

Band 39
Heft 3-4
2017

Zeitschrift für Semiotik

Digitaler Dschihad Vom Attentäter zum Medienagenten

Einführung

Robin Biesinger, Klaus Sachs-Hombach, Jörg R. J. Schirra,
Anne Ulrich und Lukas R. A. Wilde
Medienwandel und die propagandistische Dimension von
Terrorismus 3

Marlies Althöfer und Bettina Buhl
Das Bild als Waffe: Eine Gegenüberstellung von terroristischen
Kommunikationsstrategien und medialen Bewältigungstaktiken
am Beispiel von 9/11 11

Bernd Zywiets
Propagandistische Text-Akte, Text-Funktionen und funktionale
Relationen: Theoretisch-konzeptionelle Überlegungen zu einem
Analyseansatz 31

Alexandra Dick
Anāshīd und der mediale Jihad des Islamischen Staates 55

Yorck Beese
Exekutionsvideos des Islamischen Staates: Filmsprache,
Zielpublikum und rhetorische Potenziale 71

Anne Ulrich
„Hello, I'm John Cantlie“: Dschihadistische Propaganda und
die gespenstische Medialität von Bedrohung 107

Kai Frederik Jostmeier, Philemon Schick und Max Schweizer
Wissen verständlich vermitteln: Möglichkeiten der Wissen-
schaftskommunikation am Beispiel „Islamistischer Terrorismus:
Die konstruierte Bedrohung“ 135

Studentische Beiträge

Einblick in die Medienpraxis: Exemplarische Texte der Studierenden

169

Veranstaltungskalender

179

Vorschau auf den Thementeil der nächsten Hefte

185

Medienwandel und die propagandistische Dimension von Terrorismus

Robin Biesinger, Klaus Sachs-Hombach, Jörg R. J. Schirra, Anne Ulrich und Lukas R. A. Wilde, Eberhard Karls Universität Tübingen

Der keineswegs unproblematische, in der Wissenschaft oft vermiedene und in den seltensten Fällen neutral verwendete Ausdruck ‚Propaganda‘ wird seit einigen Jahren von Politiker*innen, Journalist*innen und Wissenschaftler*innen wieder im Munde geführt. Dies liegt nicht nur daran, dass vermehrt zu beobachten ist, wie sich Strategien kommunikativer Einflussnahme auf ungute Weise mit medialen Möglichkeiten vermählen. Es ist vermutlich auch darauf zurückzuführen, dass in den westlich-liberalen Demokratien politisch-ideologische Deutungskämpfe häufiger auf das Schlagwort der ‚Propaganda‘ zurückgreifen, um die jeweilige Gegenseite zu diffamieren. Hinzu kommt, dass sich mit der zunehmenden Mediatisierung von Kultur und Gesellschaft die Möglichkeiten der medialen Einflussnahme erheblich erweitert haben. Der im Zuge der Digitalisierung einsetzende Strukturwandel der Öffentlichkeit und die Affektlogiken ‚sozialer‘ Echtzeitmedien begünstigen gegenwärtig – so zumindest die allgemeine Gefühlslage – Phänomene kommunikativer Beeinflussung, deren Wirkung man sich kaum zu entziehen vermag. War die Diskussion von Propaganda, Public Relations, Werbung, Psychological Operations und anderen Formen öffentlicher persuasiver Kommunikation in den letzten Dekaden vor allem auf die Sozialwissenschaften und die Geschichte beschränkt, so zeigt sich heute ein breites Forschungsinteresse, bei dem die medienwissenschaftliche Perspektive von höchster Relevanz ist.

Das vorliegende Heft fragt nach der spezifischen Rolle propagandistischer Strategien für den Zusammenhang und die wechselseitige Interdependenz von Terrorismus und Medien. Seit sich Terror und Terrorismus im Sinne einer ‚Propaganda der Tat‘ in den medialen Diskurs eingeschrieben haben, stellt sich die Frage nach der propagandistischen Dimension von Terrorismus. Die Ereignisse um 9/11 markieren daher auf jeden Fall insofern eine Zäsur, als die Medien in bisher nicht gekannter Weise persuasiv instrumentalisiert worden waren und so nicht zuletzt eine tiefgreifende Ver-

unsicherung in der Öffentlichkeit hinterlassen haben. Die besondere Dynamik von Propaganda, Terror und Terrorismus bildet den zentralen Bezugspunkt des vorliegenden Sonderheftes, das insbesondere zum Verständnis der medialen Vermittlung dieser Phänomene beitragen möchte. Es geht auf ein Lehrforschungsprojekt zurück, das im Wintersemester 2017/2018 im Rahmen des MA-Studiengangs *Medienwissenschaft* an der Eberhard Karls Universität Tübingen angeboten wurde. Der Titel des Lehrforschungsprojekts lautete: *Propaganda und Terror. Historische Entwicklungen und aktuelle Theorien des Terrorismus*. Lehrforschungsprojekte werden am Institut für Medienwissenschaft regelmäßig durchgeführt und haben das Ziel, Forschung und Lehre stärker als üblich miteinander zu verbinden. Da Lehrforschungsprojekte vermutlich nicht die Regel in der akademischen Ausbildung sind, möchten wir dieses Format kurz erläutern.

Lehrforschungsprojekte bestehen aus mehreren Veranstaltungen, nehmen in der Regel ein aktuelles Thema der Gesellschaft auf und bieten den Studierenden die Gelegenheit sowohl der wissenschaftlichen Auseinandersetzung wie auch der öffentlichen Vermittlung. Im vorliegenden Fall sollte das Projekt wichtige Positionen der Theorie der Propaganda und des Terrors bzw. Terrorismus vorstellen und zum Verständnis moderner Formen von Propaganda und Terror beitragen, wie sie etwa im Zusammenhang mit der Terrororganisation ‚Islamischer Staat‘ zu finden sind. Es stand damit im größeren Zusammenhang einer Ethik der Medienkommunikation und sollte entsprechend für moralische Probleme in diesem Bereich sensibilisieren. In praktischer Hinsicht war vorgesehen, dass die gesamte Seminargruppe die Organisation einer Tagung und die Publikation der Tagungsbeiträge verantworten sollte. Hierzu wurden Kleingruppen gebildet, die sich teilweise auf die theoretische Analyse, teilweise mehr auf die Tagungsorganisation, teilweise auf die Wissenschaftsvermittlung konzentrierten.

Für die je unterschiedlichen Aufgaben wurden spezifische Veranstaltungen angeboten: drei sogenannte Lehrredaktionen, in denen die Studierenden Hilfestellungen zur praktischen Erstellung eines Medienproduktes erhielten. Ergänzt wurde das Lehrforschungsprojekt durch Vorträge von einschlägigen Referent*innen, teilweise während des Semesters, teilweise im Rahmen der Abschlusstagung. Während das Projektseminar (Klaus Sachs-Hombach) vor allem für die theoretischen Grundlagen zuständig war, wurden in den Lehrredaktionen die relevanten praktischen Fertigkeiten vermittelt. Hierzu zählten insbesondere Fähigkeiten im Bereich der Tagungsorganisation und der Wissens- bzw. Wissenschaftsvermittlung. Zu den theoretischen Grundlagen gehörten natürlich vor allem die begrifflichen Klärungen. Als ‚Propaganda‘ wurde diejenige Form der strategischen Kommunikation bezeichnet, der es um die in der Regel manipulative, systematische Änderung von öffentlichen Überzeugungen geht und die dabei nicht selten einen Ausschließlichkeitsanspruch erhebt. Propaganda tritt vor allem in politischen Zusammenhängen auf und wird üblicherweise durch Medien unterstützt, welche eine passgenaue Vermittlung an unterschiedliche Zielgruppen erlauben. Als ‚Terror‘ gilt dagegen die bewusste Androhung von

Gewalt, um politische Ziele durchzusetzen. Anders als der Populismus ist Propaganda oft auf Terror bzw. Terrorismus bezogen. Allgemein anerkannte bzw. konsensfähige Definitionen liegen bisher weder von ‚Propaganda‘ noch von ‚Terror‘ bzw. ‚Terrorismus‘ vor. Im Projektseminar sollte es daher zunächst um die begriffliche Klärung des Themenkomplexes und um einen Vergleich der unterschiedlichen theoretischen Zugänge gehen. Zudem galt die Aufmerksamkeit dem Zusammenhang von Propaganda und Terror in geschichtlicher Entwicklung.

Ergänzt wurde das Projektseminar durch eine konzeptionelle Lehrredaktion, die Bedrohung und Terror als Herausforderungen des Wissenschaftsjournalismus thematisierte (Anne U l r i c h). Eine der stärksten Wirkungen von terroristischen Anschlägen liegt nicht nur in der tatsächlichen Sprengkraft einer selbstgebastelten Bombe, sondern auch in der symbolischen Sprengkraft ihrer medialen Verbreitung. Die mediale Darstellung von terroristischen Anschlägen trägt in der Regel dazu bei, in der Bevölkerung Angst zu schüren, zumindest aber für Verunsicherung zu sorgen. Der Wissenschaft kommt vor diesem Hintergrund eine wichtige Aufgabe zu. So lässt sich etwa argumentieren, dass sich die Nachfrage nach den Erkenntnissen der Wissenschaft in Krisensituationen erhöht. Die Lehrredaktion begleitete das Lehrforschungsprojekt daher aus der Perspektive des Wissenschaftsjournalismus und der Wissenspopularisierung und untersuchte, wie Wissenspopularisierung beim Thema Bedrohung, Terrorismus und Propaganda aussehen kann. Konkret produzierten die Seminarteilnehmer*innen verschiedene journalistische Texte (Rezension, Feature, Interview), von denen einige besonders gelungene als Kostproben in dieses Heft aufgenommen wurden. Die Studierenden lernten dabei, wie über potentiell verunsichernde Thematiken aufgeklärt bzw. wie die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse über Bedrohungen, Terrorismus und Propaganda einem breiten Publikum trotz allem ansprechend und verständlich nahegebracht werden können.

Eine zweite Lehrredaktion (Lukas R. A. W i l d e) galt dem Bereich der Wissensvermittlung und des Wissenstransfers. Als Ergebnis war eine ca. 10-minütige Präsentation im TED-Talk-Format vorgesehen. Diese bewusst populärwissenschaftlich angelegte Präsentation schlägt eine Brücke zwischen akademischen Seminarinhalten und ästhetischen Darstellungsformen. Im ersten Teil der Lehrredaktion wurden die Inhalte des Seminars aufgearbeitet und auf persönliche Relevanzkriterien und außerakademische Vermittelbarkeit hin diskutiert. Daraufhin wurden verschiedene populäre Formate des Wissenstransfers gesichtet, besprochen und auf ihre Stärken und Schwächen hin geprüft (beispielsweise TED-Talk, Pecha Kucha, Ignite). Im Anschluss daran erstellten Teilgruppen unabhängig voneinander Entwürfe zu einer ersten Präsentation für die zweite Sitzung. Hierbei waren nicht nur konzeptuelle Fragen, sondern auch eine geeignete Vortragsweise und Aufführungslotik relevant sowie insbesondere auch die Interaktion mit einer audiovisuellen Begleitpräsentation. Aus den Materialien und Ergebnissen dieser Sitzung fügten die Seminarteilnehmer*innen eine finale Präsentation zusammen, um

diese in Eigenregie auszuarbeiten. Seminar- und fachfremde Besucher*innen sollten die ästhetischen Produktionen aus zusätzlichen Perspektiven und Fragestellungen heraus wert- und einschätzen können.

Die dritte Lehrredaktion (Jörg R. J. S c h i r r a) galt dem Projektmanagement: In dieser Lehrredaktion wurde die Planung und Durchführung der Tagung erarbeitet. In einem ersten Block hatten sich die Teams anhand vorgegebener und selbstrecherchierter Checklisten mit den relevanten Planungs- und Organisationsaspekten einer Tagungsorganisation vertraut gemacht. Dabei ging es auch darum, sich Klarheit über verschiedene Tagungsformen zu verschaffen. In einer den ersten Teil abschließenden Brainstorming-Sitzung wurden die gewonnenen Erkenntnisse auf die als Abschluss zu planende Tagung angewendet, der vorgegebene thematische Rahmen zu einer Reihe von präzisen Fragestellungen ausgearbeitet und ein griffiger Tagungstitel bestimmt. Zudem wurden die Aufgaben für deren Organisation unter den Teams verteilt. Der zweite Teil der Lehrredaktion diente dem Umsetzen der Aufgaben, indem die Teams zunächst ihre bisherigen Aktivitäten und weiteren Planungen referierten und die Fortschritte diskutierten. Wichtiger Aspekt in diesem Teil war zudem das Erstellen eines genauen Fahrplans bis zur Tagungsnachbereitung.

Die von den Studierenden organisierte Tagung fand am 14. Mai 2017 an der Eberhard Karls Universität Tübingen unter dem Titel *Digitaler Dschihad. Vom Attentäter zum Medienagenten* statt. Für die Organisation der Tagung und für die Wahl eines Schwerpunkts war insbesondere eine kleinere Studiengruppe (Robin B i e s i n g e r, Benedict H o y e r, Johannes H ü b n e r und Sven R e z n i c e k) verantwortlich. Der von ihnen gewählte Schwerpunkt galt dem sogenannten ‚Islamischen Staat‘, der sich auch in der digitalen Welt umfangreich inszeniert und das Internet zur propagandistischen Verbreitung seiner Ideologie wie zur Rekrutierung von Mitgliedern gezielt nutzt. Berüchtigt sind die mit modernster Technik hergestellten Exekutionsvideos, deren Brutalität der ‚IS‘ nutzt, um Gegner einzuschüchtern. Die Darstellungen variieren von triumphierend über populär ästhetisiert bis hin zu blutig und brutal. Der ‚IS‘ beherrscht nicht nur Videotechniken, sondern kennt sich auch mit den ‚sozialen‘ Medien wie Twitter, Facebook, YouTube und Instagram hervorragend aus. Sperren Netzwerke ihre Accounts, melden sich die Propagandisten unter neuen Namen an. Zudem etablieren sie eigene virtuelle wie reale Medienzentren, über die u.a. Zeitschriften, Bilder, Videos und Kommuniqués direkt und weitgehend unabhängig von staatlicher Zensur verbreitet werden können. Sie passen ihre ideologischen Inhalte mediengerecht an ganz unterschiedliche Zielgruppen an. Die in der westlichen Öffentlichkeit besonders bekannte Schock-Strategie ist nur eine von vielen, um für den Dschihad und das Kalifat zu werben.

Im Rahmen der Tagung sollten die skizzierten Zusammenhänge detaillierter analysiert werden. Dabei konnten die folgenden Themen einen thematischen Rahmen bilden: *Medien zwischen Info-Auftrag und Terrorhilfe, Terrorismus im Wandel der Medien, Mediale Berichterstattung über Terrorattentate im historischen Vergleich, Terror als Kommunikationsstrategie,*

Exekutionsvideos als Werkzeuge moderner Propaganda, Audiovisuelle Mittel zur Verbreitung von Terrorgewalt als Propagandamittel, Terror Marke ‚IS‘ – Wie der ‚islamische Staat‘ westliche Branding-Strategien kapert und revolutioniert.

Überblick über die Beiträge

Mit dieser thematischen Ausrichtung konnten die Studierenden drei externe Expert*innen für die Tagung gewinnen. Ergänzend hatten zwei studentische Gruppen Beiträge vorbereitet, die ebenfalls auf der Tagung vorgestellt wurden. Der erste studentische Beitrag stellt unter dem Titel *Das Bild als Waffe* eine Gegenüberstellung von terroristischen Kommunikationsstrategien und medialen Bewältigungstaktiken am Beispiel von 9/11 vor. In ihrem Beitrag geht es Marlies Althöfer und Bettina Buhl um die Bilder, die in der Folge eines Attentats rund um den Globus gegangen sind. Ohne diese mediale Aufladung wäre 9/11 möglicherweise ein Anschlag unter vielen geblieben. Entsprechend stellen Althöfer und Buhl die Rolle der Medien in den Vordergrund und behandeln insbesondere den Einfluss, den die Medienbilder im Kalkül der Terrorist*innen zum Zweck der gesellschaftlichen Destabilisierung gespielt haben.

Den zweiten Beitrag des Sonderheftes hat Bernd Zywietz von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz beigesteuert. Sein derzeitiges Forschungsgebiet ist die Online-Propagandaforschung, der Titel seines Beitrags lautet: *Propagandistische Text-Akte, Text-Funktionen und funktionale Relationen. Theoretisch-konzeptionelle Überlegungen zu einem Analyseansatz*. Sein Beitrag widmet sich der Frage, wie extremistische Propagandavideos als audiovisuelle Medientexte analysiert werden können. Vor diesem Hintergrund entwickelt er durch die Kombination von formalästhetischen und medienrhetorischen Perspektivierungen eine praxisorientierte Methode im Sinne eines theoretisch gestützten Rasters für Frageziele, Untersuchungsaspekte und methodische Schritte. Sie scheint gerade für jene Arten von radikal-islamistischer Videopropaganda geeignet zu sein, die gezielt mittels audiovisueller Gestaltung strategisch attraktiv und persuasiv wirksam sein will.

Der nächste Beitrag stammt von Alexandra Dick. Sie ist ebenfalls der Universität Mainz verbunden und dort an der Nachwuchsforschergruppe *Dschihadismus im Internet* beteiligt. In ihrem Beitrag über die Verwendung von ‚Anāshīd‘ beim Islamischen Staat geht es um traditionell-sakrale Gesangsstücke, die genutzt werden, um gezielt Jugendliche anzusprechen und zu rekrutieren. Diese Gesänge konstruieren und etablieren individuelle und religiöse Identitäten und erzeugen somit ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer religiös-ideologischen Gemeinschaft. Der ‚IS‘ verfolgt mehrere Strategien, um sie einem jugendlichen Publikum näherzubringen. In ihrem Beitrag verdeutlicht Alexandra Dick mit Bezug auf einige Beispiele, dass die ‚Anāshīd‘ einen Grundpfeiler der Medienstrategie des ‚IS‘ bilden.

Yorck B e e s e , wie Alexandra Dick Mitglied der Nachwuchsforschergruppe *Dschihadismus im Internet* der Universität Mainz, beschäftigt sich in seinem Beitrag mit der Bildsprache der dschihadistischen Videopropaganda im Allgemeinen und der Exekutionsvideos im Besonderen. Dabei greift er auf eine 40-jährige Geschichte der Videopropaganda zurück. Nach dem 11. September 2001 hat sich die Produktion der Videos massiv geändert und eine serielle Produktion von Propagandavideos begonnen. Zwischen 2014 und 2016 betrieb der ‚IS‘ vier internationale Medienstellen und etwa 50 weitere Medienbüros. Eine extreme Ausprägung dieser Produktionen bilden neuere Hinrichtungsvideos. Yorck Beese analysiert anhand von Beispielen, wie der ‚IS‘ sie einsetzt und welche filmischen Mittel in ihnen verwendet werden.

Anne U l r i c h , Medienwissenschaftlerin an der Universität Tübingen und Mitglied des DFG-Sonderforschungsbereichs 923 *Bedrohte Ordnungen*, nimmt in ihrem Beitrag die bedrohliche Wirkung terroristischer Propaganda in den Blick. Diese bestehe darin, die Betrachter zu verängstigen und darüber hinaus durch gezielte Anregung der Vorstellungskraft zu verunsichern. Als exemplarischer Untersuchungsgegenstand dient ihr eine Videoreihe des ‚IS‘, in welcher John Cantlie, seit 2012 Gefangener des ‚IS‘ in Syrien, anscheinend für den ‚IS‘ Partei ergreift. In einer dichten Beschreibung der Videos zeigt Ulrich, wie die Antwort auf die Frage, ob Cantlie tatsächlich oder nur unter Zwang als Sprachrohr des ‚IS‘ fungiert, gezielt offen gehalten wird. Cantlie wird somit zu einer Figur der Unentscheidbarkeit und Unverfügbarkeit, die Ulrich mit Hilfe der an Derrida angelehnten Metapher des ‚Gespensts‘ konzeptualisiert und in den Kontext der Medienphilosophie und Terrorismusforschung einordnet. Im Mittelpunkt steht das Oszillieren zwischen Verdacht und Entlarvung, zwischen medialer Oberfläche und submedialer Tiefendimension, das den bedrohlichen Effekt dschihadistischer Videopropaganda produziert.

Die thematischen Texte werden durch Beiträge zur Wissenschaftskommunikation ergänzt. Der zweite studentische Beitrag des Sonderheftes befasst sich insbesondere mit Aspekten der didaktischen Vermittlung. Unter dem Titel *Wissen verständlich vermitteln – Möglichkeiten der Wissenschaftskommunikation am Beispiel „Islamistischer Terrorismus: Die konstruierte Bedrohung“* gehen Kai J o s t m e i e r , Philemon S c h i c k und Max S c h w e i z e r der Frage nach, wie wissenschaftliche Ergebnisse verständlich und interessant vermittelt werden können. Zum Einstieg werden zentrale Eigenschaften der Wissenschaftskommunikation vorgestellt. Eine Verbindung zum islamischen Terrorismus erfolgt in einem zweiten Schritt. Das zentrale Konzept bildet der Begriff der sogenannten ‚Mind-Sets‘. Darunter sind etablierte kognitive Vorannahmen zu verstehen, anhand derer sich Gefahren schnell einordnen lassen. Als Ergebnis solcher Mind-Sets haben nach Ansicht der Autoren viele Deutsche größere Angst davor, Opfer eines Terroranschlages zu werden, als bei einem Autounfall ums Leben zu kommen, obwohl der Autounfall statistisch gesehen das viel wahrscheinlichere Ereignis ist.

Im Anschluss daran geben einige studentische Arbeitsproben einen exemplarischen Einblick in die konkrete Praxis der Vermittlung zentraler Befunde und Thesen aus der Terrorismusforschung. Als besonders geeignet hierfür erwiesen sich drei journalistische Gattungen: die Rezension, das Feature und das Interview. Die Rezension ermöglicht die direkte Auseinandersetzung mit aktuellen wissenschaftlichen Veröffentlichungen und zwingt dazu, auf knappem Raum wesentliche Erkenntnisse vorzustellen, einzuordnen und zu bewerten. Marlies Althöfer wählte hierfür einen Aufsatz Andreas Elters und Stephan Weicherts zu ‚Terrorismus 2.0‘. Das Feature erleichtert Leser*innen den Zugang zu abstrakteren Stoffen durch einen spannenden Einstieg, der etwa durch eine szenische Verdichtung neugierig macht. David Frey hat für diesen Zweck das Bedrohungsszenario eines Hackerangriffs entworfen, um den Leser*innen das Thema Cyberterrorismus zu erklären. Im Interview schließlich fließt die größte journalistische Anstrengung in Arbeitsschritte wie Recherche, Gesprächsführung und Verschriftlichung. Den besten Interviews ist diese Anstrengung jedoch nicht mehr anzumerken, weil sich das Thema in einer cleveren Gesprächsdramaturgie quasi ‚natürlich‘ entfaltet. Die Studierenden befragten die Tübinger Germanistin Isabelle Holz zu Medienstrategien der RAF, den Berliner Internetsoziologen Stephan Humer zur Nutzung digitaler Medien durch den ‚IS‘ und den Kunstwissenschaftler und Kurator Sebastian Baden zur Rolle von Memen für den dschihadistischen Terrorismus.

Die Herausgeber*innen möchten sich abschließend bei allen bedanken, die mit der Durchführung der Tagung befasst waren. Besonderer Dank gilt den Referent*innen für ihre große Mühe und dem Institut für Medienwissenschaft der Universität Tübingen für die großzügige finanzielle Unterstützung.

*Prof. Dr. Klaus Sachs-Hombach, PD Dr. Jörg R. J. Schirra, Dr. Anne Ulrich,
Dr. Lukas R. A. Wilde und Robin Biesinger
Eberhard Karls Universität Tübingen
Institut für Medienwissenschaft
Wilhelmstraße 50
D-72074 Tübingen
E-Mail: Klaus.Sachs-Hombach@uni-tuebingen.de*

Das Bild als Waffe: Eine Gegenüberstellung von terroristischen Kommunikationsstrategien und medialen Bewältigungstaktiken am Beispiel von 9/11

Marlies Althöfer und Bettina Buhl, Eberhard Karls Universität Tübingen

Summary. The terrorist attack of 9/11 not only had devastating effects on the ground, it also had serious consequences worldwide as a powerful media event. This paper is therefore concerned with the impact that the prospect of media coverage of the images of a terrorist attack can have on its planning and implementation and how the media treats the images of an attack. The questions asked are therefore: What strategies might terrorists pursue, aiming on media effectiveness, when planning and staging an attack? And which considerations influence the media when processing and presenting the images of an attack?

Zusammenfassung. Der Terroranschlag von 9/11 hatte nicht nur vor Ort verheerende Auswirkungen, er hatte als bildmächtiges Medienereignis auch weltweit gravierende Folgen. Diese Arbeit beschäftigt sich darum mit den Auswirkungen, die die Aussicht auf mediale Verbreitung der Bilder eines Terroranschlags auf dessen Planung und Umsetzung haben kann, und damit, wie die Medien die Bilder eines Anschlags aufbereiten. Welche Strategien könnten Terroristen verfolgen, wenn sie ein Attentat auf Medienwirksamkeit hin planen und inszenieren? Und welche Überlegungen beeinflussen den Umgang der Medien mit den Bildern eines Anschlags?

1. Einleitung

In *Der Geist des Terrorismus* beschreibt der Philosoph Jean Baudrillard den Terroranschlag, der sich am 11. September 2001 in Manhattan, New York – aber auch auf den Bildschirmen weltweit – ereignete, als das „grelle Mikromodell eines Kerns realer Gewalt mit maximalem Hallraum“ (Baudrillard 2011: 32). Er weist durch diese Darstellung des Attentats darauf hin, dass das faktische Ereignis wie das Epizentrum eines Erdbebens fungierte. Der Anschlag war der Auslöser für eine mächtige Flut von Bildern, die

in Folge des Attentats rund um den Globus gingen. Gerhard Paul betont die Rolle, die die Medien für die Wahrnehmung der Ereignisse des 11. Septembers (9/11) gespielt haben, noch drastischer, indem er konstatiert:

Ohne die mediale Aufladung des Ereignisses wäre der 11. September ein Attentat oder ein Luftschlag unter vielen geblieben – und gemessen an anderen kriegesischen Akten in der Geschichte – nicht einmal ein besonders schwerwiegender (Paul 2004: 439).

Es handelt sich hier also um ein reales Ereignis an einem bestimmten Ort, zu einer bestimmten Zeit, das über die mediale Verbreitung globales Ausmaß annahm.

Es bietet sich an, das „reale“ Ereignis vom „medialen“ Ereignis zu unterscheiden, um deutlich zu machen, dass ein Teil des Ereignisses aktiv von Seiten der Terroristen gesteuert werden konnte, ein anderer Teil, die Produktion und Inszenierung der Bilder, aber effektiv in den Händen der Medien lag. Dennoch lassen sich reales und mediales Ereignis nicht klar voneinander trennen, da sie sich gegenseitig bedingen: Die Aussicht auf mediale Verbreitung hat Auswirkungen auf die Planung und Umsetzung des Attentats; umgekehrt wirkt das, was vor Ort passiert, in dem fort, was die Medien berichten – es bestimmt die Möglichkeiten dessen, was gezeigt werden kann. Die Wirkung der Bilder von 9/11, mit denen sich die folgende Arbeit auseinandersetzt, hat also mit der Planung und Ausführung der Terroranschläge ebenso zu tun, wie mit der medialen Aufbereitung der entsprechenden Materialien. Des Weiteren lassen sich sowohl im Handeln der Terroristen als auch im Handeln der Medien Strategien erkennen, die die Emotionen und die Meinungen des Publikums zum Anschlag beeinflussen sollten.

Im Folgenden wird zunächst auf die Rolle eingegangen, die das Bild im Kalkül der Terroristen zum Zweck der gesellschaftlichen Destabilisierung spielt. Im zweiten Teil steht dann die Rolle der Medien im Vordergrund. Hierbei soll eine ausführliche Analyse des Bildmusters nach Charlotte Klonk erfolgen, das sich aus drei Schritten zusammensetzt und das aufzeigt, welche Rolle das Bild für die Stabilisierung der Situation nach dem Anschlag spielt.

2. Strategien der Destabilisierung – Bilder des Terrors als Kommunikationskalkül

„Die oft gestellte Frage, ob die Terroristen die Medien bewusst funktionalisierten und sich der medialen Wirkung ihrer Tat voll bewusst waren, kann vernachlässigt werden und wird vermutlich nie zu klären sein“ (Paul 2004: 438). Dieses Zitat von Gerhard Paul, bezogen auf das Attentat vom elften September, bezeugt etwas, das sich verallgemeinernd über jede Auseinandersetzung mit terroristischen Kommunikationsstrategien sagen lässt: Es lässt sich kaum beantworten, wieviel des Terrorgeschehens und der

medialen Reichweite die jeweilige terroristische Gruppierung im Voraus geplant und in ihrem Ausgang erwartet hat, und im Besonderen gilt das für die enormen Auswirkungen von 9/11. Ein solcher Versuch wird zusätzlich dadurch erschwert, dass Aussagen von Seiten der Terroristen über ihre Strategien und Motive keine zuverlässigen Quellen darstellen. Wenn jemals öffentlich über Motive gesprochen wird, dann meist, weil es dem Zweck der eigenen Propaganda dient. Dazu kommt, dass viele Journalisten bereit sind, auf sämtliche Bedingungen einzugehen, um ein Interview mit dem Attentäter, Mörder oder Drahtzieher zu bekommen (vgl. Nacos 2016: 104). Die Bedingungen von Seiten der Terroristen reichen dabei von Geheimhaltung des Aufenthaltsorts und dem Verbot von Nachfragen zur vorhergehenden Absprache aller Interviewfragen.¹ Daher sind Vorbehalte zu den Informationen angebracht, die Terroristen selbst teilen. Wie ist nun dennoch eine Diskussion über die Kommunikationsstrategien von Terroristen möglich? Als Anhaltspunkt kann man von dem ausgehen, was Terroristen auszeichnet: ihre Bereitschaft zur Gewaltaktion. Denn es ist die Gewaltaktion, die im Wesentlichen die „Kommunikation“ von Terroristen mit der breiten Öffentlichkeit bestimmt. Gerade nach 9/11 stand eine Frage im Raum: Warum? Und damit ist nicht nur die Frage nach dem Grund für so viel Gewalt gemeint, sondern damit einhergehend, was ist die Botschaft? Bei 9/11 stand deutlich die Tat im Mittelpunkt. Bei genauerem Hinsehen jedoch die Bilder der Tat. Im Folgenden wird das Kommunikationskalkül der Terroristen danach erörtert, was an der zerstörerischen Handlung vor Ort auf mediale Wirkung zielt und warum allein die globale Verbreitung der Bilder schon eine Botschaft im Sinne der Terroristen ist, die keine sprachliche Kundgebung braucht.

2.1 Vom Attentat zum Bild

Bereits für terroristische Aktionen Anfang der 70er Jahre lässt sich belegen, dass das Mittel des gewalttätigen Aktes nicht mehr nur als „nackte Gewaltaktion“, sondern unter dem Leitgedanken der *Propaganda der Tat* gewählt wird. Die Tat wird also zum Instrument der strategischen Kommunikation mit der Öffentlichkeit (Weichert und Elter 2012: 951f.). Auch der Al-Qaida-Anführer und Drahtzieher der 9/11 Attentate, Osama bin Laden, verstand Terrorismus per Definition als Propaganda der Tat. Er betonte, dass ein Akt terroristischer Gewalt als Kommunikationsform verstanden werden muss (vgl. Nacos 2016: 35). Nach dem Anschlag hört man bin Laden in einer Videoaufnahme sagen:

Those youth who conducted the [9/11] operation ... those young men said in deeds, in New York and Washington, speeches that overshadowed all other speeches made everywhere else in the world. The speeches are understood by both Arabs and non-Arabs – even by Chinese ... it's above all the media said (Transcript of Osama bin Laden videotape; Internetseite CNN).

Bin Laden beschreibt hier die Ausführung des Attentats durch die jungen Männer um Anführer Mohammed Atta als den Akt einer „Rede“, die durch die mediale Verbreitung auf der ganzen Welt gehört wurde und gegen die keine andere Stimme ankam. In anderen Worten sagt er damit: Das Attentat auf das World Trade Center machte Worte überflüssig, denn die Bilder überstrahlten die Wirkungspotentiale sprachlicher Botschaften. Die haptische Direktheit der Bilder des Attentats konnte als leere Botschaft der Zerstörung universal verstanden werden. Darauf referiert auch Gerhard Paul, wenn er in Bezug auf 9/11 feststellt: „Die terroristische Botschaft [...] reduzierte sich auf die symbolische Tat und deren Bilder, ohne jeden erläuternden Subtext: Das Bild als Kriegserklärung“ (Paul 2004: 433). Ein Ereignis von solch medialer Tragweite wie 9/11 lässt sprachliche Kommunikation in den Hintergrund treten.

Den Terroristen spielte dabei in die Karten, dass die Massenmedien selbst auf die Generierung von Aufmerksamkeit angewiesen sind. Gewalt, und im Besonderen Bilder von Gewalt, haben sich als Zuschauermagnet erwiesen. In ihrem Werk *Mass-Mediated Terrorism* spricht die Terrorexpertin Brigitte L. Nacos über die Folgen einer journalistischen Praxis, die ganz der Maxime der Öffentlichkeitswirksamkeit folgt. Sie schreibt:

[P]olitical violence for the sake of publicity succeeds even when terrorists stage rather modest acts of terrorism. As long as terrorists offer visuals and sound bites, drama, threats and human-interest tales, the news media will report – and even over-report – on their actions and causes on the expense of other and more important news (Nacos 2016: x).

Nachrichten ohne Gewaltinhalte haben demnach eine eher geringe Verbreitungsquote, unabhängig von ihrem Informationsgehalt. Ereignisse, die dagegen Gewalt enthalten, werden bereitwillig verbreitet und das regelmäßig weit über ihren tatsächlichen Informationswert hinaus (vgl. Nacos 2016: 98–101). Im Rückschluss bedeutet das: Wer Aufmerksamkeit auf sich und seine Sache lenken will, hat mit einem gewalttätigen Akt die besten Chancen gehört zu werden. Darauf weist auch Paul Virilio hin, wenn er sagt: „Das optische Zeitalter ist ein obszönes Zeitalter. Es ist ein Zeitalter, das Grausamkeiten liebt“ (Virilio 1997). Nacos ergänzt, dass Gewalttaten besonders dann dankbar von den verschiedensten Medienkanälen aufgenommen und verbreitet werden, wenn Material geliefert wird, das die Zuschauer und Leser sinnlich anspricht. Bilder und Videos erfüllen dieses Kriterium und sie lassen sich besonders einfach, schnell und effektiv erstellen und verbreiten (vgl. Nacos 2016: 98–101). Bilder und Videos waren bzw. sind bis heute die wichtigsten Zeugnisse des Anschlags auf das World Trade Center. Sie erlaubten von Anfang an eine rasante und machtvolle Verbreitung der Ereignisse. Wenn Terroristen effektiv allein die Planung und Ausführung einer Gewaltaktion kontrollieren können, so sorgen sie damit zugleich für den realen – und kommunikationsstrategisch effektiven – Auslöser des medialen Ereignisses. Tat und mediale Inszenierung greifen ineinander.

All das unterstützt die These, dass es der Agenda der Terroristen dient, auf die Propaganda der gewaltsamen Tat zu setzen. Unabhängig von einer Presse, die einer terroristischen Gruppierung wohlgesinnt wäre, können Terroristen so damit rechnen, dass ihren Taten eine massenmedial vermittelte Inszenierung folgen wird, und damit einhergehend eine große Reichweite in der Öffentlichkeit. Terroristen erreichen folglich gerade durch die Inszenierung eines brutalen und dramatischen Attentats die ungeteilte Aufmerksamkeit der Medien.

2.2 Das Bild als Waffe

Wenn im letzten Abschnitt gezeigt wurde, dass die Tat bereits das Bild von der Tat intendiert, muss nun noch die Frage geklärt werden, wie das Bild den Zielen der Attentäter dient. So waren es im Fall von 9/11 von Anfang an die Bilder des Anschlags, die dafür sorgten, dass sich der Terror und das Gefühl des Sicherheitsverlustes weltweit verbreiteten. Auf diesen Sachverhalt spielt auch Baudrillard an, wenn er schreibt:

Von all diesen Ereignissen behalten wir vor allem die Sicht der Bilder zurück. [...] Neben den anderen Waffen, die die Terroristen dem System entwendet hatten, haben sie auch die Echtzeit der Bilder, ihre augenblickliche weltweite Verbreitung ausgebeutet. [...] Die Rolle des Bildes ist höchst ambivalent. Denn es verstärkt das Ereignis, nimmt es aber gleichzeitig als Geisel (Baudrillard 2011: 29).

In Manhattan stellten allein die hohe Dichte an Kamerateams und Fotografen, die hochentwickelte Infrastruktur und Medienlandschaft eine Reaktion in Sekundenschnelle sicher. Die Aufzeichnung und Ablichtung des Attentats begann nur Augenblicke nachdem das erste Flugzeug um 8:46 Uhr Ortszeit in den Nordturm einschlug. Auch wenn man zuerst von einem Unfall ausging, waren ab diesem Augenblick die Kameras auf das World Trade Center gerichtet. Folglich wurde bereits ab diesem Moment das faktische Attentat zur Quelle des medialen Ereignisses. Selbst wenn relativ wenige Zuschauer die Bilder zum Anschlagszeitpunkt selbst gesehen haben mögen, waren es dieselben Bilder, die in den darauffolgenden Stunden und Tagen das Medienereignis weltweit bestimmten. Der folgende Einschlag in den Südturm wurde live aufgenommen und weltweit gesendet und die Live-Übertragung eines Terroranschlags wurde in diesem Moment von etwas Undenkbarem zu Realität. Die Bilder, die in den Augenblicken des Attentats entstanden, konservierten, vervielfältigten und verlängerten nun den Anschlag vor Ort durch mediale Wiederholung und Verbreitung. Vom Attentat breitete sich die Schockwirkung damit weltweit bis in die Wohnzimmer der Zuschauer aus.

Dass Bilder folglich in eigenem Recht als „Waffen“ bezeichnet werden können, hat schon vor 9/11 der französische Soziologe Paul Virilio treffend zum Ausdruck gebracht. Er erläutert die besondere Wirkmacht der Bilder wie folgt:

Ein Bild, eine Fotografie, wird niemals eine Information wie jede andere sein. Sehen ist nicht dasselbe wie Wissen. Wissen, das ist der Diskurs, die Debatte, die Analyse. Ein Bild drängt sich auf, zwingt sich dem Geist auf – ein Bild ist ein Schock (Virilio 1997).

Denn während Texte bewusst gelesen werden müssen, sich analysieren und diskutieren lassen, wirkt das Bild viel direkter auf den Betrachter und kann in seinem Effekt schonungslos sein. Ein Bild scheint die Realität zu zeigen und wird daher als Teil des eigenen Erlebens und der eigenen Wirklichkeit akzeptiert. Dabei wird die Tatsache kaschiert, dass es sich um eine Abbildung und dazu um einen bestimmten, und damit beschränkten, Ausschnitt handelt (vgl. Schulz 2005: 15). Auch die Bilder von 9/11 wirkten unmittelbar und trafen die Betrachter darüber hinaus völlig unvorbereitet. Die gezeigten Bilder wurden zu inneren Bildern, die, verknüpft mit dem Trauma des Attentats, Teil der eigenen Vorstellungswelt wurden und sich in das Erleben der Umwelt jedes Einzelnen einnisten konnten. Über die Aufnahmebilder, die die Ereignisse in Manhattan ja genau im Moment ihres Eintretens wiedergaben, wurde das Gefühl des ‚Einbrechens der Realität‘ – einer gewalttätigen Realität des Terrors – verbreitet. Dazu kam der Mangel an Informationen während der Live-Übertragung, der zur schonungslosen Wirkung der Bilder beitrug. Was Bilder zu Waffen macht, ist also, dass sie „einen enormen Einfluss auf das Verhalten und die Imaginationen ihrer Konsumenten“ (Schulz 2005: 14) haben. Die Bilder, die die Medien von einem Attentat veröffentlichen, können schon allein durch das Zeigen der Gewalttat verstörend wirken. Mit einem Bild können Vorstellungen von der Welt verändert werden, wie etwa die Vorstellungen von der Sicherheit des eigenen Landes, von den Führungsqualitäten der Regierung oder der Macht eines Angreifers. Verbunden mit der massenmedialen Verbreitung weitet sich die Wirkung des Anschlags durch die Materialisierung, Speicherung und Sichtbarmachung im Bild auf alle aus, die die Bilder zu sehen bekommen (vgl. Klonk 2017: 188). Die Medien werden dabei unvermeidlich zu einem Instrument, das wie im Fall von 9/11 dazu beiträgt, ein „Klima der Hysterie und Furcht in der Gesellschaft“ (Weichert und Elter 2012: 951) zu verbreiten.

Das Gefühl der Zuschauer, unmittelbar von den Anschlagsbildern „getroffen“ zu werden, hing schließlich auch damit zusammen, dass das Attentat nicht aus der Retroperspektive diskutiert werden konnte, weil der Moment live aufgenommen wurde. Durch die zeitliche Differenz, die zwischen dem ersten und dem zweiten Einschlag in das World Trade Center lag, konnte sichergestellt werden, dass sämtliche Kameras den Moment einfangen würden, in dem das zweite Flugzeug in den Südturm einschlug. Dadurch wurde das faktische Attentat, nicht nur dessen Nachhall, zur Quelle des medialen Ereignisses. Aufklärende Informationen zum Geschehen fehlten in diesen Augenblicken. Stattdessen waren entsetzte Ausrufe auf den Live-Aufnahmen zu hören und die anschwellenden Schreie des Entsetzens, als die Türme in sich zusammenfielen. All das steigerte das Gefühl eines „Ein-

brechens der Realität“ über den Bildschirm und konservierte die Schockreaktion, die sich auch heute noch beim Anblick der einstürzenden Türme einstellt. So lösen die Bilder noch nach Jahren eine starke emotionale Reaktion aus, auch wenn das reale Ereignis und seine direkten Folgen nun schon weit zurück liegen.

Die Erfahrung der Ohnmacht und Hysterie von 9/11 gründete sich folglich in erster Linie auf den Effekt der Bilder. Es sind Bilder, die keinen Subtext brauchten, um sich im virtuellen Raum zu verselbständigen und ein Eigenleben neben dem realen Ereignis anzunehmen. Der Angriff galt damit vornehmlich unseren Vorstellungen, Werten und dem medialen Erleben der Situation – und weniger dem physischen Ziel. Sprachliche Botschaften, die leichter hinterfragt und kritisiert werden könnten, fehlten diesem Ereignis. Es gab keinen Subtext zu den Bildern, keine Warnung, keine Erklärung. Unabhängig von der faktischen Sicherheitslage oder der tatsächlichen Macht des Angreifers wirkten die Bilder direkt auf die Vorstellungen der Betrachter und konnten das Bild der Welt verändern, das sie zu kennen glaubten. Denn die Bilder, die die Medien von einem Attentat veröffentlichten, wirken schon allein durch das Zeigen der Gewalttat verstörend. Verbunden mit der massenmedialen Verbreitung weitete sich die Wirkung des Anschlags durch die Materialisierung, Speicherung und Sichtbarmachung im Bild auf alle aus, die die Bilder zu sehen bekamen (vgl. Klonk 2017: 188).

2.3 Erstes Fazit zur Kommunikationsstrategie der Terroristen

Die Attentäter des elften Septembers konzentrierten sich auf die Propaganda der Tat. Der Anschlag auf das World Trade Center mitten in New York garantierte mediale Aufmerksamkeit, die Wahl des Ortes war eine strategische und dazu auch symbolisch wirkmächtige Entscheidung. Der Einschlag in die Türme, zeitlich so koordiniert, dass die Medien den zweiten Anschlag live einfangen würden, lieferte die idealen Voraussetzungen dafür, dass der Anschlag zum medialen Ereignis werden konnte. 9/11 war insofern eine Zäsur, als dieses Ereignis den realen kriegerischen Akt der Zerstörung an einen Ort brachte, der solche Zerstörung nur als ‚virtuelle‘ kannte – in Form von Bildern, die aus weit entfernten Kriegsgebieten oder Hollywood stammten. Gerhard Paul spricht daher über den Schock der Anschläge als einem „kollektiven Getroffen-Sein als Folge des Durchbrechens des medialen Schutzschildes“ (Paul 2004: 447). Die mediale Verbreitung der Bilder des Attentats löste dann nicht nur vor Ort, sondern global Panik und Ohnmachtsgefühle sowie überproportionale Risikoeinschätzungen in der Bevölkerung aus. Das faktische Ereignis wurde also virtuell durch die mediale Verbreitung der Bilder ausgeweitet und potenziert. Dadurch kam dem Bild im terroristischen Kalkül die Bedeutung einer Waffe zu, die nicht nur einen bestimmten Ort, sondern die Lebenswelt und das Erleben aller angriff, die am medialen Ereignis „teilnahmen“. Die Bilder dieses wie eines jeden Anschlags verbreiten folglich nicht nur die Nachricht vom Erfolg der Terror-

aktion, sie lassen sich auch als psychologische Waffe verstehen. Denn die Suggestionskraft der verstörenden Bilder einer Gewalttat, wie die vom Einbruch der Flugzeuge in die Zwillingstürme und deren Zusammenfall, kann jede andere sprachliche Botschaft in den Hintergrund drängen und die Bedrohung für jeden Zuschauer unfassbar nah und real erscheinen lassen. So haben sich Terroristen weltweit – explizit in Folge der verheerenden medialen Wirkung von 9/11 – zu Medien- und Kommunikationsexperten entwickelt, die sich der medialen Durchschlagskraft ihrer Taten nachweislich bewusst sind (vgl. Paul 2004: 69–113). „Terror“ lässt sich folglich ohne Worte kommunizieren. Doch lässt sich auf dieselbe Art und Weise auch Rückgewinnung von Sicherheit und neue Stabilität nach einem Anschlag kommunizieren, wie im folgenden Abschnitt zu zeigen sein wird.

3. Strategien der Bewältigung – Bildmuster nach Klonk am Beispiel von 9/11

Nachdem im ersten Teil der Fokus auf dem Kommunikationskalkül der Terroristen lag, wird im zweiten Teil näher darauf eingegangen, welche Strategien der Bewältigung die Medien im Umgang mit Terror nutzen.

Die Kunsthistorikerin Charlotte Klonk beschreibt in ihrem Werk *Terror. Wenn Bilder zu Waffen werden* ein immer wiederkehrendes Bildmuster, das seit der Berichterstattung über Terrorakte vom späten 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart zu beobachten ist. Laut Klonk evozieren Bilder des Terrors bestimmte Affekte, Emotionen und psychische Spannungen, so etwa Angst, Schrecken oder Panik. Indem man in einer solchen Belastungssituation auf bereits vertraute Muster zurückgreift, kommt es laut Klonk zu einer Auflösung oder zumindest Regulierung solcher emotionalen Spannungen (vgl. Klonk 2017: 14). Die daraus resultierende „beruhigende Wirkung entsteht [...] vor allem in der Wiederholung, dem immer gleichen Ablauf von Bildern und Gegenbildern im bekannten Gut-Böse- und Freund-Feind-Schema“ (Klonk 2017: 15). Das Bildmuster nach Klonk beschränkt sich demnach nicht auf Einzelbilder, sondern greift auf „eingespielte Muster“ (Klonk 2017: 14) zurück, die zur Bewältigung der Krisensituation und der Lösung der psychischen Spannungen beitragen.

Im Folgenden soll dieses Bildmuster nach Klonk am Beispiel der bildlichen Berichterstattung von 9/11 konkretisiert sowie analysiert werden. Bei der Analyse soll näher darauf eingegangen werden, aus welchen strategischen Schritten sich dieses Muster zusammensetzt, das sich den zentralen Fragen widmet: Wie gehen die Medien mit Terrorakten um und auf welche visuellen Kommunikationsstrategien greifen die Medien zurück, um das Krisenereignis 9/11 zu bewältigen? Darüber hinaus sollen Funktionen und Wirkungsweisen des Bildmusters näher erläutert sowie hinterfragt werden. Einhergehend mit der Analyse des Bildmusters sollen die medialen Bewältigungsstrategien anhand von Schlüsselbildern und Medienikonen von 9/11 verdeutlicht werden.

3.1 Schritt 1: Dokumentation des Terrorakts – Konfrontation mit der Krise

Eines der Bilder vom Terrorattentat auf das World Trade Center, das sich in unser kollektives Gedächtnis eingebrannt hat, ist das des Fotografen Spencer Platt. Das Bild wurde am Tag nach dem Anschlag von 95 Prozent der US-amerikanischen Medien auf der Titelseite abgebildet (vgl. Klonk 2017: 69) und gehört zu den Bildikonen von 9/11. Was diese Aufnahme zu einer Ikone werden ließ, liegt im starken formalen sowie farblichen Kontrast begründet. Zu sehen sind die beiden brennenden Türme vor einem klaren, stillen Septemberhimmel. Vor allem der farbliche Kontrast zwischen der Explosion mit seinen kräftigen Rot-, Orange- und Gelbtönen vor dem hellblauen Himmel sticht dabei ins Auge und entfaltet eine ästhetische Kraft, die beim Anblick gleichzeitig Fassungslosigkeit und Faszination bewirkt. Auch Joachim Buttler spricht von solch einer Ambivalenz, die zusätzlich durch die „Terror Schleife“ zum Tragen kommt und dabei eine „Ästhetik des Schreckens“ (Buttler 2003: 38) forciert.

Das Vermögen der globalen Mediengesellschaft, sofort ‚live‘ auf Sendung zu gehen und in einem doppelten Salto gleichzeitig mitzuteilen, dass diese Bilder den Globus bereits umrundet hätten, blies die symbolische Tat des Anschlags zu einem Phänomen der Sensationsästhetik auf. [...] Wie in einer ‚All over Structure‘ Jackson Pollocks gefangen, verharrte die Welt im Netz der permanenten Bildschleife des Terrors (Buttler 2003: 40).

Die Bilder des 11. Septembers dokumentieren demnach nicht nur die Zerstörung zweier Türme, sondern vielmehr einen symbolischen Akt, „die bewußte Vernichtung eines ikonischen Objekts zur Erzeugung eines spektakulären Bildes, das eine ganze Gesellschaft traumatisieren sollte“ (Mitchell 2011: 36). Die Twin Towers vor 9/11 verkörperten die Wirtschaftsmacht der USA, prägten eindrucksvoll und repräsentativ die Skyline Manhattans und galten als „Symbol für ihre Überlegenheit und Unverletzlichkeit“ (Buttler 2003: 28). Diese starke Symbolhaftigkeit bot den Terroristen eine perfekte Zielscheibe, um Amerika an einer seiner mächtigsten und gleichzeitig empfindlichsten Stellen zu treffen. Ebenso wirkungsmächtig wie die kräftige Feuerwolke ist die schwarze Rußwolke, die von einem der Türme in den Himmel hochzieht und den oberen Bereich des zweiten Turms umhüllt. Auch die Rußwolke stellt einen starken Kontrast zum blauen Himmel dar und zeugt von der Symbolkraft des Bildes. Zum einen lässt sich eine bedrohliche Dunkelheit ausmachen, die von der Wolke ausgeht und die sich allmählich über Manhattan ausbreitet. Zum anderen zieht die Wolke wie ein Trauerschleier über den Stadtteil und bedeckt den Himmel sowie auch alles andere, was ihr in den Weg kommt. Wenn man diese Metapher weiterdenkt, setzt sich der Ruß überall ab, in jeder noch so kleinen Ecke, und seine Auswirkung ist unausweichlich, genauso wie das Trauma, das die Stadt und von ihr aus ganz Amerika und die Welt überschattete. Die Aschewolke stellt demnach auch ein Symbol dar für die sich ausbreitende Trauer, den Schmerz

und die Ohnmacht, die vom zentralen Punkt des Anschlags ausgehend unaufhaltsam über ganz Manhattan ziehen.

Was bei diesem Bild zudem auffällt, ist das, was nicht gezeigt wird – das Leid und die Betroffenen. All diejenigen, die vor den Türmen flohen, sowie verletzte oder verwundete Personen rücken bei diesem Bild in den Hintergrund des Geschehens:

Marginalisiert wird [...] das unsägliche Leid, das sich vor den Türmen und auf den Straßen darunter in den Stunden danach abspielte, denn ikonisierende Verdichtungen erzeugen nicht nur Erinnerungen, sondern zugleich auch blinde Flecken (Klonk 2017: 71).

Durch die Aussparung des Leids auf dem Bild wird der Fokus vollkommen auf die physische Zerstörung der Türme gelegt. Laut Klonk, die auf eine Nachrichtenanalyse von CNN verweist, wurde immer ein bestimmtes Schema bei der Bildmontage verwendet, in der das Leid nur sehr begrenzt gezeigt wurde (vgl. Klonk 2017: 71f.). Ausgelassen wurden zumeist Aufnahmen von Menschen, die sich aus den Fenstern der Türme stürzten oder davor starben. Der Tod unzähliger Menschen, der unvermeidbarer Bestandteil dieses Anschlags ist, wurde im Großteil der bildlichen Berichterstattung zum Tabu gemacht. Eine Ausnahme stellt das Foto des *Falling man* vom Fotografen Richard Drews dar, auf das im weiteren Verlauf der Arbeit noch einmal eingegangen werden soll. Indem sich die Medien bei der Berichterstattung auf die Darstellung des Anschlags fokussierten und nicht zugleich auch die Opfer und das Leid in den Mittelpunkt rückten, fand eine Form der Distanzierung statt. Das Attentat selbst löste bereits solchen Schrecken aus, dass zusätzliche Bilder von Toten oder stark Verletzten nicht nur das Gefühl der Angst verstärkt, sondern auch das der Ohnmacht intensiviert hätten. Demzufolge wird in diesem ersten Schritt der Dokumentation des Terrorakts ein Diskurs des Zeigens und Weglassens deutlich, der einerseits Tabuzonen markiert, den Medien andererseits einen Spielraum lässt. Indem nicht das ganze Leid gezeigt wird, wird bereits eine gewisse Kontrolle in der Bildberichterstattung ausgeübt.

Zugleich dient dieser erste Schritt der Dokumentation des Geschehens dazu, Aktualität und Nähe aufzubauen. Ohne Zweifel gehört es zur Informationspflicht der Medien, über ein solches Ereignis zu berichten, doch ebenso geht es hier um ein Bedürfnis (das der Rezipierenden sowie der Medien), so nah wie möglich an den Anschlagort heranzukommen. Durch die Nähe zum Geschehen wurde ein mediales Dabei-Sein simuliert und durch die Live-Bilder, die am elften September 2001 um die Welt gingen, ein Erlebnis in Echtzeit geschaffen. Außerdem generiert Dokumentation Faktizität und bildet eine Realität ab, die ohne (Beweis-)Bilder kaum vorstellbar ist. Somit kann das Unfassbare mithilfe des Bildes fassbar und das Unvorstellbare durch das Visuelle greifbar werden.

In diesem ersten Schritt geht es nach Klonks Bildmuster-Theorie folglich darum, die Realität des Geschehens medial „fassbar“ zu machen – es

erfolgt eine visuelle Konfrontation mit der Krisensituation. Durch das gezielte Weglassen des Leids findet in der bildlichen Berichterstattung eine Strategie der Distanzierung statt, was nicht zur Bewältigung der Krise, aber zur Regulierung dieser beiträgt. Obwohl die Bilder der Zerstörung der Zwillingstürme einen nahezu fiktiven Anschein erwecken, da sie durch ihre apokalyptische Bildsprache den Eindruck eines Horrorszenarios aus einem Hollywoodfilm erzeugen, wird eine Faktizität dokumentiert, die ebenso die ambivalente Ästhetik des Terrors abbildet.

3.2 Schritt 2: Bilder der Kontrollgewinnung – Heroisierung der Feuerwehrmänner und Unantastbarkeit der Staatsmacht

Was nach diesen Bildern der Zerstörung, Verwüstung und des Chaos große mediale Präsenz erhielt, waren die Bilder der – vorwiegend männlichen – New Yorker Einsatzkräfte. Die Aufnahmen sollten verdeutlichen, dass der Staat handlungsfähig ist und die Situation unter Kontrolle bringen kann: „Wie schon am Ende des 19. Jahrhunderts, so wurde im Moment der größten Bedrohung vor allem das Funktionieren der Zivilgesellschaft vor Augen geführt“ (Klonk 2017: 73). So entstanden unzählige Bilder von Rettungskräften vor Ort, die sich aufopfernd in die Trümmer begaben, um lebende Opfer zu bergen oder sich um schwer verletzte Personen zu kümmern. Insbesondere die Feuerwehrmänner des New York Fire Departments traten in vielen Bildern heroisch auf bzw. wurden als Helden inszeniert, die in der Katastrophensituation einen Moment der Kontrolle sowie Ordnung wiederherstellten. Laut Anne Becker eigneten sich insbesondere Feuerwehrleute „zur Konstruktion von Heldenmythen“ (Becker 2013: 169):

Allein die Wahl dieser Profession impliziert die Bereitschaft, die eigene Unversehrtheit und das eigene Leben zu riskieren, um das anderer zu retten. Der Beruf an sich ist sozusagen im Zentrum von Gefahrensituationen angesiedelt und ein gewisser Idealismus eine Voraussetzung. [...] Feuerwehrmänner werden zur Chiffre des Helden und zu Hauptfiguren in der in Manhattan abspielenden Tragödie (Becker 2013: 169).

So entfachten viele Bilder der Feuerwehrleute eine enorme Bedeutungs- und Symbolkraft. Wie Phönixe aus der Asche traten die Feuerwehrmänner aus dem Staub und trotzen der Katastrophe. Dabei hatte der Großteil dieser Bilder einen patriotischen Subtext, der den Zusammenhalt der Nation in einer der schwersten Stunden immer wieder in den Mittelpunkt der visuellen Inszenierung rückte. Die Feuerwehrmänner wurden damit zu „wesentlichen Referenzpunkten“ (Becker 2013: 168) in der bildlichen Kommunikationsstrategie der Medien zur Bewältigung der Krise.

Obwohl der Großteil der Feuerwehrmänner heldenhaft inszeniert wurde, kursierten dennoch Bilder von Rettungskräften, die mit der Situation überfordert waren, eine zerbrechliche Körperhaltung einnahmen, den Kopf hän-

gen ließen oder ihn fassungslos in die Hände stützten. Diese Aufnahmen dokumentieren menschliche Reaktionen wie etwa Trauer oder Resignation im Angesicht des Ausnahmezustands. Da sie aber eine Verletzlichkeit und Verzweiflung ausdrücken und damit keine staatliche oder auch zivile Souveränität vermitteln, tauchten solch emotionale Bilder der Feuerwehrmänner seltener in der Medienöffentlichkeit auf (vgl. Mitterhofer 2016: 143f.). In diesem Schritt des Bildmusters wurde somit eine klare Bildsprache kommuniziert, die zwei Aspekte beinhaltet: die Heroisierung der Einsatzkräfte sowie die Unantastbarkeit der Staatsmacht. Die Strategie, die in diesen Bildern zum Ausdruck kommt, ist die der Rückgewinnung von Kontrolle durch die Demonstration von Stärke und Macht in einem Moment größter Bedrohung und des Kontrollverlusts.

Im Gegensatz zu den Bildern, die den „reinen“ Terrorakt dokumentierten und das Leid größtenteils aussparten, bildeten diese Bilder den Schmerz und das Leid der Menschen ab – wenn auch nur begrenzt, da zwar lebende Opfer und Betroffene gezeigt wurden, Aufnahmen von Toten jedoch als striktes Tabu galten. Bei diesen Bildern wurde das Leid bewusst gezeigt, meist in Verbindung mit Momenten der Rettung, des Trosts oder des Kümmerns, wie Charlotte Klonk in einem Interview postuliert. Hier sollte durch Bilder das Gefühl erzeugt werden, dass Trost gespendet wird und dass Betroffene nicht alleine gelassen werden, sondern Hilfe erwarten können. Nicht die Distanzierung vom Leid, sondern das Näherkommen, das mediale ‚Ranzoomen‘, führte dazu, dass das Leid durch den Augenblick des Trosts eine andere Konnotation erfuhr. So wurde mittels diverser Rettungsbilder der lebenden Opfer ein Zusammenhalt der Gesellschaft vorgeführt, der das Wir-Gefühl in der Krisensituation stärken sollte. Auch hier ist also das Szenario einer funktionierenden, sich selbst regenerierenden zivilen Bevölkerung zentrales Motiv bei den visuellen Bewältigungsstrategien der Medien – sowohl im Moment des Geschehens als auch in der Zeit danach.

Eines der Schlüsselbilder von 9/11 im Zusammenhang mit der Verarbeitung und Bewältigung der Krise ist Thomas E. Franklins *Raising the Flag at Ground Zero*. Dieses Bild wurde vielfach von den nationalen wie internationalen Medien reproduziert und erlangte aufgrund seiner symbolisch aufgeladenen Bildsprache und der herausragenden medialen Präsenz im öffentlichen Raum schnell ikonischen Status. Darauf zu sehen sind drei Feuerwehrmänner, die auf dem Ground Zero inmitten der Trümmer des World Trade Centers die US-amerikanische Flagge hissten. Die Trümmer Teile im Hintergrund des Bildes sind von der Asche grau eingefärbt und bizarr aufgetürmt. Auch an den Hosen der Feuerwehrmänner, die sich im Vordergrund des Bildes befinden, hatte sich das Grau der Asche abgesetzt. In dieser recht tristen und farblosen Umgebung stechen das kräftige Gelb der Uniform der Feuerwehrmänner sowie das Rot und Blau der Flagge deutlich hervor. Auffallend ist zudem die „Dominanz der Dreiecksform“ (Becker 2013: 126), die sich in der Positionierung der Feuerwehrmänner, den dreieckigen Formen in den Trümmern sowie der Blickrichtung der Männer zur Spitze der Fahne niederschlägt. Das Bild hat Becker zufolge „eine

komplexe Symbolsprache [...], in der eine Botschaft codiert ist, die (unterbewusst) vom Betrachter decodiert werden kann und positiv aufgeladen ist, d.h. aufrichtend wirkt“ (Becker 2013: 126). Erneut waren es die Feuerwehrmänner, die Helden der Nation, die in einer chaotischen Umgebung Stärke (gesellschaftliche wie staatliche) verkörperten und in der Krise Widerstand leisteten. In Franklins Bild vereinen sich sowohl Trauma als auch Traumabewältigung. Einerseits ist die Zerstörung der geordneten Welt durch die Trümmer im Hintergrund deutlich sichtbar. Andererseits führt die Heroisierung der Feuerwehrmänner sowie die patriotische Geste der Flaggenhissung zur Demonstration von Selbstbehauptung. Die Aufnahme dokumentiert damit den Moment der Stärke im Moment der größten Verletztheit und den Augenblick des nationalen Zusammenhalts zum Zeitpunkt internationaler Zerrüttung.

Allerdings wurde das Bild nicht nur wegen seiner Symbolkraft so populär, sondern auch weil es ein Bildschema aufgreift, das im kollektiven Bewusstsein der US-Amerikaner tief verankert ist. Franklins Bild zitiert Joe Rosenthals *The Raising of the Flag on Iwo Jima*, eine Aufnahme aus dem Zweiten Weltkrieg. Die Aufnahme zeigt sechs amerikanische Marines, die auf dem Mount Suribachi während der Schlacht um die Pazifikinsel Iwo Jima die amerikanische Flagge hissten, und sie markiert „das wiedergewonnene nationale Selbstbewusstsein der USA nach dem traumatischen Verlust von Pearl Harbor“ (Klonk 2017: 79). Laut Becker werden in diesem Bild Spannungsfelder sichtbar, die sich „zwischen Niederlage und Triumph, Zerstörung und Hoffnung, Krieg und Frieden“ (Becker 2013: 129) bewegen. Diese Spannungsfelder manifestieren sich ebenso im Bild Franklins. Festzuhalten ist, dass beide Bilder eine historische Zäsur in der Geschichte Amerikas dokumentieren und mit sehr ähnlichen visuellen Codes arbeiten. Beide Bilder zeugen von einem traumatischen Ereignis und dessen gegenwärtiger Bewältigung. Patriotismus wird zum zentralen Thema, aber auch die hoffnungsvolle Botschaft, dass – aus der Perspektive der Amerikaner gesprochen – das Gute über das Böse siegen kann. Nicht zuletzt wird auch hier mit dem siegreichen Akt des Flagge-Hissens ein Bild der Kontrollillusion geschaffen.

3.3 Exkurs: Strategie der Verdrängung? Richard Drews *Falling Man*

Ein Bild, das aus dem Raster des Bildmusters nach Klonk fällt, hier aber dennoch im Zuge der medialen Krisenbewältigung diskutiert werden soll, ist Richard Drews *Falling Man*. Wie mehrfach erwähnt, waren Todesbilder ein großes Tabuthema von 9/11, also Bilder von Menschen, die unmittelbar am Anschlagort starben, oder solchen, die von den Türmen in den Tod sprangen. So vielfach die Bilder der Zerstörung des World Trade Centers oder Kontrollbilder einer funktionierenden Gesellschaft reproduziert wurden, so wenig veröffentlicht wurden Bilder, die die Thematik des Todes behandelten. Aufgrund der marginalen Reproduktion und der „ungewohnten Bildsprache“ (Becker 2013: 234) bezeichnet Becker diese Art von Auf-

nahmen als „visuelle Randerscheinungen“ (Becker 2013: 234). Im Bild des *Falling Man* kommt ein Spannungsverhältnis zwischen Informationspflicht, Persönlichkeitsrecht und ästhetischer Faszination zum Tragen. Auch hier lässt sich eine Ambivalenz hinsichtlich seiner Wirkung feststellen. Einerseits ist es ein Bild des Grauens, das schockiert und betroffen macht, da es eine Person darstellt, die als Folge des Anschlags aus dem Fenster des World Trade Centers in den Tod springt. Andererseits löst sie aufgrund ihrer visuellen Ästhetik Faszination aus, die sich auf mehreren Ebenen der Bildsprache niederschlägt. Der Mann befindet sich in einem Zwischenstadium: Er ist lebendig und gleichzeitig todgeweiht, er bewegt sich auf der Schwelle zwischen Leben und Tod. Dieses Stadium manifestiert sich ebenfalls in der Darstellungsweise. Er befindet sich genau an der Schnittstelle, wo die beiden Türme aufeinandertreffen und dabei so angeordnet sind, dass die eine Hälfte weiß und die andere schwarz erscheint. Die Positionierung des Mannes unterstreicht die Motivik des *G r e n z g ä n g e r s*. Darüber hinaus dominiert die Linearität der Fassadenstruktur der Gebäude den Gesamteindruck des Bildes und erzeugt eine visuelle Stille, die „einen Gegenpol zum Chaos des Ereignisses bildet“ (Becker 2013: 256).

Die Ästhetik der Aufnahme steht dem Schrecken der Geschehnisse diametral entgegen und bringt die Erkenntniskräfte des Betrachters, der die Stille und Leichtigkeit des Bildes mit der Katastrophe nicht in Übereinstimmung zu bringen vermag, an Grenzen (Becker 2013: 256).

Sowohl die ordnungsstiftende Struktur der Gebäude als auch die tänzerische Art, wie der Mann in der Luft „steht“, verleihen dem Bild einen grotesken Anschein, da die friedliche Inszenierung nicht mit der bedrohlichen Krisensituation zu korrespondieren scheint.

