

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag
Reihe: Politikwissenschaften

Band 71

Philip Weissermel

Terrorismus als Kommunikationsstrategie

Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag

Reihe: Politikwissenschaften

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag

Reihe: Politikwissenschaften
Band 71

Philip Weissermel

Terrorismus als Kommunikationsstrategie

Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion
und des Islamischen Staates

Tectum Verlag

Philip Weissermel

Terrorismus als Kommunikationsstrategie.

Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe: Politikwissenschaften; Bd. 71

© Tectum Verlag – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft,
Baden-Baden 2017

ISBN: 978-3-8288-6666-9

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter
der ISBN 978-3-8288-3916-8 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlagabbildung: shutterstock.com © arda savasciogullari

Satz, Layout, Umschlaggestaltung: Mareike Gill | Tectum Verlag

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben
sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Danksagung

Mein besonderer Dank gilt meiner Familie, insbesondere meinen Eltern und meiner Oma, die mir mein Studium ermöglicht und mich in all meinen Entscheidungen unterstützt haben.

Herzlich bedanken möchte ich mich auch bei meinen Freunden, welche mich immer wieder ermutigt und mit vielen nützlichen Anregungen einen wesentlichen Teil zu diesem Buch beigetragen haben.

Abkürzungsverzeichnis

BRD	Bundesrepublik Deutschland
BJA	Bundeskriminalamt
BND	Bundesnachrichtendienst
DDR	Deutsche Demokratische Republik
ETA	Euskadi ta Askatasuna (Freiheit für die baskische Heimat)
IRA	Irish Republican Army (Irish-Republikanische Armee)
IS	Daesh (Islamischer Staat)
PKK	Partiya Karkerên Kurdistanê (Kurdische Arbeiterpartei)
PLO	Palestine Liberation Organization (Palästinensische Befreiungsorganisation)
RAF	Rote Armee Fraktion (Baader-Meinhof-Gruppe)
RB	Rote Brigaden (Italien)
USA	United States of America

Inhalt

1	Einleitung	11
2	Methodischer Analyserahmen	17
3	Terrorismus – Versuche, ein dynamisches Phänomen zu definieren	21
3.1	Begriffsabgrenzung: Terrorist/Freiheitskämpfer/ Terror/Guerilla/Neue Kriege	24
3.2	Theorien	28
3.2.1	Nationaler Terrorismus	28
3.2.2	Internationaler Terrorismus	29
3.2.3	Transnationaler Terrorismus	29
3.2.4	Sonderform „Cyberterrorismus“	29
3.3	Erscheinungsformen des Terrorismus	30
3.3.1	Sozialrevolutionärer Terrorismus	31
3.3.2	Religiöser/fundamentalistischer Terrorismus	32
4	Terrorismus als Kommunikationsstrategie	35
4.1	Terrorismus als Kalkül	39
4.2	Botschaften	44
4.3	Rezipient und Wirkung	47
5	Terrorismus in den Medien	51
5.1	Veränderungen der Berichterstattung	56
5.2	Stellenwerte neuer Mediennutzung	58
6	Rote Armee Fraktion	61
6.1	Geschichte der RAF	62
6.1.1	Erste Generation	64
6.1.2	Zweite Generation	65
6.1.3	Dritte Generation	65

6.2	Ziele der RAF	66
6.3	Kommunikationsstrategien der RAF	68
6.4	Wahrnehmung der RAF durch die Medien	77
6.5	Propaganda und Rekrutierung der RAF	80
7	Islamischer Staat	85
7.1	Geschichte des IS	86
7.2	Kommunikationsstrategien des IS	88
7.3	Mediennutzung durch den IS	98
7.4	Propaganda und Rekrutierung des IS	101
8	Vergleich der Kommunikationsstrategien	105
9	Schlussbetrachtung	117
	Quellen	121

1 Einleitung

Längst ist *Terrorismus* ein Modewort geworden, zugleich aber auch ein Kampfbegriff. Die Aufmerksamkeit gegenüber dem Phänomen des Terrorismus hat sich durch die Anschläge vom 11. September 2001 in den USA zwar verstärkt, aber nicht erweitert, sondern eher auf eine bestimmte Spielart und das damit verbundene Bedrohungspotential beschränkt. Unmittelbar nach dem Ereignis sicherten nahezu alle Staaten der US-Regierung ihre Unterstützung im *war against terrorism* zu. In der Welle der Solidaritätsbekundungen ging jedoch unter, dass keine Einigkeit darüber herrschte, was unter dem Begriff genau zu verstehen sei. Schon in den USA gab es verschiedene Sichtweisen: So erkannte ein Bericht des Außenministeriums an, dass es momentan keine weltweit akzeptierte Definition des Terrorismusbegriffs gebe (vgl. Elter, 2008 12). Nahezu jeder Staat, jede Organisation und viele Wissenschaftler¹ haben ein je eigenes Verständnis von Terrorismus.

Sowohl in den Medien, als auch in den politischen Debatten zeigt sich immer wieder, dass Terroristen als „Wahnsinnige“, von blindem Hass zerfressen und rationalen Argumenten nicht zugänglich beschrieben werden (vgl. Peters, 2015,2). Diese Perspektive übersieht jedoch, dass Terrorismus eine zielgerichtete Strategie ist, die rational gut zu beschreiben und inhaltlich nachvollziehbar ist – genauer gesagt, eine Kommunikationsstrategie, die ebenso wie Werbung versucht, bestimmte Zielgruppen durch ihre Botschaften zu Verhaltensänderungen zu bewegen.

