
Jahrbuch Medienpädagogik 19: Gesellschaftlicher Zusammenhalt: Kommunikation und Konsens. Herausgegeben von Sonja Ganguin, Anneke Elsner, Ruth Wendt, Thorsten Naab, Jessica Kühn, Klaus Rummler, Patrick Bettinger, Mandy Schiefner-Rohs und Karsten D. Wolf

Rezeption muslimischer Repräsentationen und gesellschaftlicher Zusammenhalt

Wie sich Angehörige der muslimischen Diaspora zu Medienbildern des Islams positionieren

Stephan Niemand¹ 

¹ Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Zusammenfassung

Im Artikel werden Befunde einer qualitativen Rezeptionsstudie mit Angehörigen der muslimischen Diaspora zu Medienrepräsentationen des Islams präsentiert. Ausgangspunkt für die Durchführung der Studie waren zwei zentrale Aspekte. Erstens belegen zahlreiche Inhaltsanalysen, dass über Muslimas und Muslime sowie den Islam zumeist ereigniszentriert und in einem gewalt- und konfliktbehafteten Kontext berichtet wird. Es ist anzunehmen, dass eine derart negativ verengte Berichterstattung nicht folgenlos für den Zusammenhalt in der Gesellschaft bleibt. Allerdings ist zweitens wenig darüber bekannt, wie Muslimas und Muslime selbst die Islamberichterstattung wahrnehmen und ob sie muslimische Medienbilder als Gefährdung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt deuten. Diese Leerstelle aufgreifend wurden 12 problemzentrierte Leitfadeninterviews mit Angehörigen der muslimischen Diaspora geführt. Die Befunde zeigen, dass aus Sicht der Interviewten die mediale Repräsentation weitestgehend nicht mit ihrem eigenen Selbstverständnis übereinstimmt und nur wenig Identifikationspotenzial bietet. Im Gegenteil, sie fühlen sich vielfach durch die Islambericht-

erstattung diskriminiert und ausgegrenzt. In diesem Zusammenhang werden Tendenzen einer Gefährdung des gesellschaftlichen Zusammenhalts sichtbar. Für die medienpädagogische Praxis bieten die empirischen Befunde zahlreiche Ansatzpunkte.

Reception of Muslim Representations and Social Cohesion. How Members of Muslim Diaspora Interpret Islamic Media Coverage

Abstract

This article presents findings from a qualitative reception study with members of the Muslim diaspora on media representations of Islam. Two central aspects were the starting point for the realization of the study. Firstly, numerous content analyses show that reports about Muslims and Islam are mostly event-centered and take place in the context of violence and conflict. It can be assumed that such negatively narrowed reporting is not without consequences for cohesion in society. However, secondly, little is known about how Muslims themselves perceive Islam coverage and whether they interpret media portrayals of Islam to be a threat to social cohesion. Addressing this gap, 12 problem-centered semi-structured interviews were conducted with members of the Muslim diaspora. The findings show that, from their point of view, the media representation does largely not correspond to their own self-image and provides only little identification potential. On the contrary, they often feel discriminated and marginalized by reports on Islam. In this context, tendencies towards a threat to social cohesion become visible. The empirical findings offer numerous starting points for media education practice.

1. Einleitung

Im Jahr 2019 lebten schätzungsweise 5,5 Millionen muslimische Religionsangehörige in Deutschland. Ihr Anteil gemessen an der Gesamtbevölkerung betrug damit circa 6,6 Prozent. Angehörige der muslimischen Diaspora sind folglich ein wesentlicher Bestandteil der deutschen Gesellschaft

und gehören zum alltäglichen Leben dazu.¹ In der Betrachtung dieser Zahlen gilt es stets hervorzuheben, dass es sich bei der Gesamtheit der muslimischen Religionsangehörigen um eine überaus heterogene Gruppierung handelt. Dies verdeutlichen Daten der Studie «Muslimisches Leben in Deutschland 2020», die das Forschungszentrum des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge (BAMF) im Auftrag der Deutschen Islamkonferenz (DIK) durchgeführt hat (Pfündel, Sticks, und Tanis 2021). So besitzt etwa die Hälfte von ihnen die deutsche Staatsangehörigkeit. Viele haben Abitur (36%) oder einen weiterführenden Schulabschluss (22%), einige haben einen Pflicht- (27%), andere keinen Schulabschluss (16%). Der Grossteil spricht laut Selbsteinschätzung gut oder sehr gut deutsch (79%), während bei manchen die Deutschkenntnisse weniger gut ausgeprägt sind. Mehr als die Hälfte bezeichnet sich als eher gläubig (53%), manche geben aber auch an, stark, eher nicht oder gar nicht gläubig zu sein. Einige der Frauen und Mädchen tragen ein Kopftuch, die meisten (70%) tun dies nicht. Viele der Muslimas und Muslime sind Kinder und Jugendliche (21% unter 15 Jahren) oder junge Erwachsene (22% zwischen 15 und 24 Jahre) und nur manche älter als 64 Jahre (5%). Der Grossteil ist selbst zugewandert (69%), viele gehören aber auch der Nachfolgegeneration an. Etwa zwei Drittel (65%) haben häufig Kontakt zu Personen ohne Migrationshintergrund im Freundeskreis, während wenige (14%) keine befreundeten Personen ohne Migrationshintergrund haben. Insgesamt wird deutlich, dass es sich bei den muslimischen Religionsangehörigen um Menschen aus verschiedenen Lebensphasen, Milieus und Lebenslagen handelt. Zuschreibungen, die allein auf die Religionszugehörigkeit fokussieren, wie *die* Muslime oder *der* Islam sind folglich per se stereotypisierend und verkürzend.

Obwohl die Diversität innerhalb der muslimischen Diaspora also nachweislich hoch ist, betrifft *alle* Angehörigen – und dies ist der zentrale Ausgangspunkt dieses Beitrags –, dass sie sich mit einer überaus negativ

1 Die Daten lassen keine andere Einschätzung zu. Es handelt sich bei der Frage zur Zugehörigkeit des Islams zur Identität Deutschlands allerdings um eine emotional aufgeladene Debatte. So haben beispielsweise führende Politiker:innen öffentlichkeitswirksam betont, der Islam gehöre zu Deutschland, darauf aber auch zahlreiche Abwehrreaktionen erhalten, etwa der damalige Innenminister Wolfgang Schäuble im Jahr 2006, der damalige Bundespräsident Christian Wulff im Jahr 2010 oder die damalige Bundeskanzlerin Angela Merkel im Jahr 2015.

gerahmten Medienrepräsentation des Islams sowie von Muslimas und Muslimen konfrontiert sehen. So wird über diesen Personenkreis etwa im professionellen Informationsjournalismus weitestgehend in einem gewalt- und konflikthafter Kontext berichtet (siehe als Überblick die Metaanalyse von Ahmed und Matthes 2017). Zudem sind sie in Sozialen Medien besonders häufig Ziel von Hate Speech (Geschke et al. 2019). Die Vermutung liegt nahe, dass solch negativ verengte Medienrepräsentationen nicht folgenlos für das soziale Miteinander innerhalb einer Gesellschaft bleiben; sie können gar als Gefährdung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt angesehen werden.

