



2022/47 Networld

<https://jungle.world/artikel/2022/47/allah-hat-keinen-humor>

Die Videos des »Insta-Salafisten« Ibrahim el-Azzazi zeichnen eine Welt ohne Ambivalenzen

Allah hat keinen Humor

Networld Von **Max Kügler**

In den sozialen Medien geben »Insta-Salafisten« Ratschläge darüber, was »halal« (erlaubt) oder »haram« (verboten) ist. Manche der dort diskutierten Fragen erscheinen skurril, doch die Form erweist sich als geeignet, um fundamentalistisches Gedankengut zu verbreiten.

Abdoulay_sw fragt: »Lacht Allah? Ich meine, hat er Humor?« »Dass Allah Humor hat, diese Eigenschaft haben wir nicht bestätigt«, heißt es von Ibrahim el-Azzazi vom Youtube-Kanal Islam-content5778. Dass der Salafismus el-Azzazis tatsächlich nichts mit Freude zu tun hat, beweisen seine Kurzvideos, die er auf unterschiedlichen sozialen Medien wie Instagram, Youtube und Tiktok verbreitet. Dort beantwortet er Fragen zum Islam für eine immer größer werdende Schar von Followern. Das reicht von Alltagsfragen – darf man einen Elternteil nicht mögen, dürfen Männer Ringe tragen? – bis zu solchen nach der Einschätzung der Taliban – von denen er sich nicht distanziert. Zum Dunstkreis el-Azzazis gehört auch der Salafist Pierre Vogel, der wegen seiner zum islamistischen Terror anstachelnden Reden ebenso wie el-Azzazi vom Verfassungsschutz beobachtet wird.

Medien wie die ARD oder die österreichische Tageszeitung Der Standard stellen el-Azzazis Videos als an sich eher harmloses Propagandamaterial dar, das jedoch die Funktion habe, junge Menschen für den Salafismus zu gewinnen. Deren Radikalisierung beginne dann aber erst im nichtöffentlichen Bereich, wo sich der Salafismus von seiner extremeren Seite zeige. Tatsächlich bedienen jedoch bereits diese Alltagsanweisungen ein Bedürfnis, das für autoritäre Charaktere konstituierend ist.

Dem radikal antiwestlichen Gebaren erscheinen Versagung und Selbstaufgabe als Ausweg aus dem Elend von Dekadenz und Sittenverfall.

Eine besondere Rolle spielen Videos, die mitteilen, was erlaubt sei und was nicht. Sie suggerieren absolute Eindeutigkeit. Ein selbständig denkendes, reflektierendes Subjekt kommt hier nicht vor. Wenn ein mündiges Subjekt sich durch die Fähigkeit auszeichnet, Widersprüche, Unklarheiten sowie eigene Ohnmacht zu reflektieren und auszuhalten, so erscheint dies dem autoritären Charakter als Ausdruck von Schwäche. Stärke sieht er dagegen in Eindeutigkeit und Abgeschlossenheit, wie sie den salafistischen Geboten eigen ist. Das Versprechen dieser Videos

ist, in einer undurchschaubaren, überfordernden Gesellschaft die Kontrolle über das eigene Leben zu erlangen.