Bilder wie dieses wurden Tage nach dem Anschlag vereinzelt in US-amerikanischen Zeitungen abgedruckt. Da aber die Veröffentlichungen einen so starken Protest in der Bevölkerung auslösten, verschwanden die Aufnahmen letztlich von der medialen Bildfläche. Auch hier verdeutlicht sich der Diskurs des Zeigens und Nicht-Zeigens bzw. des bewussten Ausblendens. Zu schmerzhaft sind die Emotionen, die von solchen Bildern ausgelöst wurden. Außerdem entsprachen diese Bilder nicht den Anforderungen der Medien, entschärfend mit der Situation umzugehen und das Gefühl von Kontrolle zu erzeugen. Im Gegenteil:

Ihre Bildsprache bricht mit den Codes und Symbolen, die sich für eine narrative Erfahrung des Dargestellten oder der Deutung im Sinne einer aufrichtenden Botschaft eignen würden. Somit entziehen sie sich auch der Möglichkeit einer Instrumentalisierung im politischen Kontext, die darauf ausgerichtet ist, Stärke in der Krisensituation zu demonstrieren (Becker 2013: 234).

Demzufolge wählten die Medien eine Strategie, die auch im psychologischen Kontext als menschlicher Abwehrmechanismus bei der Traumabe-

wältigung auftaucht: die Strategie der Verdrängung. Dies geschah zum Schutz der Opfer, der Angehörigen sowie der gesamten amerikanischen Zivilgesellschaft. Im Wegsehen gewann man vorerst eine Distanz zum Tod. Allerdings führte die Strategie dazu, dass das Thema Tod, das unabdingbarer Bestandteil von 9/11 ist, durch das Verbot des Zeigens und die visuelle Zäsur in der Konsequenz mehr Gewicht bekam, als dies eigentlich von den Medien intendiert war. So emotional nachvollziehbar diese Strategie ist, so kontraproduktiv erscheint sie jedoch auf medialer Ebene.

3.4 Schritt 3: Feindbilder kommunizieren – das Böse visualisieren

Im letzten Schritt des Bildmusters werden Bilder der Attentäter veröffentlicht. Dies hat den Zweck, „das Grauen zu personifizieren und damit fassbar zu machen“ (Klonk 2017: 73). Oftmals wird darauf abgezielt, dem Feind ein Gesicht zu geben und ihn dadurch automatisch zur Projektionsfläche von Rachegefühlen sowie zum Hassobjekt zu machen. So beispielsweise beim Anführer des 9/11-Attentats Mohammed Atta, dessen Bild zwei Tage später auf der Titelseite der *New York Post* erschien. Allerdings spiegelte Atta auf diesem Bild alles andere als das ‚personifizierte Böse‘ wider. Bei der Abbildung handelte es sich um das Führerscheibild von Atta, das keine bedrohliche Gestik oder Mimik aufwies. Sein Gesichtsausdruck auf dem Bild ist nichtssagend, sein Blick wirkt müde und abgeschlagen. Auch die Aufnahme einer Überwachungskamera, die Atta dabei aufzeichnete, wie er am 11. September die Sicherheitsschleuse des Flughafens in Portland passierte, wirkt weder gefährlich noch offenbart die Aufnahme etwas Verdächtiges. Laut Klonk diene die Veröffentlichung der Aufnahme vorrangig der „Visualisierung und Personifizierung des Feindes“ (Klonk 2017: 90). Statt des Gefühls einer drohenden Gefahr schafften sie jedoch vielmehr einen Moment der Irritation. Aufgrund des scheinbar normalen Auftretens wirkten die Bilder „trivial und verstörend zugleich“ (Klonk 2017: 90). Die Bilder und das Überwachungsvideo dienten in erster Linie dazu, negative Gefühle wie Hass und Rache auf diese eine Person zu projizieren bzw. zu entladen. Was dieses, aber auch andere Beispiele im Kontext der Feindbild-Visualisierung verdeutlichen, ist die Unkontrollierbarkeit der Rezeption solch einer Darstellung. Für die amerikanischen Medien war es selbstverständlich, dass sie einen Feind präsentierten, der das Böse verkörpert. Auf der Gegenseite wurde Atta als Held gefeiert und das von den Medien sowie vom FBI publizierte Führerscheibild von der Al Qaida als Märtyrerbild umgewertet. Daraus lässt sich schließen, dass es sich um einen Prozess handelte, den die Medien nicht steuern konnten: „Nichts und niemand kann garantieren, dass ein Bild, das für die einen eindeutig einen Feind zeigt, für die anderen nicht zur Heldenverehrung dient und umgekehrt“ (Klonk 2017: 205). Umso mehr sollte von Seiten der Medien bedacht werden, wie und ob man den Feind inszeniert, und man sollte sich die Frage stellen, wieviel Aufmerksamkeit man dieser feindlichen Visualisierung einräumen möchte.

Ein weiteres Feindbild, das in Verbindung mit den Anschlägen vom 11. September 2001 in den Medien kursierte, war das von Osama bin Laden. Er wurde bereits vor 9/11 wegen anderer Anschläge auf US-amerikanische Botschaften zum Feind erklärt und erschien auf einem Fahndungsplakat des FBI mit der Überschrift „FBI ten most wanted fugitive“. Wenige Stunden nach dem Attentat auf das World Trade Center veröffentlichte die Regierung unter George W. Bush ein Plakat, das im Stil eines Steckbriefs des Wilden Westens konzipiert war („Wanted Dead oder Alive“). Jedoch ging das von den Medien intendierte Konzept des Feindbilds nicht auf, sondern verursachte ambivalente Assoziationen:

So stark die Ablehnung und Dämonisierung des Al Qaida-Chefs auch war, so entsprach das medial vermittelte bzw. inszenierte Bild von Bin Laden nicht nahtlos der allgemeinen Vorstellung vom ‚ultimativ Bösen‘. Die Diskrepanz zwischen seinem scheinbar ‚sanften‘ Auftreten und des von ihm zu verantwortenden Massenmords [sic!] führten offensichtlich zu schweren Irritationen in der westlichen Rezeption (Reiter 2013: 49).

Diese Diskrepanz schaffte letztlich ein „hybrides Feindbild“ (Reiter 2013: 49), weshalb sich die veröffentlichten Fotos von bin Laden sowie die von Mohammed Atta nicht als Feindbilder im Sinne der Personifizierung des Bösen eigneten.

Die Zufriedenstellung und Befriedigung der Vergeltungsgefühle der amerikanischen Gesellschaft erfolgte erst dann, als bin Laden 2011 von Navy Seals in seinem Haus in Pakistan überwältigt und getötet wurde. In den Aufnahmen vom Einsatz der amerikanischen Spezialeinheit war die Wohnsituation bin Ladens zu sehen, nicht aber der Tote selbst. Ganz bewusst entschied sich die US-amerikanische Regierung unter Obama gegen eine Veröffentlichung des Totenbildes. Obama begründete die Entscheidung damit, „dass man weder mit den Bildern als Trophäen protzen wolle, noch der in ihnen sichtbare gewaltsame Tod als Grundlage für einen Märtyrerkult und weitere Gewalt dienen solle“ (Charlotte Klonk, FAZ, 14.5.2011). Und obwohl bis heute kein Bild des Toten jemals veröffentlicht wurde, kursierten kurze Zeit nach der Tötung bin Ladens Aufnahmen aus einem Video seiner eigenen Videosammlung, die ihn in einer banalen und etwas lächerlichen Alltagssituation zeigten. Man sieht einen alten Mann mit Mütze und Bademantel vor dem Fernseher sitzen, der seine eigenen Aufnahmen betrachtet. Dieses Bild der Demütigung sollte bin Laden entmachten und ihn in einem gebrechlichen Zustand zeigen, um sich als eines der letzten Bilder von ihm in die Köpfe der Amerikaner einzubrennen. „Der Erzfeind wurde als graue Hülle seiner selbst vorgeführt, dem am Ende seines Lebens nichts mehr geblieben war als narzisstische Spiegelung“ (Klonk 2017: 210).

In diesem letzten Schritt des Bildmusters manifestiert sich folglich das große Bedürfnis einer durch den Terrorakt traumatisierten Gesellschaft, den Täter und damit Verursacher des Leids zu sehen. Die Medien bedienten die Erwartungen der Gesellschaft, indem sie ein Feindbild präsentier-

ten, das dämonisiert wurde und der Visualisierung sowie Personifizierung des Bösen diene. Wie die angeführten Beispiele aber gezeigt haben, kann solch eine Darstellung des Feindes oft die intendierte Wirkung der Befriedigung von Vergeltungsempfindungen verfehlen und durch widersprüchliche visuelle Codes Verwirrung sowie Irritation hervorrufen. Zudem können solche Feindbilder auch zu Märtyrerbildern umgedeutet werden, da die Interpretation eines Bildes nicht in den Händen der Medien oder desjenigen liegen, der das Bild veröffentlicht.

4. Schlussbemerkung

Bewertet man nun die Strategien vonseiten der Terroristen sowie der Medien, so wird deutlich, dass das Bild sowohl als Instrument zur Destabilisierung als auch zur Stabilisierung einer Ordnung dienen kann. Terroristen nutzen die mediale Vermittlung, um politische Ziele zu kommunizieren. Dabei steckt hinter jeder medialen Vermittlung ein inszenatorisches Kalkül – kein Ziel eines terroristischen Akts wird willkürlich gewählt. Die visuelle Kommunikationsstrategie der Terroristen zielt darauf ab, im öffentlichen Raum das Vertrauen in den Staat und seine Schutzfunktion zu unterminieren, dessen Verletzlichkeit zu demonstrieren, die Moral aller Staatsapparate zu untergraben und terroristische Gewalttaten als heroisch darzustellen. Terroristen betreiben in diesem Sinne Öffentlichkeitsarbeit: Je gewaltvoller ein Anschlag inszeniert wird, desto mehr Aufmerksamkeit wird generiert. Das Bild als Waffe hat hier weniger informellen Gehalt, vielmehr entfalten solche Bilder, wie die von 9/11, eine affektive, appellative Wirkung.

Für die Medien steht nach einer Tat zunächst immer die Wiederherstellung der zivilen Ordnung im Zentrum. Es sind insbesondere Bilder, die der Demonstration von Kontrolle, gesellschaftlicher wie staatlicher Stärke sowie nationalem Zusammenhalt dienen und zur Bewältigung der Krisensituation beitragen. Anhand von Klonks Bildmuster konnte gezeigt werden, dass nach dem traumatischen Erlebnis der Destabilisierung vor allem das Funktionieren der Zivilgesellschaft sowie die Souveränität des Staats vor Augen geführt werden soll. Betrachtet man den dritten Schritt in Klonks Bildmuster, nämlich die Visualisierung des Feindes, wird deutlich, dass mit der Veröffentlichung von Bildern in Bezug auf die Wertung und Interpretation immer auch ein schwer zu kontrollierender Prozess in Gang gesetzt wird. Am Beispiel von 9/11 konnte folglich gezeigt werden, dass das Bild nicht nur als Waffe der Terroristen dient, sondern gleichzeitig als regulierendes sowie stabilisierendes Instrument der Medien genutzt wird: Es erzeugt Schrecken, kann aber gleichzeitig zur Bewältigung von Schrecken dienen. Es verursacht ein Trauma und kann gleichzeitig zur Überwindung des Traumas beitragen. Und letztlich: Es produziert Chaos und kann gleichzeitig Ordnung generieren.

Da jeder Terroranschlag gezielt geplant und ausgeführt wird und sich Terrorvereinigungen im Laufe der Jahre zu Kommunikationsexperten ent-

wickelt haben, die die Medienwirksamkeit ihrer gewalttätigen Handlungen bewusst einkalkulieren, ist der Terroranschlag, das belegt auch 9/11, ein zentrales Element der viralen Kommunikationsstrategie von Terroristen. Dennoch zeigt sich an der Analyse der Bildmuster nach Klonk, dass hierbei nicht von einer unwillkürlichen Instrumentalisierung der Medien gesprochen werden kann. Auch wenn der Handlungsspielraum schmal ist, wollen die Medien ihrer Informationspflicht nachkommen, so lassen sich in Folge eines Terroranschlags mitunter Bilder generieren und verbreiten, die der Machtkommunikation von Seiten der Terroristen mal mehr, mal weniger erfolgreich trotzen und ihr entgegenwirken können.

Anmerkungen

- 1 Der Al Qaida Chef Osama bin Laden legte z.B. in einem CNN-Interview von 1997 einige seiner Motivationen dar, die Bedingungen des Interviews wurden dabei komplett von Al Qaida bestimmt. Vgl. hierzu: Exclusive Osama Bin Laden – First Ever TV Interview. Internetseite YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=dqQwnqjA-6w>. (abgerufen am 1.5.2018).

Literatur

- Baudrillard, Jean (2002). *L'esprit du terrorisme*. Paris: Galilée. Deutsch von Markus Sed-laczek, Michaela Ott, Brigitte Große und Peter Engelmann: *Der Geist des Terrorismus*. Wien: Passagen 2011.
- Becker, Anne (2013). *9/11 als Bildereignis. Zur visuellen Bewältigung des Anschlags*. Bielefeld: transcript.
- Buttler, Joachim (2003). Ästhetik des Terrors – Die Bilder des 11. Septembers 2001. In: Michael Beuthner, Joachim Buttler, Sandra Fröhlich, Irene Neverla und Stephan A. Weichert (eds.). *Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem, 26–41.
- Klonk, Charlotte (FAZ, 14.5.2011): FOTOS DER „OPERATION GERONIMO“: Warum wir trotzdem Bilder brauchen. URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/fotos-der-operation-geronimo-warum-wir-trotzdem-bilder-brauchen-1642470.html>. [Letzter Zugriff am 27.4.2018].
- Klonk, Charlotte (2017). *Terror. Wenn Bilder zu Waffen werden*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Mitchell, William John Thomas (2011). *Cloning Terror. The War of Images, 9/11 to the Present*. Chicago: University of Chicago Press. Deutsch von Michael Bischoff: *Das Klonen und der Terror. Der Krieg der Bilder seit 9/11*. Berlin: Suhrkamp 2011.
- Mitterhofer, Hermann (2016). *Das Repräsentations-Dispositiv. Narration, Gedächtnis und Pathos – zu den Bildern von 9/11*. Paderborn: Fink.
- Nacos, Brigitte L. (2016). *Mass-Mediated Terrorism. Mainstream and digital media in Terrorism and Counterterrorism*. Maryland: Roman & Littlefield.
- O'Loughlin, Ben (2011). Images as Weapons of War: Representation, Mediation and Interpretation. *Review of International Studies* 37, 1, 71–91.

- Paul, Gerhard (2004). *Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Visualisierung des modernen Krieges*. Paderborn: Schöningh.
- Reiter, Margit (2013). Vom Verschwinden der Tat. Narrative Deutungsmuster nach dem 11. September 2001 in Deutschland und Österreich. In: Ursula Henningfeld und Stephan Packard (eds.). *Abschied von 9/11? Distanznahmen zur Katastrophe*. Berlin: Frank & Timme, 35–62.
- Schmid, Alex P. und Janny de Graaf (1982). *Violence as Communication. Insurgent Terrorism and the Western News Media*. California: SAGE.
- Schulz, Martin (2005). *Ordnungen der Bilder. Eine Einführung in die Bildwissenschaft*. München: Fink.
- Transcript of Osama bin Laden videotape. In: Internetseite CNN. 13.12.2001. URL: <http://edition.cnn.com/2001/US/12/13/tape.transcript/>. [Letzter Zugriff am 1.5.2018].
- Virilio, Paul (1997). „Der Paparazzo, das sind wir“. Der Soziologe Paul Virilio über den Tod, die virtuelle Prinzessin und die Macht der Bilder. *Der Spiegel* 8.9.1997. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-8778996.html>. [Letzter Zugriff am 1.5.2018].
- Weichert, Stephan und Andreas Elter (2012). Terrorismus 2.0. Über die Propaganda der Tat im digitalen Zeitalter. In: Thomas Jäger (ed.). *Die Welt nach 9/11. Auswirkungen des Terrorismus auf Staatenwelt und Gesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS, 946–967.

Marlies Althöfer
Heinlenstraße 4
D-72072 Tübingen
E-Mail: marlies.althoef@gmx.de

Bettina Buhl
Mozartweg 3
D-88281 Schlier
E-Mail: bettina@buhl-online.net

Propagandistische Text-Akte, Text-Funktionen und funktionale Relationen: Theoretisch-konzeptionelle Überlegungen zu einem Analyseansatz*

Bernd Zywiets, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Summary. In order to construct a theoretical framework for the analysis of jihadi propaganda, propaganda can be defined as a specific type of ideological and persuasive communication that is realized in semiotic-textual form. After discussing rhetorics as an appropriate approach, we consider the potentials and limitations of speech acts for the description of jihadi propaganda. However, text functions and textual or rhetorical relations (as proposed for example in Rhetorical Structure Theory) prove to be more useful and adequate in regard of the multimodality and strategic composition of textual “elements”. On this basis, some thoughts on the role of propositional attitude in propaganda and ideas for our own analytical framework are presented.

Zusammenfassung. Für die theoretische Fundierung eines Analyserasters zur Untersuchung jihadistischer Propaganda definieren wir Propaganda als ideologisch-persuasive textuelle Kommunikation. Nach der Beschreibung von Rhetorik als geeignetem Ansatz betrachten wir in diesem Zusammenhang die Möglichkeiten und Grenzen der Sprechaktheorie. Text- bzw. Textelementfunktionen und -relationen werden anschließend als geeignetere Leitkonzepte vorgestellt, insofern sie die kommunikationsstrategische und multimodale Komposition von Propaganda besser erfassen. Überlegungen zur Rolle propositionaler Einstellungen und resultierende Systematik-Ideen für unsere Analyse werden abschließend präsentiert.

1. Einleitung

Dass Propaganda ein Gegenstandsbereich der Semiotik ist, ergibt sich bereits aus Harold D. Lasswells pointierter Definition, wonach Propaganda „the management of collective attitudes by the manipulation of significant symbols“ (Lasswell 1927: 627) sei. Selbst wenn nach wie vor die sozialempirische und psychologische Wirkungsforschung in diesem Bereich domi-

nant war und ist, ist – auch heute wieder – die Frage etwa nach dem Symbol- oder allgemeiner dem Zeichengebrauch durch (nicht zuletzt rechtsextremistische oder religiös-fundamentalistische) Propagandisten hochaktuell. Gibt es allerdings eine spezielle „Semiotik der Propaganda“, die bei der Analyse von Propagandatekten weiterhelfen kann? Die Frage ist ebenso zu verneinen wie der vorhersehbare Nutzen der Entwicklung einer solchen. Ein Grund ist, dass Propaganda weniger „Phänomen“ als ein Unterfangen ist, das auf etablierte mediale Formate und ihre Zeichenpraxen (etwa der Berichterstattung, der Erziehung, der Markenbildung und -entwicklung) anspielt und adaptiv zurückgreift. Selbst aber wenn wir uns bei der Untersuchung von Propaganda auf eine Mediengattung mit ihrer Semantik, Grammatik und vor allem Pragmatik konzentrieren – etwa der von Propagandavideos – ergeben sich Herausforderungen. Dies hat sich konkret in einer laufenden Forschungsunternehmung zur Untersuchung primär audiovisueller oder filmischer jihadistischer (also militant-islamistischer) Web-Inhalte erwiesen, aus der heraus dieser Beitrag entstanden ist und der entsprechend den Charakter eines theoretisch-methodischen Werkstatt- als Zwischenstandsberichts hat. Den Videos des sogenannten „Islamischen Staats“ (IS) müsste, so die Ursprungsüberlegung, etwa mit der Filmsemiotik nach Gräf u.a. (2014) zu begegnen sein – zumal Gräf u.a. eine *Einführung in die Analyse audiovisueller Formate* (so der Untertitel), also nicht nur in die des fiktionalen Spielfilms, offerieren. Tatsächlich befasst sich das Lehr- und Einführungsbuch – wie mal mehr, mal weniger auch andere (z.B. Peltzer und Keppler 2015; Mikos 2015; Keutzer u.a. 2014; Hickethier 2012) – unter anderem mit non-fiktionalen Gattungen und Genres, mit Werbespots, Musikvideos und Dokumentarfilmen. Deren Schwerpunkt liegt gleichwohl auf der „Sprache“ des westlichen Kinospiefilms, nicht zuletzt, weil diese bei allen historisch-poetischen Entwicklungen und Dynamiken (vgl. Bordwell u.a. 1985) am stabilsten und ausgefeiltesten ist. Gräf u.a. (2014) gehen zwar auf übergreifende Begriffe wie „Zeichen“, filmischer „Text“, „Bedeutung“ (Gräf u.a. 2014: 25–30) und „allgemeine Prinzipien der Bedeutungskonstituierung“ inklusive der Rolle von historisch-kulturellem Wissensbeständen (vgl. Gräf u.a. 2014: 43–70), Kontextadäquatheit (vgl. Gräf u.a. 2014: 399–400) oder „filmübergreifenden Systemen“ (vgl. Gräf u.a. 2014: 403–405) ein. Sie bieten für die Beschäftigung mit Propagandafilmen trotzdem nur ein Grundlageninstrumentarium mit beschränkter Anwendbarkeit. Das liegt weniger an format- und gattungsbasierten Homo- und Polysemien der Ausdrucksmittel oder den jeweiligen kommunikationssituativen Bedingungen. Etwa, wenn im Spielfilm typischerweise der Blick und das Sprechen direkt in die Kamera eine notorisch rare Illusionsstörung ist (das Durchbrechen der „vierten Wand“), in der Fernsehberichterstattung hingegen als parasoziale Zuschaueradressierung und Simulation einer Face-to-Face-Interaktion (vgl. Knappe und Ulrich 2014: 213) ein Normalfall. Für Propaganda ist dies nur indirekt erheblich, da sie keine eigene oder absolute Textsorte oder -gattung darstellt (vgl. Merten 2000: 161), sondern sich eben anderer zweckhaft bedient.

Das ruft bereits die Frage auf, was Propaganda ist oder genauer als was sie verstanden werden kann. Dies soll im nachfolgenden Abschnitt behandelt werden. Im zweiten geht es darum, inwiefern sich Rhetorik für Propaganda als geeigneter, ergänzender Untersuchungsansatz anbietet. Da hierbei der Fokus auf Textstrukturen und Texthandeln liegt, wird daran anschließend gefragt, inwiefern Sprech-, Bild-, Film- oder allgemeiner Textakte sinnvolle Analysekatégorien für Propaganda sind und welche Herausforderungen damit verbunden sind. Als Alternative zum kommunikativen Handlungsbegriff wird danach der Fokus auf Textfunktionen vorgeschlagen, um abschließend auf die damit verbundenen Erkenntnispotenziale auch für den Aspekt der Multimodalität von Text(element)relationen und der Idee der Rhetorischen Strukturtheorie (*Rhetorical Structure Theory*) einzugehen. Ziel ist, eine gebrauchstaugliche theoretische Grundlegung für einen möglichen Analyseweg audiovisueller Propaganda zumindest zu skizzieren. Untersuchungsgegenstand und theoretisch-begriffliches Instrumentarium erhellen sich dabei idealerweise gegenseitig.

2. „Propaganda“

Propaganda ist sowohl als Gegenstand wie als Bezeichnung problematisch. Das Wort selbst ist historisch stark belastet durch die ethisch-moralische Bewertung der Zwecke, die mit ihr verfolgt wurden, z.B. das Einschwören auf und Mobilisieren zum Krieg oder totalitäre menschenverachtende Ideologieprojekte – nicht zuletzt jenes des Nationalsozialismus. Daneben ist das Wort „Propaganda“ im Alltagsgebrauch pejorativ besetzt in Hinsicht auf den Mitteleinsatz, es wird assoziiert mit antiaufklärerischer, undemokratischer, rücksichtslos-egoistischer Täuschung und Lüge (also manipulativer Beeinflussung), meist ausgeübt durch eine verschwörerische Machtklique.

Statt weiter auf die Begriffs- und Theoriegeschichte der Propaganda samt ihrer Fülle heterogener Definitionsangebote und Abgrenzungsbemühungen gegenüber Termini wie „Agitation“, „Desinformation“, „Indoktrination“, „Public Relations“ oder „strategische Kommunikation“ einzugehen, sei hier dafür beispielhaft auf Starkulla jr. (2015), Arnold (2003), Welch (2003) und vor allem Bussemer (2008) verwiesen. Ansonsten wird in diesem Beitrag – unter anderem Arnold (2003) folgend – Propaganda relativ breit als *ideologisch-politische Kommunikation* verstanden, die strategisch und persuasiv intendiert an ein Massenpublikum gerichtet ist. Das bedeutet, dass Propaganda zumindest langfristig zur Etablierung, Durchsetzung oder Absicherung einer größeren weltanschaulich fundierten politischen, religiösen, sozioökonomischen oder sonstigen Ordnung oder Zielsetzung eingesetzt wird und dafür Haltungen, Sichtweisen und Einstellungen zu bilden, verändern oder stärken sucht. Propaganda ist häufig unaufrichtig hinsichtlich Quellen und Ziele, erfindet oder verzerrt Fakten und instrumentalisiert Emotionen und Vorurteile. Dies ist aber nicht zwangs-

läufig der Fall – man denke nur an die wenig missverständlichen und ‚verdeckten‘ Videobotschaften oder die Plakatsmotive der Weltkriege, die den Betrachter direkt adressieren und zu bestimmten Handlungen auffordern (vgl. Paul 2013: 285–317). Auch können ‚wahre‘ Informationen in Propaganda zum Einsatz kommen und Propagandisten durchaus selbst von den propagierten Inhalten überzeugt sein, mithin ist nicht unbedingt ein Schädigungs- oder Täuschungskalkül gegeben. So lässt sich mit Sheryl Tuttle Ross Propaganda generell als inhärent „epistemisch defekt“ („epistemically defective“) charakterisieren, also als „false, inappropriate, or connected to other beliefs in ways that are inapt, misleading, or unwarranted“ (Ross 2002: 23). Das setzt allerdings problematische Objektivitätskriterien und -standpunkte voraus. Auch ist fraglich, ob Weltanschauungen überhaupt sinnvoll derart qualifizierbar sind bzw. ob nicht Ideologie mit ihrer Naturalisierungstendenz und universellem Wahrheitsanspruch (vgl. Eagleton 2000: 39) per se als epistemisch defekt oder dysfunktional zu gelten haben. Gleichwohl stützt sich Propaganda in der Praxis eminent auf kommunikationsethisch problematische, allgemeine Formen der Manipulation (vgl. dazu Abschnitt 4).

Drei weitere, nicht unumstrittene Aspekte sind in puncto Propaganda hier ansonsten relevant. Erstens ist mit Propaganda in diesem Beitrag nicht lediglich die entsprechende Kommunikationsform oder -situation, sondern auch (und mehr noch) die für die Persuasionszwecke eingesetzten Texte als auch materielle Objekte gemeint. Dies ist ein eher ungewohnter Zug. Bussemer etwa erklärt, Propaganda sei „nicht dinglich“ (Bussemer 2008: 33), Flugblätter und Plakate nur „Artefakte“, die übrig blieben, wenn sich die „unsichtbare Propaganda längst verflüchtigt“ (Bussemer 2008: 33) habe. Das hält ihn freilich nicht davon ab, an anderer Stelle von der „Produktion“ und „Verbreitung“ von Propaganda zu sprechen (vgl. Bussemer 2008: 15), was distinkte Einheiten impliziert. Vorbild für die Ausweitung oder Fokussierung des Propagandaausdrucks auf die Texterzeugnisse liefert der Begriff „Werbung“, mit dem sowohl das System (die Werbeindustrie), die Handlung (das Werben) wie auch das Kommunikat (z.B. die Werbeanzeige) gemeint sein können.

Eine gewisse Scheu vor der Material- und Textdimension ist gleichwohl nachvollziehbar, insofern Propaganda – zweitens – keine klassische Textsorte oder Gattung (im Sinne etwa des filmischen Genres) darstellt. Quer zu etablierten, z.B. inhaltsbezogenen Kategorien kann Propaganda als Schulbuch und wissenschaftliche oder religiöse Abhandlung (etwa ein islamistisches Rechtsgutachten), als Spielfilm, Radioreportage, Musikstück, öffentliche Veranstaltung oder Internet-Mem in Erscheinung treten und sich quasi parasitär dieser Formate mit dem Publikum bemächtigen. Dies ist unter pragma- und soziosemiotischen Gesichtspunkten (vgl. Wulff 1999; van Leeuwen 2005) – und für daran anschließende Multimodalitätsuntersuchungen (vgl. Bateman 2008) – relevant, weil so oftmals Publikumskontrakte einseitig gebrochen und metarezeptive Bedeutungs- und Verständigungsressourcen angezapft werden (vgl. u.a. Mundhenke 2017: 15–38; van Leeuwen 2005: 128–131). Sinnvoll erscheint es vor diesem Hintergrund, Pro-

paganda nicht als kategorial zu begreifen, sondern Texte als graduell propagandistisch. Das Etikett „Propaganda“ hebt dann wahlweise auf die Perspektivierung des Textes ab: die seiner Verfasstheit als ideologisch-persuasiv bzw. der Betrachtung eines Textes als Propaganda. Oder es kennzeichnet jene Texte, die ein hohes Maß propagandistischer Intention, entsprechender Inhalte und Strukturierungen und/oder Effektivität auf ein ideal gedachtes Zielpublikum hin aufweisen, wie immer diese Maße im Einzelnen zu bestimmen sind.

Es bleibt, drittens, in dieser Konzeption der Terminus *Propaganda* wesentlich pragmatisch, das heißt, der Ausdruck designiert in erster Linie Handlungsbe- und -vollzüge, selbst wenn es um die Text- und Artefaktdimension geht und ob diese nun als Instrumente (Propaganda als Textfunktion) oder als Erzeugnisse des Propagierens aufgefasst werden.

3. Rhetorik

Wenn es darum geht, Propaganda als „Propaganda“ zu analysieren – also als entsprechende verfasste oder intendierte Texte in ihrem intentionalen persuasiv-strategischem Zusammenhang –, dann liegt der Rückgriff auf die (übermediale) Rhetorik als Praxislehre wie Theoriedisziplin erfolgsorientierter Kommunikation nahe.

Rhetorik überschneidet sich „mit verschiedenen Gebieten der Textsemiotik“ (Nöth 2000: 394), offenbart sich nach Umberto Eco gar „als zweites Kapitel der allgemeinen Semiotik (nach der Linguistik)“ (Eco 1987: 35). Umgekehrt sieht Knappe (2012: 39) neben unter anderem der modernen Handlungstheorie die Semiotik als allgemeinerhetorische Anschlussposition. Dies insbesondere hinsichtlich des „Orators“ (oder Rhetors), der über den Zeicheneinsatz ein bestimmtes *telos* verfolgt (vgl. Knappe 2012: 33–35). Der Rhetor ist dabei allgemein als textproduzierende und -einsetzende Kommunikatorinstanz zu verstehen und kann also auch ein kollektiver oder kooperativer Akteur sein, etwa eine Fernsehredaktion (vgl. Ulrich 2012: 91) oder eine der Medienstellen des IS. Den Text als Zeichenkomplex fasst Knappe als instrumentell und funktional für die Ziele des Rhetors auf, mithin die „Entfaltung der Bedeutungsdimension“ (Knappe 2012: 108–109). Die rhetorischen Texte schreiben sich laut Knappe nicht selbst, sondern sind „Repräsentationen eines vorgängigen Bewusstseinsprozesses“ (Knappe 2012: 109). Zumindest interessieren sie, rhetorisch betrachtet, nur dahingehend. Der Redner und sein Anliegen sind ihnen quasi implementiert (vgl. Knappe 2012).

Wie sich diese anti-poststrukturalistische Sichtweise für die Analyse von Propagandavideos eignet, liegt auf der Hand. Erste analytische Schritte auch im Themenfeld Jihadismus (vgl. Oualla 2012) sind vielversprechend. Zugleich erstaunt es doch, wie selten Rhetorik als expliziter Basisansatz für Propagandaanalysen dient, auch wenn natürlich etwa rhetorische Analysen der Reden Adolf Hitlers (vgl. z.B. Plöckinger 1999) vorliegen. Auch

auf dem neueren Feld der dedizierten Filmrhetorik werden z.B. die Werke Sergej Eisensteins (freilich auch wegen ihrer artistischen Qualität und Wertschätzung) als Beispielmaterial verwendet (vgl. Joost 2008; Schmitz 2016). Dass die Begriffe Propaganda und Rhetorik relativ selten gemeinsam auftreten, mag mit dem institutionellen Niedergang des Fachs Rhetorik und seiner Aufteilung auf verschiedene andere, z.B. philologische Disziplinen zum 19. Jahrhundert hin (vgl. Ueding und Steinbrink 2011: 1–2) zusammenhängen – just also in jener Epoche, in der sich die moderne Propagandapraxis und -theorie zu entwickeln begann. Wenn es zudem darum geht, auch etwa unbewusste oder historisch-symptomatische Bedeutungen oder Sinndimensionen z.B. hermeneutisch zu erschließen, ist eine wirkungs- oder einflussreiche Perspektive der Rhetorik eher hinderlich. Oder ihr wird gleich die moderne empirische Medienwirkungsforschung vorgezogen. Die Konzentration auf die konkrete, geplante und effektive Ausgestaltung der Kommunikation (und ihrer Texte) macht die Rhetorik zugleich anschlussfähig an die bedeutende filmanalytische Schule des Neoformalismus, die prominent mit dem Namen David Bordwell (Bordwell 1985; Bordwell 1994; Bordwell u.a. 1985; Bordwell u.a. 2017) verbunden ist. In ihrem Dreiklang aus historischer Poetik, Kognitionstheorie (vor allem hinsichtlich der rezeptionsseitigen Bedeutungsgenerierung) und formalistischer Einzelfilmuntersuchung wendete sich dieser Middle-Level-Forschungszugriff explizit gegen die ihrer Zeit dominierenden psychoanalytischen, marxistischen und poststrukturalistischen sowie gegen hermeneutische Ansätze (vgl. Bordwell und Carroll 1996; Thompson 1995; Hartmann und Wulff 1995). Für die rhetorische Perspektive ist der Neoformalismus zur Beschreibung der filmischen Gestaltung, ihrer Verfahren und deren Funktionen überaus nützlich, zumal auch bei ihm der Begriff des „Stils“ oder die Produktions- als Vertextungspraxis eine zentrale Rolle spielt. Rhetorik und der sich unter anderem auf Viktor Šklovskij beziehende Neoformalismus teilen zudem die deviationspoetische (oder -rhetorische) Idee der kodepragmatischen Normalformen und der ‚semantischen‘ Abweichungen davon. Allerdings geht es im Neoformalismus stärker um angebotsstrukturelle künstlerische Bedeutungskreation und Defamilisierungsstrategien. Hier wird dann auch einmal mehr die bereits erwähnte Engführung auf den Spielfilm als Restriktionen deutlich, allerdings nicht nur unter dem Gesichtspunkt differenter oder divergierender Codes. Was der Filmformalismus für eine Untersuchung von Propagandavideos nicht bietet, lässt sich gleichwohl durch ergänzende Quellen etwa zu profilmischen Zeichensystemen und ihren Standards oder jenen der Werbung und des Fernsehjournalismus ergänzen. Konkret meint das einerseits Unterweisungsliteratur wie Hand- und Lehrbücher, die das überlieferte Vertextungspraxiswissen bereitstellen, andererseits medien-, mediengattungs-, tätigkeits- und branchenspezifische Rhetoriken (z.B. Scheuermann und Vidal 2016; Joost und Scheuermann 2008; Hill und Helmers 2004; Knappe und Ulrich 2014; Lehn 2011; Deiters 2005).

4. Sprech- als propagandistische Textakte

Von der Definition her wie als Unterfall rhetorischer Kommunikation, deren Effekt die „handlungstheoretische Seite der Äußerung im Sinne der Sprechakttheorie“ (Knappe 2005: 144) betrifft, ist Propaganda primär als persuasives Agieren zu verstehen. Insofern es auf einen „Wechsel bei Urteilen, Einschätzungen und Haltungen“ (Knappe 2005: 144) abhebt, geht es in diesem Zusammenhang weniger um die Handlungsvollzüge der Rezeption oder der rhetorischen Produktion, bei der gerade den Produktionsstadien wie der Intellektion, Invention, Disposition oder Elokution Aufmerksamkeit geschenkt werden (vgl. hierzu im Rahmen der Bildrhetorik Knappe 2005: 145–146; Stöckl 2014: 386–388). Ins Zentrum zu stellen ist vielmehr, was vermittels des sprachlichen Äußerns, dem Präsentieren von Bildern (vgl. Schöttler 2013; Seja 2009; Schmitz 2007) bzw. visuellen und auditiven ikonischen Zeichen (vgl. im Kontext des Fernsehjournalismus Renner 2007: 175–207) illokutionär *g e t a n* wird. Insofern sich Propaganda nun neben den ideologischen Aussagen und Gehalten (vom Narrativ und „Mythos“ bis zur Wort- und bildmotivischen Konnotation) über die anvisierte Perlokution (das erfolgreiche Überzeugen oder Beeinflussen) bestimmt, lässt sich fragen, welche kommunikativen Texthandlungen dafür einschlägig sind. Das heißt, inwiefern die Anwendung der Sprech- und Bildaktsystematik auf Propagandavideos gewinnbringend ist und ob, umgekehrt, konkretes Propagandamaterial als komplexer Testfall für die Texthandlungstheorie fungieren kann.

Es verwundert im Ergebnis allerdings kaum, dass die von uns gesammelten und voruntersuchten Videos sowie andere IS-Materialien – z.B. Paratexte wie Online-Werbebilder und -Poster zu den Filmveröffentlichungen im Netz oder das digitale Magazin *Dabiq* – keine fundamentale taxonomische Innovation von Textakten nahelegen. Zu elementar und allgemein ist etwa John R. Searles Klassifikationsschema illokutionärer Akte (Assertive, Deklarative, Kommissive, Expressive; vgl. Searle 1979: 1–29), das sich nicht umsonst auch auf andere Kommunikationsmodi, z.B. Bilder, übertragen lässt (vgl. Schmitz 2007: 423–430). Für die Analysearbeit erweisen sich solche vorgegebenen Klassen als instruktiv, unter anderem bei der Einordnung und Bewertung bestimmter Textelemente. Schmitz etwa weist an seinem Beispiel, einer Autowerbung, darauf hin, dass letztgenannte Deklarative etwa in Form der Verwendung eines Firmenlogos als eine Art Gewährsmarkierung vorkommen können (vgl. Schmitz 2007: 429). Wie das Design von Nachrichtensendungen und Sendern als „korporative Ethosdarstellung“ (Ulrich 2012: 222–293) können solche Elemente Authentizität, Glaubwürdigkeit oder andere Markenqualitäten signalisieren, mehr aber noch identifikatorische Urhebererschaft und damit eine gewisse Auslegungs- und Verfügungsmacht symbolisch *f e s t s t e l l e n*. Das lässt sich auf die animierten Intro-Logos und die Quellenkennungen (die eingeblendeten Signets) der IS-Medienstellen übertragen. Sie kennzeichnen das Video als das ihrige und dabei auch appropriierte Material aus fremden Quellen, das eingewoben wurde. Zudem wird über die Wiedererkennbarkeit, aber eben auch

über die Geste des Deklarierens, eine gewisse Konstanz, Befähigung und damit Stabilität und institutionelle Seriosität als Medienmarke zu suggerieren gesucht. Das wiederum verleiht dem extremistischen Projekt – hier dem „Kalifat“ auf dem Territorium Syriens und Iraks – den Anschein von Normalität und Geltung: Ein Staat, der neben Territorium, Verwaltung und Militär über ein eigenes Rundfunksystem verfügt.

Bei allem Nutzen der Sprechaktkonzeption zeigen sich für uns allerdings auch – freilich längst bekannte und angegangene – Limitationen. Das betrifft zum einen den Umstand, dass sich die linguistischen Akktypen nur sehr allgemein oder in Teilen auf andere Modalitäten übertragen lassen (z.B. was das Assertive von Bildern betrifft). Zum anderen tut sich die Sprechakttheorie nach wie vor schwer, jene kommunikativ-situativen Fälle zu modellieren, die typisch für Propaganda und – neben den vermeintlich anti-rationalen affektiven, pathetischen oder aber quasi gewalttätigen Überzeugungsmitteln – ethisch und moralisch so herausforderungsreich sind.

Es handelt sich bei besagten Fällen um die der Manipulation und, davon als Unterfall einordbar, der Lüge (vgl. hierzu wie im Folgenden u.a. Meibauer 2011; Reboul 1994; Castelfranchi und Poggi 1994; van Eemeren und Grootendorst 1984). Manipulation definiert Árvay (2004) neben Persuasion als Subkategorie der (sozialen) Beeinflussung, anders als wir, die wir rhetorische Beeinflussung und Persuasion weitgehend gleichsetzen und Manipulation als eine Unterklasse davon ansehen.¹ Als die vier Strategien der Manipulation macht Árvay aus:

(I) withholding certain propositions, (II) informing without ostensive communicative intention to the intended addressee, (III) using linguistically and logically correct elements that force an unconditional and unquestioning agreement and (IV) using fallacious argumentation (Árvay 2004: 231).

Ohne weiter direkt auf Árvays Typologie einzugehen (vgl. dazu Árvay 2004: 239–242), lässt sich sagen, dass mit ihr die pragmatischen, für die Propagandaanalyse relevanten Problemaspekte relativ weit adressiert sind. Es ließe sich allerdings überlegen, ob nicht rhetorische Figuren oder bestimmte audiovisuelle Gestaltungsverfahren und Stil-Imitationen (z.B. schein-authentische dokumentarische Handkamera) als eigener Strategiefall oder als Art tendenziöses Ausdeuten von Sachverhalten mit zu erfassen wäre. Das würde den Manipulationsbegriff allerdings stärker über die *l o g o s*-Dimension hinaus erweitern.

Betrachten wir die illokutionär-perlokutionäre *F a l s c h h e i t* und *U n v o l l s t ä n d i g k e i t* näher. Sie drücken sich auf der (1) Ebene des Sachbezugs aus a) in der Vergabe falscher, als unwahr eingestufter oder für den Sprecher (Orator/Propagandisten) nicht validierter Information und/oder b) in dem Zurückbehalten relevanter faktualer Informationen. In beiden Fällen gilt, dass der Adressat um den „epistemisch defekten“ Status des Informationsgehalts nicht weiß und wissen soll. Auf der (2) metakommunikativen Ebene werden dazu analog die wahren a) Texthandlungsziele und/oder b) Textadressaten nicht offengelegt und/oder die jeweils falschen impliziert oder expliziert. Gera-

de dieser verdeckte, indirekte Adressatenbezug als strategisches Mittel ist maßgeblich für bestimmte Formen der Desinformation. So können extremistische Propagandisten als indirekte Wirkung ihrer Texte und deren Distribution „Third-Person“-Wahrnehmungsfolgen (vgl. u.a. Dohle 2017) als für ihr Anliegen (z.B. die Verunsicherung einer Gesellschaft) vorteilhaft mit einplanen: die Überschätzung der Wirkung von Propaganda auf andere (insbesondere das Zielpublikum) und daraus resultierende Überreaktionen (etwa Zensur).

Das sprech- oder textakttheoretische Problem bei diesen Fällen von Manipulation ist nicht so sehr, dass es sich um indirekte oder verdeckte Akte (vgl. Asher und Lascarides 2001; Attardo 1999) handelt, sondern dass sie innerhalb des theoretischen Systems, z.B. im Falle des Lügens (vgl. Reboul 1994: 296–297), zu konditionalen widersprüchlichen Beschreibungen führen können oder sich zunächst von anderen Akten (der Assertion) formal nicht unterscheiden. Für eine Bestimmung von Propaganda ist das unbefriedigend, gar heikel, denn hier ist Kontextwissen über ‚wahre‘ kommunikative Kalküle und Absichten der rhetorisch Agierenden konstitutiv. Ein solches Wissen ist aber oft nicht vorhanden, notorisch spekulativ oder unzuverlässig, etwa weil es selbst qua Haltung oder politischer Agenda motiviert oder verzerrt ist. Ein fundamentales Problem im soziokulturellen wie politischen Umgang mit Propaganda, das dynamische und dialektische Wechselspiel von kommunikativem Verschwörungshandeln und paranoidem Verschwörungsdenken, gründet zum Teil hierin.

Aus diesem Grund, um stärker bei dem konkreten Videomaterial als zentralem Untersuchungsgegenstand zu bleiben sowie um dessen multimodale Komplexität und die semiotische wie rhetorisch-pragmatische Gesamtstruktur angemessener zu berücksichtigen (vgl. Abschnitt 6), wurden (und werden im Folgenden) Textfunktionen als theoretisches Leitkonzept betrachtet.

5. Text(element)funktionen

Illokutionen und Textfunktionen sind eng miteinander verwandt, können bisweilen auch synonym verwendet werden (vgl. dazu etwa Brinker 2005: 100), vor allem, wenn wir Sprech- vorrangig als Kommunikationsakte verstehen. Alternativ lassen sich Sprechakte gerade in unserem Zusammenhang auch als ein Funktionstyp konzipieren, der durch andere kognitive und interaktive Operationen gestützt und vorbereitet wird. Anders etwa als Stöckl (2011: 55) sehen wir Funktionen (terminologisch) auch auf der Ebene der Form und des Inhalts, der Kohärenzbildung, der Organisation ästhetisch-sinnlicher Erfahrung und der Themenstrukturierung. Einen weiteren Unterschied zwischen Funktion und Handlung formulieren Harris u.a. (2018), wenn sie in ihrem Abriss der Sprechakttheorie-„Familien“ Funktionalismus und Intentionalismus gegenüberstellen:

Both perspectives maintain that a speech act is characterized by the effect that it is the act's purpose to have. But whereas intentionalists think that a communicative

act's purpose derives from the intention with which it was performed, functionalists think that a speech act at least sometimes has a purpose that derives from some other, less agential source (Harris u.a. 2018: 8).

Der Funktionsbegriff selbst lässt sich über mehrere Disziplinen (Ethnologie, Soziologie, Sozialtheorie, Literaturwissenschaft) zurückverfolgen, etwa zu Roman Jakobson, Bronisław Malinowski oder Karl Bühler mit seinem trifunktionalen Organon-Modell (Ausdrucks-, Darstellungs- und Appellfunktion des Zeichens) (vgl. Bühler 1999; zu Theoriehistorie Beck 1980: 143–216; zum Funktionalismus in Linguistik und Semiotik van Leeuwen 2005: 75–78). Von Malinowski (1985), Bühler und Jakobson (1975) über M.A.K. Halliday (1974) und seiner systemisch-funktionalen Linguistik zieht sich eine Linie zu Kress' und van Leeuwens Theorie und Forschung in den Bereichen Sozialesemiotik, Multimodalität und Visuelle Grammatik (Kress und van Leeuwen 2006, 2001; Kress 2010; van Leeuwen 2005). In unserem Zusammenhang ist der Begriff der Textfunktion relevant, wie ihn etwa Brinker (2005), Schröder (2003) (der sich u.a. auf Brandt und Rosengreen (1992, 1991) stützt) oder Fritz (2013) entwickeln. All diesen Autoren geht es primär um schriftsprachliche Texte, doch wie bei der Sprechakttheorie liegt die Übertragung auf andere sinnesmodale, mediale und semiotische Zeichensysteme nahe.

Brinker (2005: 88) beschreibt Textfunktionen als „ein Zweck, den ein Text im Rahmen einer Kommunikationssituation erfüllt“ und, spezifizierter, als erkennbare Auffassungsinstruktion für die Rezipienten, damit als Bestimmung des „Kommunikationsmodus des Textes“ (Brinker 2005: 100–101). Die fünf textuellen Grundfunktionen sind ihm zufolge Informations-, Appell-, Obligations-, Kontakt- und Deklarationsfunktion (vgl. Brinker 2005: 107–130). In Teilen lehnt sich Brinker damit an Searles Sprechakttypologie an, im Falle der Kontaktfunktion offenbar an Malinowskis und vor allem Jakobsons Idee des Phatischen („Herstellung und Erhaltung des persönlichen Kontakts“ – Brinker 2005: 127).

Wenn nun der rhetorische Textemittent versteckte Absichten verfolge, die von der Textfunktion abweichen – wenn also beispielsweise durch einen Nachrichtenbeitrag nicht nur informiert, sondern auch eine bestimmte Deutung und Wertung von Ereignissen oder Personen etabliert werden soll – so ist dies Brinker für die Bestimmung der Funktion unerheblich. Für sie „ist allein entscheidend, was der Emittent zu erkennen geben will, indem er sich auf bestimmte Regeln (Konventionen) sprachlicher und kommunikativer Art bezieht“ (Brinker 2005: 101). Die Enthüllung verborgener (oder unbewusster) Absichten hänge davon ab, ob a) der Text selbst oder b) der Vergleich mit anderen Texten entsprechende Indizien liefere, oder ob c) Zusatzinformationen zum Emittenten vorlägen (vgl. Brinker 2005: 101). In dieser (Selbst-)Restriktion der Funktionalität als Konzentration aufs mediale Material zeigt sich eine Parallele zum filmanalytischen Neoformalismus und dessen Hinwendung zum gestalteten empirischen Textobjekt (vgl. Abschnitt 2). Das Ausblenden geheimer Zielsetzungen und strategischer Berechnung

lässt sich bei Illokutionen hingegen weniger legitimieren, weil sie als Handlungsakte sinnbezogen sind und sich auch über propositionale Einstellungen, hier zu verstehen als innere Einstellung zum Gehalt der Äußerung, definieren.

Problematischer mutet denn auch zunächst an, dass Brinker Textfunktion als singulären (Haupt-)Sinn oder Zweck des Gesamttextes versteht (vgl. Brinker 2005: 88). Insofern es hier freilich um die signalisierte Funktion (Brinker 2005: 88) geht – was für den rhetorisch-semiotischen Aspekt der Gattung oder des Genres fruchtbar ist – ist das als terminologisches und definitorisches Detail vernachlässigbar, zumal spätere Autoren den Begriff der Funktion quasi eine Hierarchiestufe herabsetzen und von einer Funktionspluralität ausgehen. Die rekurriert freilich in erster Linie auf den Text als Integrations- und Leistungssystem. Fritz (2013) etwa spricht von „funktionalen Textbausteinen“, die jeweilige kommunikative Aufgaben erfüllen. Das lässt sich auf die verbreitete, wenngleich wenig definierte, geschweige denn theoretisierte Verwendung des Funktionsbegriffs bei der Untersuchung von Textbestandteilen und Einzelstrukturen in Bezug auf das textuelle Ganze (bis hin zum ‚Gesamtkunstwerk‘) oder aber im äußeren gesamt kommunikativen Zusammenhang übertragen. Dementsprechend ist es eine Frage der Perspektive, des Bezugsrahmens und des Erkenntnisinteresses, worauf mit dem Begriff der Funktion abgestellt wird.

Für die spezifische Frage nach der propagandistischen Rhetorik – doch nicht nur für sie – sind grob drei Bereiche differenzierbar. Erstens der kommunikative Gesamtzusammenhang, in dem die Medientexte als Einheit eingesetzt werden. Das meint weniger die Aufführungs- bzw. Darbietungsrahmen und -situationen (z.B. die soziale, kulturelle und apparative Rezeptionslokation: die Internetplattform; das Handy in der S-Bahn oder das Notebook im Partykeller unter Freunden), sondern die prozessuale, strategische „Intexion“ („Einflechtung des produzierten Instruments [...] in humankommunikative Interaktionsprozesse [...]“ (Knape 2005: 142)).

Zweitens sind binnentextuell zu unterscheiden:

- a) jene ‚Zuarbeiten‘ im Sinne der propagandistischen Effektivität und Effizienz (rhetorische Zwischen- und Unterstützungsfunktionen oder Unteraufgaben), die die dominante Hauptfunktion organisieren, sowie
- b) jene Struktur- und Organisationsfunktionen, die ohne direkte Zweckhaftigkeit für das spezifische Überzeugungsziel den Text zur einer ‚wohlgestalteten‘ (z.B. kohärenten), idealverständlichen oder generisch adäquaten Einheit formen oder in sonstiger Weise zu seiner rezeptionsästhetischen Qualität beitragen.²

Als rhetorische Zwischen- und Hilfs- oder Stützungsfunktionen (2a) lassen sich beispielsweise solche Elemente und Verfahren fassen, die die sachargumentative (l o g o s), emotionale-affektive (p a t h o s) oder auf das Rhetor-Image bezogene (e t h o s) Wirkung steigern, modulieren oder ergänzen (gegebenenfalls dabei auch in der empirischen Wirkung: aufgrund von

Fehlkonstruktionen konterkarieren).³ Da diese Modellierung eine hierarchische, auf Kohärenz angelegte Ordnung teilverbundener Funktionskoppe-lungen vorsieht, ist hier die von Bateman (2008: 143–174) als Beschreibungsmethode für multimodale Texte vorgeschlagene *Rhetorical Structure Theory* (Theorie rhetorischer Strukturen) anschlussfähig und ergiebig. Diese selbst kann dabei in ihrem Aussagebereich auf die persuasive Strukturverfasstheit des Textes erweitert werden (siehe Abschnitt 6).

Die unterschiedenen Funktionsdimensionen sind nicht exklusiv, und sicherlich hat etwa ein handwerklich gelungenes Design immer auch Auswirkung auf das Überzeugungspotenzial (zumal die Form die Wahrnehmung des Inhalts, wenn nicht den Inhalt per se, stets mit determiniert). Diese Trennung ist gleichwohl zweckdienlich, um unter anderem binnentextuelle Funktionskonvergenzen, -konflikte oder -widersprüche, -ketten, -cluster und -rangfolgen zu rekonstruieren. Zudem hilft die Einteilung, analysepragmatisch zwischen semiotischer Überdetermination und hermeneutischer Überinterpretation zu vermitteln.

Ein IS-Video bildet nun nicht nur ein funktionales Kompositions- und Handlungssystem, sondern besteht aus einer unterschiedlich bestimm-baren Menge von Teiltexten oder Textelementen.⁴ Der Begriff „Textelement“ meint dabei sehr weitgefasst jede sinnvoll strukturell ein- und abgrenzbare, syntaktische und – jenseits des propositional-referenziellen Abbildens – semantisierbare Einheit. Beispiele sind die Sequenz eines Videos, eine Redepassage oder die durchgängige Musikuntermalung auf der Tonspur, der Schrifttextabsatz einer Magazinseite, Bilder, Bildstrecken und grafische Teilbereiche eines Bildes. Diese Textelemente können selbst als eigenständige (z.B. eben Bild-)Texte und mithin ihre eigenen unterschiedlichen Funktionen und Funktionsebenen untersucht werden.

Auf dieser Basis lassen sich nun auch unterschiedliche Medienformen mit ihren generischen Konventionen oder Leistungskapazitäten der Zeichensysteme und Sinnesmodalitäten gesondert bestimmen (vgl. z.B. Stöckel 2011: 48–50). Oft zumindest an den etablierten Kernklassen oder der Terminologie der Sprechakttheorie orientiert finden sich in der Literatur dann unterschiedliche Einteilungen allgemeingültiger Funktionen.

Für (Medien-)Bilder identifiziert Knieper (2005) beispielsweise dreizehn Bildfunktionen:

- interpretative (Deutungsrahmung für umgebende Texte)
- darstellende (Veranschaulichung)
- wissensgenerierende (Bereitstellen von Informationen)
- erklärende (Rekonstruktion, Instruktion usw.)
- dekorative (Schmuck- oder Designelemente)
- organisierende (Strukturierung von Zusammenhängen, Zeitverläufen und Ähnliches)
- authentisierende (Illusion von Primärerfahrung)
- dokumentarische (Journalismus)
- emotive (Erregung, Anteilnahme, Empathie u.a.)

- kommentierende (Stellungnahme, Kritik und Kontrolle u.a.)
- unterhaltende (Rekreation, Erholung u.a.)
- aktivierende (Assoziationen, Herstellen von Beziehungen u.a.)
- motivierende (ökonomisch: Exklusivität, Originalität und technische Qualität hinsichtlich der Attraktivitäts- und damit Absatzsteigerung des Mediums als Produkt)

Was den Einsatz von Musik in Filmen betrifft, führt Weindl (2013: 62–73) wiederum folgende Einsatzzwecke an, wobei einige Benennungen potenziell missverständlich sind (unter Persuasion ist hier beispielsweise weniger eine filmische Überzeugung oder ‚Verführung‘ als die Erleichterung des immersiven Einstiegs ins Leinwandgeschehen gemeint; vgl. Weindl 2013: 63–64).

- Genrekennzeichnung
- persuasive und pragmatische Funktion
- syntaktische Funktion (meint vor allem: Strukturierung)
- hermeneutische Funktion:
- Paraphrasierung
- Polarisierung
- Kontrapunkt
- affektiver Einbezug
- Musik als Zertifikat (Orientierung bei Zeit und Ort der Handlung auf der Leinwand)
- musikalisches Zitat

Überschneidungen wie Abweichungen sind hier wie mit anderen Einteilungen – z.B. Doelker (2001) für Bilder, Wolff (1996: 258–282) für filmische Geräusche – unschwer erkennbar. Wiederkehrend finden sich beispielsweise Darstellung/(Re-)Präsentation (Gegenstandsbezug) und ‚sinnliche‘ Attraktivität (Schmuck, Dekoration als Text-Rezipienten-Vermittlungsbezug). Allerdings laufen derlei umfassende und dabei häufig unsystematische Aufstellungen textueller Handlungsleistungen Gefahr, verschiedene Arten der etwa pragmatischen-funktionalen und semantisch-inhaltlichen ‚Bedeutung‘ zu vermengen.⁵ Ein Grund dürfte sein, dass Funktionen oft losgelöst voneinander oder nur pauschal auf die Gesamtstruktur oder deren kommunikative Zusammenhänge bezogen vorgestellt werden. Vorbeugen kann hier eine Fokussierung auf die konkreteren, funktionalen Beziehungen zwischen den – vor allem intermedialen – Textelementen. Das eröffnet auch einen Zugang zur und schärft den Blick auf die multimodale Konstitution und Komplexität der Texte, wie sie für die rezeptive Effektivität relevant ist.

6. Text(element)relationen, Multimodalität, Rhetorical Structure Theory

Laut Stöckl (2011: 45) sei Multimodalität „ein vielleicht hochtrabender und vager Begriff für ein vergleichsweise einfaches und alltägliches Phänomen“:

die integrative Zusammensetzung des semiotischen Gesamttextes aus verschiedenen Zeichensystemen (vgl. Stöckl 2011). Praktisch jeder Text ist multimodal. Sogar reine Schrifttexte weisen über piktorale Eigenschaften der Typografie oder das Layout weitere Bedeutungsebenen neben der sprachlich-symbolischen auf, die sich gegenseitig beeinflussen. (Hierzu wie generell zur Multimodalität als Gegenstand und Ansatz vgl. u.a. Bateman u.a. 2017; Bateman 2008; O'Halloran 2004; Kress 2010). Die multimodale Charakteristik ist für unsere Untersuchung der IS-Videos besonders bedeutsam, handelt es sich doch bei Filmen um „ideale Exemplare multimodaler Kommunikate“ (Schneider und Stöckl 2011: 18). Geht es allerdings um die auch pragmatische Wechselbeziehung einzelner medialer Text(element)arten, ist besonders ausgiebig die (Schrift)Text-Bild-Relation thematisiert worden, neben der Textlinguistik etwa in der Pädagogik und Informatik bzw. Computer- und Bild-Linguistik (vgl. etwa Henning und Ewerth 2018; Bateman 2014; Martinec und Salway 2005; Muckenhaupt 1986; Levie und Lentz 1982; für das Sprache-Bild-Verhältnis im TV-Journalismus Wojcieszak 2009; Renner 2011, 2001; Piazza und Haarman 2016).

Relationen können selbst als Funktionen betrachtet werden. Allerdings ist unser Begriff der Relation metafunktional, da er einen unbestimmten Zusammenhang zwischen Elementen – der auch den Wert „Null“ haben kann – bezeichnet. Dies ist Voraussetzung für Funktionen. Umgekehrt sind Elemente informationslogisch als Relata „merely *differentiated entities*“ (Floridi 2011: 354, Hervorhebung im Original) und über die Relation instanziiert. Rein aus Gründen der Praktikabilität klammern wir die Frage der Eigenschaften (Symmetrie, Reflexivität, Transitivität) aus und konzipieren Element-Relationen als zweistellig (also als Beziehung zwischen jeweils nur zwei Elementen). Komplexere Sachverhalte und notwendige Differenzierungen erfassen wir vor allem über Relationstypen und -attribute sowie die erwähnten Auffassungen von Texten als immer auch potenziellen Textelementen und vice versa. Über dieses einfache Relationsmodell und dem sehr allgemeinen Relationsbegriff beziehen wir verschiedene Modalitäten und Kodalitäten, aber auch so Unterschiedliches und ansonsten Separiertes wie Bildkomposition, Filmmontage oder Intertextualitätsbezüge aufeinander. Auch formalisieren wir damit ‚ontologische‘ Positionen, z.B. intradiegetische, abgebildete Schrift vs. Schrifteinblendung oder die Darstellungsrelationen „blending“ und „embedding“ (vgl. Bateman u.a. 2017: 127). Die Herausforderung liegt natürlich in der Festlegung der Kategorien und Ausprägungen sowie der Frage, inwiefern diese tatsächlich sinnvoll medien- und modalitätsübergreifend sind oder wie abstrakt (oder: ‚metaphorisch‘ – und damit selbst quasi rhetorisch) sie eingesetzt werden dürfen. Es ist also etwa zu reflektieren, dass beispielsweise McQuarries und Micks (2003) Taxonomie rhetorischer Figuren in der Werbung oder genauer: ihre funktionalen Basisoperationen Wiederholung, Umkehrung, Ersetzung, Destabilisierung als auswählbare Typen von Relationen vorliegen, dass diese Operationen aber ebenso selbst kognitiv-interpretativ durchgeführt werden, wenn es um die Ausdeutung und Anwendung der verfügbaren, zwangsläufig

fig abstrakten Einordnungsmöglichkeiten auf den konkreten Einzelfall geht. Allerdings liegt bereits eine Fülle von Vorarbeiten vor, auf die wir uns stützen können. Schon beginnend mit Roland Barthes (Gleichwertigkeit/Ungleichwertigkeit; bei letzterem Verstärkung oder Abschwächung – vgl. Bateman 2014: 31–36) finden sich hierzu Entwürfe. Renner (2011: 29) unterscheidet relativ einfach im Verhältnis zwischen TV-Bildebene und Sprachkommentar („Text“) a) starke und b) schwache „Text“-Bild-Bestätigung, c) „Text“-Bild-Widerspruch sowie d) fehlender filmischer „Text“-Film-Denotatsbezug. Die Idee der Unterstützung und Hierarchisierung findet sich häufig, etwa bei Piazza und Haarman (2016), die eine Stufenfolge von „Text“-Bild- zu Bild-„Text“-Formation unterscheiden: „Text“-Bild-Verbund in der On-Screen-Ansprache; „Text“ behandelt Bild; visuelle Illustration des „Textes“; Bedeutungsergänzung des „Textes“ durch Bild; künstlerische (oder besser rhetorisch-figurale) Konjunktion beider Spuren. Mit Letzterem ist gemeint, dass auf Bildmotive auf der Sprachebene ironisch-metaphorisch angespielt wird. Renner wie Piazza und Hartmann zeichnet dabei aus, dass sie ihre Systematik am Alltagsmaterial entwickeln oder daran überprüfen. Gleichwohl bleibt etwa bei Renner unklar, was die Kriterien für eine starke oder schwache Zuordnung sind. Hier zeigt sich die erwähnte Relevanz der unterschiedlichen, u.a. referenziell-designatorischen, Kapazitäten und des unterschiedlichen semantischen Determinationsgrads verbaler, auditiver und visueller sowie sprachlicher Modi.

Neben solchen Variationstypologien finden natürlich auch ein- oder mehrstufige Sortierungen, die den Handlungs- oder Funktionsbegriff zugrunde legen. Letzteres ist der Fall bei Marshs und Whites (2003) neunundvierzig metaanalytisch gesammelten und teils sich überschneidenden Relationsarten und -unterarten in drei Hauptgruppen (geringe, enge und überschreitende Bild-zu-Schrifttext-Beziehung). Für unsere eigene Systematik als rhetorisch-funktionales Teilanalyseraster wurden diese und weitere Sprechakt- und Funktionsordnungen ausgewertet, partiell kondensiert und am IS-Material überprüft. Des Weiteren zogen wir die Arbeit des Instituts für Deutsche Sprache zu deutschen Kommunikationsverben (Harras u.a. 2008) und den Relationen und ihre Definitionen der Rhetorical Structure Theory heran.⁷

Die Rhetorical Structure Theory (RST) wurde von dem Computerlinguisten William C. Mann sowie den Sprachwissenschaftlerinnen Sandra A. Thompson und Maite Taboada entworfen und entwickelt (vgl. u.a. Mann und Thompson 1988; Taboada und Mann 2006). Eingesetzt wird sie vor allem im Bereich der Diskursanalyse und der Human-Computer Interaction und dient als Beschreibungs- und Untersuchungsansatz für den strukturellen Kohärenzaufbau von Schrifttexten qua parataktischer und hypotaktischer „rhetorischer“ Relationen. Diese realisieren die „rhetorische“ Kommunikationsfunktion, wobei „rhetorisch“ hier quasi ‚argumentationsstrukturell‘ bedeutet.

Als Relata der Beziehung werden Einheiten, etwa Satzteile, entweder als „Nukleus“ (N) oder als „Satellit“ (S) eingestuft: Nuklei tragen zum kommunikativ-rhetorischen Ziel bei, die abhängigen Satelliten unterstützen sie quasi dabei. Die mittlerweile über zwanzig Relationsdefinitionen sind inklu-

sive ihrer Bedingungen („constraints“) und korrelierenden Kommunikator-Intentionen aufgeteilt in *p r ä s e n t a t i o n a l e* (z.B. Hintergrund, Konzession, Beweis, Motivation) und *i n h a l t s b e z o g e n e* Beziehungen (z.B. Bedingung, Bewertung, Zweck, volitionale und non-volitionale Ursache oder Wirkung) sowie jene der *M u l t i n u k l e a r i t ä t* (z.B. Konjunktion, Kontrast, Sequenz).⁸ Mit RST und ihrer einfachen Notation lässt sich die zweckfunktionale Struktur eines Textes auch grafisch als Baumdiagramm abbilden, wodurch ‚argumentative‘ Inkohärenzen und Widersprüche bestimmbar werden (vgl. Bateman 2008: 143–178). Bateman (2008) schlägt die RST in ihrer Erweiterung durch André (1995) für die Relationsanalyse multimodaler Bild-Schrift-Texte vor und demonstriert ihren Einsatz am Beispiel unter anderem von technischen Gebrauchsanweisungen.

