

Maria Fritzsche

DER SOGENANNT „ISLAMISCHE STAAT“ UND SEINE HOCHGLANZMAGAZINE

EIN GEGENSTAND FÜR DIE LINGUISTISCHE FORSCHUNG

Die Autorin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Allgemeine Linguistik der TU Berlin.

Das US-amerikanische Institute for the Study of War beschrieb die Hochglanzmagazine des sogenannten „Islamischen Staates“ bereits 2014 als Artefakte, die „invaluable insight on [...] ISIS's three axes of effort“ (Gambhir 2014, S. 10) ermöglichen, da in ihnen das religiöse, militärische und politische Programm exemplifiziert würde. Im Folgenden möchte ich diskutieren und anhand von drei Fallbeispielen illustrieren, warum gerade die linguistische Auseinandersetzung mit diesen Texten einen fruchtbaren Beitrag zum präziseren Verständnis der Attraktivität und Virulenz dieser extremistischen Bewegung leisten kann.

Dschihadismus: Mini-Skizze des interdisziplinären Forschungsstandes

Der sogenannte „Islamische Staat“ gehört zu einer Strömung, die in der interdisziplinären Forschungslandschaft als *radikaler Islamismus* (vgl. Khosrokhavar 2016), *dschihadistischer Salafismus* (vgl. Kiefer 2018), *Dschihadismus* (vgl. Lohlker 2016) oder auch *Neojihadismus* (vgl. Lentini 2013) bezeichnet wird. Gemein ist diesen unterschiedlichen Phänomenbeschreibungen aus Terrorismusforschung, Soziologie und Islamwissenschaft, dass die Ideologie stets ein inhärenter Bestandteil der jeweiligen Definition ist:

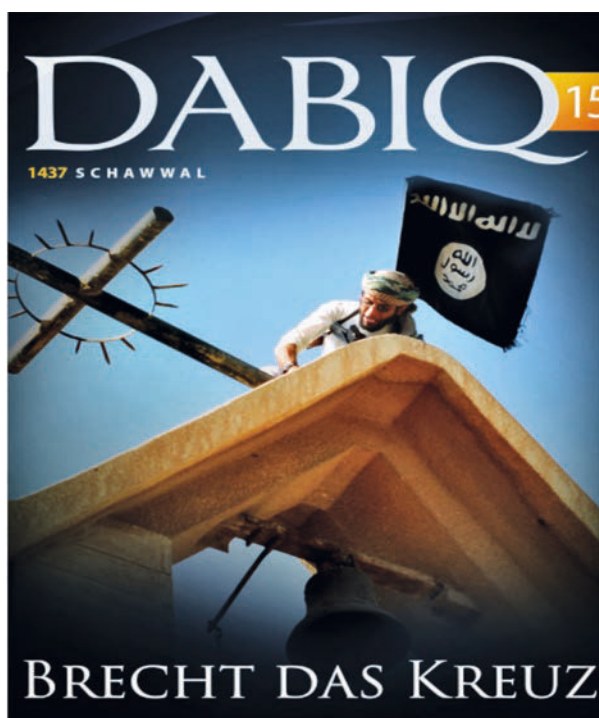


Abb. 1: Cover von Dabiq 15, erschienen am 31.7.2016

Neojihadism is the foremost twenty-first century extremist and terrorist phenomenon. It compromises established organizations, individual cells, self-radicalized individuals and supporters who share a common belief that it is through violence alone, including against civilians and non-combatants, that Islam can retain its former glory and establish itself as a global system. (Lentini 2013, S. 199)

DSCHIHADISMUS IST EINE IDEOLOGISCHE ZUGEHÖRIGKEIT

Die Zugehörigkeit zur dschihadistischen Bewegung äußert sich Lentinis wegweisender Definition folgend also nicht unbedingt durch den Anschluss an eine bestimmte soziale Gruppe oder über extremistische Handlungen, sondern in einem „geteilten Glauben“. Bei diesem handelt es sich, grob gesagt, um eine bipolare Wahrnehmung und Deutung der Welt, in der die Gläubigen die Ungläubigen bekämpfen müssen, um Gottes Willen auf Erden zu etablieren.

DIE DSCHIHADISTISCHE WELTSICHT TEILT ALLE UND ALLES IN GUT UND BÖSE

Wie jede andere Weltsicht wird auch diese extremistische Ideologie diskursiv tradiert und manifestiert sich so sprachlich kodiert in einzelnen Texten als manifeste Teilmengen dieser Diskurse (vgl. Gardt 2018; Schwarz-Friesel / Reinhartz 2013) – ganz gleich, ob sich die Produzent_innen im Auftrag von Organisationen oder einzelnen Zellen äußern oder als radikalisierte Einzelpersonen.

