

25. Jan. 2016

von gast

in Sicherheits-  
Kommunikation

Kommentare ( 0 )

## Fördern unsere Medien die Salafisten? Dynamiken, Verantwortung und Grenzen der Berichterstattung über salafistische Gruppen



Dies ist der 19. Artikel unseres Blogfokus „Salafismus in Deutschland“. Weitere Informationen gibt es [hier](#).

von Thorsten Gerald Schneiders

Medien sind Erfüllungsgehilfen der Salafisten. Jedes Mal wenn über eine Aktion von Salafisten berichtet wird, wird die Gruppe bekannter. Berichterstattungen machen neugierig und animieren dazu, ins Internet zu gehen. Zugleich diskreditieren Medien die Muslime. Berichte über Salafismus werfen immer auch ein schlechtes Licht auf die Religion des Islam. Nur was ist die Schlussfolgerung daraus? Sollten Medien das Phänomen besser verschweigen? Wie sollte eine verantwortliche Abwägung von Medienschaffenden aussehen? Der Beitrag geht diesen Fragen nach.

Medienmacher und Medienkonsumenten sind aufeinander angewiesen: Ohne Konsumenten, keine Medienprodukte. Was niemanden interessiert, setzt sich nicht durch. Was von Interesse ist, wird dagegen bedient. Von Ausnahmen abgesehen können Medien keine Themen setzen und damit eine breite gesellschaftliche Relevanz erzwingen. Medien können aber Entwicklungen beeinflussen. Sie können Themen dramatisieren oder bagatellisieren.

Die Medienberichterstattung zum Salafismus birgt mehrere Probleme. Zum Beispiel besteht die Gefahr der Stereotypisierung bzw. der Verbreitung von Vorurteilen gegenüber Muslimen – als angeblich gewaltbereit, rückständig, starrsinnig usw. Die Verbreitung dieser Zuschreibungen geschieht durch Unwissenheit, durch persönliche Vorbehalte der Autoren gegenüber Muslimen oder auch durch strukturelle Zwänge.

Ein solcher struktureller Zwang ist die, angesichts des Überangebots von Informationen im Internet immer wichtiger gewordene, Gestaltung von Berichterstattung. Medien müssen sich stärker um Aufmerksamkeit bemühen als früher. Gab es einst eine überschaubare Anzahl etablierter Zeitungen, Radiosender und Fernsehstationen, herrscht heute ein viel härterer Wettbewerb. Insbesondere für private aber auch für öffentlich-rechtliche Angebote geht es dabei nicht zuletzt um Wirtschaftlichkeit. Das heißt: Aufmerksamkeit = Umsatz. Diese existenzielle Aufmerksamkeit erreicht man im 21. Jahrhundert selten mit purer Sachlichkeit und einer nüchternen Gestaltung des Produkts.

Mithin brauchen mediale Beiträge mehr als nur Text. Einfachste Mittel, um Texte interessanter zu machen, sind Bilder. Sie müssen interessant sein und das Thema eindeutig erkennbar machen. Die konkrete Frage, wie man Salafismus angemessen bebildert, kann sich jeder selbst stellen:

### SOCIAL MEDIA



### SUCHE

### TWITTER FEED

Fördern die Medien #Salafisten? Dynamiken, Verantwortung & Grenzen der Berichterstattung über salafistische Gruppen  
<https://t.co/YM8phOlqdf>  
about 1 hour ago from Twitter Web Client

Riem Spielhaus fragt heute: Brauchen wir eigentlich wirklich mehr Forschung zum #Salafismus? Und wenn ja: welche?  
<https://t.co/9DFU0rgOPE>  
21. Januar 2016, 9:28 from Twitter Web Client

Ahmad Mansour über Ziele und Herausforderungen der Deradikalisierungsarbeit  
<https://t.co/brOKmKs6FR>  
#Radikalisierung #Prävention #Salafismus  
19. Januar 2016, 8:39 from Twitter Web Client

### TAGS

BELIEBT KOMMENTARE NEU

"Die Flüchtlinge", "die Rassisten"

Mit einer (voll-)verschleierten Frau? Das diskreditiert Frauen und Kopftuchträgerinnen. Mit einem vollbärtigen Mann in wallendem Gewand? Das diskreditiert Männer, Barträger und konservative Gläubige. Mit einem Koran? Einer Moschee? Einem Halbmond? Kalligraphien? Betenden Menschen? All das instrumentalisiert eine ganze Religion bzw. einen ganzen Kulturkreis und setzt sie in Gänze in einen negativen Kontext. In der Forschung spricht man von Sinn-Induktionen.

