

---

## Funktionslogik terroristischer Propaganda im bewegten Bild

By: Stefan Christoph<sup>1</sup>

### Abstract:

Die Medienfront ist heute ein wichtiger Kriegsschauplatz, den viele neben Land, Wasser und Luft für gleich wichtig halten. Terroristen fühlen sich in sozialen Medien wohler als man denken könnte. Im Netz können sie die asymmetrische Kräfteverteilung überwinden, die sie in der offenen Feldschlacht unterlegen sein ließe.

Terroristen machen sich das Bild zur Waffe und produzieren erst durch die Positionierung an der Medienfront Sinn in ihren Taten. Ohne ein Bekennerschreiben, ein Abschiedsvideo des Attentäters oder ein letztes Posting im sozialen Netzwerk wäre ein Bombenanschlag nichts als ein Kapitalverbrechen. Durch die terroristische Kommunikationsstrategie wird das Verbrechen erst zum terroristischen Akt. Das ist die theoretische Grundannahme dieses Aufsatzes. Ohne Medienberichterstattung könnten terroristische Organisationen nicht existieren. Durch die Entwicklung des Web 2.0 und insbesondere sozialer Medien kommen terroristische Organisationen heutzutage aber ganz ohne das Verschicken von Videotapes an Fernsehsender aus. Durch YouTube und andere Kanäle, können sie die Adressaten ihrer Botschaften direkt und ohne zwischengeschaltete Journalistinnen und Journalisten erreichen.

So ist es nicht erstaunlich, dass terroristische Organisationen sich eine gewisse Expertise im Umgang mit sozialen Medien zugelegt haben. Al-Qaida hat seine eigene Medienabteilung, auch die kolumbianischen FARC arbeiten sehr professionell und welchen Einfluss der Islamische Staat im Internet ausübt ist inzwischen bereits Gegenstand einiger Reportagen und Untersuchungen geworden.

Die diesem Aufsatz zugrundeliegende Arbeit hat sich mit neun verschiedenen Videos aus dem Umfeld von al-Qaida, der IRA und der FARC beschäftigt und versucht, aus dem analytischen Vergleich dieser Videos Rückschlüsse über terroristische Medienmacher und die terroristischen Organisationen selbst zu ziehen. Wie schnell und suggestiv die Videos

---

<sup>1</sup> Stefan Christoph hat an den Universitäten Leipzig und Regensburg Politik- und Rechtswissenschaft studiert und 2012 mit einem B. A., 2014 mit dem M. A. abgeschlossen. Derzeit ist er Doktorand am Lehrstuhl für Vergleichende Politikwissenschaft (Schwerpunkt Westeuropa) der Universität Regensburg.

arbeiten, ist etwa davon abhängig, welche Ziele sie transportieren wollen und ob sie sich an Laien oder an bereits ideologisch vorgeschulte Anhänger richten. Sozialrevolutionäre Gruppen sind besonders bemüht um eine gute Außendarstellung, da sie tendenziell dazu neigen, elitär zu sein und sich von der Bevölkerung zu entfremden. Während sie eine klare Sprache nutzen, arbeiten religiös-motivierte Terroristen oft mit blumigen Bildern und Umschreibungen.

Die taktischen Erwägungen von Terroristen, etwa ihre Kämpfer geheim halten zu müssen, führt oft dazu, dass sich die Vorteile des Web 2.0 nicht vollständig für sich ausnutzen können. Organisationen wie die FARC oder der Islamische Staat, die selbst über Rückzugsterritorien verfügen, können aber auch ganz ungeniert *Gesicht zeigen* und damit noch viel effektiver auf ihre Zielgruppen einwirken. Es hat sich auch gezeigt, dass es große Unterschiede in der Medienkompetenz terroristischer Organisationen gibt: Während die weiter oben erwähnten Gruppierungen teils eigene Medienstäbe eingerichtet haben, scheinen die Videoproduktionen anderer Organisationen eher Ausschussware zu sein. Wenn sich der terroristische Kampf wirklich auf dem Feld der Kommunikation entscheidet, so haben manche Organisationen hier die besseren Karten ausgespielt als andere. Sie schaffen es, ihre Ziele – die Dämonisierung und Einschüchterung des Feindes, die Legitimation der eigenen Gewalt und die Anwerbung neuer Kämpfer und Unterstützer – besser zu transportieren. Der Islamische Staat beschreitet auf diesem Gebiet keine grundsätzlich neuen Wege. Neu ist ihm nur die Leichtigkeit und die technische Professionalität, mit der er auf die Kommunikationsherausforderungen des digitalen Zeitalters reagiert.

---

## 1. Einleitung<sup>2</sup>

„We must get our message across to the masses of the nation and break the media siege imposed on the jihad movement. This is an independent battle that we must launch side by side with the military battle.“

*Ayman al-Zawahiri*<sup>3</sup> (Mansfield, 2006)

Schon 2003 bezeichnete Jean Baudrillard die Anschläge auf das World Trade Center am 11. September 2001 als ein „absolutes Ereignis“ beziehungsweise als die „Mutter‘ aller Ereignisse“ (S. 11). Er versuchte damit zum Ausdruck zu bringen, dass dieses Ereignis erst durch seine normative Zuschreibung die symbolische Aufladung erlangen konnte, eine Zeitenwende zu markieren (a. a. O.: S. 11 f.). Erst unsere eigene Rezeption des Ereignisses und unser Hintergrundwissen führen dazu, dass der 11. September als bedeutungsschwerer wahrgenommen wird als ein „Unfall, ein rein willkürlicher Akt, die mörderische Phantasmagorie einiger Fanatiker“ (a. a. O.: S. 12 f.). Erst die Medienberichterstattung ermöglichte uns eine Rezeption der Bekennervideos von al-Qaida und ist somit Vorbedingung, um das Ereignis schlussendlich als terroristischen Akt, als Angriff auf die USA und als Auslöser des „War on Terror“ (CNN.com, 2001) zu begreifen. Terroristen sind sogar darauf angewiesen, dass ihre politische, religiöse oder anders geartete Motivation und ihre Botschaft veröffentlicht wird. Erst dadurch erhält ihr Verhalten *Sinn* und wird

---

2 Einen Dank möchte ich an dieser Stellen allen aussprechen, die an der Entstehung dieser Studie und der zugrundeliegenden Masterarbeit, die ich 2014 an der Universität Regensburg angefertigt habe, beteiligt waren. Allen voran sind das meine Gutachter Prof. Dr. Martin Sebaldt und PD Dr. Alexander Straßner, die mich mit ihrer Unterstützung und auch mit kritischen Anmerkungen weitergebracht haben. Weiterhin möchte ich dem Bayerischen Landesamt für Verfassungsschutz für das Zurverfügungstellen einer ganzen Bandbreite islamistischer Videos und Kathrin Bartholomä, B. Eng. für ihre Unterstützung bei der Transkription der spanischen Texte danken. Nicht zuletzt gilt mein Dank denjenigen, die sich als Lektoren und mit anderen kritischen und hilfreichen Hinweisen am Gelingen der Studie beteiligt haben, darunter Astrid Bösl, B. A., Hannes Engl, M. A., Patrick Hanft, B. Eng., Daniel Kutscher und Stefan Schmidt.

3 Az-Zawahiri war lange Zeit die rechte Hand von Osama bin Laden und gilt seit dessen Tod als neuer Anführer von al-Qaida.

---

vom bloßen *Geschehnis* zu einem *Ereignis*, wie Baudrillard es beschreibt: „Wird [...] die Öffentlichkeit nicht erreicht [...] würde sich ein terroristischer Anschlag nicht von sonstigen Erpressungen, Nötigungen oder Körperverletzungen etc. unterscheiden“ (Wildfang, 2010: S. 40).

Die Anschläge von New York begründeten nicht nur einen sicherheitspolitischen Paradigmenwechsel in den meisten Staaten der Erde, sondern leitete auch eine bis dahin ungekannte Hinwendung der Politikwissenschaft zu ihrem Teilgebiet der Terrorismusforschung ein. In Teilen krankt die Terrorismusforschung jedoch heute insbesondere an methodischen Schwächen und mangelndem Innovationspotential: Spencer, Kocks und Harbrich machen eine Quelle für die Probleme der aktuellen Terrorismusforschung in der mangelnden Forschung anhand von Primärquellen aus (2011: S. 306 ff., 312).

Terroristische Onlinevideos sind eine Möglichkeit, sich mit terroristischen Primärquellen zu befassen, ohne sich dafür aber in Kriegs- oder Krisengebiet oder in die Hände terroristischer Organisationen begeben zu müssen. Sie schaffen außerdem überhaupt erst den symbolischen Rahmen, in dem terroristischen Anschlägen eine Bedeutung zugemessen werden kann. Darüber hinaus dienen sie jedoch eventuell auch noch weiteren *Querschnittsaufgaben* terroristischer Organisationen: Etwa der Rekrutierung neuer Terroristen und Sympathisanten oder der psychischen Kriegsführung. Trotz der großen Bedeutung, die diesen Videos möglicherweise zukommt, gab es bisher sehr wenig Forschung zu diesem Thema. Dabei ist gerade das ein Punkt, an dem man am Übergang zwischen dem Bedeutungsgehalt des Terrorismus und dem tatsächlichen Ereignis forscht.

Die durchgeführte Studie hat dies unter Anwendung einer vergleichenden Methodik getan. Es wurden dabei die drei Archetypen des Terrorismus (religiös, sozialrevolutionär sowie ethnisch-separatistisch) anhand daran ausgewählter Beispiele verglichen. Leitfragen dieser

---

Arbeit waren – auch aufgrund des nur rudimentär vorhandenen Forschungsstandes – daher grundlegender Art und Weise insbesondere:

- Wie funktioniert das Zusammenspiel zwischen Terroristen und Medien? Wo sind sie aufeinander angewiesen?
- Welche Charakteristiken weisen Videos terroristischer Organisationen auf und wie kann man die Videos typologisieren?
- Welche Korrelationen lassen sich zwischen einzelnen Typen terroristischer Organisationen und den von ihnen veröffentlichten Videos feststellen? Also: Welchen Einfluss hat der Typ der terroristischen Organisation auf die Gestaltung der Videos?

Der Forschungsstand der Terrorismusforschung zu diesem Thema ist äußerst begrenzt: Arab Salem, Edna Reid und Hsinchun Chen haben in zwei Aufsätzen (2006; 2008) 20 dschihadistische Videos nach technischen und inhaltlichen Gesichtspunkten untersucht und dabei eine Art Schema oder Kategorisierung aufgestellt, die eine Grundlage für weitere Arbeit an dem Thema sein könnte. Mitautor Hsinchun Chen hat die Ergebnisse 2012 noch einmal für ein Kapitel der informationswissenschaftlichen Reihe *Dark Web* aufgearbeitet. Die drei Aufsätze dieser Autoren gehören zu den wenigen in der wissenschaftlichen Literatur auffindbaren Ansätzen, die sich in einer umfassenden und vergleichenden Weise mit terroristischen Videos auseinandersetzen.

Nichtsdestotrotz beschäftigen sich einige weitere Aufsätze mit Teilbereichen des angesprochenen Forschungsgebietes. Ein Aufsatz von Mohammed M. Hafez aus dem Jahr 2007 beschreibt die Legitimierungsmaschine, als die terroristische Videoveröffentlichungen bei Selbstmordattentaten funktionieren und liefert damit auch theoretische Ansätze für eine generelle Beschäftigung mit Videos terroristischer Organisationen. Zwei weitere

---

Aufsätze, einer von George Michael (2009) und einer von Gabriel Weimann (2009), beschäftigen sich mit der Nutzung Sozialer Medien<sup>4</sup> durch al-Qaida und streifen dabei auch das Thema von Videos und Videoplattformen wie YouTube.

## 2. Was ist Terrorismus? – Arbeitsdefinitionen

Die Klärung des Begriffes *Terrorismus* ist ein sehr schwieriges Unterfangen; entsprechend gibt es auch in der Terrorismusforschung bisher keine allgemeingültige und unumstrittene Definition. Jedoch stellt es sich für diese Studie als grundlegend dar, zumindest eine Arbeitsdefinition des Begriffes *Terrorismus* zu erstellen. Einerseits ist diese notwendig, um den Forschungsgegenstand überhaupt zu erfassen und Videos terroristischer Organisationen von solchen nicht-terroristischer herauszufiltern. Andererseits könnten gerade bestimmte Charakteristika terroristischer Organisationen für ihre Kommunikationsstrategie Auswirkungen haben.

Ist aber eine allgemeine Definition des Begriffes Terrorismus überhaupt möglich? Der Historiker Charles Townshend schreibt etwa, dass es sich bei dem Begriff Terrorismus nämlich bisher nie um eine Eigenbezeichnung der entsprechenden Gruppen gehandelt habe (Townshend, 2005: S. 11). Die Terrorismusdefinition finde in diesem Sinne eher auf der Perzeptionsebene der Definierenden statt als nach objektiven Maßstäben. „Terrorismus ist [eine] von Opfern oder Unbeteiligten gebrauchte Bezeichnung [...]“ (Kaschner, 2008: S. 29). Aus diesem Grunde lehnen namhafte Autoren wie der US-amerikanische Sprachwissenschaftler Noam Chomsky den Terrorismusbegriff per se ab und bezeichnen ihn als Kampfbegriff (Chomsky, 2003; Riegler, 2009: S. 43). Andere gehen nicht so weit, wollen aber dennoch zumindest darauf hingewiesen wissen, dass es sich bei der Zuschreibung *Terrorismus* um einen „politischen Begriff“ handelt (Hoffman, 2007: S. 22)

---

4 Die Begriffe *Soziale Medien* und *Social Media* werden in dieser Arbeit gleichbedeutend genutzt, da eventuelle Bedeutungsdivergenzen im Rahmen dieses Forschungsdesigns keine Rolle spielen.

---

und dass Staaten schnell dazu neigen, ihre Gegner als Terroristen zu definieren (Townshend, 2005: S. 11). Ein Versuch, den Begriff *Terrorismus* zu definieren, muss also zumindest behutsam erfolgen und diese Kritikpunkte miteinbeziehen. Alleine schon aus dem Grund, um nicht eine rein politische Zuschreibung zur akademischen Definition werden zu lassen.

Dazu ist es sinnvoll, die verschiedenen bisherigen Definitionsversuche in der Literatur zu vergleichen. Wenigstens eine Gemeinsamkeit lässt sich dabei bei allen heutigen Definitionen des Terrorismusbegriffes finden: Terroristen sehen Gewalt als eine wichtige Handlungsoption zur Durchsetzung ihrer Ziele an.<sup>5</sup> Nun ist allein die Ausübung oder Androhung von Gewalt aber kein hinreichendes Definitionskriterium.<sup>6</sup> Denn der Terrorismus teilt die Gewaltanwendung als Kriterium auch beispielsweise mit Kriegen oder *gewöhnlichen* Verbrechen, die gemeinhin nicht als Terrorismus erachtet werden. Umstritten ist innerhalb der Terrorismusforschung, ob es sich bei Terroristen um nichtstaatliche oder sogar antistaatliche Akteure handeln muss (Schmid, 2011: S. 77). Die deutsche Tradition der Terrorismusforschung geht mehrheitlich davon aus, dass es sich bei Terrorismus um ein nichtstaatliches Phänomen handelt, das vom staatlichen oder staatlich unterstützten *Terror* auf der anderen Seite abzugrenzen ist. Dafür spricht, dass nichtstaatliche Akteure mit ganz anderen Mitteln arbeiten müssen als es staatliche Akteure tun können. Der Staatsterror hat ein geringeres Legitimationsproblem als nichtstaatlicher Terrorismus, denn das Gewaltmonopol macht den Staat „über vielerlei Zweifel“ erhaben (Bock, 2009: S. 16). Im Gegensatz zum Terrorismus hat der Staatsterror daher ein geringeres Legitimationsproblem (ebd.). Diese Tatsache ist für diese Studie von großer

---

5 Das Merkmal *Gewalt* ist bei allen im Folgenden aufgeführten Definitionen inbegriffen. Nach einer 1982 durchgeführten Studie nutzte mit 83,5% auch das Gros der Terrorismusdefinitionen, die zwischen 1936 und 1981 postuliert wurden, das Merkmal *Gewalt* (Schmid, 2011: S. 78 f.).

6 Wohl aber ist sie ein notwendiges Kriterium, da – wie bereits erwähnt – sämtliche heutzutage verwendeten Definitionen in der Wissenschaft dieses Kriterium teilen.

