

Dschihad und die Rolle der Medien

Die Radikalisierung, die Rekrutierung von Dschihadisten und die Berichterstattung darüber waren Schwerpunkte eines Informationsgesprächs des Außenpolitik-Experten Prof. Thomas Jäger von der Universität Köln am 1. Dezember 2014 in Wien.

Die Bandbreite dschihadistischer Organisationen reiche von einer kriminellen Organisation bis zu einer fast staatlichen Autorität, sagte Univ.-Prof. Dr. Thomas Jäger, Lehrstuhlinhaber für Internationale Politik und Außenpolitik an der Universität Köln, bei einem Informationsgespräch am 1. Dezember 2014 im Innenministerium in Wien zum Thema „Sicherheit und Medien – Berichterstattung über Dschihadismus und Rückwirkung auf Radikalisierung und Rekrutierung“.

Die Organisationen haben verschiedene Facetten und verfolgen unterschiedliche Interessen. Kriminelle Organisationen sind geprägt von Menschenhandel, Rohstoffschmuggel, Rekrutierung von Kämpfern und Schutzgelderpressung. In einer zweiten Facette agieren Dschihadisten als Terroristen. Sie kämpfen nicht gegen militärische Ziele, sondern greifen zivile Ziele an, um Angst zu erzeugen.

Die dritte Facette betrifft die Guerilla-Tätigkeit. Die Dschihadisten schlagen zu und ziehen sich wieder zurück. Die vierte Facette ist der offene Kampf, auch gegen übermächtige Gegner. Diese Gruppe sucht den Kampf, möchte Entscheidungsschlachten führen und damit mehr Medienpräsenz erlangen.

In Europa beobachten die Medien die Ereignisse auf verschiedene Weise, erläuterte Jäger: Man schaut nicht hin, weil das Kampfgeschehen keine unmittelbare Auswirkungen auf Europa hat. Oder man berichtet über das unmittelbare Kampfgeschehen und schaut nicht woanders hin. Die dritte Variante ist, sich die Frage zu stellen, ob man nicht doch etwas sieht, wenn man glaubt, nichts zu sehen. Es stellt sich die Frage: Was sehen wir gerade nicht?

Die Informationslage über das tatsächliche Geschehen sei dünn, die Quellen spärlich. Das sollte von den



Außenpolitik-Experte Thomas Jäger: „Extremisten nutzen die sozialen Medien für ihre Ziele.“

Medien vermittelt werden. Mit dem Schüren von Angst verändere sich auch die öffentliche Meinung, sagte Jäger.

Der „Islamische Staat“ und andere Gruppen seien „eine Marke“, erläuterte Jäger. Marken würden Profite bringen. Auch Al-Qaida und die Moslembrüder-

ZUR PERSON

Univ.-Prof. Dr. Thomas Jäger, geboren 1960, studierte Politikwissenschaft, Soziologie, Philosophie und Geschichte an den Universitäten Frankfurt, Bamberg und Marburg (1990 Promotion zum Dr. phil., 1995 Habilitation). Seit 1999 hat er den Lehrstuhl für Internationale Politik und Außenpolitik an der Universität Köln inne. Er ist ordentliches Mitglied der Nordrhein-Westfälischen Akademie der Wissenschaften und der Künste und Herausgeber der „Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik“ sowie der Reihen „Globale Gesellschaft und internationale Beziehungen“ und „Akteure der Außenpolitik“. Er ist Autor und Herausgeber zahlreicher Bücher über außenpolitische und verwandte Themen. Mit Henrike Viehrig verfasste er das Werk „Sicherheit und Medien“.

schaft seien Marken. Hier gehe es um reflektierte Berichterstattung. Dschihadistische Elemente befänden sich auch in einer jugendlichen Protestkultur („Pop-Dschihad“).

Die Radikalisierung sei ein längerer Prozess. Einerseits seien Einzelne betroffen, die sich in einer schwierigen Lebenssituation befinden, Depressive, die etwas anderes sein wollen, als sie sind, die nicht Fuß gefasst haben und im partnerschaftlichen Leben noch nicht angekommen sind. Diese Gruppe macht

einen Großteil der Betroffenen aus. Andere wollen bei einer historischen Entwicklung dabei sein, und es gibt jene, die glauben, dass sich der Kampf lohnt und dass man dafür aufstehen muss. Schließlich gibt es Leute, die von Gewalt angezogen werden.

Die Frage, wie man mit Radikalisierung umgehe, werde die westlichen Staaten noch lange Zeit beschäftigen. Medien und Politik hätten ähnliche Aufgaben, nämlich mit den Herausforderungen verantwortungsvoll und reflektiert umzugehen. Wichtig sei es, in den Dialog zu kommen.

Die Rolle der Medien. Extremisten nutzen die sozialen Medien für ihre Ziele, die herkömmlichen Massenmedien spielen aber nach wie vor eine wesentliche Rolle. Terroristen haben die Absicht, Angst zu schüren, indem sie beispielsweise Ermordungsvideos verbreiten. Massenmedien berichten darüber in unterschiedlicher Form: Einerseits wird unreflektiert berichtet und damit die Wirkung verstärkt, die die Extremisten erzeugen möchten. Andererseits wird das Thema in eine andere Geschichte eingepasst und reflektiert. Es gehe nicht darum, über Fakten nicht zu berichten, betonte Jäger. „Die Frage ist, wie wird das interpretiert, wie wird es dargestellt.“

W. S.