

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Die Konstruktion muslimischer Subjektpositionen. Zum Anliegen der Untersuchung</b>	<b>1</b>
1.1	Die „muslimische Frau“ und ihre Konstruktion	1
1.2	Muslimische Subjektpositionen und ihre Affekte: Fragestellungen	3
1.3	Nur eine weitere Konstruktion? Eine kritische Selbstverortung	6
1.4	Zum Aufbau des Buches	10

## **Teil I Religiöse Subjektdiskurse und Affektnormen im Dispositiv YouTube: Theoretische Rahmungen**

<b>2</b>	<b>Diskurse, Subjekte, Affekte. Theoretische Grundlegungen</b>	<b>15</b>
2.1	Das Rauschen der Diskurse	15
2.1.1	Zum Begriff des Diskurses	16
2.1.2	Diskurse zwischen Sprachlichkeit und (Audio-) Visualität	18
2.1.3	Diskurse und ihre Machtdynamiken	19
2.2	Konkretisierungen [1]: Zur diskursiven Konstruktion von Geschlecht	21

2.3	Diskurse und ihre Subjekte .....	22
2.3.1	Subjektpositionen als diskursive „Ideal-Ichs“ .....	23
2.3.2	Subjektwerdung zwischen Zurichtung und „Ästhetik der Existenz“ .....	24
2.4	Konkretisierungen [2]: Geschlechtlichkeiten als Subjektpositionen .....	27
2.5	Affizierende Diskurse, animierte Subjektpositionen .....	29
2.5.1	Zum Verhältnis von Diskursen und Affekten .....	30
2.5.2	Die affektive Animation von Subjektpositionen .....	32
2.5.3	Subjektivierung als Prozess affektiver Integration ....	34
2.6	Konkretisierungen [3]: Die diskursiv/affektive Animation von Geschlechterpositionen .....	36
<b>3</b>	<b>Religiöse Subjektpositionen und ihre Ethiken. Theoretische Erweiterungen I</b> .....	41
3.1	Religiöse Felder und ihre Diskurse .....	41
3.2	Konkretisierungen [4]: Der Islam als religiöses Feld .....	45
3.3	Religiöse Subjektpositionen zwischen Ethik und Ästhetik ....	46
3.4	Konkretisierungen [5]: Die Kultivierung weiblicher Moralität in religiösen Feldern .....	49
3.5	Zur Diffusion und Konkurrenz religiöser Subjektpositionen .....	51
3.6	Konkretisierungen [6]: Religiöse und säkulare Geschlechterpositionen in populärkulturellen Kontexten .....	53
<b>4</b>	<b>Religiöse Diskurse im Social-Media-Dispositiv. Theoretische Erweiterungen II</b> .....	57
4.1	Soziale Medien aus dispositiv-theoretischer Perspektive ....	57
4.1.1	Medien als (Hilfs-)Dispositive der Diskursproduktion .....	58
4.1.2	Dispositive Vernetzungen in sozialen Medien .....	60
4.2	Religiöse Subjektpositionen im Social-Media-Dispositiv ....	64
4.3	Konkretisierungen [7]: Überwachen und Shamen in der religiösen Diskursarena .....	67

<b>5</b>	<b>Der Fall YouTube. Geschichte, Genres und Infrastruktur einer Plattform</b>	<b>71</b>
5.1	Zwischen Partizipation und Kommerzialisierung: Eine kleines Porträt von YouTube	71
5.2	Konkretisierungen [8]: Reproduktion von Geschlechternormen auf YouTube	75
5.3	Ausschnitte des YouTube-Dispositivs	76
5.4	Konkretisierungen [9]: Religiöse Diskurse im YouTube-Dispositiv	80
<b>Teil II</b>	<b>Frömmigkeit, Fashion und Empowerment: Empirische Befunde zu muslimisch-weiblichen Subjektpositionen im digitalen Diskurs</b>	
<b>6</b>	<b>Zur Analyse multimodaler Diskurse im virtuellen Raum. Empirische Strategien</b>	<b>87</b>
6.1	Zur Exploration eines digitalen Diskursfeldes: Diskursethnographie im virtuellen Raum	88
6.2	Zur Erstellung eines Materialkorpus: Theoretisches Sampling und Diskursanalyse	92
6.3	Zur Rekonstruktion multimodaler Diskurse: Das Kodieren audiovisueller Diskursfragmente	98
6.4	Forschungsethische Reflexionen	106
<b>7</b>	<b>Zur Lebenswelt der Video-Adressat:innen: Muslimische Subjektivierung im post-migrantischen Kontext</b>	<b>111</b>
7.1	Das islamische Feld im diasporischen Setting	111
7.2	Armutsgefährdung und Prekarisierung: Sozio-ökonomische Problemlagen	113
7.3	Integrationsdispositive und Sekuritisierungslogiken: Politische Problemlagen	118
7.4	Zwischen (ethnischen) Traditionen und „Mainstream“: Kulturelle Spannungsverhältnisse	122
7.5	„Cyber-Islamic-Environments“ als Räume der Verhandlung von Spannungsverhältnissen	125