Ein weiteres Problem ist, dass Medienberichterstattung oft auch Werbung in dem Sinne ist, dass sie den Bekanntheitsgrad derjenigen steigert, über die berichtet wird. Die meisten dürften sich an die fünf jungen Männer um den Salafisten-Prediger Sven Lau in Wuppertal erinnern. 2014 hatten sie sich leuchtend-orangene Westen mit der Aufschrift „Sharia Police“ übergezogen. Dann sprachen sie Menschen auf der Straße, in Spielhallen oder vor Diskotheken an, um sie über ihre „unmoralische“ Lebensweise zu belehren und sie zum Salafismus „einzuladen“. Videos der Aktion stellten die „Scharia-Polizisten“ ins Internet. Nach einigen Auftritten war der Spuk wieder vorbei. Doch die Zeit reichte aus, dass sämtliche Medien das Thema aufgriffen. Fotos der Fünf gingen sogar um die Welt, Medien unter anderem aus **Israel**, den **Vereinigten Staaten** und **Japan** berichteten. Am Ende war die ganze Geschichte vor allem ein Riesen-PR-Coup, der den Bekanntheitsgrad der salafistischen Bewegung in Deutschland steigerte.

Schon seit längerem wird des Weiteren darüber diskutiert, ob Medien Protagonisten der salafistischen Szene als Gesprächspartner eine Bühne bieten sollten. Viele lehnen das ab, weil Menschen mit extremistischen Positionen so prominent ihre Thesen verbreiten dürften. Dennoch wurden gemäß dem Konzept, größeres Publikumsinteresse zu erzeugen, indem man extrem gegensätzliche Meinungen aufeinander prallen lässt, immer wieder Salafisten und Gäste mit deutlich entgegengesetzten Einstellungen in politische Talkshows des öffentlich-rechtlichen Fernsehens eingeladen wie beispielsweise „Sabine Christiansen“ (zweimal in 2006), „Hart aber Fair“ (2007) oder „Menschen bei Maischberger“ (2006, 2012, 2014).

Freie Medienberichterstattung **ist ein Fundament der Demokratie** und einer freien Gesellschaft. Rechtliche Einschränkungen an dieser Stelle sind höchst sensibel und kaum möglich. Nur dort, wo die Rechte anderer verletzt werden, darf man die freie Medienberichterstattung einschränken. Der Rest muss gesellschaftlich verhandelt werden und die Umsetzung muss größtenteils durch freiwillige Selbstkontrolle erfolgen. Dazu ist Sensibilisierung und Aufklärung von Journalisten nötig.

Medien dürfen also frei über die Scharia-Polizei berichten. Sie müssen es sogar. Aber es ist ein Unterschied, ob man im Stil einer Boulevard-Zeitung wie der „Bild“ damit aufmacht oder ob man eine etwas längere Meldung ohne Fotos in der äußeren Spalte auf Seite 5 bringt, wie es die „Süddeutsche Zeitung“ getan hat.

Letztlich kam bei der Aktion niemand direkt zu Schaden. Der nordrhein-westfälische Innenminister Ralf Jäger stellte unmittelbar, unmissverständlich und unbestritten klar, dass niemand in Deutschland ohne Autorisierung eine Uniform anziehen und Polizei spielen dürfe. Die „Scharia-Polizei“ stellte ihr Auftreten ein. Im Grund wäre der Fall an dieser Stelle erledigt gewesen.

Doch dann setzte die eingangs erwähnte Dynamik ein. Erste Medien erkannten, dass die „Scharia-Polizei“ ein Thema ist, dass ihre Konsumenten interessiert. Einige Medienvertreter ließen sich in der Folge von der Erwägung treiben, mit dem Thema Umsatz zu machen. Andere waren überzeugt, vor gesellschaftlich derart bedeutenden Vorgängen zu stehen,

und "Wir" – zu den Ambivalenzen im aktuellen Flüchtlingsdiskurs

Ich bin Paris! Ich bin Muslim! Ich bin Nato? Die offene Gesellschaft und ihre Feinde nach dem 13. November.

Hilfspaket für deutsche Medien – Annäherungen an unser Bild vom Pleite-Griechen

Der Dschihad der Auslandskämpfer: Ausdruck einer Subkultur

Terroristen oder Bürgerkriegsflüchtlinge? Was wir gegen diese Verwechslung tun müssen

## KATEGORIEN

Außenpolitik (64)

Bürgerkriege (24)

Cyber Security (52)

Demokratisierung (14)

Drohnen (15)

Flüchtlinge (17)

Humanitäre Interventionen (15)

Innere Sicherheit (32)

Interviews (10)

Katastrophen (4)

Konferenz (29)

Militär (31)

Pandemien (2)

Podcast (7)

Popkultur (22)

Raketenabwehr (1)

Sanktionen (8)

Security Culture (27)

Sicherheits-Kommunikation (16)

Sicherheitskultur (237)

Sozialwissenschaft Online (71)

Stellenangebote (55)

Strategie (12)

Terrorismus (60)

Theorie (5)

dass der berufliche Auftrag sie zu einer weiteren Thematisierung verpflichtete.

