

Wie entsteht Islamophobie?

Eine empirische Untersuchung der Zusammenhänge von Darstellungen des Islams im Deutschen Fernsehen, Fernsehnutzung und Islamophobie

Daniel Geschke¹, Jana Eyssel², & Wolfgang Frindte¹

¹Friedrich-Schiller-Universität Jena

²Queen's University Belfast

Deutschland als Einwanderungsland zwischen Willkommenskultur und Diskriminierung

Tagung an der Universität Leipzig, Kompetenzzentrum für Rechtsextremismus und Demokratieforschung

04. - 06.12.2014

Inhaltsübersicht

1. Theoretischer Hintergrund
2. Bisherige Befunde
3. Studie
4. Diskussion

1. Theoretischer Hintergrund

Klassische Medientheorien

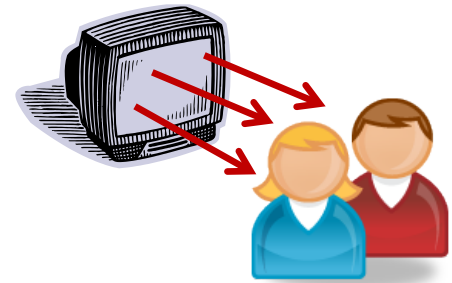
1. Medieneffekttheorien

RezipientInnen als passiv

Cultivation Theory (z.B. Gerbner, 1998)

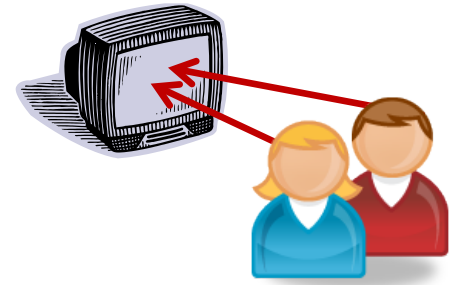
Übertragung der durch das Fernsehen geschaffenen Realität auf die Wirklichkeit

Bildung und Homogenisierung von Werten und Einstellungen



Klassische Medientheorien

2. Medienselektionstheorien



Selective Exposure (z.B. Zillman & Bryant, 1985)

RezipientInnen wählen Medieninhalte aktiv

Wahl abhängig von internalen und externalen Faktoren

Verbindung der Ansätze

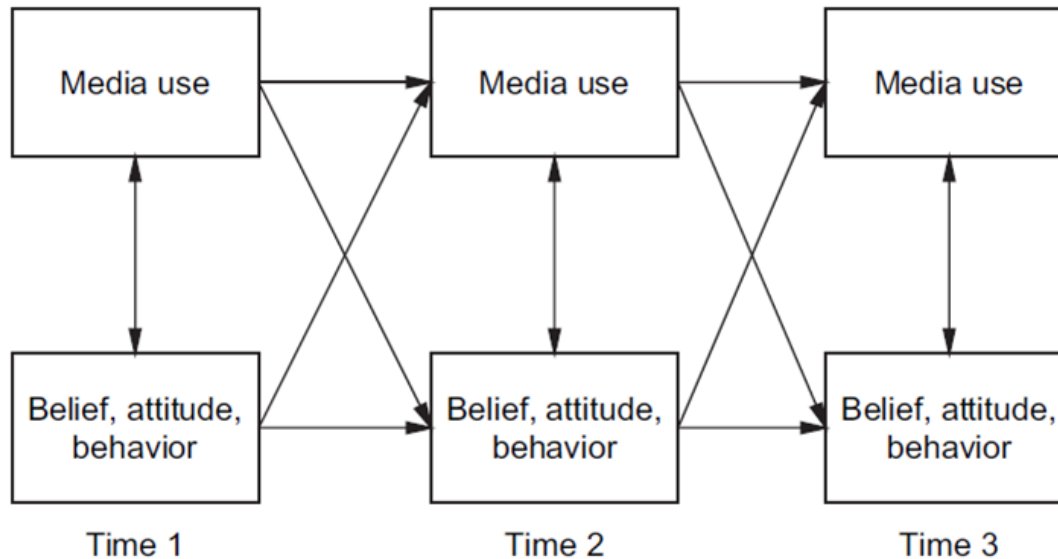
Theorie der sich gegenseitig verstärkenden Spiralen von Medienselektivität und -effekten (Slater, 2007)

Annahmen:

- Medienkonsum beeinflusst Einstellungen der RezipientInnen
- Einstellungen beeinflussen Medienkonsum der RezipientInnen
- Gegenseitiger Einfluss zeitgleich und im Zeitverlauf

Slaters Medientheorie (2007)

Abb. 1: Schematische Darstellung von Slaters Theorie (nach Slater, 2007, S. 284)



- Positive Feedback-Schleifen können zu extremen Werten führen
- Mediennutzung und Einstellungen als Prädiktoren, Mediatoren und Effekte

Forschungsfragen

- In welchem Zusammenhang stehen Islamophobie und Fernsehkonsum (Quantität und Qualität)?
- Kann Slaters (2007) Medientheorie auf den hier untersuchten Kontext angewendet werden?