Bedeutung, da wir hier eine Art des Rechtfertigungsterrorismus analysieren wollen, dessen Rechtfertigung im speziellen Fall durch Videos geschehen soll. Unabhängig von der Tatsache, ob Terrorismus zwingend nichtstaatlicher Natur sein muss, werden in dieser Studie also nur nichtstaatliche Akteure behandelt, da sie noch mehr darauf angewiesen sind, sich durch Videos und andere Veröffentlichungen öffentlich zu rechtfertigen.

Auch wenn der Begriff des Terrorismus historisch gesehen von der quasi-staatlichen *terreur* der französischen Jakobiner abgeleitet wird, wird heute darunter hauptsächlich eine Form des Protestes gegen einen Status quo oder auch die eines irregulären Kampfes gegen diesen Status quo verstanden (Schmid, 2011: S. 77). Das unterscheidet sie beispielsweise von gewöhnlichen Kriminellen, die ihre eigene Position sichern möchten, oder von Milizen, die genau zu dem Zweck des Erhalts eines Status quo ausgehoben werden (Schneckener, 2006: S. 36).

Von der organisierten Kriminalität unterscheidet den Terrorismus damit auch die Tatsache, dass er mit der Veränderung des Status quo und mit seiner Opposition zu einer Regierung ein politisches Ziel anstatt eines ökonomischen verfolgt (a. a. O.: S. 37 f.; Bock, 2009: S. 16). Ebenso unterscheidet dieses Kriterium die Terroristen von den Archetypen der Warlords, Söldner und Marodeure, denen Schneckener ökonomische anstatt politischer Beweggründe zuschreibt (Schneckener, 2006: S. 37 f.). Bock beschreibt diese Motivation des Terrorismus auch als das Abzielen auf ein „öffentliche[s] Gut: Die Abtrennung einer Region, die Veränderung des politischen oder wirtschaftlichen Systems, das Ende eines Regimes“ (Bock, 2009: S. 17); dies unterscheidet den Terroristen von einem Kriminellen, wie etwa einem Bankräuber, der auf private ökonomische Bereicherung abzielt (ebd.).

Ein weiterer Aspekt, der in Alex Schmid's Versuch einer Terrorismusdefinition sogar an erster Stelle steht, ist das Verständnis von Terrorismus als strategischer Doktrin und auch als praktische Umsetzung dieser Doktrin (2011: S. 76). Der Begriff *terreur* bezeichnet den

---

Schrecken, das heißt die psychologische Zielsetzung, die von der Gewaltausübung ausgeht (Narveson, 1991: S. 124; Schneckener, 2006: S. 37 f.).

Terrorismus ist durch diese *intermediäre Funktion der Gewalt* (Wildfang, 2010: S. 33; Aly/Green, 2010: S. 279) auch immer von der öffentlichen Berichterstattung abhängig und kann nicht vollständig im Geheimen stattfinden (Bock, 2009: S. 20). Wie eingangs bereits erwähnt würde sich ein terroristischer Akt ohne mediale Aufmerksamkeit auch nicht von anderen Kapitalverbrechen unterscheiden (Wildfang, 2010: S. 40). Da terroristische Gewalt „jeden zu jederzeit und an jedem Ort treffen [kann]“ heißt Terrorismus „auch, dass niemand mehr das Gefühl haben kann, irgendwo in Sicherheit zu sein“ (a. a. O.: S. 21). Schmid arbeitet diese zusätzlichen Kriterien in mehreren Unterpunkten seiner Terrorismusdefinition auf „threat-based communication“, „differentiation between direct civilian victims and the ultimate target audience“, „terror/fear/dread“ und „intent“. Schlussendlich greifen diese vier Elemente jedoch alle nur Aspekte dessen auf, was Ulrich Schneckener unter dem Begriff der „psychischen Gewaltausübung“ zusammenfasst (2006: S. 37 ff.). Die Kernaussagen der vier von Schmid als einzelne Elemente der Definition begriffenen Punkte – der Schwerpunkt terroristischer Kommunikation auf Bedrohung und Einschüchterung, die Divergenz zwischen direkten (physischen) Opfern und Adressaten eines Anschlags, das Hervorrufen eines allgemeinen Bedrohungszustandes, sowie die politische Ausnutzung dieses Zustandes – werden wir später zum einem beträchtlichen Teil auch in den medientheoretischen Grundannahmen dieser Arbeit wiederfinden.

Ein letzter wichtiger Punkt, der meiner Ansicht nach in dem – ansonsten sehr umfassenden – Versuch von Alex Schmid, eine konsensuale Definition von Terrorismus zu finden fehlt, lässt sich aus der Unterscheidung zwischen Guerilla und Terrorismus herleiten: dadurch, dass die Guerilla den Feind letztlich physisch besiegen will, muss sie auch Territorien für sich als Rückzugsort erobern. Schließlich kann der Staat (nach Mao) nur durch einen

---

regulären Feldzug besiegt werden (Straßner, 2008: S. 13). Für Schneckener ist daher die Tatsache, dass der Terrorist in seiner strategischen Vorgehensweise nicht territorial orientiert ist, das vierte wichtige Unterscheidungskriterium, das ihn von anderen Gewaltakteuren wie Rebellen, Warlords oder Söldnern abhebt. Der Terrorist möchte eben keine Territorien dauerhaft unter seine Kontrolle bringen, sondern Angst und Schrecken verbreiten (Schneckener, 2006: S. 36 f.). Diese Ortlosigkeit scheint gerade für terroristische Organisationen jüngeren Typs charakteristisch zu sein. Im Hinblick auf die Onlinekommunikation ist diese Annahme der Ortlosigkeit außerdem sehr wichtig, wie sich im medientheoretischen Teil zeigen wird.

Für die Arbeitsdefinition dieser Studie sollen die notwendigen Charakteristika einer terroristischen Organisation damit schlussendlich sein: 1) Gewalt als Handlungsoption zur Änderung eines Status quo, 2) Nicht- und Antistaatlichkeit (zumindest für den speziellen Fall der von uns analysierten Organisationen), 3) politische/religiöse Motivation, 4) die eben erwähnte Ortlosigkeit und vor allen Dingen 5) die psychische Form der Gewaltanwendung (Schneckener, 2006: S. 31, 36 ff.). Alex Schmid wirft zuguterletzt noch in die Definition ein, dass terroristische Organisationen auch stets im Rahmen von „Kampagnen“ arbeiten, eher nicht in einzelnen, für sich alleine stehenden, Aktionen (2011: S. 83). An sich handelt es sich dabei auch schon um eine Vorannahme dieser Arbeit, die überhaupt erst darauf basiert, dass Terroristen – insbesondere im Medienbereich – kontinuierlich produzieren und veröffentlichen. Diese Kampagnenorientierung kann also für die Zwecke dieser Studie auf jeden Fall als Definitionskriterium gelten.

Traditionell teilt die (deutsche) Terrorismusforschung terroristische Organisationen in drei Kategorien ein, die sich substantiell unterscheiden. Diese Unterscheidung und ihre Definition ist für diese Arbeit aus zwei Gründen wichtig: Einerseits soll diese Klassifizierung als unabhängige Variable für die Herausarbeitung der Typologie

---

terroristischer Videos dienen. Andererseits setzt das Forschungsdesign – gerade aus diesem Grund – eine geeignete Definition voraus, um möglichst archetypische Beispielorganisationen mit großer Varianz auswählen zu können, deren Videos im empirischen Teil Gegenstand der Analyse werden.

**Sozialrevolutionäre** Terroristen berufen sich für gewöhnlich auf marxistische Theoriebildung und treten als Kämpfer für die Unterdrückten auf (Straßner, 2004: S. 360). Die Ursprünge dieser Form des Terrorismus – wie etwa von der RAF, ELN oder den FARC ausgeübt – liegen überwiegend in den 1960er Jahren (Schneider, 2008: S. 46). Charakteristisch für diese Gruppierungen ist neben einer Entfremdung zur Bevölkerung und den vorgeblich von ihnen vertretenen Bevölkerungsgruppen meist generell ein hoher Grad an Theoretisierung; der sozialrevolutionäre Terrorismus ist so mithin also auch ein „Erklärungs- und Rechtfertigungsterrorismus“, der die symbolische und kommunikative Dimension terroristischer Handlungen mehr als andere Formen des Terrorismus betont (Straßner, 2008: S. 20; Malthaner, 2005: S. 99).

**Ethnisch-separatistische** oder *ethnisch-nationalistische* (Malthaner, 2005: S. 92) Terroristen sehen sich meist als Vertreter einer ethnischen Minderheit und wollen für diese die Separation von einem bestehenden Staat, oder zumindest eine essentielle Verbesserung der Situation dieser Minderheit, erreichen. Im Gegensatz zu den sozialrevolutionären Terroristen vertreten sie kein *tertium*, sondern kommen selbst aus der ethnischen Gruppe, die Grundlage für ihr Handeln darstellt (Straßner, 2008: S. 20). Auch im Gegensatz zu diesen ist die von den ethnischen Terroristen *vertretene* Minderheit meist klar abgrenzbar und unterscheidet sich anhand definierter Kriterien von der Mehrheitsbevölkerung (ebd.). Meist sind die Mitglieder der ethnisch-separatistischen Gruppierungen auch weiterhin

---

Mitglieder der Gesellschaft (und nicht vollständig im *Untergrund*). Die terroristischen Organisationen genießen teilweise ein gewisses Ansehen in der Bevölkerungsgruppe, die sie versuchen zu repräsentieren (Malthaner, 2005: S. 94 f.). Klassische Beispiele sind hier IRA und ETA, zumindest in ihren früheren Phasen, und die Tamil Tigers.

Die *religiös motivierten* Terroristen schlussendlich kombinieren Ziele beider vorgenannter Gruppen: Wie die ethnischen Separatisten,<sup>7</sup> hinsichtlich der ethnischen Gemeinschaft, versuchen sie sich einerseits an der „Verteidigung der eigenen Glaubensgemeinschaft gegen einen äußeren Feind“ (a. a. O.: S. 106), haben andererseits aber ähnlich transzendente Ziele wie die Sozialrevolutionäre (ebd.). Bei dieser Klassifikation handelt es sich um die älteste Erscheinungsform des Terrorismus, die mindestens seit dem Bestehen der monotheistischen Religionen mit ihrem alleinigen Gültigkeitsanspruch auftritt (Straßner, 2004: S. 361; Malthaner, 2005: S. 43). Noch mehr als der ethnisch-separatistische Terrorismus hat der religiöse Terrorismus ein Anziehungspotential für Kämpfer und Unterstützer (Straßner, 2008: S. 18 f.) und ist in dieser Ausprägung damit diametral entgegengesetzt zum elitären sozialrevolutionären Terrorismus. Beispiele dieser Form sind Organisationen wie die Hisbollah und natürlich al-Qaida und alle Ableger dieses Netzwerkes.

Bei diesen drei Kategorien handelt es sich jeweils um Idealtypen, die bei einer einzigen terroristischen Organisation meist nie ausschließlich allein auftreten. Viele ethnisch-separatistische Organisationen unterfüttern ihre Handlungen später mit sozialrevolutionären und/oder religiösen Versatzstücken; auch religiöse Gruppen treten meist nicht mit rein jenseitsgewandten Rechtfertigungen auf, sondern haben durchaus diesseitig-weltliche Ziele, die man als politisch beschreiben könnte. Die Übergänge sind also fließend.

---

<sup>7</sup> Diese natürlich im Bezug auf ethnische Kriterien.

---

### 3. Der Terrorist als Medien- und Sinnproduzent

Einige wichtige Forschungsstränge zum Verhältnis zwischen Terrorismus und Medien haben sich in den vergangenen Jahren herauskristallisiert. Innerhalb dieser Forschung ist eine Weiterentwicklung zu beobachten, die sich auch an der Entwicklung von Massenmedien hin zum Internet und schließlich zum so genannten *Web 2.0* nachzeichnen lässt. Aktuellere Forschung beschäftigt sich inzwischen mit dem professionellen Auftreten des Islamischen Staates in den Medien. Nichtsdestotrotz kann die vergleichende Analyse wichtige Erkenntnisse bringen.

#### 3.1 Terrorismus und Medien

Zum Verhältnis von Terrorismus und Medien generell gibt es bereits eine längere Forschungs- und Theorietradition. Ein großer Teil der jüngeren Literatur dazu beschäftigt sich mit der Wiedergabe und Beurteilung der Anschläge des 11. September in Nachrichten und (Massen-)Medien. Ob man Implikationen aus diesen Texten gewinnen kann, ist fraglich, da sie einerseits von einem divergenten Medienmodell ausgehen<sup>8</sup> und andererseits auch ihr Untersuchungsgegenstand ein anderer ist als derjenige dieser Arbeit (etwa Mahan/Griset, 2008). Auch diese Studien gehen jedoch schon davon aus, dass Terrorismus auf die mediale Berichterstattung angewiesen ist, was wir Eingangs schon festgestellt hatten. So schreiben William Gamson und Gadi Wolfsfeld 1993: „Each side<sup>9</sup> in the media-movement transaction is dependent on the other“ (S. 115; aber auch bei Weimann/Winn, 1994; Nacos, 1994). Genau dieses Verhältnis hat sich jedoch durch die heutigen Kommunikationstechnologien aufgelöst. Terroristen sind heute nicht mehr auf Medienmacher angewiesen, sie sind selbst zum Agens in diesem Spiel geworden.

---

8 Meist wird mit einem Sender-Empfänger-Modell gearbeitet, das zwar einseitige Kommunikation wie in Fernsehen oder Zeitungen zu erklären vermag, nicht aber die komplexen Kommunikationsstrukturen in sozialen Netzwerken.

9 Terroristen auf der einen, Medien auf der anderen Seite [Anm. d. Verfassers].

Journalisten auf der anderen Hand nehmen die Medienproduktionen terroristischer Organisationen bereitwillig in ihre Berichterstattung auf, können sie so doch Originalmaterial ausstrahlen. Es braucht also an dieser Stelle Theorien die auf die technologischen Möglichkeiten zugeschnitten sind, die das Internet – und dort insbesondere soziale Medien – bieten und die das klassische Sender-Empfänger-Modell transzendieren.

Diese so genannten Neuen Medien haben die Kommunikation für soziale und politische Bewegungen im Allgemeinen revolutioniert. Auch Terroristen konnten und mussten die Kanäle des Internets für ihre Zwecke nutzen. *Konnten*, da das Web mit seiner weltweiten Vernetzung und technisch vergleichsweise einfach machbaren Verschlüsselung gerade auch Terroristen viele Möglichkeiten bietet, *mussten* da einerseits das Internet auch für das potenzielle Publikum von Terroristen immer präsenter wurde, *mussten* aber auch deswegen, weil es – wie sich weiter unten zeigen wird – für Terroristen allein aufgrund ihrer Grundlegung nur folgerichtig ist, ein ortloses, anonymes und weltweites Netz zu nutzen. Studien der jüngeren Zeit, etwa von David Meek aus dem Jahr 2012, gehen davon aus, dass soziale Medien und Realität deutlich miteinander verwoben sind (S. 1430). Das bestätigt eine ganz grundlegende Annahme des Poststrukturalismus und auch dieser Arbeit, nämlich dass Terrorismus in der realen Welt nur dann Bedeutung besitzen kann, wenn er auch auf einer medialen Ebene reflektiert und sinnhaft gemacht wird.

Die Entwicklung des Internets bot nicht nur terroristischen Organisationen, sondern sozialen und politischen Gruppierungen ganz allgemein, neue Möglichkeiten der Kommunikation. Es ermöglichte nicht nur deutlich einfachere und kostengünstigere Kommunikationswege, sondern auch eine weiträumigere – wenn gewünscht auch globale – Vernetzung (Van Aelst/Walgrave, 2002; Loader, 2008: S. 1927 f.). Eindrucksvollstes Beispiel dafür, dass diese Vernetzungsaktivitäten nicht nur im virtuellen Raum verbleiben,

---

sondern sich auch in der Realität manifestieren können, ist der Arabische Frühling. Die Rolle sozialer Netzwerke wie Twitter oder Whatsapp und der verbreiteten Verfügbarkeit von Internet für die *Arabellion* kann gar nicht überschätzt werden.

