

4 Daten und Methode

Der Schwerpunkt dieser Untersuchung liegt auf dem Mediendiskurs zum Thema Islam bzw. Muslim*innen in der Schweiz und insbesondere auf den Auftritten und Äußerungen von Akteurinnen, die als ›muslimische Frauen‹ positioniert an diesem Diskurs teilnehmen. Konkret analysiert diese Untersuchung dabei die Mediendokumente, in denen muslimische Frauen auftreten, die daraus hervorgehenden Diskurslinien hinsichtlich nationaler Identität und des Verhältnisses muslimischer Positionalitäten dazu sowie die Konstitution der Diskurspositionen muslimischer Frauen darin. Darüber hinaus können die inhaltlichen Beiträge, die aus der Subjekt- bzw. Diskursposition der muslimischen Frau geäußert werden, in den Blick genommen werden. Der Analysegegenstand der vorliegenden Studie ist dabei ein thematisch gefasster Deutschschweizer Mediendiskurs, in welchem nationale Identität diskursiv produziert wird.

Mein Ansatz zur Datenerhebung und -analyse kombiniert das schrittweise Vorgehen der wissenssoziologischen Diskursanalyse (Bormann und Hamborg 2016, 101–103)¹ mit David Altheides Forschungsvorgehen in der Qualitativen Medienanalyse,² auch Ethnographische Inhaltsanalyse (ECA)³ genannt (Altheide und Schneider 2013; Altheide 1987a, 1987b). Resultierend aus der Synthese dieser zwei Methodenansätze gliedert sich die angewandte Mediendiskursanalyse in die drei folgenden Schritte: (1) die Identifizierung des Forschungsproblems und

-
- 1 Spezifisch wird die wissenssoziologische Diskursanalyse in vier Etappen durchgeführt: (1) Identifizierung des Gegenstandsbereichs, des Zeitraums und der Fragestellung, (2) die Erstellung eines umfangreichen Materialkorpus, (3) die Grobanalyse, um einen handhabbaren Analysekorpus zu erstellen, (4) die Feinanalyse (Bormann und Hamborg 2016, 101–103).
 - 2 Altheide und Schneider beschreiben fünf Schritte: (1) die Identifizierung des Forschungsproblems und der Analyseeinheit, (2) die Entwicklung eines Datenerhebungsprotokolls und die Datenerhebung, (3) die erste Datenkodierung und Datenorganisation, (4) die qualitative Datenanalyse und (5) das Verfassen des Forschungsberichts (2013, 39).
 - 3 Dieser Forschungsprozess ist explizit für qualitative Untersuchungen von Medienkontexten entwickelt worden und ermöglicht »tracking discourse« bzw. das Verfolgen transmedialer Diskurse (Altheide und Schneider 2013). Dabei verfolgen Altheide und Schneider bestimmte Akteur*innen, Themen und Wörter »over a period of time [and] across different news media« (2013, 117).

Konkretisierung des Gegenstandes, (2) die Datenerhebung und Erstellung eines umfangreichen Materialkorpus und (3) die Datenanalyse, bestehend aus einer Mixed-Method-Kodierung zur Erarbeitung der Partizipationspositionen und Legitimitäten muslimischer Diskursakteurinnen sowie einer qualitativen Feinanalyse zur Identifikation der Schlüsselkategorien nationalisierender Identitätsprozesse.

4.1 Forschungsproblem und Gegenstand

Um den Forschungsgegenstand praktisch zu fassen, greife ich auf ein Verständnis von Diskurs als »eine Menge von Aussagen, die dem gleichen Formationssystem zugehören« (Pieper 2006, 271) zurück. Klassische, auf Foucault zurückgehende Diskursanalysen beschränken sich dabei oftmals in der »Empirie im Wesentlichen auf Printmedien-Korpora« (Fraas et al. 2014, 104). Dabei wird einerseits das Verständnis von Diskursen als thematisch zusammengehörige Texte aufgegriffen und andererseits der Diskurs-Begriff häufig auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene der Interaktion angesiedelt (Fraas und Klemm 2005, 4). In der vorliegenden Herangehensweise wird der Diskursgegenstand über ein konkretes Thema sowie über eine spezifische Konzipierung öffentlicher Kommunikation eingegrenzt. Der Blick auf individuelle muslimische Diskursakteurinnen sowie der gewählte Zeitraum zwischen 2016 und 2019 grenzen den analysierten Gegenstand abschließend ein.

4.1.1 Diskurs als Perspektive

4.1.1.1 Thematische Eingrenzung

Als thematisch zusammenhängende Ensembles sind Diskurse »virtuelle Textkorpora, deren Zusammensetzung durch inhaltliche Kriterien [aus der Perspektive der Forscherin] bestimmt wird« (Fraas und Klemm 2005, 4). In einem Diskurs setzen sich dabei alle Texte mit einem gemeinsamen Thema auseinander und stehen in einem Kommunikationszusammenhang miteinander (Fraas, Meier und Pentzold 2014, 12; Konderding 2005, 9). Was mit dem Begriff des Themas genau gemeint ist, wird in verschiedenen Disziplinen diskutiert, wobei nach wie vor kein Votum einvernehmliche Zustimmung erfährt (Konderding 2005, 10). In dieser Studie wird der Forschungsgegenstand via Klaus-Peter Konderdings Ausführungen zu Diskursthemen gefasst, die er als »spezifikationsbedürftige Wissensbestände bei Interaktionspartnern« (2005, 10–11) definiert. Solche Themen kommen in expliziten Fragen zum Ausdruck, mit denen das zu beantwortende Spezifikationsbedürfnis ersichtlich gemacht wird (Konderding 2005, 11–12).

Um das Diskursthema im Zentrum der vorliegenden Analyse zu definieren, wurden in einer anfänglichen explorativen Forschungsphase Printmedienartikel und Fernsehsendungen zum Thema Islam in der Schweiz durchgesehen. Darauf

folgte eine erste inhaltliche Analyse von drei argumentativen Mediendokumenten aus dem Jahr 2016: der Zeitschriftenausgabe des Folios der *Neuen Zürcher Zeitung* (NZZ) mit dem Titel *Muslimen in der Schweiz: Wie viel Islam verträgt das Land?* (02.08.2016), der *Schweizer Radio und Fernsehen* (SRF) *Arena*-Sendung zum Thema *Angst vor dem Islam* sowie der SRF 2-Kultur-Kontext-Debatte *Bedroht der Islam den freien Westen?* (09.09.2016). Als gemeinsames Diskursthema identifizierte die Analyse die Verhandlung von nationaler Identität und die Darstellung von Muslim*innen im Verhältnis. Dieses Thema kann exemplarisch durch die folgende Frage charakterisiert werden:

»Gehört der Islam zur Schweiz?« (Buchtitel Jasmin El-Sonbati, 2016)

Die Formulierung dieser Frage impliziert bereits gewisse wiederkehrende Aspekte, die in der politisch öffentlichen Thematisierung rund um Muslim*innen zum Tragen kommen, so eine oft singuläre und homogenisierende Darstellung von »dem Islam« sowie ein Konzept »der Schweiz« als nationale Einheit, welcher Individuen und Kollektive zugehören können. Zu dieser übergreifenden Frage gehören Teilfragen, die weitere Explikationen erfordern, wie beispielsweise »Wie viel Islam verträgt das Land [die Schweiz]?« (NZZ Folio 02.08.2016), oder die Frage nach der Attributierung (welche) und Anzahl (wie viele) Muslim*innen, die zu der Schweiz gehören (sollen/können). Die dieses Thema charakterisierenden, übergreifenden Fragestellungen im Mediendiskurs leiteten die Dokument- und Textstellenauswahl an (mehr dazu in Kapitel 4.2 und 4.3).

Die Forschungsfrage der vorliegenden Analyse hebt sich dabei von diesen emischen Fragestellungen insofern ab, als nicht nach dem Verhältnis von Muslim*innen zur Schweiz gefragt wird, sondern sich das Erkenntnisinteresse vielmehr darauf bezieht, wie in der medialen Verhandlung dieses vermeintlichen Verhältnisses konkrete Darstellungen von »fremd« und »eigen« bzw. vom Schweizer »Selbst« sowie von muslimischen Positionalitäten darin dargestellt werden.

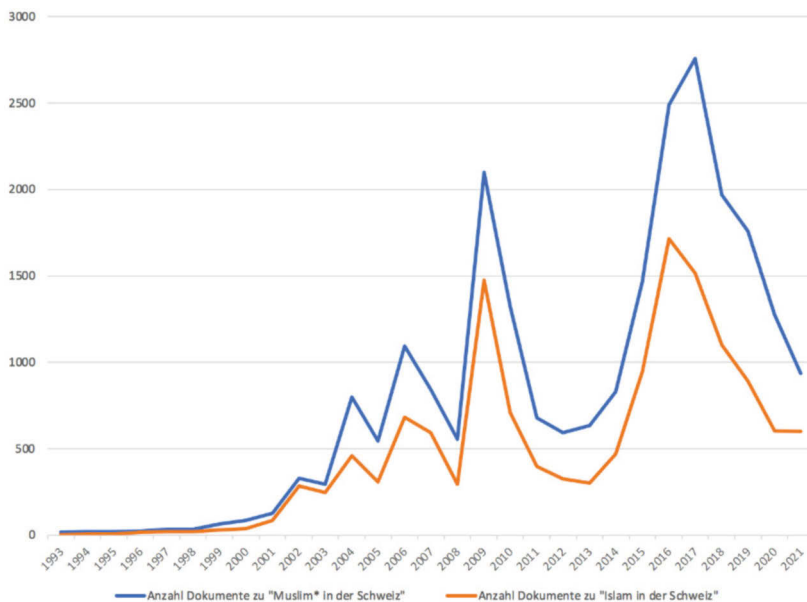
4.1.1.2 Zeitliche Eingrenzung: Anfang 2016 – Mai 2019

Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich auf den Zeitraum zwischen Anfang 2016 und Mai 2019. Während der Endpunkt forschungspragmatisch durch die Laufzeit des Forschungsprojekts festgesetzt wurde, basiert der Startpunkt auf den Ergebnissen quantitativer Suchvorgänge auf der Printmediendatenbank Factiva und im SRF-Radio- und Fernseharchiv zu »Muslim*innen in der Schweiz« und »Islam in der Schweiz«. In diesen Suchvorgängen wurde eine Zunahme der Berichterstattungen seit Ende 2015/Anfang 2016 identifiziert (siehe Abb. 1).

Die Intensivierung der Medienberichterstattung zu Muslim*innen in der Schweiz schließt einerseits an bestehende Diskursthemen an (siehe Kapitel 3.3.2), wie beispielsweise »Gewalt« und »Terror« und die Thematisierung eines übergreifen-

den ›Kampf der Kulturen‹-Narrativs, und geht andererseits mit der Thematisierung prominenter Medienereignisse einher.

Abb. 1: Zeitachse Printdokumente »Islam/Muslim*innen in der Schweiz«⁴



Insbesondere zwei prominent zirkulierende Medienereignisse haben den Zeitraum geprägt. Dies waren zum einen die Silvestervorkommnisse in Köln (DE) 2016, bei denen eine Reihe von sexuellen Übergriffen und Raubüberfällen gemeldet wurden, die angeblich von jungen Männern vorwiegend »nordafrikanischer oder arabischer Herkunft« (SRF Club 12.01.2016) begangen wurden.⁵ Die Thematisierung dieses Vorfalls im gesamten deutschsprachigen Raum weist dabei auf den länderübergreifenden Charakter derzeitiger Islamdebatten hin. Zum anderen

4 Die Abbildung basiert auf Stichwortsuchen zu »Islam/Muslim*innen in der Schweiz« in der Datenbank Factiva für die Region Schweiz in deutscher Sprache. Die letzte Erhebung wurde am 31. März 2021 durchgeführt. Neben dem Anstieg an Publikationen ab Ende 2015, Anfang 2016 ist zudem ein Rückgang seit 2017 zu sehen. Ein ähnlicher Rückgang ist bei Publikationen rund um die Begriffe ›Flüchtling‹ sowie ›Flüchtlingskrise‹ zu sehen. Der Spitzenwert der Publikationen rund um 2009 ist auf die Debatte um die Minarett-Initiative zurückzuführen. Zudem ersichtlich ist eine graduell ansteigende Thematisierung von »Islam/Muslim*innen in der Schweiz« seit 2001.

5 Für einen genauen Überblick über das ›Ereignis Köln‹ siehe z.B. Dietze (2016).

wurde ein Vorfall in der Kleinstadt Therwil in Basel, bei dem zwei Schuljungen sich aus religiösen Gründen weigerten, ihrer Lehrerin die Hand zu schütteln, zu einem Schwerpunkt medialer Aufmerksamkeit.⁶ In beiden Debatten erregten geschlechtsspezifische Darstellungen vom schweizerischen ›Selbst‹ und muslimischer Differenz Aufmerksamkeit und wurden mit Repräsentationen von Muslim*innen als ›Flüchtlinge‹ und Migrant*innen im Kontext eines allgemeinen deutschsprachigen Mediendiskurses über die sogenannte ›Flüchtlingskrise‹ verknüpft. Gemeinsam war diesen zwei Debatten insbesondere der neue bzw. wiederaufgefrischte Fokus auf geschlechtsspezifische Diskussionspunkte, anhand derer kollektive Gleichheit und Differenz dargestellt wurde, so beispielsweise in der Thematisierung vermeintlich unterschiedlich ausgeprägter Geschlechterverhältnisse oder dem ›Frauen- bzw. Männerbild‹ im Islam.

