

Tobias Duff

Welche Chancen und Risiken ergeben sich für den internationalen Terrorismus durch die Nutzung von sozialen Medien?

Am Beispiel der Internetpräsenz des "Islamischen Staates"

Studienarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783668908925

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/461288>

Tobias Duff

Welche Chancen und Risiken ergeben sich für den internationalen Terrorismus durch die Nutzung von sozialen Medien?

Am Beispiel der Internetpräsenz des "Islamischen Staates"

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Welche Chancen und Risiken ergeben sich für den internationalen Terrorismus durch die Nutzung von sozialen Medien?

Am Beispiel der Internetpräsenz des „Islamischen Staates“

Tobias Duff

Seminar: Friedens- und Konfliktforschung

Inhalt

1. Einleitung.....	1
2. Die Beziehung zwischen sozialen Medien und Terrorismus	2
3. Der „Islamische Staat“ (IS).....	4
3.1. Entwicklung und Ausbreitung des „Islamischen Staates“	4
3.2. Mediale Kommunikation des „Islamischen Staates“	6
3.2.1. Kommunikationsstrategien des IS	6
3.2.2. Die Medienkommission des „Islamischen Staates“	7
3.2.3. Der IS und die Nutzung der sozialen Medien	8
3.2.4. Ambivalenz in der Nutzung sozialer Medien	10
4. Fazit.....	11
Literaturverzeichnis.....	13

1. Einleitung

James Foley, Ali al-Sayyed, David Haines wurden enthauptet, Fadi Ammar Zidan wurde von einem Panzer überfahren und Muaz al-Kasaesbe wurde bei lebendigem Leibe verbrannt. Dies ist nur eine kurze Auswahl einer langen Liste von Hinrichtungen. All diese haben zwei Dinge gemeinsam. Erstens wurden sie alle von der Terrororganisation „Islamischer Staat“ (IS) verübt, zweitens wurden die Videos der Hinrichtungen vom IS ins Internet gestellt und erhielten eine immense Resonanz. Die Intention hinter diesen Videos sind nicht die Morde an sich. Es geht darum, Botschaften zu transportieren.

Das Video der Hinrichtung James Foleys wurde unter dem Titel „A Message to America.“ am 19. August 2014 ins Internet gestellt.

In diesem Video sieht man Foley in einem orangenen Overall, welcher in einem Statement der amerikanischen Regierung die Schuld für seinen Tod gibt. Anschließend wird Foley von einem IS-Kämpfer die Kehle durchgeschnitten. Es kommt zu einem Kameraschnitt, bevor Blut zu sehen ist. In der folgenden Szene sieht man Foleys Kopf auf seinem Körper gelegt. Am Ende wird eine weitere Geisel, Steven Sotloff, mit den Worten „The life of this American citizen, Obama, depends on your next decision“ in die Kamera gerückt.¹

Das Video wurde professionell gefilmt und aufbereitet.

Der Mord an James Foley sowie die Morde an den anderen genannten Personen übertragen eine Nachricht sowohl an die Unterstützer als auch an die Gegner. Die mediale Inszenierung ist für die weltweite Aufmerksamkeit, was das eigentliche Ziel des „Islamischen Staates“ ist, unabdinglich.

Der IS veröffentlicht jedoch nicht nur Gewaltvideos um Aufmerksamkeit zu gewinnen und Kämpfer zu rekrutieren. Es existieren hochwertig produzierte Propagandavideos, die ein friedvolles Leben des „Islamischen Staates“ darstellen sollen. Diese zeigen auf, welches Leben die Angehörigen des „IS“ erwarten können, sobald sie über ihre Feinde triumphieren.

Insbesondere die sozialen Medien stellen in diesem Zusammenhang eine wichtige Anknüpfstelle dar, um Ansichten, Überzeugungen und Botschaften zu vermitteln.

Im Folgenden werden die Begriffe (soziale) Medien und Terrorismus definiert. Anschließend wird detaillierter auf die Beziehung zwischen sozialen Medien und

¹ Vgl. Stern, Jessica; Berger, J.M.: ISIS. The State of Terror, HarperCollins Publishers: New York 2015: S.120f.

Terrorismus eingegangen. Im Anschluss werden die Entwicklung und Ausbreitung sowie die Absichten des „Islamischen Staates“ dargestellt. Dabei wird genauer betrachtet, welchen Einfluss, welche Chancen soziale Medien auf diese Punkte haben. Im letzten Kapitel werden mediale Gegenstrategien zum Terrorismus aufgezeigt, bevor schließlich ein Fazit zu meiner Fragestellung gezogen wird.

2. Die Beziehung zwischen sozialen Medien und Terrorismus

Soziale Medien, bzw. (englisch: „social media“) bezeichnen jegliche Art von Netzwerken oder Technologien, durch welche online kommuniziert werden kann. Laut des Dudens wird der Begriff „Social Media“ als „Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien wie Weblogs, Wikis, soziale Netzwerke u.Ä., über die Nutzerinnen und Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen können“² definiert.

