



Ab Ende 2014 berichteten die Medien zunehmend über die Flüchtlingsthematik.

Nicht-Boulevard-Medien. Genauso wie Aufrufe zur Unterstützung von Flüchtlingen. „Ich denke, dass alle Presstitel, auch die seriösesten, ein Stück weit dem herrschenden Wind folgen“, sagt „l’Illustré“-Chefredaktor Jeanneret. Das sei auch gut so, denn es bedeute, die Interessen der Leserschaft zu berücksichtigen. „Grundlegend wichtig aber ist, was dann folgt: die Qualität der Information. Das ist der journalistische Akt“, sagt Jeanneret: „Diejenigen, die den Wind verstärken, machen ihre Arbeit schlecht.“

Die Qualität der Berichterstattung zum Thema Flüchtlinge hat das Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (fög) untersucht – allerdings endet der untersuchte Zeitraum vor den aktuellsten Ereignissen. Die Studie umfasst die Berichterstattung von 2011 bis und mit Juni 2015; Ergebnisse liegen EDITO+KLARTEXT exklusiv vor. So etwa zur Intensität der Berichterstattung über die Flüchtlingsthematik in den beiden Gruppen Boulevard- und Gratispresse („Blick“, „Le Matin“, „20 Minuten“) sowie Abonnementspresse (NZZ, „Tages-Anzeiger“, „Le Temps“): Gratis- und Boulevardpresse thematisieren das Thema Flüchtlinge deutlich weniger als die Abonnementspresse. Spannend ist, dass eine intensivere oder weniger intensive The-

matisierung des Flüchtlingsthemas zum Teil wenig zu tun hat mit der Intensität der Berichterstattung zum Thema Schweizer Asylpolitik. So wurde (vgl. Grafik auf dieser Seite) über das Thema Flüchtlinge zwischen April 2011 und März 2013 wenig intensiv berichtet, über das Asylthema aber weit intensiver.

Bootsunglücke. Intensiv wurde die Berichterstattung zum Thema Flüchtlinge immer dann, wenn dramatische Bootsunglücke mit vielen Todesopfern auf dem Mittelmeer geschahen. Je nach Art des Mediums waren Flüchtlinge aber auch dazwischen ein Thema. Dies am wenigsten beim „Blick“, „20 Minuten“ berichtete zwischen den dramatischen Bootsunglücken zwar häufiger als der „Blick“, laut Studie aber dann in erster Linie „im Rahmen von Agentur-Kurzmeldungen über weitere Bootsunglücke“. „Tages-Anzeiger“ und, am meisten, die NZZ befassten sich hingegen nachhaltiger und dauerhafter mit dem Thema. Die beiden Zeitungen haben gemäss Studie mehr Einordnungsleistung erbracht und Hintergrundinformationen vermittelt, „20Minuten“ hat oft nur in Form von kurzen Agenturmeldungen über die Flüchtlingskrise informiert. Der „Blick“ hat „nur selektiv über die Thematik, dann

jedoch meist umfassend und mit einem Bezug zur Schweiz“ berichtet.

Seit dem Ende des untersuchten Zeitraums haben sich die Verhältnisse verändert. „Es gibt in der Berichterstattung einen komplett neuen Fokus auf die Flüchtlingsthematik: Die Mittelmeer-Flüchtlinge sind ganz in den Hintergrund getreten, die Flüchtlinge in den östlichen Ländern und die entsprechenden politischen Fragen stehen im Vordergrund“, sagt fög-Institutsleiter Mario Schranz. Er stellt eine „extreme Intensivierung“ der Berichterstattung sowohl im Boulevard („Blick“) wie bei der Gratiszeitung („20Minuten“) fest. Die Berichterstattung im Boulevard habe sich zudem sehr stark verändert: „Normalerweise thematisiert man Flüchtlinge im Kontext von Problemen, nun vermehrt im Kontext mit ihren Schicksalen. Man kann von einer momentanen Kehrtwende sprechen. Doch beim Boulevard ist die moralische Beurteilung leicht veränderbar.“