Ideologien manifestieren sich in Texten und verbreiten sich über Texte

Die linguistische Analyse dieser Texte erlaubt daher eine nähere Bestimmung der Realitätskonstituierung und Argumentationsmuster des extremistischen Milieus. Um die Virulenz der dschihadistischen Strömung nachzuvollziehen, ist besonders die Auseinandersetzung mit propagandistischen Texten von Relevanz. Denn diese suchen über persuasive Strategien ein Immersionserlebnis im Rezeptionsprozess herbeizuführen, das auf die Identifikation vulnerabler Rezipient_innen mit der konstruierten Realität abzielt. Diese Personen können als vulnerabel bezeichnet werden, da sie bereits vor der Konfrontation mit dem propagandistischen Material empfänglich für eine simplifizie-

INHALT	
AUSGABE 13 - DHUL-HIDDscha 1436	
﴿ MUWAHHIDIN, SEID ERFREUT, DENN BEI ALLAH, WIR WERDEN UNS NICHT VON UNSEREM DISCHHAD AUSREIßEN AUßER UNTER DEN OLIVENBAUMEN IN RUMIYAH (ROM) ﴾	
ABU HAMZAL-MUHADSchIR	
 06	04 VORWORT
ARTIKEL	
 06	06 DIE HERRSCHAFT DER SCHARIA, NICHT DIE HERRSCHAFT DER OSCHAHLIYYA
 10	10 NUTZE DEINE FREIZEIT BEVOR DU BESCHÄFTIGT BIST!
 14	14 DIE STELLUNG DER IMAMA IN DER RELIGION UND DIE BEWEISE FÜR DIE PFLICHT IHRER ETABLIERUNG
 20	20 WICHTIGER RATSchLAGEN DIE MUDSCHAHIDIN TEIL!
 24	24 DIE EIGENSCHAFTEN DER MUJARFIN TEIL I
 28	28 DIE HIDDschRA VON UMM-SULAYMAL-MUHADSchIRA
NACHRICHTEN	
 14	36 MILITARISCHE UND VERDECKTE OPERATIONEN



Abb. 2: Inhaltsverzeichnis, illustrierende Grafik zum Anschlag in Barcelona und Werbeanzeige aus Rumiyah 13, erschienen am 9.9.2017

rende Weltansicht sein müssen. Die Organisation, die in den letzten Jahren besonders erfolgreich über multimodales und textuelles Material indoktriniert, ist der sogenannte „Islamische Staat“:

Auch wenn das „Kalifat“ als Reiseziel zwar keine große Wirkung mehr zu entfalten scheint, so hat die Ideologie und die Propaganda des IS nichts von ihrer Virulenz verloren; möglicherweise hat sie sich – nehmen wir etwa die jüngsten Anschläge und Anschlagversuche im Inland und europäischen Ausland als Gradmesser – noch verstärkt. (Bundeskriminalamt 2016, S. 58, vgl. auch Atwan 2016)

DER SOGENANNTHE IS INDOKTRINIERT GEZIELT UND ERFOLGREICH

Für seine propagandistische Arbeit stützt sich der sogenannte „Islamische Staat“ einerseits auf Rekrutierer_innen, die über Social Media direkt mit vulnerablen Personen in Kontakt treten (vgl. Bouzar/Martin 2016), andererseits auf die Online-Verbreitung des professionell produzierten Materials seiner Medienabteilung (vgl. Atwan 2016). Neben dem umfangreichen Videomaterial (für eine soziologische Analyse auf Grundlage der Aristotelischen Rhetorik eines Videos siehe bspw. Oualla 2012) sind auch die Online-Magazine „Dabiq“ und „Rumiyah“ speziell auf ein Publikum außerhalb des territorialen Einflusses des sogenannten „Islamischen Staates“ zugeschnitten.

Einen Hinweis darauf, dass die Propaganda der Magazine bereits erfolgreich radikalisierte Einzelpersonen beeinflusst hat, scheint der Fall Anis Amri zu geben: Für sein Attentat auf dem Berliner Breitscheidplatz am

19. Dezember 2016 wählte er einen Sattelzug als Tatwaffe und einen Weihnachtsmarkt als Ziel, genau wie in der im November 2016 erschienenen Ausgabe „Rumiyah 3“ gefordert.

IN DEN ONLINE-MAGAZINEN RIEF DER SOGENANNTHE IS ZU AMOKFAHRTEN AUF

Dort wird auf den Seiten 10 bis 13 Mohamed Lahouaiej Bouhrel für sein Attentat mit einem Lkw auf der Promenade Anglais in Nizza gerühmt und so als Role-Model eingeführt, es folgen präzise Instruktionen für ähnliche Amokfahrten. Hierfür werden in Unterkapiteln geeignete (und ungeeignete) Fahrzeuge und mögliche Ziele im öffentlichen Raum aufgezählt. Zuletzt sind die zu treffenden Vorbereitungen beschrieben, so soll bspw. das Fahrzeug vollgetankt werden. Laut Böckler und Allwinn (2017) hatte der Attentäter das Online-Magazin heruntergeladen.

Die Online-Magazine des sogenannten „Islamischen Staates“: Genese, Produktion und Aufbau

Der in Paris geborene Chefredakteur der Online-Magazine, Ahmad Abu Samra (1981-2017), studierte in Boston Computer Science und orientiert sich an der Arbeit des populären Anwar Al Aulaqi (1971-2011), der mit seinem Facebook-Auftritt, zahlreichen Youtube-Channels und dem Online-Magazin „Inspire“ die Propaganda von Al-Qaida Anfang des Jahrtausends maßgeblich den Kommunikationsgewohnheiten einer sich globalisierenden Jugendkultur anpasste. Auch „Dabiq“ und „Rumiyah“ imitieren in Aufbau, Inhalt und Stil klar westliche Formate. 28 Ausgaben kursieren seit Juli 2014 unter Sympathisant_innen als PDF-Format auf verschiedenen Online-Plattformen und Messaging Apps



Abb. 3: Ausschnitt aus dem Cover von Rumiyah 13, erschienen 9.9.2017

wie Twitter, Telegram und WhatsApp. Alle Ausgaben wurden auf Englisch produziert und umgehend in zahlreiche Sprachen, darunter Deutsch, Französisch, Russisch und Türkisch übersetzt.