Zu den bekanntesten Foren, in welchen digitale Kommunikation stattfindet, gehören Portale wie Facebook oder Twitter. Neben solchen Webseiten können unter anderem auch Blogs, Apps oder Webseiten wie Wikipedia zu den sozialen Medien gezählt werden.

Das Ziel, welches alle unterschiedlichen sozialen Medien gemeinsam haben, ist die Kommunikation sowie die Herstellung und Austausch von „User-Generated Content“.³

Für den Begriff Terrorismus existiert keine allgemein akzeptierte Definition. Dennoch gibt es heutzutage einen Konsens über gewisse Eigenschaften, welche erfüllt sein müssen, um von Terrorismus sprechen zu können.

Dazu zählt zum einen die Anwendung physischer Gewalt. Jedoch geht es nicht um die Zerstörungsabsicht an sich, sondern darum, mit Hilfe von Gewaltanwendungen Botschaften und Angst zu verbreiten und damit große Aufmerksamkeit zu erregen.⁴

Die Bundeszentrale für Politische Bildung benennt überdies noch einige weitere Eigenschaften, welche eine terroristische Gruppierung als solche definieren. Dazu gehört, dass sie weder staatlich legitimiert, noch im Besitz staatlicher Macht ist. Zudem ist eine terroristische Gruppierung entweder politisch, ideologisch oder religiös motiviert und verfolgt eigens definierte Ziele.

² „Social Media“ auf Duden online. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Social_Media (Abrufdatum: 04.10.2018).

³ Gabriel, Roland/ Röhrs, Heinz-Peter: Social Media. Potenziale, Trends, Chancen und Risiken, Springer Gabler: Wiesbaden 2017, S.15.

⁴ Vgl. Weinhauer, Klaus/ Requate, Jörg: Gewalt ohne Ausweg? Terrorismus als Kommunikationsprozess in Europa seit dem 19. Jahrhundert, Campus Verlag: Frankfurt 2012, S.11.

Die Gliederung ist oftmals hierarchisch und besitzt funktionale Ausprägungen (z.B. Medienabteilung, Vorbereitung von Anschlägen).

Weiterhin haben terroristische Gruppen gemein, dass sie mindestens einen selbstdefinierten Gegner besitzen und auf verschiedene Finanzierungsquellen zurückgreifen können. Zu guter Letzt existiert eine Unterstützer- und/ oder Sympathisantenszene, welche auf verschiedenen Wegen durch die Gruppierung angesprochen werden soll.⁵

Wie bereits angedeutet, wollen Terroristen durch Anschläge und anderen Taten Botschaften verbreiten, Angst verursachen oder Aufmerksamkeit erregen. Kurz gesagt: sie wollen kommunizieren.

Durch diese Vorgehensweise beabsichtigen terroristische Gruppierungen auf der einen Seite der Bevölkerung von angegriffenen Staaten das Gefühl zu geben, dass diese nicht mehr durch den Staat ausreichend geschützt werden können. Auf der anderen Seite sollen durch die terroristischen Taten die eigenen Sympathisanten und Unterstützer angesprochen werden und sich der Organisation mit ihren politischen Zielen anschließen.⁶

Trotzdem existiert kein allgemeingültiger Begriff des Terrorismus'. Aufgrund der Fragestellung wird daher auf eine bestimmte Art des Terrorismus', den religiös/fundamentalistischen Terrorismus eingegangen. In diesem Zusammenhang ist es insbesondere der islamistische Terrorismus, welcher spätestens seit dem Anschlag auf das World Trade Center im September 2001, die Hauptaufmerksamkeit auf sich zieht.

Bei dieser Art werden die weltweite Modernisierung und Säkularisierung abgelehnt und es wird eine Gesellschaft gefordert, welche sich auf religiöse Grundlagen stützt. Einhergehend damit ist ein totalitärer Anspruch, der durch Gewalt herbeigeführt werden soll.⁷

Doch wo besteht nun eine spezielle Beziehung zwischen Terrorismus und sozialen Medien?

Der deutsche Politikwissenschaftler Peter Neumann hat die Prämisse aufgestellt, dass terroristische Gruppierungen bei der Auswahl nach unterschiedlichen Methoden rational vorgehen und auf Basis einer Kosten-Nutzen-Abwägung entscheiden. Aus diesem Grund

⁵ Vgl. Elter, Andreas: Die Definition von Terrorismus. URL: <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-geschichte/geschichte-der-raf/49218/definition-von-terrorismus?p=1> (Abrufdatum: 04.10.2018).

⁶ Vgl. Weisermel, Philip: Terrorismus als Kommunikationsstrategie. Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates, Tectum Verlag: Baden-Baden 2017: S.35.