2. Ausgewählte bisherige Befunde

Einstellungen zu MuslimInnen

- 3,8 – 4,2 Mio. Menschen muslimischen Glaubens in Deutschland (Haug, Müssig, & Stichs, 2009)
- Islamophobe Einstellungen in allen Gesellschaftsschichten (Heitmeyer, 2011; Zick, Küpper, & Hövermann, 2011)
- Studie „Deutsche Zustände“ (repr. Stpr.) (Leibold & Kühnel, 2008):
 - 29-39%: Generelle Ablehnung
 - 15-21%: Offene Islamfeindlichkeit (Leibold & Kühnel, 2005)
- Studie „Deutschland postmigrantisch I“ (repr. Stpr.) (Foroutan et al., 2014) :
 - 27%: Muslime aggressiver als sie selbst
 - 42%: Bau von Moscheen einschränken
 - 70%: Überschätzen Anzahl von Muslimen in Deutschland
 - Wissen aus Fernsehen (44%), Zeitungen (39%), Gesprächen mit Musl.(43%)

Einstellungen zu MuslimInnen

- Geringer Intergruppenkontakt (Hafez & Richter, 2007)
- Indirekter Kontakt durch mediale Darstellung der muslimischen Outgroup (z.B. Fernsehen)
- Fernsehen: Thematisierung von MuslimInnen/Islam größtenteils negativ (Frindte & Haußecker, 2010; Frindte, Boehnke, Kreikenbom, & Wagner, 2012; Hafez & Richter, 2007)

Mediale Darstellung von MuslimInnen

- Sach- und Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen

Öffentlich-rechtlich (= ÖR): ARD, ZDF

 ARD[®]



Privat: RTL, Sat.1



- ARD/ZDF: 81% der Thematisierungen negativ

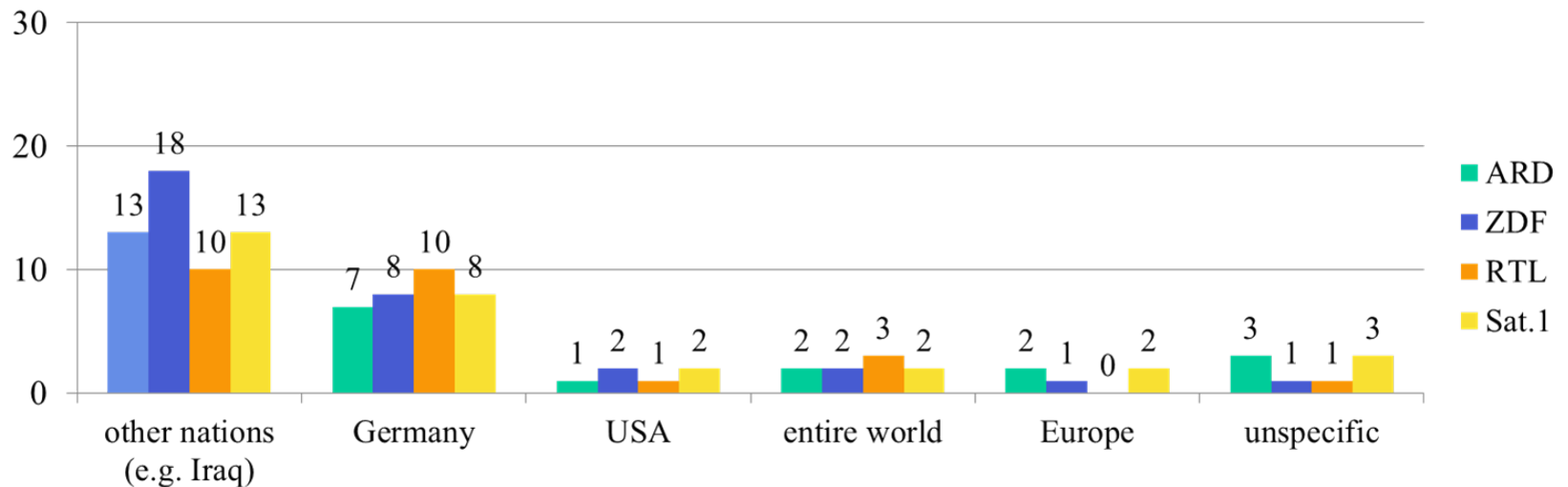
Fokus auf Konflikte (Terrorismus, Extremismus, Integration)