Die Magazine sind aufwendig gelayoutet und beschreiben aktuelle Ereignisse aus dschihadistischer Perspektive, erzählen von Schicksalen einzelner Anhänger_innen, legen die Grundsätze der Ideologie argumentativ dar: Kurz, sie deuten die Welt.

DIE ONLINE-MAGAZINE DES SOGENANTEN IS IMITIEREN WESTLICHE FORMATE

Dabei folgen die einzelnen Texte den Prototypen der gängigen redaktionellen Textsorten: von Imagetext und politischer Berichterstattung über Interview, Erfahrungsbericht und Newsticker bis hin zur Kolumne. Andere orientieren sich eher an den religiösen Textsorten Traktat und Predigt. Wie in Magazinen üblich, stehen auch hier informierende und illustrierende Grafiken, Hochglanzfotos und Anzeigen, die für andere Angebote der Medienabteilung werben, zwischen den einzelnen Beiträgen (siehe Abb. 2).

Die Online-Magazine bieten demnach ein breites Datenmaterial für eine Analyse der Weltansicht, die der sogenannte „Islamische Staat“ gegenüber potenziellen Anhänger_innen diskursiv entfaltet. Darauf aufbauend können die sprachlichen Strategien untersucht werden, mit denen die Zielgruppen zur Identifikation mit der Ideologie bewegt werden sollen.

IN DEN ONLINE-MAGAZINEN ENTFALTEN SICH IDEOLOGIE UND INDOKTRINATION DES SOGENANTEN IS

Da sich andere Forschungsdisziplinen bereits seit dem 11. September 2001 mit dschihadistischen Strömungen auseinandersetzen, ermöglichen es die Online-Magazi-

ne zudem, Thesen und Erkenntnisse anderer Disziplinen mit linguistischen Methoden zu überprüfen und zu spezifizieren. Im Folgenden möchte ich einen ersten Einblick in das Erkenntnispotenzial einer solchen Analyse geben.

Fallbeispiele: Welches Verhältnis zwischen IS und Allah konstruieren die Magazine?

Der gemeinsamen Basis aller monotheistischen Religionen folgend fokussieren auch islamistische Ideologien eine alles durchdringende transzendente Macht, zu der sich Anhänger_innen auf besondere Weise positionieren (vgl. Lasch / Liebert (Hg.) 2017). Die Kriminologen Fischer und Pelzer (2016) beschreiben diese Konstellation als eine von Dschihadist_innen imaginierte Beziehung zwischen Diener und „externalisierte[r] Instanz“:

Anders als in ihrem Selbstbild, [sic] vollziehen Dschihadisten nicht nur die vom Gesetzgeber, Gott, schon getroffenen Entscheidungen fallspezifisch [...], sondern sie agieren selbst als Souverän. Gott ist letztlich nur Projektionsfläche für eine idealisierte Übertragung des Größenselbst auf eine externalisierte Instanz, der man sich vollständig unterordnet. (Fischer / Pelzer 2016, S. 489-490)

ERKENNTNIS DER TERRORISMUS-FORSCHUNG: DSCHIHADIST_INNEN PROJIZIEREN IHRE TATEN AUF ALLAH

Laut dem Islamwissenschaftler Lohlker (2016) geht diese Identifikation mit der „Projektionsfläche“ so weit, dass „der IS mit Gottes rechtleitenden [sic] Licht gleichgesetzt [wird]“ (Lohlker 2016, S. 135). Im Zentrum der Ideologie des sogenannten „Islamischen Staates“ und der Selbstwahrnehmung der Anhänger_innen scheint demnach eine extrem nahe Beziehung zwischen der Ingroup und der transzendenten Allmacht zu stehen, die teils in eine Gleichsetzung übergeht.

Aus Sicht der linguistischen Forschung stellen sich nun die Fragen: Lässt sich dieses Verhältnis zwischen Ingroup und transzendenter Instanz in den Online-Magazinen des sogenannten „Islamischen Staates“ nachweisen? Und durch welche kommunikativen Mittel



Abb. 4: Auswahl einiger selbstreferenziell verwendeten Nominalphrasen aus den Artikeln in Rumiyah 13

wird es konstruiert? Diesen Fragen werde ich mich im Folgenden über drei Fallbeispiele aus dem letzten Online-Magazin (Rumiyah 13, 46 Seiten, veröffentlicht am 9.9.2017) nähern.

INTERDISZIPLINÄRE THESEN LINGUISTISCH UNTERSUCHEN: DIE FRAGE NACH DEM WIE

Fallbeispiel 1: Allah als Terrorist

Als erstes Fallbeispiel möchte ich eine multimodale Analyse des Titelbilds von „Rumiyah 13“ anführen (siehe Abb. 3), denn in ihrer Funktion als Cover bilden Foto und Titel den ersten Rezeptionseindruck eines Magazins. Das Foto ist höchstwahrscheinlich westlichen Nachrichtenmedien entnommen und zeigt Rettungskräfte, die in Eile eine verwundete Person zu einem Krankenwagen schieben. Den Kontext des Fotos müssen die Betrachter_innen inferenziell erschließen: Der Einsatz fand am 17. August 2017 in Folge der Amokfahrt auf dem Boulevard La Rambla im Zentrum von Barcelona statt. Der Titel des Magazins nimmt in pathetischem Duktus Bezug auf das Foto und konstituiert eine Deutung für Ursache und Sinn des Anschlags: „Allah jagt Terror in ihre Herzen“. Das Foto wiederum fungiert als Referenzrahmen für den metaphorischen Titel.