⁷ Vgl. Ebd. S.33.

müssten die sozialen Medien (umgangssprachlich auch Web 2.0) im Vergleich zu klassischen Medien ein dementsprechendes Übergewicht zugunsten des Nutzens aufweisen.⁸ Mit dem Internet haben die Terroristen erstmals die Möglichkeit, unabhängig von klassischen Mainstream-Medien, eigene Videos und Botschaften weltweit zu verbreiten. Mit etwa 3,58 Milliarden Nutzern⁹ (2017) ist das Internet das weltweit größte Kommunikationsnetzwerk. Daher ist es insbesondere das Mobilisierungspotential, welches durch soziale Medien erhöht werden kann.¹⁰

3. Der „Islamische Staat“ (IS)

3.1. Entwicklung und Ausbreitung des „Islamischen Staates“

Der „Islamische Staat“ ist eine radikale islamistische Gruppierung, welche im Nahen Osten (u.a. Syrien und Irak) tätig ist und besonders dort versucht einen Staat nach religiösen Regeln aufzubauen.

Die Anfänge des „Islamische Staates“ sind auf das Jahr 2004 zu datieren, in welchem Abu Musa al-Zarqawi die Gruppe „Al-Quaeda im Irak“ (AQI) gründete. Sie ist eine Reaktion auf den Irakkrieg der Amerikaner.

Der Zusammenhang mit der Terrororganisation „Al-Qaeda“ ist eindeutig. Der AQI unterstellte sich eben dieser und versicherte dem Führer, Osama bin Laden, die Zustimmung.¹¹

Nach dem Tod al-Zarqawis im Jahre 2006 wurde 2010 mit Abu Bakr Al-Bagdadi ein neuer Anführer an der Spitze der Organisation etabliert. Abu Bakr gründete in der Folge die Organisation „Islamischer Staat für Irak“ (ISI), welchem sich alle sunnitischen Terrorgruppierungen unterordnen konnten. Im Anschluss an die Expansion nach Syrien erweiterte sich das Einflussgebiet, wodurch der „Islamische Staat“ ein größeres, zusammenhängendes Territorium in seine Gewalt brachte.

⁸ Vgl. Theine, Simon: Die Rekrutierungsstrategie des IS. Welcher Inhalte und Techniken sich der Islamische Staat im Internet bedient, Tectum Verlag: Baden-Baden 2016: S.83.

⁹ Vgl. Statistiken zur Internetnutzung weltweit. URL: <https://de.statista.com/themen/42/internet/> (Abrufdatum: 05.10.2018)

¹⁰ ¹⁰ Vgl. Theine, Simon: Die Rekrutierungsstrategie des IS. Welcher Inhalte und Techniken sich der Islamische Staat im Internet bedient, S.83.

¹¹ Vgl. Deutscher Bundestag (2016): Der „Islamische Staat“ und die mit ihm verbundenen Gruppierungen weltweit. URL: <https://www.bundestag.de/blob/412790/92752bde0cfa3547edc46d9d6505aca1/wd-2-005-16-pdf-data.pdf>, S.4. (Abrufdatum: 06.10.2018).

Nachdem das syrische Regime 2013 die Stadt Rakka aufgab, konnten die Terroristen dort die Macht übernehmen und die Stadt als eigene Hauptstadt ausrufen. Seither nannte sich der ISI „Islamischer Staat für Syrien und Irak“ (ISIS).

Im Juni 2014 marschiert ISIS in Mossul ein und erobert in diesem Zuge weitere Gebiete (u.a. Teile Libyens und Ägyptens).

Am 29. desselben Monats verkündet ISIS offiziell das Kalifat.

Der Kalif, Abu Bakr Al-Bagdadi wird als Vorsitzender aller Muslime angesehen, wodurch die Grenzen des ISIS weiter ausgeweitet werden. Daher änderte die ISIS ihren Namen zu „Islamischer Staat“ (IS).¹²

Nach der öffentlichen Exekution irakischer Soldaten und des bereits beschriebenen Exekutionsvideos des Amerikaners James Foley erhält die Miliz weltweite Aufmerksamkeit.

Daraufhin sind viele Menschen dem Aufruf, sich dem IS und seinen Zielen anzuschließen, gefolgt. Dabei wird allein von mehr als 30.000 ausländischen Kämpfern ausgegangen, welche im Irak und Syrien kämpfen oder gekämpft haben.¹³ Darüberhinaus rief der Sprecher des IS, Abu Mohammad al Adnani. dazu auf, dass die „lone wolves“ den Westen mit den Waffen attackieren sollen, die sie zur Hand haben (Messer, Pistole, Attentate).¹⁴

Seit 2015 ist ein internationales Engagement des IS‘ zu erkennen. Allein in jenem Jahr wurden dem IS ein knappes Dutzend unterschiedlicher internationaler Anschläge zugeschrieben.

Neben der Errichtung des Kalifats ist es ein weiteres Ziel des IS‘, die Ungläubigen und Andersgläubigen zu bekämpfen.

¹² Ebd. S.5.

¹³ Ebd. S.6.

¹⁴ Vgl. Stern, Jessica; Berger, J.M.: ISIS. The State of Terror, HarperCollins, Timeline o.S.

