

Carmen Koch

Religion in den Medien

Eine quantitative Inhaltsanalyse
von Medien in der Schweiz

Carmen Koch
Religion in den Medien

Carmen Koch

Religion in den Medien

Eine quantitative Inhaltsanalyse
von Medien in der Schweiz

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Herbstsemester 2010 auf Antrag von Prof. Dr. Urs Dahinden und Prof. Dr. Heinz Bonfadelli als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86764-342-9

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2012

Einbandgestaltung: Susanne Fuellhaas, Konstanz
Druck: Bookstation GmbH, Sipplingen

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz
Tel.: 07531-9053-0 · Fax: 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhalt

1	Einleitung	9
2	Religion – Eingrenzung des Gebiets	17
2.1	Begriffsbestimmung.....	17
2.2	Dimensionen der Religiosität	20
2.3	Überblick über Religionsgemeinschaften.....	22
2.4	Religionslandschaft Schweiz und Welt	23
2.5	Trends in der Religionslandschaft	26
3	Theorien zu Medieninhalten	31
3.1	Einleitung.....	31
3.2	Stereotype	31
3.3	Nachrichtenwerttheorie.....	39
3.4	Framing.....	60
3.5	Narration.....	80
3.6	Zusammenfassung und Abgrenzung	104
4	Forschungsstand: Religion und Medien	105
4.1	Empirische Untersuchungen zum Verhältnis Journalisten – Religion	105
4.2	Inhaltsanalysen zur Darstellung von Religion in den Medien	110
5	Forschungsleitende Fragestellung und generierte Annahmen	137
6	Methodisches Vorgehen	147
6.1	Quantitative Inhaltsanalyse.....	147
6.2	Sampling.....	148
6.3	Codierung	159
6.4	Kontexte	169
7	Empirische Analyse mit Hypothesendiskussion	173
7.1	Religionsgemeinschaften in den Medien	174
7.2	Religion nebenbei erwähnt	183
7.3	Einleitung zur Analyse der Religionsberichterstattung.....	190

7.4	Deskription der Religionsberichterstattung.....	192
7.5	Themenfelder und die Thematisierung von Religion	199
7.6	Wie werden die Beiträge geframed?	222
7.7	Nachrichtenfaktoren in der Religionsberichterstattung.....	244
7.8	Die Akteure in der Religionsberichterstattung.....	273
7.9	Narrative Muster in der Religionsberichterstattung.....	289
8	Schlussbetrachtungen	311
8.1	Die Religionsberichterstattung.....	311
8.2	Bilder der einzelnen Religionsgemeinschaften	315
8.3	Fazit	322
8.4	Grenzen und Stärken der Arbeit.....	323
8.5	Ausblick.....	331
	Literatur.....	335

Dank

Es ist ein toller Moment, ein Dissertationsprojekt abzuschliessen. Damit ich überhaupt beginnen konnte, war das nationale Forschungsprogramm 58 zum Thema »Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft« ausschlaggebend. Es hat meine Forschung erst ermöglicht. Auch als nach zwei Jahren die Finanzierung unseres Gesamtprojektes, von welchem die vorliegende Inhaltsanalyse ein Teil ist, auslief, erhielt ich für die Schlussphase der Dissertation rasch und unkompliziert weitere Unterstützung. Vielen Dank dafür!

Danken möchte ich im Weiteren Urs Dahinden, der als Betreuer meine Dissertation von Anfang an begleitet und gefördert hat, sowie dem Zweitgutachter Heinz Bonfadelli.

Für die Sampling- und Codierarbeit haben zahlreiche studentische Mitarbeitende unverzichtbare Beiträge geleistet. Insbesondere möchte ich Rebecca Wyss erwähnen. Sie hat das Projekt lange begleitet, war immer einsatzbereit und hat zuverlässig sowie versiert gearbeitet.

Maura Wyler, Angelica Hüsler, Iris Herrmann, Sara Signer und Karin Steimen haben wertvolle Korrekturarbeit geleistet. Noch wichtiger waren aber während der ganzen Zeit ihre, sowie Colette Schneiders hilfreichen Tipps, das Zuhören, sowie ihre emotionale Unterstützung. Dafür möchte ich euch ein grosses Dankeschön aussprechen!

Bedingungslose Unterstützung habe ich von zwei der wichtigsten Menschen in meinem Leben erhalten, meinem Lebenspartner Thomas Maurer und meiner Mutter Elfriede Koch. Ihre Liebe, Aufmunterung und guten Zusprüche haben mich während der ganzen Zeit der Dissertation getragen. Sie haben auch noch ganz konkret mitgewirkt und viel Zeit investiert, Thomas Maurer beim Layout, Elfriede Koch beim Sampling. Ganz herzlichen Dank!

Carmen Koch

Baden, September 2011

1 Einleitung

Diese Arbeit hat zum Ziel, die Berichterstattung über und mit Religion in Schweizer Medien zu untersuchen und aufzuzeigen, welche Religionsgemeinschaften mit welchen Bildern beschrieben werden. Religion ist schon seit jeher ein wichtiger Teil des Menschseins und prägt die Gesellschaft entscheidend mit. Zwar werden immer wieder Säkularisierungsthesen diskutiert, jüngste Studien lassen aber erkennen, dass es sich dabei mehr um eine Abwendung der Gläubigen von den grossen Landeskirchen handelt als von der Religion selber. Religion hat in irgendeiner Form immer noch eine wichtige Stellung bei den Menschen, auch bei den Schweizerinnen und Schweizer. Veränderungen in der Religionslandschaft führen dazu, dass Religion wieder vermehrt in den Fokus der Öffentlichkeit rückt. Prozesse, die diesen Wandel initiiert haben oder zumindest vorantreiben, sind die Globalisierung und Migrationsbewegungen. Durch die neue Weltoffenheit, etwa in Form des Internets oder durch die Möglichkeit, mit dem Flugzeug innert kurzer Zeit Land und Kontinent wechseln zu können, entstehen neue Begegnungen mit bisher fremden Religionsgemeinschaften. Auf der anderen Seite gewinnen durch die Migrationsbewegungen in der Schweiz noch weniger verbreitete Religionsgemeinschaften wie beispielsweise der Islam zunehmend an Bedeutung. Schliesslich wird die religiöse Landschaft der Schweiz geprägt vom Aufschwung neuer religiöser Bewegungen wie die Freikirchen oder esoterische Bewegungen. Es ist also eine neue religiöse Vielfalt spürbar. So zeigt sich, dass die Religionen noch immer für viele Menschen sinn- und identitätsstiftende Funktionen ausüben. Sie gehören dann insbesondere zur privaten Lebenswelt. Auf der anderen Seite sind sie als ein gesellschaftlicher Akteur Teil der Kulturen und der Öffentlichkeit. Auch die Politik instrumentalisiert Religion. Jüngstes Beispiel dafür ist die Anti-Minarett-Initiative. Der Islam wurde dabei genutzt, um latente Ängste über Ausländer zu forcieren und sichtbar werden zu lassen. Nachdem die Initiative sich 2010 bei der Schweizer Bevölkerung durchgesetzt hat, werden nun auch andere islambezogene Themen wie das Tragen von Burkas aus dem Privatbereich in die öffentliche, politische Debatte eingebracht. Religion hat also eine gewisse öffentliche Relevanz für die Menschen und müsste damit auch in den Medien präsent sein. Aber inwiefern ist sie das wirklich? Und wie wird dann über sie berichtet?

Die vorliegende Studie versucht, diesen Fragen nachzugehen. Sie ist Teil des Schweizerischen nationalen Forschungsprogramm 58 »Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft«, das am 2. Dezember 2005 vom Bundesrat bewilligt wurde. Es ist das Resultat der Erkenntnis, dass das Thema Religion wieder verstärkt ins öffentliche Bewusstsein rückt und sich dem Staat und der Gesellschaft diesbezüglich neue Probleme und Herausforderungen stellen. Dieses neue Bewusstsein manifestiere sich etwa in Diskussionen um den Bau von Minaretten oder buddhistischen Tempeln, genauso wie in der Debatte um den Religionsunterricht in der Schule. So wurden folgende grundsätzliche Fragen an die Forscher gestellt:

»Wie lassen sich die verschiedenen neuen Religionsgemeinschaften erfolgreich in die Schweiz integrieren? Wie verständigen sich die verschiedenen Religionen untereinander und wie mit den nicht religiösen Bevölkerungsanteilen? Muss der Staat sein Verhältnis zur Religion und den Religionen überdenken und eine aktivere Rolle spielen als bisher?« (www.nfp58.ch)

Ein Modul dieses Nationalen Forschungsprogrammes ist »Religion, Medien und Politik«, in der die vorliegende Inhaltsanalyse als Teil des Projekts »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen« realisiert wurde. Ein weiterer Teil des Projekts waren qualitative Interviews mit Journalisten und Religionsvertreter, in welchen das gegenseitige Verhältnis dieser beiden Gruppierungen untersucht wurde. Im Rahmen der Präsentation des aktuellen Forschungsstandes in dieser Arbeit werden die Resultate dazu vorgestellt. Diese Ausgestaltung des Schweizerischen Nationalfondprojekts 58 weist also bereits auf die Bedeutung der Medien im Kontext von Religion und Gesellschaft hin.

Wenn Religionen ein bedeutender Teil der menschlichen Lebenswelt sind, ist es auch aus der Sicht der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft nicht unerheblich, in welcher Art und Weise die Medien dieses Gebiet abdecken. Während aber etwa die Darstellung von Politik oder Sport in den Medien gut und intensiv beforschte Bereiche sind, ist der Religion diesbezüglich kaum Aufmerksamkeit geschenkt worden. Es gibt kein entsprechend ausgebautes Forschungsgebiet. Vielmehr wurde das Feld »Religion in den Medien« bisher nur unsystematisch, eingeengt und stark einseitig untersucht. Viele der Studien haben sich darauf beschränkt, die Berichterstattung über eine, höchstens zwei Religionsgemeinschaften zu analysieren. Dabei wird fast ausschliesslich der Islam in den Medien als Untersuchungsgegenstand ausgewählt, während die Darstellung anderer Religionsgemeinschaften praktisch nicht untersucht wurde. Insbesondere die Religionsberichterstattung als Gesamtes hat in

der Schweiz, soweit bekannt, aus publizistik- und medienwissenschaftlicher Sicht keine Aufmerksamkeit erhalten. Die vorliegende Studie ist ein Vorstoss, diese Lücken zu füllen.