Islam als Konfliktursache

„Islamisierung“ politischer Sachverhalte (Untersuchungszeitraum 1.7.2005 – 31.12.2006; Hafez & Richter, 2007)

Mediale Darstellung von MuslimInnen

Abb. 2: Thematisierte **Terrorismusbedrohung** nach Ländern (in %)



Frindte & Haußecker (2010)

Mediale Darstellung von MuslimInnen

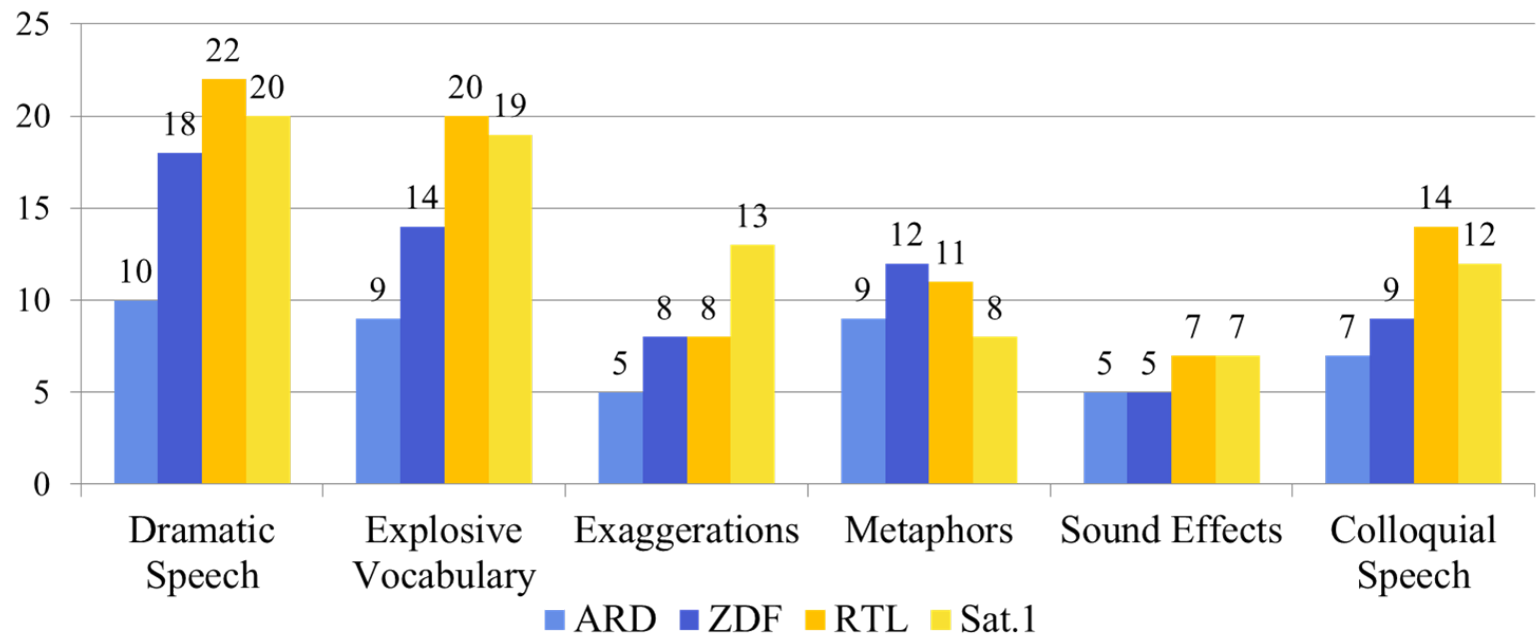
- **Sendergruppenunterschiede:**

- ÖR: häufigere Berichte über Terrorismus
- Aber: Anteil Berichte über aktuelle Anschläge und diffuse Bedrohung für Deutschland höher bei Privatsendern
- Privatsender: Stärkerer Einsatz von Elementen zur Dramatisierung und Emotionalisierung

Frindte & Haußecker (2010)