3.2. Mediale Kommunikation des „Islamischen Staates“

3.2.1. Kommunikationsstrategien des IS

Durch die inszenierte Exekution James Foleys oder die Verbrennung Muaz al-Kasaesbe versuchen die Terroristen eine möglichst große Masse an Menschen anzusprechen. Die Organisation erhält im Osten wie auch im Westen (Europa und USA), durch die vielen verschiedenen Feindesgruppen an denen die Morde verübt werden, ein weites Medienecho. Die Terrorakte dienen daher in den allermeisten Fällen nicht den Betroffenen selbst, sondern einem weitaus breiteren Publikum. Es sind besonders „Anschläge, Ermordungen, Entführungen und andere Gewalttaten“¹⁵ die für die Kommunikation und Rekrutierung genutzt werden.

Es werden nicht nur Sympathisanten, sondern auch die Feinde angesprochen. Ein besonderes Augenmerk setzt der IS dabei auf den Westen. Anschläge in großen Städten und die Videobotschaften an diese Länder sollen dazu beitragen, zu provozieren und ihre Verletzlichkeit aufzuzeigen. Mehr noch geht es darum, den Westen und die muslimische Welt zu spalten.¹⁶

Noch deutlicher wird dies bei der Inszenierung der Hinrichtung Muaz al-Kasasbehs. Ein hochprofessionelles Video zeichnete den Überlebenskampf des verbrannten Piloten in verschiedenen Kameraeinstellungen und mit aufwendiger Nachbearbeitung auf. Nach dessen Veröffentlichung im Internet wurde das Video vielfach geteilt und erst nachfolgend von den klassischen Medien aufgenommen und weiter verbreitet.¹⁷

Die kommunikativen Ziele, welche mit den verschiedenen Gewaltvideos erreicht werden sollen, dienen der Erzeugung von Angst und Schrecken auf der Seite der Feinde. Darüberhinaus sollen insbesondere durch die Anschläge in den westlichen Ländern Vergeltungsmaßnahmen ausgelöst werden, wodurch es die Absicht ist eine aktive Unterstützung im Kampf gegen die Feinde zu reaktiviert.¹⁸

Im folgenden Kapitel wird es darum gehen, wie es der IS geschafft hat, in einer kurzen Zeit eine solche Unterstützung zu generieren. Dabei wird auf die Organisationsstruktur und auf

¹⁵ Weissermel, Philip: Terrorismus als Kommunikationsstrategie. Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates, S.89.

¹⁶ Vgl. Ebd. S.89f.

¹⁷ Vgl. Ebd. S. 94f.

¹⁸ Vgl. Ebd. S.96.

die Nutzung der sozialen Medien durch den IS eingegangen, um zu untersuchen, welche Auswirkungen diese auf die Rekrutierung und Propagandaverbreitung besitzen.

3.2.2. Die Medienkommission des „Islamischen Staates“

Verantwortlich für alle offiziell vom IS veröffentlichten Bilder und Videos ist die Medienkommission des „Islamischen Staates“. Unterhalb des Kalifen und des „Schura-Rats“ ist die Medienkommission neben dem „Rat der Weisen“ und der „Schariakommission“ eine von drei Abteilungen. Die meisten Mitarbeiter der Kommission kommen aus dem Westen. Sie kommuniziert die verschiedenen Entscheidungen und Nachrichten nach innen und nach außen. Die wichtigste Aufgabe der Kommission ist die Überzeugungs- und Propagandaarbeit. Daher sind sie für den regelmäßigen Nachschub neuer Kämpfer und finanzieller Mittel verantwortlich, zudem ist die Kommission der Ansprechpartner für westliche Staaten und andere internationale Akteure.

Sie besitzt mehr als 30 Untereinheiten. Die stärksten Kanäle sind die Kanäle al-Furqan, al-Itissam und al-Hayat, welche hoch qualitative Propagandavideos in mehreren Sprachen produzieren. Die anderen Untereinheiten setzen sich aus verschiedenen Online-Magazinen, beispielsweise dem englischsprachigen al-Dabiq, zusammen. Zudem verwaltet die Medienkommission mehrsprachige Radiostationen und Online-Blogs.¹⁹

Zur Verbreitung innerhalb des IS-Territoriums wird meist auf sogenannte „Da‘wa-Events (dt. „der Ruf“) zurückgegriffen. Sie ähneln öffentlichen Festveranstaltungen, bei denen Reden und religiöse Zeremonien abgehalten werden. Geboten werden überdies verschiedene Unterhaltungsprogramme oder gemeinsame Essen, um so die inländische Bevölkerung anzusprechen und durch eine positive Atmosphäre mit dem IS zu verbinden.²⁰

¹⁹ Vgl. Bilal Ghiath (2015): Der „Islamische Staat“: Interne Struktur und Strategie. URL: <http://www.bpb.de/politik/extremismus/islamismus/202373/der-islamische-staat-interne-struktur-und-strategie?p=all>, o.S.(Abrufdatum 09.10.2018).

²⁰ Vgl. Motie, Seda: Der IS am Höhepunkt seines Staatsprojekts, in: IFK Aktuell. Der Islamische Staat (2016), S.15.