Eine solche Untersuchung, die Religion in den Medien erstmals umfassend ergründen möchte, muss das Feld also rudimentär abstecken. Folgende Fragestellungen bieten sich daher an: Wie lässt sich die Berichterstattung über Religion, Religionsgemeinschaften beschreiben? Wie wird über verschiedene Religionsgemeinschaften berichtet? Welches Bild vermitteln die Medien von ihnen? Damit schwingt natürlich latent die Frage nach Stereotypisierungen mit. Ziel ist es, die Religionsberichterstattung als Ganzes zu untersuchen, aber ebenfalls Hinweise darauf zu erhalten, wie über einzelne Religionsgemeinschaften berichtet wird. Es wird dafür als eine These formuliert, dass Religion vor allem im Zusammenhang mit Politikthemen Eingang in die Medien findet und das Religiöse selber, im Sinne von Transzendenz, von Ritualen oder religiösen Erfahrungen nur marginal berücksichtigt wird. Im Weiteren wird davon ausgegangen, dass sich die Berichterstattung abhängig von der darin vorkommenden Religionsgemeinschaft unterscheidet. Bekannt ist, dass das Bild des Islams in den Medien von einem negativen, politisierten Kontext geprägt ist. Ferner wird vermutet, dass in der Berichterstattung über Christen ein differenzierteres Bild vermittelt wird als in der Berichterstattung über nicht-christliche Religionsgemeinschaften. Diese Annahme gründet darin, dass das Christentum in der Schweiz historische Wurzeln hat, deshalb immer noch Mehrheitsreligion ist und deshalb auch viele der Journalisten mit ihm vertraut sind.

Bestehende Studien zu Religion und Medien haben den Gegenstand vor allem deskriptiv untersucht, theoretische Ansätze hingegen nur selten angewendet. Diese Arbeit strebt an, nebst einer deskriptiven Analyse die Berichterstattung über Religion vor dem Hintergrund religionswissenschaftlicher, aber insbesondere publizistik- und medienwissenschaftlicher Aspekte zu untersuchen. Um sich den Fragestellungen anzunähern, wurde aus der Religionswissenschaft das Konzept der Dimensionen der Religiosität (Glock 1969) entliehen. Dieses bietet Anhaltspunkte dafür, auf welchen Ebenen sich Religion manifestiert und wonach somit in der Berichterstattung gesucht werden muss, um Religiosität zu identifizieren. Aus dem Feld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften wurden drei Ansätze entnommen. Einerseits die Nachrichtenwert- und Framingtheorie, andererseits das Konzept der narrativen Muster. Die Nachrichtenwerttheorie macht Aussagen darüber, welche Faktoren ein Ereignis aufweisen muss, damit sich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass es zur Nachricht gemacht wird. Solche

Nachrichtenfaktoren können beispielsweise Konflikt oder Prominenz sein. Einige Forscher gehen davon aus, dass der Journalist dem Ereignis in der Berichterstattung solche Nachrichtenfaktoren auch selber zuschreibt, indem er beispielsweise eine unbeteiligte prominente Person zu deren Einstellung gegenüber dem Ereignis befragt. Oft werden Nachrichtenfaktoren in den Beiträgen besonders betont. Die Framing-Theorie ihrerseits macht Aussagen über die Konstruktion von Sinn in Medientexten. Der Prozess des Framings beinhaltet dabei das Hervorheben bzw. Ausblenden gewisser Informationen. Sowohl die Nachrichtenwert- als auch die Framingtheorie haben sich in der Empirie immer wieder bewährt, insbesondere wenn es darum geht, Selektionsentscheidungen zu untersuchen. Gleichzeitig haben sie ihr beschreibendes Potential bewiesen. Die beiden Ansätze sind deshalb für diese Arbeit eine wichtige Basis, um die Berichterstattung beschreiben zu können. Ferner wurde der Ansatz der narrativen Muster berücksichtigt. Narration hat in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bisher kaum Aufmerksamkeit erhalten und wenn, dann nur aus der Wirkungsperspektive. Einige haben Narration ferner in Aufsätzen diskutiert, nicht aber empirisch angewandt. Dabei wird Narration im Journalismus täglich verwendet. Es wird hier davon ausgegangen, dass sich in der journalistischen Berichterstattung narrative Muster manifestieren, die immer wieder gefunden werden können. Sie vermitteln als eine Art Basisgeschichten die Normen und Werten einer Gesellschaft. Mit deren Erfassung kann also einerseits erforscht werden, in welchen Mustern die einzelnen Religionsgemeinschaften dargestellt werden, andererseits mehr über die vorherrschenden Normen und Werte in dieser Berichterstattung und damit in der Gesellschaft in Erfahrung gebracht werden. Die verschiedenen Ansätze werden in der Arbeit ergänzend verwendet, sie sollen sich nicht konkurrieren. Jedes Theorieelement sowie die deskriptiven Variablen werden als Puzzleteil verstanden, die, sich gegenseitig ergänzend, ein gesamthafes Bild der Darstellung von Religionsgemeinschaften in ausgewählten Medien aufzeichnen. Dieses so eruierte Bild kann dann vor dem Hintergrund des Wissens aus der Stereotypenforschung eingeordnet werden.

Methodisch wurde mit einer quantitativen Inhaltsanalyse gearbeitet. Im Sinne einer Methodentriangulation sind den dieser Analyse vorangehenden Modulen des Projekts »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen«, wie bereits angedeutet, qualitative Befragungen von Journalisten und Religionsvertretern vorausgegangen. Die Erkenntnisse aus diesen Gesprächen flossen in die Erstellung des Codebuchs ein. Das Codebuch ist in zwei Stufen aufgebaut: In die erste Stufe gin-

gen alle Beiträge ein, in welchen mindestens ein religiöses Wort vorkommt. Danach erfolge eine Unterscheidung in Beiträge, in denen Religion dominant vorkommt, also ein religiöser Hauptakteur auftritt oder mindestens ein Drittel des Beitrages irgendwie mit Religion zusammenhängt und in Beiträge, in welchen Religion Nebenthema ist. Nur erstere wurden ausführlich untersucht. Für alle anderen sind die Religionsgemeinschaften, Themenfelder und der Zusammenhang, in welchen die Religion eingebettet ist, codiert worden. Gegenstand der Untersuchung waren Medien aus der Region Zürich und Lausanne, womit zwei Sprachräume abgedeckt waren. Um ein möglichst breites Sample zu erhalten, wurde eine grosse Vielfalt von Medientypen ausgewählt: von Tages-, Wochen-, Sonntags- über Gratiszeitungen bis hin zu Nachrichten- und Hintergrundsendungen aus dem Fernsehen und Radio. Schlussendlich sind so achtzehn verschiedene Zeitungen und Sendungen für den Zeitraum vom 7.12.2007 bis 6.12.2008 untersucht worden. Für einen aus forschungswirtschaftlichen Gründen reduzierten Teil der Medien (alles auflagenstarke Tageszeitungen) wurde ausserdem das Jahr 1998 erhoben, um Aussagen über mögliche Unterschiede nach Jahren treffen zu können. Das Sampling erfolgte mittels einer Stichwortsuche in verschiedenen Mediendatenbanken bzw. dem Durchhören der elektronischen Sendungen. Aus dem vorliegenden Material wurde dann für jedes Medium und Jahr eine gleich grosse Stichprobe gezogen. Dadurch gingen schlussendlich 4920 Beiträge in die Stichprobe ein, 2138 davon auch in die zweite Codierstufe. Die methodische Arbeit des Projekts wurde von einem wissenschaftlichen Board aus Publizistik- und Kommunikationswissenschaftlern, Religionswissenschaftlern und Religionsjournalisten begleitet. Die Sampling- und Codierarbeit wurde von der Autorin selber mit der Hilfe von studentischen Hilfskräften übernommen.

Aufbau und Inhalt

Diese Arbeit setzt sich aus sieben zentralen Teilen zusammen. Gleich im Anschluss an diese Einleitung wird in Kapitel 2 zunächst der Forschungsgegenstand, die Religion behandelt. In einer Diskussion von Definitionsversuchen wird aufgezeigt, was in dieser Arbeit unter Religion verstanden wird und in welchen Dimensionen sich Religiosität manifestieren kann. Nach einer kurzen Charakterisierung verschiedener Religionsgemeinschaften, folgt ein Überblick darüber, wie sich verschiedene Religionsgemeinschaften über die Schweizer Bevölkerung, aber auch weltweit verteilen. In jenem Kapitel werden ferner Trends in der Religionslandschaft thematisiert. Es wird aufgezeigt, was unter den Phäno-

menen Säkularisierung, Dualisierung, Privatisierung, Deprivatisierung und/oder der Rückkehr der Religionen zu verstehen ist und inwiefern aktuelle Forschungsergebnisse die Entwicklungen bestätigen oder zurückweisen. In Kapitel 3 wird dann die medientheoretische Basis für die Inhaltsanalyse gelegt. Allerdings fängt es mit einem eher psychologischen Teil an, den Stereotypen (Kapitel 3.2). Da sich diese aber stark in und durch die Medien manifestieren, sind sie durchaus auch ein publizistik- und medienwissenschaftliches Thema. Die folgenden Unterkapitel befassen sich der Reihenfolge nach mit der Nachrichtenwerttheorie (Kapitel 3.3), dem Framing-Ansatz (Kapitel 3.4) und dem Ansatz der Narration (Kapitel 3.5). In Unterkapitel 3.6 werden diese verschiedenen Ansätze zusammengebracht und Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede diskutiert. Im Anschluss an jenen theoretischen Teil folgt eine Übersicht über den Forschungsstand zu »Religion und Medien« (Kapitel 4). Als Einstieg (Kapitel 4.1) werden Studien vorgestellt, die das Verhältnis von Journalisten und Religion thematisieren. Dazu gehören die weiteren Module des Projekts »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen«, dem auch die vorliegende Arbeit angehört. Es handelt sich dabei um Interviews einerseits mit Journalisten, andererseits mit Religionsvertretern. Der darauf folgende grössere Teil (Kapitel 4.2) widmet sich Inhaltsanalysen, die sich mit Religion in den Medien beschäftigen. Diese sind meistens auf die Darstellung einer Religionsgemeinschaft in den Medien ausgerichtet. Dementsprechend werden die Studien entlang der verschiedenen Religionen präsentiert. Am meisten Untersuchungen sind über den Islam vorhanden, welche deshalb in zwei Kapitel aufgeteilt werden: eines mit Studien über den Islam in Schweizer Medien und eines mit Islam in europäischen Medien. Der Forschungsstand wird mit einem zusammenfassenden Überblick über verschiedene Studien (Kapitel 4.2.6), deren Sampling (Kapitel 4.2.8) und einer Zusammenfassung der Ergebnisse (4.2.9) abgeschlossen. Darin wird die methodische Umsetzung von Theorien in den Arbeiten diskutiert, die verschiedenen Sampling-Vorgehensweisen einander gegenüber gestellt und die zentralen Ergebnisse aus den einzelnen Studien zusammen gefasst.

