

Inhalt

1	Einleitung	09
1.1	Ziele und Problemstellung der Studie	10
1.2	Theoretische Ausgangspunkte	12
1.3	Vorgehensweise	16
2	Forschungsfelder	17
2.1	Untersuchungsgegenstand Weblog	18
2.2	Der Islam im Internet	24
2.3	Das Islambild in den Medien	36
2.4	Muslime in Deutschland	42
3	Theoretischer Hintergrund	48
3.1	Öffentlichkeit und politische Rahmenbedingungen der Partizipation von Minderheiten	49
3.1.1	Öffentlichkeitsmodell nach Habermas	49
3.1.2	Öffentlichkeit und Diskurs nach Habermas	53
3.1.3	Privatheit und Lebenswelt nach Habermas	56
3.2	Politische Rahmenbedingungen für die Partizipation von Minderheiten	57
3.2.1	Politik des Universalismus	58
3.2.2	Politik der Differenz	60
3.3	Massenmedien und Minderheiten	62
3.3.1	Die Rolle der Massenmedien bei der Herstellung von Öffentlichkeit	63
3.3.2	Massenmediale Kommunikation als eine von drei Öffentlichkeitsebenen	65
3.3.3	Massenmedien – Reale Bedingungen pluralistischer Öffentlichkeit	68
3.3.4	Diskursbedingte Ausgrenzungsmechanismen nach Foucault	73
3.3.5	Bedingungen für Öffentlichkeit(en) im Bereich des Internets	76
3.3.6	Zu große Hoffnungen?	78
3.4	Weblogs	79
3.4.1	Weblogs – Eine kurze Gegenstandsbestimmung	81
3.4.2	Weblogs und Öffentlichkeit	82
3.4.3	Weblogs, Lebenswelt und Diskurs	88
3.4.4	Akteursrollen in Weblogöffentlichkeiten	89
3.5	Weblogs und Gemeinschaft	91
3.5.1	Der Gemeinschaftsbegriff und virtuelle Gemeinschaften	92

3.5.2	Die virtuelle Diskursgemeinschaft	93
3.5.3	Sozialkapital in virtuellen Gemeinschaften	95
3.5.4	Das Weblog als virtuelle Diskursgemeinschaft	98
3.6	Die Muslimosphäre – Begriffsklärung	99
4	Methodisches Vorgehen	101
4.1	Forschungshypothesen	102
4.2	Struktur der Muslimosphäre	104
4.3	Quantitative Inhaltsanalyse	106
4.4	Qualitative Inhaltsanalyse	113
5	Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse	121
5.1	Deskriptive Ergebnisse.....	121
5.2	Hypothesenbezogene Auswertung	126
5.3	Zwischenfazit	160
6	Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse	175
6.1	Analyse 1: Religionsausübung	180
6.1.1	Weblog als Informationsplattform für muslimische Leser	181
6.1.2	Weblog als Dialogplattform zwischen Muslimen und Nicht-Muslimen	193
6.1.3	Virtuelle muslimische Gemeinschaften	197
6.2	Analyse 2: Islamkritik	209
6.2.1	Weblogs – eine Alternative zur massenmedialen Öffentlichkeit?	209
6.2.2	Weblog-Kommunikation als Fortsetzung des massenmedialen Diskurses	224
6.2.3	Das Weblog als Diskussionsplattform: Konsens vs. Dissens	232
6.2.4	Virtuelle muslimische Gemeinschaften	235
6.3	Hypothesengeleitete Zusammenführung der qualitativen Ergebnisse	240
7	Schluss und Ausblick	252
	Literatur	261
	Internetquellen	270
	Abbildungsverzeichnis	273
	Tabellenverzeichnis	273
	Anhang	
	<i>Liste untersuchter Weblogs</i>	<i>274</i>
	<i>Liste untersuchter Posts</i>	<i>276</i>
	<i>Codebuch der quantitativen Inhaltsanalyse: Themen</i>	<i>277</i>