Doch auch zur Internetkommunikation speziell von terroristischen Organisationen gibt es bereits einige wenige Studien. 2003 sagte Marc Rogers bereits den Boom terroristischer Aktivitäten in sozialen Medien voraus, obwohl damals noch so gut wie niemand von sozialen Medien oder gar dem Web 2.0 sprach – erst recht nicht außerhalb der Entwicklercommunity im Internet. Ohne den Begriff zu kennen, beschrieb er, wie Terroristen das Phänomen der Immersion nutzen würden und über das Internet massenhaft und anonym kommunizieren könnten. 2005 veröffentlichte Maura Conway eine sehr umfassende Betrachtung des Internetgebrauchs durch terroristische Organisationen, stellte aber auch den noch immer vorherrschenden Mangel an substanzieller Forschung in dem Bereich fest (S. 2). Seine Aufstellung der Zielsetzungen terroristischer Aktivitäten liefert am Ende von Kapitel vier dieses Aufsatzes auch wichtige Anregungen für die Methodik dieser Arbeit. Ob des geradezu innovativen Gebrauchs der neuen Medien durch den Islamischen Staat<sup>10</sup> werden inzwischen sowohl journalistische als auch wissenschaftliche Aufbereitungen dieses Themas immer präsenter (Mujatweets 2014; Shane/Hubbard 2014; Kingsley 2014; Rose 2014). Der IS belässt es nicht mehr bei der „kostengünstigen“ Onlinekommunikation, die in den Pionierzeiten sozialer Netzwerke noch gepriesen wurde. Dort wird inzwischen eine regelrechte Medienmaschinerie am Laufen gehalten.

Christina Archetti kritisierte erst 2014, dass ein großer Teil der Forschung an Medienstrategien und Medienrezeption von terroristischen Organisationen theoretisch und konzeptionell im frühen 19. Jahrhundert stehen geblieben ist (S. 212). Sie kritisiert die mangelnde medientheoretische Differenzierung (S. 210 ff.) und die Dämonisierung des

---

10 Der sich vor allem innerhalb des vergangenen Jahres offenbart hat.

---

Internets (S. 212 ff.) in diesen Studien und hofft auf neue Ansätze. Dieser Aufsatz versucht, eine solche Grundlage durch die Aufarbeitung und Anpassung poststrukturalistischer Theoriebildung zu erarbeiten.

Carl Ciovacco stellte 2009 in seiner Analyse der Kommunikationsstrategie von al-Qaida fest, dass Videoveröffentlichungen bei dieser Organisation generell wichtige Ereignisse markieren und über anderen Veröffentlichungen, etwa von Audiodokumenten, stehen (S. 865 f.). Sich speziell mit der Charakteristik des Mediums (Online)Video für den terroristischen Gebrauch zu beschäftigen, scheint daher naheliegend. Der poststrukturalistische Medientheoretiker Jean Baudrillard hat sich explizit nicht nur mit dem Verhältnis von Terroristen zu sozialen Medien, sondern auch speziell zum Medium Video beschäftigt.

### 3.2 Die Generierung des *Symbolischen* durch terroristische Videos

Baudrillard hat sich seit dem 11. September 2001 bis zu seinem Tod 2007 mit der symbolischen Komponente terroristischer Anschläge befasst. Andere Theoretiker wie Paul Virilio, oder der deutsche Medienwissenschaftler Stefan Münker, die sich auch mit poststrukturalistischer Theorie beschäftigt haben, können ebenfalls einen Beitrag zur Erforschung des Verhältnisses zwischen Terroristen und sozialen Medien leisten. Der Poststrukturalismus bietet sich zwangsläufig als Grundlage einer solchen Untersuchung an. Er geht nämlich davon aus, dass Sinn einerseits erst durch ein Medium produziert wird und dass andererseits gesellschaftliche Tatsachen nicht objektiv sind, sondern einer ebensolchen Sinnproduktion bedürfen (Freie Universität Berlin, 2014). Schon Nietzsche greift Ende des 19. Jahrhunderts die *Idee einer Wirklichkeit hinter der Illusion* an und erklärt alle Tatsachen zu Trugbildern (Strehle, 2012: S. 107). Der Poststrukturalismus führt diese Idee weiter und hat bis heute nicht an Aktualität verloren. Der Unterschied zwischen Bild und

---

Realität ist heutzutage – noch evidentener als in damaligen Zeiten – nur noch schwer oder gar nicht mehr bestimmbar, da das Wirkliche *durch* die Fiktion verwandelt wird (a. a. O.: 95 ff.).

Baudrillard bemerkt: „Zuerst ist das Bild da“, um dann nachzuschreiben, dass auf das Bild der „Schauder des Realen“ folgt (2003: S. 31). Baudrillard ist sich natürlich bewusst, dass das Bild nur ein Abbild des Realen ist; er bezieht sich damit jedoch auf unsere Perzeption, in der zuerst das Bild wahrgenommen wird. Die plötzliche Erkenntnis über die Wirklichkeit und die realen Implikationen des Bildes folgen darauf erst später. Im Gegensatz zu den realen Tatsachen des Terrorismus sind es die Bilder, die in unserem Gedächtnis zurückbleiben, da die Rezipienten auf eine schauerhafte Art und Weise von den Eindrücken solcher terroristischer Taten fasziniert sind (a. a. O.: 29). Freud würde die Faszination der Menschen für die Bilder eines solchen Ereignisses in der dramatischen Fallhöhe und der Herausforderung zur Impulskontrolle verorten (Smith, 2005: S. 64). Der „Schauder“ kommt also durch die plötzliche Erkenntnis, dass hinter den Bildern reale Ereignisse stecken und dem daraufhin einsetzenden Drang zum impulshaften Handeln zustande. Für Baudrillard ist die Wirklichkeit „hinter der Bilderflut verschwunden“ (2003: S. 45). Das Bild und die Rezeption des Bildes ersetzen in einer zunehmend medialen Gesellschaft teils das Ereignis selbst, bei singulären Ereignissen wie dem 11. September 2001 wird sogar das Bild<sup>11</sup> selbst zum Ereignis (a. a. O.: S. 69 f.). Baudrillard stellt fest: „Die Medien sind Teil des Ereignisses“ (a. a. O.: S. 32).

Dass Terroristen ein mediales Schlachtfeld und den Krieg durch Bilder als Mittel wählen, ist dabei nicht zufällig, sondern Ergebnis einer klaren strategischen Erwägung: Der Terrorist kämpft auf dem symbolischen Terrain, da er einen militärischen Kampf in der Sphäre des Realen aufgrund seiner Unterlegenheit nie gewinnen könnte (a. a. O.: 60). Das

---

11 Das Bild der einstürzenden Twin Towers bzw. das Bild der Flugzeuge, die in die Türme fliegen.

---

Bild „nimmt [das Ereignis] als Geisel“ (a. a. O.: S. 73), und der Terrorist nimmt das Bild als Geisel: Terroristen haben sich die Mittel und Technologien, wie die „medialen Netze“ (a. a. O.: S. 16), derjenigen Zivilisation angeeignet, die sie eigentlich zerstören wollen; der Terrorismus ist dadurch selbst quasi viral<sup>12</sup> geworden. Wenn der Terrorist jetzt „im Herzen der Kultur ist, die er bekämpft“, dann „[gibt es] keine Demarkationslinie mehr“ (ebd.). Auf der symbolischen Ebene besitzt der Terrorist im Gegensatz zur dinglichen Realität jetzt die Möglichkeit, Mittel zu nutzen, die dem von ihm bekämpften System nicht zur Verfügung stehen. Der Tod des Selbstmordattentäters wird mit seiner symbolischen Aufladung zu etwas Übermächtigem, dem man nichts (auch nicht etwa *mehr Tote*) entgegensetzen kann (a. a. O.: S. 23). Nur eine solche „symbolische Gewalt vermag Singularität zu erzeugen“ (a. a. O.: S. 31); die Anschläge auf das World Trade Center waren symbolisch aufgeladen. „Imagine [...] if the Twin Towers *had not* collapsed“ (Beever, 2012: S. 7): es wäre nur der bloße Gewaltakt übrig geblieben. Der 11. September wie er geschehen ist, war aber ein solches singuläres Ereignis, das in einer Welt aus einer Vielzahl von *Nicht-Ereignissen*, wie Fußball-Weltmeisterschaften, königlichen Hochzeiten und Formel-1-Rennen, Unsicherheit erzeugt (Baudrillard, 2003: S. 70). Und genau jene Atmosphäre der Angst zu erzeugen, ist Ziel des Terrorismus.

Paul Virilio schreibt schon 1989, dass Waffen nicht nur durch ihre schiere Gewalt wirken, sondern auch durch ihren psychologischen Effekt (1989: S. 10). Im modernen Krieg spielen immer weniger Eroberungen im materiellen Sinne eine Rolle. Vielmehr gewinnt die Eroberung der Gedankenwelt oberste Priorität (a. a. O.: S. 13), also ganz im Sinne der so

---

12 Die Begriffe *viral* und *Viralität* leiten sich vom *Virus* ab: Ebenso wie dieses versucht virale Werbung im Internet, sich exponentiell zu verbreiten und das unter Umständen ohne dass sich der *Träger* darüber bewusst ist. Vgl. dazu: Lindl, Mareike: *Viral Marketing. Voraussetzungen, Risiken, Fallstudien*, Saarbrücken 2008, S. 4. In verschiedenen Sozialen Netzwerken misst sich die *Viralität* daran, wie oft ein Beitrag oder Medium gesehen wird und wie oft dabei auf *Gefällt mir* gedrückt wird. Eine entscheidende Größe ist dafür mitunter auch, wie oft der Beitrag oder das Medium in sozialen Netzwerken *geteilt* wird, wie viele User also dazu bereit sind, mit ihren Namen für den *geteilten* Inhalt zu bürgen (Werner, 2013: S. 38, 46, 62 f., 67).

---

genannten intermediären Funktion der Gewalt, wie sie terroristischen Organisationen eigen ist. Diese intermediäre Funktion könnte man auch als psychologische Gewalt bezeichnen; sie ist ganz zentral in der symbolhaften Aufladung terroristischer Handlungsweisen. Die Opfer solcher intermediärer Gewalt sind nicht selbst Adressaten der Gewalt, die terroristische Botschaft soll indirekt durch sie wirken (Wildfang, 2010: S. 31 f.). Bewegtbilder sind also nicht nur eine ideale Taktik und Strategie, um die Ziele des Terrorismus durchzusetzen. Vielmehr sind beide auch in der Art und Weise ihrer Wirkung strukturell miteinander verwandt. So stellt Baudrillard die „weiße Magie des Kinos“ der „schwarzen Magie des Terrorismus“ zur Seite (2003: S. 75). Für Virilio gehört der Film „selbst in die Kategorie der Waffen“ (1993: S. 36). Er redet später in diesem Sinne sogar von „Kommunikationswaffen“ (ebd.) und der „Informationsfront“ (a. a. O.: S. 61) als vierter Front neben Land, Wasser und Luft.

Für Virilio ist in der Berichterstattung und der Darstellung von Kriegen und Konflikten eine Unterscheidung zwischen Information und Propaganda überhaupt nicht mehr möglich. Der Zuschauer wird in eine absolute Interaktivität hineingezogen und erlebt den Konflikt in Echtzeit (a. a. O.: S. 15 f.). Die neuen Medien, wie das Internet, haben diesen Trend noch weiter verstärkt. 2002 schreibt er von der „immediacy, ubiquity and omniscience“ (Virilio, 2002: S. 38) der neuen Technologien und nennt als Beispiel einer terroristischen Anwendung die Einrichtung von Trauerwebsites im Internet, auf denen Menschen den gefallenen *Märtyrern* ihren Respekt zollen können, ohne physisch zum Ort des Geschehens reisen zu müssen (a. a. O.: S. 39).

Genau dieser Umstand macht das Internet gerade für Terroristen ungemein attraktiv: Das Internet ist kein *Ort* im eigentlichen Sinne (Münker, 2009: S. 13). Es ist ein οὐ τόπος, ein *Nicht-Ort*, an dem Inhalte zeit- und raumübergreifend abrufbar sind (a. a. O.: S. 16) Für die generell nicht territorial orientierten (Schneckener, 2006: S. 36 f.) Terroristen ist das von

Vorteil, denn ein solcher *Nicht-Ort* kann nicht mit schierer Waffengewalt erobert werden. Der Propaganda kann mit militärischen Mitteln so nicht einfach ein Ende gesetzt werden. Ein Terrorist, der online agiert, kann seinen Aufenthaltsort verschleiern und damit verhindern, dass er unschädlich gemacht wird. Das Internet ist also auch ein Schutz- und Rückzugsort für Terroristen. Durch die weltweite Verfügbarkeit wird auch eine dezentrale Verbreitung gewährleistet. Zensur, nicht nur in autoritären Systemen, lässt sich durch die technische Implementierung des Internet verhältnismäßig leicht umgehen (Münker, 2009: S. 105).

Ein unwägbarer Vorteil ist zuletzt die Beschreibbarkeit des Web 2.0. (a. a. O.: S. 16): Terroristen sind heute zur Sinnproduktion also nicht mehr auf eine Berichterstattung in den Medien angewiesen, sondern können selbst „alternative Formen gesellschaftlicher Öffentlichkeit“ (a. a. O.: S. 50) generieren. So kommen wir auch wieder am Ausgangspunkt bei Jean Baudrillard an, der von genau dieser Sinnproduktion durch das Bild sprach. Das Internet, besonders die Sozialen Medien, lassen sich noch leichter für terroristische Zwecke nutzen als dies bei den klassischen Massenmedien der Fall war. Im Gegensatz zu diesen sind soziale Plattformen nämlich stets *immersiv*, das heißt, sie werden mit der Sache gemein (a. a. O.: S. 73). Eine Differenzierung zwischen Botschaft und Überbringer oder eine Distanzierung findet im Web 2.0 nicht statt. So erzeugt ein Onlinevideo das Gefühl, der Terrorist sei *Einer von uns*, indem er die selben Kommunikationskanäle (oder „Kommunikationswaffen“) nutzt wie der Rezipient selbst.

Zwar ist ein Großteil der Thesen in Baudrillards Einschätzung zu den Anschlägen des 11. September und zur Terrorismustheorie an sich streitbar. Dennoch liefern uns seine hier dargestellte Theorie und die Ansätze anderer Denker, die mit ihm in einer Tradition stehen, eine gute Erklärung, wie Medien und Terrorismus gemeinsam wirken. Zudem zeigen sie, wie Terroristen (Soziale) Medien gezielt für ihre Zwecke nutzen. Baudrillard stellt dabei

---

auf den Begriff des *Symbolischen* ab, der den Bedeutungsgehalt von Medieninhalten und die Botschaft von Terroristen auf eine gemeinsame Ebene bringt, auf der sie miteinander verknüpft werden können. Wie auch schon bei der Definition des Begriffes *Terrorismus* festgestellt, ist dieser ganz stark an symbolische Deutungen und psychologische Gewaltanwendung geknüpft: „Violence is never terrorism unless it exists as a symbolic action” (Beever, 2012: S. 8).

#### 4. Methodik der Untersuchung

##### 4.1 Forschungsdesign

Die knappe Übersicht der vorhandenen Fachliteratur zeigt, dass die Erforschung von terroristischen Online-Videos bisher unterentwickelt ist. Die sehr raren bisherigen Erkenntnisse sind kaum belastbar. Da der Forschungsaufbau eines Experiments zum Erkenntnisgewinn für ein neues Thema in den Sozialwissenschaften im Regelfall<sup>13</sup> nicht verfügbar ist, müssen erste Informationen durch eine andere Methodik gewonnen werden. Die Grundlage des Experiments bildet die Auswahl der Fälle *a priori*, also vor dem Experiment; diese Herangehensweise ist bei sozialwissenschaftlichen Forschungsdesigns im Normalfall nicht möglich, da die zu untersuchenden Gegenstände bereits gesellschaftliche Tatsache und damit nicht mehr *a priori* untersuchbar sind. In diesem Zusammenhang steht also nur mehr die Fallauswahl im Nachhinein zur Verfügung, mit der einzelne Variablen *a posteriori* kontrolliert werden sollen (Lauth, 2003: S. 61 f.). Ein darauf basierendes, qualitatives Forschungsdesign ist die vergleichende Analyse. Die vergleichende Methode eignet sich besonders gut für ein Feld, auf dem es bisher wenige belastbare wissenschaftliche Erkenntnisse gibt, da durch sie „bisher Unbekanntes [...] mit Hilfe des Vergleichs mit Bekanntem eingeschätzt [werden kann]“ (Jahn, 2011: S. 44). Terroristische

---

<sup>13</sup> Mit Ausnahme der Sozialpsychologie und Erziehungswissenschaft oder von sehr speziellen Anwendungsbereichen.

