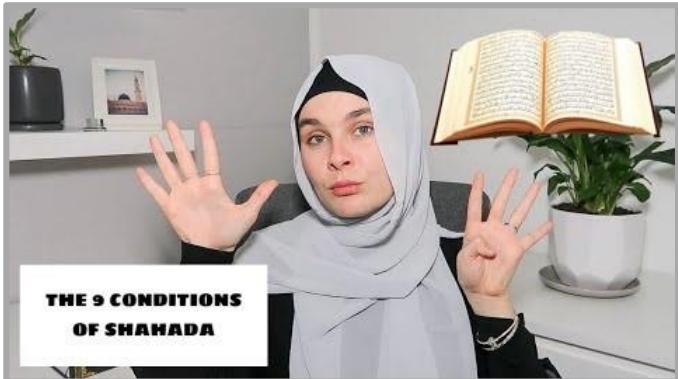


Professionalität und religiöse Autorität in Nasiha-Videos englischsprachiger Hijabi-Youtuberinnen



Kanal: "Samantha J. Boyle" (AUS)

Bildquelle:
<https://www.youtube.com/watch?v=S0dr3BS09qg>

FRAGESTELLUNG

Worin besteht der Zusammenhang von religiösem Wissen und Professionalität in den Nasiha-Videos englischsprachiger Hijabi-Youtuberinnen?



Wie artikulieren diese Youtuberinnen ihre religiöse Autorität?

METHODE

Qualitative Inhaltsanalyse der Nasiha- Videos
Untersuchung von Kommunikationsstrategien zur Legitimierung religiöser Autorität

SAMPLE

- ▶ Drei sunnitische Youtuberinnen
- ▶ Islam als dominierendes Thema
- ▶ Mehr als 10 Videos online
- ▶ Mehr als 20 000 Abonent*innen



Kanal: "Nafisa's Pearls" (UK)

Bildquelle
<https://www.youtube.com/watch?v=UTTFS-jzYBo>



Kanal: "Aida Azlin" (SGP/MAR)

Bildquelle:
<https://www.youtube.com/watch?v=TINS84AWFwk>

Soziale Medien, wie Youtube, bieten neue Möglichkeiten der Artikulation muslimischer Identitäten (siehe etwa Bouclin 2016, Wheeler 2014). Auch religiöse Autoritäten werden neu verhandelt (Turner 2007). Bisherige Autoritäten werden dabei nicht ersetzt: Stattdessen entstehen "verschiedene Schichten von Autorität" zwischen denen Bezüge hergestellt werden (Campbell 2007).



Dieses Projekt soll zeigen wie Hijabi-Youtuberinnen sich mit ihren Nasiha- Videos auf diese Schichten beziehen und sich mit ihrer Professionalität als Frauen innerhalb der männlich dominierten Autoritätsstrukturen des Islam positionieren.

Bouclin, Suzanne. 2013. „YouTube and Muslim Women's Legal Subjectivities.“ *Oñati Socio-Legal Series, Vol. 3, No. 7*; <https://ssrn.com/abstract=2356844> 3 (7).

Campbell, Heidi. 2007. „Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet.“ *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (3): 1043–62.

Šisler, Vít. 2008. „The Internet and the Construction of Islamic Knowledge in Europe.“ *Masaryk University Journal of Law and Technology* 1 (2): 205–17.

Turner, Bryan S. 2007. „Religious Authority and the New Media.“ *Theory, Culture & Society* 24 (2): 117–34.

Krämer, Gudrun und Sabine Schmidtke, Hg. 2014. *Speaking for Islam: Religious Authorities in Muslim Societies*. Leiden, Boston: Brill.

Wheeler, Kayla R. 2014. „Remixing Images of Islam. The Creation of New Muslim Women Subjectivities on YouTube.“ *Online - Heidelberg Journal Of Religions On The Internet* 6:144–63.

WEITERE BILDQUELLEN:

- ▶ Piktogramm Hijabi: Hadi Davodpour @ <https://thenounproject.com>
- ▶ Halbmond: <https://de.cleanpng.com/png-wfwf21/>
- ▶ Alle weiteren Piktogramme: Microsoft Office

BIBLIOGRAPHIE

