

Veronika Eugster
Constanze Jecker
Philomen Schönhagen
Joachim Trebbe

Religion im Fernsehen

Schlussbericht zum
Forschungsprojekt im Rahmen des NFP58
Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft

Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft
Universität Freiburg/Schweiz

Freiburg i. Ue.
März 2010



INHALT

1	Problemstellung	1
2	Forschungsstand	2
3	Zentrale Ergebnisse	3
4	Empfehlungen	12
5	Literatur	14

Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft
Universität Freiburg/Schweiz

Bd. de Pérolles 90
1700 Freiburg

Tel. 026 - 300 83 96
Fax 026 - 300 97 62

1 Problemstellung

Im Forschungsprojekt „Religion im Fernsehen“ wurde in den vergangenen zweieinhalb Jahren die Thematisierung und Darstellung von Religion in allen fernsehspezifischen Programmbereichen untersucht. Dazu wurden sowohl qualitative als auch quantitative Inhaltsanalysen in ausgewählten privaten und öffentlich-konzessionierten Programmen der drei grossen Sprachregionen durchgeführt. Das Untersuchungsmaterial der Hauptanalyse umfasst insgesamt zwei natürliche Kalenderwochen (Frühjahr und Herbst 2008) der ersten Programme der SRG SSR idée suisse (SF1, TSR1 und TSI1¹) sowie zweier regionaler Fernsehanbieter (TeleBärn und TeleZüri).

Untersuchungsgegenstand waren dabei sowohl Informations- und Unterhaltungsangebote als auch Verbindungselemente wie Werbung oder Sendungspromotionen. Die forschungsleitende Fragestellung des Projektes lautete: In welcher Art und Weise werden Religion, Religiosität und Religionsgemeinschaften im Schweizer Fernsehen thematisiert? Dabei standen folgende fünf Fragekomplexe im Zentrum des Erkenntnisinteresses:

- (a) **Programmkontext:**
In welchen Sparten, Sendungen und Beiträgen wird Religion im Fernsehen thematisiert?
- (b) **Selektions- und Prononcierungsmechanismen:**
Welche Eigenschaften religionsspezifischer Ereignisse, Themen und Akteure werden in der Berichterstattung betont, worüber wird in Bezug auf Religion überhaupt berichtet?
- (c) **Thematisierungsmechanismen:**
In welchen Bezugs- und Interpretationsrahmen werden Religionen und Religionsgemeinschaften, ihre Institutionen und Vertreter im Fernsehen dargestellt und welche Verknüpfungen werden zu anderen gesellschaftlich-relevanten Themen hergestellt?
- (d) **Religiöse Dimensionen:**
Die Studie identifiziert erstmalig umfassend religiöse Dimensionen (Normen, Symbole, Mythen, Rituale) im Schweizer Fernsehprogramm. Damit kann sie auch Aufschluss geben über Unterschiede zwischen den dargestellten Religionen und Religionsgemeinschaften.
- (e) **Gesellschaftliche und politische Handlungsfelder:**
Die Inhaltsanalyse gibt Hinweise darauf, inwieweit bezüglich der Darstellung von Religion(en) im Fernsehen medialer, gesellschaftlicher oder politischer Handlungsbedarf besteht.

¹ Seit dem 1. März 2009 heisst der Fernsehsender TSI1 neu RSI La1. Nachfolgend wird weiterhin der Name TSI1 verwendet, da dies während der Programmstichprobenwochen der gültige Name war.

Die ersten SRG-Fernsehprogramme aller drei Schweizer Landesteile sowie zwei private Fernsehsender wurden in der Hauptanalyse differenziert analysiert, um kulturelle Unterschiede sowie mögliche Differenzen in der programmlichen Ausgestaltung des Leistungsauftrags des *Service public* durch die SRG SSR *idée suisse* sichtbar zu machen.

Methodisch wurde ein mehrstufiges Untersuchungsverfahren verwendet: In einem ersten explorativen Analyseschritt wurde eine quantitative und qualitative Inhaltsanalyse anhand einer ersten Stichprobenwoche (Frühjahr 2008) durchgeführt. Die daraus resultierenden Ergebnisse flossen in die Entwicklung eines Codebuchs zur detaillierten quantitativen Inhaltsanalyse bezüglich der Präsentation und Repräsentation von Religion und Religionsgemeinschaften im Fernsehen ein. Diese Medieninhaltsanalyse wurde anhand einer zweiten Stichprobenwoche (Herbst 2008) durchgeführt und bildet das Kernstück dieses Abschlussberichts.

2 Forschungsstand

Im Bereich Religion(en) und Massenmedien liegen Studien aus unterschiedlichen Forschungsrichtungen vor. Aus der Theologie, Psychologie, Pädagogik und den Cultural Studies stammen z.B. Studien zur Verkündigungsfunktion des Fernsehens (Ayass 1999; Böhm 2005), zur christlichen Mediensozialisation (Pirner 2001; Biesinger 2004) oder christlichen Grossereignissen wie den römisch-katholischen Weltjugendtagen (Döveling 2005; Hepp/Krönert 2009).

Zur eigentlichen Darstellung des Christentums in der Medienberichterstattung gibt es im deutschsprachigen Raum nur wenige Analysen. Diese zeigen, dass in der Presse der Katholizismus am häufigsten thematisiert wird, wobei kirchliche Veranstaltungen und Politik die dominanten Themen sind (z.B. Hurth 2003; Stern 2004; Meier 2005).