In unserer Analysearbeit erweist sich insbesondere die RST-Relationstypologie und die Idee der parataktischen und hypotaktischen Ordnung der Textelemente als ergiebig. Die identifizierten Relationen lassen sich, wenn auch eingeschränkt, sowohl auf a) propositional-semantische wie funktional gedeutete formal-ästhetische Strukturen und auf b) spatiale (Filmbildkompositionen oder Magazinseiten-Layout) wie temporal-sukzessive Anordnungen (Einstellungsfolgen) anwenden. Bei letzteren zeichnen sich mögliche Berührungspunkte etwa mit der Filmmontage-theorie Sergej Eisensteins ab (vgl. Eisenstein 2006). Eine Erweiterung der RST-Systematik ist allerdings notwendig – etwa um die einer Relation des kompositorischen, strukturellen oder gar medialen „Sprungs“, der filmisches *p a t h o s* erzeugt (vgl. Eisenstein 2006: 223–237; Schmitt 2009: 138–140). Dieses Pathetische des textuellen Ausdrucks ist nicht nur starker ästhetisch-erlebnishafter Effekt, sondern auch semiotisch-sinnhaft, wie Schmitt (2009) beschreibt: die „pathetische Artikulation“ des Films „transformiert sinnlich-affektive Eindrücke in Bedeutungen [...]“ (Schmitt 2009: 70). ‚Argumentativ‘ und strukturell ist dies, weil über die Formulierung oder Gestaltung des Textes in diesem Prozess ein Signifikat herausgehoben und seine denotativen Bedeutungsbezüge aufgelöst werden. Durch das abkoppelnde Freistellen wird zugleich aber eine unspezifische Bedeutsamkeit signalisiert. Die so entstandene offensive semiotische *L e e r s t e l l e* (quasi ein unbestimmter Nukleus auf einer zu ergänzenden Darstellungsdimension) fordert das Publikum auf, über den Rückgriff auf Bedeutungs- und Wertehorizonte (also: ideologisch) geschlossen zu werden (Schmitt 2009: 42–54).

7. Zum Entwurf eines Propaganda-Analyserasters

Mehrfach nun wurde hier auf unsere Modellentwicklung im Rahmen unseres Projekts zur IS-Propagandaanalyse verwiesen. Das Ergebnis, vor allem das konkrete Untersuchungsframework mit seiner Systematik, kann hier aus Platzgründen und weil es sich aktuell in Test- und Justierungsphase befindet nicht vorgestellt werden.⁹ Einige Punkte seien aber hier abschließend grob umrissen, da sie aus Überlegungen dieses Artikels resultieren.

Bezugsgröße ist für uns das rhetorisch-strategische Kommunikatorkalkül in Verbund mit dem rezeptionsidealen Persuasionspotenzial. Das Problem, dass unterstellte verdeckte Absichten von außen an den Text herangetragen und bestenfalls nur textextern begründet werden können, lässt sich dabei nicht lösen. Für uns ist es aber auch zu vernachlässigen. Entsprechend dem Ansatz (Untersuchung als Propaganda) ist den Texten eine persuasive Intention (bzw. ihrem Verfasser oder Emittenten) a priori zugeschrieben. Zudem sind persuasive Intentionalität und Zielgerichtetheit des Rhetors von dessen (propositionaler) Einstellung zum kommunikativ Vermittelten und dem Umstand, ob er Absicht, Ziel oder Einstellung (wie aufrichtig auch immer) kundtut oder nicht, zu unterscheiden.

Nur die strategische Planung und Zielsetzung ist aber notwendige Bedingung für das Vorliegen von Propaganda (vgl. Abschnitt 2). Ob faktisch die je einzelne Binnenstruktur, jedes Element mit seiner Ausgestaltung und Einbindung dementsprechend motiviert ist, ist gegenüber dem Globalzweck und der Funktionsleistung (die gegeben ist oder nicht) nachrangig. Die Einordnung einer Sprachhandlung (etwa als Lüge oder Manipulation) berührt zudem nicht die Forschungsfrage. Schließlich ist eine verdeckte Absicht – zumindest auch – in der Textstruktur oder ihrer Oberfläche angelegt, wahrnehmbar und nachweisbar (damit nicht wirklich verdeckt; ein Medienkompetenzgefälle zwischen Projektteam und Publikum wollen wir bewusst nicht veranschlagen) oder aber sie ist, bei aller Kontextrelevanz, kommunikativ und textrhetorisch unerheblich.

Trotzdem ist die propositionale Einstellung als Konstrukt selbst wichtig, einmal jenseits der Aufrichtigkeitsfrage als demonstrative, deklarative und kommissive e t h o s -Inszenierung (vgl. Ulrich 2012) sowie als vom Rhetor anvisiertes Ziel der propagandistisch-persuasiven Aktion. Was Letzteres betrifft identifizieren wir auf Basis dieser Größe und ausgehend von den Eigenschaften propositionaler Einstellungen (vgl. Harras u.a. 2008: 13–15) sechs strategische Zieldimensionen des geplanten Einwirkens mit drei angestrebten perlokutionär-situativen Ergebnisgrundformen:

- a) G l a u b e n (epistemisch: ideologisch relevantes Fürwahrhalten):
 - (I) H glaubt: P (Übernahme von Glaubensinhalten)
 - (II) H glaubt: nicht P (Abkehr von „falschem“ Glauben)
 - (III) H glaubt nicht: P (prospektiv: kein Glaubensabfall)

- b) W i s s e n (nichtepistemisch: über Information verfügen)
 - (I) H weiß: P (Informieren)
 - (II) H weiß: nicht P (Wissen langfristig aus Diskursen eliminieren)
 - (III) H weiß nicht: P (Wissen/Informationen zurückhalten, unterdrücken)

- c) E m p f i n d e n / E r l e b e n (emotiv, affektiv); Intention: analog a) und b)
- d) I n t e r p r e t i e r e n / B e w e r t e n (evaluativ, ordinativ); Intention: analog a) und b)

Zwei weitere Dimensionen, e) **Motivieren/Wünschen** (voluntativ; z.B. Bedürfnis- oder Interessenappell) und f) für Propaganda-Ziel vorteiliges und instrumentelles **Handeln** (auf taktischer Zwischenstufe) werden ganz oder zum Teil durch die vorangehenden bedingt. Auch gibt es zwischen allen Dimensionen Wechselbeziehungen, und es sind Ergebnisse (z.B. „Umdeuten“), Zielgrößen (z.B. Werte) und Prozesse (z.B. Framing) über Auswahlkombinationen rekonstruierbar und operationalisierbar.

Zieldimension und Ergebnisform lassen sich vor allem dank der im Aufbau begriffenen relationalen Datenbank als Arbeitsplattform („Forschungs- und Informationsplattform Online-Propaganda“) über Auswahllisten projizieren auf, koppeln an und korrelieren mit u.a.

- drei rhetorischen **Persuasionsdimensionen**: ethos, logos, pathos
- **Element-Typen**: Video, Videoelement, Bild, Bildelement, Audio, Audioelement, Schrift, Schriftelement (sowie weitere digitalmediale Typen)
- **Relationskombinationen** (z.B. Bildelement-Schrift, Audio-Video), Relationstypen und -attribute
- daraus sich ergebene mögliche und realisierte **Text(element)-Funktionen** als formalisierte Operatorenkonstellationen sowie Sammlung der konkreten Fallinstanzen zur Validierung, Anpassung oder Ergänzung der Einteilung von Funktionen und der Möglichkeit statistischer Auswertung (z.B. Korrelationsanalyse).

8. Fazit

Dieser Werkstattbericht skizzierte die theoretische Grundlegung zu einem konkreten Forschungsprojekt hinsichtlich der Frage, wie audiovisuelle Propaganda begriffsadäquat analysiert werden kann. Insofern Propaganda als Form persuasiver ideologischer Kommunikation verstanden wird, bietet sich ein Zugang über die Konzeption von Propaganda als rhetorisches Handeln und darüber die Sprechakttheorie an. Faktoren wie das Verheimlichen propositionaler Einstellungen und Intentionen der strategisch operierenden Rhetor-Instanz, die typisch, aber nicht notwendig für Propaganda sind, stellen hier bekannte pragmatische wie praktische Herausforderungen dar, spielen jedoch de facto keine Rolle für unsere Propagandatextanalyse. Dahingehend (und weil es stärker auf den Untersuchungsgegenstand fokussiert) haben wir das Konzept der Textfunktion herangezogen. In enger Anlehnung an die Sprechakttheorie stehen hierbei wertvolle theoretische und methodische Ergebnisse und Instrumente wie die der Rhetorical Structure Theory zur Verfügung. Gerade in Hinsicht auf die Multimodalität der untersuchten Texte sind Funktionen jedoch stärker als Relationen zu untersuchen, mit denen die einzelnen Textelemente quasi systemintern aufeinander- und zusammenwirken. Dies nicht zuletzt, weil der Verbund der Elemente die propagandistische bzw. persuasionsorientierte und damit stra-

tegische Funktion des Gesamttextes realisiert, die wiederum das strukturelle Organisationsprinzip vorgibt. Abschließend wurden einige Punkte unserer ersten, vorläufigen Analyserastermodellierung vorgestellt und als Bezugsgröße die propositionalen Einstellungen benannt. Nicht allerdings die Einstellungen der Propagandisten spielen eine wichtige Rolle, sondern, als Ziel der propagandistischen Intervention, die der Rezipienten, die es zu beeinflussen gilt.

Anmerkungen

- * Ich danke Mirko Scherf für seine Unterstützung bei der Entstehung dieses Textes und der technischen wie konzeptionellen Ausarbeitung unseres Analyserasters und seiner Grundlagen, wie hier thematisiert.
- 1 Weitere Formen der Beeinflussung sind u.a. logisch-rationale Argumentation oder offene Sanktionsdrohungen bzw. Belohnungsverheißungen.
- 2 Vergleichlich hierzu allgemein auch Schröder, der allerdings von Illokutionen und ihren Funktionen spricht: „Grundlegend für die Beschreibung der Illokutionshierarchie sind [...] Abhängigkeitsbeziehungen zwischen Illokutionen. Entscheidend dafür ist der Begriff der ‚stützenden‘ Funktion.“ (Schröder 2003: 12) Diese „tragen zum Erfolg der dominierenden Illokution bei“ (Schröder 2003: 12).
- 3 Funktion hier also als Hjemsslevs Dependenzrelation zwischen Texteinheiten oder als strukturelle (Text-)Funktion zur Aufgabenerfüllung des semiotischen Systems (vgl. Nöth 2000: 200).
- 4 Der Ausdruck selbst beansprucht keine theoretische Signifikanz. Mögliche Alternativen sind „Komponenten“, „Bausteine“, „(Bestand-)Teil“, „Einheit“ oder – medium- und medienmodalspezifischer – „Segment“, „Bereich“ oder „Sequenz“.
- 5 Hinsichtlich der filmischen Darstellungsmittel und -parameter – hier der Einstellungsgröße(nwahl) – vgl. Gräf u.a. (2014: 117): „Die Wahl der jeweiligen Einstellungsgröße macht es möglich, etwas Bestimmtes zu zeigen [...]. Aber über dieses Gezeigte hinaus wird durch die Wahl der Einstellungsgröße keine Bedeutung transportiert“. Diskussionswürdig ist allerdings, ob das Mittel überhaupt bedeutungsvermittelnd qua Gezeigtem ist und nicht lediglich hinsichtlich der Modellierung des Darstellungsaktes.
- 6 Weitere Analyseteile befassen sich mit dem referenziell-semantischen (z.B. religiös-symbolischen) oder rezeptionspraktisch-kontextuellen Bereich in islamwissenschaftlichen und medienethnografischen Schwerpunktsprogrammen.
- 7 Siehe zu ersterem auch die Online-Ressource www.owid.de/docs/komvb/start.jsp (letzter Zugriff am 14.1.2019).
- 8 Siehe hierzu <http://www.sfu.ca/rst/> (letzter Zugriff am 14.1.2019).
- 9 Kommende Erkenntnisse werden online auf und über www.propaganda-forschung.de präsentiert.
- 10 Der Unterschied zwischen Video gegenüber Audio + Bild mag wie die Unterscheidung Video–Videoelement usw. eingedenk des Umstands, dass Textelemente auch als eigene ganze Texte betrachtet werden können, redundant erscheinen. Allerdings ist Letzteres nicht immer gegeben. Außerdem erweist es sich u.a. für

die Modellierung von spezifischen vs. unspezifischen intertextuellen Referenzen sowie für die Kodierungsarbeit als sinnvoll.

Literatur

- André, Elisabeth (1995). *Ein planbasierter Ansatz zur Generierung multimedialer Präsentationen*. (Dissertationen zur Künstlichen Intelligenz – DISKI, Universität Saarbrücken). Sankt Augustin: infix.
- Arnold, Klaus (2003). Propaganda als ideologische Kommunikation. *Publizistik* 48, 1, 63–82.
- Árva, Anett (2004). Pragmatic Aspects of Persuasion and Manipulation in Written Advertising. *Acta Linguistica Hungarica* 51, 3–4, 231–263.
- Asher, Nicholas und Alex Lascarides (2001). Indirect Speech Acts. *Synthese* 128, 183–228.
- Attardo, Salvatore (1999). Covert Speech Acts and their Meaning. *Deseret Language and Linguistic Society Symposium* 25, 1, 202–217.
- Bateman, John A. (2008). *Multimodality and Genre. A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents*. Basingstoke und New York: Palgrave Macmillan.
- Bateman, John A. (2014). *Text and Image. A critical introduction to the visual/verbal divide*. London: Routledge.
- Bateman, John A., Janina Wildfeuer und Tuomo Hiippala (2017). *Multimodality. Foundations, Research and Analysis: A Problem-Oriented Introduction*. Berlin und Boston: De Gruyter Mouton.
- Beck, Götz (1980). *Sprechakte und Sprachfunktionen. Untersuchungen zur Handlungsstruktur der Sprache und ihren Grenzen*. Tübingen: Niemeyer.
- Bordwell, David (1985). *Narration in the fiction film*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press.
- Bordwell, David (1994). *Making meaning. Inference and rhetoric in the interpretation of cinema*. Cambridge, Mass. u.a.: Harvard University Press.
- Bordwell, David und Noël Carroll (1996). *Post-Theory. Reconstructing Film Studies*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press.
- Bordwell, David, Janet Staiger und Kristin Thompson (1985). *The classical Hollywood cinema. Film style & mode of production to 1960*. London: Routledge.
- Bordwell, David, Kristin Thompson und Jeff Smith (2017). *Film Art. An Introduction*. 11. Auflage. New York, NY: McGraw-Hill.
- Brandt, Margareta und Inger Rosengren (1991). Handlungsstruktur und Informationsstruktur – zwei Seiten einer Münze. *Sprache und Pragmatik* 24, 120–139.
- Brandt, Margareta und Inger Rosengren (1992). Zur Illokutionsstruktur von Texten. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 86, 9–51.
- Brinker, Klaus (2005 [1985]). *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 6. Auflage. Berlin: Erich Schmidt.
- Bühler, Karl (1999 [1934]). *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. 3. Auflage. Stuttgart: G. Fischer.
- Bussemer, Thymian (2008). *Propaganda. Konzepte und Theorien*. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Castelfranchi, Christiano und Isabella Poggi (1994). Lying as Pretending to Give Information. In: Herman Parret (ed.). *Pretending to Communicate*. Berlin: De Gruyter, 276–298.
- Deiters, Franz-Josef (2005). Bilder ohne Rahmen – Zur Rhetorik des Plakats. In: Joachim Knappe (ed.). *Medienrhetorik*. Tübingen: Attempto, 81–112.
- Doelker, Christian (2001). Ein Funktionsmodell für Bildtexte. In: Klaus Sachs-Hombach (ed.). *Bildhandeln. Interdisziplinäre Forschungen zur Pragmatik bildhafter Darstellungsformen*. Magdeburg: Scriptorum, 29–39.
- Dohle, Marco (2017). *Third-Person-Effekt*. 2. Auflage. Baden-Baden: Nomos.
- Eagleton, Terry (1991). *Ideology. An Introduction*. London und New York: Verso. Deutsch von Anja Tippner: *Ideologie. Eine Einführung*. Stuttgart: Metzler 2000.
- Eco, Umberto (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press. Deutsch von Günter Memmert: *Semiotik – Entwurf einer Theorie der Zeichen*. München: Fink 1987.
- Eisenstein, Sergej M. (2006). *Jenseits der Einstellung. Schriften zur Filmtheorie*. Hg. v. Felix Lenz und Helmut H. Dietrichs. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Floridi, Luciano (2011). *The Philosophy of Information*. Oxford: Oxford University Press.
- Fritz, Gerd (2013). *Dynamische Texttheorie*. Gießen: Universität Gießen Bibliothek.
- Gräf, Dennis, Stephanie Großmann, Peter Klimczak, Hans Krah und Marietheres Wagner (2014). *Filmsemiotik. Eine Einführung in die Analyse audiovisueller Formate*. Marburg: Schüren.
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood (1974). *Explorations in the Functions of Language*. London: Arnold.
- Halliday, Michael A. K. (1975). *Language as Social Semiotic*. London: Arnold.
- Halliday, Michael A. K. (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.
- Harras, Gisela, Edeltraud Winkler, Sabine Erb und Kristel Proost (2008). *Handbuch deutscher Kommunikationsverben*. Teil 1: Wörterbuch. Berlin und New York: De Gruyter.
- Harris, Daniel W., Daniel Fogal und Matt Moss (2018). Speech Acts: The Contemporary Theoretical Landscape. In: Daniel Fogal, Daniel W. Harris und Matt Moss (eds.). *New work on speech acts*. Oxford: Oxford University Press, 1–42.
- Hartmann, Britta und Hans J. Wulff (1995). *Vom Spezifischen des Films. Neoformalismus – Kognitivismus – Historische Poetik*. montage AV 4 1, 5–22.
- Henning, Christian und Ralph Ewerth (2018). Estimating the information gap between textual and visual representations. *International Journal of Multimedia Information Retrieval* 7, 1, 43–56.
- Hickethier, Knut (2012). *Film- und Fernsehanalyse*. 5. Auflage. Stuttgart und Weimar: Metzler.
- Hill, Charles A. und Marguerite H. Helmers (eds.) (2004). *Defining visual rhetorics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Joost, Gesche (2008). *Bild-Sprache. Die audio-visuelle Rhetorik des Films*. Bielefeld: Transcript.
- Joost, Gesche und Arne Scheuermann (eds.) (2008). *Design als Rhetorik. Grundlagen, Positionen, Fallstudien. Board of International Research in Design*. Basel: Birkhäuser.
- Keutzer, Oliver, Sebastian Lauritz, Claudia Mehlinger, Peter Moormann (2014). *Filmanalyse*. Wiesbaden: Springer VS.

- Knape, Joachim (2005). Rhetorik. In: Klaus Sachs-Hombach (ed.). *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 134–148.
- Knape, Joachim (2012). *Was ist Rhetorik?* Stuttgart: Reclam.
- Knape, Joachim und Anne Ulrich (2014). *Medienrhetorik des Fernsehens. Begriffe und Konzepte*. Bielefeld: transcript.
- Knieper, Thomas (2005). Kommunikationswissenschaft. In: Klaus Sachs-Hombach (ed.). *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 37–51.
- Kress, Gunther R. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Kress, Gunther und Theo van Leeuwen (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- Kress, Gunther R. und Theo van Leeuwen (2006). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. 2. Auflage. London: Routledge.
- Lasswell, Harold D. (1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review* 21, 3, 627–631.
- Lehn, Isabelle (2011). *Rhetorik der Werbung. Grundzüge einer rhetorischen Werbetheorie*. Konstanz: UVK.
- Levie, W. Howard und Richard Lentz (1982). Effects of text illustrations: A review of research. *Educational Technology Research and Development* 30, 4, 195–232.
- Mann, William C. und Sandra A. Thompson (1988). Rhetorical Structure Theory: Toward a functional theory of text organization. *Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse* 8, 3, 243–281.
- Marsh, Emily E. und Marilyn Domas White (2003). A taxonomy of relationships between images and text. *Journal of Documentation* 59, 6, 647–672.
- Martinec, Radan und Andrew Salway (2005). A system for image-text relations in new (and old) media. *Visual Communication* 4, 3, 337–371.
- McQuarrie, Edward F. und David Glen Mick (2003). The Contribution of Semiotic and Rhetorical Perspectives to the Explanation of Visual Persuasion in Advertising. In: Linda M. Scott und Rajeev Batra (eds.). *Persuasive imagery. A consumer response perspective*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 191–221.
- Meibauer, Jörg (2011). On Lying: Intentionality, Implicature, and Imprecision. *Intercultural Pragmatics* 8, 2, 277–292.
- Merten, Klaus (2000). Struktur und Funktion von Propaganda. *Publizistik* 45, 2, 143–162.
- Mikos, Lothar (2015). *Film- und Fernsehanalyse*. 3. Auflage. Konstanz, München: UVK.
- Muckenhaupt, Manfred (1986). *Text und Bild. Grundfragen der Beschreibung von Text-Bild-Kommunikation aus sprachwissenschaftlicher Sicht*. Tübingen: Narr.
- Mundhenke, Florian (2017). *Zwischen Dokumentar- und Spielfilm. Zur Repräsentation und Rezeption von Hybrid-Formen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Nöth, Winfried (2000). *Handbuch der Semiotik*. 2. Auflage. Stuttgart: Metzler.
- O'Halloran, Kay L. (ed.) (2004). *Multimodal discourse analysis. Systemic-functional perspectives*. London und New York: Continuum.
- Oualla, Bouchra (2012). YouTube Jihad: A Rhetorical Analysis of an Islamist Propaganda Video. In: Rüdiger Lohlker (ed.). *New Approaches to the Analysis of Jihadism. Online and Offline*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 141–152.
- Paul, Gerhard (ed.) (2013). *BilderMACHT. Studien zur „Visual History“ des 20. und 21. Jahrhunderts*. Göttingen: Wallstein.

- Peltzer, Anja und Angela Keppler (2015). *Die soziologische Film- und Fernsehanalyse. Eine Einführung*. Berlin und Boston: De Gruyter.
- Piazza, Roberta und Louann Haarmann (2016). A pragmatic cognitive model for the interpretation of verbal–visual communication in television news programmes. *Visual Communication* 15, 4, 461–486.
- Plöckinger, Othmar (1999). *Reden um die Macht? Wirkung und Strategie der Reden Adolf Hitlers im Wahlkampf zu den Reichstagswahlen am 6. November 1932*. Wien: Passagen.
- Reboul, Anne (1994). The Description of Lies in Speech Acts Theory. In: Herman Parret (ed.). *Pretending to Communicate*. Berlin: De Gruyter, 292–298.
- Renner, Karl N. (2001). Die Text-Bild-Schere. Zur Explikation eines anscheinend eindeutigen Begriffs. *Studies in Communication Sciences* 1, 23–44.
- Renner, Karl N. (2007). *Fernsehjournalismus. Entwurf einer Theorie des kommunikativen Handelns*. Konstanz: UVK.
- Renner, Karl N. (2011). Die Analyse von Text-Bild-Beziehungen in dokumentarischen und journalistischen Filmen. In: Thomas Petersen und Clemens Schwender (eds.). *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch*. Köln: Halem, 102–126.
- Ross, Sheryl Tuttle (2002). Understanding Propaganda: The Epistemic Merit Model and Its Application to Art. *Journal of Aesthetic Education* 36, 1, 16–30.
- Scheuermann, Arne und Francesca Vidal (eds.) (2016). *Handbuch Medienrhetorik*. Berlin und Boston: De Gruyter.
- Schmitt, Christian (2009). *Kinopathos. Große Gefühle im Gegenwartsfilm*. Berlin: Bertz und Fischer.
- Schmitz, Norbert M. (2016). Film: Die rhetorische Differenz im Kino. In: Arne Scheuermann und Francesca Vidal (eds.). *Handbuch Medienrhetorik*. Berlin und Boston: De Gruyter.
- Schmitz, Ulrich (2007). Bildakte? How to do things with pictures. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 35, 3, 419–433.
- Schneider, Jan Georg und Hartmut Stöckl (2011). Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung. In: Jan Georg Schneider und Hartmut Stöckl (eds.). *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Halem, 10–38.
- Schöttler, Tobias (2013). Bildhandeln. In: Jörg R.J. Schirra, Dimitri Liebsch und Mark A. Halawa (eds.). *Glossar der Bildphilosophie*. URL: <http://www.gib.uni-tuebingen.de/netzwerk/glossar/index.php?title=Bildhandeln> [Letzter Zugriff am 16.7.2018].
- Schröder, Thomas (2003). *Die Handlungsstruktur von Texten. Ein integrativer Beitrag zur Texttheorie*. Tübingen: Narr.
- Searle, John R. (1979). *Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts*. New York: Cambridge University Press.
- Seja, Silvia (2009). *Handlungstheorien des Bildes*. Köln: Halem.
- Starkulla jr., Heinz W. (2015). *Propaganda. Begriffe, Typen, Phänomene*. Baden-Baden: Nomos.
- Stöckl, Hartmut (2011). Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: Hans-Joachim Diekmannshenke, Michael Klemm und Hartmut Stöckl (eds.). *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Schmidt, 45–70.

- Stöckl, Hartmut (2014). Rhetorische Bildanalyse. In: Wolfram Bergande, Lars Christian Grabbe, Mark Ashraf Halawa, Zsuzsanna Kondor, Dimitri Liebsch, Stefan Meier u.a. (eds.). *Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft*. Köln: Halem, 376–390.
- Taboada, Maite und William C. Mann (2006). Applications of Rhetorical Structure Theory. *Discourse Studies* 8, 4, 567–588.
- Thompson, Kristin (1988). *Breaking the Glass Armor. Neoformalist Film Analysis*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Deutsch und gekürzt von Margret Albers und Johannes v. Moltke (1995). *Neoformalistische Filmanalyse. Ein Ansatz, viele Methoden*. montage AV 4, 1, 23–62.
- Ueding, Gert und Bernd Steinbrink (2011). *Grundriss der Rhetorik. Geschichte – Technik – Methode*. 5. Auflage. Stuttgart und Weimar: Metzler.
- Ulrich, Anne (2012). *Umkämpfte Glaubwürdigkeit. Visuelle Strategien des Fernsehjournalismus im Irakkrieg 2003*. Berlin: Weidler.
- van Eemeren, Frans Hendrik und Robert Grootendorst (1984). *Speech Acts in Argumentative Discussions. A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed Towards Solving Conflicts of Opinion*. Dordrecht, Holland, Cinnaminson: Foris.
- van Leeuwen, Theo (2005). *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge.
- Weindl, Florian (2013). *Filmmusik und Emotionen. Zum Einfluss von Instrumentalmusik auf die Rezeption*. München: Akademische Verlagsgemeinschaft München.
- Welch, Donald (2003). Propaganda, Definition of. In: Nicholas John Cull, David Holbrook Culbert und David Welch (eds.). *Propaganda and Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Santa Barbara, Calif.: ABC-CLIO, 314–323.
- Wojcieszak, Magdalena E. (2009). Three Dimensionality. Taxonomy of Iconic, Linguistic, and Audio Messages in Television News. *Television & New Media* 10, 6, 459–481.
- Wolff, Harald (1996). *Geräusche und Film. Materialbezogene und darstellende Aspekte eines Gestaltungsmittels*. Frankfurt a.M.: Lang.
- Wulff, Hans Jürgen (1999). *Darstellen und Mitteilen. Elemente der Pragmasemiotik des Films*. Tübingen: Narr.

Dr. Bernd Zywietz
 Nachwuchsforschergruppe Dschihadismus im Internet
 Institut für Ethnologie und Afrikastudien
 Johannes Gutenberg-Universität Mainz
 Forum universitatis 6
 D-55099 Mainz
 E-Mail: zywietzb@uni-mainz.de

Anāshīd und der mediale Jihad des Islamischen Staates

Alexandra Dick, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Summary. Anāshīd describe certain hymns or chants. Over the past few decades, jihadist groups such as IS have increasingly used this practice. In the Islamic States' media jihad, anāshīd play an important role; for they bring together three core elements: First, they place IS within Islamic tradition and therefore bestow historical precedent as well as religious authenticity and legitimacy upon IS. Second, they combine Salafi-Wahhabi doctrine and jihadi anāshīd practices. This is why no musical instruments or rhythm instruments are used in IS anāshīd. Third, IS anāshīd integrate pop cultural music and listening practices, which can be seen in the use of effects such as digital reverb and autotune. This synthesis ensures that they reach the broadest possible audience and makes anāshīd a powerful tool of jihadist groups.

Zusammenfassung. Anāshīd bezeichnen bestimmte Hymnen oder Gesänge. In den vergangenen Jahrzehnten haben zunehmend auch jihadistische Gruppierungen wie der IS diese Praktik für sich entdeckt. Im medialen Jihad des IS spielen Anāshīd eine besondere Rolle. Denn sie vereinen drei zentrale Elemente: Erstens gliedern sie den IS in eine islamische Traditionslinie ein und verleihen ihm dadurch historisches Gewachsen-Sein und religiöse Authentizität und Legitimität. Zweitens vereinen sie salafistisch-wahhabitische Dogmatik und jihadistische Anāshīd-Praxis, weshalb in IS-Anāshīd keine Musik- und Rhythmusinstrumente zum Einsatz kommen. Drittens schließen IS-Anāshīd an popkulturelle Musik- und Hörpraktiken an, was sich insbesondere im Anwenden von Effekten wie digitalem Hall und Autotune äußert. Diese Synthese gewährleistet eine möglichst breite Anschlussfähigkeit an globale Zielgruppen und macht Anāshīd zu einem kraftvollen Mittel jihadistischer Gruppierungen.

1. Einführung: Medienarbeit als Grundpfeiler des Islamischen Staates

Die Medienarbeit ist ein Grundpfeiler des Islamischen Staates (IS). Durch sie konnte der IS seine einstige Größe erreichen. Denn die mediale und

digitale Verbreitung erlaubt es dem IS, jihadistische¹ Botschaften für Zielgruppen weltweit, ohne große Zeitverzögerung und ohne finanziellen Aufwand, zugänglich zu machen. Auf diese Weise konnte und kann der IS Sympathisant*innen für sich gewinnen und Kämpfer aus zahlreichen Ländern rekrutieren. Zu Recht bezeichnet Winter (2015) den IS daher als „virtuelles Kalifat“. Welche Bedeutung der IS selbst seiner Medienarbeit zumisst, zeigt das Cover eines vom IS-Verlagshaus *Maktabat al-Himma* 2016 veröffentlichten Buches. Hier sind zwei Männer schemenhaft dargestellt. Der erste hält eine Waffe in der Hand, der zweite eine Kamera. Mittig steht ein arabischer Schriftzug, der mit „Medienarbeiter, du bist ein Mujahid“² ins Deutsche übersetzt werden kann. Ein Mujahid ist der arabischen Wortbedeutung zufolge jemand, der den Jihad aktiv ausführt. Zwar existieren im Islam verschiedene Konzepte des Jihad. Doch diese Darstellung nimmt klar auf die kämpferisch-offensive Lesart des Jihad Bezug, der oftmals die öffentliche Wahrnehmung dominiert. Der mediale Jihad ist hier fester Bestandteil des kämpferischen Jihad. Für den IS scheint es also keinen Unterschied zu machen, ob Hand an die Waffe oder an die Kamera angelegt wird. Denn der Medienarbeiter dokumentiert und inszeniert die Taten des kämpfenden Mujahid. Mediale Inhalte tragen folglich dazu bei, den Islamischen Staat zu konstruieren und zu manifestieren. Sie werden über das Internet verbreitet, sodass globale Zielgruppen – mehr oder weniger – unmittelbar erreicht werden können. Zwar hat sich die Dissemination durch Anti-Terror-Maßnahmen von Google, Facebook, Twitter und YouTube überwiegend hin zu geschlossenen Kanälen verlagert; die Inhalte zirkulieren aber weiterhin. Indem der IS Social Media-Kanäle nutzt, die einen festen Bestandteil des Alltags seiner Zielpublika bilden, knüpft er gezielt an deren popkulturelle Gewohnheiten an. Ideologische Inhalte, auch explizit jihadistische, finden so ihren Weg in andere Lebensbereiche, werden internalisiert und normalisiert. Jihadismus bezeichnet dann nicht mehr nur eine Ideologie, sondern auch Identität, Kultur und Lebensstil mit ganzheitlichem Anspruch. Um diesen zu verbreiten, sind Bilder, Videos und auch bestimmte Gesänge, sogenannte *Anāshīd*, essentiell. Denn während der kämpferische Jihad, selbst in Form von Anschlägen, räumlich und zeitlich begrenzt ist, kennt der mediale Jihad keine Grenzen.

2. *Anāshīd*: Ursprünge, historische Entwicklungen und innerislamische Diskurse

Auch wenn der IS und andere jihadistische Gruppierungen *Anāshīd* nutzen, stellen diese kein per se jihadistisches Medium dar. Im Gegenteil: Nach heutigem Verständnis bezeichnen *Anāshīd* im Allgemeinen Gesangsstücke, Hymnen beziehungsweise Oratorien (Shiloah 1993: 975). In nicht-jihadistischer, popkulturell-religiöser Form erfreuen sie sich als Pop-*Anāshīd* insbesondere bei muslimischen Jugendlichen weltweit großer Beliebtheit (Pieslak 2009: 61; Said 2016: 15f.). Bereits diese Tatsache zeigt die vielfäl-

tige Nutzung von Anāshīd, welche untrennbar mit der Auslegung ihrer islamischen Legitimität verbunden ist. Denn die Frage, ob und in welcher konkreten Form Anāshīd als mit dem Islam vereinbar erachtet werden, bestimmt darüber, ob Individuen oder (Teile von) Gesellschaften Anāshīd rezipieren beziehungsweise praktizieren. Doch auch diese Bedeutungsdimension des religiösen Gesangs haben Anāshīd erst im Laufe der Zeit angenommen. Ursprünglich wurde der Begriff Nashīd³ für das Heben der Stimme bei einer Gedichtrezitation verwendet, einer bereits in der vorislamischen Zeit verbreiteten Praktik (Kendall 2016: 242; Shiloah 1993: 975; Shiloah 1995: 3). Da diese Rezitationen zunehmend musikalische Formen annahmen, etablierten sich Anāshīd allmählich als Gesänge (Shiloah 1993: 975). Lange Zeit waren religiöse Gesänge vor allem Teil der sufistischen⁴ Praxis des Gottgedenkens, die zum Ziel hat, sich von allem Weltlichen zu lösen und Nähe zu Gott herzustellen (Hirschkind 2006: 158f.). Die Legitimität dieser Praktik war durch die islamische Geschichte hindurch immer wieder Gegenstand theologischer Diskurse, was im Wesentlichen darauf zurückzuführen ist, dass keine Stelle im Koran ausdrücklich die Legitimität von Musik – welcher Ausprägung auch immer – thematisiert (Shiloah 1995: 32). Daher werden Hadithe⁵ herangezogen, die abermals Ambiguitäten hinsichtlich ihrer Auslegung zulassen (Shiloah 1995: 32). Während orthodoxe Gelehrte in Anāshīd beziehungsweise Musik aufgrund der überwältigenden Macht von Musik ein Werkzeug des Teufels sahen, betonten sufistische Gelehrte, dass deren Wirkung maßgeblich von der Disposition und den Intentionen der Zuhörer*innen abhinge (Shiloah 1995: 34f., 43). Doch erst Jahrhunderte später, nämlich in den 1970er und 80er Jahren, fanden Anāshīd im Zuge einer religiösen Wiederentdeckung und des Erstarkens von Strömungen wie der Muslimbruderschaft ihren Weg in politische Kontexte (Said 2016: 45, 51, 78). Auch wenn Anāshīd stets in nicht-politischer Form weiterexistierten, kamen dann ab den 1990er Jahren vermehrt jihadistische Anāshīd im heutigen Sinne auf, insbesondere unter dem Einfluss salafistisch⁶-wahabitischer⁷ Dogmatik, welche den Gebrauch von Musik- und Rhythmusinstrumenten gänzlich untersagt beziehungsweise stark reglementiert (Said 2016: 78, 84). Die Ursprünge, die in der Gedichtrezitation liegen, sind bei jihadistischen Anāshīd weiterhin erkennbar. Denn Gedichte bilden auch hier die textliche und durch das Metrum die rhythmische Grundlage. Bei den verwendeten Gedichten ist allerdings ein „teilweise recht freier Umgang mit den Vorgaben klassisch-arabischer Metrik und Reimlehre“ feststellbar (Said 2016: 30). Dies geht gleichermaßen mit einem im Allgemeinen opportunistischen Umgang mit Anāshīd einher. Denn die Tatsache, dass heute ausgerechnet jihadistische Gruppierungen eine ursprünglich nicht-islamische⁸ Praktik nutzen, die lange Zeit im Sufismus vorherrschte, einer aus jihadistischer Sicht ‚unislamischen‘ Strömung, scheint angesichts der sonstigen Berufung auf Religionsorthodoxie paradox. Pieslak (2015: 31) bezeichnet Anāshīd daher als „catchall within the global Islamic community that can be manipulated to fit variable doctrinal interpretations.“ Gleichzeitig gliedern sich jihadistische Gruppierungen dadurch in eine lange Traditions-

linie des Mainstream-Islam ein, was den in Anāshīd enthaltenen expliziten oder impliziten jihadistischen Botschaften und letztlich den Gruppierungen selbst historisches Gewachsen-Sein und somit Authentizität und Legitimität verleiht (Kendall 2016: 240f.).⁹

3. Anāshīd des IS

3.1 Produktionsgeschichte

Dies gilt auch für den IS beziehungsweise dessen Vorgängergruppierungen, welche die Anāshīd-Praxis im Laufe der Jahre institutionalisierten und professionalisierten. Für Oktober 2006 bis April 2013, als die Gruppierung noch unter dem Namen Islamischer Staat im Irak, kurz ISI, operierte, sind keine eigenen Anāshīd-Produktionen nachweisbar. Stattdessen griff ISI auf salafistisch-wahhabitische und jihadistische Anāshīd bereits etablierter Sänger, im Arabischen Munshidūn, zurück. Dazu zählten Abu ‘Ali und Abu ‘Abd al-Malik aus Saudi-Arabien sowie der al-Qa‘ida auf der Arabischen Halbinsel zugehörige Jemenit Abu Hajar al-Hadrami. Im April 2013 erfolgte dann die Umbenennung in Islamischer Staat im Irak und Syrien beziehungsweise Islamischer Staat von Irak und Sham¹⁰, kurz ISIS. Nur wenige Monate später, im Juli 2013, veröffentlichte *al-Furqan*, eine bereits zu ISI-Zeiten gegründete Medienstelle, den ersten offiziellen, eigens produzierten Nashīd. Im darauffolgenden Monat institutionalisierte ISIS seine Anāshīd-Produktionen in Gestalt der *Mu’assasat Ajnad*¹¹, die seitdem für die Produktion von Koranrezitationen und arabischsprachigen Anāshīd verantwortlich ist. Bei diesen sind die Einflüsse der ursprünglich übernommenen, salafistisch-wahhabitischen und jihadistischen Anāshīd insbesondere des saudi-arabischen Munshid¹² Abu ‘Ali erkennbar. Insofern gliedern sich die Produktionen von ISIS beziehungsweise dem späteren IS nicht nur in eine Traditionslinie der religiös-kulturellen Praxis des Anāshīd-Gesangs, sondern auch in eine Traditionslinie salafistisch-wahhabitischer und jihadistischer Anāshīd ein. Die Produktion eigener Anāshīd bedeutete selbstverständlich auch, dass ISIS beziehungsweise der IS über eigene Munshidūn verfügte. Hier ist vor allem der ebenfalls aus Saudi-Arabien stammende Munshid Maher Mesh‘al¹³ alias Abu al-Zubayr al-Jazrawi hervorzuheben, der sich der Gruppierung im April 2013 anschloss und im Juli 2015 bei einem Luftangriff ums Leben kam. Die Tatsache, dass der Islamische Staat im Irak und Syrien sich zunächst ausschließlich auf arabischsprachige Anāshīd-Produktionen fokussierte, spiegelt dessen damalige, regionale Agenda wider, die auch am Namen ablesbar ist. Diese regional beschränkten Ambitionen wurden mit der Umbenennung in Islamischer Staat, kurz IS, im Juni 2014, der Idee eines weltumspannenden Kalifats und damit einhergehenden Expansionsbestrebungen aufgehoben. Fast zeitgleich, im Mai 2014, erfolgte dementsprechend die Gründung des *al-Hayat Media Center*, welches für die Produktion nicht-arabischsprachiger medialer Inhalte zuständig ist. Das *al-Hayat Media Center* hat seit

seiner Gründung Anāshīd auf zahlreichen Sprachen veröffentlicht, darunter Deutsch, Englisch, Französisch, Türkisch, Russisch und Mandarin.¹⁴ Doch mit den Gebietsverlusten des IS nahm auch die Anāshīd-Produktion spürbar ab, sodass sich diese ab 2016 zunehmend hin zu den inoffiziellen IS-Medienstellen *Asda'* und *Thabat* verlagerte (Pieslak und Lahoud 2018: 4–7).¹⁵

3.2 Produktionsbedingungen und Strukturen

Trotzdem sind Video- und Audioproduktionen des IS insgesamt zahlreich; über die genauen Produktionsbedingungen vor Ort ist hingegen nur sehr wenig bekannt. Für die Anāshīd-Produktion dient abermals Mesh'al als wichtigster Referenzpunkt. Denn ihm widmete die IS-Medienstelle *al-Raqqā*¹⁶ im Januar 2016 posthum das Video *bal aḥyā' 'inda rabbiḥim* („Vielmehr sind sie lebendig bei ihrem Herrn“). Dieses zeigt Mesh'al beim Nashīd-Gesang vor einer Gruppe von Mujahidin¹⁷ (vgl. Abb. 1). Darüber hinaus ist zu sehen, wie Mesh'al diesen Nashīd wie auch Koranrezitationen in einem (provisorischen) Aufnahmebereich, der als Tonstudio dient, aufnimmt (vgl. Abb. 2).

Genau drei Sequenzen des Videos enthalten konkrete Darstellungen von Aufnahmen Mesh'als. Bei zweien handelt es sich um Koranrezitationen: Sure 9, Vers 20 (TC 00:06:10–00:06:40) sowie Sure 3, Verse 169–171 (TC 00:08:25–00:09:19). Die dritte Sequenz zeigt Mesh'al beim Nashīd-Gesang, zunächst vermeintlich alleine – abgesehen vom Kamerateam, das nicht zu sehen ist – und im Gesang vertieft, dann vor einer Gruppe von Mujahidin (vgl. Abb. 1) und schließlich im Aufnahmebereich (TC 00:09:19–00:10:25). Alle Aufnahmesituationen, egal ob es sich um Nashīd-Gesang oder Koranrezitationen handelt, gleichen Abbildung 2, sodass diese als beispielhaft für die Produktionsbedingungen beim IS gelten kann.



Abb.1: Mesh'al beim Nashīd-Gesang vor einer Gruppe von Mujahidin (IS-Medienstelle *al-Raqqā*, 2016).

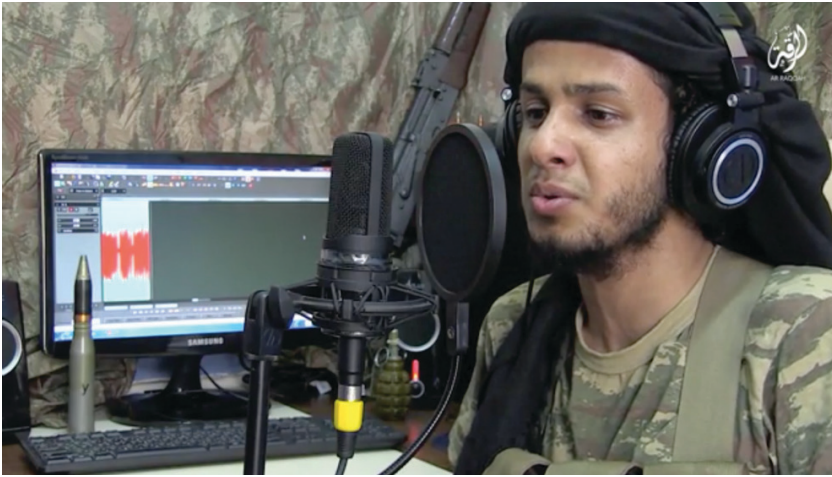


Abb. 2: Mesh'al bei der Aufnahme einer Koranrezitation (IS-Medienstelle *al-Raqqa*, 2016).

Mesh'al benutzt semi-professionelles Equipment, ein Mikrofon und Kopfhörer der Marke *Audio-Technica*, womit jedoch Ergebnisse erzielt werden können, die tontechnischen Qualitätsstandards durchaus genügen (Pieslak und Lahoud 2018: 16; Marius Botzenhart, persönliche Korrespondenz, 16.7.2018). Der Aufbau des Equipments und der Einsatz eines sogenannten Popschutzes, der ungewollte Geräusche herausfiltert, die bei der Aussprache von Plosivlauten wie „k“ oder „t“ entstehen können, lassen zudem auf einen gewissen Grad an Know-how schließen (Marius Botzenhart, persönliche Korrespondenz, 16.7.2018). Mesh'als Nashīd-Gesang und Koranrezitationen ist digitaler Hall hinzugefügt, was diesen Fülle und Sakralität verleiht, da Hall unweigerlich Assoziationen von großen Gebäuden wie Moscheen oder Kirchen evoziert. Außerdem kommt insbesondere beim Nashīd-Gesang die Verwendung von Autotune zur Tonhöhenkorrektur hinzu. Einerseits erscheinen diese Effekte zur Bearbeitung des Gesangs als einzig legitime Stilmittel, da nach salafistisch-wahhabitischen Auslegung der Gebrauch von Musik- oder Rhythmusinstrumenten gänzlich untersagt beziehungsweise stark reglementiert ist, da sie vom Gesang und dem Besungenen ablenken könnten (vgl. 2. Anāshīd: Ursprünge, historische Entwicklungen und innerislamische Diskurse). Insofern ist die IS-Anāshīd-Praxis ihren Ursprüngen, der Gedichtrezitation, ähnlich, welche den Text ins Zentrum rückt. Andererseits stellt sich die Frage, wie tief die Verwurzelung in der arabisch-islamischen Tradition angesichts der eingesetzten Effekte sein mag (Pieslak und Lahoud 2018: 15). In dieser Hinsicht knüpfen sie also vielmehr an Praktiken westlicher und arabischer Popmusik an. Somit sind IS-Anāshīd das Produkt religiöser, jihadistischer und popkultureller Einflüsse, was deren Anschlussfähigkeit bei Rezipient*innen weltweit gewährleistet.

Doch das Mesh'al gewidmete Video gibt nicht nur Aufschluss über die Anāshīd-Praxis des IS. Es dient auch der Dokumentierung und Inszenie-

nung von Mesh'al als Mujahid und Märtyrer. Dies verdeutlichen das Gewehr, die Munition und die Handgranate im Aufnahmebereich (vgl. Abb. 2) sowie die Tatsache, dass Mesh'al als Teil der Mujahidin auftritt (vgl. Abb. 1). Seinem Gedenken als Märtyrer dient allein schon der Titel, welcher auf Sure 3, Vers 169 verweist, einer im Kontext des Märtyrertodes häufig zitierten Koranstelle: „Und du darfst ja nicht meinen, daß diejenigen, die um Gottes willen getötet worden sind, (wirklich) tot sind. Nein, (sie sind) lebendig (im Jenseits), und ihnen wird bei ihrem Herrn (himmlische Speise) beschert“ (Übersetzung nach Paret). Interessanterweise ist es genau diese Koranstelle, Sure 3, Verse 169–171, die Mesh'al bei der gezeigten Aufnahme rezitiert (vgl. Abb. 2; TC 00:08:25–00:09:19). Mesh'al rezitiert also eine Koranstelle über Märtyrer, die posthum in einem IS-Video verwendet wird, um seiner selbst als Märtyrer zu gedenken. Der Märtyrertod „um Gottes willen“, „für die Sache Gottes“ oder „auf dem Weg Gottes“, auf Arabisch „fī sabīl Allāh“, ist für IS-Mujahidin erstrebenswert, da mit dem Ende des diesseitigen Lebens das Erlangen der Lebendigkeit im Paradies einhergeht. Daher ist es nicht verwunderlich, dass das Märtyrertema in IS-Anāshīd häufig vorkommt.

3.3 Verwendungen und Aneignungen

3.3.1 Nashīd *yā fawz man nāl al-shahāda ṣādiqan*

Dies ist auch bei Mesh'al der Fall. Von ihm stammt der gerade in Märtyrervideos häufig verwendete Nashīd *yā fawz man nāl al-shahāda ṣādiqan* („Oh Triumph desjenigen, der das Martyrium wahrhaftig erlangt hat“) (Pieslak und Lahoud 2018: 8f.). Dieser kommt beispielsweise in dem 2014 vom *al-Hayat Media Center* veröffentlichten *Al-Ghuraba – The Chosen Few of Different Lands* vor, welches dem verstorbenen IS-Mujahid und Märtyrer Abu Muslim gewidmet ist. Bei Abu Muslim handelte es sich, wie im Video erkennbar ist, um den kanadischen Staatsbürger Andre P., der 2013 bei dem Gefecht um den syrischen Militärflughafen Minnigh ums Leben kam. Auch in diesem Nashīd ist die Vorstellung enthalten, dass Märtyrer nicht tatsächlich tot, sondern lebendig im Jenseits sind:

Oh Triumph desjenigen, der das Martyrium wahrhaftig erlangt hat. [...]

Ihre [der Märtyrer, Anm. d. Verf.] Seelen leben in ihnen [Vögeln, Anm. d. Verf.] und sie leben lange. (Eigene Übersetzung)

Laut Pieslak und Lahoud (2018: 9) benutzt die im syrischen Bürgerkrieg aktive Gruppierung Jaysh al-Islam diesen Nashīd in einem 2016 veröffentlichten Video. Dies ist insofern erstaunlich, als Jaysh al-Islam einige Monate zuvor ein Video veröffentlicht hatte, welches die Hinrichtung von IS-Gefangenen zeigt (Pieslak und Lahoud 2018: 9). Somit erfolgte die Aneignung des Nashīd über die Grenzen rivalisierender Gruppierungen hinweg.

3.3.2 Nashīd *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“)

Wie vielfältig Einflüsse, Verwendungen und Aneignungen von Anāshīd sein können, zeigt das Beispiel *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“). Dieser Nashīd existiert auf Arabisch sowohl mit dem Titel *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“) als auch mit dem Titel *jabhatnā maṣṣūra* („Unsere Front ist siegreich“). Letzterer kommt in einem von *Masamī' al-Khayr li-l-Inshad* 2013 veröffentlichten Video vor und wird dem bereits erwähnten, jemenitischen Munshid Abu Hajar al-Hadrami zugeschrieben (vgl. 3.1 Produktionsgeschichte). Am Nashīd-Text sowie den dargestellten Flaggen ist erkennbar, dass es sich bei der besungenen Front um die ehemalige al-Nusra-Front, auf Arabisch Jabhat al-Nusra, handelt, welche zu dieser Zeit al-Qa'ida zugehörig war und in Syrien operierte. Da al-Hadrami al-Qa'ida auf der Arabischen Halbinsel angehörte, ist denkbar, dass der Nashīd entweder eigens für die al-Qa'ida-affilierte al-Nusra-Front produziert oder von dieser übernommen beziehungsweise angeeignet wurde. Für letztere These spricht, dass offenbar keine offizielle Kooperation zwischen den Medienstellen beider Gruppierungen existierte (Pieslak und Lahoud 2018: 8). Nichtsdestotrotz verwendete al-Nusra-Front in Videos nachweislich Anāshīd-Produktionen von al-Qa'ida auf der Arabischen Halbinsel (Pieslak und Lahoud 2018: 8).

Zudem gibt es eine deutschsprachige Variante in Form eines 2014 vom *al-Hayat Media Center* veröffentlichten Video-Nashīd, einer Art ‚IS-Musikvideo‘. Diese erinnert musikalisch an die arabischen Counterparts und trägt denselben Titel *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“):

Der Islamische Staat, eine Gabe von Allah.
Abu Bakr Baghdadi, wir alle schwören ihm
den Treueid zu dem Staat.
Dawlatnā maṣṣūra.

Zwar sind hier die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Versionen beziehungsweise Varianten schwer nachvollziehbar, auch die Rolle von *Masamī' al-Khayr li-l-Inshad* bleibt unklar. Die Nutzung in einem IS-Video kann jedoch von al-Qa'ida nicht beabsichtigt gewesen sein. Denn kurz nachdem Abu Bakr al-Baghdadi, Anführer des damaligen ISI und späterer Kalif des IS, im April 2013 den Zusammenschluss mit der syrischen, al-Qa'ida-nahen al-Nusra-Front und die Umbenennung in Islamischer Staat im Irak und Syrien beziehungsweise Islamischer Staat von Irak und Sham, kurz ISIS, einseitig verkündete, negierte al-Qa'ida-Anführer Ayman al-Zawahiri die Existenz eines solchen Bündnisses (BBC News 2014; Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg 2016). Trotzdem konnte Abu Bakr al-Baghdadi eine Vielzahl in Syrien operierender al-Nusra-Front-Kämpfer für sich gewinnen (Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg 2016). Etwa in diese Zeit fällt auch die Veröffentlichung von *jabhatnā maṣṣūra* („Unsere Front ist siegreich“) durch *Masamī' al-Khayr li-l-Inshad*,

was womöglich einen Erklärungsansatz für die Existenz verschiedener arabischer Versionen darstellt.

4. Anāshīd in IS-Videos: Beispiel *Aus der Finsternis ins Licht*

Die deutschsprachige Variante von *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“) verwendete die IS-Medienstelle *al-Furat* in dem 2016 veröffentlichten Video *Aus der Finsternis ins Licht*, welches die Konversionsgeschichte des deutschen Konvertiten Christian L. alias Abu ‘Isa al-Almani beschreibt. Christian ist dem Video zufolge christlich sozialisiert, findet im Christentum allerdings keine befriedigenden Antworten auf seine essentiellen Fragen: „Ich verlor mich selbst [...]. Ich wusste nicht mehr, was ich glauben sollte“ (TC 00:01:22–00:01:27). Eine Notoperation – so erzählt er zumindest – wird für ihn zum Wendepunkt, an dem er die „Suche nach der Wahrheit“ beginnt und Gott bittet (TC 00:02:28–00:02:29): „Und wenn es die wahre Religion gibt, dann leite mich recht“ (TC 00:02:05–00:02:07). Dies suggeriert zwar, dass der Ausgang seiner Suche nach der „wahren Religion“ noch offen sei. Der Zusatz „leite mich recht“ trägt jedoch bereits eine klar islamische Färbung. Erstens werden die vier unmittelbaren Nachfolger des Propheten Muhammad als „rechtgeleitete Kalifen“ („al-khulafā’ al-rāshidūn“) bezeichnet. Zweitens stellen Sure 9, Vers 33; Sure, 48, Vers 28 und Sure 61, Vers 9 genau diesen Bezug zwischen der „wahren Religion“ des Islam und der Rechtleitung von Individuen her:

Er ist es, der seinen Gesandten [den Propheten Muhammad, Anm. d. Verf.] mit der Rechtleitung und der wahren Religion geschickt hat, um ihr zum Sieg zu verhelfen über alles, was es [sonst] an Religion gibt (Übersetzung nach Paret).

Der hier erhobene Superioritäts- und Universalitätsanspruch ergibt sich aus dem Ringen um die religiöse Vorherrschaft insbesondere zwischen den drei monotheistischen, abrahamitischen Religionen:

Die Sorge um die wahre Religion [...] versteht sich aus der Notwendigkeit, in der sich der Prophet Muhammad und seine Gemeinde befanden, ihre religiöse Identität gegenüber den Juden und den Christen zu definieren (Khoury 2006: 213).

Dies kommt auch in *Aus der Finsternis ins Licht* zum Ausdruck. Bei seiner Internetrecherche nach der „wahren Religion“ sucht Christian ebenso gezielt nach Informationen zum Judentum, symbolisiert durch Davidsterne und Menoras, und zum Christentum, visualisiert in Form einer Jesus-Darstellung. Doch tatsächlich ist Christians Weg prädestiniert. Dies ist vor dem Hintergrund, dass es sich hierbei um ein IS-Video handelt, nur allzu logisch; denn jede hier dargestellte Konversionsgeschichte muss, um dem IS dienlich sein zu können, zwangsläufig nicht nur zum Islam als ‚einzig wahrer‘ Religion, sondern weiterhin auch zum IS führen, wo die ‚einzig wahre‘ Version des

Islam praktiziert wird. Christians Suche mündet folglich notwendigerweise in die Konversion zum Islam und der „Hijra“ („Ausreise“) zum IS. Diese wird durch Bilder von Autos, einer Bahn sowie eines *Turkish Airlines*-Flugzeugs illustriert. Außerdem ist der Nashīd *akhī abligh hunā al-aṣḥāb* („Mein Bruder, teile den Kameraden hier mit“) zu hören (TC 00:05:18–00:05:34):

Mein Bruder, teile den Kameraden hier mit, dass ich weggehe und fliehe.
 Ich werde die Zierde der Welt zurücklassen.
 Wohin ich gehe, erzähle ich nicht.
 Mein Bruder, teile den Kameraden hier mit, dass ich weggehe und fliehe.
 (Eigene Übersetzung)

Der Nashīd erfüllt an dieser Stelle eine syntaktische Funktion, da er die Filmhandlung strukturiert (Weindl 2013: 65). Einem bestimmten Motiv, nämlich dem der Hijra wird ein bestimmter Nashīd über das Weggehen zugewiesen, sodass für die Rezipient*innen nachvollziehbar ist, welchen Teil der Handlung sie gerade verfolgen. In diesem Fall bereitet die Decodierung der Handlung keine Schwierigkeiten, da das Motiv der Hijra bereits visuell eindeutig identifizierbar ist. Zu Beginn des Videos hingegen eröffnet der Nashīd eine neue, hermeneutische Bedeutungsdimension (Weindl 2013: 67). Er ertönt, während Christian sich vorstellt und Bilder von Berliner Sehenswürdigkeiten wie dem Berliner Dom oder dem Fernsehturm zu sehen sind. Hier ergibt sich – zumindest für Arabisch-Kundige – ein neuer Sinnzusammenhang zwischen dem Nashīd-Text und dem visuell Dargestellten. Christian will die „Zierde der Welt“, die prunkvollen Bauten zurücklassen, die allerdings durch Farbentsättigung und Farbfilter keineswegs mehr glanzvoll, sondern eher trist und inhaltsleer erscheinen. Der Nashīd deutet bereits an, dass Christian sein Leben in Deutschland hinter sich lassen will. Denn die Hijra bedeutet für Christian nicht nur einen Ortswechsel, sondern auch einen Systemwechsel:

Ich suchte nach einem Land, in dem Allahs Wort das höchste ist und das allein mit seinem Gesetz regiert wird. Ich war geschockt, als ich herausfand, dass viele Länder für sich beanspruchen, islamisch zu sein, doch in der Realität nur durch vom Menschen gemachte Gesetze regiert werden, genau wie mein Heimatland Deutschland (TC 00:04:18–00:04:33).

Laut Christians Erzählung liegt der Hauptgrund dafür, dass er zum IS ausreist, also in der dortigen Implementierung des islamischen Rechtssystems, der „Shari‘a“. Denn darin drückt sich für ihn das ‚Islamisch-Sein‘ von Ländern aus. Gleichzeitig spricht er dadurch anderen islamisch geprägten Staaten und Gesellschaften das ‚Islamisch-Sein‘ ab, da diese lediglich „für sich beanspruchen, islamisch zu sein, doch in der Realität nur durch vom Menschen gemachte Gesetze regiert werden“. Abermals erhebt der IS in Gestalt von Christian hier den Anspruch, die ‚einzig wahre‘ Version des Islam zu praktizieren: „Es wurde klar für mich, dass ich mich dem einzigen Staat,

der kompromisslos für Allah zur Erhöhung seines Wortes über alles Menschengemachte kämpft, anschließen musste – und zwar dem Islamischen Staat“ (TC 00:05:08–00:05:18).

Die Implementierung der Shari'a äußert sich in *Aus der Finsternis ins Licht* durch die Ausführung sogenannter „Hudūd“, also aus dem Koran ableitbarer Bestrafungen für bestimmte Handlungen. Gezeigt werden Auspeitschungen, die Christian selbst vornimmt – mit eher geringem Kraftaufwand, was die Symbolhaftigkeit der Handlung ausdrückt – sowie das Abhacken der Hand eines Mannes, der offenbar Diebstahl oder Straßenraub beging (Goichon 1986: 20). Grundlage hierfür bildet Sure 5, Vers 38:

Wenn ein Mann oder eine Frau einen Diebstahl begangen hat, dann haut ihnen die Hand ab! (Das geschehe ihnen) zum Lohn für das, was sie begangen haben, und als warnendes Exempel (*nakāl*) vonseiten Gottes. Gott ist mächtig und weise (Übersetzung nach Paret).

Dieser Zusatz verleiht der Bestrafung eine gewisse Verhältnismäßigkeit, denn sie kommt von einem weisen Gott (Khoury 2006: 216). Die Bestrafung – mag sie noch so hart sein – dient also der Implementierung einer göttlichen, weisen und im Grunde barmherzigen Ordnung, welche das gesellschaftliche Zusammenleben regelt (Khoury 2006: 215f.). Dies drücken auch Christians Reaktionen aus: Dem Mann, dem eine Hand abgehakt wurde, gibt er einen Kuss auf die Stirn. Dazu ertönt der bereits erwähnte Nashīd *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“), was zeigt, dass die Implementierung der Shari'a als zentrales Element des Erfolgs des IS erachtet wird. Die Männer, die Christian selbst eben noch auspeitschte, umarmt er anschließend. Auch hierzu ist ein Nashīd zu hören, nämlich *shari'at rabbīnā nūr* („Die Shari'a unseres Herrn ist Licht“):

Die Shari'a unseres Herrn ist Licht.
Durch es steigen wir über die Sterne empor.
Durch es leben wir ohne Schande,
ein Leben der Sicherheit und des Friedens.
(Eigene Übersetzung)

Dieser Nashīd hebt in besonderer Weise die ordnende Funktion der Shari'a hervor, die „ein Leben der Sicherheit und des Friedens“ ermöglicht. Der Titel *Die Shari'a unseres Herrn ist Licht* greift die Lichtmetapher des Videotitels auf, der seinerseits wiederum Bezüge zu Koranstellen herstellt. Die Formulierung „aus der Finsternis (heraus) ins Licht“ findet sich beispielsweise in Sure 5, Verse 15–16:

Ein Licht und eine offenkundige Schrift [der Koran, Anm. d. Verf.] sind von Gott zu euch gekommen. Gott leitet damit diejenigen, die nach seinem Wohlgefallen streben, die Wege des Friedens und bringt sie – mit seiner Erlaubnis – aus der Finsternis heraus ins Licht und führt sie auf einen geraden Weg (Übersetzung nach Paret).

Hinzu kommen Sure 33, Vers 43 und Sure 57, Vers 9; beide Verse heben die Barmherzigkeit Gottes bei der Rechtleitung von Individuen hervor (Khoury 2006: 217): „Gott ist gegen euch mitleidig und barmherzig“ (Koran 57, 9, Übersetzung nach Paret). In Gestalt seiner Rechtleitung ist also auch Christian die Barmherzigkeit Gottes widerfahren. Hieraus ist der Auserwähltseinsanspruch des IS ableitbar, der im Titel des bereits erwähnten Videos *Al-Ghuraba – The Chosen Few of Different Lands* über den kanadischen Mujahid Andre P. explizit zum Ausdruck kommt (vgl. 3.3.1 Nashīd *yā fawz man nāl al-shahāda šādiqan*). Denn Gott „allein bestimmt, ob, wann und wen [er] rechtleiten will“ (Khoury 2006: 216).

Die generelle, koranische Verwendung des Wortes „Shari‘a“ und des arabischen Wortes für „Licht“ („nūr“) beinhaltet eben dieses Element der Rechtleitung beziehungsweise des Folgens des geraden Weges, was in Form von Christians Konversionsgeschichte bei *Aus der Finsternis ins Licht* thematisiert wird. Denn Shari‘a bezeichnet nicht nur das islamische Rechtssystem, sondern Badawi und Abdel Haleem (2008: 481) zufolge, die sich auf Sure 45, Vers 18 beziehen, auch einen klaren Weg, dem Prophet Muhammad folgen soll. „Nūr“ hat neben „Licht“ auch die Bedeutung „Leitung“ oder „Führung“ (Badawi und Abdel Haleem 2008: 970). Die visuell dargestellte Ausführung der Ḥudūd und der auditive Einsatz des Nashīd *Die Shari‘a unseres Herrn ist Licht* erzeugen in Kombination folglich das Narrativ, dass Menschen, die vom ‚rechten Weg‘ abgekommen sind, durch die Implementierung der Shari‘a wieder auf diesen zurückgeführt werden können. Der verwendete Nashīd weist die für IS-Anāshīd typische Gleichförmigkeit in Bezug auf Dynamik und Ambitus auf. Das eher langsame Tempo von 63 Schlägen pro Minute verleiht dem Nashīd eine fast beruhigende Wirkung. Denn aus einer emischen Perspektive des IS stellt die Implementierung der Shari‘a und die Ausführung der Ḥudūd das Gleichgewicht des IS-Systems, ähnlich einer Katharsis, wieder her. In diesem Fall rückt also der affektive und emotionalisierende Gehalt des Nashīd in den Vordergrund, der mögliche Abwehrreaktionen von Rezipient*innen zu umgehen und diese von der Richtigkeit der dargestellten Handlung zu überzeugen sucht.

Das zweite Element, das den IS „siegreich“ macht – hierzu ertönt wieder der Nashīd *dawlatnā maṣṣūra* („Unser Staat ist siegreich“) – ist nach Christians Erzählung die Ausführung des Jihad, welcher der Etablierung eines göttlichen Systems auf Erden dient. Hierfür wird der Jihad als notwendiges Mittel erachtet:

The *djihād* is not an end in itself but a means which, in itself, is an evil [...], but which becomes legitimate and necessary by reason of the objective towards which it is directed: to rid the world of a greater evil; it is „good“ from the fact that its purpose is „good“ (Tyan 1991: 539).

Diese Argumentation verfolgt auch Christian: „Das Ziel des Jihad ist es, Allahs Autorität auf dieser Erde auszuweiten. Darum schütze die Frontlinien dieses Staates [...] Das ist eine Pflicht für jeden Muslim“ (TC 00:07:01–

00:07:14). Hierbei wird der Jihad sogar als „für jeden Muslim“ verpflichtend dargestellt und somit auf eine Stufe mit den fünf Säulen („arkān“) des Islam erhoben. Dazu zählen:

- das Glaubensbekenntnis („shahāda“)
- das Gebet („ṣalāt“)
- die Almosenabgabe („zakāt“)
- das Fasten während des Monats Ramadan („ṣawm“)
- die Pilgerfahrt nach Mekka („ḥajj“).

Beim IS kommt, wie bei manch anderen Strömungen auch, die Säule des Jihad hinzu: „A substantial part of the doctrine reckons the dīhād among the very pillars (arkān) of the religion, along with prayer and fasting etc. It is a duty which falls upon every Muslim who is male, free and able-bodied“ (Tyan 1991: 539). Um jedoch im Jihad für den IS zu kämpfen, ist es zunächst zwingend, zum IS auszuwandern: „der wahre Islamische Staat, zu dem Hijra zu machen, hier zu leben und ihn zu unterstützen, [ist] für jeden Muslim verpflichtend“ (TC 00:06:37–00:06:44). Schließlich ist Christians und der Logik des Videos folgend der IS das einzige Land der Welt, „das mit Allahs Gesetz regiert“ wird, woraus sich die Pflicht ableitet, diesen zu schützen und zu unterstützen (TC 00:06:28–00:06:30). Sollte die Hijra zum IS nicht möglich sein, appelliert Christian: „Aber ihr könnt eure Geschichte aus dem Inneren der Länder heraus beginnen, die Krieg führen gegen die Khilāfa [das Kalifat, Anm. d. Verf.]“ (TC 00:08:02–00:08:07). Christians Aufruf zur Beteiligung am Jihad sieht also zweierlei Möglichkeiten vor: entweder beim IS, was eine Hijra unweigerlich voraussetzt, oder in anderen Ländern in Form von Anschlägen. An dieser Stelle äußert sich der explizit jihadistische Gehalt des Videos, welches den Jihad als „gewaltsamen Kampf zur Verteidigung und Verbreitung des Islam“ nicht nur religiös legitimiert, sondern auch zur religiösen Pflicht erhebt (Biene 2015). Hierbei ist wichtig zu bedenken, dass es dem IS nicht nur um das bloße Praktizieren des Islam geht, vielmehr verfolgt er die Verbreitung einer bestimmten, Gewalt legitimierenden und nach eigener Ansicht der ‚einzig wahren‘ Auslegung des Islam, die neben sich weder andere Religionen noch andere Islaminterpretationen duldet. Um diese eine, IS-konforme Auslegung wirksam verbreiten zu können, ist der IS auf digitale Medien angewiesen, was die enge Verflechtung von kämpferischem und medialem Jihad zeigt. Denn der mediale Jihad ermöglicht überhaupt erst die Rekrutierung von Mujahidin und Unterstützer*innen.