---

Videos als bisher fast unbekannter Topos der Terrorismusforschung können dabei mit terrorismustheoretischen Ansätzen auf der einen Seite und der Medientheorie auf der anderen Seite analysiert werden.

Hier bietet die vergleichende Methodik die beste Möglichkeit, eventuelle methodische Unwägbarkeiten auszugleichen (Aarebrot/Bakka, 2003: S. 72). Diese ergeben sich zwangsläufig aus dem Import von Theorien, die<sup>14</sup> nicht genau auf das Thema terroristischer Online-Videos zugeschnitten sind. Die Ergebnisse des Vergleichs können als Korrektiv zur ursprünglich aufgestellten Theorie und Typologie dienen. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen diese Typologie – um für terroristische Videos spezifische, und daher in der allgemeinen Film- und Medientheorie eventuell nicht vorhandene Charakteristika – erweitern oder aber auch in ihrer Komplexität weiter reduzieren. Die Annahmen der Terrorismustheorie können durch diese Analyse auf reale Sachverhalte und die reale Variable *Terrorismustyp* angewandt werden.

Verglichen werden Videos von drei terroristischen Organisationen, die möglichst idealtypisch für die drei Typen terroristischer Organisationen stehen. So soll eine möglichst hohe Varianz der einzelnen Videobeispiele und damit eine möglichst hohe Erklärungskraft des Typologisierungmodells erreicht werden (Jahn, 2011: S. 48, 53).

Aufgrund der Auswahl der Beispiele aus den drei Ausprägungen des Terrorismus können nach dem Vergleich Aussagen zur Erklärungskraft der Variable *Kategorie der Organisation* auf die Gestaltung der Videos und über die erklärten Unterschiede zwischen den Videos gemacht werden. An dieser Stelle eröffnet sich die Möglichkeit, Schwächen des erarbeiteten Typologisierungsrasters zu erkennen und durch die empirischen Daten aus der Videoanalyse zu korrigieren.

---

14 Mangels bisheriger Forschung in ebendiesem Bereich.

---

Um die Auswahl der Videos diesem Forschungsinteresse anzupassen, sollen die Videos eine möglichst hohe Varianz auf der horizontalen Ebene bei der Variable *Terrorismustyp* aufweisen: Diese soll hier kontrolliert variieren, da durch eine möglichst idealtypische Auswahl von Organisationen der drei Terrorismustypen – religiös, sozialrevolutionär und ethnisch-separatistisch – eine Aussage getroffen werden soll. Fraglich ist nämlich, ob der Organisationstyp auch einen Einfluss auf die Videogestaltung hat. Nur durch eine hohe horizontale Streuung können hier belastbare Schlussfolgerungen gezogen werden (Lauth, 2009: S. 69 f.; Jahn, 2011: S. 172).

#### 4.2 Auswahl der Beispiele

Wie bereits ausgeführt, sollen Videos von drei möglichst archetypischen Organisationen genutzt werden, die die drei Terrorismustypen widerspiegeln. Ein weiteres Auswahlkriterium ist der Entstehungszeitpunkt nach 2005, da in diesem Jahr die Videoplattform YouTube ihren Betrieb aufnahm und damit erst den Beginn von weitverbreitetem Online-Videostreaming einläutete. Vor 2005 produzierte Videos wären lediglich nachträglich digitalisierte und im Anschluss auf Videoplattformen verbreitete Aufnahmen. Da soziale Videoplattformen vor YouTube jedoch unbekannt waren, können diese Videos überhaupt nicht absichtlich auf die Gesetzmäßigkeiten des Web 2.0 ausgelegt sein. Jedoch ergaben die Recherchen für die vorliegende Arbeit eine große Masse an Videos, die in den vergangenen zehn Jahren online gegangen sind, so dass die Datenbasis hier auf jeden Fall ausreicht.

Als Beispielorganisation für religiös motivierten Terrorismus kann sicherlich das Netzwerk al-Qaida mit seinen zahlreichen Ablegerorganisationen – auch in Deutschland – dienen. Nicht nur ist al-Qaida in der Öffentlichkeit derzeit wohl noch heute sehr stark mit dem Begriff *Terrorismus* verbunden, das Netzwerk war tatsächlich auch unter den

---

Gesichtspunkten der operativen terroristischen Anschläge und des medialen Outputs zum Zeitpunkt der Studie noch immer sehr aktiv. Das zeigen der tödliche Anschlag auf US-Diplomaten in Benghazi und die Besetzung der Stadt Falludscha 2014. Daher wird diese Arbeit Videos von Organisationen aus dem al-Qaida-Umfeld als Beispiele für religiösen Terrorismus heranziehen. Für künftige Studien kann aber sicherlich beispielsweise auch die Medienarbeit des Islamischen Staates als Analysebeispiel herangezogen werden.

Als archetypische Beispiele für ethnisch-separatistischen Terrorismus kommen gleich mehrere Organisationen wie die ETA, die IRA oder die Tamil Tigers in Frage. Nachdem erstere jedoch 2011 einen Waffenstillstand mit der spanischen Regierung in Madrid vereinbart hat, gibt es von dieser Seite seitdem auch keine neuen Onlinevideos mehr. Sowohl von der IRA als auch den Tamil Tigers finden sich einige Videos, die online Verbreitung finden. Im Vergleich ist hier die Datenlage bei der Real IRA – einer 1997 von anderen IRA-Gruppen abgespaltenen Organisation – am ergiebigsten. Zudem ist bei den Tamil Tigers die Datenlage auch deswegen spärlicher, da diese bereits seit 2009 als besiegt gelten (Caryl, 2009: S. 8). Als noch aktive terroristische Organisation soll daher die Real IRA die ethnisch-separatistischen Bewegungen in dieser Arbeit beispielhaft verkörpern.

Schwieriger fällt die Auswahl bei den sozialrevolutionären Terroristen: Sie hatten ihren Höhepunkt in den 1960er- und 1970er-Jahren, bis spätestens zum Fall des Eisernen Vorhangs (Riegeler, 2009: S. 73) und sind seitdem größtenteils von der Bildfläche verschwunden. Einige von ihnen haben hingegen eine Transformation hin zu anderen Erscheinungsformen durchgemacht, wie bei den meisten südamerikanischen Gruppierungen, die heute eher als Guerilla fortbestehen. Zwar verfolgen viele terroristische Organisationen, wie die Hamas, die Hisbollah und andere, auch heute noch sozialrevolutionäre Ziele, betten diese aber etwa in religiöse Kontexte ein und sind damit als Idealtypen relativ ungeeignet. Eine sozialrevolutionäre Organisation, die von ihrer

---

Gründung in den 1960er-Jahren bis heute überlebt hat, sind die FARC-EP in Kolumbien. Sie haben sich 1964 als terroristische Organisation gegründet, kontrollieren heute jedoch große Gebiete insbesondere im Süden und Westen des Landes. Außerdem betätigen sie sich im Drogenhandel. Die FARC-EP sind also nach dieser Darstellung keine archetypische terroristische Organisation mehr. Dennoch zeigte die Organisation gerade im vergangenen Jahrzehnt mitunter typische Handlungsweisen terroristischer Organisationen wie Entführungen<sup>15</sup> von hochrangigen Beamten und Politikern oder Anschläge auf Regierungsvertreter und Zivilbevölkerung (a. a. O.: S. 151-162). Mit der klaren sozialrevolutionären Motivation und zumindest zum Teil terroristischen Handlungsweisen kommen die FARC-EP einer idealtypisch sozialrevolutionären terroristischen Organisation unter allen zeitgenössischen Gruppen noch am nächsten. Sie werden daher als Beispiel für diese Gruppe dienen.

Die Videos selbst stammen teilweise direkt von YouTube und den offiziellen YouTube-Kanälen der analysierten Organisationen, andere wurden mir vom Landesamt für Verfassungsschutz zur Verfügung gestellt. Es sollten nun je drei repräsentative Videos der Beispielorganisationen ausgewählt und analysiert werden. Auch besondere Charakteristika, die in dem Schema noch keinen Niederschlag gefunden hatten, sollten herausgearbeitet werden und sind in diesem Paper in den Analysekatalog jetzt bereits eingearbeitet.

### 4.3 Herausarbeitung eines Analysekataloges

Um in der anschließenden Analyse Ergebnisse zu erhalten, die sich in dem erläuterten medientheoretischen Kontext auch übertragen lassen, muss erst geklärt werden, auf welche prinzipielle Weise Filme und Videos nach wissenschaftlichen Maßstäben zu analysieren sind. Die Medienwissenschaft stellt eine Reihe von Standardlehrbüchern bereit, die sich

---

<sup>15</sup> Beispielsweise die vielbeachtete Entführung der kolumbianischen Präsidentschaftskandidatin Ingrid Betancourt.

---

grundlegend einig sind in der Aufteilung der Analyse nach technischen Kriterien (hier aufgeteilt nach Bild und Ton) und der Analyse des narrativen bzw. symbolischen Gehaltes eines Filmes, also dem Inhalt (Hickethier, 2007; Monaco, 2009; Bienk, 2008). Zudem sollen die angenommenen Ziele terroristischer Videos, die wir der Medien- und Werbetheorie entlehnen können, analysiert werden.

Die Analyse des Technischen soll einen eher geringen Stellenwert im Forschungsdesign einnehmen. Denn entsprechend der theoretischen Grundlegung, sollen vorrangig die symbolischen Gehalte der Videos untersucht werden, die dem Terrorismus seinen medialen Bedeutungszusammenhang geben. Technische, visuelle und auditive Begebenheiten sollen also nur insoweit Einzug in den Analysekatalog finden, insofern sie einen symbolischen Gehalt in sich tragen oder Auswirkungen auf die Symbolik der Videos haben. Technische Kennzahlen wie Kameramodelle, Objektivbrennweiten oder Beleuchtung zählen zweifellos nicht dazu. Durchaus Auswirkungen auf den Inhalt des Videos haben aber Kriterien wie die Szenengestaltung, das heißt die Umgebung, Ausstattung und gezeigte Personen (Bienk, 2008: S. 30–38). Auch Schnitttechniken<sup>16</sup> können Einfluss auf den Inhalt nehmen.<sup>17</sup> Neben der visuellen ist nicht zuletzt auch die auditive Gestaltung ein wichtiger Punkt der Videos und daher Teil des Analyserahmens. Diese Punkte werden also als technische Aspekte mit in das Raster einfließen.

---

16 Diese werden bspw. von Hickethier auch als narrative und nicht als technische Elemente angesehen (2007: S. 139 ff.).

17 Die Bildeinstellung dagegen hat keinen Zusammenhang mit andere Faktoren aus der Zielsetzung der Videos oder den terroristischen Organisationen selbst. Das hat die Analyse a posteriori gezeigt. Die Kategorie wurde in diesem Raster daher – im Gegensatz zur ursprünglichen Studie – entfernt.

1.1	Szenengestaltung
1.1.1	Umgebung
1.1.2	Ausstattung
1.1.3	Personen
1.2	Schnitt
1.3	Musik

Wichtiger wird die Analyse des Inhaltlichen und Narrativen in den Videos sein. Ganz grundlegend ist hier die Erzählperspektive<sup>18</sup>, die Aufschlüsse über das Video geben kann (Bienk, 2008: S. 117 ff.). Eine generelle hermeneutische Analyse des Inhalts der Videos macht einen großen Teil der Videoanalyse aus. Insbesondere könnte dabei der Zeichengehalt und die Konnotation der im Video gesagten und dargestellten Inhalte von Bedeutung sein, da diese wieder auf der symbolischen Ebene spielen (a. a. O.: S. 111 ff.), auf der die Videos überhaupt erst ihre Bedeutung entfalten. Auf der hermeneutischen Ebene hat eine Vielzahl von Stilmitteln, narrativen Techniken oder inhaltlichen Schwerpunktsetzungen innerhalb der Videos eine Bedeutung.

Zur Zielgruppe der Videos zählen potentielle Mitglieder, die auch ihr eigenes Leben im Kampf für die gemeinsame Sache aufs Spiel setzen oder hergeben. In den Videos werden die Terroristen – so zumindest meine Annahme noch vor Beginn der Analyse – also eher *Klartext* reden, als sich dem Publikum anzubiedern. Dennoch könnten auch Terroristen mit unterbewussten Botschaften arbeiten, die die Rezipienten der Videos entweder auf die eigene Seite ziehen oder aber *feindliche* Rezipienten abschrecken sollen. Besonderen Erfolg versprechen dabei Bilder mit hoher Suggestivkraft. Während ich also erwarte, dass in der Sprache der Videos rationaler *Klartext* vorherrscht, könnten die Bilder suggestiv und emotional sein (a. a. O.: S. 216).

---

18 Oder genereller die *Erzählstrategie*, zu der auch Erzählzeit und bspw. Synchronie gehören; (auch Hickethier, 2007: S. 125). Als relevant haben sich in der Analyse hier jedoch nur Erzähler und Gleichzeitigkeit erwiesen, so dass die anderen Kategorien analog zu Fußnote 13 entfernt wurden.

2	Narration
2.1	Erzählstrategie
2.1.1	Erzähler
2.1.3	Gleichzeitigkeit
2.2	Hermeneutik / Inhaltsanalyse
2.2.1	„Klartext“ vs. Ausschmückung
2.3.1.1	Bspw. (suggestive) Bildsprache
2.2.2	Stilmittel / Rhetorik
2.2.3	Inhaltliche Interpretation

Conway (2005) hat die Zielsetzung der Internetnutzung durch Terroristen auf fünf Ziele heruntergebrochen („Information Provision“, „Financing“, „Networking“, „Recruitment“ und „Information Gathering“) (S. 5 ff.). Mit „Information Provision“ meint Conway alles was mit terroristischer Propaganda, PR und auch psychologischer Kriegsführung zu tun hat. Das Analyseschema soll diese Zielsetzung übernehmen, aber etwas differenzierter darstellen: Es soll zwischen der Legitimierung von Gewalt durch die Medienkommunikation und der intermediären Gewaltausübung selbst unterschieden werden, da beide Ziele möglicherweise unterschiedliche Kommunikationsstrategien erfordern. Das Ziel „Financing“ bezieht sich nicht auf Geldbeschaffungsmöglichkeiten für Terroristen. Im Analyseschema möchte ich das breiter als Werben um *Unterstützung* fassen, die nicht nur monetäre Hilfe beinhaltet, sondern auch sonstige Infrastruktur, das Weiterverbreiten der propagandistischen Inhalte oder sonstige Unterstützung – sei sie auch nur ideeller Natur. „Recruiting“ ist nicht zuletzt ebenfalls eine wichtige Funktion der Videos, die untersucht werden soll. Ziele, die Terroristen zweifelsohne online verfolgen, hier aber nicht analysiert werden sollen, sind hingegen „Networking“ und „Information Gathering“. Mit ersterem meint Conway vor allem intraorganisationelle Kommunikation und Planungen (S. 9 ff.). Diese laufen notwendigerweise nicht in öffentlichen Netzwerken und aus Praktikabilitätsgründen wohl auch selten per Video ab. Mit „Information Gathering“ meint Conway das Sammeln und Zusammenstellen von Informationen, die im Netz verfügbar sind. Dazu bedienen sich Terroristen zwar auch sozialer Medien und

---

sozialer Videoplattformen, treten dabei jedoch als Konsumenten von Information auf, nicht als Produzenten. Bei der Analyse der Videos hilft uns diese Kategorie somit auch nicht weiter.