Eine bezüglich ihrer Darstellung in den Medien oft untersuchte Religion ist der Islam. Während die meisten dieser Studien sich mit seiner Darstellung in der Presse befassen (Poole 2000; Schiffer 2004; d'Haenens/Bink 2007; Vliegthart/Roggeband 2007; Glück 2008), gibt es nur sehr wenige, die Fernsehsendungen untersuchen (Hafez 2002; 2005; Hafez/Richter 2007). Einige Presseanalysen beziehen zusätzlich vereinzelte Fernsehsendungen ein (z.B. Meier et al. 2004), doch sind dies immer sehr begrenzte Fallstudien. Die Ergebnisse dieser Studien zeigen trotz ihrer Vielfalt in der inhaltlichen und methodischen Ausrichtung immer in dieselbe Richtung: Der Islam wird in den Medien sehr stark mit negativen Ereignissen in Verbindung gebracht, wobei meist aus einer politischen Perspektive berichtet wird. Alltags- oder Kulturthemen werden nicht oder nur in Ausnahmefällen thematisiert. Zudem wird kaum zwischen den verschiedenen muslimischen Strömungen wie z.B. Schiismus oder Sunnismus unterschieden. Untersuchungen zu fiktionalen Formaten liegen zum Islam nur aus den USA vor (Shaheen 2001), wobei sich eine mehrheitlich negative Darstellung der Muslime in amerikanischen Filmproduktionen feststellen lässt.

Studien zu anderen nicht-christlichen Religionen gibt es nur vereinzelt. Diese beleuchten spezifische Aspekte wie z.B. die Typisierung jüdischer Akteure (Meier et al. 2004) oder die Medienkarriere des Dalai Lama (Kurzke 2009). Dabei zeigt sich, dass die Medien diese Religionen insgesamt positiver darstellen als den Islam. Das Judentum wird lediglich im Zusammenhang mit dem Konflikt zwischen Israel und Palästina kritisch beurteilt. Der Dalai Lama und seine Anliegen werden von der Presse meist sehr wohlwollend dargestellt. Eher kritische Betrachtungen kamen erst in den letzten Jahren aufgrund inner-tibetischer Spannungen bezüglich religiöser und politischer Themen auf.

In den USA wird ebenfalls zum Thema Religion und Fernsehen geforscht, allerdings sind diese Forschungsergebnisse aufgrund der grossen Unterschiede sowohl hinsichtlich der Medien- als auch der Religionslandschaft nur bedingt auf die Situation in Europa bzw. der Schweiz übertragbar (Stout/Buddenbaum 1996; Schofield Clark 2002; Hoover 2006).

Die Ergebnisse zur medialen Darstellung von Religionen decken sich, sofern es sich um Aussagen über die Darstellung zu religiösen Minderheiten handelt, mit Ergebnissen aus Studien zur Berichterstattung über ethnische Minderheiten. Untersuchungsobjekte sind auch hier in der Mehrheit Presseerzeugnisse und vereinzelt Nachrichtensendungen des Fernsehens. Auch die Darstellung von ethnischen Minderheiten ist mehrheitlich von Negativismus geprägt, d.h. mit Konflikt, Kriminalität oder Schaden verbunden (Meissner/Ruhrmann 2000). Positive oder neutrale Berichterstattung ist hingegen selten, und den ethnischen Minderheiten wird meist nur eine passive Rolle zugestanden, d.h. sie kommen kaum direkt zu Wort (ter Wal et al. 2005; Bonfadelli 2007).

Inhaltsanalysen, die verschiedene Fernsehgenres und -formate berücksichtigen, liegen vereinzelt vor, so zum Thema Migration (Thiele 2005) und Familie (Scherer et al. 2005). Diese beschränken sich allerdings wiederum auf ausgewählte Sendungen und erfassen – anders als in der vorliegenden Studie – keine vollständigen Programmwochen.

3 Zentrale Ergebnisse

Thematisierung

Religionen sind, wenn auch nicht immer explizit, im „Fernseh Alltag“ der Schweiz allgegenwärtig. In einer ersten flächendeckenden Analyse wurden alle Sendungen und Beiträge markiert, in denen mindestens ein – auf welche Religion auch immer bezogenes – religiöses Symbol identifizierbar war („Tagging“, vgl. Tabelle 1), vom Kreuz um den Hals des Sportlers bis zur Kirche als architektonischem Artefakt. Im Durchschnitt aller Programmsparten ist in Folge der sehr offenen Codierung in fast der Hälfte aller Untersuchungseinheiten ein Religionsbezug feststellbar (48 Prozent).

Hier könnte man einwenden, dass solche Symbole längst ihren religiösen Gehalt verloren haben und deshalb nicht als religiöse Elemente behandelt werden sollten. Dieser Einwand ist

nur zum Teil korrekt, denn er gilt nur für den Betrachter, der in diesem Kulturkreis aufgewachsen und sozialisiert wurde. Es ergibt sich eine völlig andere Perspektive, wenn man an Personen mit einem Migrationshintergrund aus nicht-christlich geprägten Kulturen und Herkunftsländern denkt – die Allgegenwart christlicher Symbole ist prägend für die westeuropäische Alltagskultur. Und dies spiegelt die Fernsehwelt wider.

Tabelle 1

SRG: Religionsbezüge und Schweizer Religions symbole nach Programmsparten
in Prozent¹

Programmsparte	Religions- bezug	Religions- symbole	ohne Religion	Gesamt %	<i>n</i>
Unterhaltung	72.0	4.8	23.2	100.0	314
Fiktionale Unterhaltung	75.3	4.5	20.2	100.0	243
Nonfiktionale Unterhaltung	60.6	5.6	33.8	100.0	71
Information und Unterhaltung	65.7	16.7	17.6	100.0	102
Sportsendungen	30.5	53.0	16.5	100.0	13
Unterhaltungspublizistik	68.5	12.4	19.1	100.0	89
Information	63.4	7.4	29.2	100.0	705
Politik / kontroverse Themen	85.2	6.3	8.5	100.0	399
Sach- und Lebensweltthemen	33.4	7.9	58.7	100.0	293
Thema Religion	100.0	-	-	100.0	13
Sonstiges	26.9	11.0	62.1	100.0	1444
Religionssendungen ²	100.0	-	-	100.0	2
Programmtrailer/-überbrückungen³	26.8	11.0	62.2	100.0	1442
Werbung, Sponsoring, Teleshopping	20.1	14.2	65.7	100.0	1087
Gesamt	37.1	10.8	52.1	100.0	3652

1 Prozentuierungsbasis: Durchschnittliche tägliche Sendezeit pro Programmsparte; Kalenderwoche 5: 28.1.-3.2.2008; Programme SF1, TSR1 und TSI1.

