

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	11
1.1	AUFRISS DER FORSCHUNGSPROBLEMATIK	11
1.2	FRAGESTELLUNG	15
1.3	FORSCHUNGSSTAND UND ANKNÜPFUNGSPUNKTE	15
1.4	FALLBEISPIEL ÄGYPTEN	24
1.5	AUFBAU DER ARBEIT	25
1.6	UMSCHRIFT	26
2	THEORIE	27
2.1	POLITISCHE TRANSFORMATION	27
2.1.1	SYSTEMTHEORETISCHE PERSPEKTIVE: TRANSFORMATION, DEMOKRATISIERUNG UND DEMOKRATIE	27
2.1.1.1	GRENZEN UND MÖGLICHKEITEN DES DEMOKRATISIERUNGSKONZEPTS	31
2.1.1.2	ZUR NOTWENDIGKEIT DER ERWEITERUNG DER SYSTEMPERSPEKTIVE	34
2.1.2	AKTEURE ALS HANDLUNGSTRÄGER VON DEMOKRATISIERUNG: VON SOZIALEN BEWEGUNGEN UND KONFLIKTFÄHIGEN GRUPPEN	35
2.1.2.1	ANSATZ I: POLITICAL OPPORTUNITY STRUCTURE	38
2.1.2.2	ANSATZ II: RESSOURCENMOBILISIERUNG	40
2.1.2.3	ANSATZ III: FRAMING	41
2.1.3	ZWISCHENFAZIT	42
2.2	SYSTEME UND IHRE AKTEURE IN ÄGYPTEN	44
2.2.1	SYSTEMPRINZIPIEN: RENTIERSTAAT, NEO-PATRIMONIALISMUS UND KORPORATISMUS	44
2.2.1.1	GESELLSCHAFTLICHE TEILSYSTEME UND POLITISCHER WANDEL	47
2.2.1.2	POLITISCHES SYSTEM: PARTEIEN	48
2.2.1.3	ÖKONOMISCHES SYSTEM: WIRTSCHAFTSELITE	51
2.2.1.4	SOZIALES SYSTEM: ZIVILGESELLSCHAFT	52
2.2.2	ZWISCHENFAZIT	55
2.2.3	ISLAMISTEN ALS HERAUSFORDERER: KONFLIKTFÄHIGE UND KONFLIKTBEREITE AKTEURE	56
2.2.3.1	„ISLAM“ ALS KOMPONENTE DER KONFLIKTFÄHIGKEIT	56
2.2.3.2	RELEVANTE ISLAMISTISCHE AKTEURE: MUSLIMBRUDERSCHAFT UND ARBEITSPARTEI	62
2.2.3.3	ISLAMISTEN UND RESSOURCENMOBILISIERUNG	67
2.2.3.4	ISLAMISTEN UND POLITICAL OPPORTUNITY STRUCTURE	71
2.2.3.5	ISLAMISTEN UND FRAMING	74
2.2.4	ZWISCHENFAZIT	77
2.3	MEDIEN UND POLITISCHE TRANSFORMATION	79
2.3.1	MEDIEN UND TRANSFORMATION IN DER SYSTEMPERSPEKTIVE	79
2.3.1.1	NEUFASSUNG DER SYSTEMPERSPEKTIVE: MEDIEN UND POLITICAL OPPORTUNITY STRUCTURE	81
2.3.2	MEDIEN, SOZIALE BEWEGUNGEN UND DEMOKRATISIERUNG: STURM EINER BASTION POLITISCHER KONTROLLE	84
2.3.2.1	SCHRITT 1: PLURALISIERUNG DER THEMatischen AGENDA	85
2.3.2.2	SCHRITT 2: BEEINFLUSSUNG DES FRAMINGS KONFLIKTHAFTER THEMEN	87
2.3.2.3	SCHRITT 3: ANPASSUNG DER PRODUKTIONSSTRATEGIEN	89
2.3.2.4	SCHRITT 4: AKTIVIERUNG POLITISCHER PARTIZIPATION	92
2.3.3	ZWISCHENFAZIT	94

