



Relionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft

Nationales Forschungsprogramm NFP 58

Collectivités religieuses, Etat et société

Programme national de recherche PNR 58

Religions, the State and Society

National research programme NRP 58

Die Darstellung von Religionen in Schweizer Massenmedien: Zusammenprall der Kulturen oder Förderung des Dialogs?

Schlussbericht

Ein Projekt im Rahmen des

Nationalen Forschungsprogramms „Relionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft (NFP 58)“

Projektleitung:

Prof. Urs Dahinden

Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur

urs.dahinden@htwchur.ch

Schlussbericht

Version vom 15. 01. 2009

1. Einführung in die Problematik

Die religiöse Landschaft der Schweiz befindet sich im Umbruch und ist unter anderem geprägt durch eine zunehmende Pluralisierung. Dieser Prozess ist mit einem erheblichen Konfliktpotential verbunden. Welche Rolle spielen Massenmedien bei diesen Veränderungsprozessen? Inwieweit verschärfen sie durch eine einseitige und stereotype Berichterstattung die vorhandenen latenten Spannungen? Inwieweit tragen sie zur gegenseitigen Verständigung und zur Förderung des friedlichen Zusammenlebens der verschiedenen Religionsgemeinschaften bei?

Dies sind die zentralen Forschungsfragen, welche in diesem Projekt untersucht wurden. Als Theoriebasis wurde auf die Framingtheorie, Narrations- und Nachrichtenwertforschung sowie auf Überlegungen aus der System- und der Strukturtheorie Bezug genommen. Empirisch kam ein Multimethodendesign zum Einsatz, bei dem qualitative und quantitative Verfahren miteinander kombiniert wurden. Die folgenden drei Datenerhebungen wurden durchgeführt: Um einen Einblick in die Perspektive der betroffenen Akteure zu gewinnen, wurden erstens 21 Religionsvertreter und zweitens auch 35 Journalisten im Rahmen von qualitativen Leitfadengesprächen befragt. Als dritte, darauf aufbauende Datenerhebung wurde eine quantitative Medieninhaltsanalyse realisiert, in der die Erkenntnisse aus der Literaturanalyse sowie den Leitfadengesprächen einer empirischen Überprüfung unterzogen wurden. Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse aus diesen drei Datenerhebungen zunächst getrennt vorgestellt, anschliessend in einer Zusammenfassung zueinander in Beziehung gesetzt. Der Bericht schliesst mit einem Fazit und Handlungsempfehlungen für die untersuchten Akteure (Religionsgemeinschaften, Medien).

2. Ergebnisse

2.1 Ergebnisse aus den Leitfadengespräche mit Religionsvertretern

Wie gestalten Religionsvertreter ihr Verhältnis zu den Massenmedien? Welche Ziele und Strategien werden in der Öffentlichkeits- und Medienarbeit von Religionsgemeinschaften verfolgt? Welche Ressourcen (Personal, Spezialisierungsgrad etc.), stehen für eine systematische Medienarbeit den Religionsgemeinschaften zur Verfügung? Diese und andere Forschungsfragen wurden mit Hilfe von Leitfadengesprächen mit Religionsvertretern untersucht.

Die Auswahl der zu befragenden Religionsvertretern erfolgte anhand verschiedener Kriterien, zu denen die Tradition in der Schweiz, die Grösse und die Entwicklungsdynamik (Wachstumspotential) gehörten. Die Auswahl der Religionsgemeinschaften erfolgte in Absprache und mit Beratung von Religionswissenschaftlern.

In jeder Religionsgemeinschaft wurde diejenige Person befragt, welche für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig ist. Das war in kleineren Gemeinschaften meist die Leitungsperson selber, in grösseren Gemeinschaften dagegen eher eine für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortliche Person. Befragt wurden insgesamt 21 Religionsvertreter. Die Auswahl von Gesprächspartnern wurde so vorgenommen, dass sowohl die zwei grossen Landeskirchen (5 Katholiken, 6 Protestanten) als auch kleinere Religionsgemeinschaften (3 Juden, 3 Moslems, 1 Mitglied einer Freikirche, 1 Hinduist, 1 Buddhist, 1 Atheist) in der Untersuchung vertreten waren. Die Ge-

sprache wurden in den zwei grossen Sprachregionen in der Schweiz durchgeführt (15 Interviews in der Deutschschweiz, 6 Interviews in der französischen Schweiz).