3.2.3. Der IS und die Nutzung der sozialen Medien

Seit dem Ausbruch der Kämpfe sind mehr als 30.000 Menschen aus mehr als 90 verschiedenen Ländern für den „Islamischen Staat“ in den Kampf gezogen. Der Großteil der Leute stammt aus Nordafrika und umliegenden Ländern Syriens und Iraks. Etwa 15 % der ausländischen Kämpfer kommen aus Russland. Insgesamt sind etwa 5000 Dschihadisten aus Westeuropa, allein knapp 800 aus Deutschland. Weitere hunderte Kämpfer haben einen südostasiatischen Hintergrund.²¹

Den größten Andrang neuer ausländischer Kämpfer erhielt der IS nach der Ausrufung des Kalifats. Seit 2016 ist jedoch eine rückläufige Zahl festzustellen. Diese ist neben den verschärften Kontrollen auf die Niederlagen des „Islamischen Staates“ an ihren Fronten zurückzuführen.

Nichtsdestotrotz ist zu erkennen, dass die Terrororganisation es geschafft hat, jährlich hunderte bis tausende von Menschen zu radikalisieren und auf ihre Seite zu bringen. Eine besondere Rolle spielen dabei die sozialen Medien wie Facebook, YouTube oder Twitter.

Die Visualisierung von Inhalten ist für den IS von großer Bedeutung. Dies zeigt sich ebenfalls in einem Brief an Abu Musa al-Zarqawi. In diesem schreibt der jüngere Bruder al-Zarqawis, dass sie in einem Krieg sind, welcher zur Hälfte auf dem Schlachtfeld und zur Hälfte in den Medien stattfindet, um so Anhänger für sich zu gewinnen.

Aufrufe und „Tweets“²² sind Einnahmequellen und Rekrutierungsgrundlagen für den Islamischen Staat.²³

Insbesondere Twitter galt in der Anfangszeit als größte Propagandaquelle des IS. Bis zu 90.000 Kanäle unterhielt die Organisation auf der Plattform. Lange Zeit konnten die Terroristen über den Online-Dienst Nachrichten austauschen und radikale „Tweets“ verfassen. Erst nachdem die öffentliche Kritik zunahm und die deutsche Regierung Onlineportale wie Twitter und Facebook mehr und mehr in die Pflicht nahm, wurden die Accounts deaktiviert und die Nachrichten gelöscht.

Der IS wusste dies jedoch lange Zeit zu umgehen. Eine bekannte Taktik war die Nutzung von sogenannten „Twitterbomben“ bei welchen es darum geht, dass die IS-Twitteraccounts die populärsten Hashtags unter ihre Posts setzten, um so ein größeres Publikum

²¹ Vgl. Motie, Seda: Foreign Terrorist Fighters und ihr Traum vom Kalifat, in: IFK Aktuell. Der Islamische Staat (2016), S.17.

²² Als Tweets werden öffentlich gepostete Nachrichten auf der Socialmedia-Plattform Twitter bezeichnet.

²³ Vgl. Weissermel, Philip: Terrorismus als Kommunikationsstrategie. Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates, S.89.

anzusprechen. Die Accounts und Seiten folgten sich gegenseitig und veranstalteten Twitterkampagnen, um so ihre Präsenz weiter zu erhöhen.

„Al Fʿtīsam“, eine Medienproduktionsfirma des IS, galt mit ihren über 50.0000 Followern als wichtigste Twitterseite.²⁴

Wie bereits angedeutet können auch private Accounts durch die mögliche Dauerpräsenz im Internet einen großen Einfluss auf die Propagandaverbreitung und Rekrutierung nehmen. Als Beispiel dafür kann der Twitteraccount „@shamiwitness“ angesehen werden, welcher tausende von „Tweets“ veröffentlicht hat, die den Islamischen Staat unterstützen. Eine zwölfmonatige Analyse des Accounts zeigte auf, dass es sich bei dem Account weder um einen IS-Kämpfer, noch um jemanden handelt, welcher Verbindungen zu terroristischen Organisationen unterhält. Sein Interesse besteht schlicht in der Unterstützung des islamistischen Projektes.²⁵

Zwischen dem 6. und dem 27. Oktober 2014 wurden über 3000 Tweets von diesem Account verfasst und hinsichtlich der Kategorien Propaganda, Radikalisierung, Anwerbung und Andere untersucht.

In den insgesamt 3039 Twitternachrichten wurden in etwa 880 Fällen andere Accounts als Referenzen an die Nachricht angefügt, sodass daran erkannt werden kann, an wen sich die Nachrichten richten. Meistens wurden dabei internationale Medien (darunter insbesondere der Twitteraccount von CNN Breaking News, der York Times und BBC world) „verlinkt“. Die zweitgrößte Gruppe stellten IS-Sympathisanten und die drittgrößte arabische Medien dar.²⁶

Desweiteren hat sich gezeigt, dass diverse „Tweets“ sowohl der Propaganda, der Rekrutierung als auch der Radikalisierung zuzuordnen sind. Demnach propagiert @shamiwitness durch Anschuldigungen wie beispielsweise, die Tötung von Kindern, das Umbringen von Zivilisten und die Zerstörung von Häusern seitens der USA, dass die Kämpfer des IS gegen den Feind und für die Menschen kämpfen.