2 Der Begriff Religionssendungen bezieht sich auf Übertragungen von Gottesdiensten und das „Wort zum Sonntag“. Sendungen wie z.B. „Sternstunde Religion“, „Dieu sait quoi“ oder „Strada Regina“ gelten als fernsehpublizistische Sendungen, da sie Religion(en) als Sachthema behandeln.

3 Als Programmtrailer werden Programmvorschauen, Programmhinweise, Sendertrailer etc. und als Programmüberbrückungen werden Landschaftsaufnahmen, Programmtafeln, Wetterbilder, Sexclips etc. zusammengefasst.

Um Missverständnisse zu vermeiden: Dies soll nur einen ersten Eindruck der allgemeinen Präsenz von Religion(en) im Fernsehen vermitteln. Der weitaus überwiegende und nachfolgend im Mittelpunkt der Darstellung stehende Teil unserer Untersuchungen und Befunde bezieht sich *nicht* auf diese allgegenwärtigen und zum Teil ohne thematischen Religionsbezug auftretenden Alltagssymbole und -artefakte. Der Kern der Analysen bezieht sich im Fol-

genden auf diejenigen Sendungen und Beiträge, die Religion oder Religionsgemeinschaften und/oder ihre Vertreter als explizites Thema behandeln.²

Wie sich diese expliziten Thematisierungen von Religion(en) auf die verschiedenen Programmelemente verteilen, ist aus Tabelle 2 ersichtlich. Während in den Programmen der drei SRG-Sender in 33 bis 40 Prozent aller Sendungen Religion als Haupt- oder Nebenaspekt auftaucht, liegt der Anteil bei TeleBärn bei 17 Prozent und bei TeleZüri bei knapp 10 Prozent.

Tabelle 2

Programmelemente mit Religionsthematik nach Programmen¹
in Prozent²

Programmelement	SF1	TSR1	TSI1	TeleBärn	TeleZüri
Sendungen mit Religionsthematik	40.0	32.8	35.1	16.5	9.8
Fernsehpublizistik	31.1	32.7	34.2	11.4	10.6
<i>Nachrichtensendungen</i>	38.9	30.6	20.7	25.0	24.5
<i>Magazinsendungen</i>	18.7	22.8	42.4	-	7.6
<i>Interview-, Talkformate</i>	53.3	48.3	59.4	-	-
<i>Reportagen, Dokumentarfilme</i>	28.4	52.5	59.1	-	-
<i>Sonstige Formate</i>	9.4	-	14.7	-	-
Fiktionale Unterhaltung	54.0	36.5	33.3	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	47.1	28.4	34.0	58.2	-
Religionsse sendungen ³	100.0	100.0	100.0	-	-
Sportsendungen	-	-	100.0	-	-
Kindersendungen	-	-	32.2	-	-
Programmtrailer & -überbrückung³	20.0	0.5	0.8	-	-
Werbung, Sponsoring, Teleshopping	-	-	-	-	-
Gesamt	34.3	28.8	32.3	11.8	7.4

1 Religion als Haupt- oder Nebenthema.

2 Prozentuierungsbasis: Durchschnittliche tägliche Sendezeit pro Programmelement; Kalenderwoche 42: 13.-19.10.2008.

3 Vgl. Tabelle 1.

Wir hatten vermutet, dass die lokale bzw. regionale Programmausrichtung der Regionalsender, welche mehr Platz für lokale, regionale und damit auch für mehr personalisierte Informationen bietet, zu einer häufigeren Thematisierung von Religion(en) führen würde, da Religion ein stark individualisiertes Thema ist (Baumann/Stolz 2007).

Diese Vermutung lässt sich jedoch nicht bestätigen. Stärker wiegt offensichtlich die geringere Programmvielfalt der Regionalsender, d.h. die geringere Anzahl unterschiedlicher Sendeflächen für publizistische Inhalte. Betrachtet man ausschliesslich die Anteile für die Nachrichtensendungen, sind die Unterschiede zwischen den SRG-Sendern und Regionalsendern nicht mehr so gross. Die Tabelle macht deutlich, dass Religion in jeder Art von Programmelement

² Nachfolgend werden die Begriffe *Beiträge* bzw. *Religionsbeiträge* synonym für alle Untersuchungseinheiten verwendet, in denen Religion als Haupt- oder Nebenthema behandelt wird.

als Thema anzutreffen ist. Sowohl in den verschiedenen fernsehpublizistischen Sendungen als auch in der fiktionalen und non-fiktionalen Unterhaltung wird Religion im Laufe einer durchschnittlichen Fernsehwoche zum Thema.³

Bei der Erfassung der Religionsbeiträge wurde unterschieden, ob Religion als Haupt- oder Nebenthema behandelt wird. Betrachtet man die entsprechende Verteilung, ohne dabei die Dauer der Beiträge zu berücksichtigen, so zeigt sich, dass über alle Sender hinweg in 52 Prozent aller 275 Religionsbeiträge Religion als Hauptthema vorkommt, während sie in den restlichen 48 Prozent ein Nebenthema ist (vgl. Tabelle 3). Dabei gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Sendern. Blickt man nun aber auf die Sendezeit, welche auf diese Beiträge entfallen, wird deutlich, dass das Thema Religion(en) insgesamt zwar etwa gleich häufig als Haupt- oder Nebenthema behandelt wird, aber dass die Beiträge, in welchen Religion das Hauptthema ist, ungleich kürzer sind als die Beiträge, in welchen Religion das Nebenthema bildet. Die durchschnittliche tägliche Sendezeit für einen Beitrag mit Religion als Hauptthema beträgt 1 Minuten 42 Sekunden, für einen Beitrag mit Religion als Nebenthema hingegen 4 Minuten 24 Sekunden.