COVERFOTO UND TITEL DES MAGAZINS KONSTRUIEREN INTERAGIEREND BEDEUTUNG

Kern des Titels ist das Verb *jagen*, das laut Duden (o. J.) wörtlich verstanden u.a. „jemanden in eine bestimmte Richtung treiben“ bedeutet. Nun wird *jagen* hier metaphorisch verwendet, da keine Person gejagt wird, sondern eine abstrakte Emotion, nämlich der personifizierte *Terror*. Durch die Wortwahl werden vor allem die emotionalen Folgen des Anschlags hervorgehoben: Ziel war es nicht, Personen zu töten, sondern Angst und Schrecken zu verbreiten. So werden die affizierten Personen des Anschlags metonymisch *durch ihre Herzen* eingeführt, dem Organ, das traditionell für den Sitz des emotionalen Erlebens steht. Diese Metonymie kann ebenfalls durch multimodale Inferenz aufgelöst werden. Als Bezugskonzept dienen dann die Rettungskräfte und der Verletzte auf dem Foto, die stellvertretend für die westliche Gesellschaft stehen.

IM FOKUS DES ANSCHLAGS STEHT DIE ANGST DER BETROFFENEN

Aber wer hat nun den Anschlag in Barcelona durchgeführt, um die Europäer_innen zu terrorisieren? Der Titel weist explizit *Allah* die Agensposition der metaphorischen Verbalphrase zu, Gott selbst wird somit explizit zum Jäger des Terrors, implizit zum Ausführer des Anschlags. Diese Deutung wird noch verstärkt, da weder visuell noch verbal auf die Attentäter referiert wird. Diese referenzielle Lücke ist bewusst gesetzt und kann im Rezeptionsprozess durch Inferenzziehung geschlossen werden, denn gemäß unserem Weltwissen muss ein Anschlag von einer (immanenten) Entität ausgeführt werden. Dadurch, dass nun aber Allah und nicht die Attentäter als Agens verbal eingeführt wird, wird die visuell kodierte Amokfahrt als Akt der transzendenten Instanz selbst gedeutet – mit Lohlkers Worten, die Taten der Attentäter werden multimodal mit „Gottes rechtleitenden [sic] Licht gleichgesetzt“ (Lohlker 2016, S. 135).

Fallbeispiel 2: Dschihadist_innen als gläubige Diener_innen Allahs

Wenn Mitglieder und Sympathisant_innen des sogenannten „Islamischen Staates“ die Beziehung zu Allah in das Zentrum ihres Selbstbildes stellen, müsste sich dies auch auf Wortebene in den gewählten Selbstbezeichnungen widerspiegeln. Dieser These folgend betrachte ich nun einige Nominalphrasen näher, die von der Redaktion des sogenannten „Islamischen Staates“ zur autoreferenziellen Bezugnahme verwendet werden. In „Rumiyah 13“ finden sich ca. 130 Phrasen, die die Ingroup in ein Verhältnis zu Gott setzen. Die frequentesten bzw. prominent in Über- und Zwischenschriften gesetzten sind in Abbildung 4 aufgeführt.

IN SELBSTREFERENZIELLEN NOMINALPHRASEN KONSTRUIERT DER SOGENANNTEN IS SEIN VERHÄLTNIS ZU GOTT



Abb. 5: Zoom in die Kalligrafie nach Referenz auf Allah in Rumiyah 13, Bsp. aus Seite 7

In vielen selbstreferenziellen Phrasen wird der Glaube als konstitutives Merkmal der Ingroup markiert: Eine Gruppe, die sich *die Gläubigen*, *die Frommen* oder *Leute des Glaubens* nennt, möchte deutlich machen, dass ihr gemeinsames Bekenntnis zur transzendenten Welt identitätsstiftend ist. Durch *die Muslime*, *die Ummah* und *die Muwahhidin* wird der gemeinsame Glaube näher spezifiziert. Letzteres sucht mit lateinischen Buchstaben die Lautgestalt des arabischen Lexems موحدين abzubilden. Es leitet sich vom Verbstamm وحد = *vereinigen*, *vereinen* ab und kann mit *Monotheisten* bzw. *die, die vereinen* übersetzt werden. Da die deutschsprachige Zielgruppe des Magazins vornehmlich aus Konvertiten und Personen mit Migrationshintergrund in der zweiten oder dritten Generation besteht (vgl. Bundeskriminalamt 2016) und wahrscheinlich über geringe Arabischkenntnisse verfügt, ist fraglich, ob diese Bedeutung generiert werden kann. Das Lexem wurde daher vermutlich weniger wegen seiner Semantik gewählt, als aufgrund seines Autoritätspotenzials durch die Verwendung der arabischen „Offenbarungssprache“ (Selmani 2017, S. 109).