Die Ergebnisse der Interviews machen deutlich, dass es sehr grosse Unterschiede zwischen den verschiedenen Religionsgemeinschaften gibt. Vereinfachend können dabei die folgenden zwei Hauptgruppen unterschieden werden: In der einen Gruppe sind die zwei Landeskirchen, welche allein schon wegen ihrer Grösse über die notwendigen Ressourcen für eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit verfügen, sei dies auf der nationalen wie auch kantonalen Ebene.

In der zweiten Gruppe sind die anderen und damit auch wesentlich kleineren Religionsgemeinschaften, welche ein gemeinsames Problem haben: Wegen mangelnder finanzieller Ressourcen wird die Öffentlichkeits- und Medienarbeit wenn überhaupt, dann nicht professionell, sondern nur als ehrenamtliches Engagement betrieben. Weitere strukturelle Schwierigkeiten, welche eine einheitliche Öffentlichkeits- und Medienarbeit erschweren, sind die sehr dezentrale und zersplitterte Organisation innerhalb bestimmter Religionen. So existiert weder bei den Muslimen noch bei den Hinduisten noch bei den Buddhisten ein gemeinsamer, nationaler Dachverband, an den sich Journalisten bei bestimmten Fragen wenden könnten.

Trotz dieser erschwerenden Rahmenbedingungen weisen zumindest zwei dieser kleineren Religionsgemeinschaften klare Strategien und auch eine erhebliche Intensität der Öffentlichkeitsarbeit auf, nämlich die hier befragte Freikirche (International Christian Fellowship ICF) und die Atheistenorganisation (Freidenker-Vereinigung).

Wie viel Wert legen die untersuchten Religionsgemeinschaften auf eine systematische Medien- und Öffentlichkeitsarbeit? Hier waren bemerkenswerterweise wieder grosse Gemeinsamkeiten zwischen den Antworten von grossen und kleinen Gemeinschaften festzustellen, nämlich eine deutliche Zurückhaltung, aktiv auf die Medien zuzugehen. Einer der Gesprächspartner erwähnte in diesem Zusammenhang den allgemein anerkannten Grundsatz von erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit („Tu Gutes und sprich davon“) und charakterisierte in selbstkritischer Absicht die bisherige Öffentlichkeitsarbeit als Umkehrung dieses Grundsatzes: „Tu Gutes, aber sprich nicht davon in der Öffentlichkeit“.

Eine weitere Gemeinsamkeit zwischen den verschiedenen Religionsgemeinschaften war die meist selbstkritische Einschätzung der eigenen Aktivitäten gegenüber den Medien. Viele Gesprächspartner betonten, dass in ihren Religionsgemeinschaften das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer systematischen Medienarbeit in den letzten Jahren gewachsen sei und dass dieses Bewusstsein auch zu konkreten organisatorischen Veränderungen geführt habe. Dieser Wandlungsprozess in Richtung einer verbesserten Öffentlichkeitsarbeit ist aus der Perspektive der meisten Interviewpartner auch noch nicht abgeschlossen, sondern nach wie vor in Gange.

2.2 Ergebnisse aus den Leitfadengespräche mit Journalisten

Wie behandeln Journalisten das Thema Religion? Welche Faktoren führen dazu, dass Religion überhaupt von den Medien aufgegriffen wird? Und was sind die redaktionellen Ressourcen (Personal, Spezialisierungsgrad etc.), welche für das Thema Religion zur Verfügung stehen?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurden Leitfadengespräche mit 35 ausgewählten Journalisten aus Print-, Radio- und TV-Redaktionen der Deutsch- und Westschweiz geführt. Ähnlich wie bei den Religionsvertretern wurde die Auswahl der Medien so vorgenommen, dass sowohl die beiden grossen Sprachregionen wie auch möglichst

alle Medientypen (Lokal-, Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen, private und öffentliche Radios, öffentliches Fernsehen) und zwei Sendeformate (Tagesaktualität vs. Hintergrund) in der Erhebung vertreten waren.