Tod im Camion. Wie und was die Medien über Flüchtlinge berichten, beobachtet in der Westschweiz das „Comptoir des médias“, das zu „Vivre ensemble“ gehört, einer Organisation für Information und Dokumentation zum Asylrecht. Projektleiterin Cristina Del Biaggio sieht drei Ereignisse, die die Berichterstattung zu den Flüchtlingen verändert haben: „Zwei davon waren der Camion mit den 71 Toten in Österreich und der Tod von Aylan. Aber es gab bereits vorher einen Wandel, mit den Bildern von Kindern an der mazedonischen Grenze. Denn vor diesen Bildern sah man vor allem die Boote auf dem Mittelmeer mit Afrikanern, erwachsenen, dunkelhäutigen Männern, die Angst machen und die Vorstellung einer Invasion ohne erkennbare Fluchtgründe auslösen. Eine syrische Familie hingegen kann nur eine Familie von echten Flüchtlingen sein. Weil sich die archetypischen Figuren auf den Bildern verändert haben, hat sich auch der Diskurs verändert.“

* Die gesammelten Spenden gingen an die Glückskette.



Foto Keystone

„Wo Menschen alles riskieren, ist nicht wegschauen das Mindeste“: In Bodrum angeschwemmter syrischer Junge.

Warum wir uns solche Bilder anschauen (müssen)

Das tote Kind am Strand. Einzelne Bilder aus dem Flüchtlingseiland sollen die Öffentlichkeit mehr beeinflussen haben als alle anderen Infos. Aber genau diese Bilder sind unter den Medienschaffenden umstritten. Von Ulla Autenrieth

Es gibt Bilder, die uns mehr bewegen als andere. Zuletzt ging das Foto des toten dreijährigen Aylan Kurdi um die Welt. Während beispielsweise britische Medien das Foto ohne Umschweife abbildeten, geschah dies im deutschsprachigen Raum nur zögerlich. Gefunden wurde ein scheinbarer Kompromiss: Zu sehen war selten das Foto, auf dem der Junge einsam in der Brandung der Touristmushochburg Bodrum lag, sondern jenes, auf dem ihn der türkische Polizist vom Strand trug. Doch dies ist nicht das erste Foto eines Kindes, das weite Teile der Welt im Innersten berührt hat. Es stellt sich die Frage: Was dürfen, was müssen Medien-

schaffende ihrem Publikum für Bilder zumuten, wo liegt die Grenze?

Bilder ersetzen Texte nicht. Die Phrase „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“, stimmt nur teilweise. Tod durch Ertrinken gehört zu den häufigsten Todesursachen bei kleinen Kindern, doch kein anderes Foto eines ertrunkenen Kindes am Strand hätte eine derart heftige Reaktion ausgelöst wie jenes aus Bodrum. Es sind der Kontext und der Entstehungszusammenhang des Bildes, was es so bedeutsam macht. Diese sind essenziell. Ohne um die Umstände zu wissen, verfängt die Wirkung des Fotos weit oberflächlicher. Hierdurch verdeutlicht sich die

bedeutungsvolle Wechselbeziehung zwischen einem Bild und den es rahmenden schriftlichen Texten. Ein schriftlich ausformulierter Artikel überzeugt idealerweise durch seine präzise Darstellung und seine argumentative Tiefe. Doch dies ist zugleich seine Schwäche, denn beides verlangt Zeit und den Willen zur Kenntnisnahme.

Bilder hingegen sind sogenannte wahrnehmungsnahe Zeichen, sie berühren uns unmittelbar, sprechen uns auf ganz direkte Art an. Ein konzentriertes Lesen eines Textes, vielleicht in kleiner Schrift mit komplizierten Worten, ist nicht erforderlich. Bleibt nur Zeit für einen kurzen Blick, so erschliesst sich ein Bild (zumindest

SIE HABEN EIN ZIEL. WIR WEISEN DEN WEG.
bachmann medien ag basel | bachmannmedien.ch

scheinbar) schneller, effektiver. Auch wenn dies nicht bedeutet, dass es in der Komplexität seiner Bedeutung automatisch einfacher zu verstehen ist. Doch dem ersten Eindruck eines Bildes kann man sich nicht entziehen: Was einmal erblickt wurde, ist nicht mehr ungesehen zu machen, ein Nicht-wahrnehmen in Gegensatz zu einem schriftlichen Text fast unmöglich.

Was berührt uns gerade an diesem Bild?

Das Foto des toten Jungen am Strand: Es ist gerade nicht die offensichtliche Dramatik seines Lebensendes, die erkennbar ist. Vielmehr sehen wir einen kleinen Jungen, wie er in unserer Nachbarschaft leben könnte. Gekleidet in Turnschuhe, die erahnen lassen, welch ein fröhlicher und lebendiger Junge er war. Vielleicht lässt sich dieses Innehalten des Blicks mit Roland Barthes' Begriff des „Punctums“ am treffendsten umschreiben.