All diese theoretischen und empirischen Ausführungen resultieren in forschungsleitenden Fragestellungen und daraus generierten Annahmen. Sie werden in Kapitel 5 vorgestellt und begründet. Das anschliessende Kapitel 1 widmet sich dem methodischen Vorgehen. Hier wird auf einige Spezifika der Inhaltsanalyse (Kapitel 6.1) eingegangen sowie den Sampling- (6.2) und dann den Codierprozess sowie das Codebuch (Kapitel 6.3) aufgezeigt. Werden Beiträge über ein ganzes Jahr bzw. zwei ganze Jahre untersucht, haben Grossereignisse, welche die Ereignislage

des Jahres weitgehend prägen, einen elementaren Einfluss auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse. Dies kann nicht vermieden werden. Um aber die Ergebnisse einordnen zu können, ist es wichtig, diesen Ereignishintergrund zu kennen. Deshalb ist in den methodischen Teil noch das Kapitel 6.4 Kontexte eingeflossen.

Damit ist der Rahmen gesetzt, um in die empirische Analyse einzusteigen, die in Kapitel 7 präsentiert wird. Dieses ist thematisch aufgebaut. Nach jedem Teilkapitel erfolgt eine kurze Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse und Diskussion entlang der dazugehörigen Hypothesen. Einen Einstieg wird gegeben, in dem darauf eingegangen wird, welche Religionsgemeinschaften in den Medien überhaupt zu finden sind (Kapitel 7.1). Dabei wird sowohl auf Beiträge, in welchen Religion dominant vorkommt als auch auf solche, in welchen sie nebenbei auftritt, eingegangen. Letztere werden dann im Kapitel 7.2 noch genauer untersucht. Wovon handeln diese Beiträge, in welchen Religion nur nebenbei erwähnt wird und in welchem Zusammenhang tritt Religion darin auf? Es folgt dann die genauere Analyse der Beiträge, in welchen Religion dominant vorkommt, die also auf zweiter Stufe codiert worden sind. Eine Einleitung dazu gibt Kapitel 7.3, das die Grundlage für die folgenden sechs Kapitel gibt. Um einen Eindruck vom vorliegenden Datenmaterial zu bekommen, wird zuerst eine deskriptive Beschreibung des Materials abgegeben (Kapitel 7.4). Daraufhin werden die Themen daraufhin untersucht und analysiert, inwiefern das Religiöse in diesen Beiträgen überhaupt vorkommt (Kapitel 7.5). Die Themen spielen dann auch zusammen mit anderen Variablen bei der Framing-Analyse eine zentrale Rolle, die darauffolgend vorgestellt wird (Kapitel 7.6). Mittels einer Clusteranalyse konnten vier zentrale Frames identifiziert werden: der Religionsframe, der Frame Moraldiskussion mit Religionsbezug, der Frame politischer Konflikt mit religiösem Akteur und ein areligöser Frame. Die Erhebung der Nachrichtenfaktoren wird daraufhin in Kapitel 7.7 dargelegt. Nachdem all diese Elemente auf Beitragsebene untersucht worden sind, wird das Blickfeld gewechselt und als Untersuchungseinheit die Akteure bestimmt. So wird in Kapitel 7.8 der Frage nachgegangen, wer die religiösen Akteure in der Berichterstattung sind und wie sie attribuiert werden. Im folgenden Kapitel 7.9 stehen in einem ersten Schritt ebenfalls die Akteure im Zentrum. Es wird dargelegt, mit welchen narrativen Mustern sie beschrieben werden. Im zweiten Teil werden narrative Muster noch auf Beitragsebene untersucht.

Nach den Auswertungen folgt das Kapitel 1 Schlussbetrachtungen, in welchem die Arbeit nochmals Review passiert wird. Dazu wird in einem

ersten Schritt eine Zusammenfassung und Interpretation zur Religionsberichterstattung gegeben (Kapitel 8.1). Trichterförmig wird dann das Feld geöffnet und die Ergebnisse nicht mehr im Gesamten, sondern pro Religionsgemeinschaft zusammenfasst (Kapitel 8.2). Das Kapitel 8.3, Fazit schliesst die Überlegungen zu den Ergebnissen ab. Die Grenzen und Stärken der Arbeit werden in Kapitel 8.4 diskutiert, wobei einerseits die Eignung der Theorien (Kapitel 8.4.1), andererseits die Grenzen und Stärken des empirischen Designs (Kapitel 8.4.2) besprochen werden. Mit einem Ausblick darauf, welche zukünftigen Forschungsfelder sich aus dieser Studie ergeben (Kapitel 8.5), wird die Arbeit abgeschlossen.

Anmerkungen:

- Um eine bessere Lesbarkeit zu erzielen, bedient sich die vorliegende Arbeit meist männlicher Substantive, das schliesst die weibliche Form der Begriffe jedoch mit ein.
- Der Begriff »Religionsberichterstattung« wird jeweils verwendet, um Beiträge zu beschreiben, in welchen Religion dominant vorkommt. Kriterien dafür waren: Mindestens einer der genannten Punkte muss zutreffen: 1) Hauptakteur ist eine religiöse Person oder 2) mindestens ein Drittel des Artikels bezieht sich auf Religion

2 Religion – Eingrenzung des Gebiets

Im folgenden Kapitel soll der zentrale Gegenstand dieser Arbeit – die Religion – umrissen werden. Religion nahm und nimmt noch immer einen zentralen Platz in der Kultur und Gesellschaft ein: »When we look at religion cross-culturally – in different contexts and societies across the globe – religion very often impacts on all levels of life, at both the individual and social level« (Nye 2007: o.S.). Auch wenn bereits die Frage aufgeworfen worden ist, ob die Wissenschaft diesen Platz bald ganz einnehmen wird, liefert die Religion dem Menschen noch heute Deutung für seine Existenz, partielle Erklärungen für das Weltverständnis, Lebenszuversicht und eröffnet Auszeiten in einer hektischen Welt. Sie hilft den Umgang mit Unbeeinflussbarem (wie z. B. Glück, Krankheit) zu meistern und liefert Orientierung in Form von Normen (Schröder 2009: 44–46, Glock 1969: 158). Ferner ist sie identitätsstiftend, bietet Handlungsanleitung, Kontingenzbewältigung und Sozialintegration (Kaufmann 1989: 82–88).

In der Folge wird zuerst der Begriff Religion umrissen und aufgrund der Religionsdimensionen ausgeweitet. Schliesslich folgt ein Einblick in statistische Zahlen zur Religionslandschaft Schweiz und der ganzen Welt. Danach werden Tendenzen rund um die Manifestation von Religion und Religiosität in der Gesellschaft diskutiert.

2.1 Begriffsbestimmung

Eine Sichtung der Literatur rund um Religion macht schnell deutlich, dass es zahlreiche verschiedene Definitionen von Religion aus den verschiedensten Fachgebieten gibt (Droogers 2009: 268). Stolz (2007b: 21) hält fest: »In der Religionswissenschaft gibt es zwar Hunderte von Definitionsversuchen, aber keine allgemein anerkannte Definition von Religion.« In diesem Kapitel wird demnach keine endgültige Definition von Religion angestrebt, aber eine Annäherung, um die Phänomenologie nachvollziehen zu können.

Stolz und Baumann (2007b: 22) schlagen in ihrer Arbeit folgende Arbeitsdefinition von Religion vor:

»Religion ist ein Zeichen- oder Symbolsystem, welches Sinn- und Lebensprobleme durch Verweis auf eine ›andere‹, ›höhere‹, ›jenseitige‹ oder ›letzte‹ Ebene behandelt. Bei den Zeichen oder Symbolen, aus welchen Religionen bestehen, kann es sich beispielsweise um Mythen (Erzählungen), Riten, Normen/Ethik oder Heilsgüter handeln. Religionen werden (willentlich oder unwillentlich) von Akteuren immer wieder neu konstruiert, sie sind historischem Wandel und Austausch unterworfen und müssen vom religionswissenschaftlichen Beobachter rekonstruiert werden.«

Die Definition beschreibt Religion als *Symbol- und Zeichensystem*. Symbole werden dabei verstanden als »[...] eine Handlung, ein Objekt, ein Ereignis oder ein Sachverhalt, welcher auf etwas anderes verweist und also eine Bedeutung hat« (Stolz/Baumann 2007b: 23). Werden mehrere dieser Symbole in Zusammenhang gesetzt, entstehen Symbolsysteme. Diesbezüglich halten Baumann und Stolz fest: »Nicht nur die einzelnen enthaltenen Symbole, sondern das ganze System verweist nun auf eine ›Realität‹ ausserhalb« (ebd.: 23). So wird durch Symbolsysteme Realität ständig konstruiert – im Falle von Religion unter anderem auch eine transzendente Realität. Als Symbolsystem kann Religion verschiedene Formen annehmen: sprachliche, bildliche/figürliche, handlungsbezogene oder eine Mischung dieser. Stolz und Baumann weisen in ihrer Definition ausserdem darauf hin, dass Religionen auf *Sinn- und Lebensfragen* bezogen sind. Sie würde demnach »Erklärungen, Handlungs- und Bewältigungsmöglichkeiten anbieten, welche auf eine ›andere‹, ›jenseitige‹ oder ›transzendente‹ (die Grenze der Erfahrung überschreitende) Ebene verweisen« (ebd.: 22). Diese andere Ebene kann unterschiedlich ausgestaltet sein; es kann sich um einen Gott, mehrere Götter, um Ausserirdische, Wunder, Dämonen oder vieles andere handeln (ebd.: 22–27).