Für die Analyse bietet daneben auch die Werbethorie Ansätze zur Orientierung. Denn letztendlich sind die Onlinevideos terroristischer Organisationen nichts anderes als Werbevideos dieser Organisationen, auch wenn sie nicht für vermeintlich unverfängliche Produkte oder Dienstleistung werben, sondern letztlich für Gewalt und Zerstörung. Auch terroristische Organisationen sind, wie aufgezeigt, auf Werbung angewiesen, um 1) Unterstützer und Mitglieder zu akquirieren, 2) um die eigene Gewaltanwendung öffentlich zu legitimieren und 3) nicht zuletzt aus den bereits kennengelernten strategischen Gründen: Um durch die symbolische Aufladung die intermediäre Funktion der Gewalt gegenüber dem Feind zu nutzen. Überträgt man die Annahmen der Werbethorie auf terroristische Organisationen, mögen viele der Analogien vielleicht auf den ersten Blick zynisch erscheinen. Das liegt jedoch weniger daran, dass die Analogien falsch wären, sondern daran, dass es ein mehr als zynisches Unterfangen ist, für Gewalt bis hin zur Tötung zu werben, oder diese zu legitimieren. Entsprechend verhält es sich auch mit dem ersten Begriff aus der Werbeforschung, den ich hier einführen möchte: Die so genannte „kontext-integrierte personalisierte Werbung“, bzw. „Mitmach-Werbung“ (Siegert/Brecheis, 2010: S. 273). Tatsächlich ist es genau das *Mitmachen*, zu dem die Videos animieren sollen: Sowohl das Mitmachen beim Verbreiten der Videos selbst, so dass diese *viral* werden können, wie in letzter Konsequenz aber auch das Mitmachen bei terroristischen Straftaten und Anschlägen. *Viralität* ist nämlich eine spezifische Eigenschaft dieser „Mitmach-Werbung“ und damit der Werbung im Web 2.0., die den Rezipienten zum Teil des Werbesettings werden lässt (a. a. O.: S. 274). Weiterführende „Mitmach“-Ziele neben der Viralität, die den bloßen Videokonsum voraussetzt, sind dann die offene

Unterstützung und schlussendlich im äußersten Fall auch die eigene Mitgliedschaft in der beworbenen terroristischen Organisation.

3	Zielsetzung
3.1	„Mitmach“-Charakter
3.1.1	Viralität
3.1.2	Unterstützung
3.1.3	Mitgliedschaft
3.2	Legitimierung
3.3	Intermediäre Gewalt

## 5. Empirische Befunde in der Videoanalyse

Für die Masterarbeit, der diese Studie zugrunde liegt, wurden jeweils drei Videos der drei als Beispiele festgelegten Organisationen vergleichend analysiert. Alle davon sind oder waren zumindest für einen bestimmten Zeitraum auf der Videoplattform YouTube der Öffentlichkeit zugänglich. Einige wurden inzwischen gelöscht oder sind zumindest in Deutschland nicht mehr frei zugänglich.

### *Beispielvideo 1: „Abou Maleeq – Wofür wir stehen“*

Das Video stammt vom deutschen Islamisten Denis Cuspert (bekannt als Rapper *Deso Dogg*, genannt *Abou Maleeq*, später *Abu Talha Al Almani*) und wurde ursprünglich am 21. Juni 2011 hochgeladen. 2012 wurde es von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien indiziert. Das Video besteht lediglich aus einer Grafik mit einem jungen Mann, der eine Schahāda<sup>19</sup>-Flagge hält, der Fokus liegt auf der Musik: einem von Cuspert eingesungenen Nasheed<sup>20</sup>, das im Text unter anderem erwähnt „Wir kämpfen für den Sieg, versprochen, dass es ihn gibt“ und „Das Schwert, das niemals ruht, aus Liebe geben wir

<sup>19</sup> Das islamische Glaubensbekenntnis.

<sup>20</sup> Islamische A-Capella-Gesänge mit religiösen – und im Falle von islamistischen Terroristen oft auch propagandistischen und hasserfüllten – Inhalten.

---

unser Blut“. Es ruft auf, sich mit den „Glaubensbrüdern“ im „Heiligen Land“ solidarisch zu zeigen.

*Beispielvideo 2: „Independent Journalists – Abu Ibrahim über die Verhaftung von Abu Usama Al Gharib“*

In dem 2013 veröffentlichten Video spricht der deutsche Salafist Abu Ibrahim über die Verhaftung des Anführers der in Deutschland verbotenen islamischen Organisation *Millatu Ibrahim*, Abu Usama Al Gharib im selben Jahr nahe der syrischen Grenze. Auch hier gibt es nur eine einzige Grafik, die im Stil einer Nachrichtenschalte gehalten ist, der Fokus liegt auf der Erzählung Abu Ibrahims, der unter anderem die Rechtschaffenheit von Abu Usama Al Gharib preist und die Zuhörer auffordert, sich mit diesem solidarisch zu zeigen. Er unterscheidet in dem Video immer wieder sehr eindrücklich zwischen Rechtgläubigen und Heiligen Kriegerern einerseits und Ungläubigen auf der anderen Seite. Das Video endet mit einer Voraussage des Sieges Allahs und mit „entweder Sieg oder Schahāda<sup>21</sup>, was anderes kennen wir nicht. Und wir machen weiter, bis der Kopf fliegt [es ist eine Explosion zu hören].“

*Beispielvideo 3: „Abu Talha Al Almani – Al Jannah Al Jannah“*

2013 hat der inzwischen deutlich radikalisierte Denis Cuspert dieses Video hochgeladen. Produziert wurde das Video vom al-Qaida-Medienableger *GIMF (Globale Islamische Medienfront)*. Bildlich besteht es aus einer Aneinanderreihung von Videos diverser Bombenattentate. Gegen Schluss des Videos wird ein Videoausschnitt des Flugzeuges gezeigt, welches am 11. September 2001 in den Südturm des World Trade Center flog.

---

21 In diesem Kontext: *Märtyrertum* (Übers. d. Autors).

---

Kurz darauf ist ein Bild eingeblendet, auf dem eine Tasche mit makaber abgekupfertem Adidas-Logo zu sehen ist: Ein Flugzeug *stürzt* in die Adidas-Balken. Unterschrieben ist das Logo mit „alqaida“ statt „adidas“. In dem Liedtext beschreibt Cuspert die letzten Sekunden, die einem Attentäter durch den Kopf gehen, bevor er den Zünder auslöst. Immer wieder kommt die Textzeile „Drück auf den Kopf, al-Jannah<sup>22</sup>, al-Jannah“ vor.

*Beispielvideo 4: „Real IRA Propaganda Video – 2009“*

Das Video wurde 2012 vom offiziellen YouTube-Nutzerkonto der RIRA neu hochgeladen, nachdem es laut Videounter- und überschrift wohl eigentlich aus dem Jahr 2009 stammt. In verschiedenen Videoeinstellungen sieht man maskierte und bewaffnete IRA-Kämpfer, die sich in einem Wald bewegen und offenbar für den Kampf trainieren. Unterlegt ist das Video mit einem nicht näher bestimmten irischen Volkslied mit Dudelsackmelodie. Eine Erzählstruktur oder ähnliches ist bei dem Video nicht erkennbar.

*Beispielvideo 5: „Real IRA Freedom Fighters“*

Das Video wurde 2011 ins Netz gestellt, ist dort aber inzwischen nicht mehr auffindbar. Es besteht aus Zusammenschnitten verschiedener mit dem irischen Nationalismus verbundener Motive, so wie die weitaus meisten Videos der RIRA das tun. Insgesamt 31 Standgrafiken mit Fotos von Personen oder Zeichen des irischen Nationalismus wurden hier verwendet. Unterlegt ist das Video mit einem Musikbett aus dem Lied „God be with you Ireland“ der irischen Band The Cranberries. Die RIRA legt den Liedtext offenbar als Unterstützung für die eigene Position aus, auch wenn die Band selbst nicht durch eine bestimmte Parteinahme im Nordirlandkonflikt bekannt ist.

---

22 *Das Paradies* (Übers. d. Autors).

*Beispielvideo 6: „Real IRA Easter commemoration parade – 2007“*

Das Video stammt von einer Parade aus dem Jahr 2007, bei der vermomnte IRA-Kämpfer auf einer Straße aufziehen und verschiedene Flaggen, die mit dem irischen Nationalismus assoziiert sind, tragen. Hochgeladen wurde das Video jedoch erst 2008. Das Video trägt den Originalton der Aufnahme von der Parade. Textliche Beiträge gibt es dabei jedoch ebenso wenig wie ein Musikbett. Von einer Erzählstruktur zu reden ist bei dem Video schwierig, da es nur den Fahnenaufzug dokumentiert.

*Beispielvideo 7: „Lucha de clases“*

Bei dem 2011 zum ersten Mal, 2012 erneut hochgeladenen Video handelt es sich um eine professionelle Musikvideoproduktion. Das Lied, mit dem das Video unterlegt ist, scheint eigens für diesen Zweck komponiert oder zumindest vertont worden zu sein. In dem Video zeigen sich unter anderem (zusammenhängende) Tanzszenen und verschiedene Einstellungen musizierender FARC-Kämpfer. Es endet mit der Parole: „¡Hemos jurado vencer y venceremos!<sup>23</sup> FARC-EP. 2011“. Die Musik zu dem Video und der Tanz der beiden Tanzpaare sind im Stil der einheimischen *Cueca boliviana* gehalten.

*Beispielvideo 8: „Encuentro por la paz“*

Das Video stammt ebenfalls aus 2011 und zeigt vor allem den damaligen FARC-Chef Alfonso Cano. In einer Ansprache wendet er sich an Kämpfer und Organisatoren der FARC ebenso wie an Indígenos, Bauern und Afrokolumbianer. Anlass seiner Rede ist der erste Jahrestag des Amtsantritts von Präsident Juan Manuel Santos Calderón („doctor Santos“). Ihm wirft Cano vor, zwar von Neuanfang und Umbruch zu sprechen, aber alte

---

<sup>23</sup> *Wir haben geschworen zu siegen und wir werden siegen!* (Übers. d. Autors).

---

militaristische Thesen („tesis militaristas“) und die Idee vom Krieg als Problemlösung („la idea oligarquica de que la guerra es la solucion a los grandes problemas des país“) weiter fortzuführen. Cano und die FARC hingegen stünden für den Dialog und eine politische Lösung.

*Beispielvideo 9: „TV Resistencia our legitimate struggle“*

Das Video von 2012 besteht aus sehr schnellen Videozuschnitts, die einerseits mit dem Song „Killing in the Name of“ von Rage Against the Machine, andererseits mit dem Lied „El hormiguero“ von Calle 13 unterlegt sind. Die Videos zeigen das Elend der Welt und suggerieren mit Einblendungen die Schuld der USA und des US-Kapitalismus an diesem Elend. „Gibt es nicht genug Gründe zu kämpfen?“, lautet die suggestive Frage gegen Ende des Videos.

### 5.1 Technische Analyse Kriterien

Es ist festzustellen, dass die FARC-EP die größte Bandbreite an Videoarten nutzen<sup>24</sup>, während beispielsweise die Videos der Real IRA sehr auf Zusammenschnitte mit Musikuntermalung beschränkt sind und andere Videos, wie etwa die Aufnahme einer IRA-Parade eher eine Ausnahme darstellen. Auch zeigen die Videos in ihrer technischen Machart und vom Grad der Professionalität her deutliche Unterschiede: Die Videos der FARC sind allesamt vergleichsweise aufwändig und zum Teil auch mit deutlich höherer Qualität produziert als die meisten Videos der anderen Organisationen.

Was die Umgebung der Videoeinstellungen angeht, ist vor allem (sofern es sich nicht lediglich um Zusammenschnitte von fremden Clips handelt) das Klandestine, also die

---

<sup>24</sup> Bei den analysierten Videos ein Musikvideo, ein Videozuschnitt (sozusagen ein „MashUp“) und eine Ansprache.

---

geheimen Operationsbasen der terroristischen Organisationen oder zum Teil auch die Vermummung sehr präsent: Die von der FARC selbst produzierten Videos spielen sich alle in einem Militärlager im Wald ab, auch bei einem der IRA-Videos werden Kämpfer beim Training im Wald gezeigt. Aber ebenso bilden beispielsweise Dörfer und Städte die Umgebung oder im Fall der Videozuschnitts verschiedenste Standorte. Wo genau die Dreh- oder Handlungsorte der Videos sich befinden wird dabei oft nicht klar oder aber auch bewusst verschleiert. Schließlich sind gerade diejenigen terroristischen Organisationen, die hauptsächlich im Untergrund agieren oder deren Kämpfer noch innerhalb der Gesellschaft leben, an einer Geheimhaltung der Treffpunkte interessiert, da ihren Mitgliedern sonst Aufdeckung, Enttarnung und Verfolgung droht. Auch die Darstellung der Kämpfer unterscheidet sich aus ähnlichen Gründen sehr: Die IRA zeigt ihre Kämpfer stets maskiert, was natürlich deren Sicherheit dient, was aber gleichzeitig auch eine gewisse Distanz des Rezipienten zur Organisation schafft. Die Techniken des immersiven Web 2.0 werden damit nicht optimal genutzt. Die FARC hingegen, die sich mit Guerillataktiken sichere Rückzugsräume erobert haben, sind nicht zwingend auf eine Anonymisierung ihrer Mitglieder angewiesen. Sie können so „Gesicht zeigen“ und wirken auch – im Gegensatz dazu, was man von sozialrevolutionären Terroristen eigentlich annehmen würde – volksnäher. Vielleicht ist das jedoch auch gerade eine Gegenmaßnahme um den eigenen ideologischen Nachteil der Entfremdung von der Bevölkerung durch bewusstes Sichtbarmachen der Menschen hinter der Organisation auszugleichen. Die FARC können sich dies leisten, schließlich kontrollieren sie eigene Rückzugsgebiete, in denen ihre Kämpfer mehr oder weniger sicher vor staatlichem Zugriff sind.

Wirft man einen Blick auf die Ausstattung der im Video gezeigten Personen, kann generell zwischen Videos mit Bewaffneten und Videos mit Unbewaffneten unterschieden werden. Videos, in denen Kämpfer Maschinengewehre bei sich tragen, enthalten immer schon einen Grundton der intermediären Gewalt und der Drohung gegenüber dem Feind. Die Videos,

in denen Kämpfer hingegen unbewaffnet auftreten – beispielsweise die IRA-Osterparade oder das FARC-Musikvideo „lucha de clases“ – sind eher als Sympathievideos für die Bevölkerung und potentielle Unterstützer konzipiert und enthalten ein geringeres Drohpotential als andere Videos.

Nicht zuletzt unterscheiden sich auch die Schnittstile deutlich: Auf der einen Seite gibt es Videos ohne Schnitt, die nur aus einer Grafik bestehen oder nur aus einem einzigen Videoclip. Andererseits gibt es aber auch Videos mit sehr harten und schnellen Schnitten, die dementsprechend aus vielen einzelnen Clips bestehen. Gemeinsames Charakteristikum dieser sehr schnell geschnittenen Videos, die es bei allen drei analysierten Organisationen gibt, ist die Tatsache, dass diese schnellen Schnitte sehr subtil Bildinformationen übertragen und damit emotionale Reaktionen verschiedener Art herausfordern: Sei es Angst oder ein Hassgefühl bei dem Video „Abu Talha Al Almani“, Nationalismus bei „Real IRA Freedom Fighters“ oder der Aufbau des Freund-Feind-Schemas und der Aggression gegen den *Klassenfeind* bei „TV Resistencia our legitimate struggle“. Die Schnitttechnik ist also ein hervorzuhebender Analysepunkt, der so auch die hermeneutische Analyse des Videos erleichtert.

Einen weiteren Punkt stellt schließlich die verwendete Musik im Video dar. Sofern es sich bei der Musik nicht sogar um den Hauptinhalt des Videos handelt wie etwa beim FARC-Musikvideo „Lucha de clases“ oder den *Nasheed*-Videos, spielt das verwendete Musikbett dennoch eine wichtige Rolle, insbesondere auch bei der Vermittlung unterbewusster Botschaften. Der Text der hinterlegten Musik kann außerdem auch in die hermeneutische Videoanalyse einfließen, beziehungsweise stellt einen Übergang von der formalen zur inhaltlichen Betrachtung der Videos dar.

## 5.2 Inhaltsanalyse

Bei der inhaltlichen Analyse war die Erzählstrategie der erste Punkt des Analyseschemas. Auffällig war hier vor allem, dass der Erzähler stets – mal mehr, mal weniger offen – eine affirmative Position zu den transportierten Inhalten einnahm. Auf den zweiten Blick ist das jedoch wenig verwunderlich, da es sich um Propagandavideos handelt. Die Tatsache, dass ausschließlich affirmative Erzählstrategien implementiert wurden, darf als weiteres Indiz dafür gelten, dass sich werbetheoretische Annahmen auf terroristische Onlinevideos übertragen lassen. Weiterhin zeigt der Vergleich die Erkenntnis, dass ein Großteil der Videos eine teils stark geraffte Darstellung der Zeit wählt. Die Propagandisten wollen möglichst viele Inhalte und Zielvorstellungen in einem Video unterbringen. Umgekehrt zeigt sich nämlich auch, dass bei den beiden Videos, die Ereignisse in Echtzeit oder Zeitlupe darstellen<sup>25</sup>, keine oder kaum mehr ein Legitimationsgedanke vorkommt.<sup>26</sup> Daneben hat die hermeneutische Analyse bei nur einem einzigen anderen Video den Verzicht auf einen Legitimationsanspruch gezeigt: nämlich in der Rede von Alfonso Cano. Dennoch wählt auch sie eine geraffte Darstellungsweise: Das rührt möglicherweise daher, dass stattdessen eine neue Zielsetzung eingeführt wurde, die jedoch auch Erzählzeit benötigt: Nämlich das Ziel, politischen Druck auszuüben. Insgesamt lässt sich feststellen: Je größer die Palette an Zielsetzungen, die ein Video intendiert, desto eher muss es eine geraffte Form der Darstellung finden. Werden hingegen einzelne Ziele nicht verfolgt oder als obsolet beziehungsweise schon erfüllt angesehen, kann an diese Stelle auch eine Darstellung in Echtzeit oder Zeitlupe treten.