4.1.2 Diskurs als Gegenstand: Deutschschweizer Medienplattformen

Neben der thematischen und zeitlichen Fokussierung wird der Forschungsgegenstand in der vorliegenden Untersuchung über die Ebene der Medienöffentlichkeit eingegrenzt. Wie in Kapitel 2 erläutert gehören dazu Medieninstitutionen der komplexen, massenmedialen Öffentlichkeit sowie Teilöffentlichkeiten auf Online-Plattformen wie Webseiten, Blogs und soziale Medien. Im Folgenden wird der thematisch eingegrenzte Mediendiskurs im historisch und situativ spezifischen Kontext des gegenwärtigen Deutschschweizer Mediensystems und -konsums eingeordnet und als empirischer Gegenstand konkretisiert.

4.1.2.1 Eingrenzung Deutschschweiz

Der Fokus auf ausschließlich deutschsprachige Mediendebatten basiert auf Überlegungen hinsichtlich der Kleinstaatlichkeit sowie der Mehrsprachigkeit des Schweizer Mediensystems (Künzler 2013, 25–35). Charakteristisch für Kleinstaatlichkeit ist eine geringe Marktgröße, die zu einer Ressourcenknappheit führt. In der Schweiz wird diese Knappheit aufgrund der weiteren Aufteilung des Medienmarktes in die vier Sprachregionen (Deutsch, Französisch, Italienisch und Rätoromanisch) noch weiter verschärft (Künzler 2013, 28). Des Weiteren begünstigt die Nähe zu großen, gleichsprachigen Nachbarländern eine relativ hohe Nutzung ausländischer Medieninhalte (*Spill-over-Effekt*) (Künzler 2013, 30–32). Gemeinsam mit einer potenziell engen Wirtschaftsbeziehung zu diesen Ländern kann die Vielzahl ausländischer Medienprogramme zu einer vermehrten Auslandsorientierung kleinstaatlicher Medienmärkte führen (Künzler 2013, 34).

6 Zu Genauerem zur nationalen sowie transnationalen medialen Thematisierung des Vorfalls in Therwil siehe Aeschbach (2021) und Stahel (2021), (2018).

In der Schweiz wurde diese Nähe zu den sogenannten *Next-Door-Giants*, die Nähe also zu je nach Sprachregion Deutschland, Frankreich oder Italien, empirisch selten geprüft (Künzler 2013, 34). Eine Studie, welche die Nähe im Sinne einer vermehrten Referenz zu dem besagten Land untersuchte, konnte eine solche Tendenz nur für die in der Westschweiz untersuchte Zeitung »Le Journal« bestätigen (Künzler 2013, 34). Andere Studien kommen jedoch zum Schluss, dass sich die Medienberichterstattungen der einzelnen Sprachregionen, zumindest in bestimmten inhaltlichen Debatten, unterscheiden. So hat Ettinger 2017 in Schweizer Printmedien eine Zunahme der distanzierenden Tonalität gegenüber Muslim*innen festgestellt und gezeigt, dass insbesondere in der deutschsprachigen Schweiz der Anteil der distanzbildenden Berichterstattung, die »den Islam« als homogene und »fremde« Einheit problematisiert, deutlich gestiegen ist (Ettinger 2017). Ein ähnlich sprachregional spezifisches Bild zeigt die Debatte zum erwähnten Therwil-Fall. Dieser Fall der zwei Schüler, die ihrer Lehrerin die Hand nicht reichen wollten, wurde in den Deutschschweizer Medien breit thematisiert, fand in der französischsprachigen Schweiz jedoch weniger Beachtung.⁷ Die Hypothese liegt nahe, dass die inhaltlichen Unterschiede zwischen den Sprachregionen sich, zumindest teils, aus einer Orientierung an ähnlichen thematischen Diskursen in den gleichsprachigen *Next-Door-Giants* ergeben könnten. Zudem berichtet das 2019 erschienene *Jahrbuch Qualität der Medien* des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög), dass sich die Medienberichterstattung innerhalb der Sprachregionen der Schweiz zu einem großen Teil selbstreferentiell verhält (fög 2019, 70). Insbesondere in der Deutschschweiz werden in den Medien dabei fast ausschließlich andere Deutschschweizer Medientitel zitiert (93 %), publizierte Inhalte anderer Sprachräume werden in der Regel selten aufgenommen (fög 2019, 70).

Für die vorliegende Studie bedeutet die relative Geschlossenheit der verschiedenen Sprachräume und die Präsenz relevant unterschiedlicher Inhalte, zumindest in der Thematisierung von Muslim*innen in der Schweiz, dass sich der Fokus dieser Analyse auf deutschsprachige Diskurse beschränkt. Dies ermöglicht einen fassbaren Umfang des Datensatzes und die qualitative Erarbeitung der konkreten Darstellungen eines »Schweizer Selbst« sowie des Verhältnisses von Muslim*innen dazu. In Anbetracht der schweizweiten Dominanz Deutschschweizer Medien, die auch in der Suisse romande (51 %) und der Svizzera italiana (62 %) zitiert werden (fög 2019, 70), hat die Analyse eines Deutschschweizer Mediendiskurses dabei zumindest ein Potenzial, möglicherweise schweizweit verbreitete Repräsentationen nationaler Identität zu identifizieren. Gleichzeitig limitiert diese Engführung Vergleichsmöglichkeiten zwischen den Sprachregionen, die das Herausarbeiten

7 Diese Aussage basiert auf zweisprachigen Stichwortsuchen zum Thema »Therwil« und »Handschlag« in der Datenbank Factiva für die Region Schweiz.

konkreter, sprachraumspezifischer Diskurslinien ermöglicht hätten. Diesem Fokus in zukünftigen Forschungsarbeiten nachzugehen, würde die vorliegenden Ergebnisse ergänzen und zu einem kompletteren Bild der nationalisierenden Identitätsprozesse in der gesamten Schweiz beitragen.

4.1.2.2 Eingrenzung Medienöffentlichkeit

In der Schweiz wird die Ebene der komplexen, massenmedialen Öffentlichkeit in erster Linie durch Presse, Radio und Fernsehen, die sich an ein breites Publikum wenden, hergestellt (Künzler 2013, 63). In seiner Analyse des Mediensystems Schweiz berichtete Künzler im Jahr 2013, dass die Ebene der komplexen, massenmedialen Öffentlichkeit in Nutzung und Reichweite einen hohen Stellenwert einnimmt, mit einer im internationalen Vergleich hohen Auflage an kostenpflichtigen Tages- und Wochenzeitungen und einem starken öffentlichen Rundfunk. In Bezug auf die Nutzungshäufigkeiten der verschiedenen Medienkategorien zeigt die Entwicklung seither einen stetigen Rückgang im Konsum von Radio, Fernsehen sowie diverser Printmedienkategorien (fög 2019, 70). Zugenommen haben demgegenüber Online-Newsangebote und seit 2016 wurde auch eine vermehrte Nutzung von Blogs sowie insbesondere von sozialen Medien zu Newszwecken nachgezeichnet (fög 2019, 70).⁸ Diese Verschiebung der Mediennutzung weist auf einen Anstieg in der Relevanz verschiedener Online-(Teil-)Öffentlichkeiten hin. Gleichzeitig nutzten auch 2019 noch mehr als die Hälfte der Befragten regelmäßig Radio und Fernsehen als Informationsquellen, und Pendler- und Abonnementszeitungen gehörten am Anfang des Untersuchungszeitraums (2016) mit über 40 % zu einer regelmäßig genutzten Medienkategorie.⁹ In der vorliegenden Studie liegt der Fokus daher auf den durch häufig genutzte massenmediale sowie Online-Medienangebote generierten Deutschschweizer Öffentlichkeiten. Die zugrunde liegende Annahme ist dabei, dass diese Medienkategorien durch ihre Reichweite und die ihnen zugeschriebene Relevanz maßgeblich zur Konstitution und Verbreitung von Darstellungen nationaler Identität in der Schweiz beitragen.¹⁰

8 Insgesamt zeigt die Analyse des fög jedoch, dass bei der Nutzung von sozialen Medien die Konsumation von News nicht im Vordergrund steht. Vielmehr werden soziale Medien insbesondere zur Unterhaltung sowie für Vernetzung und Kontaktpflege genutzt (fög 2019, 12).

9 Seither ist die Nutzungshäufigkeit von Pendler- und Abonnementszeitungen auf 30–40 % gesunken (fög 2019, 10).

10 Da die Untersuchung jedoch keine Daten hinsichtlich expliziter Reichweite und Wirkung der spezifischen analysierten Mediendokumente umfasst, bleibt dies eine empirisch unbestätigte These.

4.1.2.3 Eingrenzung Medienplattformen: Radio und Fernsehen

Konkret ist einer der wichtigsten Pfeiler der massenmedialen Öffentlichkeit in der Schweiz der öffentliche *Schweizer Rundfunk SRG SSR*.¹¹ Vom Staat beauftragt, soll der öffentliche Rundfunk gleichzeitig staatsunabhängig und im Dienste der Allgemeinheit agieren, ohne nach finanziellem Gewinn zu streben. Dabei werden einerseits konkrete Programmleistungen¹² und andererseits die kostenfreie Versorgung der Bevölkerung mit unabhängiger, fairer und ausgewogener Berichterstattung erwartet (Künzler 2013, 110–111). Damit einhergehend enthält der staatliche Auftrag die Weisung, der öffentliche Rundfunk solle einen »Beitrag zur Festigung der nationalen Identität und Integration« (Künzler 2013, 111) leisten. In diesem Sinne können die Darstellung und Verbreitung einer Vorstellung nationaler Identität als zumindest teilweise intendierter und erwarteter Effekt der Schweizer-Rundfunk-Publikationen verstanden werden. Dass dabei die SRG gemäß ihrem Auftrag die gesamte Schweiz integrieren soll, schafft eine Situation, in der die Öffentlichkeit des SRG anstatt als *eine* Öffentlichkeit unter anderen häufig als *die* Öffentlichkeit der Schweiz angesehen wird (Warner 2002, 49).¹³

Radio und Fernsehen wird in der Schweiz noch immer häufig genutzt, jedoch in der Tendenz immer mehr über digitale Kanäle. 2013 machten die von der SRG produzierten Programme ein Drittel der konsumierten Fernsehsendungen in der Schweiz aus, während die anderen zwei Drittel der Fernsehnutzung zum größten Teil von Programmen aus dem Ausland (vor allem aus den gleichsprachigen Nachbarländern) abgedeckt wurden (Künzler 2013, 180).¹⁴ Auch in der Radionutzung hatten die vom SRG produzierten Programme in allen drei Sprachregionen den größten Marktanteil (Künzler 2013, 183).¹⁵ Durch den digitalen Strukturwandel sinken seither die Zahlen der SRG-Nutzungen, während der Marktanteil neuer, privater Akteure (z.B. die 2019 gegründete Blick TV) steigt (fög 2019, 130). Während im Zeitraum zwischen 2016 und 2019 die SRG nach wie vor einen substanziellen Teil der

11 Das Akronym *SRG SSR* steht für die deutsche Bezeichnung **S**chweizerische **R**adio- und **F**ernsehgesellschaft gefolgt von den französischen, italienischen und rätoromanischen Bezeichnungen **S**ociété **s**uisse de **r**adiodiffusion et **t**élévision, **S**ocietà **s**vizzera di **r**adiotelevisione und **S**ocietad **S**vizra da **R**adio e **T**elevisiun.

12 Zu nennen sind hier unter anderem das Gewähren eines vielfältigen Programms in allen Landessprachen und das Einbeziehen von Minderheiten und ihren Interessen, die in kommerziellen Settings potenziell vernachlässigt werden könnten (Künzler 2013, 110–111).

13 Mehr dazu siehe Kapitel 2.3 in der vorliegenden Studie.

14 Gleichzeitig konnte Künzler in seiner Studie aufzeigen, dass sich die Nutzung ausländischer und SRG-Programme unterscheidet, wobei Erstere vor allem zur Unterhaltung und SRG-Produktionen zur Informationsbeschaffung dienen (2013, 181).

15 Darüber hinaus erläuterte Künzler, dass die von der SRG produzierten Sendungen im Vergleich zu Privatradios einen stark höheren Wortanteil bei keiner geschalteten Werbung aufzeigen, was darauf schließen lässt, dass mehr Zeit der Informationsvermittlung zugutekommt (2013, 164).

Radio- und Fernsehnutzung in der Schweiz ausmacht, könnte sich in Zukunft der Marktanteil der SRG weiter verkleinern. Es ist also in kommenden Forschungsansätzen unverzichtbar, sich bei der Auswahl der Medienplattformen erneut mit der aktuellsten Situation der sich wandelnden Medienlandschaft Schweiz auseinanderzusetzen.

Neben der Nutzungshäufigkeit ist ein weiteres Indiz für die Stellung der von der SRG produzierten Programme die Häufigkeit, mit welcher sie als Informationsmedien in anderen Schweizer Medienpublikationen zitiert werden (fög 2019, 59). Das 2019 veröffentlichte Jahrbuch zur Qualität der Medien weist darauf hin, dass in der Schweiz wenige Medien sehr häufig zitiert werden (fög 2019, 59). Dabei ist das deutschsprachige *Schweizer Radio und Fernsehen* (SRF) der SRG das am meisten genannte und zitierte Schweizer Medium (fög 2019, 63–64). Insbesondere in der Politikberichterstattung bringt das SRF vertieftere Einblicke und neue Informationen in die Schweizer Medienlandschaft ein (fög 2019, 66). In diesem Sinne kann das deutschsprachige SRF im analysierten Zeitraum als Leitmedium sowohl hinsichtlich Reichweite als auch Prestige verstanden werden.