Tabelle 3

Religion als Haupt- oder Nebenthema nach Programmen

Anzahl und Sendezeit¹

Haupt-/Nebenthema	SF1		TSR1		TSI1		Gesamt	
	n	t	n	t	n	t	n	t
Hauptthema	33	00:54	32	01:16	79	01:53	144	04:04
Nebenthema	36	02:32	57	04:09	38	02:56	131	09:37
Gesamt	69	03:26	89	05:25	117	04:49	275	13:41

1 Sendezeit: Durchschnittliche tägliche Sendezeit (hh:mm) aller Beiträge mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen.

Man könnte nun vermuten, dass diese Verteilung damit zusammenhängt, dass in der Unterhaltungssparte, in welcher die Untersuchungseinheiten deutlich länger sind als in der Informationssparte, Religion viel häufiger Nebenthema ist und dies der Grund für die entsprechend längere Dauer der Nebenthemen-Religionsbeiträge ist. Die Auswertung der Verteilung hinsichtlich der Informations- und Unterhaltungssparte zeigt zwar, dass Religion in der Unterhaltung tatsächlich viel häufiger Nebenthema ist, während bei der Information die Beiträge mit Religion als Hauptthema klar überwiegen (vgl. Tabelle 4). Dabei ist aber auch hier die durchschnittliche tägliche Sendezeit von Informationsbeiträgen mit Religion als Nebenthema (65 Prozent) deutlich länger als diejenige von Informationsbeiträgen mit Religion als Hauptthema (35 Prozent).

³ Aufgrund der zahlreichen Wiederholungen in den Regionalprogrammen bedeuten 12 bzw. 7 Prozent lediglich insgesamt sechs unterschiedliche Beiträge mit Religionsbezug. Für eine vertiefte quantitative Analyse ist diese Zahl viel zu klein. TeleBärn und TeleZüri wurden deshalb für die inhaltliche Detailanalyse nicht mehr berücksichtigt.

Tabelle 4

Religion als Haupt- oder Nebenthema nach Sparten

Anzahl und Sendezeit¹

Haupt-/Nebenthema	Information		Unterhaltung		Gesamt ²	
	<i>n</i>	<i>t</i>	<i>n</i>	<i>t</i>	<i>n</i>	<i>t</i>
Hauptthema	99	1:05	32	2:16	131	3:21
Nebenthema	53	1:59	70	7:12	123	9:12
Gesamt	152	3:04	102	9:28	254	12:33

1 Sendezeit: Durchschnittliche tägliche Sendezeit (hh:mm) aller Beiträge mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen.

2 Fehlende Daten: Die Sparte Sonstiges wird nicht in die Auswertung einbezogen, da sie zu wenige Untersuchungseinheiten (UEs) enthält (n=21 / t=1:08:20).

Thematische Kontexte

Eine zentrale Frage der Studie ist die nach den thematischen Kontexten, in welche die verschiedenen Religionsthematisierungen eingebettet sind. Am häufigsten bilden Lebensweltthemen den Rahmen der Religionsthematisierung im Fernsehen, darunter fallen z.B. Beiträge zu persönlicher Lebensführung, Tod, Lifestyle und religiösem Leben (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5

Thematische Kontexte nach Programmen

gewichtet, in Prozent¹

Themenkontext	SF1 <i>t=5:00:46</i>	TSR1 <i>t=5:34:28</i>	TSI1 <i>t=5:27:14</i>	Gesamt <i>t=16:02:29</i>
Lebensweltthemen	22.5	48.7	43.5	38.7
Politik & Recht	26.4	31.4	9.5	22.4
Gesellschaft	31.7	5.4	12.8	16.2
Kultur	11.2	8.3	18.7	12.7
Geschichte	5.5	2.4	8.8	5.5
Sonstiger Kontext	2.7	3.8	6.7	4.5
Gesamt	100.0	100.0	100.0	100.0

1 Prozentuierungsbasis: Durchschnittliche tägliche Sendezeit aller Beiträge mit Religionsthematik in hh:min:sek.

Es fällt auf, dass im Fernsehen der lateinischen Schweiz die Lebensweltthemen weitaus wichtiger sind als in der Deutschschweiz, wo der gesellschaftliche Kontext dominiert. Unter dem Themenkontext Gesellschaft sind – im Gegensatz zu den Lebensweltthemen – weniger individuelle Themen subsumiert, sondern vielmehr Themen wie z.B. das gesellschaftliche Zusammenleben, soziales Engagement, Familie oder Arbeit. Politik und Recht bilden sowohl auf SF1 als auch auf TSR1 den zweithäufigsten Kontext, während sie auf TSI1 sehr selten den zentralen Rahmen bilden. Auf TSI1 wird Religion hingegen viel häufiger im kulturellen und historischen Kontext thematisiert.

Wie die Themenkontexte bezüglich der am häufigsten auftretenden Religionen verteilt sind, wird aus Tabelle 6 ersichtlich.

Vergleicht man das Christentum und den Islam bezüglich der Kontexte, zeigen sich interessante Unterschiede: Beiträge, in denen das Christentum thematisiert wird, weisen zu knapp 40 Prozent einen lebensweltlichen Kontext auf. Gut halb so oft wird es in einem politischen Themenkontext dargestellt. Bei den Beiträgen zum Islam sieht die Verteilung hingegen anders aus: Hier dominiert das politisch-rechtliche Themenfeld. Lebensweltthemen betreffen nur ein Viertel der Beiträge zum Islam. Interessant erscheint auch, dass der Islam im Vergleich zum Christentum häufiger in einem geschichtlichen Zusammenhang auftritt, während gesamthaft der kulturelle Kontext ausgeprägter ist als beim Islam. Gesellschaft ist derjenige Themenbereich, welcher die geringsten prozentualen Unterschiede zwischen den beiden Religionen aufweist.