Mediale Darstellung von MuslimInnen

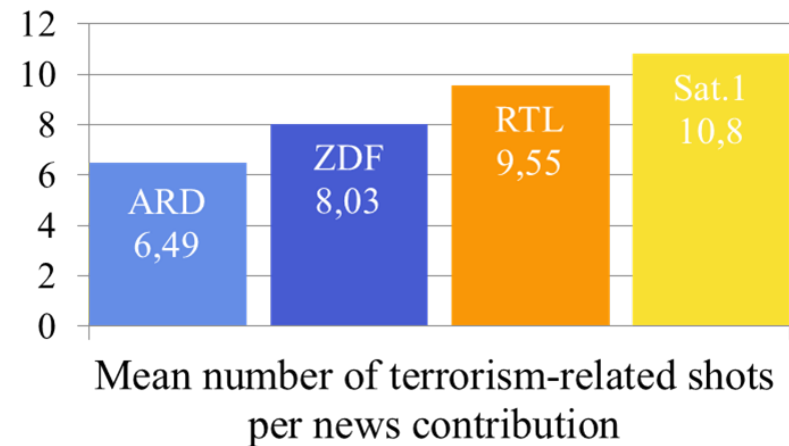
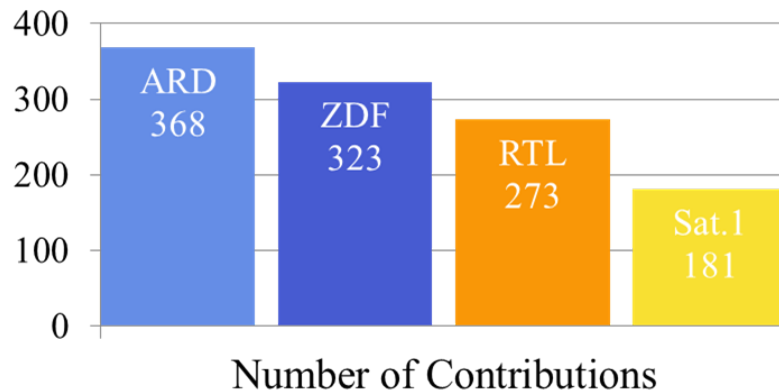
Abb. 3: Formen der **Dramatisierung** in Sprache und Ton (in %)



Frindte & Haußecker (2010)

Mediale Darstellung von MuslimInnen

Abb. 4: Anzahl der Terrorismusbeiträge und Mittelwerte der Kameraeinstellungen pro Beitrag



Frindte & Haußecker (2010)

Mediale Darstellung von MuslimInnen

- **Fazit Sendergruppenunterschiede:**
 - Stärkere Negativität in Berichterstattung in Privatsendern
 - Privatsender: Niedrigere Qualität der Berichterstattung

Integration Theorie und Befunde

- **Anwendung auf unseren Kontext:**
 - Annahme: Fernsehkonsum (Quantität/Qualität) und Islamophobieausprägung beeinflussen sich gegenseitig und verstärken sich mit der Zeit
 - Aufspaltung des Konstrukts Fernsehkonsum in Quantität und Qualität (Präferenz ÖR/Privatsender)
 - Testen von Slaters (2007) Theorie in neuem Kontext; Erweitern der Theorie durch Differenzierung Quantität/Qualität
 - Aufzeigen von Erklärungs- und Lösungsansätzen für Problematik der Islamophobie in Deutschland

3. Studie

Hypothesen

Hypothese 1 (*Quantität* der Fernsehnutzung):

- 1a) Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Quantität der Fernsehnutzung und der Islamophobieausprägung der RezipientInnen (querschnittlich).
- 1b) Je höher die Quantität der Fernsehnutzung, desto höher die Islamophobieausprägung (längsschnittlich).

Hypothesen

Hypothese 2 (*Qualität* der Fernsehnutzung):

- 2a) Je höher die Präferenz für **ÖR-Sender**, desto **geringer** ist die Islamophobieausprägung (querschnittlich).
- 2b) Je höher die Präferenz für **Privatsender**, desto **stärker** ist die Islamophobieausprägung (querschnittlich).

Hypothesen

Hypothese 2 (*Qualität* der Fernsehnutzung):

Medienselektivität:

- 2c) Je **geringer** die Islamophobie, desto mehr verstärkt sich die Präferenz für **ÖR-Sender** (längsschnittlich).
- 2d) Je **stärker** die Islamophobie, desto mehr verstärkt sich die Präferenz für **Privatsender** (längsschnittlich).