Vor Aylan Kurdi gruben sich bereits andere Bilder von Kindern in Krisensituationen in unser visuelles Gedächtnis ein. Zu nennen sind hier das Foto des Napalm-Mädchens aus Vietnam, das vor einem Bombenangriff flüchtet, oder das afghanische Mädchen, dem grausam Nase und Ohren abgetrennt wurden. Beide Fotos waren in gewisser Weise ästhetisiert, durch die Schwarzweiss-Darstellung das erste, durch seine würdevolle Inszenierung auf dem Cover des „Time Magazine“ das zweite. Für beide Mädchen gab es letztlich eine verhältnismässig positive Wendung ihres Schicksals, nicht zuletzt aufgrund ihrer weltbekannten Fotos. Dies ist für Aylan Kurdi ausgeschlossen.

Das Bild eines tragisch zu Tode gekommenen Kindes berührt uns im Innern-

ten. Es ist das Wissen darum, dass es jemanden zutiefst Unschuldigen getroffen hat. Es ist das Wissen darum, dass dieses Leben gerade erst begonnen hat. Es ist das Wissen darum, dass es so nicht hätte kommen müssen. Schuld ist kein tragischer Unfall, keine unvermeidliche Erkrankung, sondern allein die schreiende Ungerechtigkeit des falschen Geburtsortes, die Tatenlosigkeit der scheinbar zivilisierten Welt. Wo ein junger Mann auf der Flucht dem Verdacht ausgesetzt ist, möglicherweise selbst einmal auf Seiten der Unterdrückten gestanden zu haben, wissen wir um die Unschuld eines Kindes.

Zeigen oder nicht? Um die Frage, ob man derartig explizite Bilder zeigen darf oder nicht, tobt eine emotionale Diskussion. Befürworter wie Gegner verweisen auf ethische Gründe. Ein Punkt, der in der Debatte bislang nicht vorkam, ist die Überlegung, wer warum welche Forderungen stellt. Darunter gibt es nachvollziehbare Bedenken. Etwa die Befürchtung, der schnelle Schrecken des Bildes wirke nur kurz und isoliert, ohne das eigentliche Thema in seiner Komplexität darzustellen. Oder die Begründung der FAZ-Redaktion, das Foto würde durch seine Veröffentlichung als Mittel politischer Manipulation missbraucht.

Doch die, die sich kritisch äussern, sind vor allem JournalistInnen vor ihren Laptops, während sie in klimatisierten Büros ihren frisch gebrühten Kaffee geniessen. Und es sind von den Möglichkeiten ihres neuen Smartphones gestresste Facebook- und Twitter-User, die um ihren nächtlichen Schlaf in ihren warmen Betten fürchten. Fragt man die unmittelbar Betroffenen hingegen selbst nach ihrer Mei-

nung, äussern sie dezidiert den Wunsch, dass ihre Schicksale auch in Bildern erzählt werden. „I want the whole world to see“, sagte Abdullah Kurdi in einem Interview, angesprochen auf das Bild seines Sohnes.

Wegschauen ist im Zweifelsfall einfacher, das Zeigen solcher Bilder schürt Ängste und provoziert Emotionen. Doch es geht nicht darum zu schockieren oder voyeuristische Skandalllust zu befriedigen. Das Foto des kleinen Aylan Kurdi ist hierfür das beste Beispiel. Es ist gerade die friedliche Ruhe des Fotos im Kontrast zu seiner dramatischen Entstehungsgeschichte, die derart berührt.

Emotionen allein genügen nicht. Aber nur Betroffenheit auszulösen ist nicht ausreichend. Deswegen dürfen Bilder nicht allein für sich stehen. Überschriften müssen kontextualisieren, begleitende Artikel aufklären, Zusammenhänge erläutern, Geschehnisse einordnen – dies ist die zentrale Aufgabe von Journalistinnen und Journalisten. Der Arbeitsauftrag an Medienschaffende lautet: informieren und Missstände aufzeigen. Doch das Verb „aufzeigen“ muss hier sowohl in seiner bildbasierten wie in seiner schriftbasierten Bedeutung verstanden werden. Erst durch die sich wechselseitig ergänzende mediale Herangehensweise erschliesst sich die volle Dimension des Gegenstands. Deswegen: Wo Menschen alles riskieren, ist nicht wegschauen das Mindeste. Niemand soll sagen können, man konnte sich nicht vorstellen, wie dramatisch die Situation war.