Im Kontrast zu den inhaltlichen Darstellungen, die in der Kommunikationswissenschaft gut erforscht sind, ist bislang wenig darüber bekannt, wie Muslimas und Muslime die Medienbilder über die eigene Gruppierung selbst deuten. Diese Leerstelle in der Rezeptionsforschung aufgreifend fragt der vorliegende Beitrag danach, wie *Angehörige der muslimischen Diaspora erstens Medienrepräsentationen des Islams wahrnehmen und ob sie zweitens die Medienbilder als Gefährdung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt deuten*. Dazu wird in Abschnitt 2 zunächst ein Überblick über die Darstellung von Muslimas und Muslimen und dem Islam in den Medien gegeben. Es folgt eine Zusammenschau der Befunde zur Rezeption muslimischer Medienbilder (Abschnitt 3). Das methodische Vorgehen der hier vorgestellten qualitativen Interviewstudie mit Angehörigen der muslimischen Religionsgemeinschaft wird in Abschnitt 4 erörtert, bevor anschliessend Befunde zur Wahrnehmung der Islamberichterstattung, zur Relevanzzuschreibung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie zur Optimierung der Islamberichterstattung präsentiert werden (Abschnitt 5). Schliesslich wird im Resümee (Abschnitt 6) reflektiert, welche medienpädagogischen Schlussfolgerungen sich aus den Befunden der empirischen Studie ableiten lassen.

2. Medienbilder des Islam als Muster der Markierung der Anderen

Dieser Abschnitt bezieht sich auf den Bereich der muslimischen *Medienrepräsentationen*. Aufbauend auf wesentlichen Erkenntnissen aus den Cultural Studies werden mediale Darstellungsweisen nicht als Abbildung einer gegebenen Wirklichkeit verstanden, sondern vielmehr als soziale Praxis der Bedeutungsproduktion. So beschreibt Stuart Hall mediale Repräsentation als «active work of selecting and presenting, of structuring and shaping; not merely the transmitting of an already-existing meaning, but the more active labor of making things mean» (Hall 1982, 64). Muslimische Medienrepräsentationen tragen folglich einen wesentlichen Teil dazu bei, welche Bedeutungen, Denkmuster und Leitbilder mit den Begriffen «Islam» und «Muslim*a» verknüpft sind oder radikaler ausgedrückt: wie im Mediendiskurs der Islam oder die Muslim:innen erst erschaffen werden (Said 1978). In diesem Prozess erfolgen stets auch Grenzziehungen, indem beispielsweise Muslimas und Muslime von Deutschen unterschieden und abgegrenzt werden. Im Sinne eines *Otherings* lassen sich muslimische Medienbilder daher auch als Muster der Markierung der *Anderen* beschreiben (Attia 2009; Richter 2015).

Solche Markierungen fallen gerade gegenüber Minderheiten oftmals homogenisierend und stereotypisierend aus. Viele inhaltsanalytische Studien belegen, dass über den Islam und Muslime in verschiedenen Medienangeboten überwiegend ereigniszentriert und in einem gewalt- und konflikthaften Kontext berichtet wird. Sei es Terrorismus und Extremismus, sei es Flucht, seien es Ehrenmorde oder Integrationsprobleme, sei es die Unterdrückung der Frau oder gleich die Islamisierung des Abendlandes (u. a. Ahmed und Matthes 2017; Baugut 2020; Brinkmann 2015; Hafez und Richter 2007; Karis 2013; Shooman 2014). Die These vom «Feindbild Islam» sei, so resümiert Kai Hafez,

«mit den Methoden der empirischen Sozialforschung hinreichend belegt worden. Das Hauptproblem ist dabei nicht das Berichten über Gewalt und Repression an sich, sondern die völlige Fixierung auf dieses enge Themenspektrum. Problematisch ist also weniger, worüber berichtet wird, als worüber nicht berichtet wird.» (Hafez 2013, 347)

Mit den Lebensrealitäten der Angehörigen der muslimischen Diaspora haben die Medienrepräsentationen zumeist also wenig gemein, fehlen doch weitestgehend alltagsnahe Darstellungen wie Berichte über gelungene Integration, religiöse Praktiken oder berufliche Erfolgsgeschichten. Auch wenn an den Journalismus die normative Erwartungshaltung herangetragen wird, er müsse problematische Aspekte benennen und eine kritische Auseinandersetzung mit öffentlich relevanten Themen ermöglichen, lässt sich weder diese negative Themenfixierung noch die Ausblendung muslimischer Lebenswirklichkeiten als angemessen einordnen. «Denn diese vor allem Distanz erzeugende Berichterstattung macht aus der Minderheit das Fremde und Bedrohliche» (Ettinger 2019, 241). Eine zunehmende Islamophobie (Decker, Kies, und Brähler 2016; Spielhaus 2006) kann daher nicht losgelöst von muslimischen Medienrepräsentationen betrachtet werden. Die gegenwärtige Islamberichterstattung bietet nicht nur kaum Anknüpfungspunkte für interkulturellen Dialog und wechselseitige Akzeptanz, sie kann auch als Gefahr für den Zusammenhalt in der Gesellschaft angesehen werden. Konzentriert man sich beim komplexen und facettenreichen Begriff ‚gesellschaftlicher Zusammenhalt‘ legitimerweise auf die «Einstellungsebene» (Forst 2020, 44) und definiert sozialen Zusammenhalt etwas pragmatisch als «wechselseitig gut und gern ertragene Heterogenität» (Patzelt 2020, 16), dann lassen sich die in Medien veröffentlichten Inhalte mit Islambezug weitgehend als dysfunktional für diesen Zusammenhalt deuten. Für Aspekte wie Toleranz, Vertrauen, Akzeptanz oder Solidarität sind die muslimischen Medienbilder nämlich – so eine naheliegende Annahme – sicherlich unzutraglich und schädlich. Vor diesem Hintergrund ist von besonderem Interesse, wie sich Angehörige der muslimischen Diaspora selbst gegenüber den medialen Konstruktionen des Islams positionieren und welche Relevanz sie diesen für den Zusammenhalt innerhalb der Gesellschaft zuschreiben.

3. Medienrezeption (von Muslimas und Muslimen) als Verarbeitung lebensweltlicher Erfahrungen

Dieser Abschnitt thematisiert den Bereich der *Medienrezeption*: Rezeptionsprozesse werden in Anlehnung an das Encoding-Decoding-Modell von Stuart Hall (1980) als Bedeutungsproduktion im Kontext von Gesellschaft, Alltag und Kultur konzeptualisiert. Demzufolge sind Medieninhalte per se mehrdeutig. Die Bedeutung, die einem Medientext letztlich zugeschrieben wird, ist Folge eines kreativen und eigensinnigen Aneignungsprozesses, zu dem die gesellschaftliche Position eines Subjekts innerhalb der Gesellschaft den entscheidenden Interpretationsrahmen bereitstellt (Krotz 2009; Röser 2015). So können Menschen ausgehend von ihren Alltagserfahrungen die «dominante kulturelle Ordnung» (Hall 1999, 103) eines Medientexts hinterfragen oder auch divergierende Bedeutungen produzieren. Inwiefern Angehörige der muslimischen Diaspora islamische Medieninhalte interpretieren und deuten, steht folglich in Verbindung mit ihren lebensweltlichen Erfahrungen und mit ihrer sozialen Positionierung innerhalb der Gesellschaft. Empirische Rezeptionsanalysen erlauben demnach immer auch Aussagen über gesellschaftliche Machtverhältnisse. Die religiöse Identität, hier die Identifikation mit dem Islam, lässt sich als ein zentrales, prägendes Merkmal im Rezeptionsprozess ansehen. Allerdings sind Subjekte mehrdimensional sozial positioniert, denn sie sind von einer Vielzahl an Identitätsachsen wie Geschlecht, Bildung oder sexuelle Orientierung durchkreuzt. Diese können je nach Ausprägung und Medientext in der Medienrezeption mehr oder weniger wirksam sein. Um gemäss Erkenntnisinteresse die relevanten Identitätsachsen angemessen zu erfassen, gilt es, in der empirischen Forschung ausreichend Raum für die Selbstpositionierung der Subjekte zu gewährleisten.