ARABISCHE SPRACHKENNTNISSE SOLLEN AUTORITÄT MARKIEREN

Der Ausdruck *die Ummah* dürfte hingegen den meisten Personen, die sich für den Islam interessieren, als die Bezeichnung für die Gemeinschaft der Muslime und Muslima bekannt sein. Das Lexem ist auch in anderen Sprachräumen üblich und lehnt sich an das arabische *أمة* an, das mit *Volk* oder *Gemeinschaft* übersetzt werden kann. Am häufigsten (über 30 Mal) wird jedoch die allgemein bekannte Bezeichnung für Anhänger_innen des Islams verwendet: *die Muslime* (bzw. *der Muslim* im generischen Gebrauch).

Durch die besprochenen Nominalphrasen wird also das Verhältnis zwischen der Ingroup und dem Glauben markiert, der Stimulus dieses kognitiven Prozesses, also die Antwort auf die Frage, an wen oder was

geglaubt wird, muss inferenziell erschlossen werden. Das gilt nicht für die zweite Gruppe der in Abbildung 4 angeführten Phrasen. Sie setzen die Ingroup durch Genitivphrasen (vgl. *Allahs Gruppierung*) oder Präpositionalphrasen (vgl. *Arbeiter für Allah*) explizit in Beziehung zur transzendenten Instanz. Der Bezug auf Gott wird zudem über das Possessivpronomen *Seine* ausgedrückt. Die Produzent_innen folgen hierbei der christlichen Konvention, auf Gott referierende Pronomen großzuschreiben. Die Nomen, die auf die Ingroup selbst verweisen, bezeichnen meist die untere Position einer vertikalen Hierarchie (vgl. *Diener*, *Arbeiter*, *Soldaten*, *Gehorsame*). Aber auch Ausnahmen wie *die Verbündeten Allahs* sind zu finden, die eher ein partnerschaftliches Verhältnis auf Augenhöhe verbalisieren.

GOTT FÜHRT – DER SOGENANTE IS FOLGT (ANGEBLICH)

Mit den besprochenen selbstreferenziell verwendeten Phrasen stellt der sogenannte „Islamische Staat“ somit eine direkte, meist vertikale Beziehung zur transzendenten Instanz in das Zentrum seiner Identität. Natürlich drückt auch die bekannteste (und in „Rumiyah 13“ ebenfalls 39 Mal verwendete) Selbstbezeichnung „Islamischer Staat“ durch das attributiv verwendete Adjektiv eben diese Verbindung aus und macht es unmöglich, von dieser dschihadistischen Gruppe zu sprechen, ohne zugleich auf den Islam zu referieren. All diese selbstreferenziellen Ausdrücke sind nicht nur ein Potenzial zur theologischen Legitimierung (vgl. Lohlker 2016), sondern auch zur kollektiven Selbstaufwertung.

DIE KONSTRUIERTE DEVOTION ZU GOTT LEGITIMIERT TATEN UND WERTET AUF

Fallbeispiel 3: Allah als Co-Autor

Nachdem die multimodale und wortsemantische Bedeutungskonstituierung näher betrachtet wurde, nehme ich im dritten Fallbeispiel die Textgestaltung bzw. den Textaufbau näher in den Fokus. Denn auch auf dieser formalen Ebene zeigt sich, wie der sogenannte „Islamische Staat“ seine Beziehung zur transzendenten Instanz konstruiert.

IN DEM ONLINE-MAGAZIN WIRD DER KORAN 74 MAL ZITIERT

Die Produzent_innen von „Rumiyah 13“ führen insgesamt 74 direkte Zitate aus dem Koran an, die durch Interpunktionszeichen eindeutig markiert sind. Alle sind in deutscher Sprache angeführt, ein Verweis auf die Übersetzung wird nicht gegeben. Sie werden stets eingeleitet mit *Allah sagte:* bzw. *Er sagte:* oder *die Aussage Allahs ist:* u. ä., es folgt das Zitat in deutscher Sprache in geschweiften Klammern und als Belegstelle der arabische Name der Sure (des Kapitels) und der Nummer des Verses in eckigen Klammern, bspw. [...] [Al-Anbiya: 105]. Neben dieser aufwendigen formalen Markierung des Zitats wird im gesamten Online-Magazin zudem eine Mini-Kalligrafie nach Referenz auf Allah eingefügt. Obwohl sich in „Rumiyah 13“ über 590 solcher Bezugnahmen in Form von Pronominal- und Nominalphrasen finden, wurde sie nur an wenigen Stellen vergessen. Abbildung 5 zeigt diese Mini-Kalligrafie in einer Textzeile, und als Zoom *سُبْحَانَهُ وَتَعَالَى* stellt sie eine in der islamischen Religion übliche Eulogie auf Gott dar und kann mit *Er sei gepriesen und verherrlicht* übersetzt werden.

MINI-KALLIGRAFIEN SOLLEN RELIGIÖSE AUTORITÄT ERZEUGEN

Die 26 Zitate von Autoritäten, darunter vor allem Aussagen, die Muhammad in den Hadithen¹ zugeschrieben werden, sind hingegen durch doppelte Anführungszeichen markiert und meist ohne Belegstelle aufgeführt. Eingeleitet werden sie ebenfalls mit *xy sagte:*, wobei hinter dem Namen des Sprechers bzw. der Sprecherin ebenfalls eine übliche Eulogie als Mini-Kalligrafie eingefügt ist, die mit *Möge Gott mit ihm zufrieden sein* übersetzt werden kann, nach Referenzen auf Muhammad steht *Gott segne ihn und schenke ihm Heil.*