In Bezug auf Radio und Fernsehen beschränkte sich die Erhebung daher auf die Berichterstattung des SRF. Diese beinhaltet die drei deutschsprachigen Fernsehprogramme *SRF 1*, *SRF zwei* und *SRF info* und die sechs Radioprogramme *SRF 1*, *SRF 2 Kultur*, *SRF 3*, *SRF 4 News*, *SRF Virus* (Jugendprogramm) und *SRF Musikhalle*,¹⁶ wobei *SRF 3*, *SRF Virus* und *SRF Musikhalle* in dem analysierten Untersuchungszeitraum keine substantiellen Beiträge publiziert haben, in denen Muslim*innen in der Schweiz thematisiert wurden. Die Erhebung hat ergeben, dass thematisch relevante Medienoutputs, in denen mindestens eine muslimische Diskursakteurin teilnimmt, insbesondere in Sendungen des Radioprogramms *SRF 2 Kultur* sowie TV-Ausstrahlungen von *SRF 1* vorkommen. Konkret konzentrieren sich die erhobenen Daten der vorliegenden Analyse hauptsächlich auf die folgenden acht Radio- und Fernsehformate (für eine genaue Übersicht aller Sendungen siehe Anhang 2):

16 Für das französischsprachige Publikum gibt es die Radio- und Fernsehprogramme der *Radio Télévision Suisse* (RTS) und die italienische Schweiz wird durch Programme der *Radiotelevisione svizzera* (RSI) abgedeckt. In der vierten Landessprache, Rätoromanisch, wird im Fernsehen jeweils durch kurze, tägliche Segmente in einigen der SRG-Programme informiert und es besteht ein rätoromanisches Radioprogramm der *Radiotelevision Svizra Rumantscha* (RTR).

Tabelle 2: Übersicht über zentrale SRF-Radio- und Fernsehformate

Sendung	Beschrieb ¹⁷
Fernsehen (SRF1)	
Sternstunde Religion	Die <i>Sternstunde Religion</i> wird jeweils am Sonntag von 10:00 bis 11:00 Uhr ausgestrahlt. Ziel der Sendung ist es, Fragen rund um Religion zu thematisieren, »in Form von Dokumentarfilmen oder Gesprächen«. ¹⁸ Das Moderator*innenteam im Untersuchungszeitraum bestand aus Olivia Röllin, Amira Hafner-Al Jabaji und Norbert Bischofsberger. ¹⁹ Themen der analysierten Sternstunde-Religion-Sendungen waren unter anderem eine potenzielle Ausbildung für Imame in der Schweiz (17.04.2016), die Frage nach einem <i>Untergang des Abendlandes? Die Angst vor dem Islam</i> (18.01.2015) sowie die Positionierung von »liberale[n] Muslime[n]« (19.11.2017).
Club	Der <i>Club</i> ist eine ca. 75-minütige Diskussionssendung, die jeweils am Dienstagabend um 22:25 Uhr auf SRF1 ausgestrahlt wird. Darin diskutieren jeweils 5–6 Gäste über gesellschaftspolitische Themen. Das Ziel der Sendung ist es, Gäste »mit pointierten Standpunkten und einschlägigen Erfahrungen« bzw. mit »authentischen Geschichten und [...] Fachwissen« einzuladen. Damit verbunden wird eine »Gesprächskultur mit Tiefgang« angestrebt. ²⁰ Die für die vorliegende Studie relevanten Clubsendungen haben das Thema »Übergriffe in Köln – Zündstoff der Kulturen« (12.01.2016) sowie den Vorfall der zwei Jungen in Therwil, die ihrer Lehrerin aus religiösen Gründen nicht mehr die Hand reichen wollten, im <i>Club</i> »Toleranz ohne Grenzen?« (12.07.2016) behandelt.

17 Die Beschreibungen der Sendungen sind dem SRF Play Archiv (siehe <https://www.srf.ch/play/tv/sendungen>, letzter Zugriff 27.04.2021) sowie einzelnen SRF-Sendungsporträts (siehe z.B. <https://www.srf.ch/sendungen/club/sendungsportraet-2>, letzter Zugriff 27.04.2021) entnommen.

18 SRF Play Archiv, <https://www.srf.ch/play/tv/sendung/sternstunde-religion?id=1451cc43-0b57-4aa2-9700-obde073a8e25>, letzter Zugriff 08.02.2021.

19 Norbert Bischofsberger arbeitet zudem im Redaktions- und Moderationsteam der SRF 2-Kultur-Sendung *Kontext* mit.

20 Sendungsporträt SRF *Club*, <https://www.srf.ch/sendungen/club/sendungsportraet-2>, letzter Zugriff 08.02.2021.

Arena	Als innenpolitische Diskussionsplattform der Schweiz soll die <i>Arena</i> einen Raum bieten, um aktuelle »Top-Themen« zu debattieren. Ziel ist es, Politiker*innen, Exponent*innen von Verbänden sowie Meinungsführer*innen aus Wirtschaft und Gesellschaft ihre Standpunkte vertreten zu lassen. Die ungefähr 75-minütigen Debatten finden vor einem Publikum statt, welches sich durch Fragen und Inputs in die Sendung einbringen kann. Im analysierten Zeitraum wurde die Sendung von Jonas Projer moderiert. ²¹ Im Zentrum der vorliegenden Analyse steht die <i>Arena</i> -Sendung <i>Angst vor dem Islam</i> (01.04.2016).
10vor10	10vor10 ist eine ca. 25-minütige Nachrichtensendung, die täglich von Montag bis Freitag um 21:50 Uhr auf SRF 1 über relevante Nachrichten aus dem In- und Ausland berichtet. Die Sendung möchte durch »gut recherchierte Hintergrundgeschichten, überraschende Ansätze und starke Reportagen« Beiträge und Gesprächsstoff für öffentliche Debatten liefern und durch Schwerpunkte und Serien Themen »aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten«. ²² Die in dieser Untersuchung analysierten 10vor10-Sendungen beschäftigten sich mit »Dschihadisten« (09.02.2018) bzw. Personen, die sich dem IS angeschlossen haben (05.09.2017).
Radio (SRF 2 Kultur)	
Blickpunkt Religion	Die jeweils ca. viertelstündige Radiosendung <i>Blickpunkt Religion</i> widmet sich jeden Sonntagmorgen auf SRF 2 Kultur »aktuellen Themen aus Religion, Ethik, Theologie und Kirche«. ²³ Die analysierten Sendungen beinhalteten Themensegmente und Interviews zum Thema Ausbildung von Imamen (16.04.2016, 16.06.2016) und »einer Frau als Vorbeterin« (17.09.2017) sowie einer Buchrezension zu Elham Maneas 2018 erschienenem Buch <i>Der alltägliche Islamismus: Terror beginnt, wo wir ihn zulassen</i> ²⁴ (08.04.2018).

- 21 Es gab im analysierten Zeitraum einige Stimmen, die das politische Debattenformat der *Arena* und spezifisch die Themensetzung von Jonas Projer als unausgewogen und polarisierend kritisierten (siehe z.B. Infosperber. 2016. *Arena: Das Scheitern an der Politik*, <https://www.infosperber.ch/politik/schweiz/arena-das-scheitern-an-der-politik/>, letzter Zugriff 27.04.2021 sowie Watson Online. 2016. *SP-Elite macht TV-Kritik und greift Projer an: »Die ›Arena‹ bewegt sich auf SVP-Gelände«*, <https://www.watson.ch/schweiz/medien/824585896-sozialdemokratie-n-nerven-projer-mit-einmischung-in-arena-themenwahl>, letzter Zugriff 27.04.2021)
- 22 Sendungsporträt, <https://www.srf.ch/sendungen/10vor10/sendungsportraet>, letzter Zugriff 08.02.2021.
- 23 SRF Audio Archiv, <https://www.srf.ch/audio/blickpunkt-religion>, letzter Zugriff 08.02.2021.
- 24 Siehe Anhang 3: Weitere Quellen.

Kontext	<i>Kontext</i> ist eine einstündige Hintergrundsendung zu »Themen der Kunst, der Kultur, zu Fragen von Gesellschaft, Wissenschaft, Religion und Politik«. ²⁵ Die Sendung wird täglich vom SRF 2 Kultur übertragen und beinhaltet Reportagen sowie Gespräche und Debatten mit eingeladenen Gästen. Im analysierten Zeitraum wurden in der Sendung unter anderem die Fragen »Hat der Terror eine Religion?« (20.11.2015), »Braucht der Islam eine Reformation?« (31.03.2017), »Welche Werte hat das Abendland?« (26.12.2016) sowie »Bedroht der Islam den freien Westen?« (09.09.2016) thematisiert.
Kultur kompakt	Die jeweils zwischen 15 und 25 Minuten lange Sendung <i>Kultur kompakt</i> fasst täglich zwischen Montag und Freitag die »wichtigsten Themen und Ereignisse aus Kultur, Gesellschaft und Wissenschaft« zusammen. ²⁶ Als Themen wurden dabei unter anderem neben Elham Maneas 2018 publiziertem Buch <i>Der alltägliche Islamismus</i> (08.04.2018) das 2017 von Saïda Keller-Messahli publizierte Buch <i>Islamistische Drehscheibe Schweiz</i> (01.09.2017) aufgegriffen.
Musik für einen Gast	<i>Musik für einen Gast</i> ist eine Talkshow, die ca. 1 Stunde dauert und einmal wöchentlich am Sonntag erscheint. In der Sendung wird jeweils eine Person »aus Kultur, Wissenschaft, Sport, Politik oder Wirtschaft« in einem Gespräch porträtiert. ²⁷ Für die vorliegende Untersuchung sind die Porträts von Amira Hafner-Al Jabaji (08.11.2015), Elham Manea (zweifach ausgestrahlt: 14.05.2017 und 26.11.2017), Jasmin El-Sonbati (30.03.2014) und Saïda Keller-Messahli (zweifach ausgestrahlt: 09.04.2017 und 27.08.2017) relevant.

Weitere Radio- und Fernsehsendungen von Relevanz waren vor allem verschiedene Nachrichtensendungen, so beispielsweise des SRF 4-News-Programms sowie punktuelle Publikationen der Sendungen *Kulturplatz*, *Perspektiven*, *SRF Reporter* und der Talkshow *Aeschbacher*.

4.1.2.4 Eingrenzung Medienplattformen: Printmedien

Den zweiten substanziellen Teil der massenmedialen, komplexen Öffentlichkeit machen Printmedien aus. 2013 sah Künzler in der Schweiz Abonnementszeitungen in Form von Tages-, Wochen- und Sonntagszeitung aufgrund der Regelmäßigkeit ihrer Erscheinung und der Vielfalt an Themen, die sie behandeln, für die »Meinungsbildung, Kritik und Forumsbildung für die politische Kommunikation am

25 SRF Audio Archiv, <https://www.srf.ch/audio/kontext>, letzter Zugriff 08.02.2021.
26 SRF Audio Archiv, <https://www.srf.ch/audio/kultur-kompakt>, letzter Zugriff 08.02.2021.
27 SRF Audio Archiv, <https://www.srf.ch/audio/musik-fuer-einen-gast>, letzter Zugriff 08.02.2021.

relevantesten« (2013, 72). In der Nutzungshäufigkeit durch Medienkonsument*innen sind Abonnementszeitungen seither zwar von Pendlerzeitungen überholt worden (fög 2019, 31), die Erhebung der Häufigkeit, mit welcher einzelne Medienformate in anderen zitiert werden, weist jedoch darauf hin, dass auch in den Jahren bis 2019 Abonnementzeitungen noch vermehrt als Leitmedien gehandhabt werden (fög 2019, 63). Während das SRF von allen Medien in der Schweiz am häufigsten genannt und zitiert wird (12 % aller Zitationen), sind die reichweitenstärksten Printmedien der *Blick* (11,5 %), die *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ) (7,5 %), der *Tagesanzeiger* (7 %), die *SonntagsZeitung* (6,9 %), der *SonntagsBlick* (5,3 %) und die *NZZ am Sonntag* (5,3 %), gefolgt von der Pendlerzeitung *20 Minuten* (4,6 %) (fög 2019, 64). Die schweizweit am meisten zitierten Medien sind also alle deutschsprachig und mit dem Standort Zürich verbunden.

Thematisch zeigt sich, dass der *Blick*²⁸ insbesondere in den Bereichen Sport und Human Interest zitiert wird. In den für die vorliegende Studie relevanten Themenbereichen Politik und Kultur dominieren hingegen *Tagesanzeiger* und *NZZ* (fög 2019, 67). Dazu kommen die *Aargauer Zeitung* als häufig zitiertes, deutschsprachiges Medium im Bereich Politik sowie *Die Weltwoche* im Bereich Kultur (fög 2019, 67). Die zentralen Printmedienformate, in denen die für die vorliegende Untersuchung gesammelten Dokumente hauptsächlich publiziert wurden, sind die folgenden:²⁹

Tabelle 3: Übersicht zentrale Printmedienformate

Tageszeitungen	<i>Aargauer Zeitung</i> *, <i>Basler Zeitung</i> , <i>Berner Zeitung</i> , <i>Blick</i> *, <i>Bündner Tagblatt</i> , <i>Der Bund</i> , <i>Der Landbote</i> , <i>Die Südostschweiz</i> , <i>Neue Luzerner Zeitung</i> , <i>NZZ</i> *, <i>St.Galler Tagblatt</i> , <i>Tagesanzeiger</i> *, <i>Thurgauer Zeitung</i> , <i>Zofinger Tagblatt</i> , <i>Zürichsee-Zeitung</i>
Pendlerzeitungen	<i>20 Minuten</i> *, <i>Blick am Abend</i>
Sonntagszeitungen	<i>NZZ am Sonntag</i> *, <i>SonntagsBlick</i> *, <i>SonntagsZeitung</i> *

28 Um Begriffsverwirrungen zu vermeiden, wird die Zeitung *Blick* in der weiteren Studie im Fließtext kursiv gesetzt. In derselben Weise werden die Namen der Vereine *Säkulare Muslime* und *Offene Moschee Schweiz* gehandhabt.