Die Forschung zur Rezeption muslimischer Medienrepräsentationen lässt sich im Allgemeinen als Desiderat innerhalb der Kommunikationswissenschaft charakterisieren. Es gibt insgesamt kaum Studien zur Interpretation der Medienbilder zum Islam; noch seltener sind Studien, in denen Angehörige der muslimischen Diaspora zu ihren Sichtweisen befragt werden. Die zentralen Einsichten aus den wenigen vorliegenden Rezeptionsstudien mit Muslimas und Muslimen lassen sich wie folgt skizzieren: Grundsätzlich wird die Berichterstattung über diesen Bevölkerungsteil

und den Islam von nahezu allen gesellschaftlichen Gruppierungen als sehr negativ wahrgenommen (Schneider, Fincke, und Will 2013) – vor dem Hintergrund der oben erwähnten Einsichten aus den Inhaltsanalysen ein kaum überraschender Befund. Eine hohe Identifikation mit der eigenen Gruppierung begünstigt zudem, dass negativ-stereotype Medienrepräsentationen über die eigene Gruppierung als besonders kritisch empfunden werden. Diese Wahrnehmung des Medientenors kann sowohl Diskriminierungs- und Ausgrenzungsgefühle hervorrufen als auch zur Einschätzung eines negativen Images der Binnengruppe innerhalb der Bevölkerung führen (Frindte et al. 2012; Karadas, Neumann, und Reinemann 2017; Lünenborg, Fritsche, und Bach 2011). Bei vielen Muslimas und Muslimen lässt sich ein tiefes Gefühl des Missverstandenwerdens beobachten, welches mit der negativen Berichterstattung korrespondiert. Einige fühlen sich zudem dazu gedrängt, die wahrgenommene Aussenansicht zu verteidigen. Eine mögliche Folge kann sein, dass sie dabei eine stärkere muslimische Identität entwickeln (Heeren und Zick 2014; Pollack und Müller 2018). Der vorliegende Artikel zielt darauf, die Befunde zur Rezeption muslimischer Medienrepräsentationen auszubauen und auf eine breitere empirische Basis zu stellen.

4. Methodisches Vorgehen

Die hier vorgestellte explorative Studie wurde im Rahmen eines Lehrforschungsprojekts im Jahr 2021 durchgeführt.² Ausgehend von den oben genannten Einsichten einer weitgehend negativ gerahmten Medienberichterstattung über den Islam, zu der es kaum Rezeptionsstudien mit Muslimas und Muslimen gibt, standen die folgenden Fragen im Fokus:

1. Wie nehmen Angehörige der muslimischen Diaspora Repräsentationen des Islams in professionellen Medienangeboten sowie in Sozialen Medien wahr?

2 Den Studierenden des Forschungsseminars gilt mein herzlicher Dank für die Durchführung der Interviews sowie für erste Impulse zur Auswertung des Materials. Im Einzelnen mitgewirkt haben: Annika Altmann, Anna Sophia Alverdes, Jana Buschmaas, Anna Davydova, Anna Delarocque, Carolin Ruth Ehret, Alicia Hesse, Pia Marie Kindermann, Nele Louise Lautenbacher, Inga Maslowski, Caroline Mungen, Margarita Nikolova.

2. Empfinden sie die Medienbilder als Gefährdung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt?
3. Welche Handlungsempfehlungen formulieren sie zur Optimierung der Islamberichterstattung in professionellen Medienangeboten?

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden 12 problemzentrierte Leitfadeninterviews (Keuneke 2017) mit Angehörigen der muslimischen Diaspora geführt. Das Sample umfasst Personen, die dem Islam in ihrer Lebensführung eine gewisse Bedeutung beimessen, zum Beispiel in Form der Einhaltung von Getränke- und Speisevorschriften, des täglichen Gebets oder der Begehung islamischer Feste. Das Ausmass der religiösen Identifikation der Interviewten³ lässt sich insgesamt – wie bei der Mehrheit der muslimischen Religionsgemeinschaft – zwischen mittelhoch und mittelniedrig klassifizieren. Das Sample variierte hinsichtlich der religiösen Identifikation also nur leicht. Obwohl ein ausgeglichenes Verhältnis hinsichtlich der Kategorien Geschlecht und Schulbildung angestrebt wurde, befinden sich trotz intensiver Bemühungen unter den Interviewten vorwiegend Frauen mit gehobener Schulbildung. Diese waren der Studienteilnahme im Vergleich zu Männern (insbesondere mit einfacher Schulbildung) deutlich offener gegenüber eingestellt. Die folgenden zentralen Merkmale geben einen Überblick über das Sample:

- 10 Frauen und 2 Männer im Alter zwischen 19 und 51 Jahren.
- Die Identifikation mit dem Islam variierte zwischen mittelhoch und mittelniedrig.

3 In Anlehnung an Wan und Chew (2013) wurde religiöse Identifikation in drei Komponenten systematisiert. Erstens religiöses Wissen, zweitens religiöses Labeling sowie drittens religiöse Beziehungen. Diese drei Komponenten stehen miteinander in Beziehung und konstituieren gemeinsam die religiöse Identifikation. Entlang dieser Systematik haben die Interviewten zu Beginn des Interviews auf einer Art Zielscheibe markiert, wie wichtig ihnen folgende Aspekte sind: (a) Glaubensvorstellungen und Traditionen wie Fastenzeiten, Essensregeln, Gebetszeiten und islamische Feiertage, (b) die Erkennbarkeit als Muslim oder Muslima im Sinne der Zugehörigkeit zu einem Kollektiv (zum Beispiel durch das Tragen eines Kopftuchs oder einer Gebetskette) sowie (c) der Kontakt mit muslimischen Freunden und Bekannten oder der Besuch in der Moschee.

- Drei Interviewte mit einfacher Schulbildung (Haupt-, Real- oder weiterführende Schule) und neun mit gehobener Schulbildung (Abitur oder Fachabitur).
- Alle Interviewten wiesen einen Migrationshintergrund auf, davon zwei mit persönlicher Migrationserfahrung.