Ein anderer Weg Religion zu bestimmen, ist, die Ebenen und Elemente, die Religion konstituieren und ausprägen, zu erfassen (vgl. dazu Nye 2007 und Glock 1969). Diese Herangehensweise hat sich für die vorliegende Arbeit als besonders fruchtbar erwiesen, da Religion mit verschiedenen Elementen in den Medien und damit in der Gesellschaft sichtbar wird. Einen solchen Weg Religion fassbar zu machen, hat Nye (2007) gewählt. Sie unterscheidet zwischen »religion, religions, religious and religioning«, wie in Abb. 1 ersichtlich ist.

Noun	Noun	Adjective	Verb
general category	specific	descriptor	action/practice
religion	religion(s)	religious	religioning
›universal‹ aspect of human culture	refers to particular groups and traditions (e.g. Buddhism, Christianity, Islam)	used in general sense to describe a type of thing or behaviour or experience	not a ›thing‹ but an action, more of process of doing

Abb. 1: Religion, religions, religious and religioning (Nye 2007: o.S.)

Die Tabelle muss dabei wie folgt verstanden werden:

- *Religion (Religion)* bezeichnet hier einen gemeinsamen, universalen Aspekt des Menschseins; das, was hinter allen beobachtbaren spezifischen Religionen liegt. Man geht davon aus, dass »[...] the need for an engagement with an alternative reality, a true meaning of existence, a ground of being, or an ultimate truth is a part of human nature (ebd.: o.S.).
- *Religions (Religionen)* meint spezifische religiöse Traditionen, wie Buddhismus, Christentum oder Islam. In den meisten Diskussionen werden die Unterschiede dargelegt aufgrund der Gegenüberstellung bestimmter Charakteristiken: religiöse Texte, Grundideen, Glauben, Weltansichten, Geschichte und Anführer und Sinn (vgl. etwa mit Abb. 2, Seite 22).
- *Religious (religiös)* bezeichnet die innere Einstellung, das Verhalten und die Erfahrungen von Menschen oder eine besondere Qualität von Dingen.
- »*Religioning*« weist darauf hin, dass Religion sich oft in der Ausübung manifestiert. »Hence, we could suggest that when a person practises their religion (whether through meditation, prayer, or through their daily life routine), they are doing a practice called ›religioning« (ebd.: o.S.). Religion grenzt sich nicht von der menschlichen Sphäre ab, sondern ist das, was Menschen tun und wie sie darüber reden.

Wichtig ist, ständig im Hinterkopf zu halten, dass einzelne Religionen stark kulturabhängig und damit geprägt von kulturellen Eigenschaften sind. Religionen unterscheiden sich nicht nur untereinander, sondern auch intern gibt es grosse Ausprägungen, je nach geografischem oder historischem Kontext (Stolz/Baumann 2007b: 28–29).

2.2 Dimensionen der Religiosität

Eine weitere Möglichkeit Religion zu erfassen, bietet sich mit Glocks mehrdimensionalem Ansatz von Religiosität an. Es ist ein religionssoziologischer Versuch, den Grad der Religiosität zu ermitteln und dabei die Vielfalt religiöser Orientierung zu berücksichtigen. Glock (1969: 151) geht davon aus, dass trotz einzelner Unterschiede »[...] eine gewisse Übereinstimmung zwischen den Weltreligionen über mehr allgemeine Dimensionen, in denen sich Religiosität ausdrücken sollte« besteht. Diese Ausdruckformen von Religion, festgehalten in den Dimensionen, sind allgemein und können in allen grossen religiösen Kulturen der Welt gefunden werden. Sie stellen die Kerndimension von Religiosität dar (Huber 2003: 99). Der Ansatz von Glock (1969) konnte sich in verschiedenen Untersuchungen behaupten, welche die Sichtweise von Religiosität als mehrdimensionales Konstrukt bestätigen (Huber 2003). Die Diskussionen rund um das Messinstrument zur Erfassung dieser Dimensionen durch Befragungen werden hier nicht ausgeführt, da sie für diese Arbeit nicht von Relevanz sind.

Glock (1969) definiert fünf Dimensionen, die als kategorialen Bezugsrahmen für die Erforschung von Religion dienen sollen und die Abschätzung der Religiosität einer Person erlauben. Die Ausprägungen jeder Dimension sei je nach Religion unterschiedlich sind. Die Dimensionen lauten wie folgt (ebd.: 151–163):

Dimension der religiösen Erfahrung: Glock (ebd.: 151) geht davon aus, »[...] dass alle uns bekannten Religionen die Annahme treffen, dass der religiöse Mensch irgendwann einen Zugang zur letzten Wirklichkeit gewinnen oder eine religiöse Gemütsbewegung erfahren wird«. Gemeint ist das individuelle Erleben des »ganz anderen«, etwa in Form von Bekehrungserfahrungen, unmittelbare Begegnung mit einem Geist, aber auch subtilere Erlebensformen wie Glücksgefühle, Harmonieerfahrung, innerer Frieden, Erlebnisse an heiligen Orten oder okulte Begegnungen. Diese Gemütsbewegungen können zwar je nach Religion oder Individuen stark variieren, seien aber bei jeder Religion zu finden. Glock (ebd.: 162) definiert dazu vier Subdimensionen:

- **Bedürfnis nach Transzendenz:** Kommt z. B. in der Sinnsuche, der Suche nach dem Zweck des Lebens oder in einer Enttäuschung über die Welt zum Ausdruck.
- **Erkennen:** Bewusstwerden und Erkennen des Göttlichen in der subjektiven Erfahrung. Es kann intensiv (z. B. Bekehrung) oder gemässigt (z. B. Göttliches in der Schönheit der Natur sehen) sein.

- Vertrauen (oder Zuversicht): Meint das Bewusstsein des Aufgehoben seins in der Hand des »Göttlichen«, der vertraut werden kann.
- Furcht und Zuversicht

Ideologische Dimension: Sie umfasst den Aspekt, »[...] dass jeder religiöse Mensch sich zu bestimmten Glaubensaussagen bekennt« (ebd.: 152). Drei Komponenten können ausgemacht werden (ebd.: 156):

- Glaubensaussagen über das Verständnis, die Existenz und die Natur eines göttlichen Wesens
- Glaubensaussagen, die »Inhalt und Ziel des göttlichen Willens [...] erläutern und die Rolle des Menschen in Bezug auf den göttlichen Zielwillen [...] definieren« (ebd.: 156).
- Glaubensaussagen, »die sich auf die Erfüllung und Verwirklichung des göttlichen Zielwillen beziehen« (ebd.: 156).

Rituelle Dimension: In diese Dimension fallen alle Formen praktizierter Religionsausübung wie Gebet, Gottesdienst, Fasten, Brauchtum oder Übergangsrituale. Stark und Glock (1968) haben später diese Dimension in zwei Dimensionen ausdifferenziert und zwar in Devotion und Ritual. Devotion unterscheidet sich vom Ritual darin, dass sie nicht so stark ritualisiert und öffentlich ist.

Dimension des religiösen Wissen: Diese Dimension geht davon aus, dass von Anhängern einer Religion erwartet wird, dass sie über ihren Glauben informiert sind, also die grundlegenden Lehrsätze und heiligen Schriften kennen. Es gibt dabei verschiedene Arten von Wissen: klassisches, historisches, gesetzliches, säkulares und kritisches Wissen.

Dimension der säkularen Konsequenz: »Mit dieser Kategorie sollen alle säkularen Effekte religiösen Glaubens, religiöser Praxis, religiöser Erfahrung und religiösen Wissens auf den einzelnen Menschen zusammengefasst werden« (ebd.: 152). Ausgegangen wird von einem Belohnungs-Verantwortlichkeits-Schema:

- Die Belohnungs-Komponente bezeichnet das, was ein Individuum als Folge des Auslebens der eigenen Religion zu erwarten hat: z. B. seelischer Frieden, Freiheit von Furcht und Sorge, materieller Erfolg oder in der Zukunft Erlösung, ewiges Leben oder Wiedergeburt.
- Die Verantwortungs-Komponente hält fest, was man tun (oder nicht tun) soll, um der eigenen Religion gerecht zu werden.

Die vorliegende Arbeit lehnt sich stark an Glock an, der den Grundstein gelegt hat und dessen Dimensionen bis heute in der Religionswissenschaft Anerkennung finden. Unter anderem unter Bezugnahme auf diese Dimensionen soll festgestellt werden, wie sich Religion, Religiosität in den Medien manifestiert.

2.3 Überblick über Religionsgemeinschaften

Eine Einteilung von Religionsgemeinschaften in Kategorien wurde immer wieder versucht, erwies sich aber bisher nicht als fruchtbar. Dies auch insbesondere deshalb, weil sich die Religionsgemeinschaften innerhalb immer wieder aufsplittern und es die Religion an sich kaum gibt. Trotzdem kommen die Medien nicht umhin generalisierte Begriffe zu verwenden. Deshalb soll hier ein kurzer Überblick über die sogenannten fünf Weltreligionen (nach Encyclopaedia Britannica 2010) gegeben werden. Diese sind das Christentum, der Islam, das Judentum, der Hinduismus und der Buddhismus. Auch das Judentum dazu, obwohl es zahlenmässig deutlich weniger Anhänger aufweist als die anderen Religionen.

