

Inhalt

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

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