Der Interviewleitfaden umfasste insgesamt sechs thematische Dimensionen. Abbildung 1 gibt einen Überblick in Struktur und Aufbau des Leitfadens. Zu Beginn des Interviews thematisierten wir, wie die Interviewten das Leben als Muslima oder Muslim in Deutschland erleben, inwieweit sie sich mit dem Islam identifizieren und wie dieser ihren Alltag prägt sowie welche Bedeutung der Islam innerhalb der Familie einnimmt (Dimension 1). Dies zielte darauf, einen Eindruck von ihrer religiösen Identität zu gewinnen. In Dimension 2 interessierte uns, wie sie die Berichterstattung über Muslime und den Islam in professionellen Medienangeboten wahrnehmen. Ergänzend dazu diskutierten wir Potenziale und Gefahren von Sozialen Medien, zum Beispiel inwieweit Soziale Medien als Handlungsraum für mehr Teilhabe oder aber als Ort für rassistische Anfeindungen angesehen und erlebt werden (Dimension 3). Welche Bedeutung die Interviewten den muslimischen Medienrepräsentationen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zuschreiben, thematisierten wir in Dimension 4. Anschliessend nahmen wir in Dimension 5 spezifische Themen und Diskurse zum Islam wie die Kopftuchdebatte oder Diskussionen um eine ‚Leitkultur‘ oder eine ‚deutsche Werteordnung‘ in den Blick. Ferner diskutierten wir mit den Interviewten, was Merkmale einer besonders gelungenen beziehungsweise besonders kritikwürdigen Islamberichterstattung sind und inwieweit sich die Berichterstattung in professionellen Medienangeboten aus ihrer Sicht verbessern liesse (Dimension 6). Insgesamt erhielten wir einen vielschichtigen Einblick in die Gefühlswelten und Einstellungen der Interviewten und konnten so ihre Sichtweisen auf den *Konnex Medien – Islam – Gesellschaftlicher Zusammenhalt* rekonstruieren.

1. Religiöse Identität
2. Wahrnehmung der Islamberichterstattung
3. Potenziale und Gefahren Sozialer Medien
4. Relevanzzuschreibungen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt
5. Schlüsselereignisse sowie spezifische Themen und Diskurse zum Islam
6. Optimierung der Islamberichterstattung

Abb. 1: Dimensionen des Interviewleitfadens. Eigene Darstellung.

Die Auswertung der Interviews erfolgte mittels ethnografisch orientierter Porträts. Dies ist ein Verfahren, das eine besonders kontextsensitive Analyse erlaubt und *«regelgeleitet, transparent und intersubjektiv nachvollziehbar abläuft»* (Röser et al. 2018, 201, Herv. i. O.)

5. Befunde

Im Folgenden werden ausgewählte Befunde der Studie präsentiert. Zunächst wird in Abschnitt 5.1 erörtert, wie die Interviewten die Islamberichterstattung wahrnehmen und welche Potenziale und Gefahren sie Sozialen Medien zuschreiben. Abschnitt 5.2 gibt einen Einblick, welcher Zusammenhang zwischen muslimischen Medienbildern und dem gesellschaftlichen Zusammenhalt hergestellt wird. Schliesslich werden in Abschnitt 5.3 Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Islamberichterstattung aus Sicht der Interviewten präsentiert.

5.1 Wahrnehmung der Islamberichterstattung sowie Potenziale und Gefahren Sozialer Medien

Im Allgemeinen sind unsere Interviewten an der *massenmedialen Berichterstattung* über Muslime und den Islam ausgesprochen interessiert, weil es sie *«ja schon irgendwie betrifft»* (Fatima, 20 Jahre, gehobener Schulabschluss). Aufgrund des Bezugs zu ihrer eigenen Lebenswelt sind sie für dieses Thema besonders sensibilisiert und einige suchen auch gezielt nach Medieninhalten mit Islambezug. Allerdings empfinden sie, den Einsichten aus dem Forschungsstand entsprechend (siehe Abschnitt 3), die Berichterstattung über den Islam in professionellen Medienangeboten weitgehend

als negativ, teilweise sogar islamfeindlich sowie als stereotyp und sehr undifferenziert. Sie fühlen sich in vielerlei Hinsicht ungerecht behandelt und in besonderer Art und Weise markiert. Um ein Beispiel zu nennen: Kritisch wird angesehen, wenn bei extremistischen Taten *nicht* eingeordnet wird, dass es sich bei den Attentätern um eine extremistische Minderheit handelt, die ihre kriminellen Handlungen zwar mit religiösen Motiven begründet, deren Taten aber von der überwiegenden Mehrheit der muslimischen Gemeinschaft verurteilt werden. Dieser Extremismus habe nichts mit ihrer religiösen Praxis zu tun und extremistische Einstellungen sehen sie auch als falsche Interpretation des muslimischen Glaubens an. Es fehle hier an einer sachlich notwendigen Differenzierung zwischen Muslimas und Muslimen, nicht-gewaltbereiten Islamisten und extremistischen Dschihadisten (siehe auch Dantschke 2017).

Vereinzelt werden in den Interviews aber auch gelungene Aspekte der Islamberichterstattung hervorgehoben. So wird mehrfach positiv erwähnt, dass gegenwärtig Muslimas und Muslime in der Berichterstattung häufig(er) zu Wort kommen, sei es wegen ihrer Expertise zum Islam oder als Betroffene. Gleichwohl wird auch hier kritisch relativiert, dass sich die muslimischen Interviewpartner:innen zumeist in einem thematisch negativen Kontext wie Terror, Integrationsprobleme oder Frauenunterdrückung äussern müssen.

Hinsichtlich ihrer *Repräsentation in Sozialen Medien* äussern sich die von uns interviewten Angehörigen der muslimischen Diaspora ambivalent. Für sie sind Soziale Medien einerseits ein Kommunikationsraum für anerkennende Sichtbarkeit, für Identitätsarbeit oder auch für den interkulturellen Austausch, weil dort zum Beispiel muslimische Themen in einer Art und Weise behandelt werden, der sie in der professionellen Medienberichterstattung nicht begegnen. Auch finden sie in Sozialen Medien Personen vor, die für sie eine Vorbildfunktion einnehmen und die auch Perspektiven von Muslimas und Muslimen in die Öffentlichkeit tragen, mit einer «modernerer Lebensweise [...], dass es nicht nur diesen einen Islam gibt, der oft so stereotypmässig dargestellt wird.» (Jamila, 24 Jahre, gehobener Schulabschluss).

Andererseits – und dies ist aus ihrer Sicht die Kehrseite – ermöglichen Soziale Medien die Verbreitung extremistischer Ansichten radikaler Kräfte und bieten zugleich Islamkritiker:innen eine öffentlichkeitswirksame Plattform. Gerade diese Kombination könne zu einer Polarisierung in der Gesellschaft beitragen. Ferner sehen sie in Sozialen Medien auch einen Ort, in dem sie und andere Muslimas und Muslime hasserfüllte Anfeindungen zum Beispiel in Form rassistischer Kommentare erleben:

«Natürlich hat Social Media auch eine negative Seite. In den Kommentarspalten meistens (lacht) [...]. Da liest man schon sehr oft auch sehr rassistische Kommentare von Leuten, die sagen: <Ja geht doch in euer Land zurück!>» (Samira, 27 Jahre, einfache Schulbildung)

5.2 Relevanzzuschreibung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt

Fragt man nach der Bedeutung der muslimischen Medienbilder für den Zusammenhalt innerhalb einer Gesellschaft, gilt es zunächst in den Blick zu nehmen, dass die Interviewten ihre Vorstellung, wie die Mehrheitsbevölkerung über Muslime denkt, teils aus der (negativ wahrgenommenen) Berichterstattung ableiten. So befürchtet beispielsweise Sahar: «In den Medien ist das eher so, dass viel Angst geschürt wird. Ich habe auch das Gefühl, dass die Menschen sich so denken: <Oh Gott, das sind immer Terroristen.>» (Sahar, 23 Jahre, gehobener Schulabschluss). Und Ismael reflektiert: «Ich sag mal so: Man guckt nicht weg [...], weil man wissen möchte: <Ey, in welches Licht versuchen die uns gerade zu rücken?>» (Ismael, 22 Jahre, gehobener Schulabschluss). Seine Sorgen hinsichtlich der negativen Medienberichterstattung bringt er in einem weiteren Zitat entschieden zum Ausdruck:

«Wenn man die komplette Schuld dem Islam in die Schuhe schiebt, dann macht das einen auch traurig. Wir leben ja hier in Deutschland sehr multikulturell und man versucht hier, ein gutes Licht zu hinterlassen und nicht für Hass zu sorgen. Man will mit jedem gut klarkommen und es sind nun mal sehr viele, die Fernsehen gucken oder sonst was. Und wenn irgendwann jeder nur noch schlecht über den Islam redet, dann traut man sich nicht mehr zu sagen: <Ok, ich bin Muslim>. Dann traut man sich das nicht mehr. [...] Und wenn nur

schlecht darüber geredet wird, dann hört dir auch keiner mehr zu. Dann wollen die Leute mit dem Islam auch nichts zu tun haben und sind auch nicht bereit für Gespräche.» (Ismael, 22 Jahre, gehobener Schulabschluss)

Insgesamt belegen die Daten eindrücklich, dass die Interviewten von einer starken Medienwirkung der Berichterstattung ausgehen, aus der sich – so ihre Annahme – ein negatives Islambild in der Gesellschaft speist. Sorgenvoll vermuten sie, dass die Berichterstattung Ressentiments und Ablehnung gegenüber Muslimas und Muslimen schürt. Zudem deutet sich im Material an, dass Medien von einigen Interviewten als absichtsvoll diskriminierende politische Akteure betrachtet werden. Auch wenn es wahrscheinlich ist, dass das Islambild in der Mehrheitsbevölkerung differenzierter und positiver ist als die Repräsentation innerhalb der Berichterstattung (Heeren und Zick 2014), ergeben sich bereits aus der vermuteten Medienwirkung reale Folgen für das Akzeptanzgefühl und die gesellschaftliche Teilhabe der Muslimas und Muslime.

Ein weiterer Aspekt ist, dass die Angehörigen der muslimischen Diaspora *persönliche Diskriminierungserfahrungen mit muslimischen Medienbildern verknüpfen*. So fühlen sich die Interviewten etwa ausgegrenzt, wenn sie Sätze lesen wie ‹Der Islam gehört nicht zu Deutschland›, obwohl sie selbst die deutsche Staatsbürgerschaft besitzen, oder wenn sie nach Berichten über sogenannte Ehrenmorde gefragt werden, ob ihre Eltern sie auch umbringen würden, wenn sie einen deutschen Freund hätten. Ferner fühlen sie sich diskriminiert, wenn sie nach islamistischen Terroranschlägen genötigt werden, sich zu rechtfertigen und auch öffentlich angefeindet und beleidigt werden, oder wenn sie im Vorstellungsgespräch danach gefragt werden, ob sie ein Problem mit Juden haben. Die Auflistung der hier exemplarisch herangezogenen Beispiele liesse sich ohne Weiteres fortführen. Prägnant verdeutlicht diesen Befund noch einmal ein Zitat von Tarek:

«Zum Beispiel haben meine Familie und ich eine Situation erlebt: Obwohl der Mann uns nicht kannte, hat er uns in der Öffentlichkeit auf der Straße beleidigt. Er hat an der Ampel auf seinem Fahrrad

gegessen und hat uns einfach so beleidigt: ‹Ihr Muslime und und und.› [...] Und ich glaube das ist das Ergebnis, wie die Medien berichten.› (Tarek, 47 Jahre, gehobener Schulabschluss)

Insgesamt können die Interviewten nachvollziehbar belegen, dass sie in zahlreichen Alltagssituationen Ausgrenzung und Diskriminierung erfahren und inwiefern sie dabei einen Bezug zu muslimischen Medienbildern erkennen. Tendenzen einer Gefährdung des gesellschaftlichen Zusammenhalts durch die negativ verengten Medienbildern werden so eindrücklich sichtbar.

Doch welchen Mediendiensten schreiben die Muslime diese Effekte in erster Linie zu? Der professionellen Medienberichterstattung oder den Inhalten in Sozialen Medien? *Etwas überraschend richtet hier ein Grossteil den Fokus auf die Berichterstattung im professionellen Informationsjournalismus und nicht auf die teils hasserfüllten Inhalte in Sozialen Medien.* Polarisierungstendenzen sowie negative und islamophobe Einstellungen würden – so die Argumentation – besonders durch die Berichterstattung professioneller Medienangebote verstärkt, weil diese erstens eine höhere Glaubwürdigkeit sowie zweitens eine höhere Reichweite geniessen. Inhalte in Sozialen Medien werden in dieser Sichtweise als deutlich weniger relevant für eine Gefährdung des gesellschaftlichen Zusammenhalts angesehen. Pointiert bringt diesen Befund das Zitat von Gülten zum Ausdruck:

«Bildzeitung ist klar. Das ist meiner Meinung nach die reinste Katastrophe, aber auch so allgemein in den Nachrichten beim *heute journal* oder der Tagesschau [...]. Ich merke nur, dass die ganz großen Verlage oder halt größere Fernsehsender mehr Reichweite bekommen und [...] dass sie viel mehr eingreifen und viel, viel mehr verallgemeinern und dass die auch mehr Macht haben tatsächlich. Und deswegen vermeide ich die mittlerweile, so gut es geht.» (Gülten, 23 Jahre, gehobener Schulabschluss)

Aus Sicht der Interviewten liegt der Ursprung für eine Gefährdung des gesellschaftlichen Zusammenhalts durch Medien also insbesondere in der journalistischen Islamberichterstattung, die Muslimas und Muslime durch Hervorhebung negativer Attribute von der Mehrheitsgesellschaft

abgrenzt und im Sinne einer homogenen Masse als Andere konstruiert. In dieser Argumentation stellt die Berichterstattung folglich den Nährboden für hasserfüllte Anfeindungen in Sozialen Medien bereit, sodass Hate Speech als Ausdruck beziehungsweise als Wirkung der negativen Medienberichterstattung gelesen wird.

Im letzten Satz des Zitats von Gülten deutet sich zudem an, dass mediale Otheringprozesse auch dazu führen können, dass sich Muslimas und Muslime von der professionellen Medienberichterstattung abwenden. Ansätze einer medial desintegrierenden Verhaltensweise und in Teilen auch einer politischen Distanzierung zeigen sich auch bei weiteren, wenn auch wenigen, Interviewten.⁴ So hat die Unzufriedenheit mit der Darstellung von Muslimas und Muslime und dem Islam in den Medien beispielsweise bei Namika zu einer Abkehr von der Berichterstattung geführt:

«Was so Medien und Politik angeht, halte ich mich relativ zurück [...]. Für mich sind das einfach mehr Kopfschmerzen als alles andere [...]. Ich höre nur manchmal zu, wenn mein Papa türkische Nachrichten hört [...]. Ich habe auch weder Facebook noch Instagram. Ich habe mich irgendwann dafür entschieden, dass ich mich da zurückziehe, was in meinen Augen eine der besten Entscheidungen war, die ich bisher so für mich getroffen habe in dem Bereich.» (Namika, 21 Jahre, einfacher Schulabschluss)

Auch bei Rami zeigt sich eine ähnliche Entwicklung:

«Mittlerweile [verfolge ich die Berichterstattung] nicht mehr [...]. Seitdem die Zeit so krass war mit dem IS [...]. Wenn ein Muslim damit zu tun hatte [...], dann wurde nicht der einzelne Mensch, sondern die ganze Religion ins Schlechte gezogen. Wenn das ein Deutscher und kein Muslim war, dann wurde er nur als psychisch krank oder als psychisch labil dargestellt. Also, ich finde das nicht gut, was sie machen.» (Rami, 19 Jahre, gehobener Schulabschluss)

4 Relativierend sei hier angemerkt, dass solche Interpretationen und Einordnungen stets mit Vorsicht zu geniessen sind, denn die betroffenen Interviewten wenden sich zwar weitgehend von der professionellen Berichterstattung ab, sind aber durchaus gut in ihr soziales Umfeld integriert, was sich zum Beispiel an dem intensiven Kontakt mit (deutschen und muslimischen) Freund:innen ablesen lässt.