Zudem fordert der Account durch Nachrichten dazu auf, zu den Waffen zu greifen, um Menschen und Besitz zu vernichten. In diesen „Tweets“ zeigen sich die radikale

²⁴ Vgl. Greene, Kyle J. (2015): ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda. International Studies Capstone Reserach Papers. 3. URL: https://digitalcommons.cedarville.edu/international_studies_capstones/3/, S. 15f.

²⁵ Vgl. Chetfield, A., Reddick, C.G., Brajawidagda, U. (2015): Tweeting propaganda, radicalization and recruitment: Islamic state supporters multi-sided twitter networks, URL: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=6056&context=eispapers>, S. 241. (Abrufdatum: 15.10.2018)

²⁶ Ebd. S. 245.

Weltansicht und die Unterstützung von Gewalt. Zu guter Letzt kommuniziert der Account in direkten Verknüpfungen unmittelbar mit offensichtlichen Unterstützern des „Islamischen Staates“ und versucht so, sie zu einem Eintritt in den IS zu bewegen.²⁷

Nachdem Twitter die meisten Accounts nachhaltig gesperrt hat, suchte der „Islamische Staat“ nach Alternativen und änderte den Schwerpunkt zu Messenger-Diensten wie Whatsapp oder Telegram. Vorteil an diesen Diensten ist es, dass in privaten Chats Personen einfacher rekrutiert und instruiert werden können und Nachrichten sich nach einer bestimmten Zeit selbstständig löschen.

3.2.4. Ambivalenz in der Nutzung sozialer Medien

In der bisherigen Darstellung wurde deutlich, dass die sozialen Medien wichtige Plattformen für die Rekrutierung und Propaganda des IS⁶ sind. Jedoch können diese Medien aufgrund des einfachen Zugangs auch durch die Gegner des „Islamischen Staates“ für die eigenen Zwecke, beispielsweise zur Überwachung oder Gegenpropaganda, genutzt werden.

Generell kann gesagt werden, dass die Organisation durch die Verherrlichung der Brutalität, von West- und anderen Mächten eingekreist und damit von Feinden umgeben ist.

Zudem besitzt der "Islamische Staat“ durch die Medienkommission zwar eine zentral und gut organisierte Verbreitungsmöglichkeit, dennoch können die sozialen Medien um Twitter, Facebook etc. von Islamisten eigenmächtig und so fehlerhaft genutzt werden. Durch das unüberlegte Verbreiten sensibler Informationen können die Geheimdienste die Wege der islamistischen Truppen nachverfolgen und Ziele identifizieren. Ebenso haben die Staaten um Irak und Syrien auf die Gefahr reagiert und die Anschläge gegen den IS verdoppelt.²⁸

Eine auf Twitter bezogene Analyse ergab, dass die Accounts und Posts der Gegenseite nach Aufklärung, Satire und Hacking kategorisiert werden können. Die Möglichkeiten der Aufklärung sind vielseitig. Beispielsweise werden Statements von Imame veröffentlicht, welche sich mit der islamistischen Vorstellung des IS auseinandersetzen und diese kommentieren. Eine andere Möglichkeit besteht in der Visualisierung (bspw. Cartoons) der

²⁷ Ebd. S. 246.

²⁸ Vgl. Greene, Kyle J. (2015): „ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda“, S. 47.

Ziele und Grundsätze des Islams, durch welche in erster Linie die Jugendlichen angesprochen werden sollen, um einer Radikalisierung entgegenzuwirken.²⁹

Eine andere Möglichkeit, um die IS-Propaganda wirkungslos werden zu lassen ergibt sich durch die Parodie von Nachrichten des IS. So etablierte die Gruppe „Anonymous“ den „ISIS Trolling Day“ am 11.12.2015.³⁰

Zudem machten es sich „Anonymous“ und andere Hackergruppierungen zur Aufgabe, islamistische Internetseiten und Accounts zu hacken, zu zerstören und an die Polizei zu melden.

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass sich der IS in einem Dilemma befindet. Auf der einen Seite ist die Nutzung des Internets und der sozialen Medien essentiell für den Erfolg der Organisation. Auf der anderen Seite sind Rückschlüsse auf Personen, Identifikationen von Lagern oder Stellungen und der Erhalt interner Dokumente durch Geheimdienste und Hacker ein großes Risiko für den Islamischen Staat.³¹

4. Fazit

Es lässt sich festhalten, dass der IS die Nutzung der sozialen Medien für terroristische Zwecke zwar nicht neu erfunden, jedoch deutlich intensiver, effektiver und stärker instrumentalisiert hat als dies vor der Organisation der Fall war. Durch die Medienkommission als zentralisierte Organisation innerhalb des „Islamischen Staates“, verfügt die Terrorgruppe über die Expertise und die Möglichkeiten, durch aufwendige Produktionen mit entsprechendem Equipment, ihre Propaganda zu verbreiten.