29 Es wurden zusätzlich auch vereinzelte relevante Dokumente aus weiteren kleineren Zeitungen in den Datensatz aufgenommen. Zu einer detaillierten Auflistung aller Zeitungsdokumente siehe Anhang 1.

Wochenzeitungen	<i>Die Weltwoche</i> * ³⁰
Zweiwöchentlich	<i>Der Beobachter</i>
Zweimonatlich	<i>NZZ Folio</i>

* In den Top 10 gemäß den Angaben des fög 2019 Jahresberichtes zu der Zitationshäufigkeit in den Themenbereichen Politik und Kultur.

4.1.2.5 Eingrenzung Medienplattformen: Online-Medien

Neben der komplexen, massenmedialen Öffentlichkeit werden Online-Medien, verstanden als Ebene mittlerer Teilöffentlichkeit, in die Analyse miteinbezogen. Dies ist insofern von Relevanz, als sich die Mediennutzung in der Schweiz in den letzten Jahren stark verändert hat und Online-Plattformen, insbesondere jene sozialer Medien³¹, in der Informationsbeschaffung der Bevölkerung zunehmend wichtiger werden (fög 2019). Zudem bewegt sich mediale Kommunikation in zeitgenössischen Diskursen über Plattformen hinweg (Fraas, Meier, und Pentzold 2014; Hasebrink und Hepp 2017). So ermöglichen Hyperlinks in sozialen Medien plattformübergreifende Vernetzungen. Es wird in einzelnen Posts auf massenmediale Publikationen verwiesen oder es werden beispielsweise Hashtags auf mehreren Plattformen und Webseiten gleichzeitig verwendet und ermöglichen somit eine cross-mediale Kommunikation. Die Reichweite der sozialen Medien erleichtert potenziell den Austausch zwischen der Ebene mittlerer und komplexer Öffentlichkeit und vervielfältigt die mögliche Auswahl an sichtbaren Diskurslinien. Die exemplarisch vollzogene Analyse von Online-Teilöffentlichkeit(en) ermöglicht es, strukturelle Ein- und Ausschlussmechanismen der massenmedialen Öffentlichkeit zu identifizieren.

Als Hauptkanäle der Online-Mediennutzung zu Zwecken des Newskonsums in der Schweiz wurden nach Umfragen im analysierten Zeitraum Facebook, Twitter (seit 2023 bekannt als X) und, bei den Jüngeren, am häufigsten Youtube und Instagram angegeben (fög 2019, 147, 2018, 16–17). In der Schweiz ist Facebook die am

30 Im Untersuchungszeitraum haben sich lediglich Dokumente in der rechts-bürgerlichen *Weltwoche* gefunden, in welchen die in der Schweizer Öffentlichkeit identifizierten muslimischen Diskursakteurinnen auftraten. Damit ist die links-alternative *Wochenzeitung* (WOZ) nicht im Datensatz vorhanden.

31 Forschende haben darauf hingewiesen, dass der Begriff soziale Medien (eine Übersetzung des Englischen Social Media, wobei in der vorliegenden Studie beide Versionen Verwendung finden) »aus sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht eigentlich redundant« sei; denn »alle Medien sind insofern sozial, als sie Teil von Kommunikationsakten, Interaktionen und sozialem Handeln sind« (Taddicken und Schmidt 2017, 4). Ich verwende den Begriff in seiner gesellschaftlich verbreiteten Verwendung für bestimmte Online-Medienangebote, die Informationen zugänglich machen und eine Möglichkeit für Beziehungspflege sowie Interaktion bieten (Taddicken und Schmidt 2017, 5).

weitesten verbreitete Soziale-Medien-Plattform mit 4,6 Millionen Nutzer*innen im Jahr 2020, die Zahlen sind aber seit 2017 rückläufig (Statista 2020). Twitter ist zwar im deutschsprachigen Raum noch nicht so weit verbreitet wie im englischsprachigen, die Zahl der Twitter-Nutzer*innen hat in den letzten Jahren jedoch stark zugenommen (Taddicken und Schmidt 2017, 14–15) und beläuft sich in der Schweiz Anfang 2021 auf 1,4 Millionen (aktive und passive) Nutzer*innen (Degenhard 2021). Neben Nutzer*innenzahlen gibt auch der Anteil an Seitenabrufen von Social-Media-Plattformen Aufschluss über die Nutzung verschiedener Plattformen. Dabei entfallen 62 % der Seitenabrufe in der Schweiz auf Facebook, während Twitter ungefähr 10 % aller Social-Media-Aufrufe im Jahr 2020 ausmachte (Statista 2021). Zusätzlich zur weiten Verbreitung gelten Facebook und Twitter als Rückkanäle zu politischen und gesellschaftlichen Themen und Mediendiskussionen und als Orte möglicher Meinungsbildung und Aushandlung (Bruns und Burgess 2011; Emmer 2017; Klinger 2013; Mayr und Weller 2017; Murthy 2013; Salloum et al. 2017). Sie wurden als solche auch in empirischen Untersuchungen in einem Schweizer Kontext identifiziert (Klinger 2013; Metag und Rauchfleisch 2016; Nordhus 2012). Neben Facebook und Twitter nutzen nach letzten Angaben ca. 30 % der 18- bis 24-Jährigen die Plattformen Youtube und Instagram zur Informationsbeschaffung (fög 2019, 147).

Zusammenfassend gehören zu den in der vorliegenden Untersuchung eingeschlossenen Online-Medienöffentlichkeiten jene Soziale-Medien-Plattformen, die zwischen 2016 und 2019 in der Schweiz hauptsächlich gebraucht wurden, um sich über gesellschaftliche Themen zu informieren und auszutauschen. Diese Plattformen, konkret Facebook, Twitter, Instagram und Youtube,³² werden dabei in dem Ausmaß, in welchem sie von den im Fokus stehenden Akteurinnen genutzt werden (siehe 4.1.4), miteinbezogen. Um ein kompletteres Bild der Online-Medienöffentlichkeiten der muslimischen Diskursakteurinnen zu etablieren, werden zudem ihre Webseiten und Blogbeiträge eingeschlossen.³³

32 Seither hat sich TikTok zu einer öffentlich relevanten Social-Media-Plattform entwickelt. Da sich die App jedoch hauptsächlich an sehr junge Menschen zwischen 12 und 14 Jahren richtet, wurde sie in der vorliegenden Untersuchung nicht eingeschlossen. Auch Plattformen wie Whatsapp und Snapchat wurden in der vorliegenden Studie nicht weiter analysiert, da sie zu einem großen Teil für private Kommunikationen gebraucht werden.

33 Der Fokus auf individuelle Personen erhält eine zusätzliche Relevanz in Anbetracht der Tatsache, dass gerade in sozialen Medien Privatpersonen, gefolgt von Politiker*innen und Journalist*innen, »am stärksten in der Lage sind, die gesellschaftspolitische Agenda zu bestimmen« (fög 2019, 14). Inwiefern die im Fokus stehenden Akteurinnen die gesellschaftspolitischen Diskussionen in der Schweiz durch ihre Online-Auftritte mitbestimmen, bleibt in dieser Studie jedoch letztendlich Spekulation.

4.1.3 Akteur*innenspezifische Eingrenzung: Muslimische Diskursakteurinnen

Die vorliegende Untersuchung analysiert den medialen Diskurs zu Islam und Muslim*innen in der Schweiz mit thematischem Fokus auf Darstellungen nationaler Gleichheit und Differenz und einem akteurinnenzentrierten Fokus auf die öffentlichen Auftritte und Beiträge muslimischer Frauen. Ausgehend von der komplexen, massenmedialen Öffentlichkeit wird dabei herausgearbeitet, welche Diskurslinien rund um muslimische Diskursakteurinnen als hegemonial etabliert werden, wie diese von ihnen mitgestaltet und umgestaltet werden und welche potenziell alternativen Diskurslinien die Akteurinnen in ihrer öffentlichen Medienpräsenz innerhalb und außerhalb der Massenmedien äußern. Der Fokus liegt dabei explizit auf Akteurinnen, die in einer Deutschschweizer massenmedialen Öffentlichkeit als muslimische Frauen in Erscheinung treten. Dies bedeutet, dass weitere muslimische Akteurinnen, die nicht in der massenmedialen Öffentlichkeit auftreten oder dort nicht anhand ihrer Religionszugehörigkeit positioniert werden, in der vorliegenden Studie nicht in den Blick genommen werden können. Dieser eng gehaltene Fokus soll verhindern, aus der Perspektive der Forscherin Akteurinnen als ›Musliminnen‹ zu identifizieren und damit die Relevanz von ›Religion‹ in emischen Diskursen zu überschätzen. Gleichzeitig vermag diese Herangehensweise die emischen Relevanzzuschreibungen hinsichtlich Religionszugehörigkeit auch nicht zu durchbrechen, indem beispielsweise auf Frauen verwiesen würde, die muslimisch sind, die aber unabhängig von ihrem Muslimischsein in der Öffentlichkeit unterwegs sind.³⁴

Um für diese Untersuchung relevante Diskursakteurinnen zu identifizieren, wurde in der Printmedien-Datenbank Factiva nach allen in den Jahren 2016 und 2017 publizierten Dokumenten gesucht, die sich auf muslimische Frauen beziehen.³⁵ Diese Vorstichprobe von 704 Dokumenten wurde nach konkreten Akteurinnen

34 Ein Beispiel hierfür wäre Sibel Arslan, eine Basler Nationalrätin der Grünen. Sie wurde in der Schweizer Medienöffentlichkeit bereits hinsichtlich ihrer alevitischen Religionszugehörigkeit positioniert (z.B. SRF Kultur Gesellschaft & Religion 15.07.2014, *Sibel Arslan – Politikerin und Alevitin mit Ambitionen*, <https://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/sibel-arslan-politikerin-und-alevitin-mit-ambitionen>, letzter Zugriff 27.04.2021). Eine solche Positionierung bleibt jedoch in ihrer Öffentlichkeitspräsenz sehr marginal und ist im analysierten Zeitraum nicht vorgekommen. Daher soll sie in dieser Studie nicht von der Forscherin via Religionszugehörigkeit fremdpositioniert werden.

35 Die Suche wurde in der Printmediendatenbank Factiva durchgeführt und beschränkte sich auf in der Schweiz veröffentlichte und in deutscher Sprache geschriebene Dokumente zwischen 2016 und 2017. Die Verwendung des Suchbegriffs »Muslimin*« führte zu 704 Dokumenten. In 164 sind muslimische Frauen aktiv oder passiv zu Wort gekommen, und in 155 wurden sie namentlich genannt.

durchsucht, die als muslimische Frauen auftreten und dabei sowohl namentlich erwähnt werden als auch direkt oder indirekt zu Wort kommen. Des Weiteren wurde die Auswahl auf jene Frauen beschränkt, die in einem Schweizer Kontext porträtiert werden und die entweder in mehr als einem Printmediendokument genannt werden oder deren Medienpräsenz über ein einzelnes Printdokument hinaus vorhanden ist, die also in Radio- oder Fernsehsendungen auftreten oder eine Online-Präsenz haben. Die Analyse der Dokumente ergab eine Auswahl von elf muslimischen Diskursakteurinnen. Die Akteurinnen werden in der folgenden Tabelle (Tabelle 4) kurz eingeführt, wobei der Fokus auf der Art und Weise liegt, wie die muslimischen Frauen bei ihren Auftritten im Deutschschweizer Mediendokumenten, die explizit Muslim*innen in der Schweiz thematisieren, charakterisiert werden. Diese Darstellung zeigt daher nur einen sehr spezifischen Teil der Öffentlichkeitspräsenz der Diskursakteurinnen auf und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Tabelle 4: Muslimische Diskursakteurinnen in Deutschschweizer Massenmedien 2016–2019

Amira Hafner-Al Jabaji	... tritt im analysierten Zeitraum als Islamwissenschaftlerin, Publizistin und Moderatorin der SRF-Fernsehsendung <i>Sternstunde Religion</i> in die Medienöffentlichkeit. In der vorliegenden Studie stehen jene Mediendokumente im Vordergrund, in denen sie als Muslimin positioniert wurde, als solche auftrat oder aus dieser Position einen Medienbeitrag verfasste. Neben Auftritten in Fernseh- und Radiosendungen gehören Interviews und Zitate in Zeitungsartikeln sowie Online-Publikationen im Rahmen ihres Engagements im <i>Interreligiösen ThinkTank</i> in den Datensatz.
Blerta Kamberi	... hat eine Medienpräsenz, die sich auf einen Artikel im <i>NZZ Folio Muslime in der Schweiz: Wie viel Islam verträgt das Land?</i> (2016) und einen damit verbundenen Beitrag in der <i>NZZ</i> beschränkt. Darin wird sie als kopftuchtragende Muslimin via Migrationshintergrund ihrer Eltern eingeordnet und anhand ihrer Aktivität in der Moschee von Wil porträtiert. Neben dieser Printmedienspräsenz unterhält sie ein privates Facebook-Profil, dessen Inhalte in der vorliegenden Studie aus Datenschutzgründen nicht berücksichtigt wurden.