Journalisten versuchten mithin, das Thema fortzuschreiben. Das funktioniert am einfachsten, indem man jemanden befragt, der für das Thema oder der qua Amt von Bedeutung ist. Im Fall der „Scharia-Polizei“ wurden Bundesinnenminister Thomas de Maizière und Bundesjustizminister Heiko Maas angefragt. Beide äußerten sich. Und wenn Bundesminister offiziell Stellung nehmen, steigern sie automatisch die Relevanz eines Themas. Das bedeutet, weitere Medien steigen in die Berichterstattung ein. Nehmen wir das Beispiel „Deutschlandfunk“. Bis zu der Äußerung der Bundesminister fand die „Scharia-Polizei“ in den Nachrichten des Senders nicht statt, danach sehr wohl. Schließlich äußerte sich sogar die Bundeskanzlerin zur Scharia-Polizei. Eine höhere Weihe für ein Thema kann es in Deutschland kaum geben. Vermutlich bestärkte das mediale Aufsehen auch jene Abgeordnete des Landtags in NRW, die es für erforderlich erachtet hatten, **eine Aktuelle Stunde zu dem Thema zu beantragen**.

Eine perfekte Berichterstattung zum Salafismus gibt es nicht – schon aufgrund der Einflüsse durch wirtschaftliche Erwägungen von Medien-Gruppen. In einer freien Demokratie kann man Medien glücklicherweise nur sehr eingeschränkt Vorschriften machen. Die Lösung des Problems kann also nur durch Aufklärung und Sensibilisierung erfolgen, die bestmöglich zur Selbstdisziplinierung im Spannungsfeld von wirtschaftlichen Interessen und moralischer Verantwortung und mithin zu einer angemessenen Berichterstattung führt – im Sinne des gesamtgesellschaftlichen Nutzens für alle Beteiligten. Wegen der in diesem Beitrag angesprochenen Dynamiken gilt das aber nicht nur für Medienvertreter, sondern gleichsam für Politiker und andere Verantwortungsträger. Und letztlich kommt auch jedem von uns als Medienkonsument eine Verantwortung zu. Diese besteht meines Erachtens primär darin, sich über die Funktions-, Arbeits- und Wirkungsweisen von Medien in unserer Mediengesellschaft zu informieren.



**Thorsten Gerald Schneiders** ist Politik- und Islamwissenschaftler, Publizist und Redakteur beim Deutschlandfunk in Köln. Zuletzt lehrte er an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster. Er ist Herausgeber des Buchs „Salafismus in Deutschland: Ursprünge und Gefahren einer islamisch-fundamentalistischen Bewegung“.

 Tags: **berichterstattung**, **Dramatisierung**, **Medien**, **Salafismus**, **Scharia-Polizei**

**« Brauchen wir eigentlich wirklich mehr Forschung zum Salafismus? Und wenn ja: welche? »**

**Bislang keine Kommentare**






**Einen Kommentar hinterlassen**

**Name**

**Email**

- Umwelt (1)
- Versicherheitlichung (23)
- Visualisierung (6)
- Whistleblowing (8)
- WikiLeaks (17)
- WMD (10)
- Zivilgesellschaft (65)

## BLOGROLL

-  Arbeitskreis soziale Bewegungen
-  Augen geradaus
-  Dan Drezner
-  Dart-Throwing Chimp
-  David Campbell
-  de.hypotheses.org
-  Demokratieforschung Göttingen
-  Duck Of Minerva
-  Future and Politics
- Hylaeon Flow
-  Internet und Politik
-  IR Blog
-  Just Security Blog
-  justsecurity.org
-  Killer Apps
-  Kings Of War
- MPC Journal – Muslim Politics and Culture
-  netzpolitik.org
- percepticon
-  shabka.org
-  Terrorismus in Deutschland
-  theorieblog.de
-  Verfassungsblog
-  Vom Bohren harter Bretter
-  whistleblower-net.de

## ARCHIV

Wähle den Monat

Webseite

Kommentar

Wählen Sie alle Bilder mit Straßenschildern aus.



Soll die Herausforderung einfacher sein? Nutzungsbedingungen

Benachrichtige mich über nachfolgende Kommentare per E-Mail.



Dieses Werk bzw. Inhalt steht unter einer Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Unported Lizenz.  
Über diese Lizenz hinausgehende Erlaubnisse können Sie unter [redaktion@sicherheitspolitik-blog.de](mailto:redaktion@sicherheitspolitik-blog.de) erhalten

Impressum & Datenschutz | 