Ulla Autenrieth ist Medienwissenschaftlerin und arbeitet am Medienwissenschaftlichen Institut der Universität Basel.

Und plötzlich ist Haltung sichtbar

Eine Journalistin fordert in der Tagesschau „einen Aufstand der Anständigen“. Diese Stellungnahme in der Flüchtlingsfrage war der Anfang einer Bekenntniswelle zur Solidarität mit Flüchtlingen in den Medien Deutschlands. Wie parteiisch soll, darf Journalismus sein? Von René Martens



„Haltung zeigen“: Anja Reschke vom ARD-Politikmagazin „Panorama“.

Zur Flüchtlingsfrage werde in den meisten Medien ein einseitiger und unkritischer „Überwältigungsjournalismus“ praktiziert, kritisiert NZZ-Autor Heribert Seifert. Und NZZ-Medienredaktor Rainer Stadler bemängelt die verlorene Distanz des Journalismus und eine „Verengung der Information zur emotional aufgeladenen Kampagne“. Tatsächlich versuchten viele Medien, Verständnis gegenüber der Not der Flüchtlinge zu wecken. Die Hilfeleistungen aus der Bevölkerung wurden gelobt, die zum Teil krasse Ablehnung der Flüchtlinge verurteilt (siehe Box Seite 16).

In Deutschland ist der Zustrom von Flüchtlingen besonders gross und das Verhalten der Medien pointierter. Entsprechend ist die Mediendebatte im nördlichen Nachbarland besonders interessant.

Dass öffentlich-rechtliche TV-Journalisten dazu auffordern, eine bestimmte politische Haltung zu demonstrieren, kommt selten vor. Anja Reschke, die beim NDR in Hamburg die Abteilung Innenpolitik leitet und das prominente Politikmagazin „Panorama“ moderiert, hat dies

Anfang August in den „Tagesthemen“ der ARD getan. Ihre Forderung richtete sich gegen Verfasser hetzerischer Kommentare. Man müsse „Haltung zeigen“ gegenüber jenen, die im Internet proklamierten, dass Flüchtlinge „verjagt, verbrannt oder vergast werden sollten“, sagte sie in einem Kommentar. So könne es nicht weitergehen mit den Äusserungen des Hasses gegen Flüchtlinge. Man müsse die Mehrheitsverhältnisse wieder klar machen und auch in den Medien jenen eine Stimme geben, die nicht hetzen und hilfsbereit seien.

Dieser Kommentar von Anja Reschke hat in den Medien wie auch beim Publikum eine enorme Beachtung erfahren. Gegenüber EDITO+KLARTEXT sagt Reschke, sie habe sich damals „nur mit einem kleinen Ausschnitt des Themas beschäftigt, nämlich der unerträglichen Hetze im Internet“. Mehr könne man in einer Minute und 40 Sekunden gar nicht abdecken. Dennoch sei ihr Kommentar wahrgenommen worden als großer, allumfassender Meinungsbeitrag zur Flüchtlingspolitik. Der nicht alltägliche Tonfall hat womöglich dazu beigetragen.

Rund eine Woche später sprang der Spiegel-Online-Kolumnist Georg Diez Reschke bei, als er schrieb, die Flüchtlingspolitik gehöre heute zu jenen Themen, die „zu gross und zu wichtig“ seien, „als dass der Journalist sich hinter seiner eigenen Automation und Gefühllosigkeit verschanzen kann“. Er erinnerte daran, dass der frühere „Guardian“-Chefredakteur Alan Rusbridger kürzlich kritisiert habe, der Journalismus habe den Klimawandel lediglich als ein Thema unter vielen behandelt.

„**Moralische Ekstasen**“. Wie viel Gefühl ist erlaubt im Journalismus? Heribert Seifert hat die Berichte deutscher Journalisten über die Hilfsbereitschaft gegenüber Flüchtlingen, die zumindest für kurze Zeit das mediale Bild prägte, vehement kritisiert. „In moralische und emotionalen Ekstasen“ hätten sich die Berichtersteller hineingesteigert. Froben Homburger, der Nachrichtenchef der Agentur dpa, schreibt dagegen in einem nüchternen Gastbeitrag für die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (FAZ): Auch in der Berichterstattung von Nachrichtenagenturen schlossen sich

Medienstelle

nagra

Bei Fragen rund um die nukleare Entsorgung sind wir für Sie da:

Jutta Lang
056 437 12 39 oder
jutta.lang@nagra.ch

Comet Photoshopping