Hypothesen

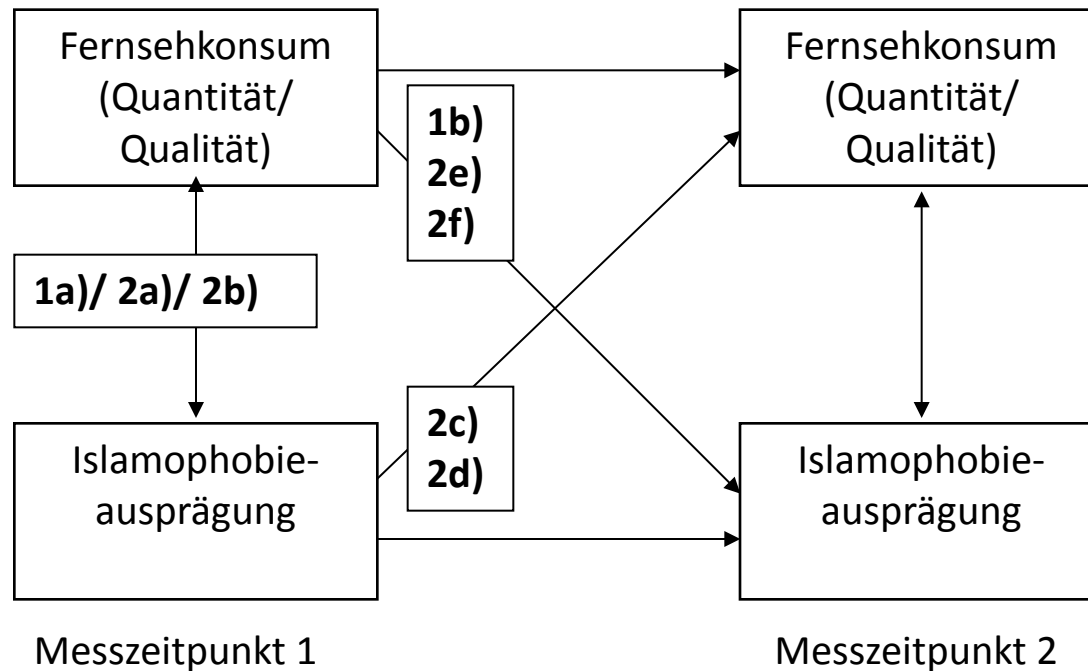
Hypothese 2 (*Qualität* der Fernsehnutzung):

Medieneffekte:

- 2e) Je höher die Präferenz für **ÖR-Sender**, desto mehr verstärkt sich die Islamophobieausprägung (längsschnittlich). Der Anstieg ist geringer als bei 2f.
- 2f) Je höher die Präferenz für **Privatsender**, desto mehr verstärkt sich die Islamophobieausprägung (längsschnittlich). Der Anstieg ist **stärker** als bei 2e.

Hypothesen

Abb. 5: Schematische Darstellung der Hypothesen



Methode

- **Stichprobe:**

- $N = 97$ nichtmuslimische Deutsche
- Alter: 14-33 ($M = 22,27$; $SD = 5,78$); 51,0% weiblich
- Repräsentative Zufallsstichprobe

- **Datenerhebung:**

- Kontrollgruppe der Studie „Lebenswelten junger Muslime in Deutschland“ (Frindte, Boehnke, Kreikenbom, & Wagner, 2012)
- Welle 1: 10-12/2009, Welle 2: 08-10/2010
- 30-minütige, standardisierte Telefoninterviews

Methode

- Operationalisierung:

Quantität des Fernsehkonsums:

“Bitte schätzen Sie, wie viele Minuten Sie gestern die folgenden Medien genutzt haben – Fernsehen.”

Angabe in Minuten: $M_{T1} = 66,80$ ($SD = 75,05$)

Methode

- Operationalisierung:

Qualität des Fernsehkonsums (Sendergruppenpräferenz):

“In welchem Ausmaß nutzen Sie die folgenden deutschen Fernsehsender, um sich über aktuelle Ereignisse zu informieren (z.B. durch Nachrichten oder Magazine): ARD, ZDF, RTL, Sat.1 ?”

Likert-Skala (1 = *gar nicht* 5 = *sehr häufig*)

ÖR-Sender: $M_{T1} = 2,40$ ($SD = 1,24$); $M_{T2} = 2,45$ ($SD = 1,21$)

Privatsender: $M_{T1} = 2,30$ ($SD = 1,12$); $M_{T2} = 2,40$ ($SD = 1,24$)

Methode

- Operationalisierung:

Islamophobie:

“Muslimen sollte die Zuwanderung nach Deutschland untersagt werden.”