Die Weltreligionen lassen sich unter Bezugnahme zu Nye (2007: o.S.) wie folgt kategorisieren:

Label und Identität	Haupttexte	Hauptideen	Gründer	Herkunftsland
Christentum	Bibel	ein Gott – Heilige Dreifaltigkeit	Jesus Christus	Palestina, Rom
Islam	Koran	ein Gott – Allah	Muhammed	Arabien
Judentum	Hebräische Bibel	ein Gott –Yahweh	Abraham	Israel
Hinduismus	Vedas, Upanishads, Puranas	viele Gottheiten – u. a. Brahma, Vishnu, Shiva	Keine	Indien
Buddhismus	Pali Canon	kein Gott, vier edle Wahrheiten, Edler Achtfacher Pfad	Gautama Buddha	Nordindien

Abb. 2: Die fünf Weltreligionen (Nye 2007: o.S., Übersetzung ck)

Die Tabelle zeigt, wie verschiedene religiöse Traditionen systematisch klassifiziert werden, allerdings betont Nye (ebd.: o.S.), sie könne die Komplexität des Themas nicht wiedergeben. Mit einer solchen Klassifizierung werden auch religionsinterne Unterschiede und Konfessionen nicht berücksichtigt.

Sekten

Spezielle Beachtung soll hier noch dem Begriff Sekte gewidmet werden. Lange Zeit wurde er als diffamierend betrachtet. In den aktuellen Diskussionen über religiöse und weltanschauliche Tendenzen wird er aber wieder regelmässig eingesetzt, nicht zuletzt weil man dafür keinen anderen Begriff gefunden hat (Schmid/Schmid 2003: 29). Georg Otto Schmid (1995: o.S.) definiert ihn auf www.relinfo.ch anhand folgender Kriterien, die alle zutreffen müssen, damit von einer Sekte gesprochen werden könne:

- *Führer(in)*: Eine Sekte hat immer eine klar definierte, absolute Führung, die alle Mitglieder kennen, die nicht angezweifelt wird und deren Verlautbarungen viel Aufmerksamkeit geschenkt wird.
- *Abschottung*: Die Gemeinschaften reduzieren Kontakte der Mitglieder zu Nichtmitgliedern, so dass die Gruppe und das soziale Umfeld eines Mitglieds deckungsgleich werden.
- *Gruppendruck*: Die Einhaltung von Regeln wird rigoros kontrolliert, wobei sich die Mitglieder gegenseitig überwachen.

In dieser Arbeit wird der Begriff Sekte verwendet, um entsprechende Gruppierungen zusammenzufassen. Um zu bestimmen, welche der in den Medientexten gefundenen Religionsgemeinschaften Sekten zugeordnet werden können, wurde auf die Beratung religionswissenschaftlicher Experten zurückgegriffen.

2.4 Religionslandschaft Schweiz und Welt

Im Folgenden soll ein Überblick über die Religionslandschaft der Schweiz und ein kurzer Einblick über die Verteilung der Religionsgemeinschaften in der Welt gegeben werden. Beim Betrachten der nachfolgenden Zahlen ist zu berücksichtigen, dass die religiöse Zugehörigkeit noch lange nichts über die Intensität der Ausübung einer Religion aussagt. Die verschiedenen Studien erfassen meist nur, welcher Religionsgemeinschaft jemand aufgrund einer Selbstzuschreibung angehört, aber nicht, ob, wie und wie stark die Religion gelebt wird.

Schweizer Religionslandschaft

Die aktuellsten Daten, welche einen Überblick über die Religionen in der Schweiz geben, stammen von Bovay (2004) aus der eidgenössischen Volkszählung 2000 und werden hier unter Bezugnahme von Baumann und Stolz (2007), die die Studie kommentiert haben, vorge-

stellt. Zwar haben die seit der Zählung vergangenen zehn Jahre sicherlich Veränderungen mit sich gebracht. Da solche Veränderung aber sehr langsam von statten gehen, kann davon ausgegangen werden, dass sich die Grössenverhältnisse sich nicht grundlegend verändert haben. Bei der Betrachtung der Daten muss ausserdem die Verweigerungsrate von 4.33% (Bovay 2004: 11, 54–55) berücksichtigt werden.

Religion	%	Religion	%
römisch-Katholische Kirche	41.82	islamische Gemeinschaften	4.26
christkatholische Kirche	0.18	jüdische Glaubensgemeinschaften	0.24
evangelisch-reformierte Kirche	33.04	buddhistische Vereinigungen	0.29
evangelikale Freikirchen ¹	1.46	hinduistische Vereinigungen	0.38
christliche ›Sondergruppen‹ ²	0.86	neue und andere religiöse Gemeinschaften ³	0.11
christlich-orthodoxe Kirchen	1.81	keine Zugehörigkeit	11.11
anglikane Kirchen	0.09	ohne Angabe	4.33

Abb. 3: Religionslandschaft Schweiz
(Bovay 2004, Einteilung nach Baumann 2007: 41)

Ein Blick auf die Daten zeigt die Dominanz der christlichen Tradition in der Schweiz, der 80% der Schweizer Bevölkerung angehören. 41.82% folgen dem römisch-katholischen, 33.04% dem evangelisch-reformierten Glauben. Zweitgrösste Religion der Schweiz ist der Islam mit 4.26%. Die anderen Weltreligionen Hinduismus (0.38%), Buddhismus (0.29%) und Judentum (0.24%) machen nur einen minimalen Teil der Schweizer Bevölkerung aus. Immerhin gibt jeder Zehnte (11.11%) an, keiner Religionsgemeinschaft anzugehören. Wie sich zeigt, lebt ein Grossteil der Personen, die einer nicht-christlichen Gemeinschaft angehören, in den Städten, was vermutlich an den besseren Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt (viele davon sind ausländischer

¹ Pfingstgemeinde, Methodisten, Neupietische u. erweckliche Gemeinden und weitere
² Zeugen Jehovas, Neuapostolische Kirche, Mormonen, Siebten Tags Adventisten, Christengemeinde – Anthroposophie
³ u.a. Konfuzianismus, Taoismus, Baha'i, Sikhismus

Herkunft), der höheren sozialen Akzeptanz und dem Bestehen von eigenen national-kulturellen Vereinen, Netzwerken und religiösen Stätten liegt (Baumann/Stolz 2007: 45). Der Ausländeranteil ist bei den Zeugen Jehovas (42.4%), Buddhisten (47.8%), orthodoxen Christen (78.1%), Muslimen (88.3%) und Hindus (92.5%) viel höher als im Schweizer Durchschnitt (Bovay 2004: 34). Während die Zeugen Jehovas eine stark auf Migranten ausgerichtete Missionierungsstrategie verfolgen, ist der hohe Anteil an Ausländern bei den anderen Religionen durch Zuwanderungsprozesse entstanden (Baumann 2007/Stolz: 47). Was das Ausbildungsniveau anbelangt, bewegen sich Angehörige der hinduistischen, islamischen, christlich-orthodoxen und buddhistischen Vereinigungen sowie Mitglieder der Zeugen Jehovas unter, Angehörige jüdischer Gemeinschaften und Konfessionslose über dem Schweizer Durchschnitt, was sich auch im Berufsstatus widerspiegelt (Baumann/Stolz 2007: 51, Bovay 2004: 41, 117–118). Die Schichtzugehörigkeit ist deshalb von Interesse, da sie die Möglichkeit von religiösen Gemeinschaften beeinflusst, etwa inwiefern ihre Interessen vertreten werden und wie möglichen Stereotypen entgegen gewirkt wird (Baumann/Stolz 2007: 51). Schliesslich gilt es, anzumerken, dass Evangelisch-Reformierte, Methodisten und Christkatholiken überdurchschnittlich viele ältere Mitglieder haben. Die Mitglieder der christlich-orthodoxen Kirche, Hindus, Buddhisten und Muslime weisen hingegen einen tieferen Altersdurchschnitt als die Schweiz auf (Bovay 2004: 114).

Bei den erhobenen Zahlen handelt es sich um Religionszugehörigkeiten – was noch nichts über die religiöse Intensität der Ausübung einer Religion aussagt. »Ein Fehler der in den Medien geführten Debatten ist es häufig, bei den Christen wie selbstverständlich eine stark variierende religiöse Intensität anzunehmen, bei nichtchristlichen Religionen dagegen alle Mitglieder als »einen Block« anzusehen« (Baumann/Stolz 2007: 55). Allerdings lässt sich sagen, dass kleinere Gemeinschaften »[...] oft in der Lage sind, eine höhere soziale Kontrolle auszuüben und so eine (im Vergleich) einheitlichere religiöse Intensität der Mitglieder einzufordern und zu erreichen« (ebd.).

Religionen in der Welt

Da die vorliegende Studie auch die Auslandberichterstattung untersucht, wird hier ein Überblick über die Verteilung verschiedener Religion in der Welt gegeben. Zuverlässige Daten dazu zu finden, gestaltet sich schwierig. Als glaubhafte Quelle wird generell das Britannica Book of the Year (2010) gehandelt, wobei darin unklar bleibt, wie die Daten

erhoben wurden. Die hier vorgestellten Daten stammen aus dem Jahr 2008.

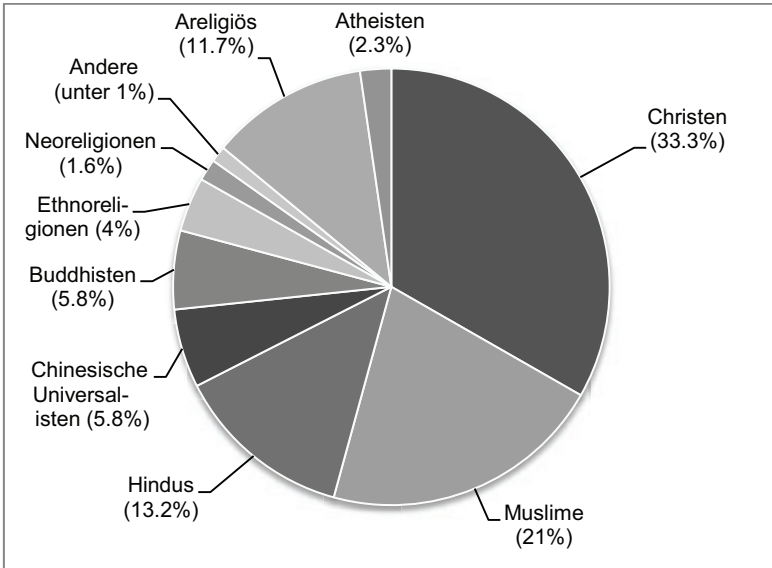


Abb. 4: Religionen der Welt (Britannica Book of the Year 2010/eigene Abbildung)

Wie in der Schweiz dominieren auch weltweit Angehörige christlicher Glaubensrichtungen mit einem Anteil von 33.3%. (davon 51% Römisch-Katholische, 20% unabhängige Christen, 17% Protestanten, 12% Andere). Als zweitgrösste Religion manifestiert sich der Islam mit 21.0% (davon 84% Sunniten, 14% Schiiten, 2% andere), gefolgt vom Hinduismus mit 13.2%. Personen ohne Religion machen immerhin 11.7% aus. Dem Buddhismus gehören rund 5.8% der Weltbevölkerung an. Das Judentum ist in der Kategorie »Andere« zu finden, da ihm nur 0.2% der Weltbevölkerung angehören.