<i>Elham Manea</i>	... ist im analysierten Zeitraum unter anderem als Politologin, universitäre Dozentin, Muslimin, Autorin des Buches <i>Der alltägliche Islamismus: Terror beginnt, wo wir ihn zulassen</i> (2018) und als Teil der Gruppe <i>Offene Moschee Schweiz</i> medienpräsent. ³⁶ Sie unterhält zudem sowohl einen Twitteraccount mit 11.100 Followern (Stand 28.04.2021) als auch zwei öffentliche Facebook-Pages, in denen sie regelmäßige Inhalte publiziert. In dieser Studie wurde die Analyse auf die Facebook-Seite beschränkt, in der sie hauptsächlich auf Deutsch und Englisch ³⁷ schreibt. ³⁸ Die Seite verzeichnet 10.649 Abonnent*innen (Stand 28.04.2021). ³⁹
<i>Ferah Ulucay</i>	... ist öffentlich aktiv als Generalsekretärin des <i>Islamischen Zentralrats Schweiz</i> (IZRS) und kam im analysierten Zeitraum in dieser Rolle mehrfach in Zeitungsartikeln hinsichtlich Veranstaltungen des IZRS und diesbezüglichen Ereignissen zu Wort. Sie unterhält zudem einen Twitteraccount mit 1034 Followern (Stand 28.04.2021) und ein Instagram-Profil mit 1916 Followern (Stand 28.04.2021), in welchen sie sich mit Themen wie dem Recht, eine Kopfbedeckung zu tragen, und der Marginalisierung von Muslim*innen in der Schweiz auseinandersetzt.
<i>Funda Yilmaz</i>	... wurde im Jahr 2017 als »junge Türkin« bezüglich der Ablehnung ihres Einbürgerungsgesuchs bekannt, als sie sich gegen den entsprechenden Entscheid der Gemeinde Buchs zur Wehr setzte. Es folgte eine Mediendebatte (Print und Fernsehen) um das Einbürgerungssystem in der Schweiz, in welcher Funda Yilmaz mehrfach als »nicht-praktizierende Muslima« positioniert wurde.
<i>Janina Rashidi</i>	... ist Pressesprecherin des IZRS und trat im Zeitraum seit 2016 in der Fernsehsendung <i>Club Toleranz ohne Grenzen?</i> (12.07.2016) auf, in dem unter anderem die Handschlagverweigerung in Therwil und Janinas Position als Konvertitin zur Debatte standen. Als Pressesprecherin des IZRS wurde sie zudem mehrfach in Zeitungsartikeln in Bezug auf das Wirken der Organisation befragt.

- 36 Früher war sie zudem als Teil des *Forums für einen fortschrittlichen Islam* (FFI) bekannt, im analysierten Zeitraum fehlt diese Referenz jedoch weitgehend.
- 37 Die andere Facebook-Seite [*@ElhamManea*] ist in großen Teilen auf Arabisch verfasst und hat 4452 Abonnent*innen (Stand 28.04.2021).
- 38 Seit Mai 2019 betreibt auch Elham Manea einen Instagram-Account, dieser wurde jedoch in der vorliegenden Studie nicht weiter berücksichtigt, da die Publikationen sich außerhalb des Untersuchungszeitraums befinden.
- 39 Die genauen Angaben aller analysierten Social-Media-Profile siehe Anhang 3: Quellenverzeichnis Webseiten und Social-Media-Profile.

<i>Jasmin El-Sonbati</i>	... tritt unter anderem als Schweizer Muslimin, Autorin des Buches <i>Gehört der Islam zur Schweiz?</i> (2016) und Mitbegründerin der Initiative <i>Offene Moschee Schweiz</i> in Fernsehdebatten zum Islam in der Schweiz auf. Anfang 2016 wird sie zudem noch als Mitbegründerin des <i>Forums für einen fortschrittlichen Islam (FFI)</i> eingeladen. Neben mehreren Fernsehauftritten wird sie in verschiedenen Printmedienartikeln zum Thema Muslim*innen in der Schweiz, Integration und Reformation des Islams zitiert. Online ist sie mit einem nur selten genutzten Twitter-Profil mit 45 Followern (Stand 28.04.2021) präsent.
<i>Naïma Serroukh</i>	... ist als Muslimin, die sich in Biel und Nidau für Integrationsprojekte engagiert und ein Präventionsprojekt gegen Radikalisierung initiiert hat, in verschiedenen Zeitungsartikeln präsent. Dabei wird unter anderem ihre Wahl, ein Kopftuch zu tragen, ihr Migrationshintergrund als in die Schweiz geflüchtete Marokkanerin sowie ihre familiäre Situation thematisiert.
<i>Nora Illi</i>	... war die Frauenbeauftragte des IZRS und wurde als solche regelmäßig in Printmedien, Fernsehen und Radio referiert. 2019 infolge einer Krebserkrankung verstorben, ⁴⁰ war sie als Person in der breiteren Medienöffentlichkeit bekannt und wurde kontrovers diskutiert, insbesondere auch hinsichtlich ihrer Wahl, den Niqab zu tragen. Sie war zudem auf Twitter und auf Instagram (2036 Follower, Stand 05.04.2019) aktiv, wo sie sich regelmäßig zu Debatten um den Islam und Muslim*innen in der Schweiz sowie Identitäts- und Zugehörigkeitsfragen äußerte. Ihr Profil auf Twitter wird seither als Gedenkseite mit derzeit 1652 Followern (Stand 28.04.2021) weitergeführt.
<i>Rifa'at Lenzin</i>	... wird bei Öffentlichkeitsauftritten verschiedentlich als Religionswissenschaftlerin, Islamwissenschaftlerin und Philosophin eingeführt. Sie setzt sich dabei unter anderem kritisch mit ihrer Fremd- und Selbstpositionierung als Muslimin auseinander. Im Erhebungszeitraum trat sie im Rahmen ihres Engagements im Interreligiösen ThinkTank in die Öffentlichkeit. Darüber hinaus wurde sie insbesondere als Expertin und Muslimin in eine SRF-Kontext-Debatte zum Thema <i>Welche Werte hat das Abendland?</i> (26.12.2016), die an die Sendung der <i>Sternstunde Religion Untergang des Abendlandes? Die Angst vor dem Islam</i> (18.01.2015) anschloss, eingeladen.

40 Nora Illi verstarb nach Abschluss der systematischen Datenerhebung, die Konsequenzen des Wegfallens ihrer Präsenz in der Öffentlichkeit auf die medialen Debatten zu Muslim*innen in der Schweiz können in der vorliegenden Studie also nicht nachvollzogen werden.

Saïda Keller-Messahli	... ist öffentlich aktiv als Gründerin des FFI und Autorin des Buches <i>Islamistische Drehscheibe Schweiz</i> (2017). Zudem mitgegründet hat sie die Interessensgruppe <i>Säkulare Muslime</i> . In Printmedien sowie im Schweizer Radio und Fernsehen wurde sie in der Zeit zwischen 2016 und 2019 wiederholt zu Debatten zum Thema Muslim*innen in der Schweiz, Islamisierung, Radikalisierung und politischem Islam eingeladen und wird vorwiegend als Expertin gehandhabt und zitiert. Darüber hinaus unterhält sie ein aktives Twitter-Profil mit 2870 Followern und eine öffentliche Facebook-Page mit 18.955 Abonnent*innen (Stand 28.04.2021), auf der sie sporadisch Inhalte postet.
-----------------------	--

In der vorliegenden Studie kommen diese elf Akteurinnen, wie erwähnt, ausschließlich im Rahmen ihrer Öffentlichkeitspräsenz innerhalb des im Fokus stehenden, thematisch spezifischen Mediendiskurses im Zeitraum zwischen Anfang 2016 und Anfang 2019 in den Blick. Dabei muss angemerkt werden, dass jeglicher Mediendiskurs immer als Komplexitätsreduktion der Realität zu verstehen ist und die Diskursakteurinnen darin nicht in ihrer Komplexität als Personen dargestellt werden. Dazu kommt, dass die mediale Präsenz gewisser Akteurinnen über die in der vorliegenden Studie analysierten, nationalisierenden Debatten zum Thema Muslim*innen in der Schweiz hinausgeht. So tritt Elham Manea beispielsweise häufig in Bezug auf die Thematisierung der politischen und menschenrechtlichen Situation im Jemen und der MENA-Region an die Öffentlichkeit und Amira Hafner-Al Jabaji behandelt als Moderatorin diverse Thematiken im Schweizer Radio und Fernsehen. In diesem Sinne konzentriert sich die vorliegende Studie auf einen thematisch und zeitlich eingegrenzten Ausschnitt der öffentlichen Medienpräsenz muslimischer Diskursakteurinnen. Dabei liegt das Erkenntnisinteresse darin, wie sie in dem Diskurs zum Thema Muslim*innen in der Schweiz vorkommen, wie sie sich darin positionieren bzw. darin positioniert werden und mit welchen Aussagen sie sich daran beteiligen bzw. zitiert werden.

In der Analyse muss immer mitgedacht werden, dass die in den Medien zitierten Passagen oder Titelsetzungen aus Zitaten jeweils nur Teile eines Gesprächs darstellen und somit Setzungen sein können, die möglicherweise Vereinfachungen der ursprünglichen Aussagen oder Absichten der Akteurinnen beinhalten. Diese Überlegungen sind dabei von dem einflussreichen Text *La Mort de L'Auteur* von Roland Barthes (1984) inspiriert, der in seinem semiotischen Forschungsansatz dafür plädiert, bei der Analyse von Texten mitzudenken, dass sie von der Intention ihrer Urheber*innen unabhängige Aussagen beinhalten können. Es ist also durchaus möglich, dass in Mediendokumenten Diskurslinien und Interpretationsräume entstehen, die von den Intentionen der muslimischen Diskursakteurinnen und auch weiterer Medienakteur*innen abweichen. Die folgenden empirischen Analysen sind daher als

Beschreibung verschiedener Diskurslinien zu verstehen, die im Mediendiskurs geäußert wurden und die von der individuell intendierten Wirkung abweichen können (aber nicht müssen). Die vorliegende Untersuchung gibt dabei keinen Aufschluss auf die effektiven Absichten und unterstellt auch nicht, dass die im Diskurs identifizierten Inhalte und Diskurslinien Resultat direkter Intentionen der sie äussernden (Medien-)Akteur*innen seien.

4.2 Datenerhebung und Materialkorpus

Nach der Identifikation des Forschungsproblems und des konkreten Gegenstandes folgte im zweiten Schritt der qualitativen Mediendiskursanalyse (2) die Datenerhebung. Die Datenerhebung wurde in zwei Schritten durchgeführt: In einem ersten Schritt galt es, die technischen Möglichkeiten der Datenerhebung zu klären und ein Datenerhebungsprotokoll zu erstellen. In einem zweiten Schritt wurden, angelehnt an die Methode »tracking discourse« (Altheide und Schneider 2013, 118), Auftritte und Beiträge der identifizierten muslimischen Diskursakteurinnen über verschiedene Medienplattformen hinweg verfolgt.

4.2.1 »Think before you collect«: Erhebung sozialer Mediendaten

Angesichts der Vielfalt und Quantität von Daten, die online vorhanden sind, sowie der technischen Herausforderungen, mit denen Untersuchungen spezifisch im Bereich sozialer Medien konfrontiert sind, fordern Mayr und Weller Forscher*innen mit Nachdruck auf, sich gut auf die Datenerhebung vorzubereiten; kurz: »think before you collect« (2017). In der vorliegenden Studie hat der Einbezug von Online- und sozialen Medien zwei konkrete Schwierigkeiten mit sich gebracht: *Erstens* musste hinsichtlich der intertextuellen Form von Blogbeiträgen und Social-Media-Posts die Frage der Eingrenzung von Mediendokumenten vorab geklärt werden. *Zweitens* war es erforderlich, die Flüchtigkeit digitaler Daten sowie die technisch voraussetzungs-vollen Datenerhebungsmethoden in die Erarbeitung des Datenerhebungsprotokolls miteinzubeziehen.

4.2.1.1 Analyseeinheit

Die nicht-lineare und intertextuelle Form von Online- und insbesondere Social-Media-Daten durch die eingebundenen Hyperlinks erschwert die Eingrenzung einzelner Analyseeinheiten. Analyseeinheiten werden in der qualitativen Medienanalyse traditionell als einzelne Mediendokumente (z.B. Zeitungsartikel) definiert, wobei Altheide und Schneiders Definition von Dokumenten sehr breit angelegt ist: »Documents are defined as any symbolic representation that can be recorded or retrieved for analysis« (2013, 5). Für meine Zwecke werden massenmediale Dokumente

als einzelne Printmedienartikel oder einzelne Fernseh- oder Radiosendungen verstanden. Ein Dokument im Rahmen von Online-Daten ist in erster Linie als einzelne Publikation definiert, in dieser Studie also beispielsweise ein Blogeintrag, ein Tweet oder ein Facebook-Post. Social-Media-Posts beinhalten jedoch oftmals Links zu weiteren Inhalten, so beispielsweise zu anderen Tweets oder Facebook-Posts, zu online verfügbaren Zeitungsartikeln oder zu Youtube-Videos, die wiederum selbst auf weitere Inhalte verweisen können. Diese Hypertextualität der Inhalte wirft die Frage auf, inwieweit und zu welcher Tiefe verlinkte Dokumente als Teil einer kommunikativen Einheit verstanden werden (Zeller 2017, 402).