**8 Ethische Selbsttransformation als affektive Neu-Orientierung: Modelle eines moralisch-exklusiven Lebens im Kontext digitaler *da'wa* ..... 129**

8.1 Moralische Instruktionen: Struktur und Inhalte des Clusters ..... 130

8.2 Ermahnungen und Predigten: Zur Verortung der Produktionen im islamischen Feld ..... 136

8.3 Die Transformation zum moralischen Selbst: Zur Analyse der Subjektposition(en) ..... 142

8.3.1 Eine natürliche Ordnung ..... 142

8.3.2 Ein Subjekt der Unmoral ..... 144

8.3.3 Eine ethische Transformation ..... 150

8.4 Geständnis, Scham und visuelle Dichotomien: Strategien affektiver Integration ..... 158

**9 Frömmigkeit, Häuslichkeit, Fashion und Business: Religiös/säkulare Hybridmodelle in Influencer-Videos ..... 169**

9.1 Muslimisches Lifestyle-Influencing: Formate und Inhalte des Clusters ..... 170

9.2 Zur Einordnung der Produktionen: Weibliche Glaubensvermittlung und Islamic Fashion ..... 176

9.3 Glücklich verkoppelt: Zur Analyse einer hybriden Subjektposition ..... 179

9.3.1 Partnerschaft und romantische Liebe ..... 180

9.3.2 Mutterschaft und Familiensinn ..... 183

9.3.3 Zuhause-Sein als affizierender Lifestyle ..... 185

9.3.4 Kleidung und körperliche Selbstästhetisierung ..... 189

9.3.5 Geschäftssinn und Selbstunternehmertum ..... 193

9.3.6 Zwischenfazit: Paradoxe Hybridität ..... 195

9.4 EXKURS: Transformierte Subjektivität ..... 196

9.5 Confessions, Heiterkeit und Freundschaft: Strategien affektiver Integration ..... 198

---

<b>10 Selbstbehauptung im säkularen Spannungsfeld: Reflexiv/empowernte Subjektivitäten im Kontext von Comedy- und Talk-Videos .....</b>	<b>205</b>
10.1 Muslimische Comedy und Talkshows: Formate und Inhalte des Clusters .....	206
10.2 Zur Einordnung der Produktionen: Ethnische Comedy und Fourth-Wave-Feminismus .....	210
10.3 Spannungen erkennen, ertragen und überwinden: Zur Analyse einer reflexiv/empowerten Subjektposition .....	215
10.3.1 Mehrheitsgesellschaftlicher Druck .....	215
10.3.2 Spannungen innerhalb islamischer Communities ....	221
10.3.3 Die Frage des richtigen Umgangs mit Spannungen .....	226
10.3.4 Zwischenfazit: Reflexion, Autonomie, Empowerment .....	232
10.4 Mitfühlen, Empören, Auslachen: Strategien affektiver Integration .....	234
<b>11 Ein Feld der Konflikte. Die Konkurrenz islamischer Subjektpositionen im Social-Media-Dispositiv .....</b>	<b>241</b>
11.1 „Heilsunternehmer:innen“ im Kampf um die Seelen .....	241
11.2 Konservative Hegemonien im Feld... ..	244
11.3 ...und ihre Anfechtungen .....	248
<b>12 Conclusio. Modelle islamischen Lebens zwischen Separation und Partizipation .....</b>	<b>259</b>
12.1 Die Heterogenität islamischer Subjektpositionen .....	259
12.2 Spuren einer liberalen Anthropologie? .....	263
12.3 Ein Buch und seine Verwendungsweisen .....	266
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis .....</b>	<b>269</b>