5. Conclusio: Anāshīd als Transporteur von Religion, Ideologie und Lebensstil

Das Beispiel des IS zeigt in besonders deutlicher Weise, wie eng kämpferischer und medialer Jihad miteinander verbunden sind. Denn während der

kämpferische Jihad, selbst in Form von Anschlägen, stets räumlich und zeitlich begrenzt ist, kennt der mediale und digitale Jihad keine Grenzen. Selbst Anti-Terror-Maßnahmen von Google, Facebook, Twitter und YouTube können die digitale Dissemination nicht gänzlich stoppen. Werden Accounts und Kanäle gesperrt und Beiträge gelöscht, so können diese unter neuem Namen, an anderer Stelle wieder auftauchen. Die digitale Dissemination ermöglicht es dem IS, auch in Zeiten von territorialem Rückgang, die Idee des Kalifats und den Anspruch auf islamische Deutungshoheit weiterhin zu verbreiten, und zwar an eine – zumindest potenziell – globale Zuhörerschaft. Dabei werden Zielgruppen oftmals in der eigenen Muttersprache adressiert, sei es auf Arabisch, Englisch, Russisch oder, wie im Fall von *Aus der Finsternis ins Licht*, auf Deutsch. Anāshīd nehmen hierbei eine besondere Rolle ein, da sie den IS in eine lange Traditionslinie islamisch-religiöser Praxis einordnen und so enthaltenen impliziten wie auch expliziten jihadistischen Botschaften historisches Gewachsen-Sein sowie religiöse Authentizität und Legitimität verleihen. Dies gilt nicht nur für IS-Anāshīd, sondern auch für jihadistische Anāshīd anderer Gruppierungen und individueller Munshidūn. Auf diese waren die beiden IS-Vorgängergruppierungen ISI und ISIS angewiesen, bevor die Nashīd-Produktion durch die Gründung von *Mu'assasat Ajnad* und des *al-Hayat Media Center* institutionalisiert wurde. Doch auch bei diesen Produktionen sind die ursprünglichen, salafistisch-wahhabitischen Einflüsse erkennbar. Einer solchen Dogmatik folgend kommen bei IS-Anāshīd prinzipiell keine Musik- oder Rhythmusinstrumente zum Einsatz. Gleichzeitig weisen IS-Anāshīd in Form von verwendeten Effekten wie digitalem Hall und Autotune Einflüsse westlicher und arabischer Popmusik-Praktiken auf, sodass IS-Anāshīd als Produkt religiöser, jihadistischer und popkultureller Praxis gesehen werden können. Genau diese Synthese ist es, die Anāshīd zu einem wirksamen Mittel jihadistischer Gruppierungen macht. Denn dadurch wird die Distinktion zwischen profaner und religiöser Sphäre aufgehoben, sodass Jihadismus als Lebenskonzept omnipräsent wird.

Anmerkungen

- 1 Jihadismus, auch Dschihadismus, meint eine Ideologie, welche den „gewaltsamen Kampf zur Verteidigung und Verbreitung des Islam“ nicht nur religiös legitimiert, sondern auch zur religiösen Pflicht erhebt (Biene 2015).
- 2 Laut Winter (2015: 38) findet sich diese Formulierung bei der IS-Medienstelle *Salah al-Din Province Media Office* bereits 2015.
- 3 Nashīd ist die Singularform, Anāshīd die korrekte arabische Pluralform.
- 4 Der Sufismus bezeichnet eine asketisch-mystische Strömung des Islam.
- 5 Die Hadithe oder Aḥādīth bezeichnen die Überlieferungen der Aussprüche und Handlungen des Propheten Muhammad sowie seiner Billigung von Handlungen Dritter. Zusammen mit dem Koran bilden sie den Hauptorientierungsrahmen im Islam.

- 6 Der Salafismus ist eine Strömung des sunnitischen Islam, welche die Rückbesinnung auf die Anfänge des Islam anstrebt, gleichzeitig aber moderne politische Entwicklungen für sich vereinnahmt (Biene 2015).
- 7 Der Wahhabismus bezeichnet die vor allem in Saudi-Arabien verbreitete Form des politischen Salafismus.
- 8 Kendall (2016: 242) stellt diese Paradoxie für Gedichtrezitationen bei jihadistischen Gruppierungen fest. Ihre Beobachtung lässt sich aber auch auf Anāshīd übertragen: „It is ironic that non-Islamic material should be used to support radical Islamist views.“ Kendall nutzt „radical Islamist“ synonym für jihadistisch.
- 9 Kendall (2016: 240f.) macht diese Feststellung für Gedichtrezitationen bei jihadistischen Gruppierungen. Diese lässt sich aber auch auf Anāshīd übertragen: „Classical poetry therefore deftly skips the step of logical argument to convey succinctly and powerfully a sense of legitimacy, authenticity and historical precedent to modern jihadist messages and deeds.“
- 10 „Sham“ bezeichnet im Arabischen die „Levante“, eine Region im Nahen Osten. Daher hat sich insbesondere im englischsprachigen Raum auch die Abkürzung ISIL etabliert.
- 11 Der volle Name lautet *Mu’assasat Ajnad li-l-Intaj al-l’lami*.
- 12 Munshid (Anāshīd-Sänger) ist die Singularform, Munshidūn die arabische Pluralform.
- 13 Auch die Schreibweise Maher Meshaal ist gebräuchlich.
- 14 Diese Angabe gründet auf eigenen Auswertungen online zirkulierender IS-Anāshīd.
- 15 Dieser Literaturverweis bezieht sich, sofern nicht anders angegeben, auf den kompletten vorausgegangenen Absatz.
- 16 Auch die Schreibweise *ar Raqqah* ist gebräuchlich. Diese wird vom IS selbst benutzt.
- 17 Mujahidin bezeichnet die arabische Pluralform von Mujahid (Kämpfer des Jihad).

Literatur

- al-Furat [IS-Medienstelle] (2016). *Aus der Finsternis ins Licht*.
- al-Hayat Media Center [IS-Medienstelle] (2014). *Al-Ghuraba – The Chosen Few of Different Lands*.
- al-Hayat Media Center [IS-Medienstelle] (2014). *dawlatnā manṣūra*/Unser Staat ist siegreich.
- al-Raqqa [IS-Medienstelle] (2016). *bal ahyā’ ‘inda rabbihim*.
- Badawi, Elsaid M. und Muhammad Abdel Haleem (2008). *Arabic-English Dictionary of Qur’anic Usage. Handbook of Oriental Studies* 85. Boston und Leiden: Brill.
- BBC News (2014). *Syria Iraq: The Islamic State militant group*. URL: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-24179084> [Letzter Zugriff am 10.7.2018].
- Biene, Janusz (2015). Wider die Tilgung der Grauzone: Begriffliche Überlegungen zu Salafismus und Dschihadismus. URL: <https://www.sicherheitspolitik-blog.de/2015/12/11/wider-die-tilgung-der-grauzone-begriffliche-ueberlegungen-zu-salafismus-und-dschihadismus/> [Letzter Zugriff am 10.7.2018].
- Gardet, Louis (1991). Dīn. *The Encyclopaedia of Islam*. New Edition 2, 4. Auflage, 293–296.

- Goichon, Amélie-Marie (1986). *Ḥadd. The Encyclopaedia of Islam*. New Edition 3, Nachdruck, 20–22.
- Hirschkind, Charles (2006). *The Ethical Soundscape. Cassette Sermons and Islamic Counterpublics*. New York: Columbia University Press.
- Kendall, Elisabeth (2016). Jihadist Propaganda and its Exploitation of the Arab Poetic Tradition. In: Elisabeth Kendall und Ahmad Khan (eds.). *Reclaiming Islamic Tradition. Modern Interpretations of the Classical Heritage*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 223–246.
- Khoury, Adel Theodor (2006). *Der Koran erschlossen und kommentiert von Adel Theodor Khoury*. 2. Auflage. Düsseldorf: Patmos.
- Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg (2016). Abu Bakr AL-BAGHDADI: Anführer und „Kalif“ des „Islamischen Staats“. URL: http://www.verfassungsschutz-bw.de/Lde/Startseite/Arbeitsfelder/Abu+Bakr+AL_BAGHDADI_+Anfuehrer+und+_Kalif_+des+_Islamischen+Staats_ [Letzter Zugriff am 10.7.2018].
- Maktabat al-Himma [IS-Medienstelle] (2016). *ayyuhā al-i'lāmī, anta mujāhid*.
- Masami' al-Khayr li-l-Inshad [hier für al-Nusra-Front] (2013). *jabhatnā manṣūra*.
- Paret, Rudi (1962). *Der Koran*. Übersetzung von Rudi Paret. Stuttgart u.a.: W. Kohlhammer.
- Pieslak, Jonathan (2009). *Sound Targets. American Soldiers and Music in the Iraq War*. Bloomington und Indianapolis: Indiana University Press.
- Pieslak, Jonathan (2015). *Radicalism and Music. An Introduction to the Music Cultures of al-Qa'ida, Racist Skinheads, Christian-Affiliated Radicals, and Eco-Animal Rights Militants*. Middletown, CT: Wesleyan University Press.
- Pieslak, Jonathan und Nelly Lahoud (2018). The Anashid of the Islamic State: Influence, History, Text, and Sound. *Studies in Conflict and Terrorism*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1057610X.2018.1457420?af=R&journalCode=uter20>.
- Said, Behnam (2016). *Hymnen des Jihads. Naschids im Kontext jihadistischer Mobilisierung*. Würzburg: Ergon.
- Shiloah, Amnon (1993). *Nashīd. The Encyclopaedia of Islam*. New Edition 7, 975–976.
- Shiloah, Amnon (1995). *Music in the World of Islam. A Socio-Cultural Study*. Aldershot: Scolar Press.
- Tyan, Émile (1991). *Djihād. The Encyclopaedia of Islam*. New Edition 2, 4. Auflage, 538–540.
- Weindl, Florian (2013). *Filmmusik und Emotionen. Zum Einfluss von Instrumentalmusik auf die Rezeption*. München: Akademische Verlagsgemeinschaft München.
- Winter, Charlie (2015). *The Virtual 'Caliphate': Understanding Islamic State's Propaganda Strategy*. Quilliam. URL: <https://www.quilliaminternational.com/shop/e-publications/the-virtual-caliphate-understanding-islamic-states-propaganda-strategy/> [Letzter Zugriff am 10.7.2018].

Alexandra Dick, M.A.

Nachwuchsforschergruppe Dschihadismus im Internet

Institut für Ethnologie und Afrikastudien

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Forum universitatis 6

D-55099 Mainz

Exekutionsvideos des Islamischen Staates Filmsprache, Zielpublika und rhetorische Potenziale

Yorck Beese, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Summary. Capital punishment videos are a fringe genre of film that for more than a century experienced virtually no systematic development in regard to style and cinematic techniques. This has changed, however, with the recent works of the Islamic State (IS), which made an effort to invest in its media production and to gain control of the processes of filmic signification. Using the genre as a rhetorical utterance, the IS employs videographic documents of capital punishment to produce communicative acts directed towards the population of the Islamic State as well as viewers outside of it. In this regard, the Islamic State's video production of the years between 2014 to 2017 is particularly powerful in communicating the IS world view. Its media workers have mastered a range of cinematic techniques, and acquired the ability to control the connotative level of film signs to a greater degree than the producers of previous capital punishment videos. By the same token, capital punishment videos of the Islamic State indicate a wealth of IS-specific discourses with respect to its military, ideological claims and the construction of enemies.

Zusammenfassung. Das Exekutionsvideo ist seit der Frühzeit des Films ein randständiger Teil der Filmgeschichte. Eine Weiterentwicklung dieses Genres ist jedoch durch die Arbeiten des Islamischen Staats (IS) auf der Ebene filmischer Signifikationsprozesse zu beobachten. Eingesetzt als rhetorisches Kommunikat, richtet das IS-Exekutionsvideo eine Vielzahl persuasiver Signale an die Bevölkerung im Herrschaftsbereich des Islamischen Staats, ebenso wie an Betrachter außerhalb dieses Herrschaftsbereichs. Die Gefahr einer Kommunikation des Weltbilds des IS ist dabei für die Produktion der Videos der Jahre 2014 bis 2017 als besonders hoch einzuschätzen, da die Medienarbeiter des Islamischen Staats sich in diesem Zeitraum die Fähigkeiten aneignen, die zur Kontrolle der konnotativen Ebene filmischer Zeichen erforderlich sind. Zugleich indiziert das Exekutionsvideo des IS über seine semiologische Beschaffenheit die Diskurse des Islamischen Staats in Bezug auf seine militärische Situation, seine ideologischen Ansprüche und den Blick auf seine Gegnerschaft.

1. Das Phänomen Exekutionsvideo und der Islamische Staat

Das Phänomen Exekutionsvideo ist seit Erfindung des Films ein gewissermaßen rudimentäres Genre des Dokumentarfilms. Sowohl technologisch als auch narrativ sind dem Exekutionsvideo seit jeher bestimmte Grenzen gesetzt. Einerseits weisen sich erhaltene Dokumente von Tötungen durch mehr okkasionele und amateurhafte dokumentarische Verfahren aus. Guillotininierungen, Erschießungen, Steinigungen und Elektrifizierungen wurden üblicherweise mit nur einer Kamera gefilmt, deren Handhabung und Positionierung selten mehr als eine oder einige wenige Einstellungen generiert hat und darum eine chronologische Abfolge von Ereignissen aus dem Blickwinkel nur weniger Kamerapositionen aus lieferte, sofern die Position der Kamera überhaupt wechselte. Die Narrativität dieses Videotyps andererseits beschränkt sich im Kern darum auf die Tötung, die das klare Punctum (vgl. Barthes 1989) jedes Exekutionsvideos darstellt. Die Handlungsabfolge einer filmisch festgehaltenen Exekution wird über die Exekution hinaus nur ergänzt durch einige zeitlich umliegende Ereignisse, darunter die Ankunft von Henker und Hinzurichtendem am Ort der Exekution, die Vorbereitung des zu Exekutierenden und vielleicht durch eine sich an die Tötung anschließende Leichenschau. Darüber hinaus mag dieser einfache Plot von einer Verurteilung oder Verlesung der Begründung für die Exekution ergänzt werden.

Mit derart einfach gestrickten Zeichenkomplexen verbinden sich dennoch verschiedene Interessen und kommunikative Ziele. Guillotininierungen wurden bereits in der Schwarzweißfilmzeit auf Film festgehalten, um das Faktum einer Tötung und ihre Methode zu dokumentieren. Auch die Beseitigung straffälliger oder sonst wie unliebsamer Personen sollte durch derartige Videos kommuniziert werden. (Ferner sollen Ärzte die Gelegenheit von Hinrichtungen genutzt haben, um den Versuch zu machen, mit abgetrennten Köpfen zu kommunizieren, was jedoch nicht auf Film dokumentiert worden ist.) Diesen Interessen stehen die morbide Faszination des Menschen für den Tod und auch das Interesse am Spektakel gegenüber. So zum Beispiel im Fall der Elektrifizierung des Elefanten Topsy, die im Jahr 1903 auf Film gebannt wurde und die sowohl auf eine Erforschung elektrischer Tötungsmethoden abzielte als auch auf ein Spektakel für das anwesende Publikum. Im Fall beider Interessensstränge konnte das Exekutionsvideo keine unmittelbare systematische Tradition auslösen. Doch die Faszination des Menschen für den Tod war und ist groß genug, um weiterhin videografische Dokumente von Tötungen und sterbenden Lebewesen einschließlich des Menschen hervorzubringen, das Ableben eines empfindungsfähigen Wesens durch den Abbildcharakter des Films zu belegen und es konzeptuell erfahrbar zu machen.

Entgegen dieses unsystematischen Charakters ist die Geschichte des Exekutionsfilms reich an Beispielen. Ein Querschnitt: Aus der Frühzeit des Films sind Dokumente aus China erhalten, welche Hinrichtungen während des Boxeraufstands sowie später die Exekutionen von Drogensüchtigen

unter Chiang Kai Shek zeigen. Während der Zeit des Nationalsozialismus wurden Erhängungen und Massenerschießungen von Juden ebenso filmisch festgehalten wie zum Beispiel die Erschießungen von französischen Nazi-Kollaborateuren. Auch hält sich bis heute zumindest das Gerücht einer wohl verlorenen Filmrolle, welche die Erhängung von Mitgliedern des Kreisauer Kreises für Adolf Hitler persönlich dokumentiert haben soll. Es folgten in den Jahrzehnten seither, um nur zwei bekannte Beispiele zu nennen, die Hinrichtung der Verurteilten der Nürnberger Prozesse durch den Strang und die Erschießungen im Zuge des Vietnamkriegs, darunter die eines Vietkongsoldaten durch General Nguyen Ngoc Loan 1968 (wenngleich das Foto des Tötungsereignisses bekannter ist als der am selben Ort entstandene Film). Die Veröffentlichung des Camcorders in den frühen 1980er Jahren erleichterte die Videografie von Tötungen, sodass unter anderem die Steinigung eines haitianischen Polizisten im Jahr 1986 und das *Massaker von Dagestan* 1999 auf Film gebannt wurden. Beide Filme dürften zudem als Beispiele für unter der Hand auf VHS-Kassette kursierende Snuff-Videos gelten. Diese Beispiele, so grauenerregend allein sie sein mögen, stellen lediglich einen Bruchteil der erhaltenen Tötungsvideos dar. Ihnen folgen mittlerweile über das Darknet, private Netzwerke und sogar öffentliche Websites unzählige Handyvideos von Tötungs- und Unfallereignissen (z.B. aus dem mittel- und südamerikanischen Narco-Krieg). Den in solchen Videos gezeigten, durch und durch verurteilungswürdigen Menschenrechtsverbrechen ist ihr technologisch, narrativer und filmsprachlich laienhafter Charakter gemeinsam.

Als Medium zur Kommunikation der Idee eines für lebensunwürdig erklärten Lebens reflektiert das Exekutionsvideo die Position der Henker: Mit einer auf Seiten der Täter positionierten Kamera ist das Objekt der Hinrichtung, also der oder die Hinzurichtende, das feste Ziel des Blicks von Kamera, Zuseher und Erzählerinstanz zugleich. Die Kommunikation von Ideen, etwa das Nachdenken über die Richtigkeit einer Exekution oder über die Angemessenheit einer Tötung aus Lust am Spektakel, bleibt höchstens implizit, zumeist aber nur durch die zeitgeschichtlichen und ideellen bzw. ideologischen Hintergründe erschließbar. Kaum ein Produzent, der seine gedankliche Position ausdrücklich macht, ausführlich begründet oder das Exekutionsvideo gar zur Eigenwerbung nutzt. Aus gutem Grund nutzen Staaten, welche die Todesstrafe anwenden, nicht die Möglichkeit, Exekutionen videografisch zu dokumentieren, da eine Tötung niemals positive ideelle oder ideologische Werte vermittelt. Vielmehr spiegelt sie eine ethische Unzulänglichkeit der Rhetorikinstanz und ihrer Nation, ihrer Ideologie oder ihres Rechtssystems wider. Staaten wie die USA demonstrieren zumindest eine thematische Offenheit gegenüber der Abschaffung und überhaupt Fragen nach der *Death Penalty*, während Staaten wie China oder gar Nordkorea, die eigenartige Verschweißung von Sozialismus, Totalitarismus und Erbdynastie, ihre Exekutionen vor der Weltöffentlichkeit verbergen.

Ganz anders verfährt der Islamische Staat (IS) mit seiner Videoproduktion zwischen seiner Ausrufung im Juni 2014 und seiner sich im Jahr 2017

anbahnenden militärischen Niederlage. Europäischen oder amerikanischen Medien mag es in der Vergangenheit genügt haben, Fotografien zu zeigen, die kurz vor oder nach einer Tötung entstanden sind und die Inhalt und Tragweite der Tötung in vollem Umfang durch Implikation oder „als ob“ an den Betrachter herantragen – eine umfassende Studie dieses journalistischen Bildtyps, dem sogenannten *About to Die Image*, hat Zelizer 2010 vorgelegt. Für den IS erfüllt das explizite Tötungsvideo dagegen mehrere Funktionen. Medienarbeiter des Islamischen Staats nutzen die propagandistische Potenz des Exekutionsvideos aus, indem sie ihre filmsprachlichen Konventionen auch auf Hinrichtungen anwenden, um diese unter anderem zur Kommunikation von Ideologie zu nutzen. Das Exekutionsvideo wird im IS geradezu zu einem Programmformat, also einem seriell produzierten Programm, dem eine episodisch-narrative Struktur und eine logistische sowie drehbuchmäßige Planung zu Grunde liegen. Um die Dokumentation einer Tötung in einen größeren narrativen Kontext stellen zu können, müssen Gefangene sich nun gewissermaßen selbst spielen. Eine episodische Struktur scheint in Vorhinein festzuliegen, ebenso wie die Anwendung planvoller Multi Angle-Aufzeichnungen. Exekutionsvideos des Islamischen Staats indizieren einen hohen Konstruktcharakter in allen Phasen von der Planung bis zur Postproduktion.

Wodurch wird diese Entwicklung möglich und was sind die konkreten Auswirkungen dieser zeitlich begrenzten Entwicklung von Exekutionsvideos? Wie funktioniert die Filmsprache des Islamischen Staats? Um sich diesen Fragen anzunähern, nimmt der vorliegende Beitrag zunächst die Entwicklung in der Videoproduktion des Islamischen Staats während ihrer ersten Hochphase (2014–2017) in den Blick.¹ Die Medienproduktion des IS ist berüchtigt für ihre zumindest scheinbar professionelle Arbeit (ein Mythos der hier ebenfalls hinterfragt wird). Auf dem Gebiet des Exekutionsvideos stellen die Strafvideos des Islamischen Staats eine – durchaus traurige – technologische wie narrative Weiterentwicklung dar. Vor dem Hintergrund eines Umrisses der Medienstrategie des IS und seiner Produktionsstätten sollen darum die standardisierten filmsprachlichen Praxen dargelegt werden, wie sie dem Korpus der IS-Propagandavideos 2014 bis 2017 zu entnehmen sind. In einem zweiten Schritt werden diese mit zwei Beispielen für IS-Exekutionsvideos abgeglichen, um die Serialität der Produktionen hervorheben und zugleich die Einhaltung der eigenen filmsprachlichen Standards hinterfragen zu können. Wie aber lassen sich die so gewonnenen Einsichten funktionalisieren?

Die vorliegende Untersuchung wird an einigen Stellen das Vokabular der rhetorischen Analyse aufweisen. Dies ist einerseits dem Umstand geschuldet, dass der Propagandafilm eine zeichenbasierte Kommunikation von Ideologie darstellt. Sie spielt sich darum im Rahmen des Kommunikationsmodells *Rhetor – Kommunikat – Rezipient* ab, durch welches der Kommunikationsweg (das Video) sowie die Art und Weise der Kommunikation persuasiver Angebote durch die Anwendung filmischer Verfahren greifbar wird. Das Propagandavideo des Islamischen Staates wird

damit als ein rhetorisches Objekt betrachtet, das bestimmte Potenziale auf Seiten des Rezipienten auslösen kann. Der Begriff des rhetorischen Potentials bezieht sich dabei auf eine nur scheinbare Ungenauigkeit. Während über den Rhetor verschiedene Dinge bekannt sein können und das Kommunikat als Untersuchungsobjekt tatsächlich vorliegt, in den Kopf verschiedener Rezipienten aber nur hypothetisch geschaut werden kann, konzentriert sich die Analyse auf die zentralen filmsprachlichen Aspekte, welche für die Persuasion im Sinne des Rhetors und seines Weltbilds ideal erscheinen.

2. Dschihadistische Videopropaganda und Medienarbeit im Islamischen Staat

Um sich der Medienarbeit des Islamischen Staates sowie einer Geschichte des Exekutionsvideos anzunähern, soll zunächst ein filmgeschichtlicher Aufriss eine kurze Einordnung der beiden Phänomene ermöglichen. Die folgenden Absätze orientieren sich darum an der grundlegenden Arbeit von Anne Stenersen (2017) und ergänzen diese um aktuelle Erkenntnisse der Forschung. Die Geschichte der dschihadistischen Videopropaganda (DVP) reicht bis in die 1980er Jahre zurück, als der Camcorder erstmals für den Heimnutzermarkt zugänglich gemacht wurde. Der dschihadistische Film lässt sich darum an seinen Wurzeln als eine Art Privatvideo charakterisieren: Seine technologische Entwicklung bleibt in den nachfolgenden Jahrzehnten mit dem technologischen Angebot des Einzelhandels (Kameras, Mikrofone usw.) mehr oder weniger koextensiv. Der Film des Dschihadismus beginnt mit dem Kriegstourismus arabischer Rekruten, die Ende der 1980er Jahre den Russland-Afghanistan-Krieg als Freiwillige bereisen, sowie den Videobotschaften, die Osama bin Laden ab 1986 erstellt. Im ersten Jahrzehnt nach der Jahrtausendwende und dem 11. September 2001 sind zunächst nur Versuche einer seriellen dschihadistischen Videoproduktion zu beobachten, in der Exekutionsvideos noch nicht inbegriffen sind.

Mit Ausrufung des Islamischen Staates im Juni 2014 sollte die dschihadistische Medienarbeit erstmals einen systematischen, ja sogar quasi-professionellen Status erlangen und sich des Exekutionsvideos gezielt annehmen. Das Exekutionsvideo, das bis dahin einen in seiner Produktion höchst unsystematischen Charakter pflegte, wird vom Islamischen Staat als Teil der Propagandaarbeit gezielt fortentwickelt. Behilflich ist dabei der riesige Medienkomplex des IS. Bereits ab Herbst 2013 wird die 2006 gegründete *al-Furqan Media Foundation* von der neu gegründeten *al-Itisam Media Foundation* flankiert. Beide produzierten vor allem in arabischer Sprache für ein überregionales Publikum. 2014 folgt die Gründung internationaler Medienstellen (allen voran das *al-Hayat Media Center* sowie *Furat Media* für russischsprachige Medien) und zahlreicher regionaler Medienbüros (*makhtabat* – Medienhäuser oder *wilayat* – Regionen). Zwischen 2014 und 2017 hat der Islamische Staat etwa 50 Medienstellen betrieben, die meisten von ihnen im Kerngebiet Syrien und Irak (genannt *al-Shām*), aber auch

auf der Drehscheibe des Islams, Ägypten (dort das sog. *Wilayat Sayna*, zu dt. *Region Sinai*, das weiterhin aktiv ist), und in entlegenen Regionen wie Westafrika und sogar den Philippinen. Zudem gründet der IS die *Amaq News Agency* und die *Nashir News Agency*. Praktisch jede Medienstelle hat u.a. mehr oder weniger seriell Exekutionsvideos produziert und veröffentlicht.

Aus seinen ideologischen Grundsätzen heraus gilt Brutalität für den IS als angemessenes Mittel zum Schutz und zur Stärkung der eigenen Glaubensgemeinschaft, der sogenannten Ummah. Bereits 2004 wurden diese Grundsätze durch Abu Bakr Naji in einer Schrift mit dem Titel *The Management of Savagery* (Naji 2006; ein bündige Abhandlung des Texts findet sich in Atwan 2016) dargelegt, auf deren Wortlaut sich das Verhalten des IS in vielen Bereichen im Verhältnis 1:1 beziehen lässt. Besonders hinsichtlich der Anwendung von Köpfungen, auch als Reaktion auf weit zurückliegende Ereignisse, ist diese Schrift explizit: Die Hinrichtung gilt als Mittel der Herrschaft durch Angst. Dies entspricht der rhetorischen Taktik jeder Handlung durch den Islamischen Staat, denn das Kommunikat ist Angst und soll favorable Reaktionen für die Soldaten des IS erwirken.

Mit der internen Schrift *Medienarbeiter, auch Du bist ein Mujahid* erklärt der IS eine Dekade später seine Medienarbeit für gleichbedeutend mit dem

gewaltbereiten Dschihad auf dem Schlachtfeld (eine lohnende Untersuchung dieses Texts hat Winter 2017 vorgelegt). Als Mittel der Gratifikation der ideologischen Anhängerenschaft erscheint die Propagandaarbeit ihm wichtig, wichtiger aber noch scheint die Herrschaft durch Angst und Einschüchterung zu sein. Diese Funktion sollen Exekutionsvideos für den IS in besonderem Maße erfüllen. Sein Auftritt als Rhetorinstanz von Exekutionsvideos ermöglicht es ihm, sich durch den Nachweis der Anwendung von Körperstrafen als ein Kalifat auszuweisen, das mit der Scharia das Gesetz Allahs vertrete. Dies wiederum ermöglicht es ihm, dem bei Abu Bakr Naji anzutreffenden Ideal gerecht zu werden, sich als Verteidiger der Ummah darzustellen.²



Abb. 1: Die interne Schrift *Medienarbeiter, auch Du bist ein Mujahid* (Makhtabat al-Himma, 2015).



Abb. 2, 3: Der medienfixierte IS dokumentiert den Dreh einer Exekution. Screenshots aus: *Enthüllung des Satans* (Wilayat al-Khayr, 25.6.2016).

Ab Juni 2014 entwickeln sich Videos des IS rasant zu strukturierten Programmen mit erkennbaren Anforderungen an den Einsatz von Planung und Durchführung von Aufnahmen bis hin zu deren Nachbearbeitung. Die Medienarbeit des IS gewinnt durch den Einsatz von Programmformaten, denn – so ist auch entgegen näherer Einblicke in den IS anzunehmen – sie ergonomisieren seine Propagandaarbeit und kommunizieren zugleich gezielt ideologische Botschaften. Dschihadistische Video-propaganda entwickelt sich damit erstmals zur Formatpropaganda. Hinsichtlich der technologischen Qualität bewegen sich die Videos des Islamischen Staates schnell ins obere Segment des für den Home User zugänglichen Angebots von Kameras, Mikrofonen und Videoschnittprogrammen der anbrechenden HD-Zeit. Allein die Motivation der Medienarbeiter, die Grenzen des Heimnutzermarkts zu sprengen, führen zu einem vergleichs-

weise hohen dauerhaften Produktionsniveau mit punktuellen Versuchen, die eigene Arbeit zu übertreffen. In beiden Fällen ist das Gros der IS-Videos ebenso ideologisch wirkfähig wie es audiovisuell imposant sein kann.

Aus dieser historischen Konstellation resultiert erstmals ein versierterer und gezielterer Umgang mit filmischen Zeichen auf dem Gebiet der DVP. Die typischen Programmformate des Islamischen Staats entsprechen der begrenzten Anzahl von Narrativen, derer er sich befleißigt: Utopien, Kriegsberichte, Gnaden- und Konvertitennarrative, das Opferrollennarrativ der Ummah gegenüber der restlichen Welt sowie Narrative von Körperstrafen, zu denen besonders Exekutionsvideos zählen. Diese Narrative hat Charlie Winter bereits 2015 observiert (Winter 2015a). Die Auswirkungen der im Jahr 2016 begonnenen Militäroffensive gegen den IS spiegeln sich in Winters Studie zwar noch nicht wider, nach dem Sommer des Jahres schlägt die Medienproduktion jedoch nach und nach von der Anwerbungs- zur Durchhaltepropaganda um.

Doch um beim filmsemiotischen Aspekt zu bleiben: Durch die Anwendung filmsprachlicher Normen, die sich den populären Seh- und Rezeptionsmustern des gegenwärtigen Film- und Fernsehmarktes anpassen, erleichtert der IS zudem die Kommunikation von Ideologemen, die sich gemeinsam mit den Narrativen in ein ideologisches Weltbild fügen. Neben mehreren hundert Stunden von Audioprogrammen, zahlreichen Magazinen und Schriften produziert der Islamische Staat zwischen 2014 und 2017 tausende Videos, darunter über 2000 planvoll durchgeführte und größtenteils quasi-professionell gefilmte sowie narrativ aufbereitete Exekutionen, die sich auf etwa 1000 Videos verteilen.³

3. Einige filmsprachliche Standards von IS-Videos

Als journalistische Methode ist die Art und Weise des Einsatzes von filmischen Verfahren durch den Islamischen Staat keine Innovation. Vielmehr knüpft die Propagandamaschinerie des IS an die Sehgewohnheiten eines internationalen Publikums an. Auch als propagandistische Werke sind die Videoproduktionen des IS nicht notwendig Innovationen auf dem Gebiet der filmischen Propaganda, wohl aber auf dem speziellen Gebiet der dschiha-distischen Videopropaganda. Mit der materiellen und ideologischen Investition des Islamischen Staats in seinen Mediensektor vollzieht sich im Gebiet der DVP erstmals ein bedeutsamer Sprung hin zu quasi-professionellen Produktionsmechanismen. Darin eingeschlossen ist eine Entwicklung hin zu einer weitgehend einheitlichen Filmsprache, die sich auf Drehplanung, Dreharbeiten und Montage stützt und darum komplexere semiotische Strukturen bietet, als es auf dem Gebiet der DVP oder des Exekutionsvideos bis dahin möglich war. Als Verfahren, die propagandistisch und selbstdarstellerischen Zwecken dienen, sind die hier beschriebenen Verfahren ab einem bestimmten Produktionsniveau sogar zu erwarten. Hand in Hand geht die Utopisierung des eigenen Kalifats mit der Glorifizierung der eigenen Streitkräfte.

Betrachtet seien nun einige als sicher anzunehmende Standards der IS-Filmsprache, wobei die auditive Ebene hier weitgehend ausgeklammert bleibt.⁴ Bereits der Einsatz von Kamerapositionen in Kombination mit Einstellungsgrößen weist den planvollen propagandistischen Charakter von IS-Videos aus. Auffällig sind besonders Untersichten in der Halbnahen, Nahen oder Detailgröße, die Militär und Institutionen groß erscheinen lassen. Übersichten und mit Drohnen gefilmte Vogelperspektiven in Panorama und Totale dienen der Suggestion von taktischem Kalkül oder militärischer Präzision in Drohnenangriffs- oder Märtyrervideos oder auch der utopischen Darstellung des Kalifats. Die Normal- oder Augenhöhe wird üblicherweise im Multi-Angle-Verfahren als Halbnahe oder Nahe eingesetzt, um Interviewsituationen einzufangen. Wohl durch die Gesprächskultur bedingt kommt zudem eine sitzende Normalhöhe zu den standardisierten Einstellungen hinzu, die in der Regel ebenfalls mit mehreren Kameras eingefangen wird. Eine geringe Tiefenschärfe und Platzierung von Personen im goldenen Schnitt erlaubt den Produzenten eine Hervorhebung der betreffenden Person in Interviews, während diese zugleich in einer thematischen Umgebung präsentiert wird. In Interviewsituationen bemühen sich die Medienarbeiter des IS besonders um positive Affektbilder. Der serielle Einsatz von Vignetten („dunkle Bildecken“) erleichtert zudem die Aufmerksamkeitsführung des Zusehers.

Dagegen meiden Videos des IS semantische Uneindeutigkeiten wie schräge Kameraperspektiven (Dutch Angle), vermutlich weil diese innere figurale (personale) Unsicherheit auf die Kamerahandlung transponieren kann. Subjektivierungen, also die Annäherung an die Erlebniswelt einer durch die Kamera begleiteten Person, setzen die IS-Filmmacher eher vorsichtig ein: Over the Shoulder-Shots kommen vor und beteiligen den Zuseher an der Erlebniswelt einer gezeigten Person, doch um den journalistisch-realistischen Anstrich der Propagandawerke nicht zu gefährden, wird allgemein auf POV-Montagen verzichtet. Praktisch vollständig verzichtet das IS-Video auf einen Wechsel der Erzählung vom Protagonisten zum Antagonisten. Die Person, die im Mittelpunkt steht, ist in aller Regel ein Angehöriger des IS. Ausnahmen bestehen vor allem im Exekutionsvideo, denn die Konstruktion eines Anderen ermöglicht dessen Assoziation mit dem Tod. Auch auf der Makroebene der Montage, der Montagesyntax, sind IS-Videos relativ einfach gestrickt. Das IS-Video bevorzugt das szenische Syntagma, gelegentlich auch das vergleichende Syntagma, um einen ideologisch-historisch verklärten Deutungskontext zu stiften. Das Parallelsyntagma, welches der Organisation mehrerer raumzeitlich und kausal abgeschlossener Handlungsstränge dient, tritt – wenn überhaupt – dann nicht in kontinuierlicher Form auf.

Bezeichnend ist zudem das Motto, das jedem IS-Video in einer etwa fünfsekündigen Texteinblendung vorangestellt wird (die sog. Basmala): *Im Namen Allahs, des Mächtigen, des Allerbarmers*. Diese Texttafel ist notwendiger Bestandteil der Syntax jedes IS-Videos. Ihre denkbare Funktion ist die Autorisierung des nachfolgenden Videokommunikats als eine Art Text von religiöser Bedeutsamkeit.

Interessant ist zudem das Zensurverhalten der IS-Medienarbeiter. Selbstredend, dass ein Regime wie jenes des IS bestimmte Ideen für nicht denkbar erklärt und bestimmte Diskurse von vornherein nicht nur verknüpft, sondern



Abb. 4, 5: Das Dutch Angle (oben, Screenshot aus *The Establishment of the Islamic State, Part 2*) wird vom IS üblicherweise nicht eingesetzt, da die um die Rollachse geneigte Kamera figurale bzw. personale Unsicherheit signalisieren kann und damit nicht zum Rollentyp des Mujahid passt. Überlagert wird der Bildtyp hier jedoch vom Motiv des Kettenbilds, in welchem ein Trupp Soldaten Mann für Mann an der Kamera vorbeizieht. Der Blick, den die Kamera hier suggeriert, kann nur der eines gefallenen Gegners sein. Unten: Beispiel für Cadrage einer Person im linken Bilddrittel, mit geringer Tiefenschärfe, in thematischer Umgebung.

gar nicht erst zulässt. So im Fall des entblößten Körpers, über den filmische Diskurse zu halten nicht mit der strengen Doktrin des IS vereinbar ist. Er wird daher stets vom Hals an abwärts durch Blurring unkenntlich gemacht, ganz gleich ob es sich um zufällig entblößte Mujahidin oder unbekleidete Leichen handelt. Dasselbe Verfahren kommt auch für bestimmte unverhüllte Mujahidin zu Anwendung, deren Identitäten der IS schützen will. Zudem werden unverschleierte Frauen stets unkenntlich gemacht, wobei allerdings Frauen extrem selten in IS-Medien in Erscheinung treten. Auch akustische Verzerrungen werden verwendet, um Identitäten zu schützen, sobald ein nicht für die Öffentlichkeit bestimmter (Klar-)Name verbal geäußert wird.

Paradox wirkt die Anwendung einer Zensur im Fall des Exekutionsvideos: Die ausdrückliche Tötung soll als Beleg für die Anwendung des Rechtssystems der Scharia (nach Auslegung des Islamischen Staates) dienen, dennoch blenden regionale Medienstellen den Moment der Tötung in einigen (nicht allen) Exekutionsvideos aus. Dies geschieht zumeist durch eine Ellipse, seltener auch durch einen akzelerierenden Summary Cut. Der genaue Grund hierfür ist unklar, womöglich aber gefährdet das explizite Material die innere Ruhe in der Bevölkerung des IS. Zum besseren Verständnis sei die Definition von Zensur nach Bulgakowa (2011) in Erinnerung gerufen:

Allgemein wird die Filmzensur als eine Maßnahme der Gesellschaft aufgefasst, die sie vor der hypothetischen Wirkung der Filme schützt. [...] Gemeinhin werden solche Begrenzungen, die die Einschränkung und Beschneidung der Freiheit des künstlerischen Ausdrucks bedeuten, als Verteidigung sozialer, politischer, ethischer, moralischer oder kultureller Normen begründet.

Als Informationsmedien des Inneren sowie des Äußeren ist die Medienarbeit des IS gleichermaßen der Etablierung und Wahrung einer Ordnung im Inneren des IS verpflichtet. Die Art und Weise dies zu erreichen, gestaltet sich scherenartig entlang der Achsen *Kommunikation nach Innen* (vor allem durch die regionalen und überregionalen Medienstellen) und *Kommunikation nach Außen* (durch die internationalen Medienstellen sowie die Dissemination übersetzter regionaler Videos, welche dem IS für Agitation und Anwerbung geeignet scheinen).

Aus der Observation dieser von IS-Videos gemiedenen filmsprachlichen Verfahren lässt sich erahnen, dass es den Produzenten nicht um eine Aktivierung komplexer Deutungspotenziale im Verstand des Zusehers geht, sondern um die Verbreitung bestimmter Seh- und Deutungsmuster, die zudem leicht nachzuvollziehen sein sollen. Zwar betont der IS die Medienarbeit, doch die Ideologie und die Notwendigkeit der Eigenwerbung setzen den Mitteln der Filmsprache Grenzen. Wie sehr der IS auf sein ideologisches Angebot angewiesen ist, zeigt sich auch im seriellen Einsatz eines Voice Over-Erzählers, der den Zuseher weiter auf das Interpretationsangebot stößt. Dem entsprechend meiden IS-Videos auch die Darstellung von Nicht-Mujahidin als Protagonisten. Dass eine narrative Darstellung des Antagonisten außerhalb von Exekutionsvideos gemieden wird, leuchtet

auch ein: Die Erzählung um den Antagonisten herum aufzubauen würde notwendig erfordern, sich mit dessen Lebenswelt auseinanderzusetzen. Das Programm des Islamischen Staats sieht jedoch vor, die einzige soziale Rolle zu vermarkten, die er für Männer vorsieht, nämlich die des Mujahid, also des (vermeintlich) gottesfürchtigen und de facto politisch willfähigen Soldaten des Kalifats. Die Rolle von Personen außerhalb des Islamischen Staats ist in der IS-Filmsprache die des Hinzurichtenden.



Abb. 6, 7: Symbolträchtige Bildtypen, wie der IS sie in seiner Bildsprache bevorzugt: Oben ein vignettiertes Flaggenbild mit einsamem Mujahid als Spiegel ideologischer Doktrin, unten das Gruppenbild als Zeichen der Geschlossenheit (Screenshots aus *The Establishment of the Islamic State, Part 1*).

Verstöße gegen die hier geschilderten Regeln kommen vor. Sie bleiben zwar die Ausnahme, erklären sich jedoch offenbar allein aus der Dominanz eines bestimmten symbolisch aufgeladenen Bildmotivs, das in Szene gesetzt wird, wobei eine bestimmte Bildmetapher angestrebt wird. Stets kann es passieren, dass ein Video des Islamischen Staates vom journalistischen in einen symbolischen Modus umschlägt. Bestimmte Motive wie der einsame Mujahid mit der Flagge oder allgemein Flaggenbilder treten immer wieder in Erscheinung, um die Präsenz des IS oder den Kampf für ihn zu symbolisieren. Neben dem Flaggenbild ist besonders das Gruppenbild, zumeist eine Gruppe von bewaffneten Mujahidin, ein Bildtyp, den der IS schon seit der Zeit vor seiner Gründung (mindestens seit November 2013) verwendet.

Tropische Bildsprache ist ein Rudiment bereits des frühesten dschiha-distischen Films. Am leichtesten lässt sich dies vielleicht an einem Beispiel erklären: Bereits in *SANA'A* (Libanon 1985), einem Video, das die früheste bekannte durch eine Frau begangene Märtyrertat dokumentiert, treten Symbolbilder bzw. Bildmetaphern in Erscheinung. Die 16-jährige Syrerin Sana'a Mehadli wird im Video während ihrer Testamentsverlesung, während der vermeintlichen Fahrt in ihr Martyrium sowie in einem Hochzeitskleid auf einer Wiese gezeigt. Das Video kippt dabei vom Dokumentarischen in die Symbolik, die reelle Handlung tritt hinter einer Allegorie zurück. Nicht jedem Kulturkreis erschließt sich das Bild sofort, doch kurz gesagt wird in diesem Beispiel der Topos gepflegt, dass das Martyrium wie eine Heirat sei.

4. Exekutionsvideos des Islamischen Staats

Exekutionsvideos mögen nicht als das werbewirksamste Mittel für einen Erstkontakt mit der Ideologie des Islamischen Staats erscheinen. Doch das Gegenteil ist der Fall, denn Exekutionen treten auch in den der Forschung bekannten Rekrutierungsdatensätzen des Islamischen Staats in Erscheinung. Dort stehen sie neben Utopien des Kalifats, Reden der Vordenker und Offiziellen des IS (darunter auch solche des 2011 getöteten Anwar al-Awlaki, dessen Name mit terroristischen Aktionen in den USA und Europa in Verbindung gebracht wird), Magazinen wie *Dabiq* oder *Rumiyah* und ideologischen Traktaten. Für diesen Artikel wurden zwei IS-Videos als repräsentativ für den Großteil des Korpus an IS-Exekutionsvideos ausgewählt, wenngleich nicht notwendig für die vorgenannten Rekrutierungsdatensätze. Ihre Repräsentativität leitet sich daher aus zwei anderen Faktoren ab. Einerseits ist die Art und Weise entscheidend, wie das jeweilige Video mit den filmsprachlichen Regeln des IS verfährt und diese repräsentiert oder sogar interpretiert. Andererseits ist der Grad ihrer Komplexität ausschlaggebend als Indikator sowohl für rhetorische Angebote wie auch für Entwicklungen auf dem Gebiet des Exekutionsvideos.

4.1 *Healing of the Believers' Chest* (al-Furqan Media Foundation, 3.2.2015)

Die Gefangennahme und Exekution des jordanischen Kampfpiloten Mu'adh al-Kasasbeh bezieht eine besondere Stellung in der Mediengeschichte des Islamischen Staats. Nach den Hinrichtungen verschiedener Journalisten durch „Jihadi John“ (angefangen mit *A Message to America*, al-Furqan Media Foundation, August 2014) und der Massenexekution in *Auch wenn es den Ungläubigen zuwider ist* (al-Furqan Media Foundation, November 2014) reiht sich *Healing of the Believers' Chest* ein in eine Gruppe von Hauptwerken der IS-Exekutionsvideos sowie der IS-Propaganda allgemein. Die Bilder aus *Healing of the Believers' Chest* (al-Furqan Media Foundation, 3.2.2015) gingen im Frühjahr 2015 um die Welt, nachdem der vom IS gefangengenommene jordanische Kampfpilot Mu'adh al-Kasasbeh vor laufenden Kameras bei lebendigem Leib verbrannt wurde. Seine unzensuriert veröffentlichte Exekution sorgte international für eine Welle von Bestürzung. Gezielt versuchte der Islamische Staat diese Exekution für innenpolitische wie außenpolitische Ziele auszunutzen, indem die Produzenten diesem Video den vielleicht höchstens Grad an filmsprachlicher Komplexität ange-deihen ließen, der bis dato für ein Exekutionsvideo des Islamischen Staats bekannt ist.

4.1.1 Filmsprache

Die Struktur dieses Videos entspricht zunächst der allgemeinen, chronologisch erzählenden Struktur durchschnittlicher IS-Videos, wie sie sich zwischen 2014 und 2017 herausbildete. Auf der Makroebene angelegt als Struktur in sich abgeschlossener Erzählepisoden entfaltet sich das Videos im Muster *Intro: zeitgeschichtliche Hintergründe* (hier: Behauptung einer Verschwörung gegen den IS durch eine Montage von Material, welches der IS sich von verschiedenen Nachrichtensendern angeeignet hat), *animiertes Titelbild: Angriff eines Fighter Jets auf den IS* (als Konsequenz der zuvor behaupteten Verschwörung), *Interview: Verhör des gefangenen Piloten* (Kasasbeh muss Zeugnis über seine Mission ablegen und zuletzt Handlungen gegen den IS abschwören), *Hinrichtung: Verbrennung Kasasbehs* (die eigentliche Exekution, wie sie vom IS videografisch dokumentiert und in vergleichsweise aufwändiger Montage zusammengestellt wird) und *Outro: Koranvers und Kopfgeldaussetzung auf weitere Piloten* (ein der Exekution hintenangestelltes Koranzitat, aus dem sich eine metaphysische Begründung für die bereits abgehaltene Tötung sowie künftige Exekutionen von jordanischen Piloten ableiten soll).

Den filmsprachlichen Regeln des IS entspricht dieses Exekutionsvideo auf der Oberfläche penibel. Als die behauptete Verschwörung im Intro mit Material illustriert wird, das die Medienstelle sich von einem IS-fremden Nachrichtensender angeeignet hat (womöglich Material eines jordanischen

oder arabischen Fernsehsenders), wird eine nur kurz im Hintergrund zu erblickende weibliche Person zensiert. Auch wird das Fremdmaterial mit einem TV-Filter überlegt, um die Suggestion eines fremden Medienspiegels zu erwecken und zugleich die Rhetorinstanz des Videos vom gezeigten Ausschnitt zu distanzieren. In der Art und Weise, die Verhörsituation Mu'adh al-Kasasbehs zu filmen, finden sich keine filmsprachlichen Verstöße gegen den internen Regelkatalog. Vielmehr wird das Verhör mit einer Maske überlegt, die die zu Grunde liegende Videografie (das filmische Zeichen „Verhör“) in den Dienst eines übergeordneten Deutungskontextes stellt: Unter der Maske *Security Database*, die hier für einen hochrangigen politischen Gefangenen zum Einsatz kommt, gibt sich dieses Video den Anstrich einer Geheimhaltungsstufe, so als dürfe der Zuseher geheimdienstliches Material sichten. Eine solche Mythisierung des in der Produktion eingeholten A/V-Materials ist nicht ungewöhnlich für IS-Videos, wenngleich die Gefahr des Eigentors droht, denn die Textmasken enthalten Tippfehler, was die vorgetäuschte Professionalität des IS-Sicherheitsapparats ad absurdum führt.

In der Cadrage und Montage der Exekution selbst geht *Healing of the Believers' Chest* über das als sicher anzunehmende IS-Stilblatt allerdings hinaus. Erstmals setzt ein IS-Exekutionsvideo – ja, nach derzeitigem Kenntnisstand überhaupt: ein Exekutionsvideo – auf eine Bildmetaphorik als dominantes Verfahren, dazu auf vergleichende Cadragen, scheinbare POV-Montagen sowie eine komplexe Syntagmatik.



Abb. 8: Vignettierte Fernsehschirmmaske als Distanzierung der Rhetorinstanz.



Abb. 9: Kasasbeh wird beim Dreh nur mit Seitlicht angestrahlt, sein Gesicht bleibt dadurch zur Hälfte dunkel und signalisiert auf der konnotativen Ebene ganz sprichwörtlich ein zweites Gesicht.

Als Kasasbeh in der narrativen Logik des Videos am Ort seiner bevorstehenden Exekution angelangt ist (er musste ganz offenbar mehrere Regieanweisungen befolgen und wird hier als Protagonist – also als *Identifikationsfigur* – ins Bild gesetzt), inszeniert die Montage über die Einstellungstypen einen Wettbewerb um den Anteil am Bildausschnitt (*Cadrage*) zwischen Kasasbeh und seinen Henkern. Diese bemisst sich an der Einstellungsgröße, der Position der Akteure in der Szene sowie dem Bildausschnitt, den sie beziehen. Ausgehend von einer alternierenden Montage zwischen Nah- und Großaufnahmen, werden die Mujahidin, wie zu erwarten, von unterhalb und in bedrohlicher Großaufnahme gezeigt. Ein Mujahid kann immerhin sechs Bildneuntel für sich gewinnen. Kasasbeh hingegen bezieht nur in einer Halbnahen die mittleren Bildneuntel und selbst diese lassen die Kameramänner ihn nicht ausfüllen. Bildrhetorisch wird Kasasbeh hier verkleinert, Konnotationen von Unbedeutsamkeit und Unterlegenheit perspektivieren das Denotat Kasasbeh im Deutungsangebot dieses Videos.⁵ Den Wettbewerb um die Bildmitte entscheiden Montage und *Cadrage* zu Gunsten der Mujahidin.

Konterkariert wird dieses Verfahren durch zwei weitere Verfahren, nämlich der Bildmetapher (als zentralem Verfahren der *Cadrage*) und dem scheinbaren Point of View-Verfahren (POV), also dem vorgeblichen Blickpunkt des Subjekts der Erzählung. Die Bildmetapher ergibt sich aus der Wahl der Einstellungen, speziell aus der Kameraposition in Verbindung mit der Wahl des Bildausschnitts (ebenfalls *Cadrage*) sowie der Anordnung der Akteure in der Szene. Sämtliche Einstellungen, in denen Mu'adh Kasasbeh und seine Henker gleichzeitig zu sehen sind, sind so gewählt, dass Kasasbeh

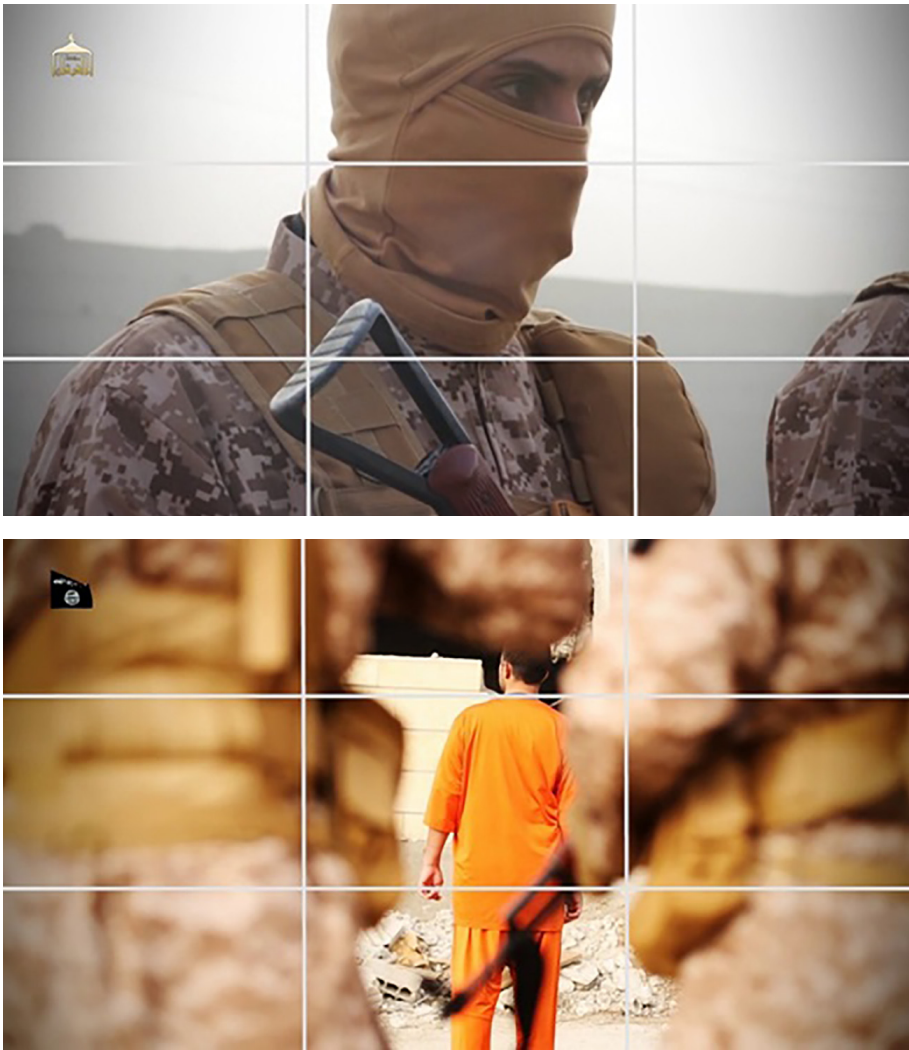


Abb. 10,11: Als sicher gilt, dass der IS während seiner Medienarbeiten zwischen 2014 und 2017 planvoll arbeitet und z.B. Bildraster während des Drehs verwendet (hier nachträglich eingezeichnet).

numerisch unterlegen oder räumlich eingegrenzt erscheint. Wie von Gefängnisstäben oder einer Mauer umgeben muss der Hinzurichtende sich inmitten einer Gruppe von Mujahidin positionieren. Der dokumentarische Charakter des Exekutionsvideos weicht damit einer symbolträchtigen Bildkomposition. Diese Montage mündet in einer weiteren Bildmetapher, nämlich dem Schlüsselloch. Wie hinter der verschlossenen Tür einer Gefängniszelle verschwindet Kasasbeh hinter den Mujahidin. Vollendet wird diese Metapher später durch Einstellungen des von innen an die Stäbe eines echten Käfigs greifenden Kasasbeh, d.h., das Video kippt wieder in den dokumen-

tarischen Modus zurück. (Kasasbeh musste auch dort an der Narrativierung seiner eigenen Tötung mitwirken, wenngleich er seinen Peinigern, wie eine genaue Betrachtung des Videos zeigt – nicht die Genugtuung gegeben haben mag, ängstliche Gesichtsausdrücke zu zeigen.) Die kontinuierliche Gefängnismetapher wird damit durch die konkrete Darstellung von Gefangensein abgelöst.



Abb. 12, 13: Die Gefängnismetapher⁶ und die Schlüssellochmetapher.

Bemerkenswert ist die scheinbare Anwendung eines offenen Point of View-Verfahrens für den Hinzurichtenden. Dieses Verfahren könnte in der Geschichte der dschihadistischen Videopropaganda ein Novum darstellen, doch nur scheinbar liegt hier ein Regelverstoß gegen die filmsprachlichen Regelungen des IS vor. Kasasbehs Blick streift durch das Rund und er erblickt, so suggeriert die Montage durch Interpolationen von Kasasbehs umherstreichendem Blick, die über ihn wachenden Mujahidin. Die Blicke der Mujahidin sind jedoch von Positionen aus gefilmt, die Kasasbehs Blick nicht entsprechen können, d.h., der Erzähler stellt zwar Kasasbeh als Protagonisten dar, dieser sieht sich aber in narrativer Logik nur „den streng wachenden Vertretern des IS gegenüber“. Während aber das konkrete Blickziel Kasasbehs zunächst nur implizit (und als POV offen) bleibt, findet sein von der Montage konstruierter figuraler Blick letztlich ein Ziel: Die einzige Person, die den Blick Kasasbehs zu erwidern scheint, ist sein Henker. Dieser ist der einzige Mujahid, dem durch Kameraeinstellung und Montage ein Blickkontakt zu Kasasbeh zugeschrieben werden kann. Der Blick des Kriegsgefangenen hat damit nur den Henker zum Ziel. Die Produzenten des Videos konstruieren hier über die Montage Angstregungen in der Person Kasasbeh und forcieren damit auch Angstregungen im Zuseher, denn Kasasbeh wurde als Protagonist in die Szene eingeführt.

Organisiert wird die Exekutionssequenz durch eine alternierende Parallelmontage, die zugleich verschiedene Raum- und Zeitebenen miteinander koordiniert und die Kausalität des Exekutionsereignisses konstruiert. Auf der ersten Ebene findet sich die Ankunft Kasasbehs am Ort seiner Hinrichtung. Die Szene wird mit zwei weiteren Erzählebenen durchsetzt. Einerseits sind dies Aufnahmen eines Kampfpiloten, die den Einsatz Kasasbehs symbolisieren. Diese Bilder sind rot eingefärbt und blitzen mit sehr geringer Laufzeit zwischen Takes von Kasasbeh am Exekutionsort auf. Sie stellen die Backstory parat und konnotieren durch die Farbgebung Tod und Blutvergießen. Die hohe Schnittgeschwindigkeit suggeriert zudem, dass Kasasbehs Tat ein gemeinsames bewusstes mentales Objekt der anwesenden Personen ist, der Mujahidin wie auch Kasasbeh – es ist also nicht durch den POV, sondern durch die parallele Anordnung von Erzählebenen in der Montage, dass Kasasbeh mit einem nachträglich konstruierten Innenleben dargestellt wird.

Auf der dritten Ebene treten Aufnahmen von verletzten und getöteten Personen hinzu, welche in der Logik der Montage durch Kasasbehs Einsatz zu Schaden gekommen sind (d.h. durch explodierende und Feuer auslösende Raketen, die im Video in ihren Auswirkungen nur implizit bleiben). Diese stellt die Montage als historische Bewusstseinsobjekte zur Verfügung, aus denen sich die Kausalität der Exekution ableitet. Auf der vierten und letzten Ebene ist da noch die Verbrennung Kasasbehs bei lebendigem Leib als Konsequenz der historischen Handlungen und des aus ihnen erwachsenen Bewusstseins.



Abb. 14-16: Der Blick des Henkers als einzige mögliche Blickerwiderung.⁷ Mit dem konkreten Käfig kippt das Video vom symbolischen zum dokumentarischen Modus zurück (setzt dann aber wieder den symbolisierenden Summary Cut ein). Inszenierung des Feuers: Eine Strafe, die den zu Exekutierenden von oben trifft – das selbstgefällige Weltbild des IS wird hier in eine Bildkomposition transponiert, der Henker über den Gegensatz oben-unten filmsprachlich mit einem Zeichen der Macht versehen. (Tatsächlich ist es im Islam verboten, mit Feuer zu strafen.)⁸

Der IS kreiert hier mit einigem Geschick einen Nexus aus Tat und Tilgung oder, anders ausgedrückt, einen Mythos von Verbrechen und Strafe: Das bewusste Handeln Kasasbehs während seines Flugeinsatzes verhält sich zur Tötung von Angehörigen des Islamischen Staats wie die Konfrontation Kasasbehs mit den Henkern des Islamischen Staats zur gewaltvollen Tilgung seiner Tat. Die Formel der Montage lautet also:

$$\begin{array}{l} \text{Kampfeinsatz gegen den IS : Tötung von Angehörigen des IS} \\ = \\ \text{Konfrontation Kasasbehs : Tötung Kasasbehs.} \end{array}$$

Die Montage kann damit letztlich auf zwei Ebenen heruntergebrochen werden, nämlich raumzeitliche Kontinuität / außen vs. mentale Objekte / innen (vgl. dazu Lévi-Strauss 1955, die syntaktische Struktur des hier besprochenen Videos ist durchaus mythisch). Die übergeordnete Gefängnismetapher spiegelt in diesem Montagekontext den ideologisch motivierten Vergeltungsansatz des IS wider. An Stelle des Flugeinsatzes durch Mu'adh Kasasbeh könnte darum eine andere Tat stehen, der IS würde trotzdem die unausweichliche Strafe als Isolation eines Gefangenen inszenieren, denn dies entspricht seinem Blick auf Personen, welche der von ihm imaginierten Ummah Schaden zufügen.

Dieses Vorgehen des Islamischen Staats ist kalkuliert und leitet sich unter anderem aus ideologischen Grundsätzen ab, wie sie Abu Bakr Naji formulierte: „No harm comes to [us] without (the enemy) paying the price. Thus, [...] following the strategy of 'paying the price' spreads hopelessness in the hearts of the enemy“ (Naji 2006). Der IS erhofft sich aus diesem Verhalten eine moralische Kapitulation seiner Gegner. Dieses Faktum ist in *Healing the Believers' Chest* also tatsächlich mit einem gewissen Maß an Komplexität codiert. Spätere Videos weisen diese Komplexität allerdings nicht immer auf, wie das zweite Analysebeispiel zeigen wird. Diese Art komplexer Montage ist also mehr ein punktuelles Ereignis im Bereich der dschihadistischen Videopropaganda, die sich hier zudem auch nur eines Bruchteils „hollywoodfähiger“ Verfahren bedient. Besonders in den Jahren 2014 und 2015 wurde IS-Videos durch verschiedene Presseorgane wiederholt ein hollywoodreifer Stil nachgesagt. Verglichen mit den technischen Möglichkeiten des Hollywoodkinos bleibt der IS jedoch hinter dieser Erwartung zurück. Auch wird nicht jedes Video das Gefängnis als konkrete Räumlichkeit oder Bildmetapher aufgreifen. Dem Exekutionsvideo des IS ist jedoch daran gelegen, die Gefangenheit und Unterworfenheit von Häftlingen zur Darstellung personaler Angst auszubenten.

4.1.2 Zielpublikum und rhetorische Potenziale

Während die Exekution Mu'adh al-Kasasbehs auf internationaler Ebene empörte und entsetzte, wurde sie im Islamischen Staat praktisch als mediales Großereignis inszeniert. Nicht nur wurde seine Tötung in Form eines

vergleichsweise aufwändigen und narrativ durchdachten Videos dokumentiert, es wurden auch vor und nach der Hinrichtung mehrere Videos und Zeitschriftenartikel produziert, die das Exekutionsereignis zeitlich umrahmen und inhaltlich begleiten. Artikel im *Dabiq*-Magazin kündigten die Exekution Kasasbehs nach seiner Gefangennahme an und es drangen sogar vereinzelte Handyvideos aus dem IS heraus, in denen Aufführungen des Videos und Jubel in den Straßen festgehalten waren. Vor und nach der Exekution erschienen zudem mehrere Videos, in denen Bürger des IS ihre Meinungen über die bevorstehende oder bereits vollendete Verbrennung des Piloten äußerten. Diese zeigen Menschen in den einstigen Gebieten des IS, die auf der Straße interviewt werden, z.B. nachdem sie *Healing the Believers' Chest* in einem Medienkiosk gesehen hatten. Hier versucht der IS die öffentliche Meinung über Pathos zu steuern, wenn z.B. Kinder vor der Kamera äußern: „Die sollen endlich aufhören!“ – gemeint ist, dass Kampfeinsätze gegen den IS eingestellt werden sollen.

Als Exekutionsvideo erfüllt *Healing the Believers' Chest* zunächst alle typischen Funktionen des IS-Exekutionsvideos. (Zu den regionalen und internationalen Wirkungsabsichten basieren die folgenden Feststellungen teils auf den Arbeiten von Winkler u.a. 2018 sowie Winter 2015b.) Die erste und vordergründigste ist die Bestrafung einer Person, die eine Tat begangen hat, wel-

che im Rechtssystem des IS als schweres Verbrechen gegen die Ummah gedeutet wird. Körperstrafen kommen im IS für verschiedene Taten zur Anwendung. Wie aus weiteren Exekutionsvideos zu erkennen ist, fallen hierunter neben militärischen Übergriffen besonders Fahnenflucht und Spionage. Die strafende Funktion wird durch die Exekution erfüllt, aber auch durch die Filmsprache. Letztere wertet die Würde des gezeigten Menschen zusätzlich zur Exekution ab, indem sie eine Erhebung der Henker veranstaltet, während die Hinzurichtenden bildsprachlich verkleinert werden (rhetorisch etwa: *Meiose* vs. *Auxese*) oder sogar in den Kontext von Bildmetaphern gestellt werden.



Abb. 17: *Dabiq*, 3.