2.5 Trends in der Religionslandschaft

In den vergangenen Jahren wurden verschiedene Trends in der Religionslandschaft im Westen diskutiert. Es wird von einem Rückgang der sozialen Bedeutung von Religion gesprochen (Säkularisierung), im gleichen Atemzug aber auch von Individualisierung, Privatisierung und Pluralisierung von Religion. Am Schluss all dieser Überlegungen steht die These der Rückkehr der Religionen. Zu erwarten ist, dass sich diese

Entwicklungen auch in den Medien niederschlagen oder die Medien gar ihren Anteil dazu beitragen.

Die *Säkularisierungsthese* glaubt an einen Niedergang der sozialen Bedeutung von Religion wie auch der individuellen Religiosität der Menschen (Baumann/Stolz 2007: 60, Schröder 2009), ausgelöst durch Rationalisierungs- und Differenzierungsentwicklungen in der Gesellschaft (Norris/Inglehart 2004). Als ein Indikator für die These gilt die steigende Anzahl Kirchengaustritte und in der Konsequenz die steigende Anzahl der Konfessionslosen (Baumann/Stolz 2007: 60). »Seit den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts ist ein stetiger Niedergang der Kirchengangshäufigkeit, der Anzahl von Personen, die an Gott glauben, wie auch die Wichtigkeit, Entscheidungen in unterschiedlichen Lebensbereichen religiös zu begründen, festzuhalten« (ebd.: 61). Säkularisierungstendenzen sind aber auch in nichtchristlichen Gesellschaften sichtbar (z. B. Studie zum Judentum von Kupfer/Weingarten 1999). Für Deutschland können Pollack und Pickel (2003: 459) aufgrund ihrer empirischen Untersuchung festhalten: »In den letzten Jahrzehnten haben also weitaus mehr den Glauben an Gott verloren als zu ihm gekommen sind«. Sie stimmen zwar aufgrund ihrer Ergebnisse der Säkularisierungsthese zu, lenken aber auch ein, »[...] dass in den dominanten Prozess der Säkularisierung eine Gegentendenz hin zu ausserkirchlich religiösen Praktiken und Vorstellungen eingebaut ist« (ebd.). Ob sich diese Befunde auf die Schweiz übertragen lassen ist unklar. Für Neuhold (2000: 33–34) ist das Säkularisierungskonstrukt zu eindimensional und kann der Komplexität der Realität nicht gerecht werden, die von verschiedenen Entwicklungstendenzen geprägt ist. Schröder (2009: 16–17) sieht Säkularisierung als sprachliche Nachlässigkeit und meint damit sei eigentlich die Entkirchlichung gemeint. Es werden also berechnete Zweifel an der These angesprochen, die sich auch in und durch die nachfolgenden Thesen manifestieren.

Die *Individualisierung* der Religion, eine weitere diskutierte These, geht von einer Zunahme von individuellen Lebens- und Glaubensentwürfen aus.

»Die Biographie der Menschen wird aus traditionellen Vorgaben und Sicherheiten, aus fremden Kontrollen und überregionalen Sittegesetzen herausgelöst, offen, entscheidungsabhängig und als Aufgabe in das Handeln jedes einzelnen gelegt. Die Anteile der prinzipiell entscheidungsverschlossenen Lebensmöglichkeiten nehmen ab, und die Anteile der entscheidungs-offenen, selbsterzustellenden Biographien nehmen zu« (Beck/Beck 1990: 12–13).

Individualisierung in der Religion soll die Folge fehlender traditioneller normativer Verbindlichkeiten sein (Huinink/Wagner 1998: 103). Durch sie muss/kann jeder selber entscheiden, ob, für welche und wie stark man sich für eine Religion engagieren will. Man kann sich sogar eine selber »zusammenstellen« (Stolz/Baumann 2007a: 74). Die Individualisierungsthese wird von einer Repräsentativbefragung von Schweizern zu ihrer Religiosität durchgeführt von Dubach und Campiche (2003) gestützt. Problematisch an der Studie ist allerdings, dass sie einen Querschnitt aufzeigt und nicht als Langzeitstudie konstituiert ist. Sie vermag somit, zeitliche Entwicklungen nicht aufzuzeigen. Generell wird an der Individualisierungsthese die mangelnde Präzisierung und fehlenden empirischen Belege kritisiert (Jagodzinski/Klein 1998: 7).

So wird auch bereits in der Nachfolgestudie (*Die zwei Gesichter der Religion*) von Campiche (2004) den ursprünglichen Ergebnissen widersprochen und nicht eine Individualisierung, aber stattdessen eine *Dualisierung* postuliert. Diese ist gezeichnet von einem Niedergang der institutionellen, traditionellen christlichen Religiosität mit einem gleichzeitigen Anstieg von universaler Religiosität. Diese gehorche »komplexeren und mithin weniger fassbaren Regeln« (ebd.: 127) und zeigt sich etwa in den Menschenrechten, der Anerkennung der Existenz einer höheren Macht, der Auffassung von Religion als Privatsache, im für wichtig halten kirchlicher Amtshandlungen wie Heirat und darin, den für die Zugehörigkeit zu einer Religion bezeichnenden Habitus verinnerlicht zu haben. Die universale Religion konzentriert sich also stärker auch auf das Dies- und nicht nur auf das Jenseits. Die Dualisierungsthese wird auch von der Befragung zur Kirchenreligion von Krüggeler (2001) gestützt. Er zeigt, dass es zwar eine institutionelle Kirchenreligion gibt, aber dass der Glaube an »eine höhere geistige Macht« als (pluralisierte und individualisierte) Alternative zum kirchlichen Gottesglauben verstanden werden kann« (ebd.: 50).

Ein weiterer Trend ist die *Privatisierung*, die sich aus und mit der Individualisierung entwickelt. Die Privatisierung wurde erstmals von Luckmann und Knoblauch (1991) festgestellt. Die Ursache dafür liege in der Unfähigkeit der Kirchen, für viele Individuen weiterhin sinnstiftend zu sein, weshalb sie sich ins Private zurück ziehen würden (ebd.: 137). In der oben erwähnten Studie von Campiche (2004) lässt sich die These i– die Vorstellung Religion sei Privatsache setzte sich allmählich durch – bestätigen, allerdings nicht vorbehaltlos. Angeführt wird das Argument, dass die Kirche als öffentlicher Akteur noch immer eine wichtige Bedeutung hat. Allerdings bewertet Campiche die Dichotomie privat/öffentlich nicht als sinnvoll, denn »[...] dass die Religion

auf das Private reduziert wird, entspricht keineswegs einem gesellschaftlichen Faktum, vielmehr ist es Hinweis auf den laufenden Transformationsprozess, der vermutlich in einer neuen Konstellation enden wird« (Campiche 2004: 230).

Die *Pluralisierungsthese* geht mit der Privatisierungs- und Individualisierungsthese einher. Sie hält die Tatsache fest, dass sich viele ihre eigene Religion zusammenstellen und religiöse Patchworkidentitäten entwickeln (Neuhold 2000: 55). Baumann (2007: 62) ist überzeugt, »[...] dass eine solche Pluralisierung tatsächlich stattfindet.«

Und schliesslich konstatieren viele Autoren (vgl. beispielhaft Luckmann 2002) trotz Säkularisierungsdiskussionen die *Rückkehr zum Religiösen*. Das sieht auch Casanova (1994, 2008). Er hat bereits 1994 eine Deprivatisierung der Religion in Europa postuliert, die sich darin äussert, dass Religion in die Gesellschaft zurückkehre. Es gebe einen Wechsel in der Haltung gegenüber Religion, Europa konzentriere sich wieder mehr auf sie. Dies zeige sich beispielsweise darin, dass fast wöchentlich Konferenzen zum Thema Religion stattfinden würden. Damit gelange Religion wieder in die öffentliche Auseinandersetzung. Eine Rückkehr der Religion schliesst eine Säkularisierung im Sinne des Rückgangs kirchlicher bzw. institutionalisierter Religiosität (Deinstitutionalisierung) nicht aus. »Faktisch beobachten wir jedoch verschiedene *gleichzeitige* Trends von religiösem Auf- und Abschwung. Auf den kürzesten Nenner gebracht: Christliche traditionelle Religiosität verliert an Wichtigkeit; Fundamentalismen, Spiritualisierung und religiöse Pluralität gewinnen (etwas) an Boden.« (Baumann/Stolz 2007: 64, HiO). Ob man dabei wirklich davon sprechen darf, dass die Religion überhaupt verschwunden war, wird hier bezweifelt – vielmehr hat ein Wandel stattgefunden.

