

In Zeiten multimedialer Kommunikation gewinnen Bilder, Grafiken und andere Formen der visuellen Darstellung auch in den Printmedien immer mehr an Bedeutung. Durch die geschickte Auswahl und Kombination von Text und Bild lassen sich Emotionen erzeugen, Feindbilder kreieren und selbst Kriege rechtfertigen. Ihr Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung ist unbestritten.

Amr Abu Zeid unterzieht die Methoden und Verfahren der Bildverwendung in der Presseberichterstattung über den Islam und die Muslime einem genauen empirischen Test. Mit den modernen Instrumentarien der Bildsemiotik und der Bildrhetorik wird die einschlägige Berichterstattung in ausgewählten Nachrichtenmagazinen und Wochenzeitschriften systematisch analysiert. Hierdurch gelingt es Abu Zeid, die Strategien offenzulegen, die sich hinter der redaktionellen Bildauswahl und der spezifischen Kombinatorik von Sprache und Bild verbergen.