Tabelle 6

Thematische Kontexte nach ausgewählten Religionen

Mehrfachantworten, gewichtet, in Prozent¹

Kontext	SRG ² <i>t=13:41:28</i>	Christentum <i>t=8:59:12</i>	Esoterik ³ <i>t=2:02:57</i>	Islam <i>t=1:33:25</i>
Lebenswelt	41.0	39.6	57.0	25.3
Politik & Recht	21.9	21.6	4.9	39.3
Gesellschaft	13.8	14.8	11.0	12.9
Kultur	12.6	12.1	20.0	6.2
Geschichte	6.0	8.0	1.7	16.3
Sonstiger Kontext	4.7	3.9	5.4	-
Gesamt	100.0	100.0	100.0	100.0

1 Prozentuierungsbasis: Durchschnittliche tägliche Sendezeit aller Beiträge mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen, max. drei Religionen pro Beitrag.

2 Total aller Beiträge in den Programmen SF1, TSR1 und TSI1 (n=275). Nachfolgend werden davon nur die Beiträge ausgewertet, welche Christentum, Esoterik oder Islam thematisieren, da für alle weiteren Religionen zu wenige (<30) UEs vorliegen.

3 In Anlehnung an Rademacher (2007) wurde Esoterik als eine Religion erfasst.

Bezüglich der Esoterik lässt sich eine Kontext-Verteilung erkennen, welche sich von den vorangehenden unterscheidet. Im Zusammenhang mit Esoterik dominieren lebensweltliche Themen, was dem sehr individualisierten Charakter von Esoterik entspricht. Daneben erreicht einzig der Kontext Kultur noch einen Wert von 20 Prozent, während alle anderen Werte deutlich darunter liegen. Der Vergleich mit den anderen Religionen zeigt, dass Esoterik im Kontext von Politik & Recht (fast) kein Thema ist.

Religionen

Die Rangfolge der Religionen entspricht – sieht man einmal von der Esoterik ab – ihrer Verteilung in der Schweizer Gesellschaft. Das Christentum ist ganz klar und über alle Programme hinweg die am häufigsten auftretende Religion. Darauf folgen Islam, Judentum sowie Buddhismus und Hinduismus (vgl. Tabelle 7).

Prozentual sind die Minderheitsreligionen gegenüber dem Christentum allerdings im Vergleich zu ihrer gesellschaftlichen Verbreitung überrepräsentiert. Die Frage, ob die Minderheitsreligionen zu oft oder zu selten in den Medien vertreten sind, wurde unter anderem mit Vertretern der betroffenen Religionen und Experten für religiöse Themen in den Medien im Rahmen eines Workshops (September 2009) diskutiert und könnte nach Projektabschluss einen Anstoss für die öffentliche Debatte über die Behandlung von Religion und Religionsgemeinschaften im Fernsehen geben. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Anteile des Christentums in den drei Programmen in etwa auch dem Verhältnis der Anteile an Christen in den drei Sprachregionen entsprechen: In der Romandie deklarieren sich mit 70 Prozent weniger Personen als Christen als dies in der Deutschschweiz (76 Prozent) und im Tessin (80 Prozent) der Fall ist (Bovay 2004).

Tabelle 7

Thematisierung der Religionen nach Programmen

Mehrfachantworten, in Prozent¹

Religionen	SF1 <i>n=86</i>	TSR1 <i>n=109</i>	TSI1 <i>n=141</i>	Gesamt <i>n=336</i>
Christentum	55.8	45.0	56.7	52.7
Islam	14.0	8.3	12.8	11.6
Esoterik	4.7	11.9	13.5	10.7
Judentum	5.8	5.5	3.5	4.8
Buddhismus	2.3	3.7	5.0	3.9
Hinduismus	4.7	1.8	1.4	2.4
Sonstige Religionen ²	12.7	23.8	7.1	13.9
Gesamt	100.0	100.0	100.0	100.0

1 Prozentuierungsbasis: Anzahl der Nennungen in allen Beiträgen mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen, max. drei Religionen pro Beitrag.

2 U.a. neue religiöse Bewegungen, vorbiblische Religionen, Naturreligionen sowie Religionsübergreifendes.

Religionsdimensionen

Zur Erfassung der verschiedenen Dimensionen von Religion(en) wurde auf das entsprechende Konzept von Smart (1997) zurückgegriffen. Betrachtet man zunächst die Anteile der Dimensionen über die gesamten 275 Religionsbeiträge, stellt man eine klare Zweiteilung fest: Die rituelle, soziale sowie materiale Dimensionen treten in 55 bis 66 Prozent auf, während die mythologischen, ethischen/doktrinalen Dimensionen sowie die Dimension der persönlichen Erfahrung lediglich in 18 bis 28 Prozent vorkommen (vgl. Tabelle 8). Es zeigt sich damit, dass jene Religionsdimensionen, welche sich besonders für die visuelle und narrative Darstellung eines Themas im Fernsehen eignen, viel häufiger sind als die inhaltlichen Dimensionen, welche für eine Religion grundlegender sind.

Der Vergleich von Christentum und Islam bezüglich der Religionsdimensionen lässt interessante Unterschiede erkennen. So zeigt sich z.B., dass die soziale Dimension beim Islam äus-

serst ausgeprägt ist. Muslimische Personen oder Institutionen spielen bei der Darstellung von Themen zum Islam sehr oft eine Rolle, während christliche Personen und Institutionen seltener auftreten. Die materialen und rituellen Dimensionen kommen beim Christentum hingegen häufiger vor als beim Islam. Dies lässt sich damit erklären, dass diese beiden Dimensionen stark mit der Kultur einer Gesellschaft verbunden sind. So ist die Verbreitung und Zugänglichkeit dieser Dimensionen in der Schweiz für das Christentum viel ausgeprägter als für den Islam.