Darüberhinaus werden Magazine in diversen Sprachen veröffentlicht, wodurch es für den IS möglich ist deutlich mehr Menschen anzusprechen und für ihre Ziele zu gewinnen. Insbesondere die internetaffine Generation ist davon betroffen. Der IS schafft es, sich als rechtschaffende Gruppierung darzustellen, welche sich gegen ihre Feinde behaupten muss, um ihre Religion und Absichten zu sichern.

²⁹ Vgl. Reuter, Christian/ Pätsch, Katja/ Runft, Elena (2016): Terrorismus und soziale Medien – Propaganda und Gegenpropaganda. URL: <https://dl.gi.de/handle/20.500.12116/178>, S.3 (Abrufdatum: 16.10.2018).

³⁰ Vgl. CNBC: Anonymous declares this Friday „ISIS trolling day“. URL: <https://www.cnbc.com/2015/12/08/anonymous-declares-isis-trolling-day.html> (Abrufdatum: 16.10.2018).

³¹ Vgl. Schmetz, Martin (2015): Zwischen Paranoia & Propaganda: Dschihadistische Gruppierungen und ihre IT-Sicherheit, in: Biene Janusz/ Schmetz (Hrsg.), Martin: Kalifat des Terrors. Interdisziplinäre Perspektiven auf den Islamischen Staat, Frankfurt am Main, Onlineversion, S.60.

Durch die beschriebenen Analysen hat sich gezeigt, dass durch die sozialen Medien (hauptsächlich Twitter), unterschiedliche Zielgruppen einfacher als früher angesprochen werden können.

Dazu zählen neben der eigenen Mobilisierung potentieller Anhänger die internationalen Medien. Mit der Veröffentlichung und Teilung von Nachrichten, Videos und anderen Statements erregt die Terrororganisation eine Menge Aufmerksamkeit, ohne dabei nur von der Zensur der Journalisten abhängig zu sein. Insbesondere durch diese teilweise gewonnene Unabhängigkeit, gepaart mit der extremen Brutalität, welche ein Novum in der terroristischen Propaganda darstellt, schafft es der IS die Welt in Aufruhr und sich selbst in aller Munde zu bringen.

Nichtsdestotrotz führt dies auch dazu, dass sich Staaten und andere Akteure gegen den „Islamischen Staat“ verbünden und die militärische Unterlegenheit des IS zu Tage tritt, wie die Entwicklung der letzten zwei Jahre zeigt.

Dementsprechend zeigt sich zwar, dass die Nutzung der sozialen Medien in den Bereichen Propaganda, Rekrutierung und Abschreckung einen Erfolg für den IS darstellt, dennoch wurde dafür ein hoher Preis gezahlt. Durch die Möglichkeit der Rückverfolgung konnte und wird der IS effektiv bekämpft und verliert nach und nach Einfluss und Ressourcen.³² Solange, wie der IS jedoch noch medial (Internet und klassische Medien) vertreten sein wird, wird auch der aktive Kampf gegen den IS nicht zu beenden sein.

³² Vgl. Greene, Kyle J. (2015): „ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda“, S. 51.

Literaturverzeichnis

Sammelwerke:

Biene, Janusz; Schmetz, Martin (Hg.) (2015): Kalifat des Terrors. Interdisziplinäre Perspektiven auf den Islamischen Staat. Frankfurt am Main: Univ.-Bibliothek Frankfurt am Main (Sicherheitspolitik-Blog Fokus).

Reuter, C., Pätsch, K. & Runft, E., (2016). Terrorismus und soziale Medien – Propaganda und Gegenpropaganda. In: Prinz, W., Borchers, J. & Jarke, M. (Hrsg.), Mensch und Computer 2016 - Tagungsband. Aachen: Gesellschaft für Informatik e.V.

Monographien:

Gabriel, Roland; Röhrs, Heinz-Peter (2017): Social Media. Potenziale, Trends, Chancen und Risiken. Berlin: Springer Gabler.

Stern, Jessica; Berger, J. M. (2015): ISIS. The state of terror. London: Collins.

Theine, Simon (2016): Die Rekrutierungsstrategie des IS. Welcher Inhalte und Techniken sich der Islamische Staat im Internet bedient. 1. Auflage. Baden-Baden: Tectum Wissenschaftsverlag.

Weinhauer, Klaus; Requate, Jörg (2012): Gewalt ohne Ausweg? Terrorismus als Kommunikationsprozess in Europa seit dem 19. Jahrhundert. Frankfurt am Main: Campus-Verlag.

Weissermel, Philip (2017): Terrorismus als Kommunikationsstrategie. Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates. Baden-Baden: Tectum Verlag

Internetquellen:

Bpb: Bilal Ghiath (2015): Der „Islamische Staat“: Interne Struktur und Strategie. URL: <http://www.bpb.de/politik/extremismus/islamismus/202373/der-islamische-staat-interne-struktur-und-strategie?p=all>, (Abrufdatum 09.10.2018).

