

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	13
2	KOMMUNIKATION.....	17
2.1	Interpersonale Kommunikation.....	21
2.1.1	Prozessfaktoren.....	24
2.1.2	Funktionen und Ziele.....	25
2.1.3	Komplikationen und Beeinträchtigungen.....	26
2.1.4	Klärung und Verbesserung.....	28
2.2	Mediale Kommunikation.....	29
2.2.1	Prozessfaktoren.....	30
2.2.2	Funktionen und Ziele.....	35
2.2.3	Komplikationen und Hindernisse.....	44
2.2.4	Klärung und Verbesserung.....	46
2.3	Interpersonale versus mediale Kommunikation.....	46
2.4	Zusammenfassung.....	47
3	WAHRNEHMUNG	49
3.1	Interpersonale Wahrnehmung.....	49
3.2	Mediale Wahrnehmung.....	50
3.2.1	Nachrichtenwert-Theorie	51
3.2.2	News-Bias-Theorie.....	54
3.2.3	Framing	54
3.2.4	Gatekeeper-Theorie	55
3.3	Interpersonale versus mediale Wahrnehmung.....	56
3.4	Zusammenfassung.....	57

4	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	59
4.1	Fragestellungen der Untersuchung.....	59
4.2	Methode.....	62
4.3	Stichprobe	64
4.4	Ergebnisse	67
4.5	Kommunikation, Begegnung und Wahrnehmung von Muslimen auf subjektbezogener Ebene	67
4.5.1	Die Repräsentation von Muslimen als Journalisten im Mediensystem.....	68
4.5.2	Allgemeine Berufszufriedenheit und Arbeitsatmosphäre im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit muslimischen Arbeitskollegen	69
4.5.3	Die Beurteilung von Menschen verschiedener Nationen und Religionen im Kontext allgemeiner Berufszufriedenheit	71
4.5.4	Religionszugehörigkeit und Religionsbedeutung am Arbeitsplatz.....	72
4.6	Kommunikation, Begegnung und Wahrnehmung von Muslimen auf objektbezogener Ebene	73
4.6.1	Kommunikationsweisen.....	73
4.6.1.1	Positive Kontaktassoziationen	74
4.6.1.2	Negative Kontaktassoziationen	75
4.6.2	Einschätzung der beruflichen Kontakte zu Muslimen und deren allgemeine Bewertung durch Journalisten	77
4.6.3	Kontaktbeschreibungen.....	79
4.6.3.1	Interkulturell und religionslosgelöst.....	79
4.6.3.2	Offen und aufgeschlossen.....	80
4.6.3.3	Verschlossen und intolerant.....	81
4.6.3.4	Fragwürdig und zweifelhaft	82
4.6.3.5	Sprachlich auffallend	83

4.6.3.6	Sonstige.....	83
4.7	Die Berichterstattung über Muslime.....	84
4.7.1	Die quantitative Darstellung.....	85
4.7.2	Die Gewichtung positiver und negativer Anteile.....	86
4.7.3	Differenzierte Betrachtung negativer Anteile.....	87
4.7.4	Bedeutung der Bildanteile.....	88
4.7.5	Rezipientenwirkungen.....	89
4.7.6	Charakteristika der Berichterstattung	90
4.8	Einflussmöglichkeiten zur Verringerung kultureller, ethnischer bzw. religiöser Verschiedenheiten.....	91
4.8.1	Sozialisations- und Bildungsinstitutionen	93
4.8.2	Individuumsbezogen	96
4.8.3	Verhaltensbezogen	99
4.9	Mediale Strategien zur Integrationsförderung von Muslimen.....	104
4.9.1	Mediale Handlungs- und Verhaltensweisen	104
4.9.1.1	Modifikationen der inhaltlichen Berichterstattung.....	105
4.9.1.2	Berufsbezogene Aktivitäten	107
4.9.1.3	Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.....	108
4.9.1.4	Institutionsinterne Modifikationen	109
4.9.1.5	Modifikationen der Sende- und Programmformate.....	110
4.9.1.6	Der Zusammenhang zwischen der Einschätzung der medialen Integrationsstrategien und der allgemeinen Bewertung von Muslimen.....	111
4.9.2	Integrationsfördernde versus integrationshemmende Aspekte in der Berichterstattung	112
4.9.2.1	Differenzieren statt pauschalisieren.....	113
4.9.2.2	Konkretisieren statt abstrahieren.....	114

4.9.2.3	Alltäglich statt exotisch	114
4.9.2.4	Deeskalieren statt dramatisieren	116
4.9.2.5	Repräsentation statt Präsentation.....	116
4.9.2.6	Innovation statt Stagnation.....	117
4.9.2.7	Wissen statt mutmaßen.....	117
4.9.2.8	Sensibilisieren statt zensieren.....	118
4.9.2.9	Integrieren statt ausgrenzen.....	119
4.9.2.10	Resistieren statt resignieren.....	120
4.10	Zusammenfassung.....	121
5	DISKUSSION.....	125
	ANHANG	133
	Literaturverzeichnis.....	135
	Fragebogen	149
	Abbildungsverzeichnis	159
	Tabellenverzeichnis.....	163