Die »neue Religiosität« lässt sich durch Trends der Individualisierung, Pluralisierung und Privatisierung umschreiben. Aus der Sicht von Baumann und Stolz (2007: 63) »[...] ist die vermeintliche ›Wiederkehr‹ sehr oft eher eine massenmedial stilisierte ›Wiederentdeckung‹ eines verkaufsfördernden Themas, das jedoch möglicherweise nach der derzeitigen Hochkonjunktur durch ein anders, neues und ›heisses‹ Thema abgelöst werden wird.«

Medien können in diesen Prozessen eine zentrale Rolle einnehmen und als Agenten des religiösen Wechsels fungieren (Hjarvard 2009b: 11). Es kann vermutet werden, dass sie Wechsel in der Religionslandschaft nicht nur dokumentieren, sondern auch unterstützen oder hemmen. Selbst wenn in den Medien Religion selten vorkommt, kann dies entsprechende Auswirkungen haben. Religion ist stark auf die

Kommunikation angewiesen. So sagt Luhman (1998: 137): »Nur als Kommunikation hat Religion [...] eine gesellschaftliche Existenz. Was in den Köpfen der zahllosen Einzelmenschen stattfindet, könnte niemals zu ›Religion‹ zusammenfinden, es sei denn durch Kommunikation.« Nebst den eigenen Medien, mit welchen sie meist nur Mitglieder erreichen, bieten die Massenmedien für sie ein enormes Potential, aber natürlich auch entsprechende Gefahren.

3 Theorien zu Medieninhalten

3.1 Einleitung

Den Medien obliegt die Aufgabe, die Welt zu beobachten, zu strukturieren und über sie zu erzählen. Um die Informationen überhaupt verarbeiten und präsentieren zu können, muss die Komplexität reduziert werden. Dabei können die Medien nur eine subjektive, nicht aber eine objektive Realität abbilden. Das Bild, das die Medien zeichnen, wird von verschiedenen Prozessen des Auswählens, Selektierens, Betonens und Strukturierens bestimmt. Dies fängt bereits bei der Auswahl der Ereignisse an, über welche berichtet wird, welche Ausschnitte davon in die Medien eingehen, wie diese vom Journalisten wahrgenommen werden, über die Auswahl der Perspektive, die für die Berichterstattung gewählt wird und geht bis hin zur Präsentation und Strukturierung der Inhalte. Auch die Rezipienten wählen aus und nehmen Perspektiven ein. Sie konstruieren sich ihre eigene subjektive Realität. Verschiedene Ansätze versuchen, diese Prozesse nachzuzeichnen und geben dem Forscher Instrumente an die Hand, um die Berichterstattung zu beschreiben. Nachfolgend wird zuerst auf die Stereotypenforschung (Kapitel 3.2), dann auf die Nachrichtenwerttheorie (Kapitel 3.3), den Framing-Ansatz (Kapitel 3.4) und schliesslich den Ansatz der Narration (Kapitel 3.5) eingegangen. Die Auswahl der Theorien wird in den jeweiligen Kapiteln begründet und ihre Anwendung für diese Arbeit dargelegt.

3.2 Stereotype

Will man charakterisieren, wie bestimmte Akteure, Gruppen oder Gemeinschaften in den Medien abgebildet werden, kommt man um den Stereotypebegriff nicht herum. Die moderne Grundidee stammt von Lippmann (1922), welcher aufgrund dieser Überlegungen auch die Schemata- und Framingforschung (zu Framing siehe Kapitel 3.4) einläutete. Er bezeichnete Stereotype als vereinfachte Bilder in unseren Köpfen (Lippmann 1922: 3), die nötig seien, da die Aussenwelt zu komplex, zu gross und zu flüchtig sei, als dass der Mensch alle Reize aufnehmen könne (ebd.: 25). Wie später noch gezeigt wird, kommen die Medien

nicht umhin, Stereotype anzuwenden. Gerade wenn über das Unbekannte, Fremde, Exotische berichtet wird, greifen Journalisten stark auf Stereotype zurück, da das Wissen für eine komplexe Themenbearbeitung fehlt, die Komplexität reduziert werden muss und/oder das Platzangebot beschränkt ist. Die Stereotypenforschung wird demnach auch immer wieder angewendet, um die Repräsentation von Migranten in den Medien zu untersuchen. Die Untersuchung von Religionsgemeinschaften ist gar nicht so unterschiedlich: Viele Religionen und deren Praktiken sind für die Journalisten exotisch und es fehlt ihnen an Wissen dazu (vgl. dazu 4.1). Deshalb ist hier die Diskussion des Stereotypekonzepts von grossem Interesse. Aufgrund bisheriger Forschungen zu Religion in den Medien (vgl. dazu Kapitel 4) ist anzunehmen, dass starke Stereotypisierungen von Religionen in den Medien vorgenommen werden.

3.2.1 Stereotype – Einrahmung eines Begriffs

Inzwischen hat sich eine breite Stereotypenforschung etabliert, deren Diversität sich in den zahlreich vorliegenden Definitionen abbildet. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit soll am Ende dieses Kapitels eine Arbeitsdefinition für Stereotype herausgearbeitet werden.

Je nachdem welcher Ansatz ein Forscher verfolgt, werden andere Konzepte und Eigenschaften in den Definitionen betont: Allport (1971: 200, HiO) hebt in seiner Definition den Prozess des Kategorisierens hervor und beschreibt Stereotype als: »[...] *eine starke Überzeugung, die mit einer Kategorie verbunden ist.*« Die kognitive Komponente wird von Hailton und Troiler (1986 zitiert nach Todd 2006: 5) betont: »[...] a cognitive structure that contains the perceiver's knowledge, beliefs, and expectations about a human group.« Nelson (2006: 5) kritisiert, dies sei eher eine Definition von Schema, da sie mit dem Einbezug von Wissen, Vorstellungen und Erwartungen zu weit gefasst sei. Bei Brigham (1971, zitiert nach Mazza Moneta 2000: 33) steht das Wort Generalisierung im Vordergrund: »[...] a generalization made about an ethnic group, concerning a trait attribution, which is considered to be unjustified by an observer.« Kritisiert wird an dieser Definition der Aspekt der UngeRechtfertigkeit (Todd 2006:5). Den Vorteil der Allgemeinheit bringt die Definition von Ashmore und Del Boca (1981: 16) mit sich: »[...] a set of beliefs about the personal attributes of a group of people.« Daran kann auch Hinton (2000: 5) anschliessen: »[...] stereotyping involves judging people as category members rather than individuals.«

Auch wenn die Definitionsvielfalt gross ist, sind die Definitionen an sich im Kern oft identisch. In den folgenden Aspekten von Stereotypen

stimmen die meisten Wissenschaftler grundsätzlich überein (Matsumoto/Juang 2000: 81–103, Giordano 2005: 174, Bausinger 1988: 160, Stangor 2009: 2, Whitley/Kite 2010: 1012):

- Stereotype können als Generalisierung von Merkmalseigenschaften betrachtet werden. Dabei werden Mitgliedern einer bestimmten Gruppe pauschal gewisse Eigenschaften zugeschrieben. Sie werden nicht als einzigartige Individuen betrachtet. Dies führt zu einer verzerrten Wahrnehmung bzw. Vorstellungen von Gruppen.
- Stereotype werden unkritisch übernommen.
- Sie haben wenig Veränderungspotential, sie sind relativ starr.
- Stereotype können deskriptiv oder präskriptiv sein. Sie können Charakteristiken einer Gruppe beschreiben, von denen man annimmt, dass die Gruppe diese hat. Sie können auch erzählen, was Menschen (vermeintlich) glauben, Gruppenmitglieder mögen oder tun sollen.
- Während früher davon ausgegangen wurde, dass Stereotype immer negativ sind, geht man in neueren Ansätzen davon aus, dass sie gleichwohl positiv als auch negativ sein können. Man ist sich jedoch ebenfalls einig, dass negative Stereotype überwiegen.

Operario und Fiske (2001: 28–30) glauben, Stereotype können prototypisch oder mental repräsentiert werden. Der Prototyp ist ein typisches Exemplar einer Kategorie und subsumiert unter sich viele Merkmale einer Gruppe. Gerade bei wenig oder keinem Kontakt mit einer spezifischen Gruppe wird das Wissen aus Sekundärerfahrungen gezogen und die mentale Repräsentation dann durch Prototypen aktiviert. Beruht das Wissen auf direkten Erfahrungen mit Personen, wird die beispielbasierte Repräsentation aktiviert. Das Kategorienwissen besteht dann einzig aus dem spezifischen Beispiel (Operario/Fiske 2001:28–30). Die prototypische Art der Repräsentation ist stark bei Medienrezipienten zu erwarten. Viele kennen eine Mehrheit der Religionen, insbesondere diejenigen die in der Schweiz keine lange Tradition haben, wenn dann nur aus den Medien. Sie beziehen ihr Wissen damit praktisch ausschliesslich aus den Medien und schliessen von den darin aufgezeigten (Einzel-)Fällen auf die ganze Gemeinschaft.

Wo kommen diese Stereotype aber überhaupt her? Verschiedene Konzepte heben verschiedene Elemente von Stereotypen hervor. Grundsätzlich lassen sich aber individuelle Ansätze, die die kognitiven Aspekte betonen, sowie kulturelle Herangehensweisen, welche Stereotype als gesellschaftlich vermittelte Norm ansehen, unterscheiden. Dabei müssen sich die Ansätze gar nicht unbedingt gegenseitig ausschliessen, sondern können durchaus als Ergänzung zueinander betrachtet werden.

Individuelle Stereotype/Kognitive Aspekte

Nelson (2006: 18–19) argumentiert, dass Stereotype nicht ohne Einbezug kognitiver Aspekte verstanden werden können. Sie dienen demnach der Bewältigung der Informationsflut durch Vereinfachung von Information und beugen einer kognitiven Überlastung vor (Whitley/Kite 2010: 30, Hinton 2000). Fiedler und Bless (2003: 129) sehen die kategoriegeleitete Informationsverarbeitung als ökonomischen und ressourcensparenden Prozess. Werden neue Informationen aufgenommen, werden sie anhand von bereits abgespeichertem Wissen überprüft. Stimmt diese Wahrnehmung mit den Erwartungen überein, wird das Vorwissen verfestigt, ansonsten als nicht repräsentativ eingestuft und nicht weiter verarbeitet (Operario/Fiske 2001: 32–33). Kritisiert an diesem Ansatz wird die Vernachlässigung der sozialen Aspekte.