Diese aufwendige formale Gestaltung der direkten Zitate durch präzise verwendete Interpunktionszeichen, Mini-Kalligrafien und Angabe der Belegstellen wird meiner Ansicht nach als Autorisierungsmarker eingesetzt: Die Produzent_innen von „Rumiyah 13“ suchen so auf formaler Ebene zu markieren, dass sie über ‚fun-

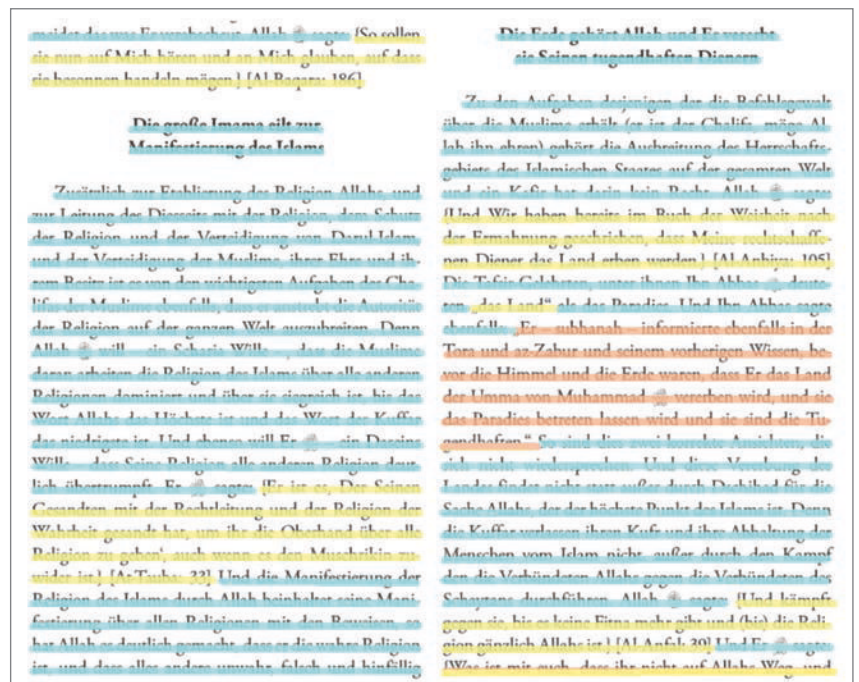


Abb. 6: Ausschnitt aus Seite 16 aus Rumiyah 13, intertextuelles Gefüge farblich markiert: blau = Redaktion, gelb = Koran, rot = Autorität

diertes Wissen‘ über den Islam verfügen und somit berechtigt sind, die Heilige Schrift in ihren Texten zu verwenden.

Beide Formen der intertextuellen Bezugnahme werden direkt in den Fließtext eingebunden. Abbildung 6 gibt einen exemplarischen Eindruck vom Aufbau dieses intertextuellen Gefüges: Die Artikel wirken wie Flickenteppiche aus unterschiedlichen Werken verschiedener Autor_innen. Dass hierdurch der Lesefluss maßgeblich erschwert wird, nehmen die Produzent_innen von „Rumiyah 13“ offensichtlich in Kauf, suggerieren sie doch allein durch die Dichte der intertextuellen Bezüge zum Koran, mit Gottes Worten zu argumentieren. Allah selbst wird so gewissermaßen zum Co-Autor der Texte.

DIE ARTIKEL LESEN SICH WIE FLICKENTEPPICHE AUS TEXTEN VON ZEITGENÖSSISCHEN DSCHIHADIST_INNEN, MUSLIMISCHEN AUTORITÄTEN UND ALLAH

Dieser Eindruck wird noch verstärkt, da die Koranzitate stets durch das Verb *sagen* mit *Allah* als Agens eingeführt werden, also mit Verweis auf die transzendente, nicht die immanente Quelle (möglich wäre bspw.: *im Koran steht geschrieben*). Zugespitzt gesagt, argumentiert der sogenannte „Islamische Staat“ in „Rumiyah 13“ also nicht mit Gottes Worten, sondern gemeinsam mit Gott – zumindest wird diese extreme Nähe durch die Textkomposition suggeriert.

Fazit der Fallbeispiele: Der sogenannte „Islamische Staat“ ist Gott nah

Die drei Fallbeispiele haben veranschaulicht, wie der sogenannte „Islamische Staat“ in dem Online-Magazin „Rumiyah 13“ seine Beziehung zu Gott konstruiert. In der multimodalen Bedeutungskonstituierung des Covers (vgl. Fallbeispiel 1) zeigt sich eine Gleichsetzung zwischen Gottes Taten und den Taten von Anhänger_innen des sogenannten „Islamischen Staates“. Die Wortsemantik der in Fallbeispiel 2 untersuchten selbstreferenziellen Nominalphrasen drückt hingegen vornehmlich eine hierarchische Beziehung aus, in der Allah die Position des SOUVERÄNS einnimmt, der sogenannte „Islamische Staat“ die des GLÄUBIGEN DIENERS. Durch die Textkomposition (vgl. Fallbeispiel 3) eignen sich die Produzent_innen von „Rumiyah 13“ Gottes Worte an und machen die transzendente Instanz so gewissermaßen zum Co-Autor der Texte.