Innerhalb der Redaktion wurde jeweils der oder die Medienschaffende befragt, der/die sich hauptsächlich um das Thema Religion kümmert. In zahlreichen Redaktionen existieren keine klaren Zuständigkeiten bezüglich der Berichterstattung über Religion, weder ausdrücklich noch informell. In diesen Fällen wurde das Gespräch mit dem Redaktionsleiter, dem Chefredaktor oder seinem Stellvertreter geführt.

Zusammenfassend kann hier festgehalten werden, dass die befragten Schweizer Journalisten den Themenbereich Religion bzw. religiöse Ereignisse grundsätzlich ähnlich bearbeiten wie auch andere Themen. Die auch von den befragten Journalisten wahrgenommene Vernachlässigung des Themas wird weitgehend damit begründet, dass religiös motivierte Ereignisse an sich in der Regel weit weniger Nachrichtenwert aufweisen als etwa politische oder wirtschaftliche. Eine Folge davon ist, dass religiöse Themen dann an journalistischer Relevanz gewinnen, wenn sie mit politischen, wirtschaftlichen, sportlichen oder wissenschaftlichen Themen gekoppelt werden können bzw. entsprechende Ordnungen irritieren. Um vom Journalismus ausgewählt und inszeniert zu werden, müssten Kommunikationsangebote des nach der Leitdifferenz Transzendenz/Immanenz operierenden Religionssystems der journalistischen Leitdifferenz der Mehrsystemrelevanz untergeordnet werden können. Die Wahrscheinlichkeit, vom Journalismus bearbeitet zu werden, steigt zudem, wenn die zu thematisierende Irritation zwischen religiösen und anderen Systemlogiken in narrativen Strukturen dargestellt werden kann. Weil nun aber Religion bzw. Religiosität kaum aus sich heraus thematisiert wird, ist zu erwarten, dass der Journalismus die darzustellenden Handlungen religiöser Akteure in Erzählstrukturen giesst, in denen beispielsweise eher eine politische Deutung (etwa zu Machtmissbrauch) dominiert bzw. die religiöse überschreibt. Diese Erwartung wird durch weitere Befunde der Befragungen genährt, wenn festzustellen ist, dass in den Publikumsmedien von wenigen Ausnahmen abgesehen und trotz zugeschriebener Relevanz des Themas kaum von fachspezifischem Wissen geschweige denn von Spezialisierung die Rede sein kann.

2.3 Ergebnisse aus der Inhaltsanalyse

Auch bei der dritten Datenerhebung, nämlich der quantitativen Medieninhaltsanalyse, wurden sowohl Medien aus der deutschen wie der französischen Schweiz untersucht und zwar eine Auswahl derselben, welche bereits bei den Leitfadengesprächen Untersuchungsgegenstand waren. Die aktuelle Berichterstattung wurde mit einer Stichproben von 12 Monaten analysiert. Für die Printmedien wurde zudem ein Zeitvergleich mit der Berichterstattung vor 10 Jahren realisiert, um Hinweise über längerfristige Trends zu erhalten.

Wie die Analyse der Daten zeigt, wird die Berichterstattung mit und über Religion von zwei Religionsgemeinschaften dominiert: auf der einen Seite dem Islam, auf der anderen Seite dem Katholizismus. Der Anteil der Beiträge, die sich mit dem Protestantismus beschäftigen, ist im Verhältnis verschwindend klein. Woran dies liegt, darüber können nur Vermutungen angestellt werden. Möglicherweise fehlt dem Protestantismus eine interessante Führungsperson, wie es die Katholiken mit dem Papst haben. Oder es fehlen Skandale, Konflikte oder extreme Positionen.