“Durch die vielen Muslime hier fühle ich mich manchmal wie ein Fremder im eigenen Land.”

“Um unsere westliche Zivilisation zu bewahren, sollte die Zahl muslimischer Zuwanderer stärker begrenzt werden.”

Likert-Skala (1 = *stimme überhaupt nicht zu* 5 = *stimme voll und ganz zu*)

Skala: $\alpha_{T1} = .81$; $\alpha_{T2} = .77$

$M_{T1} = 1,86$ ($SD = 0,99$); $M_{T2} = 1,89$ ($SD = 0,91$)

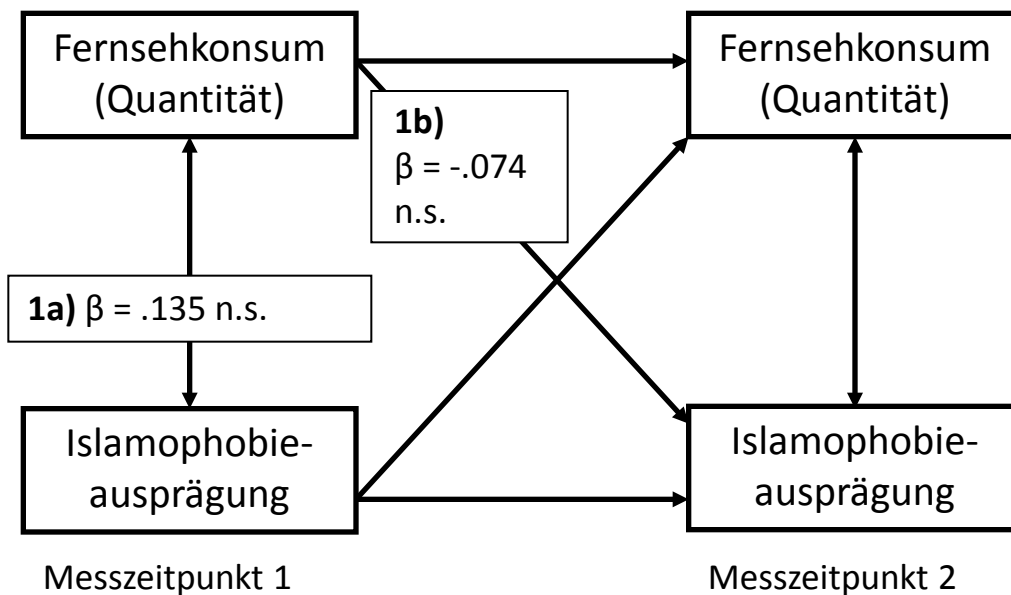
4. Ergebnisse

Inferenzstatistische Datenanalyse

- Schrittweise lineare Regressionen
- Kovariaten:
 - Persönlicher Kontakt zu Muslimen
 - Autoritarismus (RWA)

Ergebnisse Quantität und Islamophobie

Abb. 6: Darstellung der Ergebnisse - Hypothese 1a, 1b



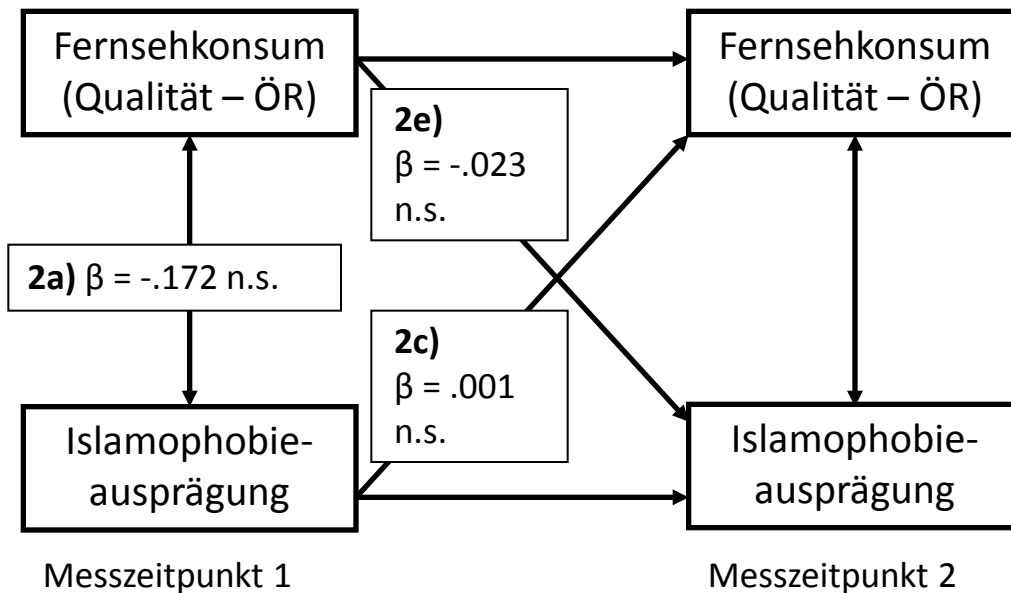
Hypothese 1 (Quantität der Fernsehnutzung):

