

Das Medienbild des Islam in Deutschland

Prof. Dr. Kai Hafez

Die Deutsche Islam Konferenz hat seit ihrer Gründung eine enorme öffentliche Beachtung erfahren. Hier zeigt sich deutlich, dass eine staatliche Politik der Anerkennung des Islam in Deutschland nicht nur bei den in Deutschland lebenden Muslimen, sondern auch in der weiteren Öffentlichkeit und in den Medien geeignet ist, eine für den Bereich des Islam untypisch positive Resonanz zu erzeugen. Natürlich kann die Deutsche Islam Konferenz nicht auf Dauer selbst das öffentliche Ereignis sein, um das es geht, sondern die Islam Konferenz ist Mittel zum Zweck, um Empfehlungen für eine bessere Integration des Islam zu entwickeln. Diese Empfehlungen sollten, so hat es die bisherige Diskussion ergeben, in einer Art und Weise symmetrisch angelegt sein, dass sie die Situation der Muslime im Kontext allgemeiner sozialer Bedingungen (z. B. Probleme der sogenannten „Unterschicht“) thematisieren. Neben dieser allgemeinen Analyse jedoch sollten aus meiner Sicht die konkreten Empfehlungen einer jeden Arbeitsgruppe in bekennender Weise asymmetrisch angelegt sein, also nicht nur allgemeine Strukturveränderungen einfordern, sondern die besonderen Probleme des Verhältnisses muslimischer Minderheit zu nichtmuslimischer Mehrheit benennen.

Zu konkreten politischen und gesellschaftlichen Veränderungsempfehlungen zu kommen, ist umso erforderlicher als im Bereich der Medien wissenschaftliche Studien zum Islambild bereits seit mehr als zehn Jahren angefertigt worden sind. Weiterer Studienbedarf besteht aus meiner Sicht derzeit nicht, sondern es müssen Vorschläge erarbeitet und Maßnahmen eingeleitet werden, um frühere Initiativen der Bundesregierungen Kohl und Schröder (z. B. deutsch-arabischer oder deutsch-türkischer Mediendialog) sinnvoll weiterzuentwickeln.

Das Interesse deutscher Massenmedien am Islam erwachte während der iranischen Revolution von 1978/79. Die Islam-Berichterstattung in deutschen Massenmedien beschränkte sich vor diesem Ereignis weitgehend auf Randerscheinungen, z. B. die jährlich wiederkehrende Berichterstattung über den Ramadan oder die Pilgerfahrt. Erst die islamische Revolution des Ayatollah Khomeini im Iran änderte dies schlagartig und ließ den Islam zu einem weltweit beachteten Medienthema werden, was er bis heute ist. Mit dieser Entwicklung einher ging allerdings auch zwangsläufig eine starke Politisierung des Islambildes, und, was ich als Hauptproblem der derzeitigen Situation betrachte, eine Verengung der Themenauswahl, die wie bei fast keinem anderen Thema mit Fragen der Gewalt in Verbindung gebracht wird. Ungefähr jeder zweite Artikel oder Beitrag über den Islam thematisiert diese Religion im Kontext körperlicher Gewalt.

Gewalt tritt in verschiedener Form auf, als Terrorismus, als familiäre Gewalt, als Gewalt gegen Frauen oder als ethnisch-religiöse Gewalt, die die Demokratie durch Nichtakzeptanz des Gesetzes gefährdet (Stichwort „Parallelgesellschaften“). Kein Wunder also, dass die demoskopischen Umfragen, die wir haben, auf eine wachsende Angst vor dem Islam in Deutschland verweisen. Im Bereich der Auslandsberichterstattung, also der Berichterstattung über die sogenannte islamische Welt, sind die Negativwerte der Berichterstattung durch die Fokussierung auf Gewaltkonflikte so hoch wie sonst nur im Bereich der Kriegs- und Krisenberichterstattung. Die These vom „Feindbild Islam“ ist meines Erachtens mit den Methoden der empirischen Sozialforschung hinreichend belegt worden. Das Hauptproblem ist dabei nicht das Berichten über Gewalt und Repression an sich, sondern die völlige Fixierung auf dieses