Tabelle 8

Religionsdimensionen nach ausgewählten Religionen

Mehrfachantworten, in Prozent¹

Religionsdimension	SRG ² n=275	Christentum n=166	Esoterik n=36	Islam n=35
Materiale Dimension	66.2	72.3	66.7	57.1
Soziale Dimension	57.8	60.2	50.0	85.7
Rituelle Dimension	54.9	63.9	55.6	40.0
Dimension religiöser Erfahrung	28.4	21.1	77.8	14.3
Mythologische Dimension	21.1	20.5	8.3	25.7
Ethische/doktrinale Dimension	18.2	16.3	19.4	31.4

1 Prozentuierungsbasis: Anzahl Beiträge mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen, max. drei Religionen pro Beitrag.

2 Total aller Beiträge in den Programmen SF1, TSR1 und TSI1. Nachfolgend werden davon nur die Beiträge ausgewertet, welche Christentum, Esoterik und Islam thematisieren, da für alle weiteren Religionen zu wenige (<30) UEs vorliegen.

Erstaunlicherweise findet sich bei der Darstellung des Islams überdurchschnittlich häufig die ethische/doktrinale Dimension. Dies ist im Kontext des aktuellen Diskurses zu sehen, welcher häufig Vorschriften und Regeln des Islams, wie z.B. das Tragen des Kopftuchs, betrifft.

Keine grossen Überraschungen bietet die Verteilung der Dimensionen in den Beiträgen mit esoterischen Inhalten. Die Dimension der religiösen Erfahrung tritt am häufigsten auf, gefolgt von der materialen und rituellen Dimension. Dies entspricht dem Umstand, dass die moderne Esoterik stark auf das persönliche Erleben ausgerichtet ist und einen ausgeprägt pragmatischen Charakter hat, was sich in den zahlreichen esoterischen Praktiken und Riten wie z.B. Feng Shui oder Reiki widerspiegelt (Rademacher 2007). Dass diese durchaus in einen spirituellen Deutungskontext eingebettet sind, ist in den Fernsehprogrammen selten ein Thema. Nur in einem Fünftel der Beiträge treten ethische oder doktrinale Aspekte auf, mythologische Elemente sind noch seltener.

Akteurstypen und Handlungsrollen

Für die Analyse der handelnden und zu Wort kommenden Personen und/oder Institutionen wurden für jede Sendung bzw. jeden Beitrag bis zu drei Akteure erfasst, wobei diese nach der zugeschriebenen Wichtigkeit für den Beitrag ausgewählt wurden. Die Akteure wurden in religiöse, politische, gesellschaftliche und sonstige Akteure unterteilt. Bei den „sonstigen

Akteuren“ handelt es sich um Akteure, welche in ihrer Rolle als Privatpersonen (z.B. Vater, Fahrradfahrerin, Schüler oder Passantin) auftreten.

Religiöse Akteure machen knapp einen Drittel aller erfassten Akteure aus (vgl. Tabelle 9). Das scheint auf den ersten Blick wenig überraschend, muss aber nicht zwingend so sein. Eine Dominanz politischer oder gesellschaftlicher Akteure bei diesen Themenbezügen hätte Hinweise auf eine Marginalisierung der Religionsvertreter geben können – und dies ist ja auch zum Teil der Fall, wenn man die Anteile für andere nicht-religiöse Sprecher und Handelnde mit einbezieht. Betrachtet man allerdings die Handlungsrollen, die sie einnehmen, wobei hier zwischen aktiver Rolle (als direkt Sprechender oder Handelnder) und passiver Rolle (als indirekt Zitierte oder „Objekt“) unterschieden wird, zeigt sich ein interessantes Bild (vgl. Tabelle 9): Religiöse Akteure treten viel häufiger in einer passiven Rolle auf als in einer aktiven.

Tabelle 9

Akteurstypen nach Handlungsrollen

Mehrfachantworten, in Prozent¹

Akteurstyp	Gesamt <i>n</i> =722	Aktive Handlungsrolle <i>n</i> =435	Passive Handlungsrolle <i>n</i> =287
Religiöse Akteure	31.7	40.8	59.2
Gesellschaftliche Akteure	19.0	75.9	24.1
Politische Akteure	15.0	41.7	58.3
Sonstige, unspez. Akteure	34.3	77.8	22.2
Alle Akteure	100.0	60.3	39.7

1 Prozentuierungsbasis: Anzahl aller Akteure in den Beiträgen mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen, max. drei Akteure pro Beitrag.

Das bedeutet, dass im Fernsehen nicht-religiöse Akteure häufiger über Religion sprechen, wobei besonders die gesellschaftlichen und sonstigen Akteure direkt zu Wort kommen bzw. als aktiv Handelnde auftreten. Politische Akteure treten mehrheitlich in einer passiven Rolle auf, aber dies ist weniger überraschend, da die Beiträge ja primär einen Religions- und nicht einen Politikbezug aufweisen.

Religiöse Akteure

In den 275 Religionsbeiträgen wurden 228 religiöse Akteure erfasst und nach Form, Bedeutungsebene und Funktion untersucht (vgl. Tabelle 10).

Die Hälfte aller religiösen Akteure tritt als individueller Akteur auf, d.h. in Form einer eigenständigen Person des zeitgenössischen Geschehens (z.B. Mönch, Pilger). Die andere Hälfte machen transzendente, mythologische oder religions-historische Akteure (z.B. Buddha, Moses) sowie kollektive religiöse Akteure (z.B. katholischer Frauenverein) aus. Damit steht die individuelle religiöse Person viel stärker im Vordergrund als religiöse Institutionen.