Die Setzung der Analyseeinheit hängt dabei vom Forschungsdesiderat ab (Altheide und Schneider 2013, 41). Da der Fokus meiner Analyse auf der Herausarbeitung spezifischer von muslimischen Frauen angebrachter Diskurslinien bezüglich nationaler Identität und der Konzeption und normativen Bewertung von muslimischen Positionalitäten in der Schweiz liegt, geht es bei der Eingrenzung der Analyseeinheit darum, alle für die Bedeutung einer Online-Publikation notwendigen Inhalte einzubeziehen. Forschungspraktisch wurde daher jeder erhobene Beitrag einzeln darauf geprüft, ob verknüpfte Inhalte notwendig waren, um die übergreifende Aussage des Social-Media-Posts oder Blogbeitrags zu verstehen. Verlinkte Dokumente wurde in die Analyseeinheit aufgenommen, soweit sie notwendig waren, um den Beitrag inhaltlich zu verstehen.

4.2.1.2 Flüchtigkeit

Eine weitere Herausforderung bei der Arbeit mit Online-Daten ist die Vergänglichkeit der publizierten Inhalte (Welker und Wunsch 2010, 496; Zeller 2017, 402). Gepaart mit den oftmals technisch und rechtlich limitierten Zugriffsmöglichkeiten auf Daten sozialer Medienplattformen, beeinflusst dieser Faktor die Konzipierung der Datenerhebung erheblich (Mayr und Weller 2017, 108). In dieser Studie ist insbesondere die Vergänglichkeit und der eingeschränkte Zugriff auf Twitter-Daten, die nur in Echtzeit oder maximal bis zu 8 Tage nach ihrer Publikation vollständig erhoben werden können (Gaffney und Puschmann 2014, 56), ein limitierender Umstand. Die Datenerhebung auf Twitter, Facebook und Instagram erfolgte daher regelmäßig einmal wöchentlich über einen Zeitraum von einem Jahr zwischen Mai 2018 und Mai 2019. Im Rahmen dieser Studie wurde sowohl die Datenerhebung als auch die Datenanalyse mithilfe des Computerprogramms NVivo durchgeführt. NVivo ist eine Datenanalysensoftware, welche Forscher*innen bei der Organisation und Analyse von qualitativen Daten unterstützt. NVivo erlaubt durch die Verwendung einer Browser Extension (NCapture) mit direktem Zugriff auf APIs (Application Programming Interface)⁴¹ zudem die Erhebung und Sicherung von Social-Media-Da-

41 Zu weiteren Informationen zur Rolle vom APIs in der sozialwissenschaftlichen Datenerhebung siehe Janetzko (2017).

ten. Auch konnten weitere internetbasierte Daten, beispielsweise relevante Webseiten oder Blogbeiträge, mithilfe von NCapture als PDFs abgespeichert werden.

4.2.2 Datenerhebung

Die Datenerhebung erfolgte anhand der identifizierten muslimischen Diskursakteurinnen. Dabei wurden die folgenden Dokumente erhoben:

Durch namensbasierte Suchen auf der Datenbank Factiva wurden Deutschschweizer Printmedienartikel im Zeitraum zwischen Januar 2016 und Mai 2019 abgerufen. Insgesamt wurden die Namen der identifizierten Diskursakteurinnen in diesem Zeitraum in 1773 Artikeln erwähnt. Davon waren 887 der Dokumente Duplikate,⁴² 113 handelten nicht von den identifizierten Diskursakteurinnen, 219 waren thematisch nicht relevant und 48 sind in deutschsprachigen Zeitungen in Deutschland oder Österreich, also nicht in der Schweiz publiziert worden.⁴³ Insgesamt wurden 506 Printmedienartikel im weiteren Analyseverfahren eingeschlossen. Davon traten in 25 Artikeln zwei muslimische Diskursakteurinnen, in 5 Artikeln 3 und in einem Artikel 4 Akteurinnen auf (siehe Anhang 1).

Relevante Radio- und Fernsehsendungen wurden dem SRF Online-Archiv entnommen. Insgesamt ergab das namenbasierte Durchsuchen des Archivs 49 Sendungen, in denen die identifizierten muslimischen Akteurinnen auftraten und in denen Muslim*innen in der Schweiz thematisiert wurden (siehe Anhang 2). Zwei davon waren erneute Ausstrahlungen einer vorangegangenen Sendung. Von den 47 originalen Sendungen wurden vereinzelte bereits im Zeitraum vor 2016 publiziert. Da sie jedoch von hoher inhaltlicher Relevanz hinsichtlich der Verhandlung von Darstellungen nationaler Identität sowie der Positionierung der Akteurinnen sind, wurden sie der Vollständigkeit halber in den Datensatz aufgenommen. Insbesondere bei der *Arena*-Sendung zum Thema *Burkaverbot: nötig oder diskriminierend?* (27.09.2013) muss darauf hingewiesen werden, dass Nora Illi seit dieser Sendung im Jahr 2013 keinen so ausführlichen Auftritt in Deutschschweizer Massenmedien mehr hatte. Der Einbezug dieses Dokuments in der Analyse könnte also zu einer Überrepräsentation der

42 Als Duplikate aus dem Datensatz herausgenommen wurden Artikel mit demselben Titel, die am selben Datum in derselben Zeitung erschienen sind.

43 Zusätzlich zur Schweizer Presse wurden auf Factiva als Sekundärquellen Dokumente der folgenden Zeitungen angeschaut, jedoch nicht systematisch im Datensatz aufgenommen: Agence France Presse (international), die Presse (Österreich), Berliner Zeitung, Die Zeit, dpa-AFX (deutschsprachige Wirtschaftsnachrichten), epd (evangelischer Pressedienst Deutschland), focus online (focus.de), Hamburger Abendblatt, Handelsblatt online (deutsche Tageszeitung), Kölner Stadtanzeiger, Luxemburger Wort, Metzinger Uracher Volksblatt, Neue Westfälische, Nordwest-Zeitung, Nürnberger Nachrichten, Ostthüringer Zeitung, Rheinische Post, Spiegel Online, Süddeutsche Zeitung, The European, Welt online.

Öffentlichkeitspräsenz von Nora Illis Ansichten in der komplexen, massenmedialen Öffentlichkeit führen, was in den weiteren Erläuterungen bedacht werden muss.

Als Letztes wurden durch namensbasierte Suchen auf Facebook, Twitter, Instagram und Youtube Profile der muslimischen Diskursakteurinnen identifiziert (siehe Tabelle 5). Dabei unterhielt im untersuchten Zeitraum keine der Akteurinnen einen eigenen Youtube-Kanal, somit wurden Youtube-Videos lediglich im Rahmen von relevanten Verweisen in anderen Posts berücksichtigt. Die Datenerhebung auf den Soziale-Medien-Plattformen Facebook und Twitter wurde einmal wöchentlich mit dem Datenerhebungsprogramm NCapture (Facebook und Twitter) im Zeitraum zwischen Mai 2018 und Mai 2019 durchgeführt. Die so erhobenen Posts wurden regelmäßig gescreent, um inhaltlich relevante weiterführende Dokumente sicherzustellen, beispielsweise verlinkte Artikel oder Youtube-Videos.⁴⁴ Von thematisch relevanten Posts wurde zudem ein Screenshot abgespeichert, wenn sie visuell relevante Inhalte beinhalteten. Da für Instagram im Computerprogramm NVivo kein entsprechender API-Zugriff vorlag (Stand Mai 2019), wurden die zwei relevanten Profile (Ferah Ulucay und Nora Illi) manuell einmal wöchentlich gescreent und relevante Posts als Screenshots in den Materialkorpus aufgenommen. Letztlich wurden auch relevante Webseiten regelmäßig durchgesehen und als PDF-Dateien gesichert.

Insgesamt ist Twitter die Plattform, die von den Akteurinnen im Fokus am häufigsten benutzt wird; so unterhielten Saïda Keller-Messahli, Nora Illi, Jasmin El-Sonbati, Ferah Ulucay und Elham Manea im analysierten Zeitraum ein Twitterprofil. Über ein Jahr hinweg ergab dies ein Total von 2500 Originaltweets und Retweets, wovon 640 als thematisch relevant in den Gesamtdatensatz aufgenommen wurden. Auf Instagram waren im erhobenen Zeitraum lediglich zwei Akteurinnen aktiv, Nora Illi und Ferah Ulucay. Insgesamt wurden 30 Instagram-Posts als relevant identifiziert. Und letztlich unterhalten zwei muslimische Akteurinnen, nämlich Elham Manea und Saïda Keller-Messahli, eine öffentlich zugängliche Facebook-Seite. Im Zeitraum zwischen Mai 2018 und Mai 2019 wurden darauf 84 thematisch relevante und auf Deutsch verfasste Posts identifiziert und im Datensatz aufgenommen.

4.2.3 Materialkorpus

Der umfangreiche Materialkorpus von 1127 Mediendokumenten teilt sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Diskursakteurinnen und Medienplattformen auf:

44 Um der Flüchtigkeit von Online-Daten gerecht zu werden, wurden Artikel als PDF gespeichert und von Youtube-Videos wurde ein Transkript relevanter Stellen erstellt.

Tabelle 5: Übersicht Materialkorporus

Akteurin	Print	SRF	Twitter	Facebook	Instagram	Total
Amira Hafner-Al Jabaji	17	9	0	0	0	26
Blerta Kamberi	2	0	0	0	0	2
Elham Manea	77	3	136	81	0	297
Ferah Ulucay	42	2	63	0	1	108
Funda Yilmaz	4	0	0	0	0	4
Janina Rashidi	8	1	0	0	0	9
Jasmin El-Sonbati	25	8	0	0	0	33
Naïma Serroukh	10	0	0	0	0	10
Nora Illi	101	6	162	0	29	298
Rifa'at Lenzin	12	2	0	0	0	14
Saïda Keller-Messahli	246	18	99	3	0	366
Total	506*	49**	460	84	30	1167

*Die Summe der Printmedienauftritte (544) muslimischer Diskursakteurinnen übersteigt die Anzahl Dokumente (506), weil in mehreren Artikeln je 2–4 Akteurinnen auftraten.

**Die Summe der SRF-Auftritte (50) muslimischer Diskursakteurinnen übersteigt die Anzahl SRF-Dokumente (47), weil in 3 Sendungen je zwei verschiedene Akteurinnen auftraten.

Darüber hinaus wurden einzelne Dokumente der Online-Öffentlichkeitspräsenz der Diskursakteurinnen in die Analyse miteinbezogen.⁴⁵ Dazu gehören Webseiten und Blogs, in denen die Akteurinnen unter ihrem Namen Beiträge veröffentlichen. Spezifisch analysiert wurden erstens ein persönlicher Blog von

45 Siehe Anhang 3: Quellenverzeichnis Webseiten und Social-Media-Profile.

Elham Manea,⁴⁶ zweitens die Vereinswebseiten des *Forums für einen fortschrittlichen Islam (FFI)*⁴⁷ und der *säkularen Muslime*,⁴⁸ auf welchen Saïda Keller-Messahli namentlich als (Mit-)Autorin verschiedener Beiträge erwähnt wird, und drittens die Webseite des *Interreligiösen ThinkTanks*,⁴⁹ auf welcher Textbeiträge von Amira Hafner-Al Jabaji und Rifa'at Lenzin zugänglich sind. Viele der auf dieser letzten Webseite publizierten Beiträge sind auch als Artikel (z.B. Gastbeiträge oder Kolumnen) in den Printmedien erschienen. Diese Inhalte sind in diesem Sinne bereits Teil des massenmedialen Datensatzes und wurden nicht weiter untersucht. Einige Vortragsmanuskripte gehen jedoch darüber hinaus und wurden ergänzend in die Analyse aufgenommen.

Eine Online-Öffentlichkeitspräsenz haben zudem Vereine wie der *Islamische Zentralrat Schweiz* (Youtube, Instagram, Twitter, Facebook) und die *Offene Moschee Schweiz* (Facebook). Die Publikationen dieser Vereine wurden lediglich im Datensatz aufgenommen, wenn sie entweder namentlich von einer der muslimischen Diskursakteurinnen publiziert wurden oder von einer Akteurin auf ein solches Dokument verwiesen wurde (z.B. durch einen Retweet). Die Webseiten der Organisationen wurden im umfangreichen Datensatz aufgenommen und fließen als Kontextwissen in die vorliegende Studie ein.

4.3 Datenanalyse

Die vorliegende Analyse ist grundlegend an interpretativen und verständnisorientierten Paradigmen der qualitativen Sozialforschung angelehnt. Dabei basiert das konkrete Vorgehen auf einem von der Autorin etablierten Mixed-Method-Ansatz, in welchem sowohl qualitativ-induktive Kodierungen der Grounded Theory (Charmaz 2014; Glaser und Strauss 1967) als auch eine Mixed-Method-Inhaltsanalyse (Mayring 2014, 2000) herangezogen wurden, um einen umfassenden Einblick in die erhobenen Daten zu gewährleisten. Konkret wurde *erstens* zur Datenstrukturierung und quantitativ-deskriptiven Erfassung der Akteurinnen, ihrer Partizipationsrollen sowie ihrer Positionierungen eine teils deduktiv und teils induktiv erarbeitete Inhaltsanalyse durchgeführt. *Zweitens* basierte die inhaltliche Feinanalyse der nationalisierenden Identitätsprozesse auf einer konsequent induktiven Herangehensweise,

46 Die Webseite gestaltet sich zweisprachig auf Englisch und Arabisch. Verlinkt sind Blogbeiträge, akademische und literarische Publikationen sowie ausgewählte Vorträge Elham Maneas in Videoformat. Zu finden ist der Blog unter <https://www.elham-manea.com/>, letzter Zugriff 28.04.2021.