1a) Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Quantität der Fernsehnutzung und der Islamophobieausprägung der RezipientInnen (querschnittlich).

1b) Je höher die Quantität der Fernsehnutzung, desto höher die Islamophobieausprägung (längsschnittlich).

Ergebnisse Qualität und Islamophobie

Abb. 7: Darstellung der Ergebnisse - Hypothese 2a, 2c, 2e



Hypothese 2 (Qualität der Fernsehnutzung – ÖR):

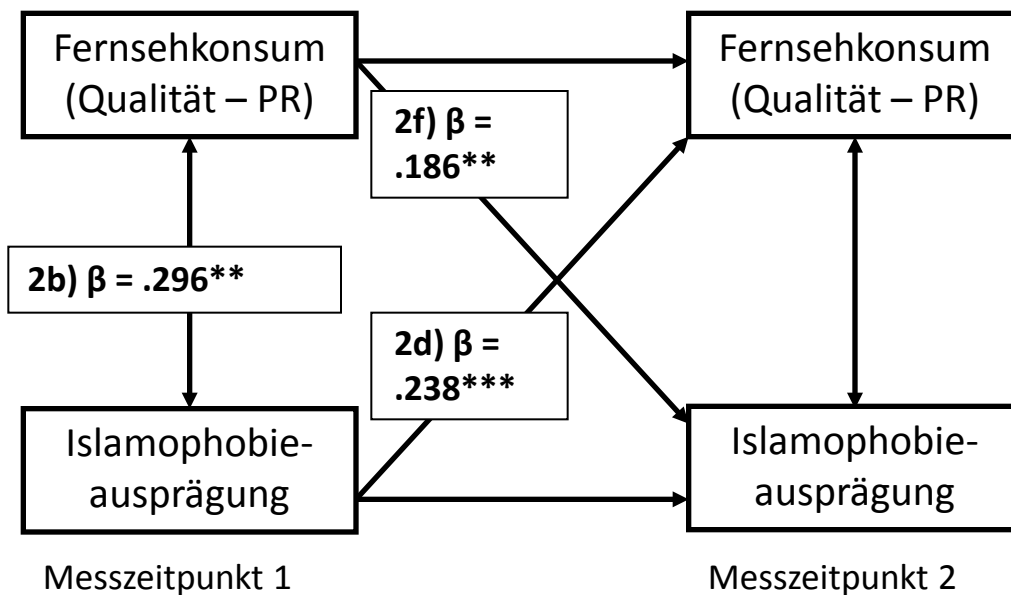
2a) Je höher ÖR-Präferenz, desto geringer Islamophobieausprägung (querschnittlich).

2c) Je geringer Islamophobie, desto mehr verstärkt sich ÖR-Präferenz (längsschnittlich).

2e) Je höher ÖR-Präferenz, desto mehr verstärkt sich Islamophobieausprägung (längsschnittlich). Anstieg geringer als bei 2f).

Ergebnisse Qualität und Islamophobie

Abb. 8: Darstellung der Ergebnisse - Hypothese 2b, 2d, 2f



Hypothese 2 (Qualität der Fernsehnutzung - **Privatsender**):

2b) Je höher PR-Präferenz, desto stärker die Islamophobieausprägung (querschnittlich).

2d) Je stärker Islamophobie, desto mehr verstärkt sich PR-Präferenz (längsschnittlich).

2f) Je höher PR-Präferenz, desto mehr verstärkt sich Islamophobieausprägung (längsschnittlich). Anstieg stärker als bei 2e).

