

Muslime misstrauen den europäischen Mainstream-Medien

Redaktion, 18. September 2009 | Kategorie: [Leitartikel](#)

Unter muslimischen Mediennutzern ist das Misstrauen gegenüber der Objektivität und Ausgewogenheit der Mainstream-Medien gewachsen. Dies ist das Ergebnis eines Pilotforschungsprojekts, die das Mediennutzungsverhalten von Muslimen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien untersucht hat.



Medien © flickr.com/photos/martinhoward (bearb. MiGAZIN)

Ein Pilotforschungsprojekt, das im Vorfeld des M100 Sanssouci Colloquiums durchgeführt wurde, hat das Mediennutzungsverhalten von Muslimen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien untersucht. Das vom Institute for Strategic Dialogue, einem in London ansässigen Think Tank, geleitete und von der Vodafone Stiftung Deutschland geförderte Projekt mit dem Titel „Muslime in der europäischen Medienlandschaft: Integration und die Dynamik sozialen Zusammenhalts“ hat dabei verschiedene Trends identifiziert, die Aufschluss über die Wahrnehmung und den Konsum von Massen- und Minoritätsmedien und deren Auswirkung auf den sozialen Zusammenhalt in den untersuchten Ländern geben.

Unter muslimischen Mediennutzern ist das Misstrauen gegenüber der Objektivität und Ausgewogenheit der Mainstream-Medien gewachsen, auch im Zusammenhang mit dem in den letzten zehn Jahren vollzogenen Übergang von angebotsorientierten Medien (d. h. Medien, die von den Institutionen des Aufenthaltslandes der Minoritätsbevölkerung produziert werden) zu nachfragebasierten Medien (d. h. Medien, die von Angehörigen der Minoritätsgemeinden selbst oder deren Herkunftsländern produziert werden).

Dennoch ist die auf der anderen Seite entstandene Furcht vor der Ausbildung „abgesonderter Informationsgesellschaften“ in Europa oder der Schaffung von „muslimischen Medienghettos“ übertrieben. Tatsächlich geht aus den im Rahmen des Forschungsprojekts geführten Interviews mit europäischen Muslimen hervor, dass die Mainstream-Medien nicht Minoritäts- und Auslandsmedien ersetzen, sondern vielmehr ergänzen.

Wie werden Muslime in den Mainstream-Medien dargestellt?

- Zu negativ
- Zu positiv
- Ausgewogen

Abstimmen

Gleichermaßen gaben doppelt so viele Befragte an, dass Sprache und das Bedürfnis nach Informationen über ihr Heimatland wichtigere Kriterien bei der Hinwendung zu Minoritätenmedien seien, als religiöse Gründe. Die Tendenz ist folglich eine größere Medienbandbreite bei einem gleichzeitig starken Anstieg des Gebrauchs von Internet und Neuen Medien. Bemerkenswert ist auch, dass die Befragten die Ausgewogenheit der Berichterstattung sowohl von Mainstream-, als auch von Minoritätsmedien in Frage stellen.

Das Forschungsprojekt basiert auf Interviews und Fokusgruppen, die mit fast 150 Medienkonsumenten und Experten aus der Medienbranche durchgeführt wurden. Es vermittelt ein Bild der für Muslime relevanten Medien in Frankreich, Deutschland und Großbritannien und ist ein erster Schritt, die Wahrnehmung sowohl der Darstellung, als auch der Beteiligung von Muslimen in der gesamten Medienindustrie zu ermitteln.

„Die Problematik der Integration von verschiedenen Gemeinschaften ist für die Zukunft Europas zentral“, so Louis Schweitzer, Vorsitzender von Le Monde und Renault sowie Präsident der Behörde gegen Diskriminierung und für Gleichstellung (HALDE), „deshalb bin ich mir sicher, dass das diesjährige M100 Sanssouci Colloquium einen grundlegenden Beitrag zu dieser Debatte leisten wird. Die Erforschung der Medienerfahrung von europäischen Muslimen wird Entscheidungsträgern und Medien einen größeren Einblick in derzeitige Trends vermitteln und somit formgebend für zukünftige Strategien sein.“

Das Colloquium

Das Colloquium bot am 14. und 15. September 2009 unter dem Thema „Muslim Media and Muslims in the Media“ in Potsdam ein Diskussionsforum für führende Medienexperten und Chefredakteure, ebenso für Redakteure, Kommentatoren und öffentliche Personen. Themen waren die auf diesen Bereich zukommenden Herausforderungen und der Einfluss, der die Art der Berichterstattung auf öffentliche Wahrnehmung, den Zusammenhalt zwischen verschiedenen Gemeinschaften sowie auf internationale Beziehungen ausüben kann.

Zu den Teilnehmern des Colloquiums gehören in diesem Jahr u. a. Razia Iqbal (BBC), Jasim Al-Azzawi (Al Jazeera English), Flemming Rose (Jyllands Posten), Abdul-Ahmad Rashid (ZDF), Octavia Nasr (CNN), Oktay Ekşi (Hürriyet), Prof. Tariq Ramadan, Anne McElvoy (Evening Standard), Yasmin Alibhai-Brown, Matthias Matussek (Der Spiegel), John Burns (New York Times London) und André Azoulay (Marokko).

Dr. Mark Speich, Leiter Corporate Responsibility und Stiftungen bei Vodafone AG Deutschland und Geschäftsführer, Vodafone Stiftung Deutschland: „Das Forschungsprojekt arbeitet sehr interessante Trends und Fragestellungen heraus, an denen sich vertiefende Untersuchungen orientieren können. Vor allem deutet sich an, dass die oft gehörte These von der ‚medialen Ghettoisierung‘ so nicht haltbar ist.“