Ob eine negativ-stereotype Medienberichterstattung auch einen Rückzug in ethnisch-religiöse homogene Milieus und mediale Echokammern begünstigt, bis hin zur Radikalisierung und einer Vermeidung von Kontakten zu Nicht-Muslim:innen (Baugut und Neumann 2020; Neumann 2019), lässt sich anhand der Interviewdaten nicht valide beurteilen. Gleichwohl müssen auch oben präsentierte Aussagen über eine Distanzierung von der Medienberichterstattung als bedenklich eingestuft werden.

Jenseits dieser dysfunktionalen Auswirkungen der Medienberichterstattung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt darf an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben, dass die *Interviewten auch vielfach berichten, dass muslimische Medieninhalte als Türöffner fungieren, um in den interkulturellen Dialog einzutreten*. So freuen sie sich zum Beispiel darüber, wenn sie zu ihrer Religion authentische und ernsthaft interessierte Nachfragen erhalten, die durch die Medienberichterstattung angestoßen wurden.

5.3 Optimierung der Islamberichterstattung

Hinsichtlich der Optimierung der professionellen Islamberichterstattung ist zunächst ein Befund zentral: Die Interviewten empfinden die Kritik an fundamentalistischen und extremistischen Einstellungen und Taten von Muslimas und Muslimen als durchaus angemessen, das heisst sie fordern nicht, islamkritische Perspektiven auszublenden. Gleichwohl formulieren sie zahlreiche Anregungen, durch die sich die Berichterstattung aus ihrer Sicht verbessern liesse. Diese lassen sich in drei zentrale Aspekte systematisieren.

Erstens fordern sie weniger Stereotypisierung und Dramatisierung sowie mehr Differenzierung, Einordnung und Hintergrundinformation. So sollte die Repräsentation der Muslimas und Muslimen sowie des Islams thematisch nicht auf Kontexte wie Terror, Integrationsprobleme oder sexualisierte Gewalt verengt sein. Es gelte vielmehr, in der Berichterstattung mehr Alltagsnähe herzustellen, zum Beispiel indem über islamische Feiertage, gelungene Integration oder interkulturelle Verständigung berichtet wird. Bei *⟨Erfolgspersonen⟩* sollte zuweilen der muslimische Glaube bewusst betont werden, um Identifikationsfiguren zu schaffen und eine positive Rahmung der Religion zu realisieren. Wenn über problematische

Themenfelder berichtet wird, dann sollte einerseits eine ganzheitliche Perspektive eingenommen werden, um Hintergründe und komplexe Zusammenhänge zu erörtern. Andererseits sollte stets die Diversität innerhalb der muslimischen Religionsgemeinschaft aufgezeigt werden, um einer Stereotypisierung vorzubeugen. Eine Homogenisierung wie die Muslime oder der Islam sollte folglich durch eine differenzierte Berichterstattung vermieden werden. Schliesslich umfasst dieser Aspekt auch den Wunsch, dass auf dramatisierende Elemente weitgehend verzichtet wird. Gemeint sind insbesondere provokante Schlagzeilen sowie eine stereotypisierende Bebilderung. Vielmehr sollte darauf geachtet werden, möglichst diskriminierungsfreie Sprache und Bilder zu verwenden.

Zweitens fordern die Interviewten eine höhere Partizipation von Muslimas und Muslimen an der Islamberichterstattung selbst, sei es indirekt in Form von Interviews als Expert:innen oder Beteiligte oder aber direkt im Rahmen der Produktion als Journalist:innen. Auf diese Weise sollen ihre Perspektiven und lebensweltlichen Erfahrungen Einzug in die Berichterstattung erhalten.⁵

Drittens ist ein zentrales Anliegen die De-Thematisierung spezifischer Ereignisse und Diskurse. Dies beginnt damit, auf die Nennung der Religionszugehörigkeit ohne nachvollziehbare Notwendigkeit zu verzichten. Zudem sollten spezifische Ereignisse wie sogenannte Ehrenmorde erst gar nicht den Einzug in die Berichterstattung finden, da die gesellschaftlichen Konsequenzen nicht im Verhältnis zum öffentlichen Interesse stehen würden.

«Wenn ich die Wahl hätte, würde ich so einen Bericht erst gar nicht mit aufnehmen. Also ich würde sowas gar nicht in die Gesellschaft bringen, wo dann zig Leute anfangen zu diskutieren und wieder Vorurteile haben und wieder das Schubladendenken haben.» (Namika, 21 Jahre, einfacher Schulabschluss)

5 Aus den vorhandenen Daten lassen sich keine Aussagen über die Anzahl muslimischer Journalist:innen in den Redaktionen treffen (Horz 2018, 125). Allerdings ist davon auszugehen, dass diese gemessen an ihrem Bevölkerungsanteil von etwa 6,6% deutlich unterrepräsentiert sind, zeigen doch Schätzungen zur Diversität im Journalismus, dass lediglich zwischen vier und sechs Prozent der Journalist:innen eine Migrationsgeschichte haben (Pöttker, Kiesewetter, und Lofink 2016), obwohl ihr Anteil in der Bevölkerung bei etwa 25% liegt.

Kurzgefasst ist neben dem Wunsch nach einer alltagsnahen und differenzierten Islamberichterstattung (auch durch Muslimas und Muslime selbst) ebenfalls der Verzicht auf eine markierende Berichterstattung eine relevante Handlungsempfehlung, um die Medienbilder zu relativieren und um Othingprozesse zu vermeiden. Aus Sicht der Interviewten würde sich dies auch positiv auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirken.

6. Resümee: Medienpädagogische Implikationen

In diesem Beitrag wurden Befunde einer qualitativen Rezeptionsstudie mit Angehörigen der muslimischen Diaspora präsentiert. Dabei wurde deutlich, dass aus Sicht der Interviewten die mediale Repräsentation weitestgehend nicht mit ihrem eigenen Selbstverständnis übereinstimmt und nur wenig Identifikationspotenzial bietet. Stattdessen fühlen sie sich vielfach durch die Islamberichterstattung diskriminiert und ausgegrenzt. In diesem Zusammenhang werden Tendenzen einer Gefährdung des gesellschaftlichen Zusammenhalts sichtbar. Zur Optimierung der Islamberichterstattung wurden zudem zahlreiche Handlungsoptionen aufgezeigt.