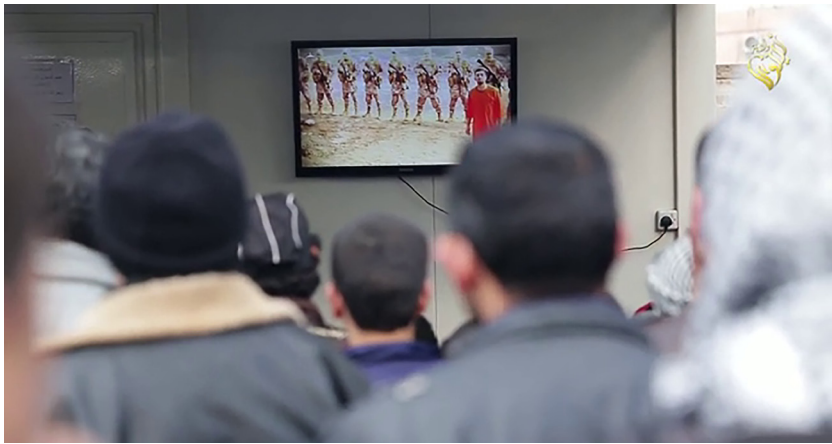


Abb. 18: Kasasbehs Verbrennung als Medienereignis. Öffentliche Aufführung von *Healing the Believers' Chest* wie sie in *Die Freude der Muslime über die Vergeltung am jordanischen Piloten* (Wilayat Ninawa, 7.2.2015) zu sehen ist. Dem regionalen Publikum im Islamischen Staat wurden Videoproduktionen zwischen 2014 und 2017 in öffentlichen Kiosken vorgeführt.

Abb. 19: *Enthüllung des Satans*, Wilayat al-Khayr, 25.6.2016.

Für die Bevölkerung im Islamischen Staat wiederum dient das Exekutionsvideo als Beleg für die Anwendung der Scharia nach Auslegung des IS sowie als Abschreckung von Verbrechen gegen den IS. Im selben Zug versucht der Rhetor des Exekutionsvideos, die ranghohe *al-Furqan Media Foundation*, mit diesem Video, Rückversicherungen für das eigene Rechtssystem zu erwirken (über den Zuspruch der Bevölkerung) sowie des eigenen Überlegenheitskomplexes gegenüber dem Rest der Welt (als Innen- wie als Außenwirkung). In der filmrhetorischen Diminuiierung des Hingetrichteten spiegelt sich die Erhebung des Rhetors über seine Umwelt wider: Der Gehenkte muss als *pars pro toto* herhalten, als Repräsentant einer

konstruierten Weltverschwörung. Im Inneren dient dieses Video somit der Behauptung staatlicher Autorität und Kontrolle und der Definition und Aktualisierung von Feindbildern. Als Teil des medialen Gedächtnisses des Islamischen Staates dient das Exekutionsvideo damit zumindest mittelbar der Ausbildung eines kulturellen Gedächtnisses.

Die internationale Dissemination dieses Videos geschah über das Internet, besonders über private Netzwerke.⁹ Auf internationaler Ebene ist zunächst die unmittelbare Wirkungsabsicht des Videos offenbar: Jordansische Kampfflugzeuge sollen die Einsätze über dem IS einstellen. Das Exekutionsvideo fungiert dabei als Teil einer Einschüchterungs- und Demoralisierungsstrategie, die sich über die Dokumentation und Konstruktion von personaler Angst im Video speist. Das Video selbst wird dadurch zu einer Waffe, denn es vermag den Zuseher einzuschüchtern, ja durch die Tötung einer potenziellen Identifikationsfigur sogar in Todesangst zu versetzen. Die Provokation politischer und persönlicher Reaktionen auf Seiten von Regierungen, Militär und internationaler Presse war für den IS kriegswichtig, denn aus Demoralisierung versuchte er, Macht und Einfluss zu schöpfen. Für den IS scheint somit auch negative Reklame eine Reklame zu sein. Zuletzt dient ein Video wie dieses sogar als ideologisches Rekrutierungswerkzeug. Nicht nur kann der Islamische Staat sich als Vertreter des Rechtssystems der Scharia darstellen. Das Video sendet auch das Signal, dass ein Unterlassen von Handlungen gegen den IS bedeuten könnte, sich der im Video gezeigten Form von Strafe entziehen zu können.

4.2 Aber wenn Ihr zur Sünde zurückkehrt, kehren wir zur Strafe zurück 3 (Wilayat Ninawa, 19.9.2016)

Mit *Aber wenn Ihr zur Sünde zurückkehrt, kehren wir zur Strafe zurück 3* liegt ein auf ein regionales Zielpublikum ausgerichtetes Video vor, das vom Arabischen nicht in andere Sprachen übersetzt wurde. Es stellt einen Versuch des IS dar, durch audiovisuellen Terror nicht nur zu herrschen, sondern das persuasive Angebot, dem IS die Treue zu halten, als Mahnung zu verpacken. Doch dieses Video weist auch über sich selbst hinaus, da es auf Grund seiner thematischen Ausrichtung sowie seiner zeitgeschichtlichen Hintergründe eine ideologische Botschaft aus dem IS heraus und in umliegende Regionen transportieren mochte. Zugleich erscheint es in einer anbrechenden Übergangszeit der IS-Medienarbeit. Kurz vor der Veröffentlichung des Videos beginnt die militärische Offensive gegen den IS und die Propagandamaschinerie sollte bald von der Anwerbe- in die Durchhaltephase gehen.

4.2.1 Filmsprache

Auffällig ist zunächst das Storytelling, das in diesem Video nach einem ähnlichen Muster betrieben wird, wie schon in den beiden vorangegangenen Teilen der Reihe. Das Video zeigt im Kern die Hinrichtung einer Gruppe

junger Männer, die wohl im Frühjahr oder Sommer 2016 zum Irak übergelaufen waren. Für den Islamischen Staat waren sie damit zu Deserteuren geworden. Was das Video jedoch auch zeigt, ist ein Beleg dieses Verrats am IS sowie die Zeit der Männer im Gefängnis. Letzteres wird in eigens produziertem Bildmaterial gezeigt, was zu belegen scheint, dass die Hinzurichtenden (wie zuvor schon im Fall Mu'adh al-Kasasbeh) vor ihrer Tötung noch an der Narrativierung derselben mitwirken mussten. Damit ist bereits zu erahnen, dass auch diesem Video eine Vorproduktionsphase vorausgegangen sein muss, die über das Plotting der im Video selbst gezeigten Episoden hinausgeht. Logistisch betrachtet mussten die Häftlinge verwahrt werden, es wurden ihre Aussagen eingeholt, es wurde mit relativer Sicherheit auch geplant, sie im Gefängnis verharrend zu zeigen (in der Gefängnisepisode werden sie kauern und lesend dargestellt), und zu guter Letzt mussten sie am Drehtag samt orangefarbener Overalls an den Exekutionsort bestellt werden, wo sie weitere Regieanweisungen erhalten haben müssen. In der Produktionsphase kamen dann weitere planvoll durchgeführte Verfahren zur Anwendung, die das Video im Sinne der Ideologie semantisch durchkomponieren. Dabei bleibt das Video filmsprachlich meist in den Grenzen, welche die Ideologie zu setzen scheint, geht jedoch punktuell auch über diese Regeln hinaus.

Die Hinrichtung selbst ist zunächst als eine Serie von Köpfungen inszeniert, die mit mehreren Kameras, aber nicht konsequent im Multi-Angle-Verfahren gefilmt wurden. (Der Verlust des Multi-Angle-Verfahrens mag bereits ein Indiz sein, dass der IS auf Grund der militärischen Situation nicht das volle Zeitkontingent für einen Dreh ausschöpfen konnte.) Zentrales Verfahren ist hier die Anwendung der sitzenden Augenhöhe als knieende Augenhöhe. Dieser ist eigen, dass der Hinzurichtende unterhalb der Bildmitte bleibt, wohingegen der Henker den oberen Bildrand übersteigt und damit in den Grenzen der Bildlogik unerreichbar groß erscheint. Die Cadrage reproduziert damit das vom IS behauptete Autoritätsgefälle zwischen Henker und Gehenkttem. Konterkariert werden diese Einstellungen sowohl mit Großaufnahmen der aus dem Käfig tretenden Gefangenen sowie Großaufnahmen der Gesichter der Hinzurichtenden im scheinbaren Moment ihrer Hinrichtung. Letzterer Einstellungstyp wurde ganz offenbar mit dem Stativ eingeholt, was indiziert, dass die Häftlinge sogar in dieser Situation an der Inszenierung ihrer Hinrichtung mitwirken mussten, sodass ihre Todesangst sichtbar (und hörbar) und damit auch für den Zuseher subjektiv erfahrbar wird. Dem IS geht es hier um das schonungslose Zeigen des persönlichen Angsterlebens durch Affektbilder, denn die Männer im Video wissen ganz offenkundig, dass sie in einigen Momenten sterben werden. Das Affektbild, es muss hier kurz ergänzt werden, wurde von Gilles Deleuze (1983) definiert als eine Großaufnahme, die auf das Innenleben einer im Filmbild gezeigten Person oder Figur referiert: „[Der Affekt] ist eine Koinzidenz von Subjekt und Objekt oder stellt die Art dar, in der das Subjekt sich selbst wahrnimmt – oder vielmehr sich ‚von innen‘ empfindet oder spürt“.



Abb. 20, 21: Die sitzende Augenhöhe und die knieende Augenhöhe. Der Henker übersteigt den Bildrahmen und wirkt damit groß, es kommen Konnotationen wie Autorität und Unausweichlichkeit auf, die bald den Deutungsvordergrund übernehmen.

Später nehmen die Kameramänner sich ganz offensichtlich die Zeit, einen Hinzurichtenden (womöglich den Anführer der Deserteursgruppe) in einer 180° Halbkreisbewegung mit Schultersprung over the shoulder (OTS) zu filmen und so von einer Frontalansicht zu einem Rückenbild zu gelangen. Das Angsterleben der im Video gezeigten Person wird dadurch zunächst objektiv sichtbar, sodass der Zuseher zuerst durch das Affektbild erlernt, was in der Person vorgeht. Der im Zuge der Kamerahandlung vollzogene Schultersprung ist in der Montage ein Mittel, mit dem die etablierte räumliche Ordnung gebrochen und innere personale Unruhe auf die Kameraarbeit transponiert wird. Durch die so erreichte over the shoulder Einstellung parallelisiert sich der Blick des Zusehers mit dem des Mannes, der auf seine bereits geköpften Mitstreiter blicken muss. Hierbei aktiviert der Bildtypus der Rücken-



Abb. 22, 23: Kamerafahrt mit Schwebestativ um den Kopf des letzten noch lebenden zum Tode Verurteilten. In beiden Bildern wird neben dem Affektbild auch gezielt eine geringe Tiefenschärfe verwendet

figur den Zuschauer in Bezug auf das Innenleben des Hinzurichtenden. Für den Zuseher tritt hier zu den Konzepten des von der Person Gesehenen und von ihr Empfundene aber auch die klare Ursache für die empfundene Angst sowie eine Subjektivierung von Todesgewissheit hinzu. Dieses über den OTS hinausgehende Verfahren ist für Videos des Islamischen Staates eher ungewöhnlich. (Tatsächlich geht die Montage später noch durch eine Blende über den OTS hinaus, doch für eine Demonstration der Entwicklungen im Gebiet des Exekutionsvideos kann es hierbei belassen werden.)

Um die auditive Ebene kurz anzusprechen: Auf extradiegetischer Ebene fügen die Produzenten typische Sound Effects aus dem Bereich Splatter und Knochenbrechen ein. Sie bedienen sich dabei ganz offenbar an einer Datenbank mit Horror-Soundeffekten, zu der auch das im Hintergrund zu hören-

de Krächzen von Raben zu zählen ist: Obwohl im gesamten Video nicht ein einziger Vogel zu sehen ist (d.h. das Denotat fehlt), fügen die Produzenten die auditiven Zeichen *Gekrächze* und *Geflatter* hinzu. Es soll also auditiv die Konnotation hergestellt werden, dass mit dem Raben ein Tier anwesend ist, das den Tod signifiziert. Hier kippt das Video auf der extradiegetisch-auditiven Ebene in die Symbolsprache. Im Übrigen wird der Realismus der Szene noch weiter gebrochen, als im Hintergrund einer Hinrichtungsszene ein Auto vorbeifährt. Derartige Fehler sind in der Produktion von IS-Videos nicht ungewöhnlich und sie stellen ein ganz eigenes Problemfeld dar.

Einen weiteren traurigen Höhepunkt in der technologischen Fortentwicklung des Exekutionsvideos stellt der Einsatz eines Frozen Moments dar. Auf Screenshots dieses Verfahrens wird hier verzichtet, doch eine Schilderung des Bilds soll die Entwicklung aufzeigen: Ein Mann kniet, der Henker hebt das Schwert, das Schwert saust nieder, der Kopf fällt. Dort, wo gerade noch ein Kopf auf zwei Schultern saß, entspringen nun aus den offengelegten Adern des Hingerichteten mehrere Blutfontänen. Dieses Bild wird zeitlich eingefroren und durch Layering- und Zooming-Verfahren als Frozen Moment präsentiert. Dieses filmische Verfahren suggeriert ein räumliches Begehen der Szene und zelebriert den gefürchteten Moment geradezu ausgiebig. In diesem Bild – wie in jedem Exekutionsbild – wechselt sich die Gratifikation der ideologischen Anhängerschaft ab mit der Einschüchterung der ideologischen Gegnerschaft. Durch den Einsatz des Frozen Moments nähert sich das Video ferner Darstellungsmustern aus Videospielen wie etwa *Mortal Kombat* an. Zwar ist das Video nicht ausdrücklich oder erkennbar als Anknüpfungspunkt an Videospiele entworfen, es lehnt sich jedoch an entsprechende Darstellungen von Tötungen in Computerspielen an, sodass eine Dekodierung durch derartige Sehmuster erleichtert werden mag. Der Islamische Staat hat damit erneut das reale Tötungsereignis zu einem ästhetisierbaren Moment erklärt.



Abb. 24: Affektbild eines Mannes Momente vor seiner Hinrichtung.

4.2.2 Zielpublika und rhetorische Potenziale

Lässt man den spezifischen zeitgeschichtlichen Hintergrund dieses Videos zunächst außer Acht, erfüllt auch dieses Video die zuvor referierten typischen Funktionen des IS-Exekutionsvideos: Bestrafung einer Person, Gratifikation der Anhängerschaft, Beleg für die Anwendung der Scharia (nach Auslegung des IS!), Abschreckung vor Verbrechen und Ausprägung eines kulturellen Gedächtnisses (vgl. Winter 2015b). Zieht man den zeitgeschichtlichen Hintergrund hinzu, schärft sich das Bild der rhetorischen Potenziale dieses Videos.

Zeitlich fällt die Veröffentlichung von *Aber wenn Ihr zur Sünde zurückkehrt, kehren wir zur Strafe zurück* 3 in den Beginn der Militäroffensive des Iraks gegen den Islamischen Staat und kann darum als Reaktion auf die Militäroffensive gewertet werden. Über die offenkundige Schärfung des aktuellen Feindbilds Irak hinaus warnt dieses Video also vor Fahnenflucht. Die in Affektbildern eingefangene Angst der Hingerichteten ist eine als Exekutionsnarrativ getarnte Drohung an die Bevölkerung im IS, auf keinen Fall zu desertieren. Der IS versucht mit diesem Video die ideologische und damit auch die räumliche Grenze zum Irak von innerhalb des IS zu stärken und sich zugleich zahlenmäßig stark zu halten. Auch der quantitative Aspekt spricht hierfür: Als Reaktion auf die Offensive des Irak steigerte der Islamische Staat die vor der Kamera inszenierten Exekutionen kurzfristig um das Dreifache (von etwas mehr als 40 pro Monat auf über 130 allein im September 2016).

In Regionen außerhalb des IS mag das Video dagegen in Bezug auf die räumliche und ideologische Grenze die entgegengesetzte Wirkung entfalten. Da der Islamische Staat ein Kalifat mit Weltherrschaftsanspruch ist, ist sein Selbstverständnis stets expansiv. Diesen Anspruch hat der IS in mehreren Videos deutlich formuliert, so u.a. in der mehrsprachig produzierten Drohgebärde *Kein Aufschub* (al-Hayat Media Center, 24.11.2015). Aus der durch dieses Video behaupteten Autorität über Leben und Tod, der offenkundigen Gnadenlosigkeit gegenüber ideologischen Gegnern sowie dem filmisch konstruierten subjektiven Angsterleben, welches bei Verbrechen gegen den IS droht, ergibt sich eine massive Drohgebärde auch an Personen in den umliegenden Regionen des Iraks. Damit könnten verschiedene Effekte angestrebt worden sein, etwa die Schwächung der Grenzen zum Irak (vgl. Winkler u.a. 2018), Vertreibung aus der Region oder sogar eine stärkere Rekrutierung aus Angst (gesteuert über Affektbilder) oder aus Überzeugung (gesteuert durch das Zeigen der Todesstrafe als Beleg der Anwendung der Scharia).

5. Zum semiologischen Status von videografisch dokumentierten Tötungstaten im IS

Die Versuche des Islamischen Staates (2014–2017), das Exekutionsvideo nicht nur systematisch zu Zwecken der Propaganda zu nutzen, sondern

dieses im Einsatz filmischer Verfahren fortzuentwickeln, dürfte in der Geschichte der dschihadistischen Videopropaganda wie auch in der Geschichte des Exekutionsvideos einzigartig sein. Bis auf weiteres wird diese zeitliche eingegrenzte Entwicklung es auch bleiben, denn der Islamische Staat hat große Teile seines Produktionskapitals durch die sich 2017 anbahnende militärische Niederlage gegen den Irak eingebüßt. Viele andere dschihadistische Gruppen bauen nicht auf den propagandistischen Einsatz von Exekutionen. Würde aber der Islamische Staat Exekutionen weiterhin auf die oben beschriebene Weise ausnutzen, wenn er die Möglichkeit dazu noch hätte? Ja, dies ist zumindest angesichts seiner ideologischen Leitlinien als sicher anzunehmen. Das Know-How zur Planung, Durchführung und Montage von Exekutionen nach dem Muster von Videos wie *Healing the Believers' Chest* und *Aber wenn Ihr zur Sünde zurückkehrt, kehren wir zur Strafe zurück* 3 mag ihm durch militärische Misserfolge verlorengegangen sein. Nichtsdestotrotz ist denkbar, dass neues Medien-Know-How angeheuert wird, sollte der IS sich in den derzeit von ihm kontrollierten Gebieten noch einmal erholen. Welchen semiologischen Mehrwert liefert dem IS diese Differenz im Know-How, und was bedeutet dies für die Entwicklung des Exekutionsvideos?

Wie eingangs gesagt, reflektiert das Exekutionsvideo immer einen Rhetorstandpunkt, sei es durch das Wissen über die Rhetorinstanz, also text-externes Wissen, oder über die Relation von Kameraposition zu gefilmtem Objekt, also einem Lebewesen im Moment seiner Tötung wie sie im Video zu sehen ist. Im Kern des Exekutionsvideos steht damit – auch entgegen dieser analytischen Dichotomie zwischen Rhetor und gefilmtem Objekt – sein thematischer Kern: Die Hinrichtung. Die Exekution ist das Denotat, also das Was des Exekutionsvideos. Die Art und Weise der Darstellung – Kameraposition, Kamerahöhe, Kamerahandlung, um nur beim visuellen Zeichen zu bleiben – bedeutet dagegen das Wie der Darstellung als eine Ebene, welche die konnotative Ebene eröffnet, die wiederum für die propagandistische Wirkung zentral ist. Die Medienarbeiter des Islamischen Staats haben beide Ebenen erweitert. Die erstere wurde durch den Einsatz von mehr als einer Kamera (sowie Mikrofonen und in einigen Fällen auch Beleuchtung) genauer als in früheren Hinrichtungsvideos eingefangen und damit für die Zuschauer anschaulicher und erschreckender gemacht, letztere wurde um die Möglichkeiten einer Vielzahl filmischer Verfahren (vor allem der Nachbearbeitung) ergänzt. Das Exekutionsvideo wurde im IS auf bis dahin in der dschihadistischen Videopropaganda ungenutzten Ebenen semantisch kontrollierbar. Wo etwa das Dagestanvideo von 1999 sein Punctum aus der Tötung gefangener Soldaten bezieht und nicht aus dem Aufwand, der in die Handhabung der Kamera gegangen ist, beziehen IS-Exekutionsvideos zusätzliche Signifikationsebenen aus dezidierten filmsprachlichen Verfahren, die im Sinne der Ideologie eingesetzt werden.

Die Videografie einer Tötung ist das Zeichen, das den Kern jedes IS-Exekutionsvideos bildet. Es wurde durch den IS bereits beim Dreh durch

Kamerahandlungen verstärkt mit einem Wie der Darstellung versehen und gemeinsam mit dieser Darstellungsintention auf den Datenträger geschrieben. Das Wie der Darstellung denotiert dadurch bereits z.B. die Gegensätze *groß/oben* (*Mujahidin*) vs. *klein/unten* (*der Hinzurichtende*), die konnotative Ebene ist steuerbar geworden.¹⁰ Eingefasst ist dieses vorgeformte Zeichen wiederum in einen größeren Signifikationszusammenhang. Zunächst in das sichtbare visuelle Design, das beispielsweise suggeriert, dass es sich um ein Video mit Geheimhaltungsstufe handelt.

Das Exekutionsvideo verfolgt zudem verschiedene kommunikative Absichten. Es dient als Beleg der Anwendung der Scharia, als Drohung gegen die eigene Bevölkerung und zur Demotivation der Gegnerschaft, um nur drei Punkte zu rezitieren. Jede dieser zeichenhaften Ebenen, die den ideologischen Diskurs des IS ausmachen, kann in jedem IS-Video (Exekutionsvideos sind keine Ausnahme) durch die zeichenhafte Vermittlung von Ideologemen in Erscheinung treten und das videografisch dokumentierte Ereignis ideologisch rahmen – der Zeichenkonstruktion nach ist die Videografie des Exekutionsvideos damit der Träger des vom Islamischen Staat propagierten Mythos vom Kalifat. Diese Barthes'sche Struktur des mythischen (oder hier: filmischen) Zeichens¹¹ mag nicht überraschen, ließen sich ähnliche Annahmen auch für *Electrocuting an Elephant* (USA, 1903) finden. Das IS-Exekutionsvideo überrascht jedoch mit seiner intentionalen Konstruktion und mit der Anzahl von Signifikationsprozessen, Ideologemen und politischen Motiven, die es codiert.



Abb. 25: Das werbende JPEG, das bei Downloads des Videos bereitgestellt wurde; rechts: Screenshoot aus dem Video, in dem Mu'adh al-Kasasbeh vorgeblich ein Datenbankeintrag zugewiesen wird.

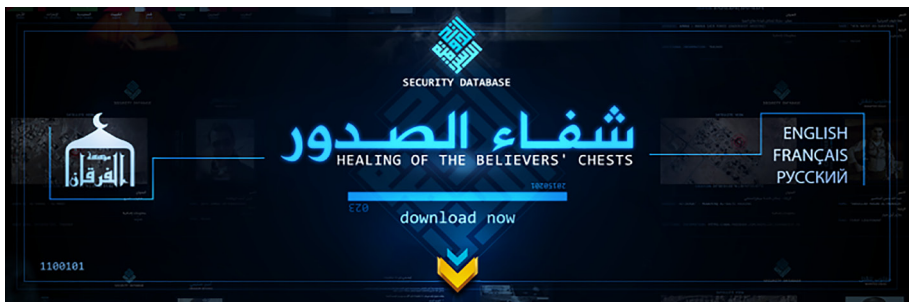


Abb. 26: Die Marke Security Database – der IS rahmte seine Exekutionsvideos zwischen 2014 und 2017 unter anderem als Dokumente, denen eine Art geheimdienstliche Relevanz anhafte.

Anmerkungen

- 1 Hinweis: Mit dem Schreiben vom 12.9.2014 hat das Bundesministerium des Innern die Symbole des Islamischen Staats gemäß §3, §15, §18 VereinsG verboten. Aus der Begründung: „Die Tätigkeit der Vereinigung ‚Islamischer Staat‘ [...] richtet sich gegen die verfassungsmäßige Ordnung sowie gegen den Gedanken der Völkerverständigung.“
- 2 Diese Behauptung durch den IS ist mit großer Vorsicht zu genießen und dürfte von der Mehrheit der Muslime abgelehnt werden. Tatsächlich wurde der Islamische Staat auf Grund seiner Ideologie und deren Auswirkungen von verschiedenen Gelehrten aus dem Islam ausgestoßen, so etwa von Shaykh Muhammad al-Yaqoubi (2015).
- 3 Für die jeweils aktuelle Statistik siehe den Twitteraccount von Counting Lives Lost (@CountingLivesPT).
- 4 Ausgenommen von diesen Regeln ist das Kriegsberichtsvideo, das auf Grund der Drehbedingungen mehr seinen eigenen Regeln folgt.
- 5 Die Feststellung zur Konnotation ist hinsichtlich der bild- bzw. filmrhetorischen Analyse eine wichtige Erkenntnis. Wie Roland Barthes in seinen Schriften zur Fotografie festhielt, allen voran *Rhetorik des Bildes* sowie *Die helle Kammer*, funktioniert Propaganda über die Ebene der Konnotation. Diese ist praktisch das Wie der Darstellung (vs. das Was der Darstellung als Denotat) und wird hier in Analogie zu fotografischen Verfahren als die Art und Weise des Einsatzes filmischer Verfahren (insbesondere Kamerapositionen, Kamerahandlungen, Cadrage und Montage) verstanden.
- 6 In dieser Einstellung findet sich zunächst ein scheinbarer Verstoß gegen das mutmaßliche interne Stilblatt des IS, denn eine Gruppe von Mujahidin wird in einer Ausstellung nicht aus der erhebenden Untersicht sondern aus der verkleinernden Obersicht gezeigt. Dies steht zunächst im Widerspruch zu der Regel, dass das eigene Militär zu glorifizieren sei, indem es vor allem aus der Untersicht gefilmt wird, um die eigenen Truppen groß und bedrohlich wirken zu lassen. Im Konzert der aufeinanderfolgenden Bilder stützt diese Einstellung den dominanten Sym-

bolismus der Sequenz: Wie von Gefängnisgittern umschlossen steht Kasasbeh inmitten bewaffneter Mujahidin, die über seine Exekution wachen. Ganz offenbar dürfen die Anforderungen des internen Stilblatts sowie des etablierten Stils hinter den Anforderungen der symbolträchtigen Bildsprache zurücktreten, sofern sie erstens der Kommunikation von rhetorischen Figuren jenseits der filmsprachlichen Standards dient (Bildtropen, Similes usw.), zweitens geeignet ist, das Objekt der Exekution, welches durch seine zentrale Stellung in der Erzählung zugleich Subjekt der Handlung ist, zu diminuieren und drittens die zu exekutierende Person durch die Teilnahme an der Inszenierung ihrer eigenen Tötung zusätzlich zu bestrafen.

- 7 Der direkte Blick in die Kamera tritt in Videos des Islamischen Staates besonders während gesprochener Testamente und Motti in Märtyrervideos auf, zudem in einigen Interviewsituationen und auch in Utopien, in denen ein oder mehrere Sprecher Appelle an den Zuseher richten.
- 8 Das Feuer ist einem Hadith zufolge als eine Strafe anzusehen, die nur Allah zusteht (vgl. dazu Lohlker 2016).
- 9 Dieser Umstand hindert den amerikanischen Fernsehsender Fox News weiterhin nicht daran, dieses Video in Gänze online zu präsentieren (vgl. bibliografische Angaben).
- 10 Es findet sich hier denn wohl auch einer der beiden besten Gründe, die Propagandaproduktion von Vertretern lebensfeindlicher Ideologien einzudämmen. Spätestens mit Kontrolle über die Konnotation, die ab einem bestimmten Niveau von Know-How und technischen Mitteln erwirkt werden kann, gelingt es propagandistischen Werke mehr oder weniger zielgenau, Ideologie zu vermitteln.
- 11 Gemeint ist die Struktur des Mythos wie Roland Barthes sie in *Mythen des Alltags* semiologisch beschreibt.

Literatur- und Quellenverzeichnis

1. Forschungsliteratur

- Atwan, Abdel Bari (2016). *Das digitale Kalifat. Die geheime Macht des Islamischen Staates*. München: Beck.
- Barthes, Roland (1957). *Mythologies*. Paris: Seuil. Deutsch von Horst Brühmann: *Mythen des Alltags*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2012.
- Barthes, Roland (1964). Rhetorik des Bildes. In: Bernd Stiegler (ed.). *Texte zur Theorie der Fotografie*. Stuttgart: Reclam 2010, 78–94.
- Barthes, Roland (1980). *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris: Gallimard. Deutsch von Dietrich Leube: *Die helle Kammer*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1989.
- Bulgakowa, Oksana (2011). Zensur [Art.]. In: *Reclams Sachlexikon des Films*. Stuttgart: Reclam, 786–790.
- Bundesministerium des Innern (12.9.2014). Eckpunkte IS-Verbot.
- Deleuze, Gilles (1983). *L'Image mouvement. Cinéma I*. Paris: Éditions de minuit. Deutsch von Ulrich Christians und Ulrike Bokelmann: *Das Bewegungs-Bild. Kino 1*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1989.

- Lévi-Strauss, Claude (1955). Die Struktur der Mythen. In: Heinz Blumensath (ed.). *Strukturalismus in der Literaturwissenschaft*. Köln: Kiepenheuer & Witsch 1972, 25–46.
- Lohlker, Rüdiger (2016). *Theologie der Gewalt*. Das Beispiel IS. Wien: Facultas.
- Stenersen, Anne (2017). A history of Jihadi Cinematography. In: Thomas Hegghammer (ed.). *Jihadi Culture. The Art and Social Practices of Militant Islamists*. Cambridge: Cambridge University Press, 108–127.
- Winkler, Carol, Kareem El Damanhoury, Aaron Dicker und Anthony F. Lumieux (2018). Images of death and dying in ISIS media: A comparison of English and Arabic print publications. In: *Media, War & Conflict*. URL: <https://doi.org/10.1177/1750635217746200> [Letzter Zugriff am: 3.5.2018].
- Winter, Charlie (2015a). *Documenting the Virtual 'Caliphate'*. London: Quilliam.
- Winter, Charlie (2015b). *The Virtual 'Caliphate': Understanding the Islamic State's Propaganda Strategy*. London: Quilliam.
- Winter, Charlie (2017). *Media Jihad: The Islamic State's Doctrine for Information Warfare*. London: ICSR.
- Shaykh al-Yaqoubi, Muhammad (2015). *Refuting ISIS. A Rebuttal of its Religious Foundations and Ideological Foundations*. Sacred Knowledge Press.
- Zelizer, Barbie (2010). *About to Die. How News Images Move the Public*. Oxford und New York: Oxford University Press.

2. Exekutionsvideos und dschihadistische Exekutions- und Propagandavideos

- Aber wenn Ihr zur Sünde zurückkehrt, kehren wir zur Strafe zurück 3* (19.9.2016, Wilayat Ninawa).
- A Message to America* (August 2014, al-Furqan Media Foundation).
- Auch wenn es den Ungläubigen zuwider ist* (November 2014, al-Furqan Media Foundation).
- Die Freude der Muslime über die Vergeltung am jordanischen Piloten* (7.2.2015, Wilayat Ninawa).
- Electrocuting an Elephant* (USA, 1903).
- Enthüllung des Satans* (25.6.2016, Wilayat al-Khayr).
- Erschießung eines Vietkongsoldaten durch General Nguyen Ngoc Loan* (Vietnam, 1968).
- Healing of the Believers' Chest* (3.2.2015, al-Furqan Media Foundation). URL: Fox News. Website: <http://video.foxnews.com/v/4030583977001/?#sp=show-clips> [Letzter Zugriff am 14.7.2018].
- Kein Aufschub* (24.11.2015, al-Hayat Media Center).
- Massaker von Dagestan* (alternativer Titel: *Chechclear*, Dagestan, 1999).
- Sana'a* (Libanon, 1985).
- The Establishment of the Islamic State, Part 1* (November 2013, al-Itisam Media Foundation).
- The Establishment of the Islamic State, Part 2* (November 2013, al-Itisam Media Foundation).
- The Killing of a Policeman* (Haiti, 1986).

3. Weitere Medien des Islamischen Staates und dschihadistische Texte

Dabiq, 3.

Medienarbeiter, auch Du bist ein Mujahid (2015, Makhtabat al-Himma).

Naji, Abu Bakr (2006 [2004]). *The Management of Savagery. The Most Critical Stage Through Which the Umma Will Pass*. (Übersetzung von William McCants, Harvard University).

Yorck Beese, M.A.

Nachwuchsforscherguppe Dschihadismus im Internet

Institut für Ethnologie und Afrikastudien

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Forum universitatis 6

D-55099 Mainz

E-Mail: yorck.beese@uni-mainz.de

„Hello, I’m John Cantlie“ Dschihadistische Propaganda und die gespenstische Medialität von Bedrohung*

Anne Ulrich, Eberhard Karls Universität Tübingen

Summary. Using the example of a video series by the ‘Islamic State,’ the article sheds light on the threatening effect of terrorist propaganda. Beyond inducing terror, video propaganda aims at an epistemic unsettling of its viewers by using their anticipation and imagination. Viewers are being confused by the fact that their assumption concerning the deceptive nature of propaganda is actually in part, but never fully confirmed. The video series presents British journalist John Cantlie, a prisoner of ‘IS’ since 2012, as an ideological defector who is now supporting the caliphate. It is deliberately left open whether, or better: to what extent, Cantlie is forced to do these performances or to what extent he is possibly actually meaning what he says. Drawing upon Derrida’s concept of the ‘spectre’ and its traces in media theory and terrorism studies, Cantlie is re-conceptualized as a figure of indecision and unavailability which is crucial for understanding the threatening rhetoric and mediality of djihadist propaganda.

Zusammenfassung. Am Beispiel einer Videoreihe des ‚Islamischen Staats‘ zeigt der Beitrag, dass die bedrohliche Wirkung terroristischer Propaganda darin besteht, die Betrachter nicht nur zu verängstigen, sondern durch gezielte Anregung der Vorstellungskraft zu verunsichern. Die Verwirrung der Zuschauer entsteht dadurch, dass ihre stillschweigend angenommene Erwartung, in den Videos würden sie getäuscht und manipuliert, zwar teilweise, aber nie gänzlich bestätigt wird. So präsentiert die Videoreihe den britischen Journalisten John Cantlie, der seit 2012 Gefangener des ‚IS‘ ist, als einen ideologischen Überläufer, der nun vermeintlich Propaganda für das Kalifat betreibt. Die Frage, ob – oder in welchem Umfang – Cantlie dies unter Zwang oder möglicherweise sogar freiwillig tut, wird gezielt offen gehalten. Cantlie wird somit zu einer Figur der Unentscheidbarkeit und Unverfügbarkeit gemacht, die sich mit Hilfe der an Derrida angelehnten Metapher des Gespenstes konzeptualisieren und in den Kontext der Medienphilosophie und Terrorismusforschung einordnen lässt. Auf diese Weise lässt sich die bedrohliche Rhetorizität und Medialität propagandistischer Videos besser verstehen.

1. Terrorismus und seine bedrohliche Wirkung

„Furcht“, schreibt Aristoteles in seiner Schrift über die Rhetorik,

sei definiert als eine gewisse Art von Kummer und Beunruhigung auf Grund der Vorstellungen eines bevorstehenden verderblichen oder schmerzhaften Übels. Nicht jedes Übel fürchtet man [...], sondern nur was großes Leid oder Vernichtung bedeuten kann, und auch das nur, wenn es nicht weit entfernt, sondern in der Nähe befindlich erscheint, so daß es jederzeit eintreten kann. [...] Wenn das nun Furcht ist, so muß all das furchterregend sein, was sehr die Möglichkeiten in sich zu bergen scheint, zu vernichten oder Schaden zu stiften, der auf großes Leid hinausläuft (Aristoteles: *Rhetorik*, 1382a 20–30).

Lange vor Erfindung der modernen Psychologie reflektiert der griechische Universalgelehrte den Eindruck und die Wirkung von Furcht als kommunikative Phänomene. Im Kern seiner Überlegungen stehen dabei die Imagination eines potentiellen Schadens und das rhetorische Wirkungspotential dieser Vorstellung. Soll das Gefühl von Furcht innerhalb eines rhetorischen Prozesses produktiv gemacht werden, gilt es also, ein Bedrohungsszenario zu entwerfen, das eine unmittelbar bevorstehende Gefahr anschaulich vor Augen führt und die Zuschauer¹ so beeindruckt, dass sie den Botschaften des Redners gegenüber besonders aufgeschlossen sind.

Es ist genau dieser rhetorische Effekt, den Terroristen mit Hilfe ihrer grausamen Taten zu erzielen suchen. „Terrorism is violence for effect – not primarily, and sometimes not at all for the physical effect on the actual target, but rather for its dramatic impact on an audience“, schreibt Brian Jenkins (1975: 4) in einer einflussreichen Studie im Auftrag der amerikanischen RAND Corporation in den terrorismusreichen 1970er Jahren. Er betont den Guerilla-Effekt des Terrorismus ebenso wie seine enge Verstrickung mit den Massenmedien, die zu dieser Zeit oft als „Transmissionsriemen“ der Gesellschaft bezeichnet wurden (vgl. Jenkins 1975: 5). Die begrenzte Gewalt des terroristischen Anschlags bedürfe, so Franz Wördemann (1977: 151) mit Bezug auf Jenkins, eines „Mechanismus der Übersetzung, um zur größeren Angst zu werden. Hier geht es im Grunde um das einfache technische Prinzip der Übersetzung der Kraft. Kommunikation ist das Mittel der Übersetzung.“ Auf diese Weise löse sich der rhetorische Effekt der Furcht von der tatsächlich eingesetzten Gewalt und vergrößere sich selbst mit Hilfe des Transmissionsriemens der Massenmedien. Diese Vorstellung einer starken, unmittelbaren und unkontrollierbaren, fast schon magischen Medienwirkung, der sich niemand zu entziehen vermag (vgl. Wördemann 1977: 152f.), bildet auch heute noch einen wichtigen Topos, wenn es darum geht, das symbiotische Verhältnis von Terrorismus und Medien zu bestimmen.

Doch während Terrorismus im Zeitalter der klassischen Massenmedien von diesen immer noch abhängig war, hat sich die Lage heute gewandelt. Das „Theater des Terrors“ (Weimann und Winn 1994) ist nicht mehr zwingend auf die Bühne der journalistischen Leitmedien angewiesen, sondern

kann sich nun mittels eigener Kommunikationskanäle viel direkter und kontrollierter entfalten (vgl. Weimann 2015: besonders 125–146). So erregte die Terrormiliz ‚Islamischer Staat‘ ab Mitte 2014 nicht nur durch brutales Vorgehen im Zuge eines „Staatsbildungsprojektes“ (vgl. Perthes 2015: 91–120) in Syrien und im Irak weltweite Aufmerksamkeit, sondern auch durch eine flankierende Medienstrategie, deren Professionalität und Wirkungsmacht von westlichen Medien anfangs noch mit großem Staunen zur Kenntnis genommen wurde. Das „virtuelle Kalifat“, so Charlie Winter (2015) treffend, nutzte die Möglichkeiten der Digitalisierung und der Vernetzung durch das Internet so geschickt, dass es nicht mehr eines externen Transmissionsriemens bedurfte. Es etablierte etwa mit dem Al Hayat Media Center oder der al-Battar Media Group eigene propagandistische Kommunikationszentralen, die oft aufwendig produzierte Videos und Filmreihen in Umlauf brachten. Daneben nutzte der ‚Islamische Staat‘ intensiv soziale Netzwerke wie Twitter, Instagram, YouTube oder Juxtapaste.it und vertrieb eigene Zeitschriften wie *Dabiq* oder *Kybernetiq* (vgl. etwa Vitale und Keagle 2014: 6–10). Dadurch gelang es der Terrormiliz zumindest zu Beginn ihres Staatsbildungsprojekts, also in den Jahren 2014 und 2015, sehr gut, mit eigenen kommunikativen Mitteln ein (Trug-)Bild der Stärke, Professionalität, Unbesiegbarkeit und Staatsmacht zu etablieren, an dem sich die westlichen Medien zwar skeptisch und in der Regel kritisch, aber auf jeden Fall dennoch abarbeiten mussten. Das Kalifat setzte damit fast mustergültig den in Abu Bakr Najis ‚Dschihadistenhandbuch‘ *The Management of Savagery* beschriebenen trügerischen Effekt einer „Medien-Halo“ um, die ein Objekt größer, stärker, erhabener erscheinen lassen soll, als es eigentlich ist, und letztlich eine mediale Illusion erzeugt (Naji 2006: besonders Section 7; vgl. auch Winter 2015: 41).

Dies führt zum eigentlichen Gegenstand dieses Beitrags: der gespenstischen Dimension terroristischer Propaganda. Diese besteht, so meine These, nicht nur in der Verbreitung von Furcht und Schrecken, nicht nur in der illusionistischen Inszenierung von Macht, sondern auch und gerade in der nachhaltigen Verunsicherung der Rezipienten. Diese sind sich in der Regel darüber im Klaren, dass terroristische Kommunikatoren Täuschungsabsichten hegen, können aus den konkreten kommunikativen Produkten jedoch nicht erschließen, w o r ü b e r sie getäuscht werden. Die Kommunikatoren der Terrormiliz begnügten sich somit nicht mit der Erregung von Furcht vor konkreten Gewaltsituationen, sondern vermochten durch gezielte Stimulation der Imagination eine von konkreten Objekten abstrahierende, diffuse Angst zu verbreiten (zur Unterscheidung von Angst und Furcht und dem wechselseitigen Verhältnis vgl. Koch 2013). „Der größte Helfershelfer“ des Terrorismus „ist die kollektive Beunruhigung“, schreibt auch Townshend (2005: 26) – eine Beunruhigung, die sich zumindest beim westlichen Publikum ausschließlich aus den medialen Erscheinungsweisen der Terroristen und ihrer propagandistischen Inhalte speiste. Terroristische Propaganda zeigte sich auf diese Weise vor allem als Angriff auf die Vorstellungskraft, wie der Bildtheoretiker Mitchell (2011: 12) erklärt: „an assault on the social imaginary designed to breed anxiety, suspicion, and

(most important) self-destructive behavior“. Die Propaganda des ‚Islamischen Staats‘ brachte somit eine epistemische Verunsicherung mit sich, die Fragen nach der Vertrauenswürdigkeit medialer Darstellungen neu aufwarf.

Diese schwer zu greifende, verunsichernde Wirkung wird im Folgenden theoretisch gefasst und exemplarisch veranschaulicht, um sie schließlich mit medienphilosophischen Ansätzen in Verbindung zu bringen. Hierfür erweist sich die *Metapher des Gespenstes* als fruchtbar, weil sie nach Jacques Derrida eine Figur des Dazwischen charakterisiert, die sich nicht greifen lässt und gerade dadurch eine bedrohliche Wirkung entfaltet. Das Gespenstische und unheimlich Virtuelle der medialen Propaganda des ‚Islamischen Staats‘ lässt sich besonders gut an einer Videoreihe verdeutlichen, in der die britische Geisel John Cantlie als Sprachrohr für den ‚Islamischen Staat‘ fungiert. Die Reihe inszeniert den ideologischen Seitenwechsel des britischen Fotografen und Kriegsreporters und setzt ihn dann gezielt für die Adressierung westlicher Zuschauer ein (vgl. Ingram 2014: 5f.). Dabei können sich die Betrachter jedoch nie sicher sein, ob die augenscheinliche Parteinahme Cantlies für den ‚Islamischen Staat‘ ausschließlich unter Zwang oder nicht doch zumindest in Teilen freiwillig geschehen sein könnte. Der gespenstische Effekt entsteht vor allem dadurch, dass die Videos zu verschiedenen Lesarten anregen, die das Vertrauen in ihre eigene Echtheit und Glaubwürdigkeit sowohl untermauern als auch unterlaufen und die Rezipienten dazu bringen, ihre Auffassung von medialer Echtheit und Glaubwürdigkeit zu hinterfragen. Eindeutigkeit kann nur mit Hilfe der eigenen Imagination und Spekulation hergestellt werden und ist daher nie gesichert.

Derrida entdeckt die Figur des Gespenstes im Zuge einer ergiebigen Marx-Lektüre (Derrida 2014). In dem gut 200 Seiten langen Essay über das Marx'sche Geisterdenken, den zeitgenössischen Status des Kommunismus und eine Ethik der Gastfreundschaft bestimmt er das Gespenst als eine Figur der Unentscheidbarkeit und Unverfügbarkeit. Die Logik des Gespenstes deute auf ein Denken hin, „das eine binäre oder dialektische Logik notwendig überschreitet, jene Logik, die *Wirklichkeit* (präsent, aktuell, empirisch, lebendig – oder nicht) und *Idealität* (regulative oder absolute Nicht-Präsenz) unterscheidet oder einander gegenüberstellt“ (Derrida 2014: 93f.). In einem Gespräch mit Bernard Stiegler beschreibt Derrida diese Eigenschaft des Gespenstes, sich eindeutigen Zuordnungen und binären Logiken zu verweigern, mit den Worten: „Das Gespenst ist sichtbar und unsichtbar, phänomenal und nichtphänomenal zugleich, eine Spur, die von vornherein die Gegenwart ihrer Abwesenheit markiert. Die Logik des Spuks ist *de facto* eine dekonstruktive Logik.“ (Derrida und Stiegler 2006: 133) In der Metapher des Gespenstes verdichtet sich also etwas, das man als Medialität von Bedrohung näher fassen könnte – ist das Gespenst doch einerseits eine furchteinflößende Schreckensfigur und andererseits in seiner Erscheinungsweise dem Medialen ähnlich, das ebenfalls etwas zeitlich oder räumlich Abwesendes als Anwesendes präsentiert.

Im Gegensatz zu Derrida verstehe ich das Gespenst nicht als Begriff, sondern als Metapher für die Medialität von Bedrohung. Sie ist gerade für das Verständnis der vermeintlichen Unbeschreibbarkeit und Unentscheidbarkeit der bedrohlichen Wirkung terroristischer Kommunikation hilfreich, da sie diese Aspekte des Gespenstes besonders hervorhebt. Dies unterstützen auch klassische literaturwissenschaftliche Gespensterverständnisse, die den Begriff etymologisch mit Eingebung, Verführung, Sinnesreiz, aber auch mit Blendwerk, Täuschung und Trug gleichsetzen (von Wilpert 1994: 2). Gerade der Spuk ist in diesem Zusammenhang besonders interessant, weil er betont, wie sehr ein Gespenst auf die Wahrnehmung und Vorstellungskraft seiner Empfänger einwirken und diese verunsichern kann (von Wilpert 1994: 3). Optische Medien sind daher bevorzugte Orte für Gespenstererscheinungen (vgl. auch Andriopoulos 2018), wie Derrida selbst am Beispiel von Fotografie und Film herausstellt. Diese medialen Technologien vermögen unser Abbild auch über unseren eigenen Tod hinaus zu reproduzieren. In dem Moment, in dem uns eine Kamera aufzeichne, seien wir, sagt Derrida mit Blick auf die Fotografietheorie Roland Barthes' (1989: 17 und 20), bereits verschwunden – unser zukünftiger Tod suche uns mit jeder Kameraaufnahme gewissermaßen schon heim: „Wir werden, indem uns die Kamera aufnimmt, von vornherein zu Gespenstern [*spectralisés*], vom Gespenstischen erfaßt [*saisis de spectralité*].“ (Derrida und Stiegler 2006: 133) Man muss dieser These nicht blind folgen, um zu erkennen, dass sie in Hinblick auf die mediale Darstellung einer Geisel besonders einleuchtend ist – ist dieser doch ihr potentieller zukünftiger Tod direkt eingeschrieben. Die Gespenstermetapher lenkt den Blick somit auch auf die spezifische Zeitlichkeit medialer Bedrohung. So verweist das Gespenst einerseits auf die Zukunft – man erinnere sich an die von Aristoteles bereits beschriebenen „Vorstellungen eines bevorstehenden verderblichen oder schmerzhaften Übels“ – und andererseits immer auch auf die Vergangenheit, da es als längst Vergangenes in der Gegenwart erscheint. Derrida thematisiert in *Marx' Gespenster* daher ausführlich das Vermögen des Gespenstes, die Zeit aus den Fugen zu heben:

Das Gespenst kennt mehrere Zeiten. Das Eigene eines Gespenstes, wenn es das gibt, besteht darin, daß man nicht weiß, ob es, wiederkehrend, von einem ehemals Lebenden oder von einem künftig Lebenden zeugt, denn der Wiedergänger kann bereits die Wiederkehr des Gespenstes eines verheißenen Lebendigen bedeuten (Derrida 2014: 139).

Das Gespenst irritiert nicht nur die Ordnung der Zeiten, sondern auch die Unterscheidung zwischen Leben und Tod. Darüber hinaus – und das ist sowohl für die mediale wie die rhetorische Dimension von Bedrohung von zentraler Bedeutung – verweigert es sich der Einordnung in ein pragmatisches Kommunikationsmodell. Dies macht Derrida nicht zuletzt an der unpersönlichen Beschreibung der Aktivität des Gespenstes im Deutschen fest: „Es spukt.“ Diese Beschreibung unterstreiche „eine Atmosphäre ano-

nymer Bedrohung“ und betone die unmittelbare Dringlichkeit (Derrida 2014: 186). Der Kommunikationsmodus des Gespenstes besteht also in einer unpersönlichen Ansprache, die mehr erahnt als denotiert werden kann:

Es handelt sich, in der Neutralität dieser ganz unpersönlichen Verbalform, um etwas oder jemanden, weder jemanden noch etwas, um ein ‚man‘, das nicht handelt. *Es handelt sich* eher um die passive Bewegung einer Apprehension, einer apprehendierenden, aufnehmenden Erfahrung, die bereit ist, zu empfangen, aber wo? Im Kopf? (Derrida 2014: 234)

Diese Beobachtung wird wichtig für die Betrachtung der Geiselveideos und die Beantwortung der Frage, wer uns eigentlich adressiert, wenn die Geisel spricht.

Auch wenn Derrida selbst den Terrorismus als mögliches Betätigungsfeld des Gespenstes nicht erwähnt, ist der Gedanke des Spektralen der Terrorismusforschung nicht fremd, wie im Folgenden exemplarisch gezeigt wird. Terrorismus stellt für die meisten Menschen eine virtuelle Bedrohung dar, von der sie ‚nur‘ medial betroffen sind. Es ist daher die mediale Erscheinungsweise des Terrorismus, die auch in der Terrorismusforschung selbst vereinzelt zum Anlass genommen wurde, die Derrida'sche Figur des Gespenstes heranzuziehen. Svea Bräunert etwa untersucht die Erinnerung an den RAF-Terrorismus im Spannungsfeld zwischen Kunst und Medien und gewinnt durch das Gespenst eine Perspektive, welche die Virtualität der Erinnerung und ihr Potential, ein Trauma zu visualisieren, ohne es zu aktualisieren, betont. Hier erweist sich das Gespenst als „Konzept, mit dem man die Medialität des Terrorismus denken und das Trauma unter den Bedingungen medialer Präsenz neu bestimmen kann“ (Bräunert 2015: 56; ähnlich mit Bezug auf 9/11 auch Engle 2009).

Während sich Bräunert mehr für die Dimension der Vergangenheit interessiert, konzentrieren sich Arbeiten zum dschihadistischen Terrorismus nach den Anschlägen vom 11. September 2001 auf die Zukunftsorientierung, wenn sie die bedrohliche Heraufkunft des Terrorismus beschwören. Prominent schreibt etwa Jean Baudrillard (2011: 63) in seinem Essay *Der Geist des Terrorismus* von 2002: „Marx sagte: Ein Gespenst geht um in Europa, es ist das Gespenst des Kommunismus. Heute können wir sagen: Ein Gespenst geht um in der globalen Weltordnung, es ist der Terrorismus.“ Diesem gespenstischen Terrorismus wird zugetraut, die Ordnung zu irritieren und damit die Möglichkeit von Ordnung grundsätzlich in Frage zu stellen (vgl. hierzu Sternad 2013: 27 und 35). Im vorliegenden Zusammenhang geht es jedoch nicht um die globale Weltordnung, sondern um mediale Ordnungen der Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit, der Realität und Imagination, der Materialität und Virtualität. Dies betont Slavoj Žižek, wenn er im selben Jahr wie Baudrillard prophezeit: „What awaits us is something much more uncanny: the specter of an ‘immaterial’ war where the attack is invisible—viruses, poisons which can be anywhere and nowhere.“ (Žižek 2002: 37)

In einer Welt, in der alles für möglich gehalten wird und Bedrohungen nicht mehr sichtbar sind, verschieben sich die Koordinaten der Realitätswahrnehmung. In diesem Sinne, schreibt Michael C. Frank (2015: 92), allerdings ohne expliziten Bezug auf die Gespenstermetapher, nehme Terrorismus eine Zwischenstellung zwischen dem Realen und dem Imaginären ein. In der Angst vor Terrorismus vermische sich die Erinnerung an vergangene Angriffe mit der Vorstellung möglicher zukünftiger Angriffe zu Bedrohungsszenarien, die sich einer klaren Zuordnung zum Realen bzw. Imaginären verweigern. Es spukt also in unseren Köpfen, wenn wir uns aus dem kulturellen Imaginarium des Terrorismus schöpfend ein terroristisches Bedrohungsszenario vorstellen (vgl. Frank 2017). Am deutlichsten nimmt Marc Redfield (2009) auf Derrida und die Gespenstermetapher Bezug, wenn er Terrorismus über den Begriff des rhetorisch äußerst wirksamen, medial vermittelten „virtuellen Traumas“ konzeptualisiert. Die Virtualität der Bedrohung ist sowohl tröstend (weil nicht wir, sondern andere unmittelbar betroffen sind) als auch erschreckend (weil seine mediale Präsenz darauf verweist, dass auch wir in Zukunft betroffen sein können; Redfield 2009: 2). Diese Ambivalenz löst eine Verunsicherung aus, die sich im Folgenden an den Cantlie-Videos exemplarisch herausarbeiten lässt.

2. John Cantlie als gespenstisches Medium des ‚Islamischen Staats‘

John Cantlie ist ein britischer Fotograf und Reporter, der u.a. für die *Sunday Times*, die *Sun*, den *Sunday Telegraph*, die Nachrichtenagentur AFP, die BBC und verschiedene Männer- und Lifestyle-Magazine (vgl. Casciani 2014) tätig war. Er geriet im November 2012 zum zweiten Mal und dauerhaft in Syrien in die Gefangenschaft islamistischer Dschihadisten, nachdem er im Juli desselben Jahres bereits in Syrien entführt und eine Woche später von der Freien Syrischen Armee befreit worden war (O.V. 2012). Diesmal wurde er gemeinsam mit dem amerikanischen Journalisten James Foley entführt und gelangte offensichtlich über mehrere Stationen in die Hand des ‚Islamischen Staats‘. Über die Zeit der Gefangenschaft ist wenig öffentlich bekannt. Die ersten beiden Jahre liegen mehr oder weniger im Dunkeln – öffentlich sichtbar wurden Foley und Cantlie erst wieder im Jahr 2014. Während das erste öffentliche Lebenszeichen von Foley gleichzeitig eine grausame Todesnachricht war (ein Video seiner Enthauptung wurde im August 2014 auf YouTube hochgeladen; vgl. u.a. Callimachi 2014), tauchte John Cantlie im September 2014 in einem Video auf, das ihn lebend zeigte.

Obwohl das Video keine grausamen Gewaltdarstellungen enthielt, wurde es von verschiedenen Medienvertretern als unheimlich, verstörend, bedrohlich und grotesk beschrieben (vgl. etwa Lackey 2014 und Williams 2014). Der Grund: John Cantlie wurde in diesem Video nicht nur als Geisel des ‚Islamischen Staats‘ vorgeführt, sondern offensichtlich auch dazu gezwungen, für die Terrormiliz als Sprachrohr zu fungieren. Die Verlautbarung, die

Cantlie verlesen musste, enthielt nicht nur Kritik an der westlichen Berichterstattung über den ‚Islamischen Staat‘, sondern auch die selbstreflexive Behauptung, Cantlie mache dies nicht nur aus Zwang, sondern – zumindest zum Teil – auch aus freien Stücken. Das Video mit dem Titel *Lend me your ears* legte also nahe, der Journalist habe während seiner Gefangenschaft womöglich die ideologischen Seiten gewechselt. Bis November 2014 folgte unter diesem Titel eine Reihe von sechs weiteren Videos, in denen Cantlie stets einen orangefarbenen Gefangenen-Overall trug und in einem geschlossenen, dunklen Raum zu sehen war. Eine weitere, an den Westen gerichtete Videoreihe mit dem Titel *Inside...* erschien von Oktober 2014 bis Februar 2015, in der Cantlie dann in der Manier eines Auslandskorrespondenten aus den syrischen Städten Kobane, Mosul und Aleppo berichtete. Von März bis Dezember 2016 tauchte er in weiteren, dann nur noch lose zusammenhängenden Videos auf.² Daneben erschienen im Propagandamagazin *Dabiq* zahlreiche Artikel unter seinem Namen.³ Seit Dezember 2016 ist kein Lebenszeichen von ihm an die Öffentlichkeit gedrungen. Ob er noch am Leben ist, lässt sich nicht sagen.⁴

Die verunsichernde Wirkung der Cantlie-Videos lässt sich mit Hilfe der Gespenstermetapher sowohl treffend beschreiben als auch theoretisch fassbar machen. Sie erlaubt es, dem Impuls, nach einer eindeutigen Interpretation zu suchen, zu widerstehen und die Mechanismen in den Blick zu nehmen, mit denen die Frage, ob der britische Journalist während seiner Gefangenschaft ‚umgedreht‘ wurde oder nicht, gezielt offen gehalten wird. Die verunsichernde Wirkung lässt sich auf die Rhetorizität und Medialität der Videos zurückführen, die den Effekt des unpersönlichen Spuks erlauben. Gewiss ließen sich die Videos auch einer eindeutigen Lesart unterziehen, die den zunächst einmal naheliegenden Standpunkt, John Cantlie werde zu allen Äußerungen und Handlungen, die in den Videos zu sehen sind, gezwungen, absolut setzt. In dieser Lesart ließe man sich im Glauben, John Cantlie sei ideologisch unbestechlich und die dschihadistische Terrormiliz nicht in der Lage, ihn zu manipulieren, nicht erschüttern.

Die Analyse zeigt jedoch, dass die Videos und Zeitschriftenartikel, die John Cantlie als Frontfigur oder Autor präsentieren, diesen Glauben gezielt zu erschüttern versuchen, ohne ihn jedoch gänzlich in Frage zu stellen. Denn würden die Betrachter ganz von diesem Glauben abfallen können, wäre wieder Eindeutigkeit hergestellt: Cantlie gälte als Überläufer und Landesverräter, könnte ideologisch eingeordnet, propagandistisch bekämpft und aus der Zugehörigkeit zum kollektiven, westlichen, anti-dschihadistischen ‚Wir‘ entlassen werden. Stattdessen wird Cantlie als eine Figur des Dazwischen inszeniert, die unsere Ordnung zugleich bestätigt und irritiert und auf diese Weise für gegensätzliche Lesarten offen ist. Wenn das Gespenst nach Derrida (2014: 28) „als Möglichkeit zu denken ist“, so ist das Gespenstische an den Auftritten John Cantlies genau jene Eigenschaft, Möglichkeiten aufzuzeigen und eindeutige Wirklichkeiten in Frage zu stellen.

Am Rande sei erwähnt, dass die Gespenstermetapher nicht auf die Figur der Geisel, sondern auch auf die Medialität der Videos als solche anwend-

bar ist. Die Cantlie-Videos sind wie alle Videos des ‚Islamischen Staats‘ schwer zu greifen, da sie zwar alle auf den entsprechenden Plattformen und Präsenzen der Dschihadisten veröffentlicht wurden, aufgrund ihres propagandistisch-terroristischen Inhalts von Plattform-Betreibern und Nutzern jedoch immer wieder gelöscht wurden. So finden sich zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Artikels Ende 2018 zwar unzählige Artikel über sie im Internet – diese fungieren jedoch mehr als Spuren ihrer Abwesenheit, weil sie die Videos selbst nicht enthalten und Verlinkungen oft ins Leere laufen. Ein öffentlich zugängliches, verlässliches Archiv der Video-Propaganda des ‚Islamischen Staats‘ gibt es aus nachvollziehbaren Gründen nicht. Viele Videos ‚geistern‘ dennoch an ständig wechselnden Stellen durchs Netz.

Meine Deutung stützt sich im Folgenden insbesondere auf die Einführung John Cantlies als Gefangenen und Sprachrohr des ‚Islamischen Staats‘ im ersten Video der siebenteiligen *Lend me your ears*-Reihe, das zugleich den Beginn seiner öffentlichen Sichtbarkeit nach fast zwei Jahren Unsichtbarkeit markiert. Im Pilotvideo wird der epistemischen Gewissheit der Betrachter, es sei zu klären, wer (Cantlie oder der ‚Islamische Staat‘) uns hier in welcher Rolle (Gefangener, Geisel, Journalist oder Propagandist) unter welchem Ausmaß an existentieller Bedrohung (Muss er um Leben und Tod fürchten oder nicht? Ist er überhaupt noch am Leben?), nach und nach der Boden entzogen. Erwartungsbrüche dieser Art werden in den übrigen Folgen der Reihe *Lend me your ears* und einem Zeitschriftenbeitrag Cantlies weiter vertieft, so dass sich Verdachtsmomente, Entkräftungen und erneute Zweifel wiederholen können. Im Zentrum des Interesses stehen dabei stets jene Äußerungen und Handlungen, in denen die Figur John Cantlie sich selbst thematisiert oder auf ihren eigentümlichen Zwischenstatus – sei es explizit oder implizit – verweist.

2.1 „The British Detainee John Cantlie“ – die Sichtbarkeit der Bedrohung

Die Bedrohlichkeit als einen Medieneffekt zu untersuchen, bedeutet zum einen, die Videos selbst einer sorgfältigen Analyse zu unterziehen, d.h., ihre Struktur, Dramaturgie, Argumentation und televisuelle Gestaltung in den Blick zu nehmen. Zum anderen gilt es, Auslassungen, Andeutungen und Assoziationsräume auszuloten, die dem „kulturellen Imaginarium des Terrors“ (Frank 2017) entstammen und die Vorstellungskraft der Rezipienten aktivieren. Mit anderen Worten: Das, was die Videos nicht zeigen, sondern gewissermaßen zwischen den Zeilen zu verstehen geben, kann mitunter genauso wichtig sein, wie das, was sie zeigen. So ist etwa auffällig, dass die *Lend me your ears*-Reihe die Bedrohtheit John Cantlies durch den ‚Islamischen Staat‘ deutlich sichtbar macht, während sie in der *Inside*-Reihe, auf die hier aus Platzgründen nur knapp eingegangen werden kann, vollkommen in den Hintergrund tritt und erst in den späten Videos wieder zum Vorschein kommt.

Die knapp dreieinhalb Minuten lange Pilotfolge der *Lend me your ears*-Reihe⁵ zeigt den britischen Journalisten durchgehend vor schwarzem Hintergrund. Er sitzt an einem Tisch und hält auf Englisch seine Rede (mit arabischen Untertiteln). Im Vergleich zu anderen Videoproduktionen des ‚Islamischen Staats‘ (vgl. Dauber und Robinson 2015) sind Gestaltung, Montage und Dramaturgie äußerst schlicht und unaufwändig. Cantlie ist aus zwei Kameraperspektiven zu sehen, zwischen denen regelmäßig gewechselt wird. Wie alle Videos enthält auch die Pilotfolge einen kurzen Opener, am Schluss jedoch nur eine Schwarzblende. Ab der ersten Folge werden zuweilen Nachrichten- oder Symbolbilder eingeblendet. Stets firmiert die leicht animierte Flagge des ‚Islamischen Staats‘ abwechselnd mit dem Logo des Al-Furqan Media Centers als Hoheitszeichen in der linken oberen Bildschirmecke.⁶

Die Bedrohungslage, in der sich Cantlie befindet, wird im Opener der Pilotfolge deutlich sichtbar gemacht (Abb. 1) und prägt somit auch die Erwartungen der Zuschauer. Zum einen wird Cantlie im Untertitel als Gefangener („detainee“) des ‚Islamischen Staats‘ charakterisiert, zum anderen manifestiert sich die Bedrohung in der Wahl der symbolischen Farben Schwarz und Orange. Schwarz ist der gesamte Bildhintergrund, ebenso ein Schatten, der auf den Oberkörper Cantlies fällt. Die Farbe erinnert an die schwarze Flagge der Terrormiliz, die sich als Markenzeichen ab 2014 rasant verbreitete, weltweit als solche erkannt und popkulturell aufgegriffen wurde und damit ein äußerst erfolgreiches Element der bereits erwähnten trügerischen ‚Medien-Halo‘ des ‚Islamischen Staats‘ bildete (zur Symbolkraft der schwarzen Flagge und ihrem Rekurs auf die frühen Jahre des Islam vgl. auch El Difraoui 2013: 79ff.). Orange hebt sich dagegen die Kleidung Cantlies ab, was in der Hintergrundfarbe des Untertitels aufgenommen wird. Dies spielt wiederum auf die Farbe der Overalls an, die viele Häftlinge im US-amerikanischen Gefangenenlager Guantánamo tragen mussten.



Abb. 1: Die Titelsequenz der Pilotfolge präsentiert John Cantlie als Gefangenen.

Dschihadistische Terrorgruppen haben es sich mindestens seit der Zurschaustellung und Enthauptung des US-Amerikaners Nicholas Berg im Jahr 2004 durch ‚Al-Qaida im Irak‘ zur Gewohnheit gemacht, ihre Gefangenen nun ebenfalls in orangenen Overalls zu präsentieren. Damit eignen sie sich diese Demütigungsgeste nicht nur an, sondern steigern sie noch in der Brutalität. Die Farbe des Anzugs signalisiert in dem an die englischsprachige Öffentlichkeit gerichteten Cantlie-Video also eine Umkehrung der Machtverhältnisse: Nun ist es der westliche Medienvertreter, der als rechtlose Kreatur gedemütigt, gequält und sehr wahrscheinlich auch gefoltert werden kann.⁷ Die Gestaltung macht also deutlich, dass hier ein Gefangener ganz in der Gewalt einer von sich selbst zum Staat erhobenen, vor grausamen Exekutionen nicht zurückschreckenden Macht – und damit existentiell bedroht – ist und nur einen äußerst begrenzten Kommunikationsspielraum hat.

Deutsche Betrachter werden sich womöglich an die Zurschaustellung der RAF-Geisel Hanns Martin Schleyer erinnert fühlen, deren visuelle Präsentation ganz ähnlich komponiert war, wie Rolf Sachsse (2008: 469) beschreibt:

Jedes Bild enthält drei Ebenen [...]: das Schild, den Mann, das Logo. Dabei ist die Reihenfolge wichtig: Erst die propagandistische Information, dann das Bild des Opfers als Beleg, darüber oder dahinter der teleologische Bezug zur Macht, das Logo als Signet. Diese Doppelung der Bezugsebenen hat sich in Täterbildern des Terrors bis heute erhalten [...]. Die räumliche Enge des Ganzen signalisiert Ausweglosigkeit oder – aus Tätersicht – Entschlossenheit.