Der Ausstoß an solchen einfach zu produzierenden Kurzvideos ist riesig. Allein el-Azzazi stellt zum jetzigen Zeitpunkt über 1 500 zwischen 15 und 60 Sekunden lange Videos zur Verfügung. Die Masse an Videos, in denen bis ins kleinste Detail bestimmt wird, was verboten und was erlaubt sei, reagiert auf die Kontrollsucht eines Subjekts, das seine eigene Labilität nicht anerkennen kann. Dem radikal antiwestlichen Gebaren erscheinen Versagung und Selbstaufgabe als Ausweg aus dem Elend von Dekadenz und Sittenverfall. Immer wieder wird in den Videos gemahnt, dass das Paradies nur jenen offen stehe, die sich streng an die göttlichen Regeln halten, was den Verzicht auf so ziemlich alles bedeutet, was ein Jugendlicher an Genuss und Lebendigkeit haben kann. Das gesamte Leben wird in den Dienst der Religion gestellt, die eben nicht nur das Paradies mit all seinen Freuden verspricht, sondern als detaillierte Bedienungsanleitung für das Diesseits fungiert. Anders als viele Unterhaltungswaren der sozialen Medien versprechen die salafistischen Videos keine Unterhaltung und Lust, sondern mahnen zum Verzicht. Das haben sie mit jenen Inhalten in sozialen Medien gemein, die zur Selbstdisziplinierung und -optimierung auffordern – sei es durch Fitness, Diät, Arbeit an Karriere oder Persönlichkeit –, doch zeichnen sich die salafistischen Botschaften durch die besondere Strenge des Verzichts aus. Tanzen, Musik, Kampfsport, Anime, Rauchen, bestimmte Videospiele – all das ist verboten.

Doch auch abgesehen davon sind die Videos keineswegs harmlos. So wird die Frage, ob ein Mann eine Frau mit einem fist bump begrüßen dürfe, verneint, da dem muslimischen Mann jeglicher Kontakt zu Frauen verboten sei. Über die Absurdität solcher Fragen mag man vielleicht lächeln, doch die zugrundeliegende totalitäre Forderung nach rigoroser Geschlechtertrennung ist kein Witz, sondern tödlich ernst gemeint, denn jede Abweichung von den göttlichen Regeln kann schreckliche Konsequenzen haben. Der Islamismus stellt besonders für Frauen eine reale Gefahr dar. Im salafistischen Verbotswahn drückt sich eine patriarchale Subjektkonstitution aus, die die Rolle der Frau anhand von jenen eigenen Wünschen und Bedürfnissen definiert, deren Erfüllung man sich nach dem propagierten Männlichkeitsbild nicht zugestehen darf; alle körperlichen oder modischen Attribute des Weiblichen gelten als Versuchung des männlichen Gläubigen. Da die salafistische Ideologie gerade die Kontrollsucht des labilen Subjekts befriedigen soll, muss jede Abhängigkeit – und in der Sexualität ist man stets abhängig vom anderen – vehement verneint werden.

Die Form, in der sich die salafistischen Inhalte präsentieren, die Kürze der Videos, die Eindeutigkeit und Klarheit suggeriert, passen hervorragend zu den Plattformen, auf denen sie verbreitet werden. Die Videos trenden vor allem auf Tiktok, Youtube Shorts und als »Reels« auf Instagram. All diese Plattformen beziehungsweise Funktionen sind auf schnellen, einfachen und anhaltenden Konsum von Kurzvideos ausgelegt. Die immer besser werdenden Algorithmen, die den Nutzern weitere Videos vorschlagen, dienen, so behauptet das Marketing, dazu, das »Plattformerlebnis« der Nutzer zu verbessern – ihnen also Inhalte anzuzeigen, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Das Ergebnis ist, dass immer mehr von dem gezeigt wird, worauf die Konsumenten reagieren, die in ihrer Wahrnehmung also immerzu bestätigt werden. Wer mit salafistischen Inhalten einmal etwas länger in Berührung kam, wird sie, solange er von den Plattformen wiedererkannt wird, kaum wieder los, wozu auch die schiere Masse an Veröffentlichungen beiträgt.

So werden dem Konsumenten nur noch seine bereits bestehenden Vorlieben und Vorurteile gespiegelt, während Erfahrungen zu machen, die ihren Namen verdienen, bedeuten würde, sich auf eine Auseinandersetzung mit einem Gegenstand einzulassen, der dadurch interessant wird, dass er die eigene Borniertheit herausfordert. Die sozialen Medien sorgen so für eine Berieselung, die keine Irritation, keine Erfahrung im strengen Sinne mehr zulässt. Dieser beschränkend-repetitive Charakter kommt wiederum autoritären Ideologien wie dem Salafismus besonders entgegen.