47 Forum für einen fortschrittlichen Islam, <https://www.forum-islam.org/de/index.php>, letzter Zugriff 28.04.2021.

48 Säkulare Muslime, <http://saekulare-muslime.org/>, letzter Zugriff 28.04.2021.

49 Interreligiöser ThinkTank, <https://www.interrelthinktank.ch/>, letzter Zugriff 28.04.2021.

in der in mehreren, computergestützten Kodiervorgängen die Schlüsselkategorien herausgearbeitet wurden, entlang derer in den analysierten Daten zwischen ›fremd‹ und ›eigen‹ sowie zwischen einem Schweizer ›Selbst‹ und darin als ›akzeptabel‹ bzw. als ›problematisch‹ markierten Muslim*innen unterschieden wurde. Im Folgenden wird zuerst das Vorgehen vorgestellt und daran anschließend ein Fokus auf die Erläuterung der herausgearbeiteten Schlüsselkategorien in nationalisierenden Identitätsprozessen gelegt.

4.3.1 Vorgehen

Wie für qualitative Forschungsansätze üblich begann der erste Analyseprozess bereits während der Datenerhebung (Straus und Corbin 1990, 419). So wurden im Prozess der Datensammlung, Datenselektion und Einspeisung aller Daten in das Computerprogramm NVivo, welches zur Datenorganisation und qualitativen Datenkodierung benutzt wurde, alle Dokumente bereits ein erstes Mal durchgesehen. Darauf aufbauend wurden in NVivo erste Memos verfasst, das heißt erste Gedanken und Notizen der Autorin mit den jeweiligen Dokumenten verbunden. Diese Notizen waren besonders ausführlich bei SRF-Radio- und Fernsehsendungen, da diese bei der Datenerhebung bereits zweimal durchgegangen wurden; ein erstes Mal zur Erhebung der Relevanz des Dokuments und Markierung spezifisch relevanter Stellen und ein zweites Mal zur Erstellung einer Transkription. Von allen 47 Sendungen wurden dabei Teil- oder Gesamttranskriptionen erstellt.⁵⁰ Die weitere Analyse und Kodierung von Radio- und Fernsehsendungen basierte auf diesen für den Forschungsprozess angefertigten Transkriptionen.

4.3.1.1 Datenstrukturierung und Partizipationspositionen: Mixed-Method-Kodierung

Um einen ersten Überblick über die Daten zu erlangen, wurden die Dokumente während der Datenerhebung kontinuierlich formal kodiert. Die für die erste Datenorganisation relevanten Strukturkategorien waren Publikationsdatum, Medium (Print, Radio, Fernsehen, Soziale-Medien-Plattformen etc.), Kanal (SRF 1, NZZ etc.), Titel der Dokumente (wenn vorhanden) sowie die darin erschienene muslimische Diskursakteurin (siehe Anhang 1 und 2). Darauf aufbauend wurden im Computerprogramm NVivo relevante Textstellen und Dokumente den muslimischen Diskursakteurinnen zugewiesen.

Als Nächstes wurde die theoriegeleitete Unterscheidung zwischen Sprech- und Objektakteur*innen operationalisiert, um herauszuarbeiten, wie die jeweiligen

50 Die Transkriptionen wurden lediglich für den Forschungs- und Analyseprozess erstellt und werden aus urheberrechtlichen Gründen im Rahmen dieser Studie nicht veröffentlicht. Alle analysierten SRF-Dokumente sind öffentlich zugänglich.

Diskursakteurinnen in den Dokumenten vorkommen bzw. zum Sprechen kommen; beides sind mediale Partizipationsmöglichkeiten, wobei Sprechakteur*innen selbst Medieninhalte verfassen oder in direkten oder indirekten Zitationen zu Wort kommen (Wallner, Gruber, und Herczeg 2012, 41). Objektakteur*innen kommen hingegen als Objekte des Diskurses vor, indem sie im Diskurs adressiert werden oder über sie gesprochen wird. Dabei waren Beiträge auf Webseiten, Blogs oder sozialen Medien immer von den Akteurinnen selbst verfasst. In allen gesammelten Online-Dokumenten erscheinen die Akteurinnen also als Sprechakteurinnen. Auch die analysierten Auftritte im Radio und Fernsehen gingen alle mit aktiven Wortbeiträgen, das heißt mit Auftritten als Sprechakteurinnen einher. Die Auftritte der Akteurinnen in diesen Dokumenten waren daher allesamt der Rolle Sprechakteurinnen zuzuweisen. In Printmediendokumenten hingegen gab es Dokumente, in denen lediglich *von* bzw. *über* eine Akteurin berichtet wurde. Die Printmediendokumente wurden daher mit einem deduktiv erarbeiteten Codeschema daraufhin kodiert, ob Akteurinnen darin als Objekt- bzw. als Sprechakteurin vorkommen, sowie die Häufigkeiten dieser Vorkommnisse erarbeitet (mehr dazu siehe Kapitel 7.4).

Neben diesen deduktiv erarbeiteten Partizipationspositionen wurden induktiv textbasiert weitere Positionen identifiziert, entlang derer die im Fokus stehenden muslimischen Diskursakteurinnen in den Mediendokumenten auftreten. Konkret wurden drei Varianten von Partizipationspositionen identifiziert, anhand derer muslimische Diskursakteurinnen in der massenmedialen Öffentlichkeit eingeführt werden: *erstens* entlang ihres Berufs, ihrer Ausbildung oder ihnen zugeschriebener Expertise, *zweitens* anhand ihrer Subjektpositionen als muslimische Frauen und ihrer biografischen Charakteristiken, und *drittens* via ihrer Organisationen und Vereine.

Entlang dieser drei Kategorien wurden sowohl Printmedienartikel als auch die SRF-Radio- und Fernsehsendungen hinsichtlich der Art und Weise kodiert, in der die jeweiligen Diskursakteurinnen in den Publikationen positioniert werden. Um die Kodierung durchzuführen, wurden jeweils die folgenden Fragen beantwortet:

- (1) Partizipationsposition Ausbildung, Beruf, Expertise:
Wird der Beruf oder die Ausbildung der Akteurin genannt?
Wird die Akteurin als Expertin bzw. Kennerin positioniert?
- (2) Partizipationsposition Subjektposition:
Wird die Akteurin als Muslimin (explizit oder via religiöser Praxis) positioniert?
Wird die Akteurin anhand ihrer Herkunft, der Herkunft ihrer Eltern oder anderweitiger biografischer Charakteristiken positioniert?

(3) Partizipationsposition Verein:

Wird die Akteurin mittels ihrer Zugehörigkeit zu oder Funktion in einem Verein oder – einer Organisation (z.B. IZRS, *Forum für einen fortschrittlichen Islam*, *Interreligiöser ThinkTank* etc.) positioniert?

Doppelkodierungen waren nicht nur möglich, sondern sind auch sehr häufig vorgekommen, denn die Diskursakteurinnen wurden oftmals in einer einzelnen Medienpublikation auf mehrfache Weise positioniert.

Um die Gültigkeit des entwickelten Kodebuches (siehe Anhang 5) für die Kodierung der teils deduktiv und teils induktiv entwickelten Partizipationspositionen zu gewährleisten, wurde ein Inter-Rater-Reliabilitätstest durchgeführt. Für diesen Test wurde eine zufällige Teilstichprobe von 50 Printartikeln des gesamten Datensatzes ausgewählt. Sowohl Kodierungsrichtlinien als auch die nach dem Zufallsprinzip ausgewählte Stichprobe wurden an eine weitere Religionswissenschaftlerin gegeben.⁵¹ Nach dem Lesen und Diskutieren der Kodierungsrichtlinien wurde die Teilstichprobe von dieser Person kodiert. Die Ergebnisse wurden im Hinblick auf prozentuale Übereinstimmung berechnet und es wurde, um die Zufallsübereinstimmung zu berücksichtigen, der Cohen's Kappa für alle Variablen berechnet. Eine Übereinstimmung wurde dabei nach Landis und Koch (1977, 165) bei einem Cohen's-Kappa-Ergebnis von 0,61 und darüber angesetzt. Die Übereinstimmung zwischen der Forscherin und der Kodiererin war für alle berechenbaren Variablen ausreichend (Cohen's Kappa ≥ 0.61). Danach wurden die einzelnen Unterschiede im Kodieren diskutiert und einige Anpassungen an den Richtlinien vorgenommen. Da die Anpassungen meist geringfügig waren, wurde kein weiterer Inter-Rater-Reliabilitätstest durchgeführt.

Die erarbeiteten Partizipationspositionen werden in der vorliegenden Studie in Kapitel 7 thematisiert. Dabei stehen die damit zusammenhängenden Legitimationsprozesse im Fokus. Weitere mit Legitimation zusammenhängende Faktoren, so die negativen und positiven Bewertungen der Akteur*innen und ihrer Handlungen sowie die Zuweisung von Authentizität wurden in einem qualitativ-induktiven Kodierungsverfahren herausgearbeitet, wie es im folgenden Abschnitt erläutert wird.

4.3.1.2 Qualitative Feinanalyse: Induktives Kodierungsvorgehen

Nach der formalen Strukturierung wurde eine eingehende Untersuchung auf der Grundlage der Prämissen der qualitativ-interpretativen Analytik durchgeführt (Altheide und Schneider 2013, 68–73; Diaz-Bone 2010). Dabei wurden die Daten induktiv kodiert, um Schlüsselkategorien zu identifizieren, die zum Verständnis

51 An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei Andrea Suter-Bieinisowitsch vom religionswissenschaftlichen Seminar an der Universität Zürich bedanken, die die vorliegende Untersuchung als Inter-Rater-Reliabilitätskodiererin unterstützt hat.

der im Material auffindbaren nationalisierenden Differenzdarstellungen beitragen (Altheide und Schneider 2013; Strübing 2008, 19–22). Angelehnt an Analyseprämissen der Grounded Theory bestand dieser Schritt aus mehreren computergestützten Kodierungsvorgängen, mit dem Ziel, zuerst durch »offenes Kodieren« induktiv Codes zu identifizieren und dann aus ihnen heraus abstraktere Kategorien zur weiteren Strukturierung und Synthese des Datenmaterials zu bilden (Charmaz 2014, 47–57; Glaser und Strauss 1967, 26–27; Lüddeckens in Vorbereitung).

Ausgangspunkt des induktiven Kodierungsprozesses waren zwei argumentative Radio- und Fernsehdokumente: die SRF-*Club*-Sendung mit dem Titel *Übergriffe von Köln – Zündstoff der Kulturen* (12.01.2016) und die SRF-*Arena*-Sendung *Angst vor dem Islam* (01.04.2016), sowie zwei Printmediendokumente, und zwar das Editorial des *NZZ Folios* *Muslime in der Schweiz: Wie viel Islam verträgt das Land?* (02.08.2016) und ein Artikel der *Basler Zeitung* mit dem Titel *Kämpferin für einen offenen Islam; Jasmin El-Sonbati, Gymnasiallehrerin und Muslimin, will liberale Moscheen* (28.07.2017). Diese vier Dokumente wurden gewählt, da sie im Vergleich zu beispielsweise kurzen Nachrichtenberichten eine gewisse inhaltliche Dichte aufwiesen. Im Anschluss an die offene Kodierung dieser Dokumente wurden als Kontrastbeispiele dazu die SRF-Sendungen *Arena Burkaverbot: Nötig oder diskriminierend?* (27.09.2013), in welcher Nora Illi zentral zu Wort kommt, sowie die *Club*-Sendung *Toleranz ohne Grenzen?* (12.07.2016) mit Janina Rashidi in derselben Weise offen kodiert. Auf der Grundlage dieser sechs Dokumente wurde datennah eine erste Vielzahl offener Codes generiert.

In diesem Schritt, dem offenen Kodieren, galt es, sogenannte *In-vivo-Kodes*, das heißt datenbasierte, textnahe Codes zu identifizieren (Charmaz 2014, 55–57; Lüddeckens in Vorbereitung, 27). Forschungspraktisch beruht diese Phase auf einer genauen Lektüre des Materials, wobei einzelnen Wörtern und/oder Satzsegmenten mithilfe der NVivo-Software ein Label bzw. ein Code zugewiesen wurde. Beim offenen Kodieren wird dieses Label möglichst wortwörtlich übernommen. Dieses Vorgehen kann an folgendem Beispiel illustriert werden, in welchem einige der verbatim gesetzten *In-vivo-Kodes* fett markiert sind:

»Ich war stets **praktizierende Muslimin**. Jedoch **ohne** darum ein **grosses Aufheben** zu machen«, sagt sie. **Spiritualität und Innenschau** seien ihr wichtiger, als ihren **Glauben** an die **grosse Glocke zu hängen** oder ihn **exzessiv** zu leben. (Jasmin El-Sonbati, *Basler Zeitung* 28.07.2017)⁵²

Auf diesen ersten, deskriptiven Codes aufbauend wurden durch zunehmende Abstraktion mehr konzeptuelle, *konstruierte Codes* gesetzt. In diesem Schritt (axiales Ko-

52 Gesetzte *In-vivo-Kodes* aus dieser Textsequenz waren also z.B. *praktizierende Muslimin*, *Spiritualität*, *Innenschau*, *Glauben*, *ohne großes Aufheben*, *an die große Glocke hängen*, *Glauben exzessiv leben*.

dieren) werden die verschiedenen, induktiv gesetzten Codes miteinander in Beziehung gesetzt, bis auf höchster Abstraktionsebene übergreifende Kategorien hinsichtlich des Forschungsinteresses entwickelt werden konnten.