5. Diskussion

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Islamophobieausprägung und **Quantität** des Fernsehkonsums beeinflussen sich gegenseitig nicht: Hypothese 1a, 1b zurückgewiesen
- Präferenz für **ÖR-Sender** (ARD; ZDF) und Islamophobie:
Kein signifikanter querschnittlicher Zusammenhang: Hypothese 2a zurückgewiesen
Beeinflussen und verstärken sich nicht gegenseitig im Zeitverlauf:
Hypothese 2c, 2e zurückgewiesen
- **Kovariaten** Kontakt zu Muslimen und Autoritarismus haben keinen Einfluss auf die Ergebnisse

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Präferenz für **Privatsender** (RTL; Sat.1) und Islamophobie:
Stehen querschnittlich in einem signifikant positiven Zusammenhang:
Hypothese 2b akzeptiert
Beeinflussen und verstärken sich gegenseitig signifikant im Zeitverlauf:
Hypothese 2d, 2f akzeptiert
- Slaters Theorie hier nur für die Zusammenhänge von Präferenzen für Privatsender und Islamophobie belegbar

Diskussion der Ergebnisse

- Unterschiede in Ergebnissen ÖR/Privatsender zurückzuführen auf:
 - Unterschiede in der Qualität der islambezogenen Inhalte
 - Unterschiede in der Darstellung (Dramatisierung, Emotionalisierung)

→ Weitere Studien nötig
- Ergebnisse zeigen Bedeutsamkeit einer ausgewogeneren / objektiveren Berichterstattung über Muslime und den Islam

Einschränkungen

- Kleine Stichprobe
- Geringe Zahl von Fernsehsendern
Aber: Fernsehen wichtigstes Nachrichtenmedium
Senderauswahl: wichtigste deutsche Sender
- Geringe Zahl von Kovariaten

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Publikationen:

1.) Eyssel, J., Geschke, D., & Frindte, W. (in press). Is seeing believing? The relationship between TV consumption and Islamophobia in German Majority Society. *Journal of Media Psychology*.

2.) Geschke, D. Eyssel, J., Frindte, W. (2014). Immer richtig informiert? - Zusammenhänge zwischen Fernsehkonsum und Islamophobie. In Farid Hafez (Hg.): *Jahrbuch für Islamophobieforschung 2014*, Wien: new academic press. S. 162-179.



Literaturverzeichnis

- Frindte, W., Boehnke, K., Kreikenbom, H., & Wagner, W. (2012). *Lebenswelten junger Muslime in Deutschland: Ein sozial- und medienwissenschaftliches system zur Analyse, Bewertung und Prävention islamistischer Radikalisierungsprozesse junger Menschen in Deutschland*. (Schriften zur inneren Sicherheit). Berlin: Bundesministerium des Inneren.
- Frindte, W., & Haußecker, N. (2010). *Inszenierter Terrorismus. mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*,1(3), 175–194.
- Hafez, K., & Richter, C. (2007). Das Islambild von ARD und ZDF. *Aus Politik Und Zeitgeschichte*, 26-27, 40-46.
- Haug, S., Müssig, S., & Stichs, A. (2009). Muslim life in Germany: A study conducted on behalf of the German Conference on Islam. 6. Nürnberg: BAMF.

Literaturverzeichnis

Heitmeyer, W. (Ed.). (2011). *Deutsche Zustände, vol. 10*. Frankfurt (a.M.): Suhrkamp Verlag.

Leibold, J., & Kühnel, S. (2005). Islamophobie. Differenzierung tut not. In W. Heitmeyer (Ed.), *Deutsche Zustände, vol. 4* (pp. 135-155). Frankfurt (a.M.): Suhrkamp Verlag.

Leibold, J., & Kühnel, S. (2008). Islamophobie oder Kritik am Islam? In W. Heitmeyer (Ed.), *Deutsche Zustände, vol. 6* (pp. 95-115). Frankfurt (a.M.): Suhrkamp Verlag.

Slater, M. D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behaviour and social identity. *Communication Theory, 17*, 281-303.

Slater, M. D., Henry, K. L., Swaim, R., & Anderson, L. (2003). Violent media content and aggression in adolescents: A downward-spiral model. *Communication Research, 30*, 713-736.

Literaturverzeichnis

Slater, M. D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behaviour and social identity. *Communication Theory*, 17, 281-303.

Slater, M. D., & Hayes, A. F. (2010). The influence of youth music television viewership on changes in cigarette use and association with smoking in peers: A social identity, reinforcing spirals perspective. *Communication Research*, 37(6), 751-773.

Zick, A., Küpper, B., & Hövermann, A. (2011). *Intolerance, prejudice and discrimination. A European report*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). *Selective exposure to communication*. Mahwah, NJ: Erlbaum.