Inhaltlich und textlich unterscheiden sich die Videos der einzelnen Gruppen mitunter deutlich: Während die Real IRA auf eine Vertonung mit eigenem Text völlig verzichtet,

---

25 Das islamistische „Abu Talha Al Almani – Al Jannah Al Jannah“ und die „Real IRA Easter commemoration parade – 2007“.

26 Die Zielgruppe dieser beiden Videos sind wohl bereits ideologisch geschulte oder zumindest geprägte Anhänger und Unterstützer der Organisation, die nicht mehr überzeugt, sondern nur in ihrem Willen bestärkt werden sollen.

---

nutzen die al-Qaida-nahen Videos sehr ausgeschmückte und ausladende Formulierungen in ihren Texten:

„Geschieden von dieser Welt, unter seinem Himmelszelt

Auf der Suche nach dem Tod, unsere Geschwister sind in Not

Mein Vertrauen auf Allah und die Liebe alles war“<sup>27</sup>

Auch wenn das Video „Abu Talha Al Almani“ sprachlich deutlich bestimmter als die beiden anderen analysierten al-Qaida-Videos ist, ist es dennoch von blumiger Sprache geprägt („Mit einem Lächeln direkt zu meinem Schöpfer“). Gemeinsam ist ihnen außerdem die Verwendung arabischer Begriffe und Phrasen, insbesondere wenn es entweder um die Lobpreisung Gottes oder aber um bestimmte religiöse Termini geht (etwa der Wortlaut der *Schahāda*, des islamischen Glaubensbekenntnisses oder Begriffe wie *wahid* und *mujahed* für rechtgläubige Kämpfer, *tawarid* und *kufar* hingegen für Ungläubige). Die Videos dieser Dschihadisten ähneln so zum Teil religiösen Predigten. Die Annahme, wonach in den Videos vor allem Klartext vorherrschen sollte, kann damit nicht für alle Videos bestätigt werden. Vielmehr hängt das wohl von der Klassifizierung der terroristischen Organisation ab: Vollkommen unterschiedlich zu den al-Qaida-Videos stellen sich die Aufnahmen der FARC-EP dar, die von klarer Sprache geprägt sind. Selbst das melancholische Lied „Lucha de clases“ spricht, abgesehen von einigen Metaphern, Klartext:

„Miro al mundo dividido en dis

Son miles des millones que de un lado se revueltan en la mierda que les deja el sistema esplotador

Y unos cuantos burgueses mal paridos que del otro enrasados de vampiros

Se alimentan con la sangre del que viven la miseria la injusticia y la opresion“

---

<sup>27</sup> Aus dem Video „Abou Maleeq – Wofür wir stehen“.

---

Freie Übersetzung des Autors:

„Sieh auf die zweigeteilte Welt

Auf der einen Seite wälzen sich Millionen über Millionen im Dreck, die das Ausbeutersystem fallen gelassen hat

Auf der anderen Seite einige niederträchtige Bourgeois, die sich von den anderen wie Vampire bereichern

Sie ernähren sich vom Blut derer, die in Elend, Ungerechtigkeit und Unterdrückung leben.“

Inhaltlich zeigen sich in den Videos verschiedenste Ansätze. Einige Narrative ziehen sich jedoch durch viele Videos hindurch: Einerseits ist das die Aufforderung zur Unterstützung der *richtigen* Sache und zur Solidarität.<sup>28</sup> Diese Forderung nimmt in einem Großteil der Videos eine relativ unkonkrete Form an. Weiterhin findet sich oft der forcierte Aufbau eines klaren Freund-Feind-Schemas und das Schüren von Aggression bis hin zur direkten Aufforderungen zu Gewalttaten gegen den heraufbeschworenen Feind.<sup>29</sup> Dieses klare Freund-Feind-Denken (Riegeler, 2009: S. 19 f.) und die Gewalttätigkeit zählen zu den klassischen Topoi terroristischer Ideologien und Organisationen. Nicht zuletzt kommt auch in vielen Videos dem Erlösergedanken eine wichtige Rolle zu.<sup>30</sup> Die Erlösung wird dabei wahlweise durch Gott, durch Gewalttaten oder durch die terroristische Organisation selbst gewährt. Dieser Heilsgedanke oder zumindest eine selbst vermutete moralische Überlegenheit (ebd.; Schneckener, 2006: S. 23 f.), gepaart mit den anderen Charakteristika

---

28 „Und ich rufe jeden Bruder dazu auf: Unterstützt diesen Bruder! Unterstützt diesen Mujahed!“ in dem Video „Independent Journalists – Abu Ibrahim über die Verhaftung von Abu Usama Al Gharib“.

29 „Ich zünd die Bombe in Mitten der Menge, drück auf den Knopf, al-Jannah, al-Jannah“ in „Abu Talha Al Almani – Al Jannah Al Jannah“.

30 „God be with you Ireland“ im Musikbett des Videos „Real IRA Freedom Fighters“ oder „Möge Allah [...] unsere Liebe stärken, möge Allah [...] uns Kraft geben. Und wir haben gesagt, zwei Sachen: Entweder Sieg oder Schahāda, was anderes kennen wir nicht“ in „Independent Journalists – Abu Ibrahim über die Verhaftung von Abu Usama Al Gharib“.

---

– Schwarz-Weiß-Denken und Gewalttätigkeit – gehört klassischerweise ebenso zum terroristischen Denken.

Die Suggestivkraft der Bildsprache stellt weiterhin einen wichtigen Punkt der Analyse dar. Sie bietet schon Anhaltspunkte auf die Zielsetzung. Beispielsweise korrelieren sehr martialische Darstellungen in den Videos mit einem hohen Grad an intermediärer Gewalt<sup>31</sup>. Außerdem ist die Bildsprache nochmals zum Schluss wichtiger Teil der inhaltlichen Analyse.

### 5.3 Zielsetzungen der Videos

Beim Vergleich der Zielsetzungen der Videos zeigt sich, dass sowohl Videos mit einem potentiell recht hohen als auch einem potentiell eher niedrigen Viralitäts- bzw. Verbreitungsgrad bei allen Gruppen zu finden sind. Aufgrund welcher Faktoren manche terroristische Videos viraler sind als andere, ist schwer einzuschätzen. Um in dieser Sachlage genauere Schlüsse ziehen zu können, wäre eine weitere theoretische Fundierung des Begriffes *Viralität* für künftige Untersuchungen unabdingbar.

Nicht zuletzt zeigt sich, dass alle erwarteten Ziele der Videos<sup>32</sup> auch tatsächlich ausgeprägt sind. Bei den meisten Videos werden jedoch nicht alle diese Ziele gleichzeitig verfolgt. Ein Beispiel für ein Video, das den Versuch unternimmt, alle diese Zielsetzungen zu erreichen, ist das Video „TV Resistencia our legitimate struggle“ der FARC: Lediglich die schnellen Schnitte, eine ausgeprägte suggestive Bildsprache und starke Raffung ermöglichen es den Machern, alle Ziele komprimiert in einem Video unterzubringen. Zudem stellt das von der FARC produzierte Video „Encuentro por la paz“ ein gänzlich neues Ziel in Aussicht: Hier wird erstmals der Aufbau von politischem Druck auf den Gegner durch möglichen Druck

---

<sup>31</sup> Etwa dem Video „Abu Talha Al Almani – Al Jannah Al Jannah“ mit seiner sehr expliziten Gewaltdarstellung.

<sup>32</sup> Werbung für Unterstützung (allgemein oder für eine Organisation), Legitimation und auch intermediäre Gewalt.

---

der Bevölkerung zum Ziel erkoren. Es können also auch konkrete politische Ziele neben den aus der werbe- und terrorismustheoretischen Analyse aus Kapitel drei erwartbaren Zielen wie Unterstützung/Sympathie, Legitimation oder Gewalt auftreten. Für diese muss auch noch Platz im Analyseraster geschaffen werden.

Im Überblick zeigt sich, dass die FARC eindeutig die größte Bandbreite an Videoproduktionen aufweist. Zwar haben auch die anderen analysierten Organisationen Videos verschiedener Machart, aber beschränken sich im Großteil ihrer Videos doch auf typische Formen: Bei den dschihadistischen Videos sind das vor allem *Nasheeds* und Videos mit religiösen Ansprachen oder Predigten. Bei der Real IRA sind es eindeutig die unkommentierten Videozuschnitts, die ihren YouTube-Auftritt prägen. Was die FARC zudem eindeutig von den beiden anderen Gruppierungen unterscheidet ist die hohe Qualität und Professionalität der Videos. Zwar nutzen die Propagandisten der al-Qaida beispielsweise im Video „Abou Maleeq – Wofür wir stehen“ eine recht professionell aussehende Grafik. Diese macht jedoch die einzige Illustration des Videos aus wobei sich der Aufwand für ihre Erstellung in Grenzen gehalten haben dürfte. Im Gegensatz dazu steht etwa das Video „Lucha de clases“, das eigens für den Zweck als Online-Musikvideo gedreht und produziert wurde, oder auch das Video „TV Resistencia our legitimate struggle“, das zwar hauptsächlich fremdes Material nutzt, das aber eine innere Dramaturgie der Bilder aufweist und nicht nur aus wild aneinandergereihten Symbolen besteht. Die FARC wissen in besagten Videos die Macht des bewegten Bildes und die Techniken der Videoproduktion bereits professioneller zu nutzen als die beiden anderen Organisationen.

Was die generellen Social-Media-Aktivitäten der drei Organisationen angeht, so hat jedoch keine den Anschluss an den Wandel moderner Kommunikationsformen verpasst, insbesondere im Hinblick auf die YouTube-Aktivität. In den Videokanälen der

---

terroristischen Organisationen finden sich nicht nur selbst hergestellte Propagandavideos, sondern regelmäßig auch Uploads von Berichten und Reportagen anderer Medien über die Aktivitäten der Organisation. Die FARC-Friedensdelegation<sup>33</sup> beispielsweise hat in den elf Monaten vor der Erstellung dieser Studie 41 Videos mit verschiedensten Inhalten hochgeladen. Die beiden offiziellen YouTube-Kanäle der Real IRA<sup>34</sup> laden teilweise mehrmals täglich neue Videos ins Netz. Dschihadistische Aktivitäten auf YouTube zu quantifizieren fällt dagegen schon schwerer. Schließlich ist auch die Netzwerkstruktur al-Qaidas sehr undurchschaubar. Kanäle wie erwähnten Independent Journalists zum Beispiel hatten beim letzten Abruf schon 44 Videos öffentlich verbreitet, 33 davon alleine im Jahr vor dieser Studie. Aus dieser Quelle stammt auch das zweite analysierte Video. Es existieren unzählige solcher dschihadistischen YouTube-Kanäle, die noch dazu in verschiedenen Sprachen beliefert werden. Im Gesamtüberblick zeigt sich, dass die terroristischen Organisationen allesamt im Internet für ihre Sache werben, auch wenn die einzelnen Videos oftmals unterschiedliche Stoßrichtungen haben und auch distinktive Variablen im Hinblick auf inhaltliche und formale Gestaltung aufweisen.

#### 5.4 Synopse

Jedenfalls gibt der vorangegangene analytische Vergleich einige Antworten auf die beiden zu Beginn der Arbeit aufgeworfenen analytischen Fragen:

*Welche Charakteristiken weisen Videos terroristischer Organisationen auf und wie kann man die Videos typologisieren?*

Eine Übertragung der Medientheorie auf terroristische Videos ist ein sinnvoller Analyserahmen für diese Produktionen. Wie angenommen ist der symbolische Gehalt der

---

33 Erreichbar unter <https://www.youtube.com/user/FARC1Peace>

34 Erreichbar unter <https://www.youtube.com/user/PoblachtachAontacht> und <https://www.youtube.com/user/Mr32CSM>

---

Videos enorm hoch und dient der symbolischen Aufladung terroristischer Inhalte. Tatsächlich handelt es sich bei diesen Propagandavideos auch um Werbevideos, die unter anderem auch Techniken der Werbebranche nutzen: Insbesondere die sehr schnell geschnittenen Videos – aber nicht nur diese – bedienen sich einer ausgeprägten emotionalen Sprache, sei es durch die Darstellung hungernder Kinder oder durch einen Appell an das Religions- oder Nationalgefühl. Dementsprechend affirmativ stehen die jeweiligen Erzähler auch hinter der Narration, die die Videos bieten. Einige Narrative, die für terroristische Ideologien typisch sind, ziehen sich dabei durch alle Videos: Die Aufforderung nach Solidarität in Verbindung mit einem ausgeprägten Freund-Feind-Schema, das Schüren von Aggression sowie der Erlösergedanke. Unterstrichen oder in manchen Videos sogar hauptsächlich transportiert werden diese Botschaften durch Musik, die wiederum den emotionalen Grundton verstärkt und so in das Unterbewusstsein der Rezipienten dringt.

Charakteristische Ziele, die mit den Videos erreicht werden sollen, sind Unterstützung und Sympathie, Legitimation des eigenen gewalttätigen Handelns, die Anwendung intermediärer, psychologischer Gewalt, aber auch konkrete politische Ziele.

Eigen ist diesen Videos schließlich oft auch etwas Klandestines, da Terroristen darauf angewiesen sind, ihren Aufenthaltsort zu verschleiern. So werden oft geheime Operationsbasen und Verstecke zu Drehorten terroristischer Videos. Das widerspricht dem Trend der Werbebranche hin zu personalisierter Werbung. Social-Media-Strategen der terroristischen Organisationen bewegen sich dabei immer in einem Spannungsfeld. Dabei haben die einzelnen Gruppierungen jedoch höchst unterschiedliche Antworten gefunden.

Eine interessante Typologisierung für Onlinevideos von Rechtsextremisten und Islamisten haben Diana Rieger, Lena Frischlich und Gary Bente 2013 auch in ihrer Untersuchung „Propaganda 2.0“ herausgearbeitet. Sie unterscheiden zwischen vier Videotypen: Talking

---

heads, reale bzw. realistische Videos, „Movie Clips“ und „Extreme Clips“ (S. 46 ff.). Einige der hier analysierten Videos lassen sich auch in dieses Schema einfügen. Gerade aber die – zumindest technisch – weniger aufwändigen Videozuschnitts lassen sich nur schwer in dieses Raster pressen, das eher auf professionell produzierte Videoclips ausgelegt ist. Auch wenn der Trend bei großen terroristischen Organisationen hin zu einer Professionalisierung der Medienarbeit geht (siehe Kapitel 5.5), so werden solche laienhaften Videos dennoch weiterhin Realität vor allem kleinerer und jüngerer Organisationen werden. Auch sie müssen in eine Analyse miteinbezogen werden, auch wenn gewisse Analyse Kriterien wie eine Erzählstrategie bei ihnen oft nicht oder nur rudimentär zu fassen sind.

*Welche Korrelationen lassen sich zwischen einzelnen Typen terroristischer Organisationen und den von ihnen veröffentlichten Videos feststellen? Also: Welchen Einfluss hat der Typ der terroristischen Organisation auf die Gestaltung der Videos?*

Während die IRA konsequent ihre Kämpfer verumumt darstellt, um sie vor Repression zu schützen, kann es sich die FARC wohl auch im Hinblick auf Sicherheitsbedenken leisten, stets unmaskierte Kämpfer zu zeigen und der eigenen Sache somit *ein Gesicht zu geben*. Vielleicht wird in diesem Punkt auch deutlich, dass die FARC-EP mitunter auch als Guerillabewegung tätig sind: Als solche sind sie doch raumorientiert und haben eigene territoriale Rückzugsorte. Ihre Kämpfer sind damit nicht auf ein Leben im Feindesland und damit auf Anonymisierung angewiesen. Für die IRA ist dies hingegen nicht möglich, sind ihre Kämpfer doch meist – wie bei ethnisch-nationalistischen Organisationen üblich – noch Teil der normalen Zivilbevölkerung und agieren daher nicht vollständig im Untergrund. Die al-Qaida-Dschihadisten schließlich entscheiden sich in diesem Zusammenhang wohl für einen Zwischenweg: Es sind hauptsächlich einige wenige Protagonisten der

---

terroristischen Ideologie, die öffentlich zum Kampf aufrufen. Diese wenigen zeigen sich jedoch auch offen in ihren Videos. Die große Zahl der Kämpfer in Krisengebieten und auch der Schläfer in über den Globus verstreuten terroristischen Zellen bleibt jedoch anonym, um auch weiter Anschläge durchführen zu können. Bei Islamischen Staat, der inzwischen auch große Gebiete kontrolliert, stellt sich das wiederum anders dar. Dem eigenen Kampf ein Gesicht zu geben und das Leben im Islamischen Staat als normal darzustellen, ist grundlegendes Ziel von deren Kommunikationsstrategie.