In einem ersten Abstraktionsschritt wurden beispielsweise die Codes *Spiritualität* und *Innenschau* dem konstruierten Code *privat markierter Glaube* zugeordnet. Die Analyse der ersten sechs Dokumente zeigte zudem, dass neben dem In-vivo-Kode *praktizierende Muslimin* auch *fortschrittliche Muslim*in* oder *strenggläubige Muslim*in* aus dem Material hervorgingen. Diese wurden dem konstruierten Code *Pluralisierung muslimischer Positionalitäten* zugeordnet. Aufbauend auf diesen Abstraktionen wurden im Rahmen des axialen Kodierens die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Codes herausgearbeitet. Dies soll hier an folgendem Beispiel erläutert werden:

Moderator: [S]olche Schwierigkeiten ergeben sich natürlich nicht bei allen Kindern der über 400'000 Muslime in unserem Land, sondern es betrifft die strenggläubigen Muslime. (SRF Club 12.07.2016)

In dieser Textstelle wurde einerseits der Code *Pluralisierung muslimischer Positionalitäten* gesetzt. Andererseits verweist der verbatim In-vivo-Kode *Schwierigkeiten bei Muslimen* auf den konstruierten Code *Problematisierungen*. Was bei der axialen Kodierung in dieser Textstelle ersichtlich wird, ist, dass die konkreten Attribute (Code: *Pluralisierung muslimischer Positionalitäten*), die Muslim*innen zugewiesen werden, eng mit ihrer *Problematisierung* zusammenhängen. In diesem Sinne ist hier eine Unterscheidung zwischen negativ und positiv bewerteten muslimischen Positionalitäten ersichtlich.⁵³ Als Konsequenz dieses Einblickes wurden in der folgenden Analyse die Codes *problematisierte muslimische Positionalitäten* sowie *positiv markierte muslimische Positionalitäten* erstellt. Diese Codes tragen schließlich zur Herausarbeitung des Erkenntnisinteresses der vorliegenden Studie bei, indem sie die in den In-vivo-Kodes ersichtliche Pluralisierung muslimischer Positionalitäten mit der übergreifenden Frage nach nationalisierenden Darstellungen von Differenz und Gleichheit bzw. von Muslim*innen als ›fremd‹ oder als in der Schweiz ›akzeptabel‹ verbinden.

Mit demselben, computergestützten Kodiervorgehen wurden nicht nur reine Textdokumente, sondern auch multimodale Inhalte untersucht. Dabei wurden einerseits Audio- und audiovisuelle Inhalte als Texttranskriptionen gespeichert und als solche analysiert. Andererseits konzentrierte sich die Analyse von Bildern,

53 Eine weitere Textstelle, die diesen Zusammenhang versinnbildlicht, ist die folgende an Saïda Keller-Messahli gestellte Frage in der *Basler Zeitung*: »Sabotieren wir diese Emanzipationsbemühungen, wenn wir konservative muslimische Traditionen tolerieren?«, welche sie mit »Ja, damit stärken wir ausgerechnet jene, die sich aktiv jeder echten sozialen Integration der Muslime im Einwanderungsland widersetzen« (10.02.2017) beantwortet.

insbesondere bei in Social-Media-Publikationen integrierten Bildern, insbesondere darauf, die Zusammenhänge zwischen Bild und Text in den publizierten Gesamtaussagen zu interpretieren. Diese Herangehensweise ist angelehnt an Fraas, Meier und Pentzold (2014, 108–111), die in ihrer linguistisch-kommunikationswissenschaftlichen Herangehensweise an qualitative Diskursanalysen in ihrer Kodierung verschiedene, multimodale Aussageteile identifizieren und diese analytisch zusammenführen. Diese Herangehensweise ermöglicht es, multimodale Inhalte zu kodieren und im Zusammenspiel der Modalitäten Gesamtaussagen zu verstehen.⁵⁴ Auf eine eingehendere Analyse visueller Inhalte wurde vor dem Hintergrund der analysierten Datenmenge forschungspraktisch verzichtet.⁵⁵ Ein genauerer Einbezug visueller Inhalte könnte aber in zukünftigen Untersuchungen wesentlich dazu beitragen, weitere Aspekte von nationalisierenden Differenzdarstellungen sowie Legitimitätsdiskursen zu identifizieren.

Die erläuterte Kodierung ist als iterativer Prozess zu verstehen, in welchem während der Analyse Kodes hinzugefügt, zusammengefügt und angepasst wurden. Dabei waren axiale und offene Kodierung einander nicht nachgeordnet, sondern folgten in zyklischer Manier aufeinander. Nach Durcharbeitung der ersten sechs Dokumente wurde ein erstes Kodeschema etabliert. Mit diesem habe ich alle weiteren gesammelten Dokumente durchgearbeitet, bis eine theoretische Sättigung erreicht worden ist, das heißt, bis die Kodierung weiterer Textstellen keine weiteren Einblicke mehr produzierte. Das Kodeschema wurde bei der Kodierung weiterer Dokumente kontinuierlich angepasst. Die abschließend herausgearbeiteten Schlüsselkategorien werden im folgenden Unterkapitel dargestellt.

4.3.2 Herausgearbeitete Schlüsselkategorien nationalisierender Identitätsprozesse

Im Zentrum der vorliegenden Analyse steht die Kategorie der *nationalisierenden Identitätsprozesse*. Diese umfasst alle diskursiven Identitätsprozesse, in denen Differenz und Gleichheit auf der Ebene der Vorstellung einer nationalen Gemeinschaft, in diesem Fall jener der Schweiz, dargestellt werden. Kodiert wurden solche Textstellen unter anderem via den textnahen In-vivo-Kodes *kompatibel/inkompatibel*,

54 So wird beispielsweise im einleitend erwähnten SVP-Initiativplakat mit dem Text »Unkontrolliert einbürgern? Nein zur erleichterten Einbürgerung!« erst in der Verbindung mit dem Bild einer niqabtragenden Frau ein Bezug zum Islam hergestellt. Im Zusammenspiel von Text- und Bildsemantik wird die durch den Niqab als »muslimisch« markierte Frau zu der potenziell bald erleichtert »Eingebürgerten« gemacht.

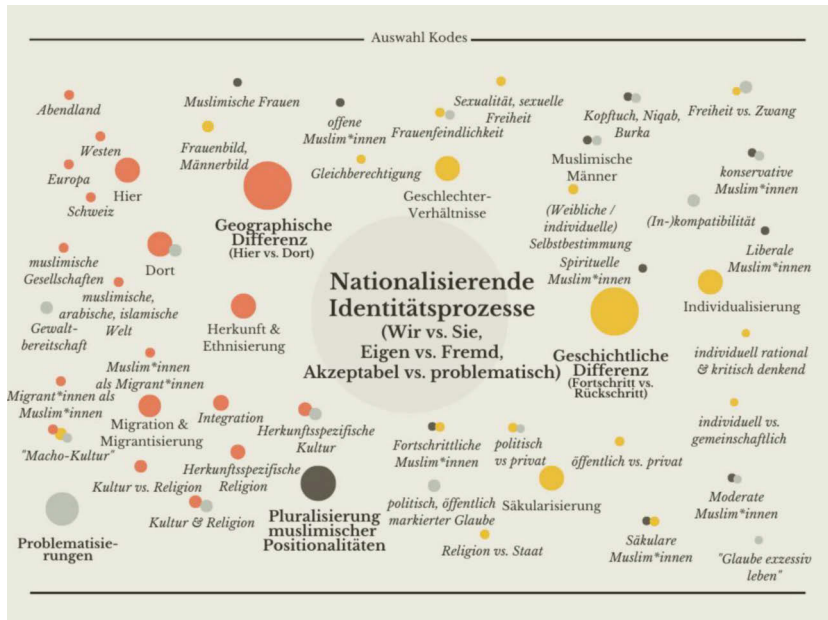
55 So wurden auch visuelle Inhalte, wie beispielsweise die Kleidung und räumliche Verortung verschiedener Akteur*innen in Fernsehsendungen, nicht systematisch mittranskribiert, sondern lediglich dort vermerkt, wo sie explizit innerhalb der Mediendokumente thematisiert wurden.

wir/uns vs. sie, Zugehörig(keit), Fremd(heit), Heimat/zu Hause fühlen, Einbürgerung sowie integriert/angepasst. Im Erkenntnisinteresse dieser Untersuchung steht die Frage, wie die weiteren erarbeiteten Kategorien mit diesen Differenzdarstellungen zusammenhängen. Eine exemplarische Visualisierung der in der computergestützten Analyse gesetzten Codes ist der Abbildung 6 zu entnehmen.

Auf dem höchsten Abstraktionsniveau wurden spezifisch zwei inhaltliche Schlüsselkategorien identifiziert, denen in den analysierten Verhandlungen davon, wer zur Schweiz gehört und wer nicht, Relevanz zugesprochen wird. Die *erste* dieser Schlüsselkategorien, die in medialen Darstellungen von Differenz herangezogen wurden, ist jene der *geografischen Differenz*. Zu dieser Kategorie gehört die geografische Markierung eines Schweizer ›Selbst‹ sowie wiederholte Hinweise auf Konzepte, in denen ›Religion‹ und ›Geografie‹ verbunden werden (z. B. muslimische Welt, islamische Gesellschaften etc.). Auch die Vorstellung von Muslim*innen als migrantisch wird in nationalisierenden Identitätsprozessen wiederholt herangezogen, so beispielsweise, wenn bei der Einführung muslimischer Diskursakteurinnen auf deren ›Herkunft‹ verwiesen wird oder wenn von Muslim*innen als Migrant*innen bzw. von Migrant*innen als Muslim*innen gesprochen wird. Die Nennung geografischer Differenz gilt im analysierten Diskurs insofern als relevant, als damit ethnisierende Vorstellungen geografie- bzw. herkunftsspezifischer Charakteristiken verbunden werden. Inwiefern dabei auf emischer Ebene ›Religion‹ oder aber ›Kultur‹ als ausschlaggebende, herkunftsspezifische Differenzkategorie gehandhabt wird, ist variabel.

Als *zweite* Schlüsselkategorie in Differenzdarstellungen von Muslim*innen wurde *geschichtliche Differenz* identifiziert. Mit dieser Kategorie wurden Textstellen kodiert, in denen durch Darstellungen von ›Fortschritt‹ bzw. ›Rückschritt‹ zwischen ›fremd‹ und ›eigen‹ unterschieden sowie Muslim*innen als ›akzeptabel‹ oder ›problematisch‹ positioniert werden. Als normative Narrative, entlang welcher die Idee von positiv bewertetem ›Fortschritt‹ sowie einer negativ bewerteten ›Rückschrittlichkeit‹ konkretisiert werden, konnten die Kategorien *Säkularisierung*, *Individualisierung* und *Geschlechterverhältnisse* identifiziert werden. Alle drei Narrative sind im Diskurs unterschiedlich mit zeitlich-normativer Differenzdarstellung verbunden worden, wobei das Schweizer ›Selbst‹ wiederholt als ›fortschrittliche‹, ›säkulare‹, ›individualisierte‹ und ›geschlechtergerechte‹ Gesellschaft dargestellt wurde. Muslim*innen wurden dabei einerseits in gewissen Darstellungen als ›nicht-säkular/religiös‹, ›gemeinschaftlich‹ und ›frauenfeindlich‹ zum paradigmatisch ›Fremden‹ stilisiert. Andererseits ist den Daten eine *Pluralisierung muslimischer Positionalitäten* zu entnehmen, von denen gewisse problematisiert und andere als ›akzeptable‹ muslimische Positionalitäten in der Schweiz dargestellt wurden.

Abb. 2: Eine Auswahl der herausgearbeiteten Kodes und Kategorien



Erläuterung zu Abbildung 2: Je größer die Punkte, desto höher ist das Abstraktionsniveau der Codes. Die kleinsten Punkte markieren ausgewählte, textnahe In-vivo-Codes, während die größten Punkte die Schlüsselkategorien darstellen. Farblich gleiche Codes gehören jeweils denselben übergreifenden Kategorien an. Inhaltlich zusammenhängende und häufig miteinander verbundene Codes wurden tendenziell räumlich beieinander gruppiert. Der weiteren Positionierung der Punkte wurde jedoch absichtlich keine zu hohe Relevanz zugesprochen, um die Komplexität und Fluidität des Diskurses zu visualisieren.

4.4 Abschließende Bemerkungen

Die erläuterte Ausführung zu den aus der Kodierung hervorgegangenen Schlüsselkategorien ist lediglich als oberflächliche Skizze zu verstehen. Diese soll aufzeigen, wie die in den nächsten Kapiteln präsentierten Ergebnisse aus der empirischen Analyse hervorgegangen sind. Die vertiefte Ausarbeitung der Schlüsselkategorien *geografische* und *geschichtliche Differenz*, wie sie in massenmedial präsenten Differenzdarstellungen vorkommen, sowie die verschiedenen Adaptionen und Verhandlungen dieser Darstellungen aus den unterschiedlichen Diskurspositionen werden in Kapitel 5 respektive 6 erläutert. Kapitel 7 zeigt auf, wie die etablierten Kategorien mit der *Pluralisierung muslimischer Positionalitäten* sowie mit der Legitimierung verschieden positionierter muslimischer Diskursakteurinnen zusammenhängen. Und

letztlich illustriert Kapitel 8, dass die herausgearbeiteten, emischen Differenzkategorien von muslimischen Diskursakteurinnen nicht immer als relevant erachtet und teils auch gänzlich abgelehnt werden können.