enge Themenspektrum. Problematisch ist also weniger, worüber berichtet wird, als worüber nicht berichtet wird. Es geht nicht darum, reale gesellschaftliche Missstände zu verniedlichen, aber ich fordere zu einem Nachdenken über die Proportionen des Islambildes auf. Die Gewaltfixierung des medialen Islambildes ist nicht nur ein Problem des Boulevardsektors, sondern erfasst in gleichem Maße auch die seriösen Medien. Ganz im Gegenteil, die eher kurzfristigen Aufmerksamkeitsspannen des Boulevards sind häufig geradezu angenehm im Vergleich zu der permanenten und seit Jahrzehnten bestehenden Fixierung großer seriöser Medien auf das Feindbild Islam.

Dabei ist der Islam im engeren Sinne der Theologie, des religiösen Kultus und Ritus kaum im Interesse deutscher Massenmedien. Wenn man sich die Berichterstattung über den Islam in den letzten zwei bis drei Jahrzehnten anschaut, so könnte man fast den Eindruck bekommen, der Islam sei keine Religion, sondern eine Form der Politik und der politischen Ideologie der Gewalt. Einfache theologische Tatbestände, wie etwa die Tatsache, dass Jesus Christus im Islam als Prophet und Vorgänger Mohammeds betrachtet wird, sind in der deutschen Öffentlichkeit und Gesellschaft den allermeisten Menschen unbekannt. Dieses eine Beispiel allein zeigt das totale Versagen einer sich aufklärerisch gebenden Öffentlichkeit bei der Vermittlung nichtchristlicher religiöser Inhalte.

Hier geht es dem Islam übrigens nicht anders als dem Judentum, das ebenfalls in seiner religiösen und kulturellen Substanz weitaus weniger in den Medien präsent ist, als als Hintergrund der historischen Aufarbeitung des Holocaust. Es ist deswegen nicht verwunderlich, dass Ignatz Bubis, der frühere Vorsitzende des Zentralrates der Juden in Deutschland, im Jahr 1999, kurz vor seinem Tod, erkannte, dass das heutige Islambild ihn in vielerlei Hinsicht an das frühere Bild des Judentums im 19. und frühen 20. Jahrhundert erinnert. Die Massenmedien leisten wenig bei der Vermittlung interreligiöser Bildung, da sie sich zu sehr als Sachverwalter enger und engster politischer und sozialer Konfliktstoffe verstehen. Dabei macht die Geschichte der Juden in Deutschland eines klar: Eine einseitige Integrationsleistung einer religiösen Minderheit nützt nichts, wenn die Mehrheit nicht ebenfalls lernbereit ist.

Ein weiteres Problem der Medienberichterstattung ist die Bildsprache, die neben dem Text von besonderer, möglicherweise wachsender Bedeutung in einer Zeit zunehmender Bildmedien ist. Immer wiederkehrend sind etwa folgende Impressionen des Islam: Schleier, Massenfotografien vor allem von Mekka und von Demonstrationen, Koran, Kinder und Kalaschnikows, die Prachtbauten des arabischen Golfs, islamische Schlachtrituale und Geißelprozessionen aus dem Iran. Dies ist keine zufällige Zusammenstellung, sondern die vorgenannten Bildelemente entsprechen exakt den Bildern, die der Stern jüngst in einer Sonderausgabe über den Islam aneinander reihte. Seit der iranischen Revolution zeigt nicht nur dieses Bildmedium eine konstante Bilderwelt, es sind die grundlegend gleichen Bilder, die auch schon die Berichterstattung über die iranische Revolution beherrschten und die in ihrer Gesamtheit totale Fremdheit suggerieren. Wie ein positiver Schock wirken da vereinzelt publizierte Fotos wie jüngst von verschleierte Frauen mit deutscher Fahne während der Fußballweltmeisterschaft. Insgesamt aber ist die Bildsprache der Medien symbolisch überfrachtet und ohne dokumentarischen Anspruch.