DIE NÄHE ZU ALLAH KONSTRUIERT DER SOGENANNTEN IS AUF MULTIMODALER, WORT-SEMANTISCHER UND FORMALER EBENE

Trotz der unterschiedlichen Realisierungsformen ist allen drei Fallbeispielen gemein, dass eine extreme Nähe zwischen der immanenten Gruppe und der transzendenten Entität konstruiert wird. In der Textwelt von „Rumiyah 13“ haben Anhänger_innen des „Islamischen Staates“ direkten Zugang zu Gottes Taten, Willen und Wollen und sind so in der Lage, für die transzendente Instanz in der Immanenz zu handeln. Dies zeigt sich auch in Sätzen wie dem folgenden:

[Der Islamische Staat] befolgt die Befehle Allahs und befolgt das was Er liebt und vermeidet das was Er verabscheut. (wörtlich aus Rumiyah 13, Seite 16)

Die Hochglanzmagazine des sogenannten IS: Ein Gegenstand für die linguistische Forschung!

Dieser Artikel hatte zum Ziel, einen ersten Eindruck davon zu geben, wie der sogenannte „Islamische Staat“ in „Rumiyah 13“ sein Verhältnis zu Gott auf vielfältige Weise formal, semantisch wie multimodal etabliert.

Weitere sprachliche und diskursive Merkmale der Online-Magazine tragen ebenfalls zur Konstruktion der beschriebenen Nähebeziehung bei. Besonders auffällig sind hier die etablierte Sondersprache mit ihren repetitiven Phrasen sowie Narrative, die häufig Analogien zwischen örtlich und / oder zeitlich auseinanderliegenden fiktiven wie faktualen Ereignissen und Personen erzeugen.

DIE ONLINE-MAGAZINE BIETEN DATENMATERIAL FÜR TIEFERGEHENDE ANALYSEN

Der aktuelle Forschungsstand bietet, je nach Erkenntnisinteresse der jeweiligen Disziplin, weitere Thesen und Ansatzpunkte, die sich für eine linguistische Untersuchung anbieten. So werden als zentrale Merkmale der dschihadistischen Weltsicht die Verknüpfung von Moderne und Tradition beschrieben, eine permanente Verzahnung von militärischen und religiösen Domänen, die Fokussierung auf eine (scheinbare) Utopie und ein dualistisches In- und Outgrouping. All diese Aspekte schlagen sich deutlich in den Online-Magazinen nieder.

LINGUISTISCHE ANALYSEN KÖNNEN AUF ERKENNTNISSE DES INTERDISZIPLINÄREN FORSCHUNGSSTANDS AUFBAUEN

Psycholog_innen wie Bouzar / Martin (2016), Khosrokhavar (2016) und Mansour (2016), die sich vor allem auf ihre Erkenntnisse aus der Präventions- und Deradikalisierungsarbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen stützen, haben zudem die besondere Bedeutung der Emotionalisierung hervorgehoben: der Hass auf die Anderen; der Stolz darauf, zur Gruppe der „wahren Gläubigen“ zu gehören; die Angst vor göttlicher Bestrafung einerseits und die Hoffnung auf Erlösung andererseits und nicht zuletzt die Liebe zum barmherzigen Gott sind maßgebliche Motoren des Radikalisierungsprozesses. Die drei Fallbeispiele haben bereits einen ersten Eindruck davon gegeben, wie diese Gefühle gezielt durch das Propagandamaterial geschürt werden. Eine detaillierte Analyse des Emotions-

und Identifikationspotenzials der Daten würde somit nicht nur deskriptive Erkenntnisse bringen, sondern auch für die konkrete Arbeit von Sozialarbeiter_innen und Psycholog_innen fruchtbar sein.

DIE MODERNE LINGUISTIK HÄLT METHODIK UND METHODOLOGIE FÜR ANALYSEN DER MAGAZINE BEREIT

Ein linguistischer Zugang bietet meiner Meinung nach durch die bereits vorhandenen methodischen und theoretischen Erkenntnisse aus Sprache und Emotion (Schwarz-Friesel 2013) sowie Sprache und Religion (Lasch/Liebert 2017) und die mögliche Kombination verschiedener Forschungsmethoden der Text- und Korpuslinguistik, kognitiven Semantik und Pragmatik sowie der Diskursanalyse, das Potenzial, die Konstruktion extremistischer Ideologien und propagandistischer Strategien präziser zu begreifen. Andererseits ist mit den hier vorgestellten Online-Magazinen ein umfangreiches textuelles und multimodales Datenmaterial vorhanden, das vom sogenannten „Islamischen Staat“ selbst mit dem Ziel der Indoktrination produziert wurde. Somit bilden die beschriebenen linguistischen Methoden und das Datenmaterial eine fruchtbare Basis, um den aktuellen Forschungsstand interdisziplinär auszubauen. ■

Anmerkung

¹ Vgl. Definition der Bundeszentrale für politische Bildung: „Hadith [...] («Erzählung, Gespräch») bezeichnet die Berichte über Aussprüche, Anordnungen und Handlungen des Propheten, deren Überlieferung auf seine Gefährten [...] zurückgeführt wird.“ <<http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/islam-lexikon/21426/hadith>> (Stand:04.02.2019)

Abbildungen

Anmerkung: Die deutschsprachigen Ausgaben der Online-Magazine des sogenannten Islamischen Staates sind nicht frei verfügbar. Sie wurden mir freundlicherweise von Claudia Dantschke, leitende Mitarbeiterin bei der Beratungsstelle für Deradikalisierung HAYAT in Deutschland, zur Verfügung gestellt. Die englischsprachigen Ausgaben liegen auf der Online-Dokumentationsstelle für dschihadistische Primärdaten <jihadology.net> vor (Stand: 29.1.2019).