Zum Verständnis der terroristischen Vorgehensweise soll die vorliegende Arbeit insofern beitragen, als sie Terrorismus als eine Kommunikationsstrategie begreift. Denn terroristische Taten werden nicht ohne Grund begangen. Terroristen wollen durch ihre Taten Botschaf-

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

ten übermitteln, sie wollen aufrütteln und ebenso auch einschüchtern. Festzustellen ist dabei, dass *Terrorismus die Öffentlichkeit sucht. Kommunikation ist daher unerlässlicher Bestandteil jeder terroristischen Gewalttat*: „Der Terrorist bewirkt für sich allein nichts, die Publizität hingegen alles“ (Beyer, 2008, 6).

Ausgehend von dieser Annahme ergibt sich folgende Forschungsfrage:

Können die Kommunikationsstrategien terroristischer Organisationen unabhängig von der Ideologie betrachtet werden? Oder anders ausgedrückt: Kann Terrorismus unabhängig von der Ideologie, Zeit und räumlichen Ausprägung als reine Kommunikationsstrategie begriffen werden?

Betrachten wir terroristische Gewalttaten als Kommunikation nach außen, unter der Annahme, dass Botschaften an den Staat, die Gesellschaft sowie an Sympathisanten gesendet werden, so stellt sich die Frage, wie sich diese Kommunikation unabhängig von Ideologie, Zeit, Größe und räumlicher Ausprägung der Gruppe äußert.

Daraus ergeben sich einige Folgefragen: Wie agieren Terroristen auf der Bühne der Öffentlichkeit? Welche Kommunikationsstrategien verfolgen sie? Wie haben sich diese Strategien im Lauf der Zeit verändert? Haben sie sich lediglich weiterentwickelt, oder gibt es Innovationen? Ab wann muss von einer terroristischen Kommunikationsstrategie gesprochen werden?

Es sei jedoch angemerkt, dass die jeweilige Ideologie einer terroristischen Organisation bei der Identifikation, Rechtfertigung von Gewaltakten sowie dem Transportieren inhaltlicher Botschaften zwar einen großen Stellenwert einnimmt. Übergeordnete Kommunikationsbotschaften sind andererseits jedoch unabhängig von der jeweiligen Ideologie die Verbreitung von Angst, die Provokation des Feindes und die Erzeugung und Rekrutierung von Sympathisanten. Diese Arbeit soll vor allem aufzeigen, dass Terrorismus nicht als willkürliche Handlung gedeutet werden sollte, sondern vielmehr als eine bewusste und indizierte Art der Kommunikation. Adressaten sind dabei sowohl Staat, Gesellschaft als auch mögliche Sympathisanten. Die Arbeit soll

somit dazu beitragen, Terrorismus unabhängig von der Ideologie als Kommunikationsstrategie zu verstehen.

Trotz einer wachsenden Anzahl von Publikationen zum Thema „Terrorismus“ gibt es bislang kaum ein Werk, das sich sowohl aus historischer als auch aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive mit Kommunikationsstrategien von Terrororganisationen auseinandergesetzt hat. Diese Arbeit begibt sich daher auf die Suche nach möglichen Antworten, ohne dabei den Anspruch zu erheben, sie endgültig gefunden zu haben.

Zur Beantwortung der aufgezeigten Forschungsfrage, wird die Arbeit die Kommunikationsstrategien der Roten Armee Fraktion (RAF) und des sogenannten „Islamischen Staates“ („IS“²) verglichen. Die genannten terroristischen Organisationen wurden ausgewählt wegen der sowohl räumlichen, ideologischen und zeitlichen Unterschiede zwischen beiden Gruppen. Sollte hier eine hohe Übereinstimmung in den Kommunikationsstrategien erkennbar sein, dann ließe sich Terrorismus womöglich als Kommunikationsstrategie ganzheitlich begreifen. Die am Ende des Kapitels 4 erarbeiteten Charakteristika terroristischer Kommunikationsstrategien dienen für die anschließende Analyse der Kommunikationsstrategien von RAF und „IS“.

Die RAF war im Zeitraum von 1970 bis 1998 in der Bundesrepublik Deutschland aktiv. Über die Jahre wurde sie eine terroristische Organisation für den Aufbau einer revolutionären Gegenmacht, um ein ‚menschenwürdiges selbstbestimmtes Leben entgegen der großdeutschen und westeuropäischen Pläne zur Unterwerfung und Ausbeutung‘ (Rote Armee Fraktion Kommando Ulrich Wessel) zu führen. Ziel der RAF war es, die Gesellschaft durch das Einsetzen von Gewalt zu einer Revolution zu bewegen.

Hingegen kann das Ziel der Terrororganisation „Islamischer Staat“ in dem Errichten eines sunnitischen Kalifats mit alleiniger Herrschaft

2 In dieser Arbeit wird der Name der Terrororganisation „Islamischer Staat“ ausschließlich in Anführungszeichen gesetzt. Gründe hierfür liegen in der irreführenden Eigenbezeichnung des „IS“, welcher sich als Staat mit Islamischen Grundsätzen definiert. Der Name suggeriert, der „IS“ habe etwas mit einer gemäßigten Auslegung des Islam zu tun, wie sie von den meisten Muslimen vertreten werden. Um klar zu machen, dass es sich um eine Selbstbezeichnung handelt wird diese Arbeit den „Islamischen Staat“ ausschließlich in Anführungszeichen aufführen.