Der zweite Aspekt bezieht sich auf die gesellschaftliche Bedeutungsebene der religiösen Akteure: So wird der katholischen Kirche, dem Dalai Lama oder den Religionsstiftern ein internationaler Bezug zugewiesen, während sich z.B. die Pfarrerin auf einer lokaler Bezugsebene bewegt. Auf diese beiden Bezugsebenen beziehen sich jeweils ein Drittel der religiösen Akteure. Die Anteile der weiteren Ebenen (regional, national und privat) bewegen sich zwischen 9 und 14 Prozent.

Religiöse Akteure werden überwiegend in ihrer religiösen Funktion gezeigt (67 Prozent). Laien machen noch gut einen Fünftel aus, während die Anteile der religiösen Akteure, welche in einer politischen oder sozialen Funktion auftreten, marginal sind.

Tabelle 10

Religiöse Akteure: Form, Bedeutungsebene und Funktion
in Prozent¹

Rang	Form	Bedeutungsebene	Funktion
1	individueller religiöser Akteur (50.0)	internationale Ebene (32.5)	religiöse Funktion (67.1)
2	transzendenter, mythologischer oder religionshistorischer Akteur (20.6)	lokale Ebene (32.0)	Laie / keine spezifische Funktion (20.6)
3	organisierter kollektiver religiöser Akteur (14.9)	keine / private Ebene (14.5)	politische Funktion (7.0)
4	unorganisierter kollektiver religiöser Akteur (14.5)	nationale Ebene (12.2)	soziale Funktion (5.3)
5	-	regionale Ebene (8.8)	-

¹ Prozentuierungsbasis: Anzahl aller religiöser Akteure in den Beiträgen mit Religionsthematik, ohne Wiederholungen, max. drei Akteure pro Beitrag (n=228).

Im Fernsehen treten religiöse Akteure also mehrheitlich als individuelle Akteure auf, sind grösstenteils entweder von internationaler oder lokaler Bedeutung und werden in ihrer religiösen Funktion dargestellt.

4 Empfehlungen

Am 10. und 11. September 2009 fand der Experten-Workshop *Religion im Fernsehen* statt, an welchem Experten und Vertreter der Medien, Religionen und Behörden auf der Grundlage der Ergebnisse über die gegenseitigen Erwartungen von Religionsgemeinschaften und Medien diskutierten. Dabei wurde von Medienseite festgehalten, dass von den Religionsgemeinschaften erwartet wird, dass diese den interessierten Medienschaffenden leichter Zu-

gang zu ihrem Alltag und ihrer religiösen Kultur gewähren und die Öffentlichkeit auch aktiv suchen sollten. Von den Medienschaffenden wiederum wurde von Seiten der Religionsgemeinschaften gefordert, dass jene den Religionen nicht nur mit gängigen Vorurteilen begegnen, sondern vielfältig und ausgeglichen über Religionen berichten sollten. Die Frage, wie viel Vorwissen von Journalisten dabei verlangt werden kann, wurde kontrovers diskutiert.

Insgesamt deuten unsere Ergebnisse darauf hin, dass es „die“ Religion in der fernsehvermittelten Realität nicht gibt. Die traditionell in der Schweiz vorhandenen Religionen sind auch im Fernsehen allgegenwärtig, ein Teil der Alltagskultur und in der Regel nicht konfliktbehaftet. In „normalen“ Zeiten (d.h. beispielsweise jenseits von Missbrauchsskandalen) haben sie mit gesellschaftlichen Säkularisierungstrends und einem politischem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Dies betrifft insbesondere die christlichen Religionsgemeinschaften. Betrachtet man diese als kulturstiftenden Teil der Schweizer Identität, besteht ihre momentane Bedeutung eher in ihrem kulturellen Wert als in der Relevanz einer politischen Stimme im Willens- und Meinungsbildungsprozess.

Ganz anders verhält es sich mit den Religionen und Religionsgemeinschaften, die mit den modernen Migrationsströmen in die Schweiz gekommen sind, allen voran dem Islam. Die Berichterstattung ist problemorientiert, kontrovers und oft auch politisch. Im Alltag der Schweiz sind diese Religionen meist noch nicht verankert. Ähnlich wie bei der Präsenz von Migranten in den Medien zeigt sich dies auch im Hinblick auf die religiöse Symbolik dieser Gedanken- und Glaubenswelten. Religiöse Symbole von sog. Migrationsreligionen kommen – im Gegensatz zu christlichen Symbolen – nur marginal vor.

Normative Aussagen lassen sich an dieser Stelle zur Thematisierung von Religion im Fernsehen schwer formulieren. Die Berichterstattung und mediale Thematisierung untersteht im Hinblick auf religiöse Themen keinen konkreten Richtlinien. Politisch kann man jedoch weiterhin darauf hinwirken, dass Religion und Religionsgemeinschaften zu denjenigen gesellschaftlichen Feldern gezählt werden sollte, die öffentlich relevant sind und damit zu den Gegenständen der professionellen und öffentlich finanzierten Medien gehören.