Unterschiedlich ist zudem auch schon die Machart der Videos: Während die Videos der Real IRA lediglich *Nebenprodukte* zu sein scheinen, werden die Videos der FARC nur zum Zweck der Propaganda gedreht. Dieser Umstand bestätigt die Theorie aus dem Definitionsteil, der sozialrevolutionären Terrorismus sei besonders auf Kommunikation und Rechtfertigung angewiesen (Straßner 2008: 20; Malthaner 2005: 99). Die analysierten Dschihadisten hingegen legen mehr Wert auf den Inhalt ihrer transzendenten Botschaft denn auf eine komplexe Aufmachung der eigenen Videos.

Diese Botschaft wird in ihren Videos stets in einer religiösen Ansprache, entweder predigtenähnlich oder als Lied bzw. als Nasheed dargestellt. Die Real IRA hingegen bevorzugt vor allem Zusammenschnitte bereits vorhandenen Materials, ob es sich dabei nun eigene Ausbildungsvideos oder aber Fotos mit nationalistisch-irischem Inhalt handelt. Lediglich die FARC nutzt die volle Bandbreite von möglichen Onlinevideos aus und produziert ganz verschiedene Videobotschaften. Das ist auch notwendig, da sie als sozialrevolutionäre Organisation am ehesten Gefahr läuft, sich von ihrer Zielgruppe zu entfremden. Durch eine kluge Medienstrategie versuchen die FARC dem entgegenzuwirken.

Diese ist bei der FARC meist durch klare, schnörkellose Sprache mit Klassenkampfretorik geprägt. Diametral gegenüber steht dem die Sprache der al-Qaida-nahen Videos, die

---

vergleichsweise blumig und poetisch wirkt und vor allem mit allerlei religiösen Termini auf Arabisch durchsetzt ist. Puristisch kommt dagegen die Real IRA daher, die auf eine Vertonung der Videos konsequent verzichtet und stattdessen Bilder und Umstände für sich alleine sprechen lässt. Ihre Videos setzen darauf, dass schon Bilder und Musikuntermalung nationalistische Emotionen und damit Sympathie für die eigene Sache auslösen.

Ein letztes Merkmal, das insbesondere die FARC von den beiden anderen Organisationen unterscheidet, besteht in dem konkreten politischen Ziel, das sie sich zur Aufgabe eines ihrer Videos gemacht hat. Während die restlichen Videos immer organisationssoziologisch durchaus nachvollziehbaren Zielen wie der Stärkung der eigenen Organisation oder der Schwächung des mehr oder weniger abstrakten *Feindes* dienen, ist das Video „Encuentro por la paz“ das einzige mit einer konkreten politischen Forderung: Der Herbeiführung einer politischen Lösung des Konfliktes in Kolumbien sowie der Ausübung von Druck auf die Regierung in Bogotá zur Forcierung einer solchen Lösung. Viel spricht aber dafür, dass das auch der Tatsache geschuldet ist, dass die FARC sich von einer terroristischen Gruppierung inzwischen relativ weit entfernt und eher zu Guerillastrategien übergegangen sind. Politische Kompromisslösungen sind tendenziell kein Kennzeichen terroristischer Organisationen, die in starren Freund-Feind-Schemata denken.

### 5.5 Der Islamische Staat und „Jihad 3.0“?

Die Medienaktivitäten des Islamischen Staates nahmen erst nach der Erstellung dieser empirischen Studie soweit Fahrt auf, dass sie eine ganze Welle der Beschäftigung mit terroristischen Onlinevideos losgetreten haben. Mit verantwortlich dafür ist aber auch die neue Qualität der IS-Aktivitäten im Internet, die sich deutlich von denen anderer und älterer Organisationen abhebt. In einem Artikel für die New York Times bezeichnen Scott Shane und Ben Hubbard die Kommunikationsstrategie des IS als „Jihad 3.0“ (2014). Der

---

Islamische Staat nutzt nicht nur professionell hergestellte Videoproduktionen – teilweise auf Hollywoodniveau. Die Terroristen sind praktisch in allen Sozialen Netzwerken, angefangen von Twitter, über JustPaste (zur Veröffentlichung von Schlachtberichten), SoundCloud, Ask.fm bis hin zu WhatsApp aktiv. Sie nutzen dort dieselben Techniken wie sie weltweit auch in anderen Branchen eingesetzt werden: Ein IS-Video besteht nicht mehr aus Standgrafiken; es kann etwa eine professionell gestaltete, einstündige Dokumentation sein, oder etwa ein im Videospiel aufgenommenes – später zusätzlich vertontes – Video, wie es auch sonst auf Videoplattformen im Jahr 2015 auftauchen könnte (ebd.). Auch eine eigene App haben die Terroristen design; sie beschäftigen ein ganzes Bataillon an professionellen Video-, Grafik- und IT-Experten. Durch diese Medienarbeit wirkt der IS mitunter mächtiger als er es in Wirklichkeit vielleicht ist (Kingsley, 2014). Der IS hat die Wichtigkeit des Kampfes im symbolischen Terrain also vollkommen verinnerlicht und setzt die psychologische Kriegsführung auf perfideste Art und Weise ein. Es geht den IS-Terroristen nicht nur mehr darum, militärische Gegner oder „den Westen“ einzuschüchtern. Drohungen gegen den Westen gibt es in den IS-Veröffentlichungen nur mehr marginal (Shane/Hubbard, 2014). Vielmehr wollen sie das Bild vermitteln, dass es sicher sei, im neu errichteten Kalifat zu leben und man dort gut glücklich werden könne. Immerhin haben sie es mit diesem Image auch geschafft, bereits tausende Menschen aus dem Westen zu sich zu holen. Durch ihre schnellen Erfolge – real wie virtuell – können sich die Dschihadisten des IS als „Macher“ gerieren. Das kommt beim Zielpublikum gut an (ebd.). Während andere Organisationen nur Reden (oder Zusammenschnitte von Standbildern) hochladen, nutzt der IS die volle Bandbreite der sozialen Medien. Jihad 3.0 heißt also qualitative und quantitative Vergrößerung des Repertoires, Professionalisierung, vor allem aber ein geschickteres Ausnutzen der Vorteile sozialer Netzwerke und ein tatsächlicher Fokus auf die Medienarbeit. Steve Rose vergleicht 2014 im Guardian die Medienarbeit und Kampagnenplanung des Islamischen Staates gar mit den Produktionen

---

einer Leni Riefenstahl. Schlussendlich zeigen sich aber – jenseits aller technischen Expertise, in der der IS allen anderen Gruppen, auch den FARC, weit voraus ist – inhaltlich drei Leitmotive in den Veröffentlichungen der Gruppe wieder, die wir bei allen anderen terroristischen Organisationen auch schon gesehen haben. Drei Punkte haben Azza el Masri und Catherine Otayek von der Universität Beirut bei ihrer Analyse der Mujatweets<sup>35</sup> herausgearbeitet (2014):

1. *'We Are Just Like You'*

Diese Botschaft haben wir unter dem Aspekt der Immersion bereits kennengelernt. Die FARC nutzte diese Personalisierung in einigen ihrer Videos sehr intensiv. Auch al-Qaida zeigte Ansätze davon, immersive Techniken zu nutzen; da viele ihrer Kämpfer jedoch im Untergrund befinden, muss al-Qaida auch Rücksicht auf den Schutz von deren Identität nehmen. Die Kämpfer des Islamischen Staates hingegen zeigen sich im eigenen Gebiet ganz offen. Die Medienstrategen des IS haben das schnell erkannt und die Möglichkeit zur Personalisierung ihrer Produktionen genutzt, um sich beim Publikum damit als Teil einer „Normalität“ darstellen zu können.

2. *Us vs. Them*

Dieses Freund-Feind-Schema haben wir ebenfalls bereits als Teil terroristischer Ideologie wie auch Kommunikationsstrategie kennengelernt. Auch unter diesem Aspekt nutzt der IS immersive Taktiken (z. B. Kameraführung aus der Ich-Perspektive), um das „Wir“-Gefühl stärker darstellen zu können.

---

35 Eine Serie professioneller, eigens für Twitter konzipierter, Kurzvideos, die im Sommer 2014 erschienen sind.

### 3. *The Promise*

Den starken Erlösergedanken kennt schlussendlich jede terroristische Ideologie. Dass auch der Islamische Staat sie anwendet ist also wenig überraschend. Er schafft es aber, wie gezeigt, diese Ideologie auf ein bodenständiges Niveau herunterzubrechen, indem das Versprechen auf Erlösung nicht erst im Jenseits eingelöst wird, sondern vermeintlich auch jetzt schon im neuerrichteten Kalifat.

Die Zielsetzung und der Inhalt der Videos des Islamischen Staats sind also keineswegs neu. Sie beschäftigen sich ebenso mit terroristischen Topoi, wie es auch bereits Videos anderer terroristischer Organisationen getan haben. Innovativ ist lediglich die Technik, die genutzt wird und ihr Einsatz im Rahmen einer ausgeklügelten Medienstrategie. Hier hat der Islamische Staat inzwischen alle Akteure aus dem „Jihad 2.0“ abgehängt. So ist es dem IS möglich, seine Botschaften jetzt auf innovative Weise und mit deutlich höherer Reichweite zu transportieren.

## 6. Perspektiven für die Forschung

Es gibt also sowohl Gemeinsamkeiten, die terroristische Onlinevideos als eigene Mediengattung miteinander teilen, als auch Unterschiede, die möglicherweise auf die Kategorie zurückzuführen sind, in die sich die terroristische Organisation jeweils einordnen lässt. Ein Forschungsprojekt mit neun Videos kann jedoch nur einen Anfang zu einer umfassenderen und systematischen Analyse terroristischer Onlinevideos darstellen. Angesichts der Tatsache, dass pro Minute 300 Stunden neues Videomaterial auf YouTube hochgeladen wird (YouTube: Statistiken, 2015), das sicher auch einige Minuten terroristischer Propaganda enthält, ist die Erforschung dieser Videos nicht nur ein weiter wachsendes und immer wichtigeres Feld; diese Zahlen im Hinterkopf, kann vorliegende Arbeit auch nur ein Tropfen auf den heißen Stein sein.

---

Ursprünglicher Ansatz der Arbeit war, neben der Kategorisierung der terroristischen Organisationen, auch den Zustand der Organisationen als Variable einzuführen. Dazu sollte das so genannte Lebenszeitmodell terroristischer Organisationen dienen, das vor allem in Texten von Alexander Straßner (2003; 2004; 2008: S. 9–33) und Stephanie Rübenach (2011) entwickelt und beschrieben wurde. Nach diesem Modell durchleben terroristische Organisationen unter anderem Aktions- und Latenzphasen, in denen sie durch verschiedene Charakteristika und Verhaltensweisen geprägt sind (Straßner, 2003: S. 47). Die Einführung dieser Zeitvariable hätte es eventuell ermöglicht, von bestimmten Eigenheiten eines terroristischen Onlinevideos auf den Zustand der gesamten Organisation zu schließen, von der es veröffentlicht wurde. Leider war jedoch die Datenlage dabei insbesondere bei den sozialrevolutionären und auch den ethnisch-separatistischen Videos – was die zeitliche Streuung angeht – so spärlich, dass ein sinnvoller Vergleich im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich gewesen wäre. Dennoch könnte ein Vergleich mit dieser Zeitvariable in einem anderen Forschungsaufbau möglicherweise belastbare Ergebnisse liefern. Bei dschihadistischen Terroristen stellt sich die Datenlage der Videos beispielsweise besser dar. So könnte man bei einem Vergleich nur innerhalb dieser Gruppe unter Verzicht auf die Kategorie der Urheberorganisationen eventuell auch verwertbare Rückschlüsse aus der Zeitdimension ziehen.

„YouTube makes every person a broadcaster“ stellt Robert Logan (2010: S. 182) unter Rückgriff auf die Theorien Marshall McLuhans fest. Damit werden auch klassische Sender-Empfänger-Modelle zur Analyse solcher Propagandavideos obsolet. Das Web 2.0 hat die Öffentlichkeitsarbeit von allen Akteuren im politischen Umfeld gleichermaßen verändert, so dass auch terroristische Organisationen sich diesem Trend anpassen müssen. Sie tun dies jedoch nicht allein aus einem äußeren Zwang oder aus ökonomischem Druck heraus, sondern vor allem deswegen, weil es im Internet viel für sie zu gewinnen gibt: Nicht nur wird das klassische Sender-Empfänger-Modell aufgebrochen und damit jedem die

---

Möglichkeit gegeben, ganz einfach Sender und Empfänger zugleich zu werden; vielmehr bietet das Internet einen weitgehend zensur- und repressionsfreien Raum zur Kommunikation. Eine Zensur im Internet kann derzeit immer nur durch nationalstaatliche Maßnahmen geschehen und technisch meist leicht umgangen werden. Außerdem bieten die Sozialen Medien den Vorteil der Immersion, das heißt der Verschmelzung von Medium und Botschaft. Die Glaubwürdigkeit terroristischer Narrationen wird so gestärkt, indem sie über vermeintlich *seriöse* Portale wie YouTube verbreitet werden.

McLuhan prägte unter anderem den Begriff des „Globalen Dorfes“ (1989). Logan stellt verschiedene Charakteristika auf, die für das Web 2.0 gelten, und von denen einige auch zur näheren Analyse der Viralität terroristischer Videos interessant sein könnten. Einige der Techniken, derer sich das Web 2.0 demnach bedient, sind etwa „Two-way communication“, „Ease of access to and dissemination of information“, „portability and time flexibility, which provide their users with freedom over space and time“, „The closing of the gap between (or the convergence of) producers and consumers of media“ und einige weitere (Logan, 2010: S. 48 f.). Eine eingehendere Betrachtung dieser Punkte verspricht, für weitere Forschung auf diesem Gebiet sehr zielführend zu sein. Die Betrachtung der Viralität ist auch von hohem Interesse für die Durchdringung dieses Phänomens, da die Rate, wie oft, und vor allem der Grund warum ein Video *geteilt* wird, ganz entscheidend für die Funktionslogik des Web 2.0 ist, die auch Terroristen sich zu Nutze machen wollen: Man muss nicht mehr selbst einzelne Empfänger – seien es nun einzelne Personen oder auch Rundfunkstationen – auswählen, sondern teilt mit einem Klick ein „Video mit seinem GESAMTEN Netzwerk“ (Holzapfel, 2010: S. 35).

Interessant wäre auch ein Vergleich terroristischer Onlinevideos mit *gewöhnlichen* Werbevideos, die für das Web 2.0 produziert werden. Anhand einer solchen Analyse könnte man noch klarer herausarbeiten, welche Faktoren terroristische Videos von

---

klassischen Werbevideos unterscheiden und welche Funktionen und Eigenheiten den beiden aber gemeinsam sind.

*Die eine Theorie* zur inhaltlichen Aufarbeitung und zur Analyse terroristischer Onlinevideos gibt es bisher nicht, alleine schon weil das Gebiet als Forschungsfeld noch zu neu ist. Baudrillards medien- und systemtheoretische Ansätze bieten aber einen guten Rahmen: Einerseits, um die Sinnstiftung, die durch terroristische Propaganda stattfindet, angemessen zu berücksichtigen. Andererseits lässt er genug Räume offen, weitere theoretische Versatzstücke aus der Terrorismusforschung, der Videoanalyse oder der Werbeforschung einfließen zu lassen. Dadurch kann die vergleichende Forschung an terroristischen Onlinevideos, und mitunter vielleicht auch an anderen terroristischen Quellen, gute Ansätze liefern, um das in der Einleitung erwähnte Innovationsdefizit und die fehlende methodische Ausrichtung der Terrorismusforschung zu beheben (Harbrich et. al., 2011: S. 306 ff.).