Bpb: Elter, Andreas(2015): Die Definition von Terrorismus. URL: <http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-geschichte/geschichte-der-raf/49218/definition-von-terrorismus?p=1> (Abrufdatum: 04.10.2018).

CNBC: Anonymous declares this Friday „ISIS trolling day“. URL: <https://www.cnbc.com/2015/12/08/anonymous-declares-isis-trolling-day.html> (Abrufdatum: 16.10.2018).

Deutscher Bundestag (2016): Der „Islamische Staat“ und die mit ihm verbundenen Gruppierungen weltweit. URL: <https://www.bundestag.de/blob/412790/92752bde0cfa3547edc46d9d6505aca1/wd-2-005-16-pdf-data.pdf>, S.4. (Abrufdatum: 06.10.2018).

Duden online: „Social Media“ URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Social_Media (Abrufdatum: 04.10.2018).

Greene, Kyle J., "ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda" (2015). International Studies Capstone Research Papers. 3. http://digitalcommons.cedarville.edu/international_studies_capstones/3.

Reuter, Christian/ Pätsch, Katja/ Runft, Elena (2016): Terrorismus und soziale Medien – Propaganda und Gegenpropaganda. URL: <https://dl.gi.de/handle/20.500.12116/178>, (Abrufdatum: 16.10.2018).

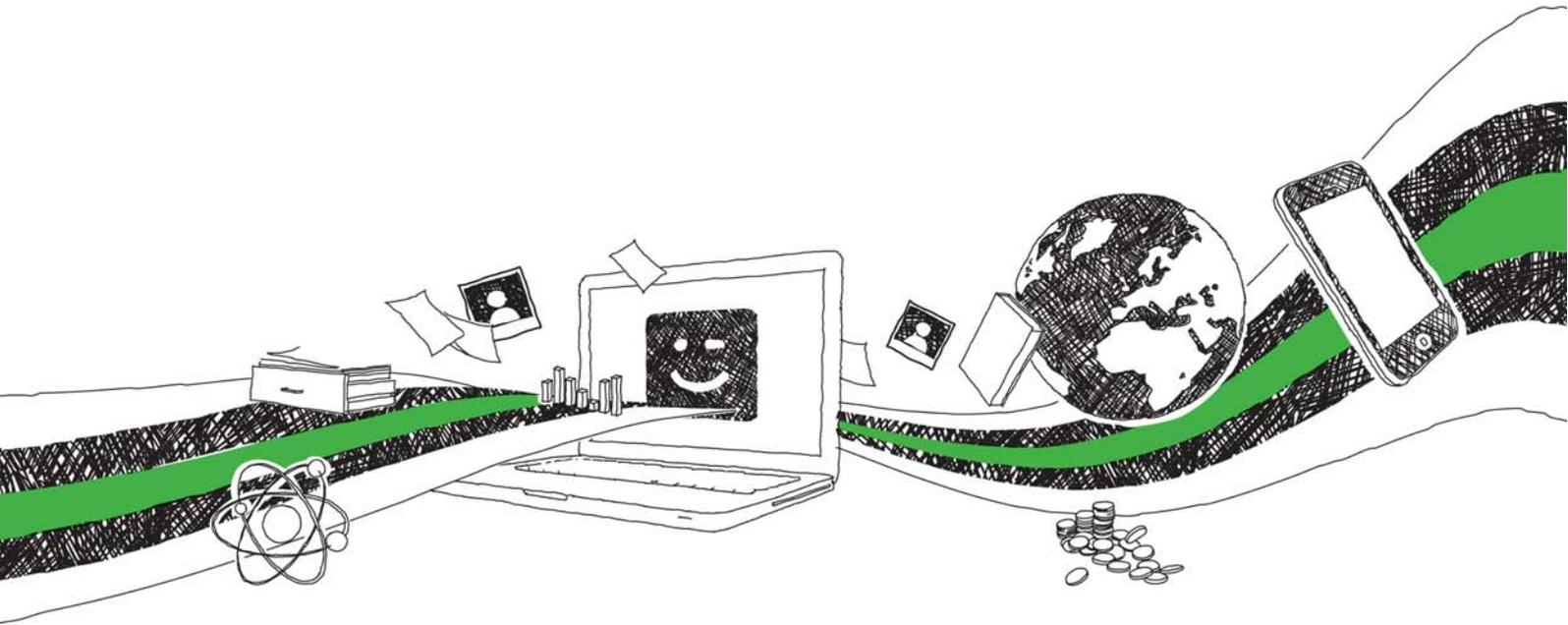
Statista: Statistiken zur Internetnutzung weltweit. URL: <https://de.statista.com/themen/42/internet/> (Abrufdatum: 05.10.2018).

Zeitschriftenartikel

Motie, Seda (2017): Der IS am Höhepunkt seines Staatsprojekts, in: IFK Aktuell: Der Islamische Staat 01, S.15f.

Motie, Seda (2017): Foreign Terrorist Fighters und ihr Traum vom Kalifat, in: IFK Aktuell: Der Islamische Staat 01, S.17f.

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