2.4	MEDIENSYSTEM UND ISLAMISTISCHE MEDIEN IN ÄGYPTEN	95
2.4.1	MEDIENSYSTEM: RESONANZSTRUKTUREN IM KONTEXT VON DEMOKRATISIERUNG?	95
2.4.1.1	MEDIENPOLITIK	96
2.4.1.2	RUNDFUNK	102
2.4.1.3	PRESSE	106
2.4.1.4	INTERNET	114
2.4.2	ZWISCHENFAZIT	120
2.4.3	MEDIEN UND MEDIENSTRATEGIEN DER ISLAMISTEN: KONFLIKTBEREITSCHAFT SUCHT ÖFFENTLICHKEIT	121
2.4.3.1	HERAUSBILDUNG VON MEDIEN GEMÄßIGTER ISLAMISTEN	121
2.4.3.2	ONLINE-MEDIEN DER GEMÄßIGTEN ISLAMISTEN	128
2.4.4	ZWISCHENFAZIT	141
2.5	HYPOTHESEN	142
3	METHODIK	144
3.1	THEMENVIELFALTSANALYSE (HYPOTHESE 1)	145
3.2	FRAMING-ANALYSE (HYPOTHESE 2)	150
3.3	LEITFADENINTERVIEWS (HYPOTHESE 3)	153
3.4	STANDARDISIERTE BEFRAGUNG (HYPOTHESE 4)	157
4	EMPIRIE	164
4.1	THEMATISCHE PLURALISIERUNG DURCH ISLAMISTISCHE MEDIEN	164
4.1.1	SACHGEBIETE	168
4.1.2	INTERNATIONALE THEMEN UND REGIONALBEZUG	172
4.1.3	INNENPOLITISCHE THEMEN	176
4.1.4	PROFESSIONELLES SELBSTVERSTÄNDNIS UND AUFBEREITUNG	179
4.1.5	THEMATISCHE PLURALISIERUNG? – EIN ZWISCHENFAZIT	182
4.2	BEEINFLUSSUNG DES FRAMINGS KONFLIKTHAFTER THEMEN DURCH ISLAMISTISCHE MEDIEN	184
4.2.1	FRAMING DES THEMAS „VERFASSUNGSÄNDERUNGEN“	184
4.2.2	FRAMING DES THEMAS „GESELLSCHAFTLICHE LEGITIMATION DER MUSLIMBRUDERSCHAFT“	194
4.2.3	FRAMING DES THEMAS „STREIKS UND ARBEITSKÄMPFE“	199
4.2.4	FRAMING DES THEMAS „PROBLEME UND KORRUPTION IM WOHNUNGSSEKTOR“	204
4.2.5	FRAMING DES THEMAS „SKANDAL UM HĀLA SARḤĀN-SHOW“	207
4.2.6	FRAMING DES THEMAS „ROLLE DES WESTENS IM NAHOSTKONFLIKT“	212
4.2.7	BEEINFLUSSUNG DES FRAMINGS KONFLIKTHAFTER THEMEN? – EIN ZWISCHENFAZIT	217
4.3	SPEZIFISCHE MEDIENPRODUKTIONSSTRATEGIEN ISLAMISTISCHER AKTEURE	220
4.3.1	DISKURSIVER UMGANG DER MASPENPRESSE MIT ISLAMISTEN: IDEOLOGISCHE DÄMONISIERUNG VS. NACHRICHTENORIENTIERUNG	220
4.3.2	DIE MUSLIMBRUDERSCHAFT UND DIE ANPASSUNG DER MEDIENPRODUKTION	225
4.3.3	DIE ARBEITSPARTEI UND DIE ANPASSUNG DER MEDIENPRODUKTION	234
4.3.4	SPEZIFIZIERUNG DER MEDIENPRODUKTIONSSTRATEGIEN? – EIN ZWISCHENFAZIT	235

4.4	AKTIVIERUNG POLITISCHER PARTIZIPATION DURCH ISLAMISTISCHE MEDIEN	238
4.4.1	CHARAKTERISIERUNG DER UNTERSUCHUNGSGRUPPEN	238
4.4.2	POLITISCHE PARTIZIPATION	241
4.4.3	POLITISCHE PARTIZIPATION IM KONTEXT	245
4.4.3.1	POLITISCHES INTERESSE	246
4.4.3.2	POLITISCHE EINSTELLUNGEN	247
4.4.3.3	SOZIOKULTURELLE WERTE: RELIGIÖSE ORIENTIERUNG	250
4.4.3.4	MEDIENNUTZUNG	251
4.4.3.5	POLITISCHE PARTIZIPATION IM KONTEXT – EIN ERKLÄRUNGSVERSUCH	262
4.4.4	AGENDA-SETTING-EFFEKTE ISLAMISTISCHER MEDIEN	266
4.4.5	AKTIVIERUNG POLITISCHER PARTIZIPATION? – EIN ZWISCHENFAZIT	270
5	FAZIT	272
6	LITERATURVERZEICHNIS	277
7	ANHANG	301
7.1	ABBILDUNGS-, TABELLEN- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	301
7.2	ANHANG ZUR THEMENVIELFALTSANALYSE	303
7.2.1	CODEBUCH THEMENVIELFALTSANALYSE	303
7.2.2	VERTEILUNG ALLER VORKOMMENDEN THEMEN NACH MEDIEN	314
7.2.3	RELIABILITÄTSTEST FÜR DIE THEMENVIELFALTSANALYSE	327
7.3	ANHANG ZUR FRAMING-ANALYSE	328
7.3.1	MAKRO-FRAMES DES THEMAS „VERFASSUNGSÄNDERUNGEN“	328
7.3.2	MAKRO-FRAMES DES THEMAS „GESELLSCHAFTLICHE LEGITIMATION DER MB“	329
7.3.3	MAKRO-FRAMES DES THEMAS „STREIKS UND ARBEITSKÄMPFE“	330
7.3.4	MAKRO-FRAMES DES THEMAS „PROBLEME UND KORRUPTION IM WOHNUNGSSEKTOR“	331
7.3.5	MAKRO-FRAMES DES THEMAS „SKANDAL UM HĀLA SARḤĀN-SHOW“	332
7.3.6	MAKRO-FRAMES DES THEMAS „ROLLE DES WESTENS IM NAHOSTKONFLIKT“	333
7.4	ANHANG ZUR BEFRAGUNG DER MEDIENPRODUZENTEN	334
7.4.1	GEFÜHRTE EXPERTENINTERVIEWS	334
7.4.2	LEITFADEN: INTERVIEWS MIT CHEFREDAKTEUREN DER MAINSTREAM-PRESSE	336
7.4.3	LEITFADEN: INTERVIEWS MIT CHEFREDAKTEUREN ISLAMISTISCHER MEDIEN	337
7.4.4	LEITFADEN: INTERVIEWS MIT JOURNALISTEN ISLAMISTISCHER MEDIEN	338
7.5	ANHANG ZUR NUTZERBEFRAGUNG	341
7.5.1	FRAGEBOGEN ZU MEDIENNUTZUNG IN ÄGYPTEN – DEUTSCHE ÜBERSETZUNG UND ARABISCHES ORIGINAL	341