Einen anderen interessanten Ansatz zur Erklärung von al-Qaidas Handeln liefert beispielsweise auch Pascal Schneider in seiner Dissertation „Global Player al-Qaida. Unternehmerische Theorie und al-Qaidas Praxis“ aus dem Jahr 2008 (Schneider/Hofer). Er erklärt das Handeln der terroristischen Organisation nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten und kommt dabei auch zu interessanten Erkenntnissen und Schlussfolgerungen. Al-Qaida war etwa einer der Vorreiter in der Nutzung des Internets als Kommunikationsmittel. Mitte der 1990er-Jahre war sie nicht nur eine der ersten terroristischen Organisationen, die online waren, sondern eine der ersten *Marken*<sup>36</sup> überhaupt im World Wide Web (a. a. O.: S. 190). Ein weiteres „Hauptmerkmal des Dienstleisters“ teilt al-Qaida ebenso, nämlich die „Intangibilität“ (a. a. O.: S. 188). Denn al-

---

<sup>36</sup> Auch hier scheint die Nutzung des Vokabulars wieder zynisch oder unpassend. Das liegt daran, dass klassischerweise natürlich ökonomische Begriffe eigentlich nicht auf Phänomene politischer Gewalt angewandt werden.

---

Qaida verkauft kein physisches Produkt und auch vorrangig nicht einmal terroristische Anschläge, sondern allen voran ein metaphysisches, transzendentes Produkt: Die islamistische Ideologie, die all ihrem Handeln zugrunde liegt. Einige der Thesen, die Schneider bei der Übertragung betriebswirtschaftlicher Messinstrumente auf al-Qaida aufstellt, sind sicherlich gewagt. Aber durch solche neuen Versuche, real existierende Phänomene auch auf der Theorieebene aufzuarbeiten, können erst Erklärungsansätze für Erscheinungen entstehen, die bisher noch von keiner Theorie erfasst werden, wie das etwa bei terroristischen Onlinevideos der Fall ist.

Ein weithin wenig erforschtes Feld ist zudem nicht nur die inhaltliche und medientheoretische Analyse terroristischer Videos, sondern auch die Erforschung ihrer Rezeption und Wirkung. Das allerdings ist nur durch eine Umkehrung des Forschungsdesigns möglich: Statt den Videos selbst müssten als Primärquellen hier individuelle Lebensläufe und Karrieren der Radikalisierung betrachtet und auf den Einfluss von terroristischen Kommunikationsstrategien hin untersucht werden (Von Behr, et. al., 2013: S. 8 f.). Erste Forschungen in diesem Bereich zeigen, dass das Internet durchaus mehr Möglichkeiten zur Radikalisierung geschaffen hat und dass radikales Gedankengut dazu tendiert, sich in sozialen Netzwerken immer weiter selbst zu bekräftigen. Die Forscher der RAND-Studie von 2013 zu diesem Thema nennen das Ganze auch „echo chamber“ (a. a. O., S. 24). Im Internetjargon könnte man es auch als einen „Filterbubble“-Effekt bezeichnen, von dem nicht nur radikale Ideologien betroffen sind, sondern alle Interaktionen und Meinungsbildungsprozesse in sozialen Medien generell. Jedoch konnten nicht alle Schreckensszenarien, die die Radikalisierungsforschung von der Nutzung des Internets durch Terroristen erwartet hatte, validiert werden. Die Annahmen, dass Radikalisierung im Internet viel schneller vonstattengehe, dass der physische Kontakt bei der Radikalisierung eine immer geringere Rolle einnehme oder dass die universelle Verfügbarkeit von Informationen im Internet zu einer größeren Zahl sogenannter

„Selbstradikalisierungen“ führe, konnten zumindest in der RAND-Studie nicht bestätigt werden (ebd.). Interessante Ansätze zu weiterer Forschung in dem Bereich und auch differenzierte Ergebnisse – unter anderem gefiltert nach verschiedenen Fokusgruppen oder der Art des Terrorismus – liefert auch die weiter oben zitierte Studie „Propaganda 2.0“. Auch sie dämpft jedoch die dystopischen Erwartungen, die an Propaganda im Internet gestellt wurden und teils auch immer noch werden (S. 72 f., 102 f.).

Das Forschungsfeld bietet jedenfalls noch ein großes Potential zur weiteren Analyse. Insbesondere eine breiter angelegte Analyse mit einer größeren Datenlage unter Anwendung des hier aufgestellten Analyseschemas wäre sicher interessant, um die dargestellten Erkenntnisse zu festigen und eventuell neue Entdeckungen zu machen. Aber auch quantitative Analysen, wie sie bereits in Ansätzen etwa in den Aufsätzen von Arab Salem und Hsinchun Chen praktiziert wurden, könnten neue Erkenntnisse zu Tage bringen.

Terroristische Organisationen setzen in den vergangenen Jahren immer mehr auf Onlinevideos als Propagandamittel, so dass der Forschungsgegenstand auch in Zukunft weiter an Relevanz gewinnen wird. Dafür spricht auch die steigende Zahl der Videoveröffentlichungen alleine in den angesprochenen YouTube-Kanälen terroristischer Organisationen. Gerade der Islamische Staat – bei der Erstellung der Analyse noch eine eher unbedeutende Größe – zeigt sich immer wieder als trickreich, geschickt und vor allem sehr präsent in den sozialen Medien. Was islamistische Propaganda angeht hat der IS den al-Qaida nahestehenden Organisationen deutlich den Rang abgelaufen und ist eigene, neue Analysen wert. Die Forschung auf Grundlage solcher Quellen könnte einen großen Fortschritt für das gesamte Feld der Terrorismusforschung darstellen.

## 7. Literatur

Aarebrot, F., & Bakka, P. (2003). Die vergleichende Methode in der Politikwissenschaft. In: D. Berg-Schlosser, & F. Müller-Rommel (Hrsg.), *Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studienhandbuch* (4., überarbeitete und erweiterte Auflage) (S. 57–76). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Van Aelst P., & Walgrave, S. (2002). New media, new movements? The role of the internet in shaping the 'anti-globalization' movement. *Information, Communication & Society* 5(4), S. 465–493.

Aly, A., & Green, L. (2010). Fear, Anxiety and the State of Terror. *Studies in Conflict & Terrorism* 33(3), S. 268-281.

Archetti, C. (2014). (Mis)communication wars: Terrorism, counter-terrorism and the media. In D. Welch (Hrsg.), *Propaganda, power and persuasion. From World War I to Wikileaks* (S. 209–224). London: Tauris.

Baudrillard, J. (2003). *Der Geist des Terrorismus*. Wien: Passagen-Verlag.

Von Behr, I., Reding, A., Edwards, C., & Gribbon, L. (2013). *Radicalisation in the digital era. The use of the internet in 15 cases of terrorism and extremism*. RAND Europe.

Bienk, A. (2008): *Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse*. Marburg: Schüren.

Beever, J. (2012). Violence, Terrorism, and the Symbolic Response. *International Journal of Baudrillard Studies*, 9(2).

Bock, A. (2009). *Terrorismus*. Paderborn: Fink.

Caryl, C. (2009, 1. Juni). How to Catch a Tiger in Sri Lanka. *Newsweek* 153(22), S. 8.

- 
- Chen, H. (2012). Jihadi Video Analysis. *Dark Web. Integrated Series in Information Systems* 30, S. 273-293.
- Chomsky, N. (2003). *On Israel, the US and Turkey*. Noam Chomsky interviewed by Sabahattin Atas, auf: [chomsky.info](http://chomsky.info), Zuletzt abgerufen am 5. September 2015 auf <http://www.chomsky.info/interviews/200309-.htm>
- Ciovacco, C. (2009). The Contours of al Qaeda's Media Strategy. *Studies in Conflict and Terrorism* 32(10), S. 853-875.
- Conway, M. (2005). *Terrorist 'Use' of the Internet and Fighting Back*. Conference Paper.
- Gamson, W., & Wolfsfeld G. (1993). Movements and Media as Interacting Systems. *Annals of the American Academy of Political and Social Science Vol. 528, Citizens, Protest, and Democracy*, S. 114-125.
- Hafez, M. (2007). Martyrdom Mythology in Iraq: How Jihadists Frame Suicide Terrorism in Videos and Biographies. *Terrorism and Political Violence* 19(1), S. 95-115.
- Harbrich, K., Kocks, A., & Spencer, A. (2011) Beginn eines goldenen Zeitalters der Terrorismusforschung oder macht der Letzte bitte das Licht aus? In A. Spencer, A. Kocks, & K. Harbrich (Hrsg.), *Terrorismusforschung in Deutschland* (S. 305-321). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hickethier, K. (2007). *Film- und Fernsehanalyse* (4., aktualisierte und erweiterte Auflage). Stuttgart: Metzler.
- Hoffman, B. (2007). *Terrorismus – der unerklärte Krieg. Neue Gefahren politischer Gewalt*, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Holzapfel, F. & Holzapfel, K. (2010). *facebook – marketing unter freunden. Dialog statt plumpe Werbung* (2. Auflage). Göttingen: Business Village.

- Jahn, D. (2011). *Vergleichende Politikwissenschaft* (1. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kaschner, H. (2008). *Neues Risiko Terrorismus. Entgrenzung, Umgangsmöglichkeiten, Alternativen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kingsley, P. (2014). Who is behind Isis's terrifying online propaganda operation? *The Guardian*, 23. Juni 2014, Zuletzt abgerufen am 5. September 2015 auf <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/23/who-behind-isis-propaganda-operation-iraq>
- Lauth, H.-J. (2009). *Methoden der vergleichenden Politikwissenschaft. Eine Einführung* (1. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Loader, B. (2008). Social Movements and New Media. *Sociology Compass* 2(6), S. 1920–1933.
- Logan, R. (2010). *Understanding New Media. Extending Marshall McLuhan*, New York: Lang.
- Mahan S., & Griset, P. (2008). *Terrorism in Perspective*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Malthaner, S. (2005). Terroristische Bewegungen und ihre Bezugsgruppen. In P. Waldmann (Hrsg.), *Determinanten des Terrorismus* (2. Auflage) (S. 85–138), Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Mansfield, L. (2006). *His Own Words: A Translation of the Writings of Dr. Ayman Al Zawahiri*. Raleigh: LULU. Zitiert nach P. Schneider (2012), *Global Player al-Qaida. Unternehmerische Theorie und al-Qaidas Praxis* (Dissertation) (S. 183). Bonn 2012.
- el Masri, A., & Otayek C. (2014). Mujatweets. Zuletzt abgerufen am 5. September 2015 auf <https://propagandaofisis.wordpress.com/mujatweets/>
-

- McLuhan, M. (1989). *The global village. Transformations in world life and media in the 21st century*. New York: Oxford University Press.
- Meek, D. (2012). YouTube and Social Movements: A Phenomenological Analysis of Participation, Events and Cyberplace. *Antipode* 44, S. 1429–1448.
- Michael, G. (2009): Adam Gadahn and Al-Qaeda's Internet Strategy. *Middle East Policy* XVI(3), S. 135-152.
- Monaco, J. (2009). *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien; mit einer Einführung in Multimedia*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Münker, S. (2009). *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nacos, L. (1994). *Terrorism & the Media. From the Iran Hostage Crisis to the Oklahoma City Bombing*. New York: Columbia University Press.
- Narveson, J. (1991). Terrorism and Morality. In R.Frey, & C. Morris (Hrsg.), *Violence, Terrorism and Justice* (S. 116–169). New York: Cambridge University Press.
- Rieger, D., Frischlich, L., & Bente, G. (2013). *Propaganda 2.0. Psychological Effects of Right-Wing and Islamic Extremist Internet Videos*. Köln: Wolters Kluwer.
- Riegler, T. (2009). *Terrorismus. Akteure, Strukturen, Entwicklungslinien*. Innsbruck & Wien: Studien-Verlag.
- Rogers, M. (2003). The Psychology of Cyber-Terrorism. In A. Silke (Hrsg.), *Terrorists, Victims and Society* (S. 77–92), Chichester: John Wiley & Sons.
-

- 
- Rose, S. (2014). The Isis propaganda war: a hi-tech media jihad. *The Guardian*, 7. Oktober 2014, Zuletzt abgerufen am 5. September 2015 auf <http://www.theguardian.com/world/2014/oct/07/isis-media-machine-propaganda-war>
- Rübenach, S. (2011). Entwicklung, Verfall und Ende terroristischer Gruppierungen. Von der „Lebenslaufdynamik“ zum erklärenden Entwicklungsmodell. In A. Spencer, A. Kocks, & K. Harbrich (Hrsg.), *Terrorismusforschung in Deutschland* (S. 150-176). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Salem, A., Reid, E., & Chen, H. (2006). Content Analysis of Jihadi Extremist Groups' Videos. *Intelligence and Security Informatics. Lecture Notes in Computer Science Vol. 3975*, S. 615-620.
- Salem, A., Reid, E., Chen, H., Xi, W., Atabakhsh, H., Larson, C., Tseng, C.-J., & Ka, S. (2008). Multimedia Content Coding and Analysis: Unraveling the Content of Jihadi Extremist Groups' Videos. *Studies in Conflict & Terrorism* 31(7), S. 605-626.
- Schmid, A. (2011). The Definition of Terrorism. In A. Schmid (Hrsg.): *The Routledge handbook of terrorism research* (S. 39-98). London: Routledge.
- Schneckener, U. (2006). *Transnationaler Terrorismus. Charakter und Hintergründe des „neuen“ Terrorismus* (2. Originalausgabe). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schneider, F., & Hofer, B. (2008). *Ursachen und Wirkungen des weltweiten Terrorismus. Eine Analyse der gesellschaftlichen und ökonomischen Auswirkungen und neue Ansätze zum Umgang mit dem Terror*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Shane, S., & Hubbard B. (2014). ISIS Displaying a Deft Command of Varied Media. *The New York Times*, 30. August 2014, Zuletzt abgerufen am 5. September 2015 auf [http://www.nytimes.com/2014/08/31/world/middleeast/isis-displaying-a-deft-command-of-varied-media.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/08/31/world/middleeast/isis-displaying-a-deft-command-of-varied-media.html?_r=0)
-

Siegert, G., & Brecheis, D. (2010). *Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung* (2., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Smith, K. (2005). Reframing Fantasy: September 11 and the Global Audience. In G. King (Hrsg.), *Spectacle of the Real: From Hollywood to Reality TV and Beyond* (S. 59-70). Bristol: Intellect.

Straßner, A. (2008). Sozialrevolutionärer Terrorismus: Typologien und Erklärungsansätze. In A. Straßner (Hrsg.), *Sozialrevolutionärer Terrorismus. Theorie, Ideologie, Fallbeispiele, Zukunftsszenarien* (S. 9-36), Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

Straßner, A. (2004): Terrorismus und Generalisierung. Gibt es einen Lebenslauf terroristischer Gruppierungen? *Zeitschrift für Politik* 4 (S. 359-383).

Straßner, A. (2003): *Die dritte Generation der „Roten Armee Fraktion“. Entstehung, Struktur, Funktionslogik und Zerfall einer terroristischen Organisation*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Townshend, C. (2005). *Terrorismus*. Stuttgart: Reclam.

CNN.com (2001, 21. September). *Transcript of President Bush's address to a joint session of Congress on Thursday night, September 20, 2001. Zuletzt abgerufen am 6. Juni 2013 auf <http://archives.cnn.com/2001/US/09/20/gen.bush.transcript/>*

Virilio, P. (2002). *Ground Zero*, London: Verso.

Virilio, P. (1993). *Krieg und Fernsehen*, München: Hanser.

Virilio, P. (1989). *Krieg und Kino. Logistik der Wahrnehmung*, Frankfurt am Main: Fischer.

Weimann, G. (2010). Terror on Facebook, Twitter, and Youtube. *Brown Journal of World Affairs* XVI(II). S. 45–54.

Weimann, G, & Winn, C. (Hrsg.) (1994): *The Theater of Terror. Mass Media and International Terrorism*. White Plains, NY: Longman.

Werner, A. (2013). *Social Media – Analytics & Monitoring. Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI*, Heidelberg: dpunkt.

Wildfang, A. (2010). *Terrorismus. Definition, Struktur, Dynamik*, Berlin: Duncker & Humblot.

YouTube (2015). *Statistiken*. Zuletzt abgerufen am 9. September 2015 auf <https://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html>