
Medien und Islamismus

Katharina Neumann

Medien und Islamismus

Der Einfluss von
Medienberichterstattung
und Propaganda auf islamistische
Radikalisierungsprozesse

Katharina Neumann
Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung
LMU München
München, Deutschland

Zgl. Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität München, München, 2018

ISBN 978-3-658-27522-8 ISBN 978-3-658-27523-5 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-27523-5>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Für Philip

Inhalt

1	Einleitung	1
1.1	Forschungsdefizite und untersuchungsleitende Fragen	3
1.2	Ziele der Arbeit	7
1.3	Methode und Aufbau der Studie	8
2	Islamismus in Deutschland und Österreich	9
2.1	Definitionen	9
2.1.1	Islamismus als Form des politisch-religiösen Extremismus	9
2.1.2	Kognitive und gewaltbereite Radikalisierung	11
2.2	Die islamistische Szene	13
2.3	Zwischenfazit: Islamismus im deutschsprachigen Raum	17
3	Theoretische Vorstellungen von Radikalisierung und empirische Befunde	19
3.1	Synthese eines Phasenmodells von Radikalisierung	20
3.1.1	Phase 1: Kognitive und emotionale Öffnung	21
3.1.2	Phase 2: Ideologisierung	23
3.1.3	Phase 3: Mobilisierung	26
3.2	Zwischenfazit: Theoretische Vorstellungen von Radikalisierung und empirische Befunde	29
4	Forschungsstand zur Rolle der Medien im Radikalisierungskontext	31
4.1	Phase 1: Kognitive und emotionale Öffnung	32
4.1.1	Inhalte journalistischer Medien	32
4.1.2	Wirkungen journalistischer Medien	35
4.2	Phase 2: Ideologisierung	37
4.2.1	Propaganda	39
4.2.1.1	Inhalte	39

4.2.1.2	Wirkungen	41
4.2.2	Journalistische Medien	43
4.2.2.1	Inhalte	43
4.2.2.2	Wirkungen	45
4.3	Phase 3: Mobilisierung	48
4.3.1	Propaganda	49
4.3.1.1	Inhalte	49
4.3.1.2	Wirkungen	51
4.3.2	Journalistische Medien	53
4.3.2.1	Inhalte	53
4.3.2.2	Wirkungen	55
4.4	Zwischenfazit: Forschungsstand und Konkretisierung der Forschungsfragen	57
5	Ein Modell reziproker Radikalisierungseffekte	65
5.1	Reziproke Effekte	65
5.2	Reziproke Effekte und soziale Identität	67
5.3	Modellbeschreibung	69
5.3.1	Rezipierte (Medien-)Inhalte	70
5.3.1.1	Journalistische Medien	70
5.3.1.2	Propaganda	71
5.3.2	Verarbeitungsprozesse	73
5.3.2.1	Gefühl persönlicher Betroffenheit	73
5.3.2.2	Darstellungsbewertung	74
5.3.2.3	Wirkungsannahmen	75
5.3.2.4	Wechselwirkungen mit Propaganda	77
5.3.3	Medieneffekte	77
5.3.3.1	Emotionen	77
5.3.3.2	Einstellungen	79
5.3.3.3	Verhalten	80
5.4	Zusammenfassung: Ein Modell reziproker Radikalisierungseffekte	85
6	Methode	87
6.1	Datenerhebung	87
6.1.1	Die Methode der qualitativen Befragung	87
6.1.2	Leitfaden	90
6.1.3	Feldzugang	94
6.1.4	Interviewablauf	96

6.1.5	Die Befragten im Überblick	97
6.2	Auswertung: Qualitative Inhaltsanalyse	100
7	Ergebnisse	105
7.1	Kognitive und emotionale Öffnung	105
7.1.1	Medieneinflüsse auf Diskriminierungswahrnehmungen ...	106
7.1.2	Diskriminierungserfahrungen im westlichen Aufnahmeland	108
7.1.3	Wechselwirkungen zwischen medial vermittelter Diskriminierung und Primärerfahrungen im westlichen Aufnahmeland	111
7.1.4	Deprivationserfahrungen in Kriegsgebieten	113
7.1.5	Wechselwirkungen zwischen medialer Deprivation und Primärerfahrungen in Kriegsgebieten	114
7.1.6	Zwischenfazit: Kognitive und emotionale Öffnung	115
7.2	Ideologisierung und Mobilisierung	116
7.2.1	Rezipierte (Medien-)Inhalte	117
7.2.1.1	Journalistische Medien	118
7.2.1.2	Propaganda	128
7.2.1.3	Zwischenfazit: Rezipierte (Medien-)Inhalte	150
7.2.2	Verarbeitungsprozesse	157
7.2.2.1	Gefühl persönlicher Betroffenheit	158
7.2.2.2	Darstellungsbewertung	166
7.2.2.3	Wirkungsannahmen	183
7.2.2.4	Zwischenfazit: Verarbeitungsprozesse	188
7.2.3	Medieneffekte	195
7.2.3.1	Propagandistische Inhalte	195
7.2.3.2	Journalistische Inhalte	215
7.2.3.3	Zwischenfazit: Medieneffekte	251
7.3	Synthese der Ergebnisse entlang der Radikalisierungsphasen	262
7.3.1	Phase der kognitiven und emotionalen Öffnung	262
7.3.2	Phase der Ideologisierung	264
7.3.3	Phase der Mobilisierung	266
8	Fazit	269
	Literatur	291

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Synthetisiertes Phasenmodell von Radikalisierung	30
Abb. 2	Ein Modell reziproker Radikalisierungseffekte	84
Abb. 3	Rezeption journalistischer Inhalte in unterschiedlichen Radikalisierungsphasen	153
Abb. 4	Rezeption propagandistischer Inhalte in unterschiedlichen Radikalisierungsphasen	156
Abb. 5	Verarbeitungsprozesse in der Phase der Ideologisierung	193
Abb. 6	Verarbeitungsprozesse in der Phase der Mobilisierung	194
Abb. 7	Typische Wirkungen propagandistischer Inhalte in der Phase der Ideologisierung	257
Abb. 8	Typische Wirkungen propagandistischer Inhalte in der Phase der Mobilisierung	258
Abb. 9	Wirkungen journalistischer Inhalte in der Phase der Ideologisierung und der Mobilisierung	259
Abb. 10	Mediale Selbstinszenierungsstrategien politischer Salafisten und Dschihadisten	261