

Amr Abu Zeid: Islam und Orient im Bild der Presse: Zur Suggestivkraft multimodaler Berichterstattung

Marburg: Tectum 2016, 260 S., ISBN 9783828836860, EUR 29,95

(Zugl. Dissertation an der Universität Bern, 2014)

Amr Abu Zeid beschäftigt sich mit dem Bild des Islam in der deutschsprachigen Presse. Er untersucht dieses anhand von zwei Nachrichtenmagazinen aus den Jahren 2006-2010: dem Hamburger Spiegel und der Züricher Weltwoche. Zeid analysiert exemplarisch ausgewählte Medienbilder dieser Zeitschriften in Anlehnung an die ikonografische Methode des Kunstwissenschaftlers Erwin Panofsky (vgl. „Ikonographie und Ikonologie.“ In: Kaemmerling, Ekkehard [Hg.]: *Ikonographie und Ikonologie: Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem*, Band 1. Köln: DuMont, 1994, S.207-225) und nach dem von Roland Barthes in *Mythen des Alltags* (Berlin: Suhrkamp, 1964) formulierten dreigliedrigen Modell ‚Sinn, Form, Begriff/Bedeutung‘. Der methodische Zugang ist nicht nur einzigartig,

er überzeugt auch in seiner differenzierten Verknüpfung von Mitteln der Bildrhetorik und der Semiotik. Zeid verwendet eine qualitative Analyse-methode, in der er die Beschaffenheit der bildlichen Zeichen und ihre Zusammensetzung beschreibt, um die denotative Bedeutung darzustellen. Im nächsten Schritt versucht er dann, die Zeichen zu interpretieren und ihre Konnotation aufzudecken. Darüber hinaus prüft er die Text-Bild-Bezüge und macht klar, welchen Bewertungsmustern sie unterliegen, insbesondere dann, wenn das gleiche Bild für unterschiedliche Artikel genutzt wurde. Zeid betrachtet zudem die Bezüge von Bildunterschrift und Bild, als auch von Bildern, die nebeneinander abgebildet werden, zueinander. Die implizite Bildrhetorik ist ein weiterer Untersuchungsgegenstand.

In der Gegenüberstellung der beiden Magazine umfasst Zeids Analyse thematisch die Betrachtung des ‚europäischen‘ Islam und des Islam im Ausland. Zeids Grundaussage ist, dass Medienbilder, ob kommentierend, zur bloßen Illustration oder als Blickfang, einen starken Einfluss auf die Gesamtaussage des journalistischen Textes haben (vgl. S.225). Auch aus diesem Grund setzt er seine Ergebnisse mit früheren Orientbildern in Beziehung und vergleicht sie mit dem von ihm betrachteten Zeitraum. Ferner analysiert er auch Medienbilder, die im Kontext des Themas ‚Integration‘ verwendet werden.

Zeids Ergebnisse zeigen, dass der Spiegel den Islam vielfältiger behandelt als die Weltwoche (vgl. S.229). Die beiden untersuchten Nachrichtenmagazine weisen bei der Anzahl der verwendeten Bilder und deren Größe Unterschiede auf, auch wenn sie zumeist ähnliche Motive verwenden. Die Weltwoche jedoch, so konstatiert Zeid, neigt eher zu plakativen und zu provokativen Darstellungen, die die Argumente der politischen Linie des Magazins unterstützen (vgl. S.229). Durch die rhetorischen Mittel wird oft sogar eine persuasive Wirkung erzielt, um die Rezipient_innen zu überzeugen. Zudem bietet die Weltwoche explizit eine Schlussfolgerung aus dem Dargestellten an, während der Spiegel diese den Betrachter_innen offen lässt (vgl. S.230). Beide Magazine betrachten den europäischen Islam und den Islam im Ausland in ähnlicher Weise, sie sehen die Moscheen in Europa eher als kulturelle Herausforderungen, ihr Orientbild der ausländischen Staaten wie Katar ist jedoch durch Faszination und Bewun-

derung geprägt (vgl. S.231). Laut Zeid unterscheiden sich die Islambilder von heute kaum von denen, die im 18./19. Jahrhundert evoziert wurden (vgl. ebd.).

Bezogen auf die Integration liegen unterschiedliche Bilder vor. Die nicht integrierten Muslime herrschen eher vor, als die der beispielhaften, meist weiblichen Einzelfälle. Die Religiosität der Muslime scheint als Hindernis der Integration angesehen zu werden (vgl. S.232). Bilder von Frauen werden häufig eingesetzt, um die Rolle der Muslima als Frau und Mutter zu festigen. Mittels einheitlicher Kleidung bilden die Frauen zudem eine visuell homogene Gruppe, die sich von anderen Gesellschaftsgruppen abgrenzen und zu isolieren scheinen. Diese Interpretation begünstigt laut Zeid eine negative Bewertung und dient nicht der Verständigung zwischen unterschiedlichen Gesellschaften (vgl. S.211).

Die Dissertation überzeugt durch ihre gut strukturierte Herangehensweise, die exemplarisch gewählten Bildbeispiele und verständlich aufbauende Argumentation. Sie macht deutlich, dass Medienbilder visuelle Stereotype benutzen und über das Bild und dessen Motiv, auch in seinen Kausalbeziehungen zum Text, es mehr Sensibilität und Aufmerksamkeit in der Darstellung ‚fremder Kulturen‘ bedarf. Zeid ist daran interessiert, deutlich zu machen, dass die implizite manipulative Macht der Medienbilder einen großen Einfluss auf gesellschaftspolitische Debatten hat und zu Fehlinterpretationen verleiten kann.

Claudia Bulut (Düsseldorf)