Beide Elemente, Ausweglosigkeit und Entschlossenheit, tragen zur bedrohenden Wirkung bei, welche diese Darstellung bei den Betrachtern zu erzielen sucht. Die von Aristoteles bereits beschriebene Imminenz und Intensität der zu fürchtenden potentiellen Gefahr wird im Falle des ‚Islamischen Staats‘ allerdings nicht über die Inszenierung von räumlicher Enge signalisiert, sondern durch die Verdunklung und damit Auslöschung des Raumes. Durch die Schwärze ist nicht zu erkennen, wie der Raum beschaffen ist, in dem die Videos aufgezeichnet wurden. Einzig die Tonspur verrät durch den Hall, dass es sich um einen größeren, karg möblierten Raum handeln muss. Es ist ein Nicht-Ort, ein schwarzes Loch, ein finsternes Verlies – und in jedem Fall Hoheitsgebiet des ‚Islamischen Staates‘, aus dem heraus John Cantlie zu uns spricht. Die Dunkelheit ist so wirkmächtig, dass sie sich in der Titelsequenz sogar als langer, bedrohlicher Schatten über Cantlies im Rest des Videos ansonsten gut ausgeleuchteten Oberkörper legt. Der ‚Islamische Staat‘ führt den britischen Journalisten somit als Gefangenen vor, präsentiert ihn jedoch auch unter Rückgriff auf das genannte Bildmuster als Geisel, was – wie gleich gezeigt wird – erste Uneindeutigkeiten generiert.

2.2 „I am a prisoner – that I cannot deny“ – sukzessive Verunsicherung

Die eigentliche Verunsicherung hinsichtlich seines Status ergibt sich jedoch erst sukzessive aus dem Text, den Cantlie spricht. Er beginnt die Pilotfolge – wie auch die übrigen Videos der Reihe – mit den Begrüßungsworten: „Hello, I’m John Cantlie.“ Es folgen jeweils unterschiedliche Varianten der Selbstcharakterisierung als Gefangener des ‚Islamischen Staats‘: „I’m a British journalist [...]. In November 2012 I came to Syria where I was subsequently captured by the Islamic State.“ (LMYE, Pilotfolge, min. 00:18–00:41) Aussagen dieser Art sind typische Sprechakte von Geiseln, mit deren Hilfe sie sich und ihre Entführer identifizieren und nach einer Phase der Ungewissheit über ihr Schicksal gleichzeitig auch ein Lebenszeichen von sich geben. Dann setzt Cantlie die Rede jedoch ungewöhnlich fort, indem er die stillschweigenden Annahmen der Zuschauer über seine Bedrohungslage offen thematisiert: „Now I know what you’re thinking, you’re thinking: ‘He’s only doing this because he’s a prisoner. He’s got a gun at his head and he’s being forced to do this,’ right?“ (LMYE, Pilotfolge, min. 01:00–01:10). Dies unterstreicht Cantlie bei den Worten „he’s got a gun at his head“ sogar noch mit einer recht verstörenden Geste, bei der er sich den rechten Zeige- und Mittelfinger an die Schläfe hält und so tut, als werde eine Pistole abgedrückt (Abb. 2).

Es lohnt sich, diese Passage näher zu betrachten, weil mit ihr nicht nur die Verunsicherung über den Status als Gefangener oder Geisel bekräftigt wird, sondern auch die Verunsicherung darüber, wer hier eigentlich ‚wirklich‘ zu den Betrachtern spricht, wem wir also die Autorschaft zuzuschreiben haben: dem sichtbaren John Cantlie oder der unsichtbaren Kommunikationsmacht ‚Islamischer Staat‘. Die Figur Cantlie spricht über sich selbst und wechselt dabei von der ersten in die dritte Person – augenscheinlich, um im Stil einer klassisch-rhetorischen *sermocinatio* den Betrachtern seine Worte in den Mund zu legen. Doch der Wechsel könnte auch suggerieren: Derjenige, der hier bedroht ist, ist nicht Cantlie selbst, sondern die stillschweigende Annahme des Zuschauers. Gerade die Tatsache, dass die Bedrohungslage nicht machtvoll verschwiegen, sondern vom Bedrohten selbst angesprochen und sogar gestisch simuliert wird, setzt den Verdacht in Gang, es könne möglicherweise eine Täuschung vorliegen.⁸ Damit wird den Betrachtern der *genius malignus* des Zweifels eingepflanzt, der sich auf den Status Cantlies, auf die Zielsetzung der Videos und die Frage der ‚wahren‘ Autorschaft bezieht. Doch es ist eher eine Ahnung als eine begründete Vermutung, die sich an dieser Stelle einstellt – denn es ist genauso gut denkbar, dass sich hinter der ersten Person und dem Halbsatz „I know what you’re thinking“ der ‚Islamische Staat‘ als Autor verbirgt, welcher wiederum Cantlie als reines Medium benutzt und ihn folglich auch zwingt, von sich selbst und seiner Zwangslage nur in der dritten Person zu sprechen und ihn damit jeder Autorschaft beraubt.



Abb. 2: Gerade die gestische Simulation der Bedrohungslage wirkt unheimlich.

Die Figur John Cantlie fährt nun wieder in der ersten Person fort mit den Worten:

Well it's true. I am a prisoner – *that* I cannot deny. But seeing as I've been abandoned by my government and my fate now lies in the hands of Islamic State I have nothing to lose. Maybe I will live and maybe I *will* die, but I want to take this opportunity to convey some facts that you can verify. Facts that if you contemplate might help preserving lives (LMYE, Pilotfolge, min. 01:10–01:38).

Mit dieser Passage etabliert der ‚Islamische Staat‘ die Figur John Cantlie endgültig als gespenstisches Zwitterwesen, als Gefangenen, der unter Zwang und doch aus eigener Motivation die Stimme erhebt und somit gleichzeitig als Medium und Autor fungiert. Denn alle Aussagen lassen sich sowohl der Autorschaft Cantlies als auch derjenigen des ‚Islamischen Staats‘ zuordnen, die Cantlie wiederum zu einem reinen Medium degradierte. Diese Strategie ist sich ihrer Plausibilisierungsbedürftigkeit wohl bewusst, weswegen das Begriffsfeld der Wahrheit und Faktizität an Bedeutung gewinnt. Die Figur Cantlie kann etwa ihren Gefangenenstatus und die Bedrohungslage ‚nicht leugnen‘ und trifft auch sonst einige Aussagen, deren Geltung nicht einfach von der Hand zu weisen ist: etwa, dass Cantlie sich von seiner Regierung im Stich gelassen fühlt,⁹ dass sein Schicksal, ja, sein Leben, in der Hand der Terroristen liegt und dass er sich mit dem Motiv äußert, möglicherweise andere Leben schützen zu können.¹⁰ Selbst die Autorschaft der Feststellung „Maybe I will live and maybe I *will* die“ lässt sich nicht ohne Weiteres zuordnen – im einen Fall wäre sie die fatalistische Aussage einer Geisel, die mit ihrem Leben längst abgeschlossen hat, im anderen Fall die indirekte Drohung der Terroristen, Cantlie wie andere britische und amerikanische Geiseln noch zu enthaupten.

In den restlichen zwei Minuten stellt der gespenstische Sprecher-Autor Cantlie nun allerdings keine Forderungen, wie es für eine Geisel üblich wäre, sondern erläutert das Anliegen der Videoreihe als ein pseudo-journalistisches. „Over the next few programmes“, kündigt Cantlie an, „I am going to show you the truth [...]“ (min. 01:40–01:43). Diese Phrase wird drei Mal wiederholt, und drei Mal kritisiert die Rede massiv die Verzerrtheit der westlichen Berichterstattung: „I’m going to show you the truth behind these systems and motivation of the Islamic State, and how the Western media, the very organisation I used to work for, can twist and manipulate that truth to the public back home.“ (min. 02:05–02:21) Gerade der persönliche Bezug, den die Rede deutlich macht, unterstreicht noch einmal den Zwitterstatus der Cantlie-Figur: Hier spricht ein Medienvertreter recht eloquent über die Institutionen, die ihn ausgebildet haben, und spricht ihnen mit großer Glaubwürdigkeit und Professionalität eben jene ab. Ganz im Sinne der sophistischen Rhetorik wird hinzugefügt: „There are two sides to every story – think you’re getting the whole picture?“ (min. 02:22–02:27) Nach einer weiteren Äußerung seiner Enttäuschung über die britische und US-amerikanische Regierung schließt Cantlie mit den Worten: „Join me for the next few programmes and I think you may be surprised by what you learn.“ (min. 03:10–03:16)

2.3 „Wir sehen nicht, wer uns erblickt“ – Fernsehrouninen unter ungewöhnlichen Umständen

Die Pilotfolge von *Lend me your ears* stellt uns eine Figur und eine Rede vor, die sich eindeutigen Zuordnungen verweigert und just aus diesem Grund eine bedrohliche Wirkung entfaltet. Dieser uneindeutige Eindruck wird auch von formalen Gestaltungsprinzipien unterstützt. So hilft eine Analyse der eingesetzten Kameraperspektiven und der Art und Weise, wie Cantlie den vorformulierten Text einspricht und die Zuschauer adressiert, nicht weiter, um sich für eine der Lesarten entscheiden zu können. Wie bereits erwähnt, wechselt das Video zwischen zwei Kameraperspektiven, die Cantlie entweder frontal in einer halbnahen Einstellung (vgl. Abb. 2) oder seitlich in Großaufnahme zeigen (Abb. 3). Der Wechsel der beiden Perspektiven erinnert an Nachrichtenproduktionen im Fernsehstudio, weicht aber insofern ab, als Cantlie seinen Blick mit dem Wechsel nicht jeweils verändert, sondern ausschließlich in die frontale Kamera spricht. Die Zuschauer werden also mit jedem Schnitt in die seitliche Perspektive aus der direkten Adressierung herausgeholt und können Cantlie betrachten, ohne dass dieser ihren Blick erwidert. Diese Perspektive verstärkt den Eindruck, Cantlie würden fremde Worte in den Mund gelegt, während die direkte Adressierung in der frontalen Perspektive die Zuschauer eher Glauben macht, dass er womöglich doch meint, was er sagt.



Abb. 3: Diese Ansicht im Halbprofil macht die sonst direkt adressierten Zuschauer zu Beobachtern.

Cantlie blickt, während er den durchaus elaborierten, über 400 Wörter langen Text spricht, unentwegt in die frontale Kamera und nicht nach unten auf den Tisch. Es ist somit davon auszugehen, dass er ihn von einem Teleprompter oder einem Funktionsäquivalent abliest und nicht im Moment des Filmens erst generiert – ein Indikator dafür, dass hier ein Gefangener unter Zwang einen Text einspricht, auf den er selbst keinen Einfluss hat. Diese Interpretation wird jedoch, wenn auch nicht vollkommen, konterkariert durch die äußerst professionelle Art und Weise, in der Cantlie den Text vorträgt – gelingt es dem erfahrenen Fernsehjournalisten doch selbst nach zwei Jahren Gefangenschaft, den Text so lebendig einzusprechen, dass er den Zuschauern nicht zwingend als abgelesen erscheint (eine fernsehspezifische Variante des antiken rhetorischen Täuschungsmanövers der Verbergung der Kunst oder *dissimulatio artis*). Hier macht sich Cantlie selbst in einer Weise sichtbar, die nicht zwingend notwendig erscheint, und produziert auf diese Weise einen semantischen Überschuss, der die Betrachter zu irritieren vermag. Wieder wird Mehrdeutigkeit hergestellt. Insbesondere britische Muttersprachler könnten sich herausgefordert fühlen, in einzelnen, ungewöhnlich erscheinenden Phrasierungen und Betonungen nach versteckten Botschaften des Gefangenen selbst zu suchen. Dies unterstützt die Deutung, der ‚Islamische Staat‘ zwingt ihn dazu, ausschließlich als ‚Medium‘ zu fungieren, weswegen sich Cantlie als Person nur über das Rauschen des Mediums, also etwa ungewöhnliche Phrasierungen, bemerkbar machen kann.

Gleichzeitig kann die professionelle Vortragsweise auch Verdacht erregen, weil sie Cantlie so gut gelingt, dass die Zuschauer nicht entscheiden können, ob er nur aus beruflicher Gewohnheit oder nicht doch aus Über-

zeugung so tut, als meine er, was er sage – gäbe es doch auch für ihn die Möglichkeit, seine Rolle als reines Sprachrohr (also ‚Medium‘) deutlicher herauszustellen. Freilich lässt ein lebendig eingesprochener Text nicht zwingend auf Urheberschaft rückschließen. Auch Fernsehzuschauer können in der Regel nicht ohne zusätzliches Kontextwissen entscheiden, ob es sich bei einer am Bildschirm sichtbaren Fernsehfigur (wie etwa dem Präsentator von Fernsehnachrichten) um einen Redakteur, also Autor, oder lediglich einen Sprecher handelt (vgl. hierzu auch Ulrich 2012: besonders 91–97). Diese Unterscheidung ist letztlich für die Zuschauer auch nicht entscheidend, da Sprecher und Moderatoren ja gerade als Autoren und damit als Stellvertreter der Kommunikatorinstanz *e r s c h e i n e n* sollen. Die professionelle Vortragsweise kann den Betrachtern also sowohl signalisieren, Cantlie sei ein reines Medium, als auch, Cantlie fungiere als Sprecher für den ‚Islamischen Staat‘.

Hier kommt der von Derrida (2014: 21) beschriebene „Visier-Effekt“ des Gespenstes zum Tragen. Am Beispiel von Shakespeares *Hamlet* zeigt Derrida, dass Hamlet der Geist seines verstorbenen Vater zwar erscheint, er diesen aber aufgrund der Rüstung nicht wirklich sehen kann. Derrida folgert daraus: „Wir sehen nicht, wer uns erblickt.“ (Derrida 2014: 21) Auf die Sprecherposition Cantlies ließe sich dies folgendermaßen übertragen: Wir glauben zu sehen, wer uns adressiert oder ‚erblickt‘, bis wir verunsichert werden und merken, dass uns gar kein Medium oder Sprecher, sondern möglicherweise ein Autor ‚erblickt‘. Aus der Tatsache, dass wir diese Frage nicht entscheiden können (es also ‚nicht sehen‘), ergibt sich für den ‚Islamischen Staat‘ ein Macht-Effekt.

Dieser Effekt setzt sich auf allen Ebenen in den übrigen Folgen der Reihe fort. Cantlie nimmt in diesen die Auseinandersetzung mit der anglo-amerikanischen Syrien-Berichterstattung und -Politik wieder auf, die ihn eher als ‚Medium‘ des ‚Islamischen Staats‘ erscheinen lassen, flieht regelmäßig aber auch Verweise auf seine persönliche Situation ein, welche die ‚Medium‘-Interpretation irritieren, weil sie nicht nur dem ‚Islamischen Staat‘, sondern auch Cantlie selbst als Autor zugeschrieben werden könnten. So erwähnt Cantlie ehemalige, zum Teil bereits enthauptete Mitgefangene, einen eigenen Fluchtversuch, für den er mit Waterboarding bestraft worden sei, und thematisiert in den Folgen fünf und sechs ausführlich gescheiterte Verhandlungen mit den USA und Großbritannien für seine eigene Freilassung und manche seiner Mitgefangenen wie auch einen gescheiterten militärischen Rettungsversuch (LMYE, Folge 5: min. 01:00–06:15 und Folge 6: min. 00:26–08:27). Nach und nach wird auf Grundlage der Enttäuschung über die britische Regierung ein Narrativ entwickelt, das den ideologischen Seitenwechsel Cantlies nicht nur als Möglichkeit durchscheinen lässt, sondern als Realität plausibilisieren soll. Gleichzeitig bleibt die Gestaltung des Settings unverändert, die Cantlie eindeutig als Gefangenen markiert und seine Bedrohtheit durch die übermächtigen ‚Schwärze‘ des ‚Islamischen Staats‘ sichtbar macht.

2.4 „I have to tell parts of my story“ – Metareflexion im Paratext

Die epistemische Verunsicherung wird komplettiert durch einen Begleitartikel zur Videoserie, der in der vierten Ausgabe des *Dabiq*-Magazins am 11. Oktober 2014 erscheint, also gut drei Wochen nach dem Auftauchen der Pilotfolge. Dort nimmt ein Autor namens John Cantlie unter der Überschrift „Hard Talk. The Real Story Behind My Videos“ genau zu jener Frage Stellung, die von den Videos aufgeworfen und nicht eindeutig beantwortet wurde. Passenderweise ist der Artikel mit genau zwei Screenshots aus den Videos illustriert, die Cantlie einmal aus der seitlichen und einmal aus der frontalen Perspektive zeigen und somit seinen Zwischen-Status weiter betonen. Der Text bemüht sich vordergründig um Eindeutigkeit, und es lohnt sich, die ersten beiden Absätze vollständig zu zitieren:

Forgive me in advance, but there are many references to myself in the following article. I dislike talking about myself, it appears arrogant, but it's my voice and words being analyzed by journalists following the release of videos shot by the Islamic State. And to put things into perspective, I have to tell parts of my story.

One observation is that the videos are scripted, and that perhaps I have no choice in the content. This is not true. The mujahidin suggest initial titles, I write the scripts, hand them over for any copy changes that need to be made and the videos are shot. It's all very fast – the first eight videos were written, approved and filmed in just 12 days – but the mujahidin are like that. In quick, get the job done, move on to the next task (Cantlie 2014: 52).

In aufklärerischem Modus wird hier auf Spekulationen in der Presse mit einer ‚Richtigstellung‘ reagiert, die eine Ko-Autorschaft von ‚Islamischem Staat‘ und Cantlie behauptet. Dezidiert wird der Annahme widersprochen, Cantlie habe keinen Einfluss auf den Inhalt der Videos. Stattdessen wird nahegelegt, es handle sich um einen konventionellen redaktionellen Vorgang: Der ‚Islamische Staat‘ schlage ihm Themen vor, er schreibe dann die Texte, die vom ‚Islamischen Staat‘ wiederum redigiert würden. In diesem Sinne ist wohl auch eine Fotografie zu verstehen, die einen anderen Artikel Cantlies in der zwölften Ausgabe des *Dabiq*-Magazins illustriert und auf der Cantlie zu sehen ist, wie er von Hand einen Text auf einem Blatt Papier notiert, während er ausgedruckte Artikel aus *Dabiq* und anderen Quellen studiert (Abb. 4). All dies suggeriert eine professionelle Zusammenarbeit, deren Zwangscharakter sich von den Zwängen einer großen Medienanstalt nicht wirklich unterscheide.

Diese durchaus plausibilisierungsbedürftige Deutung wird gestützt durch eine ausführliche Schilderung der psychologischen Begleiterscheinungen der Gefangenschaft. Wieder ist es eine verblüffende Offenheit, die den eigentlich stillschweigend vorausgesetzten Verdacht, Cantlie werde zu allem gezwungen, in Zweifel ziehen soll. In wenigen Worten werden die „enduring years of pain, darkness and regret“ (Cantlie 2014: 53) als eine Umgebung charakterisiert, die den Geist zu Veränderungen bringe könne (wörtlich: „Such an envi-

ronment forces the mind to change“; Cantlie 2014: 53). Diese Aussage ist nicht unmittelbar von der Hand zu weisen – gewiss können Isolation, Angst, Folter und Gefangenschaft einen Menschen und seine Einstellung zur Welt verändern. Unterstützt wird diese Deutung durch das wiederholte Aufwerfen rhetorischer Fragen („What does that do to a man?“; Cantlie 2014: 53 und 54), selbstreflexive Differenzierungen („I am not in possession of all the facts, and of course, I am biased“; Cantlie 2014: 54) und die nachdrückliche Äußerung von Zweifeln: „It’s not until you get into a situation as extreme as this that you start to doubt everything you thought you ever knew“ (Cantlie 2014: 54) bzw. „The pain and indignation of learning all of this was indescribable. Everything we’d based our belief on had been an illusion“ (Cantlie 2014: 55). Die ausführliche Reflexion der eigenen Zweifel fungiert als wichtiger Paratext zur Videoreihe und bestärkt diejenigen Zuschauer, die schon beim Betrachten der Videos ahnten, dass Cantlie womöglich deutlich mehr hinter den ihm in den Mund gelegten Worten stehen könnte als vermutet. Dennoch etabliert der Zeitschriften-Artikel keine Eindeutigkeit. Er schließt mit einem im Ton etwas lakonischen, aber dennoch deutlichen Hinweis auf die Bedrohtheit Cantlies:

For now, I am still alive, but at some point in the near future, the mujahidin will surely run out of patience. Just ask our government to talk. That’s all. Open a channel and negotiate with the Islamic State like the others did. If nothing is possible to agree on, then fine, but it cannot compromise policy to open a dialogue. Death holds no fear over me; I have lived beneath its wings for a long time (Cantlie 1994: 55).



Abb. 4: Das *Dabiq*-Magazin legt nahe, Cantlie verfasse seine Texte tatsächlich selbst.

So deutlich wie in keinem der Videos präsentiert sich Cantlie hier als Geisel – in diesem Fall sogar verbunden mit einer, wenn auch moderaten, Forderung an die britische Regierung, wieder Kommunikationsbereitschaft zu signalisieren. Während also der Großteil des Artikels den Eindruck erwecken soll, Cantlie habe einen Umdenkprozess durchlaufen, der ihn geradezu freiwillig für den ‚Islamischen Staat‘ Partei ergreifen lässt, präsentiert der Schluss des Artikels Cantlie als beherrschte Geisel, die jeder Handlungsmacht beraubt wurde und jederzeit ihr Leben lassen kann.

Im Rahmen dieses Beitrags führte es zu weit, die Analyse nun mit den Videos der *Inside*-Reihe fortzusetzen. Der Vollständigkeit halber sei zumindest erwähnt, dass die Bedrohung Cantlies in diesen visuell vollkommen in den Hintergrund tritt. Stattdessen bewegt sich Cantlie vor der Kamera wie ein Auslandskorrespondent durch Kobane, Mosul und Aleppo und ‚berichtet‘ über die ‚tatsächlichen‘ Verhältnisse innerhalb der Grenzen des ‚Islamischen Staats‘ (für einen Eindruck aus *Inside Mosul* siehe Abb. 5). An keiner Stelle ist zu erkennen, dass Cantlie weiterhin in Gefangenschaft ist. Nach wie vor begrüßt Cantlie die Zuschauer mit den Worten „Hello, I’m John Cantlie“. Der Zusatz, er sei ein Gefangener des ‚Islamischen Staats‘, wird fortan jedoch weggelassen. All dies soll weiter untermauern, Cantlie betreibe nun wirklich freiwillig Propaganda für den ‚Islamischen Staat‘ und habe somit endgültig die Seiten gewechselt. Persönlichere Passagen unterstreichen die Enttäuschung Cantlies über seine Regierung und plausibilisieren diese Deutung, gleichzeitig identifiziert sich Cantlie an keiner Stelle mit den ‚Mujahideen‘, sondern verweist auf sie stets in der dritten Person Plural. Wieder nimmt Cantlie eine eigentümliche Mittelstellung ein. Diesmal jedoch nicht als Geiselmedium, sondern als *B o t e n m e d i u m*. In beiden Fällen sind nicht zuletzt Rückgriffe und Verweise auf seine berufliche Vergangenheit als Journalist für den Verunsicherungseffekt verantwortlich, weswegen gerade die über die Videos realisierte Medialität Cantlies eine bedrohliche Wirkung erzeugt.



Abb. 5: Im *Inside-Mosul*-Video wird Cantlie nicht mehr als Gefangener, sondern als Korrespondent inszeniert.

3. Die Cantlie-Videos im Kontext der Medientheorie

Die Befunde der vorgenommenen Analyse der Cantlie-Videos sind keineswegs singulär, sondern vermögen exemplarisch die Rhetorizität und Medialität von Bedrohung vor Augen zu führen. Dies lässt sich unter Rückgriff auf medienphilosophische Ansätze zeigen, die sich zwar nicht eigens auf den Terrorismus, aber explizit oder implizit auf Derridas Figur des Gespenstes beziehen. Derridas Denkanstöße zur Spektralität des Medialen sind besonders in der literaturwissenschaftlich begründeten Medienwissenschaft aufgenommen und weiterentwickelt worden (vgl. stellvertretend Angermann u.a. 2015 und Baßler u.a. 2005). Zwei medienphilosophische Ansätze erweisen sich als besonders fruchtbar für die Untersuchung der medialen Spektralität von Bedrohung im Angesicht des Terrorismus. Es sind dies die „Ökonomie des Verdachts“ von Boris Groys (2000) und das Prinzip des Botens und der Spur von Sybille Krämer (2008).

Groys basiert seine Medientheorie auf den „ontologischen Verdacht“, „dass sich hinter der sichtbaren und erfahrbaren Oberfläche der Welt etwas verbirgt, das sich dem beobachtenden und begrifflichen Zugriff des Menschen entzieht und für ihn bedrohlich sein könnte“ (Groys 2000: 54). Dieser Verdacht lasse sich „weder bestätigen noch entkräften“, sondern nur vermuten (Groys 2000: 55), was ihm im Derrida'schen Sinne eine gespenstische Dimension verleiht. Dem liegt zunächst die einfache Annahme der Selbstverbergung des Mediums zugrunde, die auch Sybille Krämer teilt.¹¹ Demzufolge zeigt sich das Medium selbst nicht – was wir sehen, sind nur die Zeichen an der Oberfläche, während der von Groys sogenannte „submediale Raum“ unsichtbar, ja, un verfügbar bleibt. Der Verdacht, der eine „zeitgemäße Form des klassischen Zweifels“ sei und allenthalben – in interessanter Analogie zum Gespenst – „sein Unwesen“ treibe (Margreiter 2016: 160) richtete sich auf den verborgenen Schein und suche aufmerksam nach Phänomenen der medialen Selbstentlarvung oder Aufrichtigkeit. Diese bestätigen paradoxerweise den Verdacht, „die Dinge sähen in ihrem Inneren anders aus, als sie sich auf der Oberfläche zeigen“ (Groys 2000: 64f.), anstatt ihn zu entkräften. Somit wird der Verdacht in Groys' Ansicht konstitutiv für alles Mediale: „Alles, was sich zeigt, macht sich automatisch verdächtig“ (Groys 2000: 25).

Man muss Groys in dieser Absolutsetzung keineswegs folgen, um zu erkennen, wie angemessen das Konzept des un verfügbaren submedialen Raums und der Verdächtigkeit der medialen Oberfläche für die Analyse von terroristisch-propagandistischen Videos ist (für eine detaillierte Diskussion des Ansatzes im Kontext journalistischer Gattungen vgl. Ruchatz 2014: 321–333). Wie die Analyse zeigte, lässt der von Groys beschriebene Kreislauf von Verdacht, Entlarvung, Bestätigung und erneuter Verdächtigung eine genauere Beschreibung der epistemischen Verunsicherung zu. Gleichzeitig ordnet er diese in die Geistestradi tion abendländischen Denkens und philosophischen Zweifels ein und macht sie anschlussfähig an die Medientheorie und Medienwissenschaft, nicht zuletzt an die im Zentrum der Analyse stehende Frage der Autorschaft.

Den Diskurs um die McLuhan'sche ‚Botschaft des Mediums‘ liest Groys (2000: 97f.) nämlich als die Artikulation eines „Verdacht[s] der Anonymität, der Medienabhängigkeit, des Scheiterns jeder subjektiven Botschaft“. McLuhan selbst äußere diesen medienontologischen Verdacht nicht (vgl. Groys 2000: 91), die zeitgenössische Medienwissenschaft hingegen setze die anonyme Botschaft des Mediums gerne in Kontrast zur auktorialen Intention (vgl. Groys 2000: 97). Damit werde eine Dichotomie für zentral gehalten, die der Verdacht gezielt unterlaufe. Das unpersönliche Spuken des Gespenstes ließe sich in Anlehnung an Groys medientheoretisch reformulieren. Es lässt sich nicht nur nicht klären, wer oder was hier eigentlich spukt, sondern auch nicht, wessen Botschaft eigentlich zum Tragen kommt: die auktorial intendierte oder die anonyme des Mediums. Daran lässt sich die Theorie der medialen Übertragung Krämers anschließen, die auf dem Konzept des Boten gründet. Ganz wie das Medium setzt auch die Figur des Boten auf Selbstverbergung bzw. Selbstabschwächung. „Ein anderes wird zur Geltung gebracht, indem das Eigene zurücktritt. Nicht ein ‚Ich‘, nicht einmal ein immer noch egologisch einholbares ‚Du‘, vielmehr ein ‚Er, Sie, Es‘ in ihrer ungemilderten Exteriorität werden im Botengang präsent (gemacht)“ (Krämer 2008: 275).

Es braucht nicht noch einmal betont zu werden, wie sehr diese Beschreibung auf den sich selbst neutralisierenden Videoauftritt einer Geisel passt. Besonders reizvoll an Sybille Krämers Ansatz ist, dass sie nicht den Gedanken des alles regierenden Verdachts von Groys übernimmt (zu dessen mangelnden Schattierungen vgl. auch Ruchatz 2014: 324), jedoch genauso wie er voraussetzt, dass das Medium nur dann etwas erscheinen lassen kann, wenn es sich selbst zurücknimmt oder verbirgt (vgl. Krämer 2008: 274). Das, was bei Groys unter der Oberfläche des Mediums liegt, ist also auch für Krämer unverfügbar, hinterlässt jedoch Spuren, die gelesen werden können. Über die Spur zeigt sich also auch das Medium, wenn auch immer als Abwesendes, Unsichtbares, Entzogenes: „Die Anwesenheit der Spur zeugt [...] von der Abwesenheit dessen, was sie verursacht hat“ (Krämer 2008: 276). Damit schließt sich der Kreis und wir können das Gespenst, das mit Derrida eingangs als „Spur, die von vornherein die Gegenwart ihrer Abwesenheit markiert“, definiert worden ist, als inhärent mediale Figur theoretisch konzeptualisieren und die vorgenommene Interpretation als eine systematische Spurensuche in diesem Sinne verstehen. Das Spezifikum der Gespensterfigur besteht nun darin, über das ihr eigene Irritationspotential und die in ihr angelegten Widersprüchlichkeiten nicht nur Medialität quasi zu verkörpern, sondern auch zur Reflexion von Medialität anzuregen. Insofern lässt sich das Gespenst trefflich als eine „Figur medialer Selbstreferenz und Selbstreflexion“ bezeichnen (Baßler u.a. 2005: 11), mit der die bedrohliche Dimension terroristischer Medienkommunikation, wie gezeigt wurde, erfasst und beschrieben werden kann.

In dieser notgedrungen sehr knapp ausgefallenen theoretischen Diskussion der Gespenstermetapher wurde deutlich, dass sich das Gespenst produktiv auf die Analyse der medialen Erscheinungsweisen von Terroris-

mus anwenden lässt. Durch sein Potential, Fragen der Medialität nicht nur zu verkörpern, sondern auch zu irritieren und reflektieren, eignet es sich zudem, die veränderten medialen Bedingungen in den Blick zu nehmen, welche sich die terroristischen Medienstrategien des ‚Islamischen Staats‘ zunutze machen. Die Betrachtung der äußerst raffinierten Videoreihe des ‚Islamischen Staats‘, in der die britische Geisel John Cantlie zu sehen ist, orientiert sich am Potential des Gespenstes, Dichotomien zu unterwandern. Dazu gehört nicht nur die Dichotomie von Vergangenheit und Zukunft, die in der eigentümlichen Präsenz des Gespenstes dahinzuschmelzen scheint, sondern auch diejenige von medialer Oberfläche und submedialer Tiefendimension, von Aufrichtigkeit und Verdacht. Des Weiteren erlaubt der unpersönliche Kommunikationsmodus des Spukens keine eindeutige Zuordnung von Autorschaft, was sich direkt auf die Zuschreibung von Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit auswirkt. Zuletzt trägt das Gespenst immer auch den Tod in sich, obwohl es lebendig zur Anschauung kommt. All diese Möglichkeiten spielen eine entscheidende Rolle, wenn man den bedrohlichen Effekt der terroristischen Medienstrategien verstehen will.

Anmerkungen

- * Dieser Aufsatz wurde im Rahmen des Sonderforschungsbereichs 923 „Bedrohte Ordnungen“ (Teilprojekt G07) der Universität Tübingen von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert.
- 1 Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Aufsatz nur die männliche Form verwendet. Alle anderen Gender-Formen sind selbstverständlich immer miteingeschlossen.
- 2 Für eine Übersicht über die Videos vgl. mangels gesicherter Quellen den englischsprachigen Wikipedia-Eintrag https://en.wikipedia.org/wiki/John_Cantlie [Letzter Zugriff am 11.1.2019]. Ich danke Dr. Bernd Zywiets und dem BMBF-geförderten Projekt „Dschihadismus im Internet“ für die Bereitstellung einiger Videos.
- 3 15 Hefte des englischsprachigen Dabiq-Magazins sind verfügbar unter <https://clarionproject.org/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq-50/> [Letzter Zugriff am 11.1.2019]. In sieben Heften erschienen Artikel, die John Cantlie als Autor ausweisen (Hefte 4 bis 9, d.h. im Zeitraum von 11. Oktober 2014 bis 21. Mai 2015, und nach einer Pause noch einmal in Heft 12, d.h. am 18. November 2015).
- 4 Der englischsprachige Wikipedia-Eintrag verweist auf die Meldung der anscheinend pro-syrischen Al-Masdar News, die berichtet, dass drei gefangene Kämpfer des ‚Islamischen Staats‘ im Juli 2017 den Tod Cantlies bestätigt hätten (o.V. 2017). Im Oktober 2017 vermeldete das Pariser Magazin *Paris Match* die Behauptung des IS-Kämpfers Abou Sakr Al-Ambari, er habe Cantlie sieben oder acht Monate zuvor noch lebend in Raqqa gesehen (Auoidj/Deeb 2017) – was nicht in Widerspruch zur ersten Meldung steht, von verschiedenen Medien jedoch als Lebenszeichen gewertet wurde. Die Gefangennahme zweier britischer IS-Kämpfer im Februar 2018, die der gefürchteten Gruppe der sogenannten „Beatles“ angehörten und damit über den Verbleib Cantlies Bescheid wissen müssten, hat bis zur Fertigstellung des Manuskripts keine gesicherten Erkenntnisse ans Licht

- der Öffentlichkeit gebracht (vgl. mlr/gux/ap 2018 und Loyd 2018). Im Januar 2019 soll Cantlie unbestätigten Meldungen zufolge in der syrischen Stadt Deir ez-Zor gesehen worden sein (vgl. o.V. 2019).
- 5 Die Pilotfolge steht für sich, alle weiteren sind durchnummeriert. In der sechsten Folge verweist John Cantlie auf eine weitere Folge, die jedoch offensichtlich nicht mehr produziert und/oder veröffentlicht worden ist (vgl. LMYE Folge 6, min. 08:50).
 - 6 Vgl. hierzu die Datenbank „Identifiers of Designated Islamic Terrorist Organizations“ auf der Webseite „Jihad Intel“ des Middle East Forums, eines äußerst konservativen amerikanischen Think Tanks, verfügbar unter <http://jihadintel.meforum.org/group/52/islamic-state-iraq-levant> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
 - 7 Für einen Bericht über die Gefangenschaft und Misshandlungen John Cantlies vgl. etwa einen Zeitungsbericht der britischen *Daily Mail*, die sich dem Schicksal John Cantlies besonders intensiv gewidmet zu haben scheint (Hall 2015).
 - 8 Vgl. hierzu auch die sprechakttheoretische Konzeption von Drohungen durch Nicoloff, der darauf hinweist, dass eine Drohung eine implizite, oft verdeckte Handlung („covert action“) sei (Nicoloff 1989: 505).
 - 9 Die USA und Großbritannien verfolgten in Syrien eine Strategie der Unbestechlichkeit, weswegen zur Befreiung von US-amerikanischen und britischen Geiseln keine Lösegeldsummen gezahlt oder Gefangenen-Austauschs organisiert wurden.
 - 10 Es ist eine besondere Ironie dieses Fallbeispiels, dass Cantlies Nachname im Englischen nur durch Hinzufügung eines Apostrophs und eines Leerzeichens zu „Can’t Lie“ (Kann nicht lügen) gemacht werden kann, was eine offensichtliche verschwörungstheoretische und damit unzulässige Deutung darstellt (vgl. o.V. o.J.), jedoch die Unentscheidbarkeit der Eigentlichkeit oder Uneigentlichkeit des Gesprochenen nur betont und an das Paradox des Epimenides („Alle Kreter lügen“) erinnert.
 - 11 „Indem ein Zeichen bezeichnet, verstellt und verbirgt es das Bezeichnete durch den gleichen Akt der Signifikation, mit dem es auf das Bezeichnete hinweist.“ (Groys 2000: 60) Ähnlich schreibt auch Krämer (2008: 274): „Zuerst einmal bildet das Bedingungsverhältnis von ‚etwas Vergegenwärtigen‘ und ‚sich selbst dabei Ausblenden‘ den *definitorischen Kern* unseres Medienkonzepts.“

Literatur

- Andriopoulos, Stefan (2018). *Gespenster. Kant, der Schauerroman und optische Medien*. Konstanz: Konstanz University Press.
- Angermann, Lorenz u.a. (eds.) (2015). „Lernen, mit den Gespenstern zu leben“. *Das Gespenstische als Figur, Metapher und Wahrnehmungsdispositiv in Theorie und Ästhetik*. Berlin: Neofelis.
- Aouidj, Hedi und Ahmed Deeb (2017). Abou Sakr: „Nous étions à Raqqa pour construire le Califat“. *Paris Match*, 23.10.2017. URL: <https://www.parismatch.com/Actu/International/Abou-Sakr-Nous-etions-a-Raqqa-pour-construire-le-Califat-1374725> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Aristoteles. *Rhetorik*. Deutsch von Gernot Krapinger. Stuttgart: Reclam 1999.
- Barthes, Roland (1989). *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Baßler, Moritz, Bettina Gruber und Martina Wagner-Egelhaaf (eds.) (2005). *Gespens-ter. Erscheinungen – Medien – Theorien*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Baudrillard, Jean (2002). *L'esprit du terrorisme*. Paris: Éditions Galilée. Deutsch von Peter Engelmann: *Der Geist des Terrorismus*. 2. Auflage. Wien: Passagen 2011.
- Bräunert, Svea (2015). *Gespensstergeschichten. Der linke Terrorismus der RAF und die Künste*. Berlin: Kadmos.
- Callimachi, Rukmini (2014). Militant Group Says It Killed American Journalist in Syria. *The New York Times*, 19.8.2014. URL: <https://www.nytimes.com/2014/08/20/world/middleeast/isis-james-foley-syria-execution.html> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Cantlie, John (2014). Hard Talk. The Real Story behind my Videos. *Dabiq Magazine* 4, 11.10.2014, 52–55. URL: <https://clarionproject.org/docs/islamic-state-isis-magazine-Issue-4-the-failed-crusade.pdf> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Casciani, Dominic (2014). Profile of British captive John Cantlie. *BBC News*, 6.11.2014. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/uk-29261089> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Dauber, Cori E. und Mark Robinson (2015). ISIS and the Hollywood Visual Style. *Jihadology*, 6.7.2015. URL <https://jihadology.net/2015/07/06/guest-post-isis-and-the-hollywood-visual-style/> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Derrida, Jacques (1993). *Spectres de Marx*. Paris: Éditions Galilée. Deutsch von Susanne Lüdemann: *Marx' Gespenster. Der Staat der Schuld, die Trauerarbeit und die neue Internationale*. 4. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2014.
- Derrida, Jacques und Bernard Stiegler (2006). *Echographien. Fernsehgespräche*. Hrsg. v. Peter Engelmann. Aus dem Französischen von Horst Brühmann. Wien: Passagen.
- El Difraoui, Abdelasiem (2013). *Al-Qaida par l'image. La prophétie du martyr*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Engle, Karen (2009). *Seeing Ghosts. 9/11 and the Visual Imagination*. Montreal und Kingston: McGill-Queens University Press.
- Frank, Michael C. (2015). Conjuring up the next attack: the future-orientedness of terror and the counterterrorist imagination. *Critical Studies on Terrorism* 8, 1, 90–109.
- Frank, Michael C. (2017). *The Cultural Imaginary of Terrorism in Public Discourse, Literature, and Film. Narrating Terror*. London und New York: Routledge.
- Groys, Boris (2000). *Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien*. München und Wien: Hanser.
- Hall, John (2015). British ISIS hostage John Cantlie was tortured ,for weeks and weeks' with beatings and water boardings after failed escape bid, freed prisoner reveals. *Daily Mail Online*, 16.3.2015. URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2996604/Cantlie-punished-escape-bid.html> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Ingram, Haroro J. (2014). Three Traits of the Islamic State's Information Warfare. *The RUSI Journal* 159, 6, 4–11.
- Jenkins, Brian Michael (1975). High Technology and Surrogate War. The Impact of New Technology on Low Level Violence. The Rand Paper Series, Januar 1975, Manuskript. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a010982.pdf> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Koch, Lars (2013). Epistemologie der Angst. In: Lars Koch (ed.). *Angst. Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart und Weimar: Metzler, 5–20.

- Krämer, Sybille (2008). *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Lackey, Katharine (2014). Islamic State releases propaganda video with British hostage. *USA Today Online*, 18.9.2014. URL: <http://www.usatoday.com/story/news/world/2014/09/18/british-beheading-video-islamic-state-john-cantlie/15829299/> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- LYME. *Lend me your ears. Messages from the British Detainee John Cantlie*. Pilotfolge. 03:26 min., mutmaßlich veröffentlicht am 18. September 2014.
- LYME. *Lend me your ears. Messages from the British Detainee John Cantlie*. Folge 5. 06:30 min., mutmaßlich veröffentlicht am 12. November 2014.
- LYME. *Lend me your ears. Messages from the British Detainee John Cantlie*. Folge 6. 08:53 min., mutmaßlich veröffentlicht am 24. November 2014.
- Loyd, Anthony (2018). A close encounter with British Isis jihadis. *New Statesman*, 20.6.2018. URL: <https://www.newstatesman.com/world/middle-east/2018/06/close-encounter-british-isis-jihadis> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Margreiter, Reinhard (2016). *Medienphilosophie. Eine Einführung*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Mitchell, William J. T. (2011). *Cloning Terror. The war of images, 9/11 to the Present*. Chicago: University of Chicago Press.
- mlr/gux/ap (2018). Die letzten beiden IS-„Beatles“ sind gefasst. *20 Minuten*, 9.2.2018. URL: <https://www.20min.ch/ausland/news/story/Die-letzten-beiden-IS--Beatles-sind-gefasst-10435672?httpredirect> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Naji, Abou Bakr (2004). *Idarat at-Tawahhush*. Englisch von William Faizi McCants: *The Management of Savagery: The Most Critical Stage Through Which the Oumma Will Pass*. John M. Olin Institute for Strategic Studies, Harvard University 2006.
- Nicoloff, Frank (1989). Threats and Illocutions. *Journal of Pragmatics* 13, 501–522.
- O.V. (2012). British hostage John Cantlie feared beheading in Syria. *BBC News*, 5.8.2012. URL: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-19135839> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- O.V. (2017). British journalist held hostage by ISIL reported dead in Mosul: Iraqi media. *Al Masdar News*, 28.7.2017. URL: <https://mobile.almasdarnews.com/article/british-journalist-held-hostage-isil-reported-dead-mosul-iraqi-media/> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- O.V. (2019). British journalist John Cantlie may still be alive in Syria: SDF. *Rudaw*, 13.1.2019. URL: <http://www.rudaw.net/english/middleeast/syria/130120192> [Letzter Zugriff am 17.1.2019].
- O.V. (o.J.). John „Can’t Lie“ Cantlie: From IS Prisoner to Every Jihadist’s Hero. *Insite Blog on Terrorism and Extremism*. URL: <https://news.siteintelgroup.com/blog/index.php/about-us/21-jihad/4475-john-can-t-lie-cantlie-from-is-prisoner-to-every-jihadists-hero> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Perthes, Volker (2015). *Das Ende des Nahen Ostens, wie wir ihn kennen*. Berlin: Suhrkamp.
- Redfield, Marc (2009). *The Rhetoric of Terror. Reflections on 9/11 and the War on Terror*. New York: Fordham University Press.
- Ruchatz, Jens (2014). *Die Individualität der Celebrity. Eine Mediengeschichte des Interviews*. Konstanz und München: UVK.

- Sachsse, Rolf (2008). Die Entführung. Die RAF als Bildermaschine. In: Gerhard Paul (ed.). *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Bd. 2. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 466–473.
- Sternad, Christian (2013). Das Gespenst und seine Spektralität. Die hermeneutische Funktion des Gespensts, oder: eine phänomenologische Hantologie. *Nebulosa. Zeitschrift für Sichtbarkeit und Sozialität* 2013, 3, 27–41.
- Townshend, Charles (2002). *Terrorism. A Very Short Introduction*. Oxford und New York: Oxford University Press. Deutsch von Ursula Blank-Sangmeister und Helga Biem: *Terrorismus. Eine kurze Einführung*. Stuttgart: Reclam 2005.
- Ulrich, Anne (2012). *Umkämpfte Glaubwürdigkeit. Visuelle Strategien des Fernsehjournalismus im Irakkrieg 2003*. Berlin: Weidler.
- Vitale, Heather Marie und James M. Keagle (2014). A Time to Tweet, as Well as a Time to Kill: ISIS's Projection of Power in Iraq and Syria. *Defense Horizons* 77, Oktober 2014. URL: <https://www.files.ethz.ch/isn/185255/DH-77.pdf> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Weimann, Gabriel (2015). *Terrorism in Cyberspace. The Next Generation*. Washington, DC: Woodrow Wilson Center Press.
- Weimann, Gabriel und Conrad Winn (1994). *The Theater of Terror. Mass Media and International Terrorism*. New York: Longman.
- Williams, David (2014). Three minutes and 21 seconds of deeply chilling propaganda: Anatomy of the slickly-produced ISIS video burdened with menace. *Daily Mail Online*, 18.9.2014. URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2761595/Three-minutes-21-seconds-deeply-chilling-propaganda-Anatomy-slickly-produced-ISIS-video-burdened-menace.html> [Letzter Zugriff am 11.1.2019].
- Wilpert, Gero von (1994). *Die deutsche Gespenstergeschichte. Motiv – Form – Entwicklung*. Stuttgart: Kröner.
- Winter, Charlie (2015). The Virtual 'Caliphate': Understanding Islamic State's Propaganda Strategy. Quilliam Foundation, July 2015.
- Wördemann, Franz (1977). Mobilität, Technik und Kommunikation als Strukturelemente des Terrorismus. In: Manfred Funke (ed.). *Terrorismus. Untersuchungen zur Struktur und Strategie revolutionärer Gewaltpolitik*. Düsseldorf: Athenäum/Drosste Taschenbücher Geschichte, 140–157.
- Žižek, Slavoj (2002). *Welcome to the Desert of the Real*. London und New York: Verso.

Bildnachweise

Abb. 1: LMYE, Pilotfolge, min. 00:07.

Abb. 2: LMYE, Pilotfolge, min. 01:05.

Abb. 3: LMYE, Pilotfolge, min. 00:50.

Abb. 4: *Dabiq-Magazin* 12, 18. November 2015, S. 47. URL: <http://clarionproject.org/wp-content/uploads/islamic-state-isis-isil-dabiq-magazine-issue-12-just-terror.pdf> [Letzter Zugriff am 11.01.2019].

Abb. 5: *Inside Mosul*, min. 03:58.

*Dr. Anne Ulrich
Institut für Medienwissenschaft
Eberhard Karls Universität Tübingen
Wilhelmstr. 50
D-72074 Tübingen
E-Mail: anne.ulrich@uni-tuebingen.de*

Wissen verständlich vermitteln Möglichkeiten der Wissenschaftskommunikation am Beispiel „Islamistischer Terrorismus: Die konstruierte Bedrohung“

Kai Frederik Jostmeier, Philemon Schick und Max Schweizer, Eberhard Karls Universität Tübingen

Summary. The study presented relies on the presumption that science can only keep its social legitimacy, in the long term, when it successfully shares its knowledge and research process with the public. The study looks at promising ways of external communication of knowledge by presenting rhetorical and semantic factors for successful science communication in the first chapter. An important principle is to reformulate complex thoughts and theories in a way that makes them accessible and interesting for laypersons. The second chapter will elucidate the methods presented, based on a lecture presented by the authors in February 2018. This lecture aimed for a reduction of complexity and minimalist design with the extensive use of pictographic elements and attempted to transform the article “Islamic Terrorism: The Constructed Thread” that Andreas Bock, professor of political science in Berlin, gave in April 2017, into an entertaining and easily understandable form, in particular for an audience of laypersons. To reach this goal, the authors made use of practices and rules developed in the field of science journalism: concise phrasing, simplified depiction of abstract theories, narrative embedding, use of numbers and charts only where necessary, et cetera.

Zusammenfassung. Am Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung steht die Annahme, dass die Wissenschaft ihre gesellschaftliche Legitimität nur langfristig erhalten kann, wenn sie ihre Erkenntnisse und Forschungsprozesse öffentlichkeitswirksam kommuniziert. Die Untersuchung widmet sich den Möglichkeiten solch einer effektiven, externen Wissenschaftsvermittlung, indem sie im ersten Teil die für diesen Zweck erfolgversprechenden rhetorischen und semantischen Faktoren vorstellt. Grundsatz eines Großteils solch wissenschaftskommunikativer Ansätze ist das Herunterbrechen von komplexen Gedankengängen und Theoriegerüsten auf ein allgemein verständliches Niveau. Im zweiten Teil werden diese vorgestellten Methoden anhand eines im Februar 2018 gehaltenen Vortrages der Autoren exemplarisch erläutert. Der Vortrag wurde in einem minimalistischen, pikto-grammatischen Stil gehalten und stellte den Versuch

dar, den Aufsatz des Berliner Politikprofessors Andreas Bock, „Islamistischer Terrorismus: Die konstruierte Bedrohung“ (April 2017) in einer kurzweiligen Form einem fachfremden Publikum zu vermitteln. Die Autoren griffen bei der konzeptionellen und grafischen Gestaltung auf gängige Praktiken und Regeln des Wissenschaftsjournalismus zurück: prägnante Formulierungen, vereinfachte Darstellungen abstrakter Theorien, narrative Einbettungen, Vermeidung von zu vielen Zahlen und Daten usw.

1. Einleitung

Wie vermittelt man Wissenschaft? Mit dieser Frage haben sich Kulturwissenschaftler_innen unterschiedlicher disziplinärer Herkunft wie Jutta von Campenhausen, Thomas Gloning oder Joachim Böhringer in der jüngsten Vergangenheit intensiv auseinandergesetzt. Sie sind sich einig, dass wissenschaftliche Prozesse und Ergebnisse nicht nur in internen Fachkreisen diskutiert, sondern auch anschaulich und publikumsorientiert an die Öffentlichkeit getragen werden müssen. Allgemein verständliche Forschung fördere demnach ein gesellschaftliches Grundverständnis für wissenschaftliche Bemühungen und wirke Fragen nach Sinn und Zweck teurer oder vermeintlich irrelevanter Forschungsarbeiten positiv entgegen. Wissenschaft und ihre gesellschaftliche Relevanz müssen verstanden werden – oder sie drohen an Akzeptanz zu verlieren. Bei Themen wie Klimawandel oder Impfungen ist solch eine Entwicklung bereits zu beobachten.

Die vorliegende Publikation zur Tagung *Digitaler Dschihad – Vom Attentäter zum Medienagenten* versammelt eine große Menge wissenschaftlicher Erkenntnisse zum Thema Terrorismus. Angesichts der hohen gesellschaftlichen Brisanz dieser Thematik findet wenig überraschend parallel zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung ein öffentlicher Diskurs in Zeitungen, Nachrichtensendungen und Talkshows statt. Viele der wissenschaftlichen Erkenntnisse, die (auch in den Beiträgen des vorliegenden Bandes) längst konsensfähig sind oder gar als erwiesen gelten können, werden in jener populären Auseinandersetzung jedoch nicht wahrgenommen beziehungsweise haben diese noch gar nicht erreicht. Mit diesem Problem setzt sich der folgende Beitrag auseinander.

Die Untersuchung widmet sich den praktischen Möglichkeiten einer verbesserten Wissenschaftskommunikation gegenüber einer breiteren Öffentlichkeit. Im Abschnitt 2 werden zunächst die Kernelemente externer Wissenschaftsvermittlung identifiziert und Lösungsansätze für ein breit angelegtes Wissenschaftsverständnis aufgezeigt. Nach einem Umriss der zentralen Eigenschaften von Wissenschaftskommunikation werden dabei vor allem konkrete Mittel der wissenschaftsjournalistischen Praxis erläutert. Der darauffolgende Abschnitt bildet den Kern der Arbeit. Anhand eines im Februar 2018 gehaltenen Vortrags der Autoren werden die im ersten Hauptteil aufgezeigten Möglichkeiten der Wissenschaftsvermittlung verdeutlicht und anhand einer systematischen Analyse von Form und Aufbau des Vortrags in ihrer Funktionsweise analysiert.

Der zu behandelnde Vortrag entstand im Rahmen des Seminars „Wissens-transfer“ im Wintersemester 2017/18 an der Eberhard Karls Universität Tübingen. Nachdem verschiedene Methoden moderner Wissenspräsentationen im Seminar vorgestellt wurden, war es Aufgabe der Teilnehmer – angelehnt an die populären Vorträge der alljährlichen Innovations-Konferenz „TED“ in Monterey, Kalifornien –, einen wissenschaftlichen Diskurs oder Forschungsbeitrag im „TED-Talk“-Format zu erstellen und zu präsentieren. Entsprechend des Tagungsthemas sollte die dem Vortrag zugrundeliegende wissenschaftliche Beschäftigung das Problem des Terrorismus behandeln, des Weiteren durfte der Forschungsbeitrag jedoch frei gewählt werden.

Die Autoren entschieden sich für den Aufsatz „Islamistischer Terrorismus: Die konstruierte Bedrohung“ (2017) des Berliner Politikprofessors Andreas M. Bock. Bocks Hypothese ist, dass die Wahrnehmung islamistisch-terroristischer Bedrohung in besonderem Maße sozial konstruiert ist: Der islamistische Terrorismus stelle eine geringere Gefahr für die Öffentlichkeit dar, als seine mediale Präsenz suggeriere. Andere Formen des modernen Terrorismus, insbesondere rechtsradikale Gewaltakte oder unvermeidliche Alltagsrisiken, gesellschaftliche Risiken wie Autounfälle, würden als weitaus geringere Gefahr angesehen, obwohl sie rechnerisch ein deutlich höheres Risiko darstellen als der islamistische Terrorismus. Dieses Phänomen beschreibt Bock als „perzeptive Schieflage“ (Bock 2017: 256). Ursache dafür seien sogenannte „Mind-Sets“, sozial etablierte Vorannahmen. Die „Mind-Sets“ einer Person berücksichtigten nur die für sie persönlich relevanten Informationen, was eine individuelle Interpretation gesellschaftlicher Aspekte provoziere, die darauf auf kollektiver Ebene zu Vorurteilen und Pauschalisierungen führe. Erhalte vor diesem Hintergrund der islamistische Terrorismus durch Politik und Medien eine unverhältnismäßig hohe Aufmerksamkeit, verstärkten damit auch unsere „Mind-Sets“ unser Bedrohungsempfinden unverhältnismäßig. Bock thematisiert somit eine kognitive Ebene des Bedrohungsempfindens islamistischen Terrorismus, ein in seinen Augen bisher vernachlässigter Aspekt der Terrorismus-Forschung.

Der im dritten Kapitel zu analysierende Vortrag der Autoren gibt ausschließlich die Beobachtungen Andreas Bocks mit wissenschaftsjournalistischen Mitteln wider und ergänzt sie an manchen Stellen mit aktuellen Ereignissen oder Zahlen. Er stellt nicht den Versuch dar, den Forschungsprozess und -diskurs, der um Andreas Bocks Forschung und seine Thesen bestehen könnte, nachzuvollziehen oder etwaige Kontroversen und weiterführende Fragen zu eröffnen. Solch eine Form der Wissenschaftskommunikation würde eine eigenständige Untersuchung erfordern.

2. Die Wissenschaft im Auge der Kommunikationstheorie

Wie in vielen Bereichen ist die Kommunikation in die Gesellschaft hinein auch in der Wissenschaft die Achillesferse vielversprechender Arbeit. Der Erfolg einer Forschungsarbeit und ihrer Ergebnisse kann von ihr zu großen

Teilen abhängig sein. Gerade die Wissenschaft, deren Ergebnisse Reflexion und Neues ermöglichen sollen, hat hier Verbesserungsbedarf. Nach Jutta von Campenhausen (2014: 6f.) klafft ein großer Graben zwischen der Wissenschaft und der Öffentlichkeit. Neue Erkenntnisse über „kommunikative Optionen“ sowie neue mediale Formate werden nach Thomas Gloning vom Wissenschaftsdiskurs nur zögerlich angenommen (Gloning 2011: 24). Dies mag der Eigenschaft geschuldet sein, immer feinere Differenzierungen zu entwickeln, statt generalisierende Aussagen zu machen, kann jedoch nicht die Stiefmütterlichkeit entschuldigen, welche die Kommunikation mit der Öffentlichkeit und im wissenschaftlichen Diskurs erfährt.

Im Folgenden sollen die klassischen drei Säulen der Wissenschaftskommunikation sowie die Begriffe *digitales Format* und *Medium* als die zentralen Bestandteile der Wissenskommunikation vorgestellt und erläutert werden. Darüber hinaus wird eine kurze Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten einer neuen Wissenschaftskommunikation mit einer breiten Öffentlichkeit stattfinden und dabei einen stärkeren und detaillierteren Fokus erfahren, um somit als Grundlage für die Beispielanalyse in Kapitel drei zu dienen.

2.1 Die zentralen Bestandteile der Wissenschaftskommunikation

Die Produktion und Rezeption von wissenschaftlichen Erkenntnissen sind nach Gloning das Kerngeschäft des internen Wissenschaftsdiskurses und stellen die erste Säule der Wissenschaftskommunikation dar. Das Verfassen, Publizieren und Rezensieren innerhalb des wissenschaftlichen Milieus sind gang und gäbe und Information, Diskussion und Kontroverse sind „wesentliche Kommunikationsformen im Kernbereich der internen Wissenschaftskommunikation“ (Gloning 2011: 5). Die Entwicklung der daraus entstehenden Medientypen wie beispielsweise das wissenschaftliche Handbuch geht einher mit der technischen Entwicklung, jedoch sind im wissenschaftlichen Diskurs noch viele Potentiale weiterer Kommunikationskanäle, vor allem digitaler Natur, unzureichend genutzt, auf welche später näher eingegangen werden soll.

Kollaboration und Kooperation sind die zweite Säule, welche die wechselseitige Abstimmung und den Austausch von Wissen zwischen den wissenschaftlichen Institutionen sowie kompetitiven Formen des Wettbewerbs um knappe Finanzierungsmittel beschreibt (Gloning 2011: 5).

Die dritte Säule umfasst den persönlichen Austausch von Wissen zwischen Wissenschaftler_innen im direkten Kontakt. Gemeint sind dabei direkte Gespräche, sei es in Meetings oder in der Kaffeepause im Alltagsbetrieb zwischen Forschung und Lehre oder während Tagungen und Konferenzen. Im Vergleich zu offiziellen Rezensionen oder Diskussionen können Wissenschaftler_innen im hohen Maße von dieser Kommunikationsform der offenen und ehrlichen Beziehungen profitieren, da sie persönlich und nahbar erfolgt (Gloning 2011: 6).

Dieser persönliche Austausch ist ebenso im Internet zu finden, etwa auf Twitter oder auf manchen Wissenschaftsblogs. In jeglicher Kommunikation finden neue Medien und Formate ihre Anwendung, weshalb sie im Folgenden zunächst definiert werden sollen.

Das Medium einer Kommunikation ist abhängig von technischen Ressourcen der Akteur_innen und bildet so den technischen Rahmen eines Kommunikationsprozesses. Frühere Definitionen nach Harry Pross unterscheiden dabei zwischen primären, sekundären und tertiären Medien und orientieren sich an den technischen Hilfsmitteln auf Seiten von Sender_in und Empfänger_in (Beth und Pross 1976).

Dieser Ansatz scheint aber für eine aktuelle Auseinandersetzung an Relevanz zu verlieren, da aufgrund der digitalen Revolution die verschiedensten Medientypen zunehmend konvergieren, als „digitale Werkzeuge“ (Gloning 2011: 9) Anwendung finden und sich nur noch in Format und Handhabung unterscheiden. Natürlich sollten alle Arten von medialen Möglichkeiten in Betracht gezogen werden, gerade aber im Hinblick auf eine auf die breite Öffentlichkeit angelegte Kommunikation von Wissen scheinen die digitalen Formate den größten Mehrwert zu bieten (Gloning 2011: 9f.).

Das digitale Format kann die Transformation klassischer Medien im sogenannten Cyberspace darstellen. Die verschiedenen digitalen Medien unterscheiden sich in ihrer technischen Ausgabe von Information kaum und dienen nur als Zugang zu den digitalen Formaten, welche aber jeweils bestimmte kommunikative Prozesse erlauben. So werden charakteristische, unterschiedliche Funktionen und daraus resultierende Anwendungsbereiche ermöglicht, es sind aber auch Beschränkungen zu berücksichtigen. Twitter erreicht beispielsweise potenziell eine sehr hohe Leserschaft, erfordert dafür aber eine sehr knappe Formulierung des Inhalts in maximal 280 Zeichen oder eine Verteilung über mehrere Beiträge (Gloning 2011: 10–18).

Es ist zu erwähnen, dass die Nutzung digitaler Formate in der Wissenschaftskommunikation in der Breite erst begonnen hat. Das Potenzial digitaler Wissenschaftskommunikation wurde bisher weder strategisch, noch systematisch in der internen und externen Kommunikation ausgeschöpft (Gloning 2011: 30).

Es existieren jedoch schon erste Modellversuche, dies zu ändern. Das PUSH-Modell (Public Understanding of Science and Humanities) hat dabei zum Ziel, Wissen und dessen Botschaften an eine große Bandbreite von Zielgruppen zu bringen. Die Entwicklung eines Wissenschaftsverständnisses in der Öffentlichkeit steht somit im Vordergrund. Hauptziel dabei ist es, die Wissenschaft von spezifischem Fachvokabular zu befreien, welche den Zugang zu einem breiten Verständnis der Ergebnisse in der Öffentlichkeit blockieren (Bodmer 1988: 179; Bodmer und Wilkins 1992: 7).

Im Gegensatz dazu sieht das PUR-Modell (Public Understanding of Research) einen transparenten Dialog zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft vor. Das stellt die Wissenschaftskommunikation vor neue Herausforderungen, da Inhalte zwar bisher detailliert kommuniziert, nicht jedoch systematisch im Hinblick auf eine Diskussionskultur vorbereitet werden. Wesent-

lich für ein besseres Verständnis der wissenschaftlichen Auseinandersetzung ist dabei nicht mehr reines Faktenwissen, sondern das öffentliche Verstehen von internem Dialog und Kommunikationsprozessen zwischen den Wissenschaftler_innen selbst (Weitze und Heckl 2016: 173).

Das PUSH-Modell verfolgt so das Ziel, Ergebnisse verständlicher zu machen, wohingegen das PUR-Modell erreichen will, den Wissenschaftsdiskurs offenzulegen. In Letzterem wird von der Wissenschaft nicht mehr nur abgeschlossenes Wissen vermittelt, sondern es werden auch Kontroversen und Unsicherheiten diskutiert, welche die Wissenschaft üblicherweise für sich behält. Es ist jedoch denkbar, dass die breite Öffentlichkeit sich davon nicht angesprochen fühlt. Grund hierfür mag sein, dass die Wissenschaft ihre Unzulänglichkeiten des Wortschatzes dabei beibehalten würde und der zu kommunizierende Inhalt weiterhin unnahbar und aufgebläht wirken könnte.

Verfolgt man eine Öffnung der Ergebnisse und nicht des wissenschaftlichen Prozesses dahinter an die breite Öffentlichkeit, sollte man folglich auf dem PUSH-Modell aufbauen. Es reicht dabei allerdings nicht, der Wissenschaft ihre fachspezifischen Wörter zu rauben, sondern bedarf einer genaueren Transformation von Inhalt und Kommunikationsform. Dies soll im folgenden Teil näher diskutiert werden, um daraufhin konkrete Anwendungsbeispiele folgen zu lassen.

2.2 Wie Wissenschaft mit der Öffentlichkeit kommuniziert

„The media, however, are far more important to archaeology than archaeology is to them“ (Scherzler 2008: 129). Wissenschaft hat für gewöhnlich kein Publikum in der breiten Masse, außer andere Wissenschaftler. Der Journalismus hingegen schreibt und selektiert für die breite Öffentlichkeit. Der wissenschaftliche Diskurs kann somit nach Jutta Campenhausen viel vom Journalismus lernen. Im Folgenden sollen konkrete Anforderungen an den Inhalt und die Form von Wissen erläutert werden, um einen breiten Zugang und eine Annahme durch die Öffentlichkeit zu gewährleisten (Kaube 2012: 94–96).

Erfolgreiche Kommunikation setzt eine gemeinsame Sprache und übereinstimmende Kenntnisse über verwendete Begriffe seitens der beteiligten Akteur_innen voraus. Sie ist das wichtigste Mittel von Integration und Identifikation. So wird sie auch für Abgrenzung genutzt: Zu beobachten ist dies zum Beispiel in der Jugendsprache oder eben der Wissenschaftssprache mit ihren eigenen Regeln und Anforderungen. Für den wissenschaftlichen Diskurs haben die dort geltenden sprachlichen Gegebenheiten häufig eine geringe Verständlichkeit zur Folge: „Wissenschaftsberichterstattung ist leider selten sexy“ (Campenhausen 2014: 32). Zahlen und Fakten sprechen nicht für sich selbst, und jedes Wenn und Aber zu lesen oder hören zu bekommen ist mühselig. Wissenschaft ist in ihrer Reinform für Außenstehende leider häufig unsympathisch. Sie will falsifizieren und hinterfragen, immer weitere Fehler finden, statt eine klare und eindeutige Botschaft zu vermitteln, was die Auseinandersetzung mit ihren Inhalten potenziell anstrengend macht.

Um zu verstehen, wie man Wissen aufbereiten sollte, muss man verstehen, wie Botschaften verarbeitet werden. Nach Campenhausen lassen sich vier ‚Orte‘ beim Menschen feststellen, an welchen Informationen verarbeitet werden. Der Kopf steht dabei für die Vernunft, welche traditionell wesentlich für die Wissenschaft ist, in der Realität für viele Menschen im Alltag aber nicht so entscheidend ist und die zudem eher als langweilig gilt. Der Bauch funktioniert über Instinkt und Humor, wirkt dabei eher unbewusst, dafür umso mächtiger. Das Sexualorgan stellt den mächtigsten Empfänger dar, es gibt kaum einen vernünftigen Kopf, der noch nie diesem Gefühl nachgegeben hätte. Und schlussendlich gibt es das Herz, welches für die Emotionen und Glaubensfragen zuständig ist. Dies scheint ein wichtiger Ort für die Wissenschaftskommunikation zu sein, denn die Überzeugung von Menschen durch etwas, und sei es der Glauben an die Relevanz wissenschaftlicher Ergebnisse, ist eine Herzens- und keine Kopfsache (vgl. Campenhausen 2014: 31–35; Erhoff 2008: 231–233).

Der Königsweg zu den Herzen der Zuhörer_innen und Leser_innen sind Emotionen und Geschichten. In der Auseinandersetzung mit Masernerkrankungen mag der Leidensweg eines Kindes mehr im Gedächtnis bleiben als reine Fakten und Statistiken. Weiterhin ist es wichtig, sich auf dieselbe Höhe wie Zuhörer_in oder Leser_in zu begeben und sie abzuholen. Es sollte keine Hierarchie der Intelligenz zwischen Wissenschaftler_in und Rezipient_in angedeutet werden und man sollte es vermeiden, die Relevanz der eigenen Forschung unnötig zu verteidigen. Das erscheint wichtigtuerisch und herablassend, als würde man versuchen, einen Witz zu erklären (Campenhausen 2014: 33–39).