Die hier vorgestellten Befunde bieten Ansatzpunkte für die medienpädagogische Praxis. Sie können Wege aus der Polarisierung aufzeigen, um einer Gefährdung des Zusammenhalts zwischen Angehörigen der muslimischen Diaspora und der restlichen Bevölkerung entgegenzuwirken. Zwei medienpädagogische Implikationen seien an dieser Stelle skizziert.

Die *erste Massnahme* richtet sich an die Angehörigen der muslimischen Diaspora. Zum einen gilt es, ihre Kompetenz zur Einordnung journalistischer Produktionspraktiken zu schulen (siehe auch den Artikel von Beiler [1537] et. al. zur Journalismuskompetenz in diesem Band), denn die Mehrheit der professionellen Medien berichtet nicht aus politischen Motiven oder als politische Akteure stereotypisierend über den Islam und seine Gläubigen, sondern dahinter verbergen sich vorwiegend etablierte Nachrichtenfaktoren und Berichterstattungsmuster sowie wirtschaftliche Interessen und das Ringen um Publikumsaufmerksamkeit. Medien bilden nicht die Realität ab, sondern wirken durch ihre Selektionsentscheidungen an der Konstruktion von *Wirklichkeit* mit (siehe Abschnitt 2). So kämpfen beispielsweise Nachrichtenmagazine wie Spiegel, Focus oder Stern mit ihren teils

reisserischen Schlagzeilen und emotionalisierenden Bildern wohl eher um ihr Publikum als gegen den Islam. Auch wenn Inszenierungsmechanismen wie Emotionalisierung, Reduktion von Komplexität und Dramatisierung in der Islamberichterstattung und insbesondere im Boulevardjournalismus bei der unverhältnismässigen Konstruktion eines problematischen Islam auffallend häufig zum Einsatz kommen (Baugut 2020), so sind diese Stilmittel kein Alleinstellungsmerkmal der Islamberichterstattung. Neben der Kenntnis journalistischer Handlungsroutrinen kann es für Angehörige der muslimischen Diaspora zielführend sein, Grundkenntnisse über Medienaneignungsprozesse zu erwerben, insbesondere hinsichtlich der kreativen und eigensinnigen Aneignung von Medieninhalten (siehe Abschnitt 3). Gibt es ein Bewusstsein für journalistische Produktionspraktiken sowie für die Kreativität in Rahmen von Medienaneignungsprozessen, wird es besser gelingen, negative Berichterstattung *nicht* als Abbild des gesellschaftlichen Meinungsklimas sowie als islamfeindlich politisch motivierte Handlung zu interpretieren. Ein Gefühl der medialen Diskriminierung lässt sich so möglicherweise mildern und zugleich das Vertrauen in Medien stärken.

Die hiermit angesprochenen medienpädagogischen Ziele dürfen allerdings keineswegs so interpretiert werden, als gebe es an der professionellen Islamberichterstattung keinen Änderungsbedarf, im Gegenteil. Daher richtet sich die *zweite Massnahme* an die Journalist:innen professioneller Medienangebote. Liegt den Medienschaffenden etwas am gesellschaftlichen Zusammenhalt, dann müssen sie ihre Praktiken der Islamberichterstattung kritisch reflektieren, zum Beispiel im Rahmen von Workshops. Darin sollte zwingend thematisiert werden, dass sich die stereotypen muslimischen Medienbilder negativ auf die Einstellung der Mehrheitsbevölkerung gegenüber dieser Minderheit auswirken können. Ferner sollte reflektiert werden, inwiefern die Mediendarstellungen – wie es hier unsere Befunde zeigen – von Muslimas und Muslimen selbst wahrgenommen werden und welche Folgen sich daraus für das soziale Miteinander in der Gesellschaft ergeben können. Damit ist die Vermittlung einer journalistischen Verantwortungsethik angesprochen. Des Weiteren müssten Inhalte und Formen der Islamberichterstattung thematisiert werden, die Muslimas und Muslime nicht zu einer Vermeidung des Medienangebots

bewegen, sondern die das Interesse wecken und der Mehrheitsbevölkerung Ausgangspunkte für einen interkulturellen Dialog bereitstellen. Hier gilt es auch zu hinterfragen, inwieweit Systemzwänge im Journalismus einer solchen Entwicklung entgegenstehen (Hafez 2010), denn auch aus ökonomischer Sicht könnte eine Pluralisierung der Berichterstattung lukrativ sein, immerhin leben in Deutschland schätzungsweise 5,5 Millionen Menschen mit Bezug zum Islam, die potenzielle Rezipierende sind.

Literatur

- Ahmed, Saifuddin, und Jörg Matthes. 2017. «Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis». *International Communication Gazette* 79 (3): 219–44. <https://doi.org/10.1177/1748048516656305>.
- Attia, Iman. 2009. *Die «westliche Kultur» und ihr Anderes: Zur Dekonstruktion von Orientalismus und antimuslimischem Rassismus. Kultur und soziale Praxis*. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839410813>.
- Baugut, Philip. 2020. «Wie der Online-Boulevardjournalismus die Gefährlichkeit der islamistischen Szene konstruiert – und Muslime unter Generalverdacht stellt: Eine Analyse der Berichterstattung von krone.at». *SCM* 9 (3): 445–81. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-3-445>.
- Baugut, Philip, und Katharina Neumann. 2020. «Online news media and propaganda influence on radicalized individuals: Findings from interviews with Islamist prisoners and former Islamists». *New Media & Society* 22 (8): 1437–61. <https://doi.org/10.1177/1461444819879423>.
- Brinkmann, Janis. 2015. *Ein Hauch von Jasmin: Die deutsche Islamberichterstattung vor, während und nach der Arabischen Revolution – eine quantitative und qualitative Medieninhaltsanalyse*. Köln: Halem.
- Dantschke, Claudia. 2017. «Attraktivität, Anziehungskraft und Akteure des politischen und militanten Salafismus in Deutschland». In *Salafismus in Deutschland: Jugendkulturelle Aspekte, pädagogische Perspektiven*, herausgegeben von Ahmet Toprak, und Gerrit Weitzel, 61–76. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15097-6_4.
- Decker, Oliver, Johannes Kies, und Elmar Brähler. 2016. *Die enthemmte Mitte: Autoritäre und rechtsextreme Einstellung in Deutschland*. Unter Mitarbeit von Eva Eggers, Jörg M. Fegert, Alexander Häusler und Paul L. Plener. 2. Aufl. Gießen: Psychosozial. Die Leipziger »Mitte«-Studie 2016. https://www.boell.de/sites/default/files/buch_mitte_studie_uni_leipzig_2016.pdf?dimension1=division_demo.

