

Medien und Flüchtlinge - Die Erfindung der Willkommenskultur

VON ALEXANDER GRAU am 24. Juli 2017 (Cicero)

Eine Studie untersucht die Rolle der Medien während der Flüchtlingskrise. Das erschreckende Ergebnis: Die Medien machten sich zum Sprachrohr der politischen Elite und ignorierten die Sorgen der Bevölkerung. Die Folgen sind verheerend, nicht nur für den Journalismus



Selfie mit Flüchtling: Die Medien befeuerten die Willkommenstrance / picture alliance

Autoreninfo

Alexander Grau ist promovierter Philosoph und arbeitet als freier Kultur- und Wissenschaftsjournalist. Er veröffentlichte u.a. „Hypermoral. Die neue Lust an der Empörung“ und „Kulturpessimismus. Ein Plädoyer“. Zuletzt erschien von ihm „Politischer Kitsch. Eine deutsche Spezialität“ bei Claudius.

Bilder vom Herbst 2015: Fröhliche Menschen am Münchener Hauptbahnhof halten „Refugees Welcome“-Schildchen hoch, Teddybären fliegen durch die Luft, bunte Luftballons stiegen in den Himmel, mit verklärten Augen werden Flüchtlingskolonnen bejubelt.

Deutschland, so hatte man den Eindruck, war in einer kollektiven Willkommenstrance. Maßgeblich befeuert wurde dieses Gefühl durch die Leitmedien, die sich geradezu darin überschlugen, die neue deutsche Willkommenskultur abzufeiern – und wenn nicht vorhanden, dann einzuklagen.

Gegenstimmen wurden diffamiert

Auch die Welt der so genannten Flüchtlinge, faktisch zumeist Migranten, wurde in zartrosa Tönen gemalt: Mitunter hatte man den Eindruck, nach Deutschland kämen nur gut

ausgebildete Zahnärzte und Ingenieure, westlich gesonnene Familienväter mit ihren Frauen und Kindern, ein Segen für die deutsche Wirtschaft, eine kulturelle Bereicherung für unseren Alltag und eine notwendige Frischzellenkur für unser marodes Rentensystem.

Gegenstimmen? Fehlanzeige. Wer sich der kollektiven Euphorie widersetzte, wer darauf hinwies, dass ganz überwiegend schlecht ausgebildete junge Männer sich auf den Weg nach Deutschland gemacht hatten, die ganz überwiegend keine Flüchtlinge im Sinne der Genfer Flüchtlingskonvention waren, sondern Wirtschaftsmigranten, deren Weltbild die Integration in westliche, liberale Gesellschaften zumindest beschwerlich macht, wurde als Populist, Rassist oder Rechtsaußen attackiert.

Ergebnis: Schon im Dezember 2015 wies eine Studie des Instituts für Demoskopie in Allensbach darauf hin, dass die Mehrheit der Bevölkerung sich über die Flüchtlingskrise sehr einseitig „informiert“ fühle. Der überwiegende Teil der Medienvertreter reagierte verschuppt. Kritik an ihrer Berichterstattung wurde als rechtspopulistisch gebrandmarkt. Das Gefühl der einseitigen Berichterstattung – nur Einbildung ressentimentgeladener Kleinbürger, die von „Mainstreammedien“ schwadronieren?

Weltoffenheitstaumel und Betroffenheitsjargon

Eindeutig nein. Eine am kommenden Montag erscheinende Studie der gewerkschaftsnahen Otto Brenner Stiftung belegt, wie nicht nur die führenden überregionalen deutschen Zeitungen, sondern auch die Lokalpresse „das Narrativ Willkommenkultur im Sinne der Positionen des Politdiskurses verbreiteten und hierbei deren euphemistisch-persuasive Diktion übernahmen.“

Das ist sehr akademisch ausgedrückt. Einfacher formuliert lautet die Erkenntnis: Auch Regionalzeitungen haben den von den politischen und medialen Meinungsmachern vorgegeben Weltoffenheitstaumel und Bereicherungsjargon begeistert übernommen. Negative Berichte wurden ausgeblendet, kritische Stimmen nicht gehört. Die Leitmedien seien „in ihren Meinungsbeiträgen größtenteils auf die politischen Eliten fixiert geblieben“.

Das ist, zumal in dieser Deutlichkeit, harter Tobak. Erstellt wurde die Studie unter der Leitung des Medienwissenschaftlers Michael Haller durch die Hamburg Media School und die Universität Leipzig. Ausgewertet wurden dabei mehr als 30.000 Medienberichte aus dem Zeitraum zwischen Februar 2015 und März 2016, veröffentlicht in den großen überregionalen Tageszeitungen (*FAZ*, *Süddeutsche Zeitung*, *Welt* und *Bild*), auf Online-Portalen (*Spiegel Online*, *Focus Online*, *Tagesthemen.de*) und 85 Lokalzeitungen.

Sorgen der Bevölkerung ignoriert

Das höchst unbequeme Ergebnis der Studie lautet zusammengefasst: Die Medien waren in dem besagten Zeitraum auf den Duktus der politischen Elite fixiert. Die Sorgen, Ängste und Widerstände der Menschen wurden nicht aufgegriffen. Wenn doch, dann in belehrendem oder verächtlichen Tonfall. Stattdessen wurde die „Willkommenskultur“ als moralische Verpflichtungsnorm vermittelt. Die Medien machten sich zum Sprachrohr der politischen Eliten, abweichende Meinungen wurden nicht mehr gehört.

Ablehnende Reaktionen in der Bevölkerung wurden, insbesondere mit Blick auf die östlichen Bundesländer, als aus „Dunkeldeutschland“ ausgegrenzt. Eindringlich wurde für die Willkommenskultur geworben, sie sei wirtschaftlich notwendig und gesellschaftlich

wünschenswert. Parlamentarische Kritiker der Flüchtlingspolitik, insbesondere Vertreter der AfD, kamen in der Berichterstattung quasi nicht vor.

Verheerende Folgen

Die Folgen dieses volkspädagogischen Journalismus, auch daran lässt die Studie keinen Zweifel, sind verheerend – sowohl für Journalismus als auch für die Gesellschaft als Ganzes: „Ein beachtlicher Teil der Bevölkerung glaubt seither, der Journalismus werde offenbar gezwungen, systemkonform und insofern manipulierend zu berichten“, die Wut sucht sich alternative Ventile, die Gesellschaft spaltet und radikalisiert sich.

In diesem Sinne ist die Studie der Otto Brenner Stiftung ein nicht zu überschätzender Beitrag für die Rückgewinnung demokratischer Kultur in unserem Land, da sie die branchenüblichen ausgrenzenden Selbstschutzreflexe („wer von Mainstreammedien spricht, ist rechtsradikal“) als Betriebsblindheit entlarvt.

Eine andere Frage ist, ob die Entwicklung hätte vermieden werden können. Zweifel sind erlaubt. Denn ein anderer Umgang mit der Flüchtlingskrise setzt andere Akteure in Medien und Politik voraus.