Das deutsche Medienbild des Islam wird von Eliten und von Gegeneliten beherrscht. Es ist zum einen beklagenswert, weil der Bürger oder die „schweigende Mehrheit“ außen vor bleibt, es ist allerdings normal für einen Journalismus, der Ansprechpartner braucht und auf aktive Gesellschaftskräfte angewiesen ist, um einen Tagesjournalismus zu betreiben, der nicht in jedem Einzelfall investigativen Tiefgang haben kann. Interessant ist allerdings die Zusammensetzung der Akteure. In der Nah- und Mittelostberichterstattung deutscher Printmedien etwa dominieren Staats-

vertreter und ihre Gegenspieler, die radikalen Islamisten. Bei der Frage des Islam in Deutschland und auch bei der Bewertung von Nah- und Mittelostentwicklungen in deutschen Medien ist das Bild allerdings diverser. Neben konservativen Islamvertretern, deutschen Islamorganisationen und fundamentalen Islamkritikern, wie die Holländerin Hirsi Ali, kommen auch viele andere Stimmen zu Wort. Vor allen Dingen beim Thema Islam in Deutschland haben es die deutschen Medien also durchaus geschafft, innerhalb der nach wie vor sehr beschränkten Gewalt und Repressionsagenda relativ viele Akteure ins Boot zu holen.

Dies entspricht einer relativ normalen Gesellschaftsentwicklung, die nach mehreren Generationen der Einwanderung und durch die Diversifizierung akademischer Ausbildungen partikulierte Öffentlichkeiten erzeugt, die den Medien als Gesprächspartner dienen. Allerdings sind auch diese häufig tatsächlich sehr aufgeklärten Öffentlichkeitsakteure vielfach gezwungen, sich dem einseitigen Gewalt- und Repressionsinteresse der Medien thematisch zu beugen. Die Skandalisierung des Islambildes erfolgt also eher durch die Art der Themensetzung als durch die Gesetze des Polit-Talks oder durch falsche Experten. Die deutsche Öffentlichkeit hat sich hier aus meiner Sicht in den letzten Jahrzehnten diversifiziert und entwickelt. Dies schließt nicht aus, dass in Einzelfällen ein Hang der Medien besteht, radikale Positionen, z. B. radikale Islamprediger oder auch Islamkritiker, zu bevorzugen, um künstlich Kontroversen zu erzeugen, die einen Kulturkampf suggerieren, der möglicherweise die Alltagsrealität gar nicht adäquat widerspiegelt.

Deutsche Massenmedien sollten sich in jedem Fall bemühen, ihre Informationsquellen zu erweitern. Der deutsche Journalismus ist, was den Islam betrifft, in weiten Teilen noch immer ein „Abschreibejournalismus“. Journalisten schreiben von Nachrichtenagenturen ab oder sie schreiben voneinander ab. Von den Reportagen und Berichten einer durchaus begrenzten Anzahl von Auslandskorrespondenten abgesehen, verfügt der deutsche Journalismus über viel zu wenig authentische Quellen in der islamischen Welt, die er neben dem üblichen Material westlicher Nachrichtenagenturen in die tägliche Arbeit einbringt. Ohne adäquate Quellen und Gesprächspartner aber führen wir kulturelle Selbstgespräche und sind mitverantwortlich für das Entstehen von „parallelen Öffentlichkeiten“.