- Ettinger, Patrik. 2019. «Qualität der Medienberichterstattung über Muslime in der Schweiz: Ein ergänzender Beitrag zu Kurt Imhofs Krisentheorie». In *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft: Gedenkschrift für Kurt Imhof*, herausgegeben von Mark Eisenegger, Linards Udris, und Patrik Ettinger, 211–43. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-27711-6_11.
- Forst, Rainer. 2020. «Gesellschaftlicher Zusammenhalt: Zur Analyse eines sperrigen Begriffs». In *Gesellschaftlicher Zusammenhalt: Ein interdisziplinärer Dialog*, herausgegeben von Nicole Deitelhoff, Olaf Groh-Samberg, und Matthias Middell, 41–53. Frankfurt, New York: Campus. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/233764/1/Full-text-chapter-Forst-Gesellschaftlicher-Zusammenhalt.pdf>.
- Frindte, Wolfgang, Klaus Boehnke, Henry Kreikenbom, und Wolfgang Wagner. 2012. «Lebenswelten junger Muslime in Deutschland: Ein sozial- und medienwissenschaftliches System zur Analyse, Bewertung und Prävention islamistischer Radikalisierungsprozesse junger Menschen in Deutschland». Unveröffentlichtes Manuskript.
- Geschke, Daniel, Anja Klaußen, Matthias Quent, und Christoph Richter. 2019. «#Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweit repräsentative Untersuchung».
- Hafez, Kai. 2010. «Mediengesellschaft – Wissensgesellschaft? Gesellschaftliche Entstehungsbedingungen des Islambildes deutscher Medien». In *Islamfeindlichkeit – Wenn die Grenzen der Kritik verschwimmen*, herausgegeben von Thorsten G. Schneiders, 99–117. Wiesbaden: VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92385-7_7.
- Hafez, Kai. 2013. «Aufgeklärte Islamophobie: Das Islambild deutscher Medien». In *Islam – Kultur – Politik*, herausgegeben von Olaf Zimmermann, und Theo Geißler, 347–49. Politik & Kultur 11. Berlin: Deutscher Kulturrat.
- Hafez, Kai, und Carola Richter. 2007. «Das Islambild von ARD und ZDF». *APuZ* 26–7: 40–46. <https://www.bpb.de/apuz/30402/das-islambild-von-ard-und-zdf>.
- Hall, Stuart. 1980. «Encoding/decoding». In *Culture, Media, Language*, herausgegeben von Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, und Paul Willis, 128–38. London, New York: Routledge.
- Hall, Stuart. 1982. «The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies». In *Culture, Society and the Media*, herausgegeben von Tony Bennett, James Curran, Michael Gurevitch, und Janet Wollacott, 56–90. London: Routledge.
- Hall, Stuart. 1999. «Kodieren/Dekodieren». In *Cultural Studies: Grundagentexte zur Einführung*, herausgegeben von Roger Bromley, Udo Göttlich, und Carsten Winter, 92–110. Lüneburg: Zu Klampen.
- Heeren, Jörg, und Andreas Zick. 2014. «Misleading Images: Results from Interviews with Media Producers, Journalists and Consumers on Muslims and Islam in German Media». *Middle East J Cult Commun* 7 (1): 46–63. <https://doi.org/10.1163/18739865-00701003>.

- Horz, Christine. 2018. «Kommunikation in der Diaspora: Medienbeteiligung der Muslime». In *Transformation religiöser Symbole und religiöser Kommunikation in der Diaspora*, herausgegeben von Rauf Ceylan, und Haci-Halil Uslucan, 119–40. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22195-9_7.
- Karadas, Narin, Katharina Neumann, und Carsten Reinemann. 2017. «Reziproke Effekte auf türkische Migranten: Eine Untersuchung zum Zusammenhang von sozialer Identität, Mediennutzung, Medienwahrnehmung und Medienwirkungen». *SCM 6 (2)*: 128–59. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2017-2-128>.
- Karis, Tim. 2013. *Mediendiskurs Islam: Narrative in der Berichterstattung der Tages-themen 1979-2010*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01957-0>.
- Keuneke, Susanne. 2017. «Qualitatives Interview». In *Qualitative Medienforschung: Ein Handbuch*, herausgegeben von Lothar Mikos, und Claudia Wegener. 2., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage, 302–12. utb-studi-e-book 8314. Konstanz, München: UVK, Lucius.
- Krotz, Friedrich. 2009. «Stuart Hall: Encoding/Decoding und Identität». In *Schlüsselwerke der Cultural Studies*, herausgegeben von Andreas Hepp, Friedrich Krotz, und Tanja Thomas, 210–23. Wiesbaden: VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91839-6_17.
- Lünenborg, Margreth, Katharina Fritsche, und Annika Bach. 2011. Migrantinnen in den Medien: Darstellungen in der Presse und ihre Rezeption. *Critical Studies in Media and Communication* v.7. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839417300>.
- Neumann, Katharina. 2019. *Medien und Islamismus: Der Einfluss von Medienberichterstattung und Propaganda auf islamistische Radikalisierungsprozesse*. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-27523-5>.
- Patzelt, Werner J. 2020. «Ressourcen gesellschaftlichen Zusammenhalts». In *Gesellschaftlichen Zusammenhalt gestalten*, herausgegeben von Cathleen Bochmann, und Helge Döring, 11–26. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-28347-6_2.
- Pfündel, Katrin, Anja Stichs, und Kerstin Tanis. 2021. «Muslimisches Leben in Deutschland 2020 – Studie im Auftrag der Deutschen Islam Konferenz: Forschungsbericht 38 des Forschungszentrums des Bundesamtes».
- Pollack, Detlef, und Olaf Müller. 2018. «Streitfall Islam: Religion und Integration aus Sicht der <Mehrheitsgesellschaft> und der Türkeistämmigen in Deutschland». In *Transformation religiöser Symbole und religiöser Kommunikation in der Diaspora*, herausgegeben von Rauf Ceylan, und Haci-Halil Uslucan, 101–17. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22195-9_6.
- Pöttker, Horst, Christina Kiesewetter, und Juliana Lofink. 2016. *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01256-4>.

-
- Richter, Carola. 2015. «Orientalismus und das Andere». In *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*, herausgegeben von Andreas Hepp, Friedrich Krotz, Swantje Lingenberg, und Jeffrey Wimmer, 313–21. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19021-1_33.
- Röser, Jutta. 2015. «Rezeption, Aneignung und Domestizierung». In *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*, herausgegeben von Andreas Hepp, Friedrich Krotz, Swantje Lingenberg, und Jeffrey Wimmer, 125–35. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19021-1_14.
- Röser, Jutta, Kathrin Friederike Müller, Stephan Niemand, Corinna Peil, und Ulrike Roth. 2018. «Medienethnografische Porträts als Auswertungsinstrument: Techniken der kontextsensiblen Rezeptionsanalyse». In *Auswertung qualitativer Daten in der Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Andreas M. Scheu, 193–207. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18405-6_13.
- Said, Edward W. 1978. *Orientalism*. New York: Vintage books.
- Schneider, Jan, Gunilla Fincke, und Anne-Kathrin Will. 2013. «Muslime in der Mehrheitsgesellschaft: Medienbild und Alltagserfahrungen in Deutschland». Unveröffentlichtes Manuskript. https://www.verband-binationaler.de/fileadmin/Dokumente/PDFs/Medienbild-Muslime_SVR-FB_final.pdf.
- Shooman, Yasemin. 2014. »... weil ihre Kultur so ist«: *Narrative des anti-muslimischen Rassismus*. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839428665>.
- Spielhaus, Riem. 2006. «Religion und Identität: Vom deutschen Versuch, ‹Ausländer› zu ‹Muslimen› zu machen». *IP-Internationale Politik* (3): 28–36. https://internationalepolitik.de/system/files/article_pdfs/IP_03-06_Spielhaus.pdf.
- Wan, Ching, und Pony Yuen-Ga Chew. 2013. «Cultural knowledge, category label, and social connections: Components of cultural identity in the global, multi-cultural context». *Asian Journal of Social Psychology* 16 (4): 247–59. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12029>.