Für die Journalisten weist Religion wenig Nachrichtenwert auf und wird häufig erst gekoppelt mit anderen Themen spannend und relevant. Generell wird deutlich, dass

es Religion vor allem im Zusammenhang mit politischen Themen in die Medien schafft. Es zeichnen sich darin die zahlreichen Krisen und Konflikte in der Welt ab, in die religiöse Gruppen involviert sind. Religion an sich bzw. religiöse Inhalte sind hingegen selten Thema der Berichterstattung. Religiöse Dimensionen sind wenig vertreten, der Religionsframe ist nur in einem geringen Anteil der Beiträge zu finden. Das fällt vor allem bei den nicht-christlichen Religionen auf. Unter Berücksichtigung der Themen, mit welchen die Religionen auftreten, legt dies den Schluss nahe, dass christliche Religionen, die eine lange Tradition in der Schweiz haben, eher als Religionen betrachtet werden. Nicht-christliche Religionen hingegen, die in der Schweiz (noch) nicht traditionell verankert sind, werden eher als politische Organisationen und Akteure wahrgenommen. Das zeigt sich auch daran, dass bei christlichen Religionen vor allem geistliche Hauptakteure auftreten, bei nicht-christlichen hingegen mehrheitlich sonstige Mitglieder einer Religion. Einzige Ausnahme bildet der Buddhismus – hier nimmt der Dalai Lama eine ausserordentliche, über alles dominierende Position ein, was sich wiederum mit der Prominenz dieses Akteurs erklären lässt.

Bezeichnend ist, dass Negativität die Berichterstattung über Religion prägt, angefangen bei der Dominanz negativer Ereignisvalenz, bei dem Gewicht des Konfliktframes, bis zu den negativen narrativen Mustern und Attributen, die häufig anzutreffen sind. Negativität ist insbesondere bei den nicht-christlichen Religionen ein sehr starker Faktor. Die Buddhisten und die Juden werden dabei meist als Opfer negativer Ereignisse dargestellt, das heisst, sie sind in negative Ereignisse involviert, nehmen aber darin Muster wie „Opfer“, „Helden“ oder „gute Mütter“ ein. Muslime generell und Schiiten im Speziellen werden dagegen klar als Auslöser oder Mitschuldige der negativen Ereignisse identifiziert. Sie werden häufig als „Bösewichte“ typisiert und auch mit negativen Attributen charakterisiert. Doch auch der Katholizismus ist von negativen Ereignissen keineswegs ausgenommen, und seine Vertreter treten vermehrt als „Schuldige“ in Erscheinung. Das Auftreten dieser narrativen Muster ist beim Islam kaum themenabhängig, das heisst, es scheint ein generell verwendetes Stereotyp zu sein. Das lässt sich bei keiner anderen Religionsgemeinschaft so stark (bzw. in gleichem Ausmass) finden. Die Ergebnisse legen den Schluss einer unausgewogenen Berichterstattung nahe, beginnend bei einer sehr geringen Vielfalt an dargestellten Religionsgemeinschaften bis hin zu einer sehr einseitigen Verwendung von Attributen, Frames und narrativen Mustern. Generell kann ausserdem gesagt werden, dass die Berichterstattung insofern Christentum zentriert ist, als dass religiöse Inhalte, religiöse Dimensionen oder institutionelle Verfahren von Religionsgemeinschaften vorwiegend im Zusammenhang mit dem Christentum auftreten. Bei den anderen Religionsgemeinschaften geht es mehrheitlich um Politik, besonders um Auslandsberichterstattung.

3. Zusammenfassung der Befunde

Das Thema Religion ist in den Medien ein Randthema: Die Thematisierungsintensität in den Medien ist tief und wenn Religion überhaupt zum Gegenstand der Berichterstattung wird, so erfolgt die Auswahl der Religionsgemeinschaften einseitig (Fokussierung auf das Christentum bzw. insbesondere den Katholizismus). Bei nicht-christlichen Religionsgemeinschaften stehen Personen und Ereignisse aus dem Ausland im Zentrum, welche meist eine politische Komponente und eine negative Valenz (Konfliktereignisse) aufweisen. Vergleichsweise selten wird dagegen über die meist unproblematische Präsenz von nicht-christlichen Religionsgemeinschaften in der Schweiz berichtet.