Abb. 1: Cover von Dabiq 15, erschienen am 31.7.2016

Abb. 2: Inhaltsverzeichnis, illustrierende Grafik zum Anschlag in Barcelona und Werbeanzeige aus Rumiyah 13, erschienen am 9.9.2017

Abb. 3: Ausschnitt aus dem Cover von Rumiyah 13

Abb. 4: Auswahl einiger selbstreferenziell verwendeten Nominalphrasen aus den Artikeln in Rumiyah 13

Abb. 5: Zoom in die Kalligrafie nach Referenz auf Allah in Rumiyah 13, Bsp. aus Seite 7

Abb. 6: Ausschnitt aus Seite 16 aus Rumiyah 13, intertextuelles Gefüge farblich markiert: blau = Redaktion, gelb = Koran, rot = Autorität

Literatur

Atwan, Abdel Bari (2016): Das digitale Kalifat. Die geheime Macht des Islamischen Staates. Originalausgabe, vom Autor erneut aktualisiert. München: Beck.

Böckler, Nils / Allwinn, Mirko (2017): Hate – Open Source: Das Internet als Kontext für kollektive und individuelle Radikalisierungsprozesse. In: Böckler, Nils / Hoffmann, Jens (Hg.): Radikalisierung und extremistische Gewalt. Frankfurt a. M.: Verlag für Polizeiwissenschaft, S. 233-257.

Bouzar, Dounia / Martin, Marie (2016): Méthode expérimentale de déradicalisation. Quelles stratégies émotionnelles et cognitives? In: Pouvoirs 158, S. 83-96.

Bundeskriminalamt (2016) = Bundeskriminalamt / Bundesamt für Verfassungsschutz / Hessisches Informations- und Kompetenzzentrum gegen Extremismus (2016): Analyse der Radikalisierungshintergründe und -verläufe der Personen, die aus islamistischer Motivation aus Deutschland in Richtung Syrien oder Irak ausgereist sind. Fortschreibung 2016. Hrsg. v. Bundesamt für Verfassungsschutz und Bundeskriminalamt.

Dudenredaktion (o. J.): *jagen* auf Duden online. <www.duden.de/rechtschreibung/jagen>, Stand: 29.11.18.

Fischer, Michael / Pelzer, Robert (2016): Die Logik des Anschlags. Zur Zielwahl dschihadistischer Terroristen in Europa. Frankfurt: Campus.

Gambhir, Harleen K. (2014): Dabiq: The strategic messaging of the Islamic State. Hrsg. v. Institute for the Study of War. <www.understandingwar.org>, Stand: 29.1.2019.

Gardt, Andreas (2018): Konstruktivismus und Realismus. Grundpositionen linguistischer Theorie. In: Sprachreport 3, S. 32-43.

Khosrokhavar, Farhad (2016): Radikalisierung. Unter Mitarbeit von Stefan Lorenzer. Lizenzausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

- Kiefer, Michael et al. (Hg.) (2018): „Lasset uns in sha'a Allah ein Plan machen“. Fallgestützte Analyse der Radikalisierung einer WhatsApp-Gruppe. Wiesbaden: Springer.
- Lasch, Alexander / Liebert, Wolf-Andreas (Hg.) (2017): Handbuch Sprache und Religion. (= Handbücher Sprachwissen 18). Boston: de Gruyter.
- Lentini, Peter (2013): Neojihadism. Towards a new understanding of terrorism and extremism? Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Lohlker, Rüdiger (2016): Theologie der Gewalt. Das Beispiel IS. Wien: facultas.
- Mansour, Ahmad (2016): Generation Allah. Warum wir im Kampf gegen religiösen Extremismus umdenken müssen. 5. Aufl. Frankfurt a. M.: S. Fischer.
- Oualla, Bouchra (2012): YouTube Jihad: A rhetorical analysis of an Islamist propaganda video. In: Lohlker, Rüdiger (Hg.): New approaches to the analysis of Jihadism. Online and offline. Göttingen: V&R Unipress, S. 141-152.
- Schwarz-Friesel, Monika (2013): Sprache und Emotion. 2., aktual. u. erw. Aufl. Tübingen / Basel: Francke.
- Schwarz-Friesel, Monika / Reinharz, Jehuda (2013): Die Sprache der Judenfeindschaft im 21. Jahrhundert. (= Europäische-jüdische Studien / Beiträge 7). Berlin: de Gruyter.
- Selmani, Lirim (2017): Sprache und Offenbarung. Zur Rolle des Arabischen im Islam. In: Lasch / Liebert (Hg.), S. 109-153. ■



Die Abbildung zeigt einen Ausschnitt aus Seite 10 von „Rumiyah 3“, erschienen am 11.11.2016. Unter dem ambigen Titel „Just Terror“ sind dort auf drei Seiten präzise Instruktionen gegeben, wie Anhänger_innen des sogenannten „Islamischen Staates“ im Alleingang gerecht (in der adjektivischen Lesart) bzw. einfach (in der adverbialen Lesart) Terror verbreiten können. Wie auf der Abbildung zu sehen, eigneten sich u.a. Umzugswagen für Amokfahrten, da sie ohne Aufwand zu mieten und von effektiver Größe seien. Als prädestinierte Anschlagziele werden Menschenansammlungen wie Festtagsparaden textuell und visuell eingeführt.