Jutta Campenhausen schlägt weitere Kriterien vor, die helfen sollen, um Wissenschaft und Öffentlichkeit einander näher zu bringen. Vor allem Wissenschaftler_innen müssen die Relevanz ihrer Forschung in Geschichten verpacken und versuchen, Rezipient_innen in ihrer Lebenswelt abzuholen. Allerdings ist es hiermit noch nicht getan, schließlich muss die Botschaft an sich noch verständlich kommuniziert werden. Hier kann es von Nutzen sein, bewährte Praxen bei den Journalist_innen abzuschauen und den sogenannten Küchenzuruf zu finden. Dieser ist nicht mehr als die Reduktion der kompletten Botschaft auf einen Satz, eine Kernaussage oder einen Schwerpunkt. Dies bedeutet nicht, dass man seine Fakten unnötig reduzieren sollte, aber diese sollten einer Laufrichtung untergeordnet werden. Die bereits angesprochenen „Wenn“ und „Aber“ müssen der Schere zum Opfer fallen, um eine solche einfache Formel zu finden. Zwar ist dies entgegen jeglicher wissenschaftlicher Gewohnheit, allerdings sollte man die eigene Integrität beim Rezipienten als gesichert voraussetzen und zu Gunsten der Aufmerksamkeit seinen Inhalt kürzen. Denn „das Geheimnis der Langeweile ist, alles zu erzählen“ (Campenhausen 2014: 41). Details sollten daher weggelassen, wissenschaftliche Fachwörter nach Möglichkeit durch normal verständliche ersetzt und ein unnötig komplexer Satzbau – etwa die beliebten Passivkonstruktionen – möglichst vermieden werden. Das Ziel sollte sein, nicht alle komplizierten Zusammenhänge herzustellen.

len, sondern eine bestimmte Botschaft zu vermitteln. Man muss immer auf die Antwort der Frage hinarbeiten, warum etwas für wen interessant sein möge (Campenhausen 2014: 41–49).

2.3 Konkrete Mittel des Wissenschaftsjournalismus

Hat man diese ersten Schritte unternommen und seine Aussage erfolgreich konzentriert, gibt es nach Campenhausen noch einige konkrete Hilfsmittel bei der Ausformulierung und Gestaltung einer Botschaft. Hier ist es natürlich relevant, welcher Art von Medium und Format man sich bedienen will. Grundsätzlich gilt aber auch hier, dass ein Blick auf den Journalismus nicht schaden kann. So können konkrete stilistische Mittel nicht nur beim Schreiben, sondern bei jeglicher Art von Wissensformulierung, wie der Rede, helfen.

Das bekannteste Stilmittel dürfte wohl die Metapher sein. Sie mag auch das wichtigste Hilfsmittel der Wissenschaft sein, um abstrakte Vorgänge zu visualisieren. Ein gutes Beispiel wäre das Immunsystem, das in der Alltagssprache oft mit kriegesischen Metaphern, wie *trojanische Pferde* oder dem Kampf zwischen Viren, erklärt wird. Wichtig bei der Verwendung ist, dass die Rezipient_innen den Sachverhalt später nicht nur mit der Metapher erklären können. Dies würde einer reinen Wiederholung gleichkommen. Stattdessen sollten sie in der Lage sein, die Metapher selbst erklären zu können und zu verstehen, warum sie hier angebracht ist. Bei inflationär genutzten Metaphern ist weiterhin für eine korrekte Nutzungsweise zu beachten, sie in einem logischen Kontext zu verwenden. So wird gerne oft die Redewendung *als hätte eine Bombe eingeschlagen* verwendet, um Unordnung zu beschreiben. Allerdings impliziert die Bombe logisch gesehen Zerstörung (Campenhausen 2014: 47–50).

Zahlen sollten wenn möglich vermieden und durch Adjektive oder Vergleiche ersetzt werden. Den Rezipient_innen sollte die Arbeit abgenommen und Einordnungen von Mengen untereinander deutlich gemacht werden. Übliche Mengenvergleiche, etwa mit Fußballfeldern für eine Fläche, sollten weiterhin nicht genutzt werden, da sie ebenfalls unvorstellbare Größen nutzen und im Endeffekt genau so wenig aussagen können wie Zahlen. Wahrscheinlichkeiten bedürfen stets einer Vorsicht, da sie oft falsch verstanden werden (Campenhausen 2014: 51f.).

Wichtig neben diesen sprachlichen Mitteln ist mittlerweile auch das Nutzen von visuellen Elementen für die Darstellung von Wissen. Gerade für Abstrakteres sind graphische Veranschaulichungen ein wichtiges Instrument, um Beobachtungen verallgemeinert darstellen zu können. Hierbei kann man entsprechend der Peirce'schen Klassifikation zwischen drei Zeichenarten unterscheiden. Das *I k o n* weist eine visuelle Ähnlichkeit mit seiner Bedeutung auf. Ein Beispiel wäre die graphische Darstellung einer Treppe, welche genau auf eine solche hinweist. I n d e x beschreibt einen kausalen Bezug zwischen Zeichen und Bedeutung, beispielsweise die Darstellung von Essen für ein Restaurant. Beim *S y m b o l* liegt ein konventi-

oneller Bezug zwischen Zeichen und Bedeutung vor. Dieser muss erlernt werden oder kulturell verfestigt sein, wie beispielsweise das Kreuzzeichen für ‚Erste Hilfe‘. Umso indirekter der Bezug zwischen visueller Darstellung und Bedeutung wird, desto instabiler werden auch die Zeichen, wobei sich alle drei Arten über einen Zeitraum ändern und überlappen können. Index, Ikone und Symbole sind eng verwandte Begriffe und funktionieren aufgrund von Ähnlichkeit, Assoziation, Analogie und Metapher. Dabei sind sie stark an Kultur und Gesellschaft gebunden. Ein Beispiel wäre die Diskette. Früher als Ikon für eben diese, stellt die Diskette heute für Kenner_innen des Mediums noch einen Index dar. Ist man allerdings aufgewachsen, ohne dieses verhältnismäßig alte Speichermedium zu kennen, funktioniert es nur noch als Symbol für den Prozess des Speicherns im Computer (Böhringer u.a. 2014: 283; Robey 2008: 387f.).

Einer der meist genutzten Verwendungsbereiche der graphischen Veranschaulichungen sind Piktogramme, welche sich als ikonische, hybride oder symbolische Piktogramme je nach Verwendung den bereits angesprochenen Zeichenkategorien unterordnen. Sie stellen nach Böhringer das wichtigste Kommunikationsmedium heutzutage dar. Entstanden sind sie Anfang des 20. Jahrhunderts durch die Kooperation des Wissenschaftstheoretikers Otto Neurath und des Grafikers Gerd Arntz mit dem Ziel, komplizierte Sachverhalte und Zusammenhänge in anschaulichen Diagrammen darzustellen und so die breite Öffentlichkeit anzusprechen. Ihr Wachstum an Bedeutung, einhergehend mit ständig wechselnden technischen und gesellschaftlichen Ansprüchen, kann an ihrer Quantität gemessen werden. So gab es 1972 offiziell 34 olympische Piktogramme, wogegen heute schon alleine das Angebot der Firma ERCO 987 Piktogramme umfasst. Sie folgen dabei den Regeln der Piktogrammatik: *Gute Erkennbarkeit* durch klare Grundformen mit auffälligen Kontrastfarben; *Einpängsamkeit* durch eine reduzierte Bildsprache, klarer Kontrast zwischen Figur und Hintergrund, gleichbleibende Linienstärken für gleichartige Elemente und gleichartige Gestaltungsweise innerhalb eines Sets; ebenso eine *emotionale Qualität* durch klare, ansprechende und typische Ideen und ansprechende Signalfarben (Böhringer u.a. 2014: 288–296; Erhoff 2008: 231–233; Godlewsky 2008: 311f.).

Infografiken sind weiterhin eine empfehlenswerte visuelle Umsetzung von gebündeltem Wissen. Hierbei sollte aber beachtet werden, dass jede Form der Visualisierung unterschiedliche Vor- und Nachteile besitzt: Das Kreisdiagramm eignet sich für die Darstellung von Anteilen, ist aber in seiner Darstellung an sich relativ unpräzise. Das Balkendiagramm wird für einen Vergleich von Werten und das Säulendiagramm für einen Vergleich und die Darstellung von zeitlichen Entwicklungen zwischen Werten genutzt. Ein Liniendiagramm eignet sich für komplexe Daten und für die Darstellung von Mittelwerten, exakte Daten sind aber eher schwer ablesbar. Punktdiagramme stellen alle Einzeldaten dar und können so auch Ausreißer, Häufungen und Tendenzen, dabei aber keinen Mittelwert vermitteln. Sie werden daher auch häufig als überfordernd wahrgenommen. Isotype arbeiten mit hybriden Piktogrammen, sind sehr anschaulich für die Darstellung von Men-

gen, eine exakte Aussage ist aber nur durch eine Ergänzung mit Zahlen möglich. In Explosionsbezeichnungen werden Einzelteile einer Gesamtheit und ihre Verbindungen zueinander dargestellt. Prinzip- oder Prozessdarstellungen stellen Verläufe dar, indem verschiedene Grafiken als einzelne Stationen eines Prozesses mit Pfeilen verbunden werden. Jegliche Arten von Infografiken können empfehlenswert sein, es sollte aber bei der Auswahl passender immer die Kernaussage und Botschaft einer Kommunikation bedacht werden. Auch sollten die Betrachter_innen einer solchen Grafik nicht überfordert und eine Überschrift für eine Kontextualisierung genutzt werden. Logik und System hinter der Verwendung verschiedener und ähnlicher Elemente müssen sichtbar sein (Böhringer u.a. 2014: 326–338).

Der wohl persönlichste Weg der Wissensvermittlung besteht in der Erklärung in einer persönlichen Rede, die eventuell von einer Präsentation begleitet wird. Grundsätzlich sind hier die bereits genannten Prinzipien zu beachten. Für eine erfolgreiche Rede gibt es aber nach dem Journalisten und TED-Kurator Chris Anderson noch weitere Hinweise. Der Mehrwert, das Wissen mit einer Geschichte zu verknüpfen, mag schon bekannt sein, denn sie spricht nicht nur die Zuschauer_innen auf einer emotionalen Ebene an, sie hält auch die Aufmerksamkeit hoch und ist leicht zu merken. Dies ist bei einer Rede noch wichtiger, da anders als bei einem Text das Publikum die Botschaft nur einmal hört und an den zeitlichen, linearen Ablauf der Vortragenden gebunden ist. Weiterhin sollte dieser/diese sich auf die Ebene der Zuhörer_innen begeben. Wissenschaftler_innen mögen gerne aus einer Top-Down-Perspektive auf ihre Rezipient_innen herabsehen, finden so allerdings keine Zuhörer_innen. Es ist wichtig, Fragen ernst zu nehmen, seien sie noch so simpel. Es muss einem möglich sein, sich in die Lage eines/einer Unwissenden zu versetzen und zu wissen, wie es ist, nichts zu wissen. Die Rede selbst kann dann in fünf Schritte unterteilt werden.

Als erstes sollte man die Zuhörer_innen in ihrer Lebenswelt abholen. Eine kleine Anekdote oder Thematik, zu der jeder etwas beitragen kann, ist hierfür geeignet. Darauf aufbauend folgt ein Paradoxon, ein Problem innerhalb des etablierten Wissens, welches sich nicht ohne Weiteres lösen lässt. Dann sollte das Konzept, die Kernaussage, als Lösung dafür präsentiert werden. Hier ist es wichtig, den bereits genannten Regeln der Wissensvermittlung zu folgen. So sollten Metaphern, Analogien und andere Hilfsmittel genutzt werden, um Verständlichkeit und Wissensreduktion zu gewährleisten. Ein sauberes Vokabular ist zu nutzen und Orientierung schaffende Satzverknüpfungen sind von großer Bedeutung. Den Zuhörer_innen muss es immer möglich sein, zu sagen, warum er/sie sich derzeit an einer ganz bestimmten Stelle in der Rede befindet. Gute Beispiele wären: *Aber... Ein Beispiel ist... Auf der anderen Seite... Hier mag man anmerken... Zusammengefasst... Lasst uns darauf aufbauen... Lasst mich kurz einwerfen...* Ein schönes Zitat von Trey Parker, einem der Schöpfer der US-amerikanischen Animationsserie *South Park*, besagt: „Ersetze jedes *und* durch ein *aber und deshalb*“ (Campenhausen 2014: 38). Dies ist ein ironischer Hinweis darauf, dass die einzelnen Aussagen nach Möglichkeit in Beziehung

zueinander gesetzt werden sollten und ein roter Faden deutlich werden sollte. Anschließend können Beispiele weiterer Paradoxa folgen, welche mit dem erläuterten Konzept gelöst werden können. So findet der/die Rezipient_in weitere Anwendungsbeispiele und somit Nutzen für das neu erlernte Wissen. Der wichtigste Ratschlag mag abschließend sein, sei es für eine Rede, eine Präsentation oder einen Text, sich unermüdlich Feedback von unerfahrenen Rezipient_innen noch während der Konzeptphase einzuholen (Anderson 2016: 63–82; Campenhausen 2014: 35).

3. Vortragsanalyse „Die konstruierte Bedrohung“

Wie zu Beginn dieser Darstellung erläutert, stellt der Vortrag, der im Rahmen des Seminars „Wissenstransfer“ an der Universität Tübingen entstanden ist, den Versuch dar, den Aufsatz des Berliner Politikprofessors Andreas Bock „Islamistischer Terrorismus: Die konstruierte Bedrohung“ in eine der breiten Öffentlichkeit zugängliche Darstellungsweise zu übertragen. Unter Rückbezug auf die allgemein-theoretischen Ausführungen in Kapitel 2 wird im Folgenden nun die Konzeption und Gestaltung des Vortrages konkret erläutert. Die Autoren erheben dabei keinen Anspruch auf eine „optimale Lösung“, es handelt sich vielmehr nur um eine mögliche Herangehensweise. Andere Ansätze und Methoden, Bocks Text wissenschaftsjournalistisch darzustellen, wären ebenso denkbar gewesen.

Der Vortrag ist hier leicht gekürzt wiedergegeben. Sofern für das Verständnis der Ausführung notwendig, sind die im Vortragstext ausgelassenen Stellen im Fließtext paraphrasiert. Gelbe Pfeile in den Screenshots der Präsentationsfolien zeichnen die Bewegungen der animierten Elemente nach. Sie sind nachträglich eingebaut und nur Bestandteil dieser schriftlichen Ausführung. Der Vortrag ist in voller Länge als Video unter vimeo.com abrufbar.¹

Die Gestaltung sowohl der Präsentation als auch des Vortragstextes ist von stilistischen Wiederholungen und Wiedererkennungseffekten geprägt. Sich wiederholende Stilmittel werden im Folgenden nur beim ersten Auftreten ausführlich beschrieben und an nachfolgenden Stellen nicht mehr gesondert erläutert.

3.1 Einstieg: „Bombenalarm“

Die erste Folie der Präsentation ist leer. Der Vortrag beginnt daraufhin mit einer Auflistung von vier Zeitungsmeldungen über Bombenalarme, die nacheinander auf der Folie erscheinen und vom Redner² zunächst ohne weitere Kommentierung vorgelesen werden. Das Publikum wird durch diesen sensationalistisch anmutenden Einstieg unmittelbar in die Thematik der vermeintlich allgegenwärtigen „Terrorgefahr“ geworfen, eine Hinführung erfolgt nicht und ist durch den eindeutigen Inhalt der Zeitungsausschnitte auch nicht nötig.

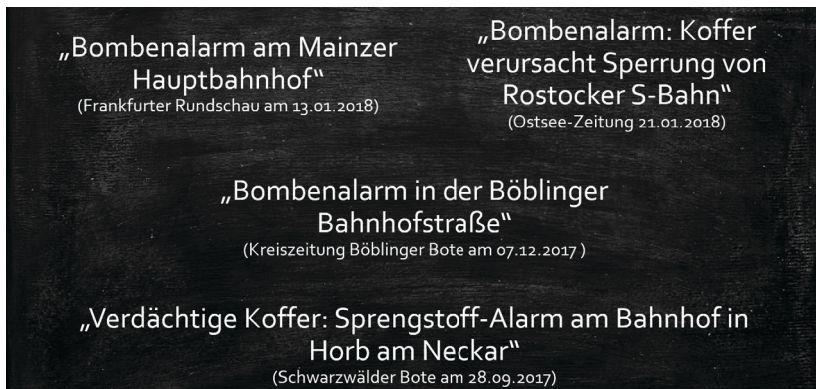


Abb. 1: „Bombenalarm am Mainzer Hauptbahnhof.“

Bombenalarm: Koffer verursacht Sperrung von Rostocker S-Bahn.

Bombenalarm in der Böblinger Bahnhofstraße.

Verdächtige Koffer: Sprengstoff-Alarm am Bahnhof in Horb am Neckar.“

Die Auswahl der Ereignisse in diesem Präsentationsbeispiel war von örtlichen sowie zeitlichen Faktoren beeinflusst: Mainz und Rostock sind willkürlich in Deutschland gewählte Städte, Böblingen und Horb am Neckar hingegen bewusst ausgesuchte Orte aus der schwäbischen Region. Dem Tübinger Publikum, das im Vortragsrahmen die Zielgruppe bildete, wird dadurch sowohl die überregionale und damit allgemeine, als auch regionale und damit persönliche Bedeutung des Themas bewusst. Die frei aus Deutschland gewählten Städte vermitteln in dem Zusammenhang den Eindruck, als sei dies nur eine kleine Auswahl einer an sich wesentlich größeren Anzahl gleichartiger Vorkommnisse. Die – zum Zeitpunkt des Vortrages (9.2.2018) – erst kurz zurückliegenden Zeitpunkte der Ereignisse unterstreichen zudem die Aktualität der Thematik. Die Verwendung aktueller Pressemeldungen mit Quellenverweis stärkt als zusätzlichen Faktor direkt zu Beginn die „Autorität“ des Redners: Sie lässt auf eine gute Vorbereitung schließen und verspricht damit einen informativen und fachlich fundierten Vortrag.

Der Einstieg hat darüber hinaus aber auch einen provokativen Charakter. Durch die unmittelbare Auflistung verschiedener, aktueller Meldungen zu Bombenalarmen – im Falle des Tübinger Publikums zudem in direkter Umgebung – wird nicht die Vernunfts-, sondern die Emotionsebene der Zuschauer_innen angesprochen. Eine Vorgehensweise, die, wie oben erwähnt, mehr Aufmerksamkeit beim Publikum generiert als die Kommunikation des Inhalts auf einer rein sachlich und rational gestalteten Ebene (Campenhausen 2014: 33). Eine Hinführung mit den Worten: „überall in Deutschland kommt es regelmäßig zu Bombenalarmen an Stationen des Nah- und Fernverkehrs“, hätte vermutlich einen wesentlich schwächeren Effekt erzeugt. Direkt zu Beginn haben sich die Autoren des Vortrages somit zugunsten einer breit angelegten Kommunikation des Inhalts von der gestalterischen Form des Aufsatzes von Andreas Bock (Juli 2017) entfernt und sie inhaltlich mit aktuellen Ereignissen ergänzt.



Abb. 2: „[...] und ihr wundert euch auch nicht, wenn ich euch verrate: All diese Vorfälle waren Fehlalarme. Dennoch sprechen sie eine klare Sprache: Ein Klima der Unsicherheit scheint sich über Deutschland gelegt zu haben. Nach einer Studie der RV Versicherungen zu den Ängsten der Deutschen geben

Abb. 3: 71 Prozent 2017 an, „große Angst“ vor Terroranschlägen zu haben – Platz Eins...

Abb. 4: 2015 waren es noch 52 Prozent...

Abb. 5: Und 2014: 39...

Abb. 6: Das ist ein Anstieg von 32 Prozent innerhalb von drei Jahren.“ (Im Pfeil in Abb. 6 ist „32%“ zu lesen).

Die Auflistung dieser Schlagzeilen über Bombenalarme innerhalb eines kurzen Zeitraums in verschiedenen, zum Teil weit auseinanderliegenden Städten Deutschlands, erweckt den Eindruck, das Land würde wöchentlich von Terrorwellen erschüttert werden. Dass dem nicht so ist, liegt auf der Hand, und der Redner weist darauf hin, dass er von dem Einverständnis des Publikums darüber ausgeht. Die Tatsache, dass es sich bei den Vorfällen um Fehlalarme gehandelt hat, werden sich die Zuschauer_innen bereits gedacht haben, da sie sonst von den entsprechenden Anschlägen

vermutlich bereits gehört hätten. Somit muss diese Information nicht genauer ausgeführt werden und wird im Gegensatz zum vorangegangenen Aufbau in einem schnellen Satz „abgefertigt“. Die Schlagzeilen werden zeitlich kurzerhand durchgestrichen.

Die darauffolgenden Umfrageergebnisse untermauern den zunächst nur qualitativ durch die Schlagzeilen gewonnenen Eindruck einer steigenden Verunsicherung dann auch statistisch. Campenhausen weist darauf hin, dass Zahlen im Rahmen eines Vortrags mit Bedacht eingesetzt werden sollen, da sie schnell zu Ermüdungserscheinungen bei der Zuschauerschaft führen (Campenhausen 2014: 52). In diesem Fall ist dem Publikum die Grundaussage jedoch schon bekannt: Ein „Klima der Unsicherheit“ hat sich über Deutschland gelegt. Die Zahlen werden somit nur als Ergänzung zu einem bereits bekannten Aspekt eingesetzt.

Bocks Text stammt von April 2017, der Vortrag wurde hier um aktuelle und zum Teil zusätzliche Daten ergänzt. Sie werden in einer abgewandelten Isotype-Form dargestellt. Das Mengenverhältnis wird den Zuschauer_innen nicht nur durch die reelle Zahl, sondern auch visuell durch den Größenunterschied zwischen den Ziffern verdeutlicht. Das ermöglicht es dem Publikum, die Information unmittelbar zu erfassen, ohne dass aufwendige Grafiken den minimalistischen Stil der Präsentation brechen oder von der Kernaussage ablenken müssten. Um eben diese Kernaussage nicht abzuschwächen, wird dem Publikum an dieser Stelle allerdings eine Information vorenthalten: 2016 gaben in der Umfrage der RV Versicherungen sogar 73% der deutschen Bevölkerung an, Angst vor Terror zu haben. Die Zahl ist zum Jahr 2017 somit um 2% gesunken. Doch wie Campenhausen darlegt, sind in der Kommunikation von Wissenschaft, anders als in der Wissenschaft selbst, nicht alle Gegenargumente notwendigerweise aufzuführen (Campenhausen 2014: 41). Das Auslassen dieser Information ist in den Augen der Autoren zugunsten einer besseren Kommunikation der Thematik legitim, zumal es sich um einen vergleichsweise geringfügigen statistischen Unterschied handelt: Die Angaben haben sich im Vergleich zu 2016 nicht signifikant verändert.

Der Grundstil der Präsentation ist ab hier für die Zuschauer_innen ersichtlich: eine minimalistische Gestaltung der Folien in Kombination mit einer (zunächst) unspektakulär gehaltenen Prozessdarstellung durch den Einsatz von kleineren Animationen und Überblendungen. Zum Teil komplexe Zusammenhänge und Verläufe werden so auf ein leicht verständliches und für das Publikum attraktives Niveau heruntergebrochen (Böhringer u.a. 2014: 28). Dieser Aspekt wird in den nachfolgenden Ausführungen noch deutlicher hervortreten. Im Laufe des Vortrages wird sich dieser Minimalismus immer mehr erweitern und schließlich zu einem Punkt gelangen, an dem sich die Rollen von Vortragstext und Bildsemiotik beinahe umkehren und die visuelle Gestaltung beginnt, die Zuschauer_innen zu leiten, während der Redner nur noch ergänzend zu wirken scheint.

Die Zahlen, in Kombination mit dem angenommenen Einverständnis des Publikums, dass das durch die vorangegangenen Schlagzeilen gezeichnete

te Bild eines regelmäßig von Terroranschlägen gebeutelten Deutschlands überzogen ist, leiten bereits das Paradoxon und Leitthema des Vortrags ein: Es besteht ein Missverhältnis zwischen der Wahrnehmung der Terrorbedrohung und der tatsächlichen Terrorgefahr. In den darauffolgenden Folien wird dieses Paradoxon konkretisiert. Zuvor wird jedoch der erste von zwei Hauptpunkten der Präsentation vorgestellt: Die „große Angst“ vor Terror. Der zweite Hauptpunkt ist die pauschale Übertragung der Terrorangst auf Flüchtlinge oder Menschen „nahöstlichen Aussehens“, der im darauffolgenden Vortragsabschnitt zum ersten Mal verbalisiert und durch eine weitere Zahl aus der Umfrage der RV Versicherungen statistisch belegt wird (siehe Abb. 7).

Vor allem dieser zweite Punkt ist für das Verständnis der „Mind-Sets“ von Bedeutung, die, wie in der Einleitung der vorliegenden Darstellung erläutert, das theoretische Grundgerüst von Andreas Bocks Ausführungen bilden. Die beiden Hauptpunkte – Terrorangst und Vorurteile/Pauschalisierung – dienen dem Vortrag als roter Faden und werden im Laufe der Präsentation regelmäßig wieder aufgegriffen, um dem Publikum trotz etwaiger theoretischer oder exemplarischer Exkurse die Grundthematik des Vortrags stets präsent zu halten.

Die Ankündigung dessen, was das Publikum im weiteren Verlauf des Vortrags erwarten wird – ohne bereits eine Lösung für das vorgestellte Problem zu erhalten –, baut Spannung und Neugierde für das Folgende auf. Zeitgleich bildet es den Abschluss der Einführung: Die Zuschauer wurden für die Thematik der Präsentation „angeheizt“, sie wissen nun, worum es sich im Vortrag konkret handeln wird, und haben das Versprechen erhalten, Antworten auf die in der Einleitung eröffneten Fragen zu bekommen. Darüber hinaus deutet der Redner vielsagend an, der behandelte Aspekt könne konkrete, für den Einzelnen relevante oder gar brisante Konsequenzen haben.



Abb. 7: „Ein Großteil der Deutschen scheint dabei Flüchtlinge als den Kern der Bedrohung ausgemacht zu haben, denn 61% geben darüber hinaus an, in ihnen eine Terrorgefahr zu sehen... In den nächsten Minuten werde ich Euch zeigen, dass wir mit diesem Bedrohungsempfinden nicht nur übertreiben, sondern auch wirklich mittendrin sind, uns eine andere, konkrete Gefahr zu schaffen...“

3.2 Paradoxon

Nachdem der Redner seinem Publikum versichert, er wolle weder Terror an sich noch dessen Opfer verharmlosen, lenkt er die Aufmerksamkeit scheinbar zwangslos auf „ein paar einfache Vergleiche“. Beim Vergleich zwischen Terror und Pilzvergiftungen (siehe Abb. 8) wird zum ersten Mal im Vortrag ein die Präsentation prägendes, ikonisches Piktogramm verwendet. Um die erstmalige Wirkung dieses Stilmittels zu verstärken, lässt der Redner die ikonografische Ähnlichkeit des Piktogramms zu einem Pilz für sich alleine wirken und spricht das Wort selbst beim Erscheinen des Zeichens nicht aus. Die Ambivalenz, die durch Mischung des ernstesten Themas „Terror“ mit der plötzlichen Trivialität eines Pilzes und seiner comicartigen Darstellung entsteht, ist bewusst gewählt und bietet dem Vortrag die Möglichkeit, trotz seines ernststen Inhalts dem Publikum nicht schwer auf dem Gemüt zu liegen.

Das Gegenargument zu diesem – zugegeben schwachen – Pilzvergleich liegt auf der Hand: Pilze stellen nur für diejenigen eine Gefahr dar, die sie auch essen. Terror hingegen kann jeden treffen. Darum verbalisiert der Redner dieses Argument auch direkt selbst. Nur, um es mit dem nachfolgenden Vergleich zu entkräften: Auch Verkehr bedroht fast jeden Menschen jeden Tag. Und dass Verkehrsunfälle im Alltag wesentlich mehr Menschenleben fordern als Terror, belegen Zahlen aus der dem Publikum bereits bekannten Umfrage der RV Versicherungen.³

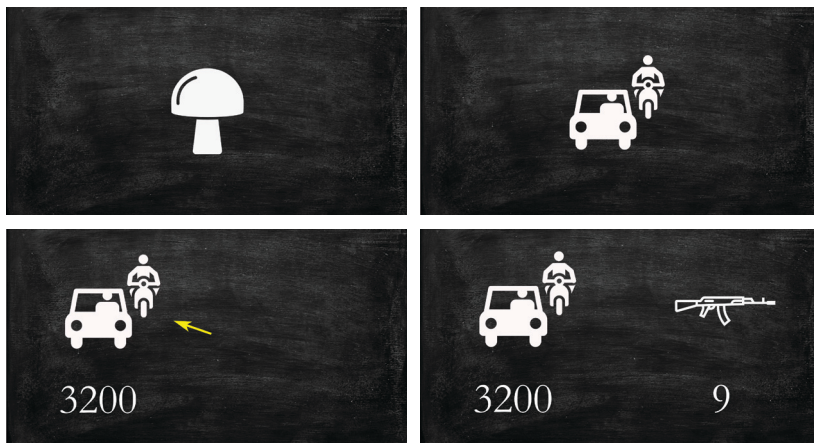


Abb. 8: „[...] schauen wir auf ein paar einfache Vergleiche. Die Gefahr in Europa an einem Terroranschlag zu sterben, ist geringer, als beim Verzehr davon an einer Vergiftung zu enden. Nun mag man einwenden: Nicht alle von uns mögen Pilze, und der Terror bedroht prinzipiell jeden von uns jeden Tag! Wie wäre es dann hiermit:

Abb. 9: Verkehr...

Abb. 10: 3.200 Menschen sind 2016 im Autoverkehr gestorben. [...]

Abb. 11: Wie viele sind 2016 in Deutschland an einem Terroranschlag, der größten all unserer Ängste, gestorben? Neun. Die Angst, bei einem Autounfall zu sterben, erreichte bei der Umfrage der RV Versicherungen übrigens nicht einmal die Top 20...

Zur piktogrammatischen Darstellung des komplexen Sachverhalts „Terror“ oder „Terrorgefahr“ wählten die Autoren ein Ikon einer AK-47. Zwischen Zeichen und Bedeutung besteht in diesem Fall kein notwendiger, sondern lediglich ein assoziativer Bezug. Das Sturmgewehr kann diesen Platz dennoch problemlos einnehmen, weil es als Symbol für Terror bereits vielfach reproduziert wurde. Man kommt an dieser Stelle nicht darum herum, festzustellen, dass damit auch die Autoren des Vortrags, der aufklärerisch wirken soll, einen Teil zur ebenjenen Überhöhung des Terrorismus beitragen, die Andreas Bock kritisiert.

Auch das Gegenargument zum zweiten Vergleich nennt der Redner direkt selbst: Während uns Terroristen bewusst treffen wollen, sind Verkehrstote durch Unfälle von niemanden intendiert. Dieser Unterschied wird durch die Signalfarben rot und blau unterstrichen – das erste Mal, dass Farbe in der Präsentation eingesetzt wird. Zu Beginn noch eine Ausnahme, wird die Präsentation im Laufe des Vortrags zunehmend bunter.

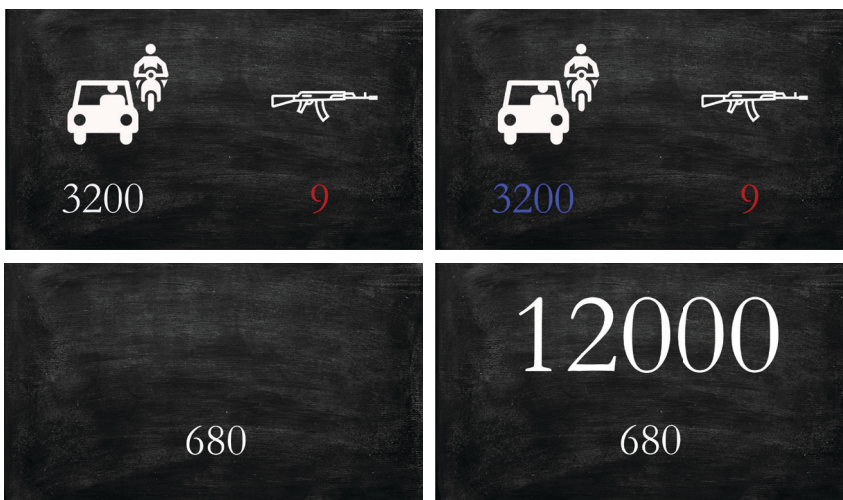


Abb. 12: „Nun besteht natürlich ein Unterschied zwischen islamistischen Terror und den Gefahren, die vom Autoverkehr ausgehen. Das Eine will uns zielgerichtet und bewusst treffen,

Abb. 13: das Andere ist „nur“ ein Unfall ohne aktivem [sic] Interesse dahinter. Doch auch in der Wahrnehmung verschiedener terroristischer Gewalttaten gibt es ein Missverhältnis. [...] So verzeichnet der Verfassungsschutz 2016 auf

Abb. 14: 680 islamistische Gefährder ...

Abb. 15: 12.000 rechtsradikale Gefährder. [...]

Warum also fühlen wir uns trotzdem vom islamistischen Terror so bedroht? So bedroht, dass wir meinen, beim Anblick einer herrenlosen Sporttasche an eine Bombe denken, und über ein Millionen Flüchtlinge pauschal verdächtigen zu müssen?“

Nach dem gleichen Schema wie beim Pilz entkräftet der Redner das Gegenargument mit einem nachfolgenden Vergleich, bei dem eben die Eigenschaften zutreffen, deren Fehlen beim vorherigen Beispiel noch kritisiert werden konnten. Die drei Vergleiche nehmen dabei an Intensität zu, von einem sehr trivialen Bezug auf Pilze zu einer ernstzunehmenden Gegenüberstellung von islamistischem und rechtem Terror in Deutschland. Der Trikolon-Aufbau der Vergleiche vermittelt dabei Vollständigkeit und wird im Vortrag des Öfteren angewandt.

Das Paradoxon wurde somit an drei aufeinander aufbauenden Beispielen verfestigt. Die darauffolgende Frage stellt sich in diesem Zusammenhang beinahe von selbst: Warum fühlen wir uns gerade vom islamistischen Terror so bedroht? Der Redner bezieht sich dabei auf die beiden zuvor eröffneten Hauptpunkte des Vortrags – Terrorangst und Vorurteile/Pauschalisierung – und schließt damit den Bogen zur Einleitung. Der scheinbare „Exkurs“ mit den „einfachen Vergleichen“, der in Wahrheit eine wesentliche Prämisse des Vortrags untermauern soll, ist abgeschlossen. Die Grundlage für die Erläuterung der wissenschaftlich-theoretischen Argumentation ist damit gelegt.

3.3 Konzept: *Mind-Sets*

Andreas Bocks Argumentation konzentriert sich auf die kognitive Dimension terroristischer Bedrohung; ein Aspekt, den er in der Forschung für vernachlässigt hält. Den Ausgangspunkt seiner Ausführungen bildet dabei das Konzept der „Mind-Sets“ und er wählt zur Erklärung zunächst die gleiche Herangehensweise wie die Autoren des Vortrages: Er stellt die Frage nach dem „Warum“ und beantwortet sie in den unmittelbar folgenden Sätzen selbst:

Warum also nehmen wir islamistischen Terrorismus als eine solch eklatante Gefährdung der Sicherheit wahr? Warum wird die Gefahr eines durch muslimische Geflüchtete induzierten islamistischen Terrorismus (dem Orbanschen *Migrationsterrorismus*) als so hoch eingeschätzt, während umgekehrt die Gefahren durch andere gesellschaftliche Risiken – etwa die Wahrscheinlichkeit im Straßenverkehr zu sterben oder einem Gewaltverbrechen zum Opfer zu fallen – als weitaus geringer eingeschätzt werden? Weil unsere Wahrnehmung sozialer Realität von bestimmten Vorannahmen (mind-sets) beeinflusst ist (Bock 2017: 248, Hervorhebung im Original).

Wie im ersten Kapitel der vorliegenden Ausführung bereits dargelegt, wäre eine solch theoretisch-verschachtelte Erklärung im Rahmen einer breitgefassten Wissenskommunikation nicht zielführend. Die Autoren wählten darum statt eines theoretischen einen narrativen Einstieg und stellten der Erläuterung von Mind-Sets im Zusammenhang mit der Wahrnehmung islamistischer Terrorbedrohung eine kurze, personalisierte Geschichte voran.



Abb. 16: „Die Ursache liegt in unserem Kopf.⁴ Wir konstruieren uns die Bedrohung selbst durch einen Mechanismus namens ‚Mind-Sets‘⁵... Was sind Mind-Sets? Reisen wir zur Beantwortung dieser Frage zunächst 10000 Jahre zurück...

Abb. 17: Stellt euch vor, ihr seid einer unserer Vorfahren und streift durch den Wald, sucht nach Essen. Plötzlich hört ihr hinter euch ein tiefes Knurren. Ihr dreht euch um: Vor euch steht ein großes, wildes Tier und fletscht die Zähne. Was tut ihr?.... Studiert ihr das Tier?....Überlegt ihr, was dessen nächste Schritte sein könnten, ob es wohl gefährlich ist?....Nein, ihr flieht. Auch wenn ihr solch ein Raubtier selbst noch nie zuvor gesehen habt. Ihr flieht, weil ihr bereits wisst, ihr seid in Gefahr...”

Wie Anderson darlegt, sind Geschichten eine vereinfachte Methode, Informationen zu übertragen und aufzunehmen und die Aufmerksamkeit der Zuhörer_innen hochzuhalten. Im Gegensatz zu Zahlen und komplexen Erklärungen kann sie jeder nachempfinden, das Publikum versetzt sich in die Lage der Protagonist_innen und ihrer Probleme (Anderson 2016: 65–67). Im Falle des Vortrags wird die direkte Identifikation der Zuhörer_innen mit den Geschehnissen der Geschichte durch die Aufforderung „Stellen Sie sich vor“ geradezu provoziert.

Dieser Bruch im Vortragsfluss wird nicht nur auf der textuellen, sondern auch visuellen Ebene vollzogen. Der Grundstil der Präsentation, sowohl die Piktogrammatik als auch der Hintergrund, verschwinden und an derer statt verstärkt das Motiv eines dichten Waldes das individuelle Perzeptionserlebnis der Zuhörer_innen. Das Publikum kann durch diesen „Tapetenwechsel“ bei der darauffolgenden, konkreten Erklärung von Mind-Sets nun einen persönlichen Bezug herstellen.

Die im Vergleich zur vorherigen Ausführung abstrakte Erklärung des Theoriemodells der Mind-Sets wird durch möglichst anschauliche Piktogrammatik vereinfacht. Der minimalistische Grundstil wird beibehalten, die Komplexität jedoch erhöht. Zu jeder neuen Information erhält das Publikum nun einen isolierten visuellen Eindruck, die Folie ist fast unabhängig vom Text des Vortragenden verständlich – ohne dass sich zwischen Bild und Text Dissonanzen ergäben oder die Animation vom Gesprochenen ablenken würde.

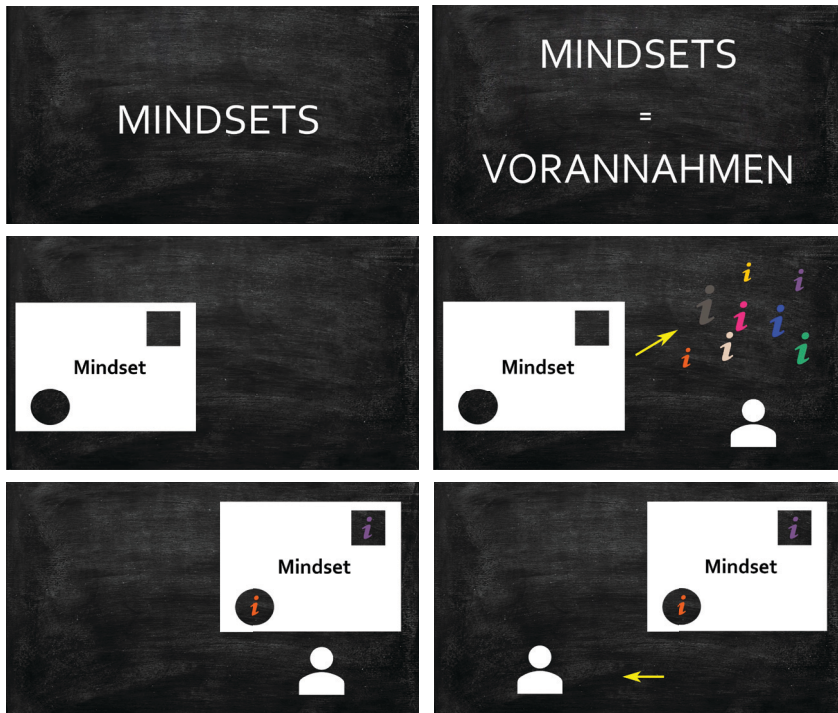


Abb. 18: „Mind-Sets sind

Abb. 19: Vorannahmen. Vorannahmen, die wir durch eigene Erfahrungen oder durch Erzählungen Anderer zu bestimmten Dingen gebildet haben. Man könnte sie auch als

Abb. 20: Schablonen ansehen...

Abb. 21: Uns begegnen jeden Tag unzählige komplexe Informationen. Mind-Sets helfen uns, diese zu filtern,

Abb. 22: indem sie sich wie eine Schablone darüberlegen und nur die relevanten Informationen übriglassen. [...] Das entlastet unser Gehirn, denn es muss nicht alle Informationen verarbeiten. So können wir in Situationen, in denen wir uns über die vorhandenen Informationen unsicher sind, ohne großes Nachdenken

Abb. 23: schnell handeln.“

Die durch die Geschichte des wilden Tieres begonnene Personalisierung der Mind-Sets wird in der konkreten Erklärung fortgesetzt, der Redner spricht von „wir“. Auch Andreas Bock verwendet zur Erläuterung der Mind-Sets die 1. Person Plural. Wie im gesamten Vortrag wurden seine Formulierungen jedoch auch hier von den Autoren vereinfacht. So ist Bocks Satz „Damit erfüllen mind-sets eine kognitiv entlastende Funktion“ (Bock 2017: 248) im Vortrag heruntergebrochen auf „Das entlastet unser Gehirn“. Diese Vereinfachungen führen die Autoren nicht durch, weil sie befürchten, ihr Publikum sei nicht in der Lage, Bocks Sätze nachzuvollziehen. Unabhängig von der Verständnisfähigkeit der Zuhörer_innen können bei komplexeren, vor allem gesprochenen Formulierungen schnell Ermüdungserscheinungen und dar-

aus folgend Desinteresse eintreten. Darum legen die Autoren bei der Ausformulierung ihres Vortragstextes Wert auf eine möglichst verständliche Sprache. Oder, in Albert Einstein zugeschriebenen Worten: „Make everything as simple as it can be. But no simpler“ (zitiert nach Anderson 2016: 82).

Nach der abstrakten Erläuterung von Mind-Sets wendet der Redner die neuen Informationen nun unmittelbar auf die dem Publikum bereits bekannte Geschichte des „großen, wilden Tier[s]“ an. Nach Anderson bietet eine gute Geschichte ein zufriedenstellendes Ende, das witzig oder bewegend ist oder eine Auflösung des erzählten Problems bereithält (Anderson 2016: 65). Die Zuhörer_innen können das theoretische Konstrukt durch das Ende der Geschichte direkt auf einen ihnen schon vertrauten Fall übertragen und in die Praxis übersetzen. Auf diese Weise erhalten sie eine zufriedenstellende Auflösung des „Raubtier-Problems“, sowohl auf der narrativen als auch theoretisch-abstrakten Ebene.

Im Rahmen dieser Auflösung wird eine neue Darstellungsweise eingeführt, die im Folgenden nun mehrmals wieder aufgegriffen wird: Die beschriebenen kognitiven Prozesse werden unter Anwendung des bereits bekannten Piktogramm-Stils als vereinfachte Formeln dargestellt. Dies untermauert die „Wissenschaftlichkeit“, auf der der Vortrag mit der Einführung des Theoriemodells der Mind-Sets nun fußt, es erzeugt einen Eindruck von Falsifizierbarkeit und subsumiert den gegebenen Einzelfall unter die vorangestellte wissenschaftliche Basis.

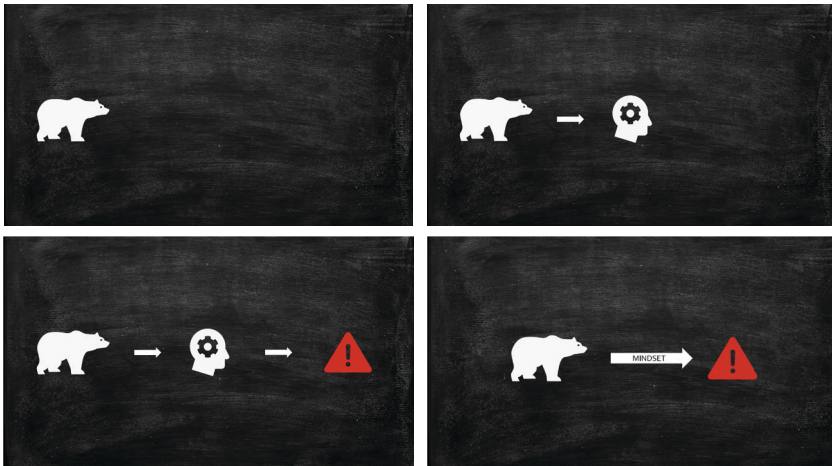


Abb. 24: „Für unsere Begegnung mit dem großen wilden Tier bedeutet das:

Abb. 25: Wir analysieren es nicht und verarbeiten die mannigfaltigen Informationen, die das Raubtier bietet, um

Abb. 26: dann zu dem Schluss zu kommen, dass es gefährlich sein könnte. Durch unsere Mind-Sets zu Raubtieren, die sich vielleicht durch Erzählungen anderer gebildet haben, wissen wir instinktiv, in welcher Situation wir gerade stecken. Aus ‚Vor mir steht ein Raubtier‘ wird

Abb. 27: sofort: ‚Ich bin in Gefahr‘.“⁶

Das Beispiel des Raubtieres und des prähistorischen Menschen liefert neben einem anschaulichen Bild zur Erläuterung des Theoriemodells ein passantes die Erklärung, welche evolutionären Vorteile Mind-Sets mit sich bringen. Auf unsere moderne Gesellschaft übertragen, ist der Vergleich jedoch nicht lebensnah. Darum wird das Modell im nächsten Schritt zu heutigen Alltagserscheinungen in Bezug gesetzt. Wieder erfolgt die Ausführung in einem, in diesem Fall doppelten, Dreischritt.

Verkehr und Pilz werden dabei von den gleichen Piktogrammen dargestellt wie bereits in der Einführung, sie erzeugen einen Wiedererkennungseffekt und sollen den Eindruck eines in sich geschlossenen Vortrags erzeugen. Das Zeichen für den Pilz ist dabei abgewandelt und steht nun für einen angebissenen Pilz. Die eindeutige ikonographische Verwandtschaft zum Logo der US-amerikanischen Firma *Apple* ist dabei bewusst gewählt und dient dem Vortrag als leichter *Comic Relief*.

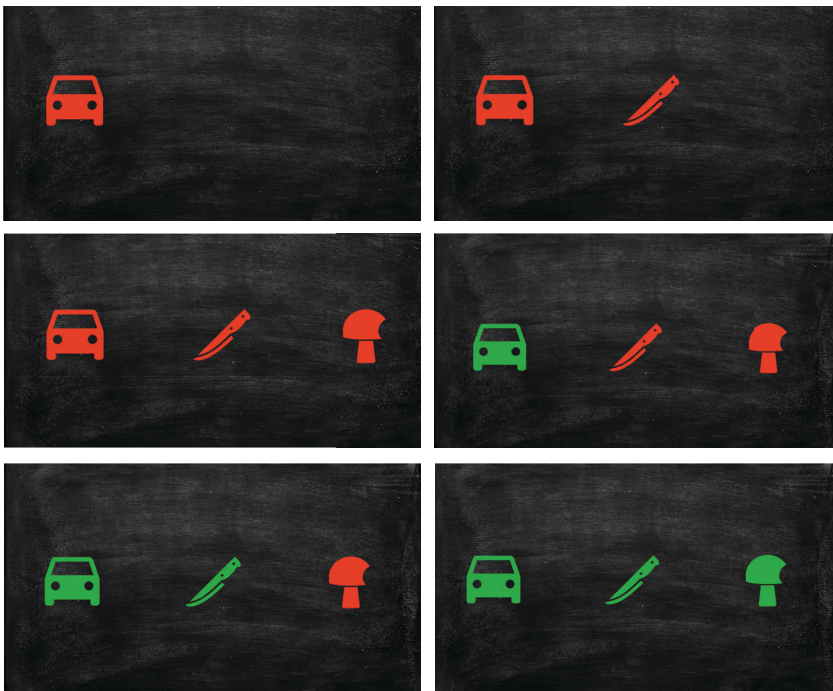


Abb. 28: „Mind-Sets sind also grundsätzlich etwas Gutes, sogar Überlebensnotwendiges. Sie helfen uns, auf eine bestimmte Situation, vor allem Bedrohungen, sofort reagieren zu können. Inzwischen sind das natürlich keine Raubtiere mehr, stattdessen wirken unsere Mind-Sets, wenn ein Auto auf uns zurast...

Abb. 29: uns in der Küche ein Messer runterfällt...

Abb. 30: oder wir in einen fauligen Pilz beißen. [...]

Abb. 31: Wir weichen zurück...

Abb. 32: zucken weg...

Abb. 33: spucken aus..."

Das dem Publikum bereits vertraute Modell der Mind-Sets sowie deren unmittelbare kognitive Wirksamkeit wird in diesem Fall durch die analoge, fast staccatoartige Textsyntax in der Beschreibung der drei Reaktionen auf die Gefahren „Verkehr – Pilzvergiftung – Messer“ sowie durch eine einfache Farbänderung der Piktogramme pointiert. Der Bezug zu heutigen Anwendungsfällen vereinfacht den Übergang zum nächsten Abschnitt, der Mind-Sets und Terrorismuswahrnehmung in Verbindung bringt, und damit den Rückbezug auf die Grundthematik des Vortrags, nämlich die überschätzte Terrorgefahr.

3.4 Mind-Sets und Terrorismuswahrnehmung

Der Aufbau der folgenden Folie erfolgt schrittweise und dynamisch, auf eine vereinzelte Darstellung der Animationsschritte wurde hier zur besseren Übersicht größtenteils verzichtet. Stattdessen ist in diesem Fall, ebenso wie in manchen folgenden Abbildungen, das Erscheinen eines nachfolgenden Symbols oder der Start einer neuen Bewegung durch ein (F) im Vortragstext gekennzeichnet.

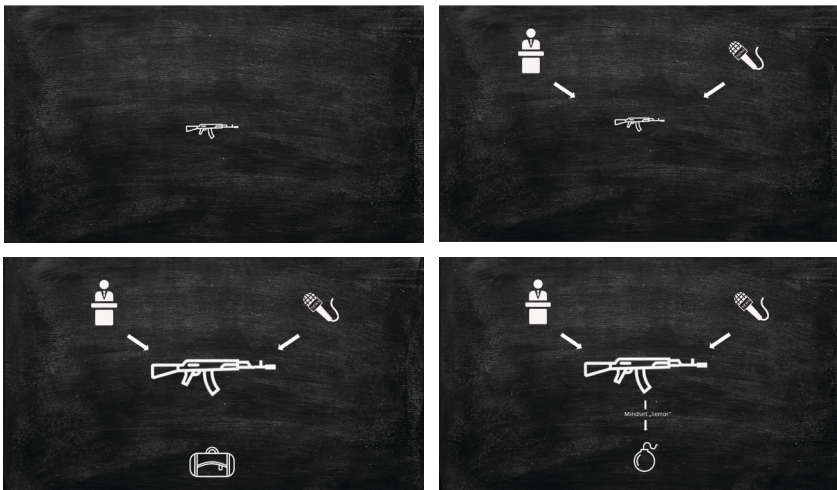


Abb. 34: „Nun jedoch das Problem. Vor allem in Bezug auf gesellschaftliche Eindrücke können Mind-Sets auch irreführend sein. Und damit sind wir zurück bei der überschätzten Terrorgefahr. Wenn nämlich Terrorgruppen wie der IS

Abb. 35: von Politik (F) und Medien (F) eine im Vergleich zur tatsächlichen Gefahr unverhältnismäßig hohe Aufmerksamkeit erhalten,

Abb. 36: verstärkt das auch unser Bedrohungsempfinden unverhältnismäßig. (F) Aus einer herrenlosen Sporttasche wird so

Abb. 37: eine potenzielle Bombe... Durch die zahlreichen Berichterstattungen hat sich also ein Mind-Set ‚Terror‘ gebildet, das eine logische Schlussfolgerung in bestimmten Situationen vorsieht und auf unseren Alltag überträgt.“

Das in der Einleitung eröffnete Problem und der theoretische Teil werden hier zusammengeführt, dieser Abschnitt kann somit als eine erste Klimax des Vortrags angesehen werden. Die herrenlose Sporttasche greift den ersten Hauptpunkt, die Terrorangst, erneut auf und stellt den Bezug zu den anfangs gezeigten Schlagzeilen her, die den Ausgangspunkt der gesamten Argumentation bildeten. Etwas mehr als die Hälfte der Präsentation ist nun vorbei, Häufigkeit und Komplexität der Animationen nehmen zu, das Publikum erhält das Gefühl, der Vortrag gewinne an Schnelligkeit.

Im Anschluss daran verweist der Redner mit der nächsten Folie darauf, dass bei komplexen, abstrakten Themen wie Terrorismus, Religionen oder ganzen Gesellschaftsgruppen – im Gegensatz zu Autos oder Bären – Fehlinterpretationen, und somit Vorurteile, wahrscheinlicher werden. Die Visualisierung erfolgt dabei im bereits vertrauten Stil (Abb. 38). Die einfachen, links bereits in bekannten Zeichen dargestellten Strukturen bleiben unverändert, während die komplexen auf der rechten Seite an Größe zunehmen. Die AK-47 als Symbol für den Terror wurde bereits eingeführt, die neuen (Gesellschaft und Religion) sind nur durch die Einordnung des Redners als solche unzweideutig zu erkennen. Bewusst wurden für die ikonographische Darstellung von „Religion“ zwei Symbole gewählt (in diesem Fall für Islam und Christentum), um dem Verdacht von Alleinstellungsbehauptungen oder einer möglichen Priorisierung entgegenzuwirken.

Jene Fehlinterpretationen, die bei komplexen Themen auftreten können, werden dem Publikum an zwei tatsächlich vorgefallenen Beispielen nähergebracht (siehe Abb. 39–43).

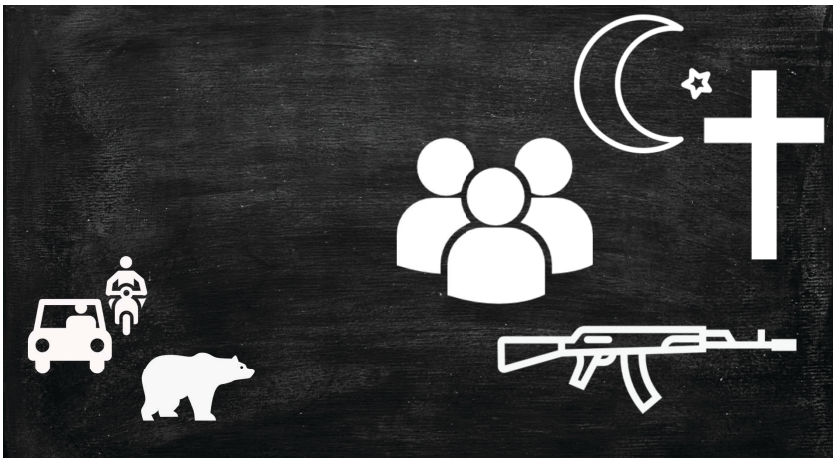


Abb. 38: „Bei komplexen Strukturen – gerade eben wie Terrorismus, Religion, oder ganzen Gesellschaftsgruppen – sind Fehlinterpretationen (und somit Vorurteile) wesentlich wahrscheinlicher.“

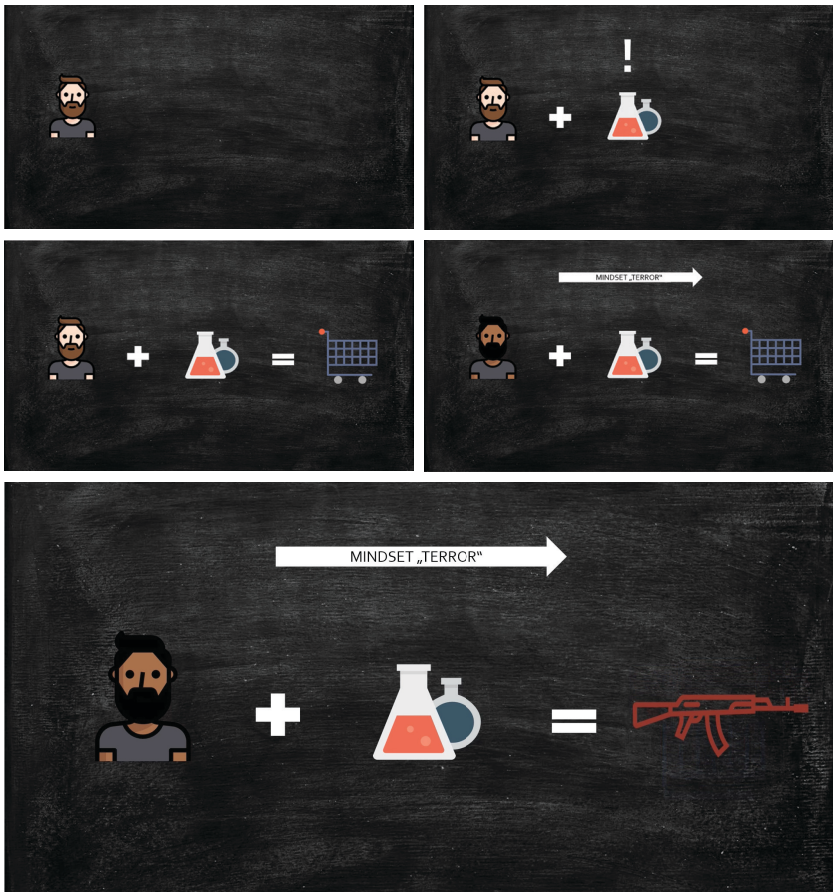
**Abb. 39:** „Ein Mann

Abb. 40: kauft in einem Kölner Baumarkt Chemikalien, aus denen man, mit entsprechenden Kenntnissen, eine Hausbombe bauen könnte. Nun ist der Kauf von potenziell gefährlichen Produkten – Messer, Benzin, Feuerholz – grundsätzlich nichts Aufsehenerregendes.

Abb. 41: Ein Mann mit Baumarktprodukten ist im Baumarkt somit logischerweise nicht viel mehr als ein Kunde... In diesem Fall tritt jedoch eine entscheidende Komponente hinzu. Das Aussehen des Mannes

Abb. 42: wirkt auf die Verkäuferin als ‚aus dem Nahen Osten stammend‘. Diese Kombination macht die Verkäuferin unsicher...

Abb. 43: ihr Mind-Set ‚Terror‘ greift und aus der Unsicherheit wird eine Schlussfolgerung: Dieser Mann ist kein normaler Kunde, er ist ein Terrorist. Die Frau ruft die Polizei. Später stellt sich heraus: Er war kein Terrorist...

Wie schon in der vorherigen Folie sind auch hier die Symbole nicht selbst-erklärend, die Bedeutung der Piktogramme wird erst durch die Erzählung des Redners ersichtlich. Diese erfolgt nicht, wie angesichts der in der Vergangenheit liegenden Ereignisse zu erwarten wäre, im Präteritum, sondern

im historischen Präsens. Durch diesen Stilgriff wirkt der Inhalt unmittelbarer und nachdrücklicher.

Der bereits aus Abbildung 24–26 bekannte Formelstil dient neben einer direkten Inhaltsvermittlung auch der Unterhaltung der Zuschauer_innen. Die AK-47 als Symbol für „Terror(gefahr)“ ist inzwischen rot eingefärbt. Damit passt sie sich dem farblichen Rhythmus der „Formel“ an, bei der die Formelkomponenten bunt und die Additions-, Gleichheits- und ähnliche Zeichen weiß sind. Ebenfalls aus Unterhaltungs- und Spannungsgründen wird die Grundaussage der Erzählung – durch das „nahöstliche“ Aussehen des Mannes änderte die Verkäuferin ihre Einschätzung der Situation – nicht zu Beginn offenbart, sondern erst als Pointe am Ende der Anekdote. Die veränderte Wahrnehmung ist für das Publikum dabei selbst erfahrbar: Viele Zuschauer_innen werden die Erfahrung machen, dass sich das Aussehen des Mannes nicht in neutraler Weise ändert, sondern er auch auf sie nun „nahöstlich“ wirkt.

Eine Information wird dem Publikum auch an dieser Stelle vorenthalten: Der Mann war zwar kein Terrorist, ein normaler Kunde allerdings auch nicht – er wollte mit den Chemikalien Drogen herstellen. In einem wissenschaftlichen Aufsatz würde solch ein pikantes Detail den Argumentationsgang nicht wesentlich schwächen, da Drogenhandel ja nicht zum Bereich des Terrorismus gehört, in einem Vortrag wie diesem jedoch schon. Wie schon im Rahmen der Abbildungen 3–6 entschieden sich die Autoren des Vortrags darum, zugunsten einer besseren Wissenskommunikation diesen Aspekt unerwähnt zu lassen. Da der Ruf der Polizei in der Sache richtig war, hätte seine Erwähnung die Ausführungen abgeschwächt und darüber hinaus Grundlage für eine zweifelhafte Argumentation gelegt, die Mind-Sets der Verkäuferin hätten eben doch richtig gewirkt. Jedoch vermutete sie hinter dem Kunden „nahöstlichen“ Aussehens einen vermeintlichen Terroristen. Ihr Beispiel kann also durchaus als ein Beleg für die fehlinterpretierende Wirkkraft von Mind-Sets angeführt werden. Die Information über die eigentlichen Absichten des Mannes hätten die Glaubwürdigkeit des Vortrags abgeschwächt, obwohl ihre Nichterwähnung keine wissenschaftliche oder journalistische Sorgfalt verletzt. Die Autoren folgen hier Campenhaußen, nach deren Auffassung nicht alle „Wenn und Aber“ im Rahmen der Wissenskommunikation erwähnenswert sind, sofern die inhaltliche Korrektheit gewährleistet bleibt (Campenhaußen 2014: 41–43; vgl. auch Kaube 2012: 96).

In einem zweiten, ebenfalls auf einer wahren Begebenheit basierenden Beispiel wird der gleiche Effekt beschrieben, dieses Mal jedoch verkürzt, da die Kernaussage bereits beim ersten Fall deutlich geworden ist. In diesem Beispiel wird in den Vereinigten Staaten Terroralarm ausgelöst, weil ein italienischer Mathematikprofessor mit dunklem Teint während eines Fluges in Richtung der USA mathematische Formeln notierte, die ein Mitpassagier für arabische Schriftzeichen hielt. Die Darstellung dieses Beispiels ist im gleichen Stil wie das vorherige gehalten und dient der Untermauerung der Ausführung. Es wird hier nicht gesondert aufgeführt.

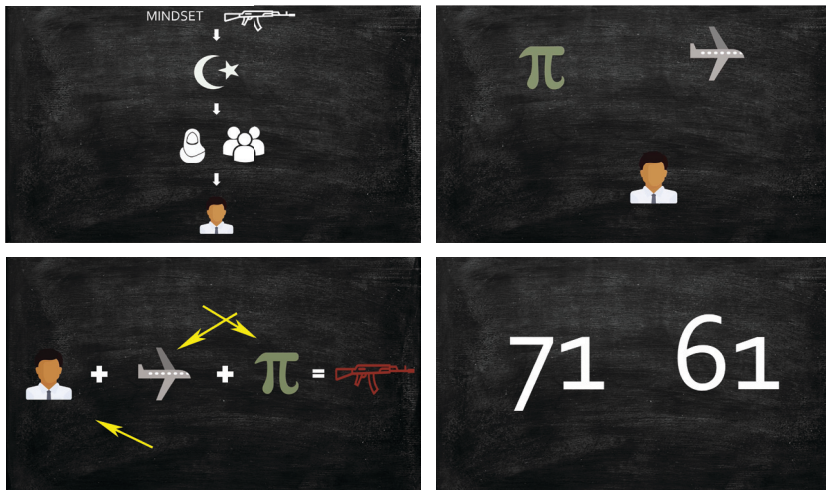


Abb. 44: „Zwei Beispiele, in denen aus Vorannahmen Vorurteile wurden: Unser Mind-Set zum islamistischen Terrorismus überträgt sich auf den Islam, (F) auf Muslime und fast im gleichen Atemzug auf Flüchtlinge, (F) und schließlich auf Menschen ‚nahöstlichen Aussehens‘ ... Erhalten wir Sinneseindrücke, die sich irgendwie im Rahmen dieser Phänomene bewegen –

Abb. 45: wie ein Flugzeug, (F) ein dunkler Teint (F) und arabisch aussehende Schriftzeichen,

Abb. 46: dann reicht ihre Kombination aus, damit unsere sensibilisierten Mind-Sets aus unserer Unsicherheit eine für uns sichere Schlussfolgerung ziehen: (F) Terrorgefahr.

Abb. 47: Und so kommt es, dass nicht nur über zwei Drittel der Deutschen ‚große Angst‘ vor Terror haben, (F) sondern auch 61 Prozent diese Terrorangst auf Flüchtlinge übertragen...”

Dieser letzte Abschnitt des Hauptteils rekapituliert das Vorhergehörte zunächst und bringt die Informationen auf einen klaren Nenner. Dass es sich an diesem Punkt um eine erklärende Zusammenfassung des Vorherigen handelt, wird visuell unterstrichen: Bis auf das Symbol für eine Muslimin werden keine neuen Symbole eingeführt, die Zeichen für „Flugzeug“, „dunkler Teint“ und „arabisch aussehende Schriftzeichen“ sind dem Publikum bereits durch das vorangegangene zweite Beispiel vertraut, das hier nur paraphrasiert wurde.

Darauffolgend wird zum eingangs eröffneten Paradoxon ein Kreis geschlossen und die beiden Hauptpunkte – Terrorangst und Vorurteile/Pauschalisierung – wieder aufgegriffen, auch stilistisch: Die Fragen, wie solche Umfrageergebnisse der RV Versicherungen zustande kommen konnten, werden nicht nur syntaktisch geradezu wörtlich wiederholt; auch die Foliengestaltung geht einen Schritt zurück und zeigt in gleicher Art wie zu Beginn nur die beiden Zahlen der Umfrage. Das Paradoxon ist auf wissenschaftlicher Basis beantwortet.

An diesem Punkt könnte der Vortrag beendet werden. Der Redner setzt hier auch zu einer kurzen Pause ein, um diesem „Abschlussgefühl“ entsprechenden Raum zu verleihen. Doch die dargestellte These ist angreifbar und noch nicht gefestigt, zudem sind noch nicht alle Ankündigungen des Redners aus dem Beginn eingelöst. Darum wird vor dem Abschluss der Präsentation noch ein weiterer Aspekt aufgegriffen.