Damit wir uns nicht falsch verstehen: Es gibt im deutschen Journalismus viele gute Artikel und einzelne Radio- und Fernsehsendungen. Auch viele Kritiker des Feindbildes Islam kommen zu Wort. Aber an der thematischen Grundstruktur und an der nachhaltigen Ausrichtung der Medienbeachtung auf den Gewaltkomplex hat sich im Laufe der letzten Jahrzehnte wenig geändert. Das Islambild deutscher Medien ähnelt heute einer Art „aufgeklärter Islamophobie“. So lange aber die Menschen tagtäglich mit einem Negativbild des Islam konfrontiert werden, helfen Appelle an Respekt und Toleranz wenig, weil die Agenda des islamophoben Denkens überwiegt. Man sollte die Wirkung von Massenmedien nicht überschätzen, sie prägen eben nicht die Identität des Menschen, aber sie prägen in hohem Maße das Bild, das ein Mensch sich von einer Fremdgruppe macht, so dass von einer Ausbalancierung des Medienbildes sicher positive Impulse für den sozialen Frieden zu erwarten wären.

Auch in einem anderen Punkt möchte ich nicht missverstanden werden. Ich plädiere nicht für eine weitere Islamisierung des Bildes der Einwanderer oder des Nahen und Mittleren Ostens, sondern für einen internen Umbau der Islamberichterstattung mit einer Gewichtsverlagerung von der Politik und der Gewalt zu einer breiteren sozialen, philosophischen oder auch theologischen Verankerung. Obwohl der Islam nur einer unter vielen Faktoren der Entwicklung ist, gilt er heute vielen als eine Art Chiffre für alles, was aus dem Orient kommt – und das ist sicher falsch. Früher sprach man über türkische Einwanderer, heute sind es die Muslime, die kommen: Was für ein

Unsinn, denn die Türken waren früher bereits Muslime, und sie sind heute nicht nur Muslime, sondern auch Türken, Deutsch-Türken oder vieles andere.

Ein weiteres Beispiel: Nach den Anschlägen des 11. September veröffentlichte ein meinungsführendes Wochenmagazin nacheinander vier oder fünf Titelgeschichten über den Islam, über die angebliche Gefahr und Unsicherheit, die von ihm ausgehen, und zwar in einer Zeit, als Amerika und seine europäischen Verbündeten den Krieg in Afghanistan vorbereiteten und es statt einer Ablenkung durch kulturalistische Diskurse einer intensiven Auseinandersetzung über Sinn und Zweck von Krieg und Frieden bedurft hätte. Auf welche Irrwege uns diese Form des Kulturalismus gebracht hat, kann man an dem heutigen katastrophalen Zustand Afghanistans und der zunehmenden Terrorgefahr ablesen. Mein Plädoyer also lautet: Wir sollten die Medienagenda des Islam diversifizieren, aber die Medien nicht künstlich islamisieren.

Zum Abschluss meiner knappen und für den heutigen Zweck äußerst rudimentären Ausführungen möchte ich einige konkrete Vorschläge machen, die aus meiner Sicht geeignet wären, das Islambild in Deutschland zu verbessern, und somit zu einer verstärkten Integration der Muslime in Deutschland beizutragen:

- Die öffentlich-rechtlichen Anstalten spielen aus meiner Sicht trotz ihrer einzelnen Integrationssender- und -sendungen noch immer keine Vorreiterrolle bei der Verbesserung des Islambildes. Die Politik sollte aus meiner Sicht auf diesen Sektor aufmerksam werden, denn die durchaus kostenaufwändigen Integrations-sendungen werden in Nischen ausgestrahlt, die kaum öffentliche Aufmerksamkeit erzielen und die an der Grundstruktur der Gewaltfokussierung der Islam-berichterstattung in Nachrichtensendungen, Sondersendungen, Talkshows usw. nichts geändert haben. Die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender über den Islam muss umfassend bilanziert werden.
- Mit den deutschen Privatmedien im Print- wie auch im Rundfunkbereich muss der Dialog gesucht werden, denn ihre Berichterstattung gehört ebenfalls auf den Prüfstand. Es ist in zehn Jahren verschiedenster Mediendialoge deutscher Bundesregierungen nicht gelungen, Blattmacher, Herausgeber und Intendanten in ein Gespräch über das Islambild der Medien zu verwickeln. Immer wieder sind Versuche unternommen worden, aber diese Medien haben ihre Journalisten und Korrespondenten zu Dialogveranstaltungen gesandt, die ihrerseits vielfach lernbereit waren, aber zurück in ihren Medien strukturellen Pressionen und Routinevorgängen ausgesetzt waren, die einem Feindbild Islam in die Hände spielten. Wir brauchen dringend Round-Table-Veranstaltungen oder ähnliches, um mit den Verantwortlichen ins Gespräch zu kommen und ihnen klar zu machen, dass die deutschen Medien, bei aller Freiheit, heute eine Verantwortung tragen, die die Bereiche der inneren und äußeren Sicherheit berühren.
- Es müssen neue Ausbildungswege für Journalisten gesucht werden, um diese frühzeitig mit Problemen der Islam-berichterstattung vertraut zu machen. Die deutschen Journalistenschulen, um nur ein Beispiel zu nennen, bieten nur sehr wenige und sporadische Schulungsangebote in diesem Bereich.
- Wir müssen den Einwanderer als Journalisten fördern, wenngleich, wie oben gesagt, die Repräsentanz von Einwanderern allein das Islambild nicht verändern wird, solange nicht ein strukturelles Umdenken stattfindet.

- Es sollte darüber nachgedacht werden, ob staatliche Unterstützungsprogramme für kleine Medienaktivitäten (media empowerment), wie sie in den Niederlanden seit Jahrzehnten durchgeführt werden, nicht sinnvoll wären. Dass heute nach dem Tod des Filmemachers van Gogh vielfach kolportierte Argument, die Niederlande seien eine gescheiterte multikulturelle Gesellschaft, greift natürlich viel zu kurz. Um das Islambild deutscher Medien auf Dauer zu verbessern, ist es aus meiner Sicht unabdingbar, die Artikulationsfähigkeit der Einwanderer selbst zu stärken, und ihnen z.T. eigene Medien an die Hand zu geben, die, wie die Offenen Kanäle, freie Radiosender und dergleichen von ihnen selbst gestaltet werden können.
- Wir müssen den kritischen Konsumenten fördern, der von sich aus erkennt, dass das Medienbild des Islam nur begrenzt die soziale Realität des Orients oder auch der hier lebenden Muslime widerspiegelt. Leider sind Media Watch-Aktivitäten, die in den USA so verbreitet sind, in Deutschland bislang fast unbekannt. Es ist aber einleuchtend, dass gerade in einer Zeit wachsender ökonomischer Zwänge der Medien diese nur auf die eigenen Kunden, also die Medienkonsumenten, reagieren werden. Die deutsche Bundesregierung sollte meines Erachtens nach Wegen und Maßnahmen suchen, diesen Prozess zu fördern, indem sie nach Allianzen mit großen gesellschaftlichen Organisationen strebt, die bereit sind, eine kritische Medienöffentlichkeit aufzubauen. Als Beispiel: Die Heinrich-Böll-Stiftung besaß Anfang der 90er Jahre eine Media Watch-Initiative, die breite Resonanz fand, aber aus Geldgründen eingestellt wurde.
- Wer das Islambild deutscher Medien verändern will, der kann dies nicht zuletzt durch sogenannte paradoxe Interventionen tun, das heißt durch gezielte Medienevents etwa aus der muslimischen Community, die, wie die frühere Reise des ägyptischen Präsidenten Anwar Sadat nach Jerusalem 1977, das Mediengeschäft beleben und eine einseitig negative Festschreibung des Islambildes erschweren.

Prof. Dr. Kai Hafez hat den Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Vergleich von Mediensystemen und Kommunikationskulturen an der Universität Erfurt inne.

Diesen Grundlagenvortrag hielt Dr. Hafez anlässlich der Auftaktsitzung der Arbeitsgruppe 3 „Wirtschaft und Medien als Brücke“ der Deutschen Islam Konferenz am 9. November 2006 in Nürnberg.