5 Literatur

- Ayass, Ruth (1999): Moral auf Umwegen: „Das Wort zum Sonntag“. In: Bergmann, Jörg/Luckmann, Thomas (Hrsg.): Kommunikative Konstruktion. Bd. 2: Von der Moral zu den Moralien. Opladen/Wiesbaden, 112-137.
- Baumann, Martin/Stolz, Jörg (2007): Religiöse Vielfalt und moderne Gesellschaft. In: Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.): Eine Schweiz – viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens. Bielefeld, 67-86.
- Biesinger, David (2004): Muss Kinderfernsehen gottlos sein? Bedeutung, Chancen und Grenzen des Kinderfernsehens in Deutschland für die religiöse Sozialisation. Eine religionspädagogische Untersuchung unter Berücksichtigung sozial- und medienwissenschaftlicher Erkenntnisse (Religion – Medien – Kommunikation 2). Münster.
- Böhm, Thomas H. (2005): Religion durch Medien – Kirche in den Medien und die „Medienreligion“. Eine problemorientierte Analyse und Leitlinien einer theologischen Hermeneutik (Praktische Theologie heute 76). Stuttgart.
- Bonfadelli, Heinz (2007): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien. In: Bonfadelli, Heinz/Moser, Heinz (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, 95-116.
- Bovay, Claude (2004): Religionslandschaft in der Schweiz. Neuenburg. URL: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/22/publ.Document.50514.pdf> (24.10.2007).
- d'Haenens, Leen/Bink, Susan (2007): Islam in der Presse der Niederlande unter besonderer Berücksichtigung des Allgemeinen Dagblad. In: Bonfadelli, Heinz/Moser, Heinz (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, 71-93.
- Döveling, Katrin (2005): Emotionen, Medien, Gemeinschaft. Eine kommunikationssoziologische Analyse. Wiesbaden.
- Glück, Antje (2008): Terror im Kopf. Terrorismusberichterstattung in der deutschen und arabischen Elitepresse (Medien und politische Kommunikation – Naher Osten und islamische Welt 14). Berlin.
- Hafez, Kai (2002): Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. 2 Bde. Baden-Baden.
- Hafez, Kai (2005): The Image of the Middle East and Islam in Western Media. A Critical Reappraisal. URL: http://www2.kommunikationswissenschaft-erfurt.de/uploads/Cambridge_2005_02.pdf (27.11.2007).
- Hafez, Kai/Richter, Carola (2007): Das Gewalt- und Konfliktbild des Islams bei ARD und ZDF. Eine Untersuchung öffentlich-rechtlicher Magazin- und Talksendungen. URL: http://www2.kommunikationswissenschaft-erfurt.de/uploads/bericht_islam_in_ard_und_zdf_2005_2006.pdf (27.11.2007).
- Hepp, Andreas/Krönert, Veronika (2009): Medien – Event – Religion. Die Mediatisierung des Religiösen (Medien – Kultur – Kommunikation o. Bd.). Wiesbaden.
- Hoover, Stewart H. (2006): Religion in the Media Age. London.
- Hurth, Elisabeth (2003): Mann Gottes. Das Priesterbild in Literatur und Medien (Theologie und Literatur 15). Mainz.
- Kurzke, Daniela (2009): Medialisierung des Dalai Lama. Vom Bauernjungen zum buddhistischen Superstar. Eine kurze Übersicht. In: Sieprath, Maude E. (Hrsg.): Religionen und Massenmedien (Religionen in Kultur und Gesellschaft 2). Berlin, 231-248.

- Meier, Daniel (2005): Zwischen Faszination und Befremdlichkeit. Die Wahrnehmung des orthodoxen Christentums in der deutschen Presse. In: *Communicatio Socialis. Internationale Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft*, 38 (1), 70-75.
- Meier, Markus/Müller, Monica/Eisenegger, Mark (2004): Typisierung jüdischer Akteure in den Medien. Vergleichende Analyse von jüdischen und muslimischen Akteuren in der Berichterstattung Deutschschweizer Medien. URL: http://www.anti-defamation.ch/downloads/dokumente/Analyse_zur_Typisierung_j_discher_Akteure.pdf (27.11.2007).
- Meissner, Bettina/Ruhrmann, Georg (2000): Das Ausländerbild in den Thüringer Tageszeitungen 1995-1999. Eine quantitative und qualitative Inhaltsanalyse. Erfurt.
- Pirner, Manfred L. (2001): Fernsehmythen und religiöse Bildung. Grundlegung einer medienerfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung (Beiträge zur Medienpädagogik 7). Frankfurt a. M.
- Poole, Elizabeth (2000): Framing Islam. An Analysis of Newspaper Coverage of Islam in the British Press. In: Hafez, Kai (Hrsg.): *Islam and the West in the Mass Media. Fragmented Images in a Globalizing World*. Cresskill/New Jersey, 157-179.
- Rademacher, Stefan (2007): Esoterik und alternative Spiritualität: Formen nichtorganisierter Religiosität in der Schweiz. In: Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.): *Eine Schweiz – viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens*. Bielefeld, 256-270.
- Scherer, Helmut et al. (2005): Familienbilder und Familienthemen in fiktionalen und non-fiktionalen Fernsehsendungen. Teilstudie „Programmanalyse“ – Abschlussbericht. URL: <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung2/Pdf-Anlagen/tv-familienbilder-abschlussbericht,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> (2.4.2008).
- Schiffer, Sabine (2004): Die Darstellung des Islams in der Presse. Sprache, Bilder, Suggestionen. Eine Auswahl von Techniken und Beispielen (Bibliotheca Academica, Reihe Orientalistik 10). Würzburg.
- Schofield Clark, Lynn (2002): U.S. Adolescent Religious Identity, the Media, and the „Funky“ Side of Religion. In: *Journal of Communication*, 52 (4), 794-811.
- Shaheen, Jack G. (2001): *Reel bad Arabs. How Hollywood Vilifies a People*. New York.
- Smart, Ninian (1997): *Dimensions of the Sacred. An Anatomy of the World's Beliefs*. London.
- Stern, Deborah (2004): Säkularisierte Bevölkerung – säkularisierte Medien? Über das Bild des Christentums in fünf ausgewählten Tageszeitungen im Vergleich zu religionssoziologischen Befunden. (Lizentiatsarbeit, IPMZ - Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich). Zürich.
- Stout, Daniel A./Buddenbaum, Judith M. (Hrsg.) (1996): *Religion and Mass Media. Audiences and Adaptations*. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- ter Wal, Jessika/d'Haenens, Leen/Koeman, Joyce (2005): (Re)presentation of ethnicity in EU and Dutch domestic news. A quantitative analysis. In: *Media Culture Society*, 27 (6), 937-950.
- Thiele, Matthias (2005): *Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen*. Konstanz.
- Vliegthart, Rens/Roggeband, Conny (2007): Framing Immigration and Integration: Relationships between Press and Parliament in the Netherlands. In: *International Communication Gazette*, 69 (3), 295-319.