Welche Faktoren können als mögliche Ursachen für dieses Ergebnis genannt werden? Erklärungsfaktoren können sowohl bei den Religionsgemeinschaften als auch bei den Journalisten und Medien identifiziert werden: Die Interviews mit den Religionsvertretern haben gezeigt, dass bei vielen Religionsgemeinschaften sowohl die notwendigen Strukturen als auch eine Kultur der systematischen Auseinandersetzung mit Medien, z.B. in Form von ausformulierten Strategien der Öffentlichkeitsarbeit, fehlen. Aber auch bei den Medien sind die wesentlichen Voraussetzungen für eine kontinuierliche und kompetente Berichterstattung zum Thema Religion kaum vorhanden. Es gibt nur sehr selten redaktionsinterne Spezialisten für das Thema Religion und die Berichterstattung erfolgt demzufolge auch meist aus einer passiven und abwartenden Haltung. Nicht journalistische Neugier und Eigenrecherche steht am Anfang der medialen Thematisierung von Religion, sondern Journalisten wenden sich diesem Thema nur reaktiv auf Grund von Ereignissen mit hoher medialer Attraktivität (Nachrichtenwerte) zu. Meistens steht dabei das Thema Religion nicht für sich alleine, sondern in Verbindung mit anderen Themen wie Politik, Wirtschaft oder Kultur.

4. Fazit und Empfehlungen

Die Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse hat gezeigt, dass die Darstellung insbesondere von nicht-christlichen Religionsgemeinschaften in Schweizer Medien als problematisch zu betrachten ist. Aufbauend auf diesen zentralen Befund sollen hier einige allgemein gehaltenen Empfehlungen an die zwei Akteursgruppen formuliert werden, welche im gegebenen Rahmen von meist sehr knappen Ressourcen umgesetzt werden können:

Die Religionsgemeinschaften sollten einfache und funktionsfähige Strukturen für Medien- und Öffentlichkeitsarbeit aufbauen. Jede einzelne Religionsgemeinschaft sollte eine oder mehrere Personen bestimmen, welche für die Beantwortung von Medienanfragen zuständig ist. Ziel dieser Strukturierung sollte die Erleichterung der journalistischen Arbeit sein im Sinne einer raschen Identifizierung von Kontaktpersonen und Interviewpartnern. So einfach diese Empfehlung klingen mag, so schwierig ist deren Umsetzung in den Religionsgemeinschaften (z.B. dem Islam), welche in der Schweiz sehr heterogen organisiert sind.

Die Religionsgemeinschaften sollten nicht nur Strukturen, sondern auch Strategien der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit entwickeln. Zu solchen Kommunikationsstrategien gehören im Wesentlichen drei Elemente: 1) Messbare Kommunikationsziele 2) Machbare Umsetzungsmassnahmen (z.B. Kernbotschaften, Medienereignisse wie Tage der offenen Tür etc.) und 3) eine periodische Evaluation und Erfolgskontrolle der gewählten Strategie.

Wir haben im Rahmen dieses Forschungsprojektes bereits einige erste Schritte in Richtung Umsetzung dieser Empfehlungen an die Religionsgemeinschaften gemacht, in dem wir einen Weiterbildungskurs „Religionskommunikation“ konzipiert und an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften auch realisiert haben. An dem Kurs haben sieben Religionsvertreter teilgenommen. Eine Wiederholung dieses Kurses ist für das Jahr 2010 geplant.

Als realisierbare Empfehlung an die Medien und Journalisten soll hier primär zu einer Verbesserung der individuellen Qualifizierung geraten werden. Der Aufbau von themenspezifischen Redaktionsstrukturen (z.B. ein Ressorts zum Thema Religion) erscheint dagegen sowohl aus ökonomischen wie auch organisatorischen Gründen (genereller Trend zur Auflösung von Ressortstrukturen in Redaktionen) als unrealistisch. Unsere Untersuchung hat gezeigt, dass bei der individuellen Qualifizierung von Journalisten für das Thema Religion erhebliche Mängel bestehen, nicht

nur bei möglichem Spezialwissen über Religionen, sondern oft auch bei Wissensbeständen, welche als Teil der Allgemeinbildung zu betrachten sind. Die Inhaltsanalyse hat zudem gezeigt, dass das Thema Religion meist als „Mitfahrerthema“ bei anderen Medienthemen aufgegriffen wird. Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, eine Qualifizierung der Journalisten für das Thema Religion nicht erst auf der Weiterbildungsstufe, sondern bereits in der journalistischen Grundausbildung anzustreben. Neben der Vermittlung von religionsrelevantem Sachwissen sollte dabei auch Zugangswissen (Hinweise auf aktuelle schriftliche Informationsquellen, Kontaktinformationen zu Religionsvertretern) vermittelt werden.