2016.1148934).

OSCE. 2019. "Understanding the Role of Gender in Preventing and Countering Violent Extremism and Radicalization That Lead to Terrorism." Published by the Organization for Security and Co-operation in Europe Vienna: <https://www.osce.org/secretariat/420563?download=true>.

Pearson, Elizabeth. 2015. "The Case of Roshonara Choudhry: Implications for Theory on Online Radicalization, ISIS Women, and the Gendered Jihad." *Policy & Internet*. DOI: 10.1002/poi3.101.

Pearson, Elizabeth. 2018. *Why Men Fight and Women Don't: Masculinity and Extremist Violence*. Tony Blair Institute for Global Change. <https://institute.global/insight/co-existence/why-men-fight-and-women-dontmasculinity-and-extremist-violence>.

Pearson, Elizabeth. 2020. "Gendered Reflections? Extremism in the UK's Radical Right and al-Muhajiroun Networks", *Studies in Conflict & Terrorism*, DOI:10.1080/1057610X.2020.1759270.

Pearson, Elizabeth & Emily Winterbotham. 2017. "Women, Gender and Daesh Radicalisation." *The RUSI Journal* 162 (3): 60–72. DOI: 10.1080/03071847.2017.1353251.

Peters, Rudolph. 2004. *Jihad i klassisk og moderne islam*. København: Forlaget Vandkunsten.

Phelan, Alexandra. 2020. "Special Issue Introduction for Terrorism, Gender and Women: Toward an Integrated Research Agenda", *Studies in Conflict & Terrorism*, DOI: 10.1080/1057610X.2020.1759252.

Richards, Julian. 2019. "Propaganda i en ekstremistisk sammenhæng", Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme.

Saltman, Erin Marie & Malanie Smidth. 2015. "Till Martyrdom do Us Apart – Gender and the ISIS Phenomenon." London: Institute for Strategic Dialogue.

Sjoberg, Laura & Caron Gentry. 2007. *Mothers, Monsters, Whores: Women's Violence in Global Politics*. New York: Zed Books.

Sjoberg, Laura & Caron Gentry. 2011. *Women, Gender and Terrorism*. Georgia: University of Georgia Press.

Sjoberg, Laura. 2013. *Gendering Global Conflict: Toward a Feminist Theory of War*. New York: Columbia University Press.

Sjoberg, Laura. 2018. "Jihadi brides and female volunteers: Reading the Islamic State's war to see gender and agency in conflict dynamics" *Conflict Management and Peace Science* 35:3, pages 296-311. <https://doi.org/10.1177/0738894217695050>.

Victor, Barbara. 2004. *Army of Roses: Inside the World of Palestinian Women Suicide Bombers*. London: Constable & Robinson Ltd.

Von Knop, Katharina. 2007. "The Female Jihad: Al Qaeda's Women." *Studies in Conflict & Terrorism* 30 (5): 397–414. DOI: 10.1080/10576100701258585.

Wiktorowicz, Quintan. 2006. "Anatomy of the Salafi Movement." *Studies in Conflict & Terrorism* 29: 207–239: DOI: [10.1080/10576100500497004](https://doi.org/10.1080/10576100500497004).

Winter, Charlie & Devorah Margolin. 2017. "The Mujahidat dilemma: Female Combatants and the Islamic State" *CTCSENTINEL* 10 (7): 23-29: https://ctc.usma.edu/app/uploads/2017/08/CTC-Sentinel_Vol10Iss7-9.pdf.