3.5 Hartnäckigkeit der Mind-Sets

Der Schriftzug „Mindset“ ist zu Beginn der folgenden Sequenz in einem hellen Gelb gehalten und steht für eine Vorannahme: eine in doppelter Hinsicht bereits leicht gefärbte Sicht zu einem bestimmten Aspekt. Verschiedene Informationseindrücke wirken auf das Mind-Set ein, deren Widersprüchlichkeit durch eine unterschiedliche Farbgebung zum Ausdruck gebracht wird (Abb. 49). Aufgrund dieser unübersichtlichen Informationslage orientiert sich die Vorannahme an dem Informationseindruck, die ihr am nächsten erscheint: dunkelgelb. Die anderen Stimmen werden in der Konsequenz kognitiv, auf der Folie auch wörtlich, ausgeblendet (Abb. 50). Die Darstellung erfolgt sehr dynamisch, die Animationen laufen zeitgleich mit dem Vortragstext ab und bilden eine eigenständige, mit dem Vortrag des Redners aber dennoch kohärente Einheit.

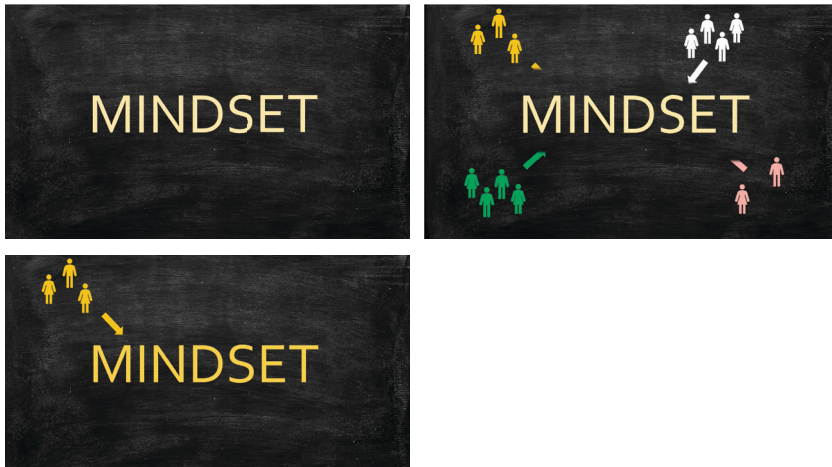


Abb. 48: „Warum ändern sich Mind-Sets dann nicht, wenn es solche Beispiele für ihre Fehlerhaftigkeit gibt? Das gemeine ist: Sind sie einmal etabliert, bleiben sie. Mind-Sets sind hartnäckig.“

Abb. 49: Ob öffentliche Stimmen ihnen widersprechen, ist ab einem gewissen Punkt unerheblich. Vorannahmen können kaum entkräftet werden und je widersprüchlicher die Informationslage, desto eher neigen wir dazu, an ihnen festzuhalten.

Abb. 50: Widersprechende Informationen werden so ausgeblendet und zustimmende Informationen abgespeichert.“

Im gesamten Vortrag folgte entweder auf eine abstrakte Erklärung ein konkretes Beispiel oder es bereitete umgekehrt ein konkretes Beispiel das Verständnis für eine abstrakte Erklärung vor. Auch beim letzten Aspekt wird diese Vorgehensweise eingehalten: Das Wirken von Mind-Sets bei einer unübersichtlichen, widersprüchlichen Informationslage wird an einem konkreten und aktuellen Beispiel erläutert (siehe Abb. 51–54).

Der letzte neue Aspekt, den der Redner eröffnet, ist zugleich der gestalterische „Höhepunkt“ der Präsentation. Die Animation erzählt den Inhalt nun fast von selbst, die Elemente agieren in einem Fluss. Nichtsdestotrotz wird die minimalistische, piktogrammatische Vorgehensweise beibehalten. Die „Gleichung“ in der Sprechblase ist ein Rückbezug auf die „Formeln“ der vorherigen Folien (Abb. 54). Mit dem roten Rechtspfeil auf blauem Grund wird zudem ein einfaches Mittel verwendet, um eine direkte Assoziation beim Publikum mit der rechtspopulistischen Partei AfD zu erzeugen. Da der Vortrag bisher neutral gehalten war, kann der plötzliche Schwenk ins Politische an dieser Stelle durchaus überraschend wirken.

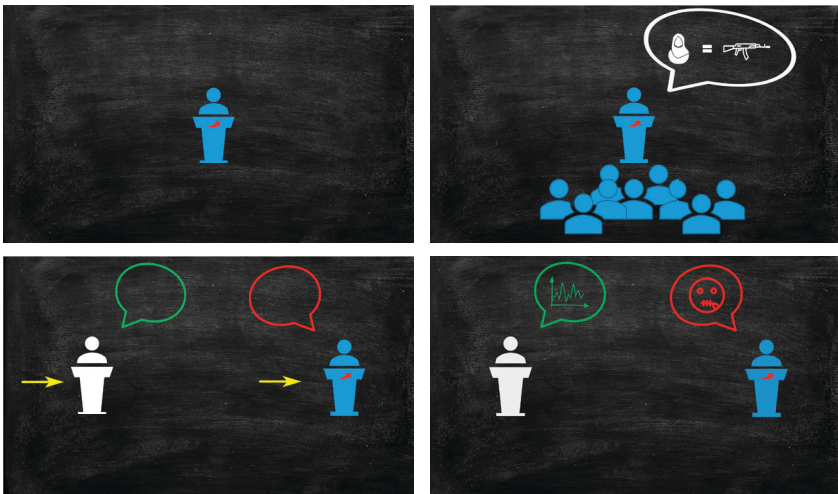


Abb. 51: „Und dieser Aspekt – jetzt wird es politisch – spielt Parteien wie die [sic!] AfD in die Arme...

Abb. 52: Deren Erfolg ist unter anderem vom Bedrohungsgefühl durch muslimische Flüchtlinge abhängig.

Abb. 53: Darum zeichnen sie zu positiven Meldungen stets ein Gegenbild, das dieses Bedrohungsgefühl aufrechterhält... Wenn es in einer Meldung heißt:

Abb. 54: Die Anzahl an Kriminalitätsdelikten ist nach dem gewaltigen Zulauf muslimischer Flüchtlinge statistisch *nicht* gestiegen, so ist das Gegenbild: (F) Natürlich ist sie das nicht, Polizei und Politik verschweigen ja auch anderslautende Informationen!“

3.6 Abschluss und Botschaft

Das Publikum wurde nun nicht nur auf einer zwischenmenschlichen, sondern auch auf einer politischen Ebene für das Wirken von Mind-Sets sensibilisiert. Inhaltlich ist die Präsentation abgeschlossen – enden kann sie so nicht. Das Publikum erhält zum Abschluss noch eindeutige, zusammenfassende Stichwörter „zum Mitnehmen“. Hier löst der Redner nun seine Ankündigung vom Beginn ein: Das Aufzeigen der konkreten Gefahr, die wir uns selber schaffen:

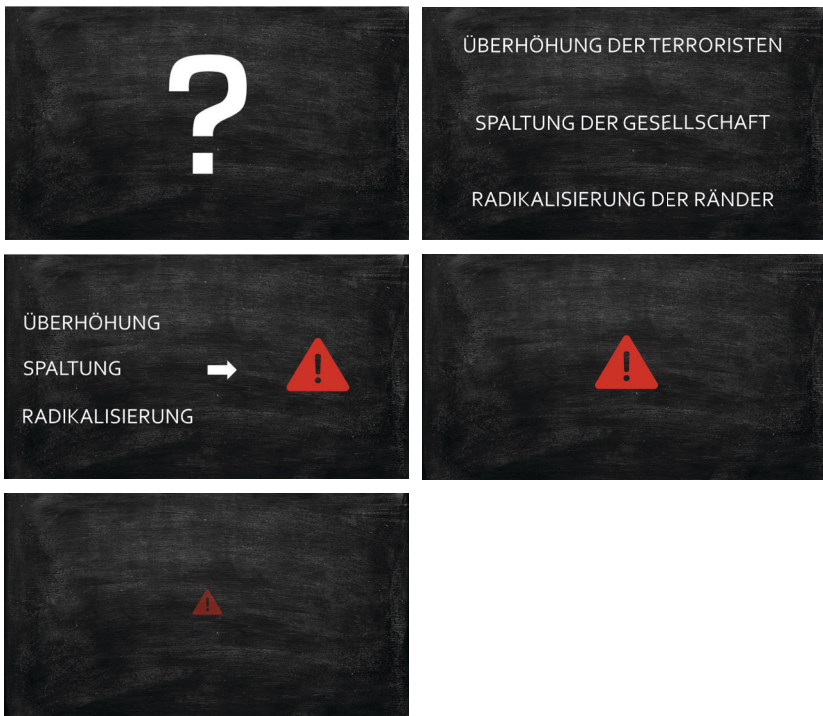


Abb. 55: „Warum erzähle ich euch das alles? Das Denken und Handeln nach diesen Mind-Sets hat nämlich drei schwerwiegende Konsequenzen:

Abb. 56: Überhöhung der Terroristen [...]. (F) Spaltung der Gesellschaft... Das Denken in solchen Mind-Sets forciert eine Weltsicht, die die Gesellschaft in Uns und Andere teilt. Und das führt zu einer (F) Radikalisierung der Ränder.....Eine Spaltung erhöht die Gewaltbereitschaft politisch Extremer, sowohl im linken, als auch im rechten, als auch im islamistischen Bereich.

Abb. 57: ... und damit schaffen wir uns eine in letzter Konsequenz reale Bedrohung.

Abb. 58: Darum: Weist Andere auf diese Gefahr hin... und geratet nicht in Panik, wenn eine Schlagzeile wieder ‚Bombenalarm‘ heißt... kurz:

Abb. 59: Macht Terroristen nicht stärker als sie sind...”

Erneut erfolgt ein doppelter Dreischritt, auf drei Konsequenzen folgen dabei drei Aufforderungen. Die Konsequenzen haben dabei einen identisch wiederkehrenden syntaktischen Aufbau, ein einfaches Mittel, um ihren Stellenwert innerhalb des Vortrags als mitzunehmende „Message“ stilistisch hervorzuheben und es dem Publikum zu vereinfachen, sie in Erinnerung zu behalten. Sie werden den Zuhörer_innen im Laufe des Vortrags zum Teil schon bewusst geworden sein, jedoch nicht klar und mit Nachhall wirkend ausformuliert. Hier erfolgt darum eine abschließende, eindeutige Zusammenfassung, die es dem Publikum abnimmt, sich selbst die Konsequenzen aus dem Gehörten „zusammenreimen“ zu müssen.

Die zweite Ankündigung des Redners ist nun erfüllt. Nachdem dem Publikum verdeutlicht wurde, dass unser Bedrohungsempfinden des islamistischen Terrorismus überzogen ist und in keinem Verhältnis zur tatsächlichen Gefahr steht, erfährt es abschließend, welche „reale Bedrohung“ wir uns in der Konsequenz selbst dadurch schaffen. Mit der Schlagzeile „Bombenalarm“ wird stilistisch auf den Einstieg zurückgegriffen und die zu Beginn des Vortrags eröffnete Klammer geschlossen. Der Vortrag endet, wie er begann: mit einer leeren Folie.

4. Schlussbetrachtung

Ziel dieser Arbeit war es, ein Verständnis für die verschiedenen Möglichkeiten der Kommunikation von Wissen zu etablieren. Hierfür wurden im ersten Teil der Untersuchung grundlegende Kommunikationstheorien vorgestellt und rhetorische und semantische Faktoren erläutert, die für die Wissenschaftskommunikation relevant sind. Dieser erste Hauptteil legte dar, wie komplexes Wissen und Forschungsergebnisse zielführend in die breite Öffentlichkeit getragen werden können. Da Forschungsarbeiten ohne aktives Zutun ihrer Beteiligten außerhalb des akademischen Fachkreises in der Regel ungehört bleiben, sind solche Kommunikationsprozesse unabdingbar, um wissenschaftliche Erkenntnisse breitenwirksam im öffentlichen Diskurs zu etablieren. In den Worten Jürgen Kaubes:

Sie [die Wissenschaft] hat kein Publikum im selben Sinne wie es Theateraufführungen oder Wahlkämpfe haben, keine Kundschaft wie die Firmen und keine Zwangsinssassen wie die Schulen. Insofern hat sie zunächst auch keine Öffentlichkeit, die nicht durch sie selber gebildet würde (Kaube 2012: 98).

Der zugrunde liegende Ansatz erfolgreicher Wissensvermittlung ist die Reduktion von Komplexität zugunsten einer allgemeinen Verständlichkeit. Ziel jeder Wissenschaftskommunikation sollte es sein, das zu vermittelnde Wissen in prägnante Kernaussagen mit logischen Argumentationen und verständlichem Vokabular zu übertragen. Eine vielversprechende Strategie, dem anvisierten Publikum im Gedächtnis zu bleiben, ist dabei, die Emo-

tionsebene des Rezipienten anzusprechen und Ergebnisse beispielsweise als Teil einer subjektiv erfahrbaren Geschichte zu formulieren.

Die erläuterten Methoden sollen als Anknüpfungspunkte verstanden und abhängig von wissenschaftlicher Thematik und Kommunikationsformat austariert und bei Bedarf weiterentwickelt werden. Dies trifft auch auf den im zweiten Teil dieser Untersuchung detailliert beschriebenen Vortrag der Autoren zu. Dessen Analyse hat aufgezeigt, wie die im ersten Hauptteil erläuterten Methoden praktisch umgesetzt und gesellschaftlich relevante Forschungsergebnisse unter Berücksichtigung wissenschaftsjournalistischer Ansätze publikumsorientiert umgeformt werden können. Der zuvor als gewinnbringend herausgestellte Grundansatz, komplexe Sachverhalte auf ein verständliches Niveau herunterzubrechen, wurde im Verlauf der Vortragsanalyse bestätigt: Im Rahmen der akademischen Untersuchung relevante, für das Verständnis der Grundthematik jedoch unerhebliche Informationen wurden im Vortrag ausgeblendet, anschauliche und attraktions- sowie aufmerksamkeitssteigernde Elemente hingegen ergänzt. Theoretisch-abstrakte Ausführungen sind auf ein Minimum reduziert, stattdessen wird die Emotionsebene der Zuschauer durch personalisierte Geschichten oder anschauliche Analogien angesprochen. Indem der Redner regelmäßig auf bereits bekannte Punkte und etablierte Piktogramme zurückgreift oder noch folgende Aspekte ankündigt (zum Teil im Rahmen einer selbst gestellten Frage), verliert sich das Publikum nicht in der Fülle der angebotenen Informationen. Auf diese Weise kann die Kernaussage von Andreas Bocks Aufsatz fundiert und einprägsam vermittelt werden.

Im Hinblick auf die beschriebene öffentlichkeitsorientierte Wissensvermittlung müssen Paradigmen verfolgt werden, die mit den einzuhaltenden Standards innerhalb des Forschungsprozesses und dem wissenschaftlichen Diskurs nicht unbedingt zusammenfallen. Nicht alle Zahlen sind erwähnens-, nicht jedes „Wenn und Aber“ nennenswert. Darum sei an dieser Stelle noch einmal betont, dass die oben beschriebenen Herangehensweisen ausschließlich dem Zweck einer Kommunikation von Wissenschaft an die Öffentlichkeit dienen und nicht auf die universitäre Lehre oder gar auf die Kommunikation innerhalb des Forschungsdiskurses übertragbar sind. Gleiches gilt für andere öffentlichkeitsorientierte Vermittlungsansätze wie dem PUR-Modell, das einen kritischen und transparenten Dialog zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft noch während des Forschungsprozesses beschreibt.

Im aktuellen politischen und gesellschaftlichen Klima scheinen wissenschaftliche Erkenntnisse zunehmend infrage gestellt zu werden. Umso wichtiger ist es, dass die Forschung sich diesen Herausforderungen und Wandlungsprozessen stellt und ihre Ergebnisse nicht nur fachintern diskutiert, sondern aktiv dem öffentlichen Diskurs zur Verfügung stellt. So gewährleistet sie, ihre Legitimität langfristig zu bewahren. Dies gilt insbesondere in Anbetracht drängender öffentlicher und politischer Themen wie die Angst vor Terrorismus, die in sozialen Medien, Feuilleton-Artikeln und Talkshows tagtäglich diskutiert werden – häufig ohne Einbezug wissenschaftlich gesicherter Erkenntnisse. Die in dieser Untersuchung vorgestellten Ansätze

bieten eine Orientierung für solch eine verbesserte Wissenschaftskommunikation.

Anmerkungen

- 1 URL: <https://vimeo.com/279411211>.
- 2 Da es sich bei der vortragenden Person um einen Mann gehandelt hat, wird in diesem Fall ausschließlich die männliche Form verwendet.
- 3 Das Symbol zu „Terror“ erscheint im eigentlichen Vortrag beim Begriff „Terroranschlag“, die „9“ hingegen erst bei der Erwähnung der Zahl Neun. Zur Vereinfachung wurde darauf verzichtet, diesen Prozess in einer separaten Abbildung darzustellen.
- 4 Dieser Satz wurde für die Videofassung abgeändert. In der Vortragssituation lautete er: „Die Ursache liegt hier drin“, einhergehend mit einer Handbewegung des Redners zur Stirn.
- 5 Für die Folien wählten die Autoren aus stilistischen Gründen die Schreibweise ohne Bindestrich.
- 6 Auf dem Pfeil ist „Mindset“ zu lesen.

Literatur

- Anderson, Chris (2016). *TED Talks: The official TED guide to public speaking*. London: Houghton Mifflin Harcourt.
- Beth, Hanno und Harry Pross (1976). *Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Stuttgart: Kohlhammer
- Bock, Andreas M. (2017). Islamistischer Terrorismus: Die konstruierte Bedrohung. *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik* 10, 2, 245–265.
- Bodmer, Walter (1988). Interview. In: Lewis Wolpert und Alison Richards (eds.). *A passion for science*. Oxford: Oxford University Press.
- Bodmer, Walter und Janice Wilkins (1992). Research to improve public understanding programmes. *Public Understanding of Science* 1, 1, 7–10.
- Böhringer, Joachim, Peter Bühler, Patrick Schlaich und Dominik Sinner (2014). Zeichen und Grafik. In: Joachim Böhringer, Peter Bühler, Patrick Schlaich und Dominik Sinner (eds.). *Kompendium der Mediengestaltung*. Berlin und Heidelberg: Springer, 282–342.
- Campenhausen, Jutta von (2014). *Wissenschaft vermitteln. Eine Anleitung für Wissenschaftler*. Wiesbaden: Springer.
- Erlhoff, Michael (2008). Kommunikation. In: Michael Erlhoff und Timothy Marshall (eds.). *Wörterbuch Design*. Basel: Birkhäuser, 231–234.
- Gloning, Thomas (2011). Interne Wissenschaftskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Format, Nutzungsweisen, Dynamik. In: Thomas Gloning und Gerd Fritz (eds.). *Digitale Wissenschaftskommunikation. Formate und ihre Nutzung*. Gießen: GEB, 3–33.

- Godlewsky, Tanja (2008). Piktogramm. In: Michael Erlhoff und Timothy Marshall (eds.). *Wörterbuch Design*. Basel: Birkhäuser, 311–312.
- Kaube, Jürgen (2012). Debatte: Wissenschaft, Journalismus, Übersetzung. *Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 6, 2, 93–100.
- Robey, Ethan (2008). Symbol. In: Michael Erlhoff und Timothy Marshall (eds.). *Wörterbuch Design*. Basel: Birkhäuser, 387–388.
- Scherzler, Diane (2008). Wissenschaft und Journalismus. Über die Problematik des Blicks von außen. Eine Erwiderung zu Metin Yeşilyurts Beitrag in den Archäologischen Informationen 30(2) von 2007. *Archäologischen Informationen* 31, 1&2, 127–135.
- Weitze, Marc-Denis und Wolfgang M. Heckl (2016). Gläserne Wissenschaft. In: Dies. (eds.). *Wissenschaftskommunikation. Schlüsselideen, Akteure, Fallbeispiele*. Berlin und Heidelberg: Springer, 169–179.

Kai Frederik Jostmeier
Moltkestraße 7
D-55118 Mainz
E-Mail: kai.jostmeier@mailbox.org

Philemon Schick
Klosterhof 12a
D-89143 Blaubeuren
E-Mail: philemon.schick@outlook.de

Max Schweizer
Roßbergstraße 36
D-72072 Tübingen
E-Mail: maschweizer22@gmail.com

Einblick in die Medienpraxis: Exemplarische Texte der Studierenden

Rezension

„Digitaler Dschihad“. Warum die Digitalisierung zum Verstärker von Terror wurde

Dass der Medienwandel unsere Art zu kommunizieren verändert hat, lässt sich kaum bezweifeln. Auch der Terrorismus hat von den Veränderungen des digitalen Zeitalters profitiert. Terroristische Kommunikation scheint aufgrund der unbegrenzten Möglichkeiten durch die globale Vernetzung des Internets unaufhaltsam und unkontrollierbar zu werden. Doch mit welchen neuen Kommunikationsstrategien arbeiten Terrorgruppen, um nicht nur Gefühle der Angst zu verbreiten, sondern auch Einzelpersonen oder Gruppen zu terroristischen Attentaten zu mobilisieren? Andreas Elter, Historiker und Medienwissenschaftler, sowie Stephan Weichert, Professor für Journalismus und Kommunikationswissenschaft an der Hochschule Macromedia in Hamburg, schildern in ihrem Essay die Auswirkungen des digitalen Medienwandels auf terroristische Kommunikation und bieten praktische Ansätze, wie Journalisten es vermeiden können, zum Spielball der Terroristen zu werden (Terrorismus 2.0. Über die Propaganda der Tat im digitalen Zeitalter. In: Thomas Jäger (ed.). *Die Welt nach 9/11. Auswirkungen des Terrorismus auf Staatenwelt und Gesellschaft*. Wiesbaden: Springer 2011, 946–967).

Eine zentrale Frage, der die Autoren in ihrem Essay nachgehen, ist die folgende: Welche neuen terroristischen Kommunikationsstrategien und -formen schafft der Medienwandel, die die Terroristen als Instrument nutzen können? Als Beispiel führen sie dschihadistische Terrorgruppen an. Die offene Dschihad-Ideologie, die den Kampf nicht gegen einen konkreten Feind – im Sinne einer Person oder Menschengruppe – führt, sondern global ausgelegt ist, profitiert von den neuen Distributionswegen. Über diverse Online-Plattformen können sich die Terroristen direkt an ihr Zielpublikum wenden, Terror-Botschaften ungefiltert zur Verfügung stellen und damit empfängliche Personengruppen oder Sympathisanten anwerben. Hier greifen ‚virale Marketing-Strategien‘ der Terrorgruppen, die einerseits zur schnellen, weltweiten Verbreitung terroristischer Inhalte führen und andererseits digitale Anhänger rekrutieren sollen, um diese zu radikalisieren.

Dass Medien und Medienakteure für terroristische Zwecke missbraucht sowie instrumentalisiert wurden, stellt laut Elter und Weichert in der Geschichte kein neuartiges Phänomen dar. Bereits im 19. Jahrhundert verbreiteten Anarchisten ihre propagandis-

tischen Botschaften über die damaligen Massenmedien wie Zeitungen oder Flugblätter, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Medien fungierten schon damals als Multiplikatoren von Angst. In den 1970er Jahren fand durch die audiovisuellen Medien ein weiterer Multiplikationseffekt statt. Hier wurde ein kostengünstiger Weg geschaffen, um Bewegtbilder verübter Attentate oder Schreckensbilder von Opfern medienwirksam zu verbreiten. Terror wurde als Medienereignis vermarktet, wodurch sich Terrortaktik mit Medienstrategie verband. Damals wie heute ist also „die Inszenierung terroristischer Gewalt als Medienereignis fester Bestandteil jeder Terrorstrategie“, so die Autoren.

Das Verhältnis zwischen Terrorismus und Medien (oder zwischen Terrorist und Journalist) setzen Elter und Weichert einer Symbiose gleich. Demnach bestehe eine Wechselwirkung sowie Abhängigkeit zwischen Terrorismus und Medien. Der Terrorismus brauche die Medien als Kanal zur Verbreitung seiner terroristischen Inhalte, um in kürzester Zeit eine große Anzahl von Menschen zu erreichen. Wiederum müssen die Medien auf terroristische Ereignisse reagieren und ihrer Funktion nachgehen, die Öffentlichkeit über solche Geschehen zu informieren. Diese These ist spannend und erschreckend zugleich, da hier suggeriert wird, dass das eine ohne das andere nicht existieren kann. An dieser Stelle kann eingewandt werden, dass die Medien in dieser Beziehung eine viel größere (Wirkungs-)Macht einnehmen, weil sie letztendlich darüber entscheiden, ob und wie terroristische Inhalte gezeigt werden. Die Medien können dem Terror einerseits viel Raum geben, indem sie den Bildern viel Sendezeit einräumen oder ausführlich darüber berichten. Auf der anderen Seite können sie ebenso dafür sorgen, dass der Terrorismus ‚kleingehalten‘ wird, indem man das Zeigen und Verbreiten der terroristischen Botschaften sowie Inhalte auf ein Minimum reduziert. Die Funktion der Medien als Kanal scheint hier also weitaus gewichtiger als der terroristische Akt selbst, da er ohne Verbreitung keine so große Wirkung entfalten könnte. Damit ist anstatt der beidseitigen, abhängigen Symbiose möglicherweise das Bild eines Parasiten (Terrorismus), der sich auf einen Wirt setzt (Medien), zutreffender, bei dem eine einseitige Abhängigkeit vorliegt – stirbt der Wirt, so stirbt auch der Parasit. Der Terrorismus ist somit mehr auf die Medien angewiesen als die Medien auf den Terrorismus.

Außerdem konstatieren Elter und Weichert in ihrem Essay, dass nicht nur Medieninstitutionen, sondern auch wir Nutzer zum „Spielball einer terroristischen Kommunikationsstrategie“ werden können. Dies liege darin begründet, dass terroristische Inhalte nicht mehr nur über traditionelle Medien und Nachrichtenredaktionen verbreitet werden können, sondern auch problemlos über Social Media-Plattformen ins Netz gelangen. Bei jedem Klick eines Videos oder der unbeabsichtigten Verbreitung solcher Inhalte werden wir zu Marionetten umfunktioniert, die unbewusst dafür sorgen, dass Terrorbotschaften vervielfältigt werden. Diese aufschlussreiche These zeigt, wie sehr die Medien im digitalen Zeitalter dazu beigetragen haben, dass Terrorgruppen ihre Reichweite drastisch erweitern und ihre Absichten der Angstverbreitung und Rekrutierung von Sympathisanten effektiver durchsetzen konnten. Insbesondere die Kommunikation via Internet scheint, wie von den Autoren vermutet, einen „Verstärkereffekt“ auf den Terrorismus auszuüben und Mikroterrorismus zu fördern. In Hinblick auf diese Entwicklung muss vor allem mehr Aufklärung im Internet stattfinden und ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, wie leicht wir als Nutzer an terroristische Inhalte im Netz geraten können und wie folgeschwer die Beeinflussung der Öffentlichkeit durch Terror und die damit verbundene Propaganda sein kann.

Elter und Weichert liefern in ihrem Essay einen guten Überblick über die Entwicklungen des digitalen Terrorismus und informieren hinreichend über die neuen Methoden terroristischer Kommunikation. Einige Vorschläge der Autoren, wie Journalisten mit terroristischer Berichterstattung umgehen sollen, werden leider nicht genauer ausgeführt und erscheinen wenig ausgereift. Hier hätten die Autoren durch eine gründlichere Darstellung mehr Lösungsansätze bieten können, etwa im Hinblick auf die Frage, wie man in Zukunft über Terrorattentate berichten kann, ohne dabei den Zielen terroristischer Propaganda in die Hände zu spielen. Es bleibt zu hoffen, dass die Autoren oder andere Wissenschaftler*innen die Anregungen aufgreifen und in zukünftigen Forschungsarbeiten diesen wichtigen Fragen weiter nachgehen. Es ist jedoch ein Verdienst des besprochenen Essays, diese aufgeworfen zu haben und einige Lösungsvorschläge zumindest zu skizzieren.

Marlies Althöfer

Feature

Eine Mail mit dem Anhang Terror. Würmer, Viren, Malware – es gibt viele Cyber-Bedrohungen. Würden sie für terroristische Zwecke eingesetzt werden, könnten die Folgen verheerend sein.

Ein dunkles Zimmer mit einem Schreibtisch, auf dem mehrere Monitore unheilvoll flimmern. Auf ihren Displays fließen in bester ‚Matrix‘-Manier Codezeilen von oben nach unten, von links nach rechts. Zwei Hände fliegen über Tastaturen, auf der Suche nach dem einen Schlüssel, der die verheißungsvolle Botschaft ‚Zugriff gewährt‘ hervorbringen soll.

So stellen sich wahrscheinlich viele einen Hacker bei der Arbeit vor. Wenn er erfolgreich ist und sich Zugang zu persönlichen Daten verschafft, ist das mindestens beunruhigend. Stellt man sich aber vor, dass professionelles Hacking terroristisch motiviert ist und Menschenleben auf dem Spiel stehen könnten, erreicht das Ausmaß einer solchen Bedrohung eine völlig neue Stufe.

Der Computerwurm *Stuxnet*, der im Juni 2010 entdeckt wurde und Rechner im iranischen Atomkraftwerk Buschehr manipuliert hatte, war Auslöser für eine Sicherheitsdebatte. Die Erkenntnis, dass Unbefugte die Kontrolle über wichtige Systeme einer topgeschützten Einrichtung erlangen konnten und ein Eingriff in das iranische Atomprogramm erfolgte, führte vor Augen, welche Gefahren das digitale Zeitalter bereithält. Zwar wird mittlerweile davon ausgegangen, dass es sich um einen Angriff des US-amerikanischen und israelischen Geheimdienstes handelte, da die Entwicklung und Verbreitung des Trojaners enorme Kosten verursachte und Logistik im Geheimhaltungssektor voraussetzt. Doch es ist durchaus vorstellbar, dass sich zum Beispiel Terrormilizen in Zukunft Software mit einem solchen Potenzial zunutze machen könnten.

Eugene Kaspersky, Chef und Mitgründer der Sicherheitsfirma Kaspersky Lab, sieht in *Stuxnet* einen Prototyp künftiger Cyberwaffen: „Ich denke, dass dies der Auftakt zu einem neuen Zeitalter ist: die Zeit des Cyber-Terrorismus, der Cyber-Waffen und der Cyber-Kriege“. Seine Firma analysierte die Konzeption des Wurms und kam zu dem

Schluss, dass im Falle der Hinzunahme sehr gut ausgebildeter Fachkräfte und ausreichender finanzieller Mittel eine Entwicklung vergleichbarer Schadsoftware durch Terrororganisationen nicht auszuschließen sei.

Wie so ein Cyber-Terrorismus konkret aussehen könnte, ist jedoch noch nicht absehbar. Worauf Kaspersky aber anspielt, könnte zum Beispiel folgendes Szenario sein: Eine Terrormiliz wie der ‚Islamische Staat‘ könnte sich Zugang zu einer Waffe verschaffen, die *Stuxnet* ähnelt, und die Kontrolle über lebenskritische Systeme übernehmen, etwa der Strom- oder Wasserversorgung in einer Region. Was sich nach einer Szene aus einem Hollywood-Blockbuster anhört, könnte morgen schon Realität sein.

Wenngleich die Finanzkraft des ‚IS‘ nach den Gebietsverlusten im Irak und in Syrien 2017 nicht mehr so stark ist wie zuvor, ist es dennoch vorstellbar, dass die Terrormiliz für einen großen Cyberangriff aufkommen könnte. „Ich fürchte, wenn die Mafia talentierte Hacker für ihre Zwecke anheuern kann, dann können islamistische Terroristen das auch“, gibt Eugene Kaspersky zu bedenken.

Erste Anzeichen dafür gab es schon. Am 8. April 2015 legten von Islamisten engagierte Hacker den Sendebetrieb des französischen Senders TV5 Monde über einen halben Tag lahm. Das sogenannte ‚Cyber Caliphate‘ demonstrierte da bereits seine Stärke und schaffte es unter anderem auch, streng geheime E-Mails der britischen Regierung abzufangen. Wenngleich diese Angriffe im Vergleich mit *Stuxnet* als nicht so verheerend erscheinen, bleibt die Unsicherheit bestehen. Momentan nutzt der ‚Islamische Staat‘ das Internet unter anderem dafür, in sozialen Netzwerken mittels Exekutions- und Propagandavideos seine Macht zu demonstrieren und Kandidaten zur Rekrutierung anzuwerben. Doch es wäre keine Überraschung, wenn in absehbarer Zeit weitere Cyber-Anschläge verübt werden.

Sollte die Person im dunklen Zimmer am Schreibtisch also den Schlüssel finden und würde ihre Schadsoftware im Mail-Anhang an den falschen Orten geöffnet werden, könnte dies die Berichterstattung in den nächsten Wochen und Monaten maßgeblich bestimmen.

David Frey

Interview mit Isabelle Holz **Wenn Fiktion zur Gebrauchsanleitung wird**

Isabelle Holz ist Doktorandin an der Universität Tübingen. In ihrer Promotion beschäftigt sie sich mit Terrorismus und Literatur und setzt sich dabei insbesondere mit dem RAF-Terrorismus der 1970er Jahre auseinander. Ihre Doktorarbeit versteht sie als ‚Modellstudie‘, die eine Auseinandersetzung mit und einen Zugang zu Terrorismusprävention leisten soll. Mit uns spricht sie über Strategien der Rezeption, die Mediennutzung der RAF und warum es keine Überraschung ist, dass die „Rote Armee Fraktion“ einen hohen weiblichen Anteil hatte.

Die Ideologie der RAF stützt sich neben vielen programmatischen Schriften auch auf literarische Werke von Brecht, Flaubert oder Chomsky. Wie kann aus solchen literarischen Werken terroristischer ‚Zündstoff‘ werden?

Da man Literatur in dieser Zeit eine politische Macht zusprach, spielten literarische Texte eine andere Rolle als heutzutage. Das Besondere an dem Verhältnis von RAF-Terrorismus und Literatur ist, dass diese Texte ‚umgelesen‘ wurden zu Gebrauchsanweisungen. Während die Ideologie auf den programmatischen Klassikern des Sozialismus und Kommunismus basierte, fand die emotionale Dynamik und das Handeln dieser Gruppe Anleitung, Legitimation und Inspiration in den literarischen Texten. Das Fiktionale wurde ihnen genommen und zur Handlungsanleitung umfunktioniert – die Fiktion sollte im terroristischen Akt in Realität übersetzt werden.

Der RAF wird ein hoher weiblicher Anteil nachgesagt. Zeitweise lag der Frauenanteil bei 60 Prozent. Wie kam es dazu, dass auch Frauen den ‚bewaffneten Kampf‘ aufnahmen?

Eigentlich ist das nicht überraschend, wenn man sich den Zeitgeist von 1968 vor Augen führt. Das war eine Zeit der Emanzipation sowie des Kampfes für Gleichberechtigung, und genau das spiegelt sich auch im Geschlechterverhältnis des RAF-Terrorismus wider. Im Vergleich zum islamistischen Terrorismus oder Rechtsterrorismus findet man im Linksterrorismus oft ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis. Wenn im Werte-Katalog ‚Freiheit‘ und ‚Gleichberechtigung‘ stehen, bildet sich das meist auch strukturell in der Gruppenorganisation oder zumindest im Umgang mit der Gleichberechtigung von Männern und Frauen ab.

Viele der heutigen Terrorgruppen nutzen die Medien als Spielball, um ihre terroristischen Botschaften innerhalb kürzester Zeit an möglichst viele Menschen zu verbreiten. Wie war das damalige Verhältnis zwischen RAF und Medien?

Hier muss man zwischen der ersten und der zweiten Generation der RAF unterscheiden. Die erste Generation hat es sich noch nicht so bewusst gemacht, wie Medien für die eigene Strategie genutzt werden können. Außerdem war das Verhältnis zu den Medien ein grundsätzlich kritisches. Dagegen hat die zweite Generation versucht, die Medien manipulativ zu nutzen und gemerkt, was für einen Effekt das hatte. So beispielsweise bei der Schleyer-Entführung im Jahr 1977 – das sind Bilder, die sich eingeprägt haben. Die zweite Generation hat ihren Terrorismus dadurch zum medialen Ereignis gemacht.

Die Fragen stellten Marlies Althöfer und Bettina Buhl

Interview mit Stephan Humer **„Dem Terrorismus den Wind aus den Segeln nehmen“**

Stephan Humer ist Gründer des ersten deutschen Arbeitsbereichs „Internetsoziologie“. Er erforscht und erklärt die Digitalisierung mit Schwerpunkt auf Themengebieten wie Terrorismus, Extremismus und organisierter Kriminalität. Im Interview stellt er sich einigen Fragen zur kürzlichen Entwicklung des Islamischen Staates und dessen Umgang mit digitalen Medien.

Herr Humer, Sie erforschen Terrorgruppen wie den ‚Islamischen Staat‘ und deren Umgang mit digitalen Medien. Inwiefern schafft es der IS, digitale Medien für seine Zwecke zu nutzen und somit Angst und Schrecken zu verbreiten? Man rechnet, wenn man an Terroristen denkt, ja nicht unbedingt mit Marketingprofis.

Der IS arbeitet sehr professionell und nutzt die digitalen Medien sehr gezielt. Das war auch für mich neu. Sie sind in der Bandbreite der Möglichkeiten sehr gut aufgestellt, ob es sich nun um neue Websites, die Produktion von professionellen Videos oder auch die Benutzung von Facebook zur Rekrutierung junger Menschen handelt. Durch diese Professionalität auf ganzer Linie war Schreckensverbreitung auf vielen Ebenen möglich. Das gab es in der Vergangenheit auch, aber nicht in diesem Maße. Die Terroridee des Islamischen Staates wurde so stark wie nie zuvor in der Geschichte digital transportiert – und das ist der entscheidende Punkt im Vergleich zu anderen Terrorgruppen.

Letztes Jahr wurde ein Artikel von Ihnen im Focus veröffentlicht. Aus diesem geht hervor, dass Sie den IS eher als eine Marke oder ein Label sehen. Können Sie dies näher erläutern?

Der IS hat sehr auf ein dezentrales Agieren gesetzt. Man hat gesagt: „Schreib IS auf deine Fahne, wer auch immer du bist.“ Also nach dem Motto: „Wenn ihr Krieger im heiligen Krieg sein möchtet, lest unsere Anleitung, macht was immer ihr machen wollt und schreibt einfach IS darüber“. Das ist der neue Gedanke, welcher kaum mehr in den Griff zu bekommen ist. Es gibt dieses sogenannte Kalifat, aber im Prinzip kann jeder IS-Kämpfer werden. Das wiederum würde ich weniger als feste Struktur, sondern mehr als eine Label-Idee interpretieren.

Nach einem Anschlag werden neue Informationen oft im Minutentakt über zahlreiche Kanäle an die Öffentlichkeit weitergegeben, obwohl die Informationen noch nicht hundertprozentig bestätigt worden sind. Werden dadurch neue Anschläge provoziert, weil sich mögliche neue Täter motivierter fühlen?

Ich glaube, das hängt vom jeweiligen Setting ab. Es gibt viele klassische Studien zum Thema Selbstmord, die gezeigt haben, dass es immer Nachahmer gab, wenn über Selbstmorde berichtet wurde. Statistisch wurde einige Wochen nach der Berichterstattung tatsächlich eine steigende Selbstmordrate festgestellt. Dieser Effekt wird ‚Werther-Effekt‘ genannt. Bei Terror-Anschlägen ist das vergleichbar. Ein Terrorist, der sieht, wie ein anderer Anschlag funktioniert hat und was für eine Reichweite dieser einnimmt, wird vielleicht so seine letzten Zweifel beiseite legen und einen Anschlag durchführen. Diesen Effekt gibt es tatsächlich. Der IS lebt genau von diesen Einzeltätern, die nicht direkt in einer Organisation sind und die sich zu einer Tat motivieren oder inspirieren lassen.

Wie sollten Medien Ihrer Meinung nach mit dem Terror in der heutigen Zeit umgehen?

Sobald etwas Schlimmes passiert, sitzen die Medien eigentlich in der Zwickmühle. Während eines laufenden Attentats kann ich schwer sagen: „Ich berichte jetzt nicht mehr

und warte ab, bis es zu Ende ist“. Beim Amoklauf in München war es etwa wichtig, die Menschen zu warnen. Ich empfehle, sich erst einmal mit diesem Mechanismus vertraut zu machen. Man sollte der Frage nachgehen: „Was passiert eigentlich, wenn ein bestimmtes Szenario eintritt, und wie kann man dagegenhalten?“ Die Ehrlichkeit der Medien spielt hierbei eine wichtige Rolle. Sollte beispielsweise noch nicht klar sein, wie viele Täter beteiligt waren, sollte es Aufgabe der Medien sein, mit dem Bericht zu warten oder keine Live-Bilder zu zeigen, um die Menschen nicht zu erschrecken.

Wie genau sollten die Medien also reagieren?

Ich denke gegenüber dem Dargestellten sollten die Medien viel mehr versuchen, die Warnung in den Vordergrund zu stellen. Es geht darum, die Bevölkerung auf die Gefahren aufmerksam zu machen und sie nicht mit irgendwelchen unbestätigten Meldungen in die Irre zu führen oder in Angst zu versetzen. Man sagt sich dann: „Die Terroristen wollen Aufregung, aber wir schrauben das herunter und berichten das ganz ruhig und entspannt.“ Genau das hat der Pressesprecher der Münchner Polizei gemacht. Er ist während der ganzen Geschichte sehr ruhig geblieben. Er hat sachlich und präzise geantwortet und sich nicht aus der Ruhe bringen lassen. Damit hat er Panik vermieden und eben nicht zu dieser Befeuerung beigetragen. Beispiele wie dieses müsste es meines Erachtens viel öfter geben. Nur so kann man dem ganzen Ereignis den Wind aus den Segeln nehmen.

Die Fragen stellten Philemon Schick, Robin Biesinger und Benedict Hoyer

Interview mit Sebastian Baden

„Der Terrorismus ist eine memetische Konstruktion“

Sebastian Baden ist Kurator für zeitgenössische Kunst an der Kunsthalle in Mannheim, Autor des Buches *Das Image des Terrorismus im Kunstsystem* und Mitglied im Vorstand des „Netzwerks Terrorismusforschung“. Im Interview spricht er über die wissenschaftliche Theorie der Memetik und wie diese im Bereich des Terrorismus und der Propaganda wirkt.

Wie würden Sie einem Laien in drei Sätzen den Begriff Memetik erklären?

Memetik ist eine wissenschaftliche Theorie, die sich von der Kulturosoziologie ableitet und sich an kulturellen Handlungen orientiert. Dazu können Musik, Bilder und Kunstwerke zählen. Die Memetik geht davon aus, dass bestimmte Informationen dieser Bilder von Mensch zu Mensch übertragen werden oder sich selbst zur Übertragung bringen. Die Memetik wird an der Stelle interessant, an der sie in der Gegenwart im Internet mit Memen zusammenkommt – also Bild- und Textelementen, die durch Verfremdung, Variation und Aneignung in neue Kontexte gebracht werden.

Welche Rolle spielt das Internet bei Memen?

Meme überliefern Informationen. Das Internet hat es ermöglicht, die Memetik zu perfektionieren. Es macht eine digital codierte Kommunikation möglich, so dass Meme hergestellt werden können, die wesentlich schneller und einfacher übertragbar sind als ande-

re kulturelle Handlungen wie Pfeife rauchen oder Schnürsenkel binden – oder eben Propaganda. Deshalb ist das Internet ein Beschleunigungsfaktor und spezifisch seit den letzten zehn Jahren mit seinen sozialen Netzwerken immer wichtiger geworden. Seit Bildbearbeitungsprogramme universell zugänglich sind, wird das Gestalten, Transformieren und Teilen einfacher. Dadurch ist eine Prosumergruppe entstanden. Also Produzenten und Konsumenten gleichzeitig, die Meme reproduzieren können. Das war vor dem Internet nicht möglich, da war Kommunikation analog und schwieriger nachzuvollziehen.

Wie hat sich die Situation verändert, jetzt, wo jeder durch die Bearbeitungsprogramme Meme erstellen kann?

Jeder, der schlau genug ist und weiß, wie ein Mem funktioniert und genug Kreativität mit sich bringt, kann eigene Meme erzeugen und verbreiten. Davon abhängig gibt es eine Rezipientengruppe, die Verständnis für diese Meme mit sich bringen muss. Das heißt, es braucht eine kulturelle Codierung, die ein Verständnis überhaupt erst ermöglicht. Nicht alle Meme sind überall anschlussfähig. Usergruppen können untereinander Meme generieren, die andere gar nicht verstehen können. Meme sind codierte Zeichenkomplexe und nicht in allen Kultur- und Sprachregionen verwendbar. Es gibt aber universale Meme, die weltweit Verbreitung fanden, weil sie besonders anschlussfähig gewesen sind. Das berühmteste ist der tanzende Koreaner aus dem Tanzvideo Gangnam Style. Umgekehrt hat sich die einfache Gestaltung der schwarz-weißen Flagge des islamischen Staates auch prominent etabliert, ein effektives Mem.

Wie wird Memetik in der Gegenwart für Propaganda missbraucht?

Meme lassen sich einfach als kommunikative Waffen gebrauchen. Die Theorie der Memetik besagt, dass Meme automatisch Fortsetzungen finden und wirken. Den Missbrauchsbegriff würde ich also einschränken, aber trotzdem sind Meme Bestandteil von Propaganda, weil Propaganda einfache, reduzierte Informationen mit Bild und Text kombiniert und dafür bekannt ist, einseitige ideologische Praxis auszuüben. Meme sind hierbei sehr praktisch, da sie Kontexte verfremden können. Das bekannteste Mem dafür ist Uncle Sam, der für die amerikanische Armee wirbt. Das Bild stammt eigentlich aus dem ersten Weltkrieg und aus Großbritannien und fand dann über Amerika bis hin zu Star Wars wieder Verwendung. Meme sind auch geschickt als Kritik an Propaganda einsetzbar. Das ist das interessantere Element, wenn man mit humorvollen, kritischen Aspekten operiert. Memetik ist also mehr eine Aufklärungstechnik für Propagandaforschung.

Welche Rolle spielen Meme für den Terrorismus?

Meme spielen eine zentrale Rolle für terroristische Aufmerksamkeitsstrategien. Der Terrorismus an sich ist schon eine memetische Konstruktion, die auf Imitation und Weiterführung beruht. Terrorismus im Sinne von politischer Gewalt und Anschlägen wird von mir als kulturelle Handlungspraxis definiert, die memetisch übertragbar ist. Daher spielen Bilder hier eine Rolle, weil sie eine visuelle Überlieferung produzieren. Terrorismus braucht Bilder und Informationen. Bilder nutzen dabei den Bildüberlegen-

heitseffekt, den sie gegenüber einem Text nutzen. Da Meme mit Bild und mit Text arbeiten, hat terroristische Ikonografie einen großen Nutzen von ihnen. Man könnte nur von Bild- und Textinformationen sprechen, doch wenn man von Memen spricht, wird es interessant, da ganz andere kulturtechnische Verfahrensweisen noch impliziert werden. Also mediologisch und kulturwissenschaftlich betrachtet geht es da um Handlungshintergründe wie Erlösermythologien und kulturelle Überlegenheitsansprüche. Das ist weit mehr als nur eine linguistische oder semiotische Analyse.

Wie werden Meme von Terroristen genutzt?

Primär in Form von terroristischen Akten, die wiederum Nachahmung finden. Die Imitation einer bestimmten Handlung und im Falle von jüngsten Attentaten mit Fahrzeugen auf Passanten, das ist ein sehr einfaches Mem. Nämlich mit einem Fahrzeug Personen zu treffen. Ähnlich gingen die Terroristen am 11. September mit Flugzeugen vor, aber visuell spektakulärer, indem sie mit den Flugzeugen Häuser zerstört haben. Das ist entsprechend aufwendig. Mit Fahrzeuganschlägen ist Terror effizienter und einfacher zu erzeugen. Deshalb gibt es so viele Nachahmungstäter in jüngster Zeit.

Karlheinz Stockhausen hat gesagt, dass der Anschlag vom 11. September das schönste Kunstwerk sei. Wie sehen Sie diese Aussage?

Er hat in einer Pressekonferenz am 16. September 2001 gesagt, die Anschläge seien das größte Kunstwerk, das es auf der Welt gäbe; darauf gehe ich in meinem Buch sehr ausführlich ein. Aus der Perspektive der Memetik kann man hier sagen: Volltreffer! Stockhausens Aussage ist bezeichnend für den Effekt von bestimmten Bildern, und damit wird dieser Anschlag, die Chiffre 9/11, memetisch erklärbar und verwertbar.

Osama bin Laden wurde als Gesicht des Terrors veranschaulicht. Sind der IS und Cyber Terrorism dagegen gesichtslos für die Kunst?

Auf jeden Fall sind sie gesichtsloser, weil bin Laden noch eine Individualität mit sich brachte. Er ist ein sehr generalisierbares Image geworden: mit Bart im Gesicht und einem Turban. Beim IS ist es schwieriger, weil dessen Aktivisten meistens vermummt sind und dadurch identisch erscheinen – wie Klone, um hier eine Metapher von W.J.T. Mitchell aufzunehmen. Dafür macht sie das memetischer. Der IS ist mehr Mem als Bin Laden, weil die IS-Kämpfer sich alle imitieren im Outfit, ihrer Erscheinung und ihrer Art Anschläge zu verüben. Dann gibt es Cyber Terrorism, eigentlich besser als Hacking-Aktionen bekannt. Die kann man sehr schwierig als Mem definieren, außer man definiert bereits einen Code als Mem. Programmiercodes sind eigentlich urtypische Meme, zumal dann, wenn sich ein Computervirus selbst weiterverbreitet. Der Cyber Terrorism funktioniert wie ein Angriff aus dem Hinterhalt, er gefährdet die persönliche Sicherheit, die digitale und psychische Identität. Die Gefahren für Leib und Leben durch diese Art des Terrorismus sind bislang noch nicht genug erforscht. Online-Propaganda wird hingegen bereits gut erforscht von meinen Kollegen.

Führt das Phänomen der ‚viralen Mems‘ dazu, das Ausmaß des Terrorismus zu verharmlosen?

Im Gegenteil, es ist ein Multiplikator. Virals sind z.B. medial verbreitete Bilder von Terroranschlägen und Meme sind meistens Veränderungen und Verfremdungen von Virals. Nochmal eine Verwendungsstufe mehr. Damit sehe ich den Effekt von Terrorismus nicht verharmlost, sondern sogar verstärkt. Die virale Eigenschaft von Online-Berichterstattung zu terroristischen Anschlägen sorgt viel stärker dafür, diese wahrnehmbar zu machen als memetische Verfremdungen.

Terroranschläge leben auch von ihrer Wahrnehmbarkeit. Wie sollten in Ihren Augen Medien über Terroranschläge berichten. Sollten Bilder gezeigt werden?

Das ist eine Frage für den journalistischen Ethikkodex. Welche Fotografien sollen öffentlich gezeigt werden und welche nicht? Es ist immer abzuwägen zwischen der Informationspflicht und der Schaulust des Publikums. Allerdings muss die ethische Sorgfalt meistens zurückstehen zu Gunsten des Absatzes, was wiederum terroristischen Akten zuspielt. Sie zielen auf spektakuläre Aktionen und auf die möglichst effiziente Verbreitung von Bildbotschaften. Das ist ein Grund, weshalb theoretisch zurückhaltend und moderat mit Texten über solche Anschläge berichtet werden sollte, immer mit kritisch reflektierten Hinweisen auf die Quelle. Medien sind aber keine Gratisbotschafter, sondern gewerbliche Unternehmen, die Information verkaufen müssen. Die terroristischen Meme profitieren von dieser Ökonomie der Aufmerksamkeit.

Die Fragen stellten Sven Reznicek und Johannes Hübner

Veranstaltungskalender

Zeitschrift für

Semiotik

Band 39 • Heft 3-4 (2017)

Seite 179-183

Stauffenburg Verlag Tübingen

- 23.6.–24.6.18
in Montecassiano **Conference on “Music, Communication and Performance”.**
Auskunft: Alberto Nones, Università della Svizzera italiana, Via Buffi 13, CH–6900 Lugano (E-Mail: alberto.nones@usi.ch, Internet: <http://nonesal.wixsite.com/conference>).
- 25.6.–28.6.18
in Stockholm **4th Arts and Humanities Conference.**
Auskunft: Robert Holman, International Institute of Social and Economic Sciences, Trebesovska 2038/14, CZ–193 00 Prag (E-Mail: info@iises.net, Internet: <http://iises.net/current-conferences/arts-and-humanities/4th-arts-humanities-conference-stockholm>).
- 29.6.–30.6.18
in Palermo **Inclusive Interdisciplinary Conference on “Fashion and Photography”.**
Auskunft: Luca Lo Sicco, Università Palermo, Piazza Marina, 61, IT–90133 Palermo (E-Mail: lucalo.sicco@gmail.com, Internet: <http://www.progressiveconnexions.net/interdisciplinary-projects/global-transformations/fashion-and-photography/conferences/>).
- 2.7.–7.7.18
in Shropshire **18th International Summer School and Symposium on Humour and Laughter.**
Thema: Theory, research and applications.
Auskunft: Josiane Boutonnet, University of Wolverhampton, Wulfruna Street, Wolverhampton UK–WV11LY (E-Mail: [J. Boutonnet@wlw.ac.uk](mailto:J.Boutonnet@wlw.ac.uk), Internet: www.humoursummerschool.org/18/).
- 4.7.–8.7.18
in Cape Town **8th Conference of the International Society for Gesture Studies.**
Thema: The Rich Diversity of Human Gestural Communication.
Auskunft: Sotaro Kita, Department of Psychology, University of Warwick, University Road, UK–CV4 7AL Coventry (E-Mail: abstracts@isgs8conference.com, Internet: <http://www.isgs8conference.com/>).
- 5.9.–9.9.18
in Olomouc **Internationale Konferenz: Ottokar II. redivivus.**
Thema: Der Přemyslidenfürst in Wissenschaft, Kunst und Medien.
Auskunft: Sabine Voda Eschgfäller, Lehrstuhl für Germanistik, Palacký-Universität Olomouc, Křížkovského 10, CZ–771 80 Olomouc (E-Mail: ottokar2018@gmail.com).
- 15.9.18
in Zürich **Tagung der Schweizerischen Gesellschaft für Symbolforschung.**
Thema: Phantastische, symbolische und fiktive Landkarten.
Auskunft: Paul Michel, Fröbelstrasse 25, CH–8032 Zürich (E-Mail: mailbox@symbolforschung.ch, Internet: http://www.symbolforschung.ch/Phantastische_Landkarten).

- 26.9.–28.9.18
in Koblenz
- 8. Internationale Konferenz der Deutschen Gesellschaft für Kognitive Linguistik.**
Thema: Applied Cognitive Linguistics.
Auskunft: Constanze Juchem-Grundmann, Campus Koblenz, University of Koblenz-Landau, Universitätsstraße 1, D–56070 Koblenz (E-Mail: dgkl2018@uni-koblenz.de, Internet: <http://www.dgkl-gcla.de/konferenzen>).
- 18.10.–19.10.18
in Berlin
- II. Berlin-Visegrád Konferenz.**
Thema: Jüdische Kulturgüter sichern. Möglichkeiten neuartiger Rekonstruktions- und Digitalisierungstechnologien.
Auskunft: Mathis Kothe, Fraunhofer-Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik IPK, Pascalstraße 8–9, 10587 D–Berlin (E-Mail: mathis.kothe@ipk.fraunhofer.de).
- 18.10.–20.10.18
in Krakau
- Text – Image – Music: Crossing the Borders IALS Symposium.**
Auskunft: Ryszard Kurpiel, Institute of English Studies, Jagiellonian University, Al. Mickiewicza 9A, 31-120 Kraków (E-Mail: kurpielryszard@gmail.com, Internet: <https://www.uj.edu.pl/web/ials2018/>).
- 23.11.– 24.11.18
in Passau
- Information & Media Literacy (IML).**
Thema: Interdisziplinäre Perspektiven auf Bildung und Digitalisierung.
Auskunft: Sarah Makeschin, Professur für Amerikanistik / Cultural and Media Studies, Universität Passau, Innstraße 25, D–94032 Passau (E-Mail: iml-conference@uni-passau.de, Internet: <http://www.iml-2018.uni-passau.de/>).
- 30.11.–4.12.18
in Matrei
- 44. Matreier Gespräche.**
Thema: Generationentransfer – Die Weitergabe von Dingen und Informationen in Natur und Kultur.
Auskunft: Bernhart Ruso, Malzgasse 3, A–1020 Wien (E-Mail: bernhart@ruso.at, Internet: www.matreier-gespraech.at/index.php).
- 20.2.–23.2.19
in Passau
- Winterschule Passau.**
Thema: Social Semiotics: Mediale Tradierung – kulturelle Transformationen im digitalen Zeitalter.
Auskunft: Jan-Oliver Decker, Professur für Neuere Deutsche Literaturwissenschaft und Mediensemiotik, Universität Passau, Leopoldstraße 4, D–94032 Passau (E-Mail: Jan-Oliver.Decker@uni-passau.de).
- 9.3.19
in London
- Interdisciplinary Conference on Mirrors 2019.**
Thema: Perceptions, Deceptions, and Reflections in Time.
Auskunft: Liam Barnett, London Centre for Interdisciplinary Research, Unit 3A, Gateway Tower, 32 Western Gateway, UK–E161YL London (E-Mail: mirror@lcir.co.uk, Internet: <https://mirror.lcir.co.uk>).
- 12.3.–14.3.19
in Mannheim
- 55. Jahrestagung des Instituts für Deutsche Sprache.**
Thema: Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv, multimodal, vielfältig.
Auskunft: Annette Trabold, Institut für Deutsche Sprache, D–68161 Mannheim (E-Mail: trabold@ids-mannheim.de, Internet: www1.ids-mannheim.de/org/tagungen/2019.html).

- 20.3.–21.3.19
in Hiroshima
- 6th Asian Conference on the Arts, Humanities and Sustainability.**
Thema: New Pathways.
Auskunft: Michael Sasaoka, INTESDA, 1-3-2 Tamamiya-cho, Asai Building, Office 203, J-500-8835 Gifu City (E-Mail: secretariat@intesda.org, Internet: <http://intesda.org/arts-humanities-sustainability-conference/submissions-guidelines>).
- 21.3.–23.3.19
in Newport News
- The Global Status of Women and Girls 2019.**
Thema: Intersectionality: Understanding Women's Lives and Resistance.
Auskunft: Jessica Apolloni, Christopher Newport University, 1 Avenue of the Arts, VA-23606 Newport News (E-Mail: ahconf@cnu.edu, Internet: <http://globalstatusofwomen-conf.org>).
- 31.3.–4.4.19
in Ventura
- The Representational Art Conference 2019.**
Thema: Imaginatin's role in representational arts.
Auskunft: Michael Pearce, California Lutheran University, 60 West Olsen Road, CA-91360 Thousand Oaks (Kontaktformular: <https://www.trac2019.org/organization/contact-us/>, Internet: <https://www.trac2019.org/call-for-papers>).
- 11.4.–12.4.19
in Bydgoszcz
- Internationale Konferenz: Sprache und Bild in der öffentlichen Kommunikation.**
Auskunft: Anna Kapuścińska, Katedra Germanistyki, Kazimierz-Wielki-Universität Bydgoszcz, ul Grabowa 2, PL-85-601 Bydgoszcz (E-Mail: a.kapuscinska@ukw.edu.pl, Internet: <https://www.ukw.edu.pl/jednostka/de-germanistyka>).
- 11.4.–13.4.19
in Lausanne
- Jahrestagung der Schweizerischen Gesellschaft für Kulturtheorie und Semiotik 2019.**
Thema: Sich einrichten. Zur Poetik und Semiotik des Wohnens seit 1850.
Auskunft: Thomas Wegmann, Institut für Germanistik, Universität Innsbruck, Innrain 52, A-6020 Innsbruck (E-Mail: thomas.wegmann@uibk.ac.at, Internet: <https://networks.h-net.org/node/79435/discussions/1666774/korrektur-cfp-sich-einrichten-zur-poetik-und-semiotik-des-wohnens>).
- 13.4.–14.4.19
in Bruges
- Inclusive Interdisciplinary Conference 2019.**
Thema: Spaces and Places.
Auskunft: Rob Fisher, Priory House, 149B Wroslyn Road, Free-land, UK-OX29 8HR Oxfordshire (E-Mail: humour@inter-disciplinary.net, Internet: <http://http://www.progressiveconnexions.net/interdisciplinary-projects/global-transformations/spaces-and-places/conferences>).
- 15.4.–16.4.19
in San Juan
- 5th International Congress on Visual Culture.**
Thema: Latin America from the Image: the Historical Narrative and Visual Culture.
Auskunft: Rafael L. Cabrera Collazo, Parque científico de Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, Calle Faraday 7, E-28049 Madrid (E-Mail: support@gkacademics.com, Internet: <http://onvisualculture.com/congress/registration>).

- 10.5.–12.5.19
in Łódź
- The Sixth International Conference on Philosophy of Language and Linguistics (PhiLang 2019).**
Auskunft: Piotr Stalmaszczyk, Institute of English Studies, University of Łódź, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź (E-Mail: philang2019@uni.lodz.pl, Internet: <http://filologia.uni.lodz.pl/philang/>).
- 16.5.–18.5.19
in Chicago
- 55th Annual Meeting of the Chicago Linguistic Society.**
Auskunft: Ömer Eren, University of Chicago, Edward H. Levi Hall 5801, South Ellis Avenue, IL–60637 Chicago (E-Mail: chicagolinguisticsociety.cls55@gmail.com, Internet: <http://chicagolinguisticsociety.org>).
- 15.6.–16.6.19
in Verona
- Inclusive Interdisciplinary Conference “Storytelling and the Body”.**
Auskunft: Cristina Santos, Via Longhena 42, I–37138 Verona (E-Mail: csantos@brocku.ca, Internet: <http://www.progressive-connexions.net/interdisciplinary-projects/storytelling/storytelling-and-the-body/conferences>).
- 22.6.–23.6.19
in Oxford
- International Conference “The Place of Memory and Memory of Place”.**
Thema: Monuments and sites of trauma.
Auskunft: Olena Lytovka, St Anne’s College, Woodstock Road, UK–OX26HS Oxford (E-Mail: memory@lciir.co.uk, Internet: <http://memory.lciir.co.uk>).
- 1.7.–5.7.19
in Moskau
- 19th Annual Gatherings in Biosemiotics.**
Thema: Meaning-making processes (semiosis) in living systems.
Auskunft: Alexei Sharov, Lomonossow-Universität Moskau, Ul. Leninskiye Gory 1, RUS–119991 Moskva (E-Mail: biosemiotics2019@philos.msu.ru, Internet: <http://biosemioticsmsu.org>).
- 1.7.–6.7.19
in Bonn
- 19th International Summer School and Symposium on Humour and Laughter.**
Thema: Theory, research and applications.
Auskunft: Lisa Linge-Dahl, Universitätsklinikum Bonn, Klinik für Palliativmedizin, Sigmund-Freud-Str. 25, D–53127 Bonn (E-Mail: Lisa.Linge-Dahl@ukb.uni-bonn.de, Internet: www.humoursummerschool.org/19/).
- 7.7.–10.7.19
in Shanghai
- 11th Biennial Conference of the International Academy for Intercultural Research.**
Thema: Advancing Intercultural Research and Dialogue: Crossing Boundaries and Building Bridges.
Auskunft: Dan Landis, International Academy for Intercultural Research, 17-123 Palula Place, HI–96749 Keaau (E-Mail: danl@hawaii.edu, Internet: <https://www.intercultural-academy.net>).
- 5.9.–6.9.19
in Manchester
- 10th International Conference on “The Image”.**
Auskunft: Sara Hoke, Manchester Metropolitan University School of Art, Benzie Building, Boundry Street West, UK–M156BR Manchester (E-Mail: support@ontheimage.com, Internet: <http://ontheimage.com/2019-conference/call-for-papers>).

- 9.9.–13.9.19
in Buenos Aires **14th World Congress of Semiotics of the International Association for Semiotics Studies / Association Internationale de Sémiotique (IASS/AIS).**
Thema: Trajectories.
Auskunft: María Teresa Dalmasso, Universidad Nacional de las Artes, Av. General Las Heras 1749, RA–1551 Sarmiento (E-Mail: info@worldcongressofsemiotics2019.org, Internet: <https://www.worldcongressofsemiotics2019.org>).
- 18.9.–20.9.19
in Halle **Tagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik 2019.**
Auskunft: Ines Bose, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg Universitätsplatz 10, D–06108 Halle (E-Mail: gal-sektionenta-gung-2019@sprechwiss.uni-halle.de, Internet: <https://www.conf-tool.org/gal2019>).
- 25.9.–28.9.19
in Köln **Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft 2019.**
Thema: Medien-Materialitäten.
Auskunft: Stephan Packard, Institut für Medienkultur und Theater, Universität zu Köln, Meister-Ekkehart-Straße 11, D–50937 Köln (E-Mail: gfm2019@uni-koeln.de, Internet: https://gfmedienwissenschaft.de/sites/gfm/files/file/2019-02/Jahrestagung%202019_cfp.pdf).
- 9.10.–16.10.19
in Portland **44th Annual Conference of the Semiotic Society of America.**
Thema: The Semiotics of Borders and the Borders of Semiotics.
Auskunft: André De Tienneat, School of Liberal Arts, 902 West New York Street, IN–46202 Indianapolis (E-Mail: adetienn@iupui.edu, Internet: <https://semioticsocietyofamerica.org>).
- 21.11.–24.11.19
in Jena **Tagung „Die Emotionalisierung des Politischen“.**
Auskunft: Paul Helfritzsch, Institut für Philosophie, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Ernst-Abbe-Platz 8, D–07743 Jena (E-Mail: edp.tagung@uni-jena.de, Internet: <https://dgphil.de/uploads/media/1547135045-20.pdf>).
- 29.11.19
in Istanbul **4th International Conference on Memory Studies.**
Thema: History and Memory.
Auskunft: Zeynep Suda, Topçu Cd. No. 6, Kocatepe Mahallesi, TR–34437 Istanbul (E-Mail: info@dakam.org, Internet: <https://www.dakamconferences.org/memory>).

Online-Version: <http://www.semiotik.tu-berlin.de/menue/zeitschrift_fuer_semiotik/>. Weitere Ankündigungen etwa bei der International Association for Semiotic Studies (IASS) unter <<http://iass-ais.org/>>, bei der Gesellschaft für interdisziplinäre Bildwissenschaft unter <<http://www.gib.uni-tuebingen.de>> und im Internationalen Semiotik-Bulletin Semiotix <<http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/signpost/signpost.html>>.

Eigene Hinweise (mit Zeit, Ort, Name und Thema der Tagung sowie vollständiger Adresse einer Kontaktperson) schicken Sie bitte an Christian Trautsch: trautsch@semiotik-forum.de

Vorschau auf den Thementeil der nächsten Hefte

Nachfolgend sind die geplanten Themenhefte der Zeitschrift für Semiotik aufgeführt. Autor/-innen mit Interesse zur Abfassung von Beiträgen, Einlagen und Institutionsberichten können sich über die Adresse zsem.redaktion@tu-chemnitz.de direkt an die Redaktion der *Zeitschrift für Semiotik* wenden.

Semiotik in der Diaspora

(Yuan Li und Benno Wagner)

Umberto Eco und die heutige Semiotik

(Eva Kimminich)