Kulturelle Stereotype/gesellschaftlich vermittelte Normen

Obwohl der Anteil kognitiver Aspekte an Stereotype als bestätigt gilt, lassen sie sich nicht darauf reduzieren. Augoustinos und Walker (1995: 22) halten fest, dass es naiv sei, Stereotype nur als ein Beiprodukt der kognitiven Nötigkeit die Realität zu vereinfachen, zu sehen. Der Anteil sozialer Aspekte muss mitberücksichtigt werden (Hinton 2000: 25–26, Nelson 2002: 6). Die »social representation theory« konstatiert, dass Stereotype die allgemeine Sichtweise einer kulturellen Gruppe abbilden und über Kommunikation vermittelt werden. Sie werden also nicht nur durch die Person, sondern auch durch die Kultur gemacht und weitergegeben (Oakes/Haslam/Turner 1994: 213). Die eigene Kultur speichert das Wissen über die soziale Umwelt in Mythen, Bräuchen, Religionen und Wissenschaften, worin sich auch Stereotype manifestieren. Gerade deshalb ist eine Untersuchung der Mythen interessant, wie das im Kapitel 3.5 gemacht wird. Sie können aufzeigen, welche Stereotype in einer Kultur vorherrschen.

Eine solch unreflektierte Übernahme von kulturellen Stereotypen behindert die Vertiefung und Differenzierung von Wahrnehmungen. Gemäss der strukturell-funktionalistischen Perspektive internationalisieren die Menschen Stereotype einer Kultur auch, um akzeptiert zu werden (Whitley/Kite 2010: 29, 104). Die »social identity theory« (entwickelt von Tajfel 1969, Übersicht bei Smith 1999) besagt, dass Menschen eine positive Selbstidentität wollen, welche oft durch die eigene Gruppe ausgemacht wird. Um dieses positive Selbstgefühl zu erhalten, ist die eigene Gruppe von anderen zu unterscheiden. Meistens sieht man dabei die eigene Gruppe als die bessere an.

Weitere Ansätze

Hier soll in Kürze noch auf weitere Ansätze, über die Entstehung und Herkunft von Stereotypen hingewiesen werden, die möglicherweise ebenfalls interessant sein könnten. Einer dieser Ansätze definiert Stereotype als die Folge von einem »Outgroup Homogeneity Effect«, der die Tendenz beschreibt, die Mitglieder der eigenen Gruppe als sehr verschieden und die Mitglieder anderer Gruppen als sehr ähnlich anzusehen (Whitley/Kite 2010: 84–86). Auch das Gefühl, die eigene Gruppe würde etwa durch einen Ressourcenwettbewerb (z. B. um Arbeit) bedroht, kann zu negativen Stereotypisierungen führen (Whitley/Kite 2010:12). Möglicherweise sind sie aber das Resultat »illusorischer Korrelationen«. Dieses Konzept umschreibt die Annahme von Menschen, dass zwischen der Mitgliedschaft einer Gruppe und dem Verhalten der Gruppenmitglieder ein Zusammenhang besteht. Dabei wird in einer Weise selektiv wahrgenommen, so dass sich Erwartungen nur erfüllen können. Das verstärkt das stereotypisierte Denken wiederum (Hamilton/Gifford 2000: 161–171, Operario/Fiske 2001: 25). Ein weiterer Ansatz geht auf die ideologische Theorie von Peter Glick (2002, 2005) zurück und erklärt wie Sündenböcke gewählt werden. Sie gilt zwar als umstritten, aber nicht wirklich als falsifiziert. »The theory starts with a perception of group relative deprivation. If there is no clear cause for the deprivation, people search for one« (Hamilton/Gifford 2000). Die andere Gruppe wird als unbeliebt wahrgenommen, sie werden so stereotypisiert, dass man ihnen die Schuld für die missliche Lage der eigenen Gruppe zuschreibt (Glick 2005, Whitley/Kite 2010: 348–349). Ein solcher Effekt könnte sich in der Religionsberichterstattung manifestieren, indem beispielsweise der Islam zum Sündenbock für die weltweiten Terroranschläge gestempelt wird. Diese These gilt es, zu überprüfen.

Wie aus den obigen Ausführungen hervor geht, sind Stereotype schlussendlich das Resultat eines Sozialisationsprozesses, der bereits in der frühen Kindheit einsetzt. Beim Hineinwachsen in eine Gesellschaft übernimmt ein Mensch Wissen, etwa in Form von Stereotypen über fremde Länder und Völker (Six 1989a: 174, Hinton 2000: 26). Quellen dafür sind Eltern, Peers, Bildungsinstitutionen oder die Medien der eigenen Kultur. Oft haben die Menschen Stereotype über andere Nationalitäten verinnerlicht, obwohl sie noch nie einem Vertreter einer solchen begegnet sind. Wenn Freunde oder Medien einen hohen Konsens über eine bestimmte Gruppe haben, ist es wahrscheinlich, dass Menschen diese übernehmen (Hinton 2000: 19).

Angemessenheit von Stereotypen

Darüber, ob Stereotype zutreffend sind oder nicht, weiss man nur wenig. Einige Forscher wie etwa Lippmann (1922: 98) gehen davon aus, dass Stereotype falsch sind. Nach Brown (1965) ist es der kulturelle Absolutismus und Ethnozentrismus, welche Stereotype falsch macht. Die Mehrheit der Forscher, insbesondere der neueren Generation, glauben, dass Stereotype einen Kern von Wahrheit besitzen (Swim 1994). Indem man nur gewisse Eigenschaften einer Gruppe hervorhebt, ist die Wahrnehmung nicht unbedingt verfälscht, allerdings sehr einseitig (Mazza Moneta 2000: 37). Es braucht noch viel Forschung, um zu bestimmen, wie akkurat Stereotype sind (Jussim et al. 2009: 199).

Auswirkungen

Stereotypisierungen können (müssen aber nicht) weit reichende Folgen haben. Sie können zu unfairen Behandlungen (Hinton 2000: 2–3) wie Intoleranz, Verurteilung von jemandem als Sündenbock, Diskriminierung, Segregation, Sexismus, Rassismus und Xenophobie, bis hin zur körperlichen Misshandlung führen (Lester/Ross 2003: 2). Lasorsa (2008) weist darauf hin, dass Stereotype von Mächtigen als Kontrollinstrument gebraucht werden können, um den Status quo zu erhalten und die öffentliche Meinung zu steuern. Operario und Fiske (2001: 24) sprechen Stereotype das Machtpotential nicht gänzlich ab, schränken aber ein: Manifeste Abneigungen und Abscheu würden sich laut sozialpsychologischer Forschung nicht direkt herbeiführen lassen, hingegen eine gewisse Herabwürdigung von Personen oder Gruppen schon. Schlussendlich ist man sich darüber einig, dass Stereotype die Interaktion einer Person mit den Mitgliedern einer anderen Gruppe beeinflussen und zu einer voreingenommenen Interpretation von Individuen führen kann (Whitley/Kite 2010: 150). Betrachtet man nur die negative Seite von Stereotypen, wird ihre soziale Funktion aber verkannt. Stereotype sind, wie oben dargestellt, eine wichtige Hilfe und bestätigen das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe (Mazza Moneta 2000: 40).

Arbeitsdefinition

In Anlehnung an die oben vorgestellte Literatur werden Stereotype für die vorliegende Untersuchung wie folgt definiert:

Stereotype sind kulturell geteilte Generalisierungen von Merkmalseigenschaften einer Personenkategorie, die sich in mentalen Strukturen ausbilden. Diese Merkmale werden pauschal zugeschrieben und führen zu starken Verallgemeinerungen. Von den Menschen werden sie unkritisch übernommen und haben nur geringes Veränderungspotential. Stereotype können sowohl positiv als auch negativ sein, wobei negative überwiegen.

Nebst dem Begriff Generalisierung wird hier die Bedeutung des Kognitiven, aber auch der Kultur hervorgehoben und argumentiert, dass diese Ebenen zusammenspielen.

3.2.2 Stereotype in den Massenmedien

Wie schon angedeutet, sind nebst Freunden und Familie die Medien wichtige Sozialisationsagenten und mächtige Übermittler von Stereotypen (Mackie et al. 1996: 61). Stangor (2009: 12) bezeichnet die Medien als »information highway« for the transmission of social stereotypes«. Sie geben als Speicher von kulturellen Wissensbeständen Gruppennormen einer Kultur weiter (Stangor 2009: 9). Man geht dabei davon aus, dass Medieninhalte die Entstehung und Verbreitung von Einstellungen der Rezipienten beeinflussen (Six 1989b: 181). Mackie et al. (1996: 62) erklären: »[...] some evidence suggests that media depiction can influence the beliefs associated with groups.« Medien vermitteln gerade auch von Kulturen Sekundärerfahrungen, zu denen eine geografische und oder kulturelle Distanz besteht. Das Weltbild der Menschen ist so zu einem grossen Teil durch die Massenmedien geprägt (Maletzke 1996: 121, Appiah 2008). Durch die beständige gleiche Art der Berichterstattung werden Repräsentationsstrukturen kultureller Stereotype ständig aktiviert und gestärkt (Lepore/Brown 1997: 275–285). Dass Medien bzw. zumindest das Fernsehen die Wahrnehmung der Alltagswelt beeinflussen können, konnte George Gerbner (1973, 1976) anhand der Kultivierungs-These nachweisen. Er zeigte auf, dass sich bei Personen mit intensivem Fernsehkonsum, die Wahrnehmung der Alltagswelt an die durch das Fernsehen vermittelten Kognitionsmuster angleicht. Reid (1979) zeigte, dass Kinder umso häufiger rassistische Stereotype und Genderstereotype übernehmen, je mehr sie Fernsehen schauen. Auch Armstrong et al. (1992) und Peffley et al. (1996) können aufzeigen, dass negative Bilder von ethnischen Gruppen in den Medien die Evaluation

dieser durch die Rezipienten beeinflussen können. Noch lässt sich aber nicht komplett nachweisen, dass Medien bei den Rezipienten Stereotypisierungen auslösen (Six 1989a). Einwände dagegen laufen in die Richtung, dass die Rezipienten nicht als passive Medienkonsumenten betrachtet werden können, die sich ohne weiteres beeinflussen lassen. Zudem werden die Menschen von einer Vielzahl von Quellen beeinflusst, was es erschwert, herauszufinden, woher Vor- und Einstellungen über andere Kulturen und Menschen kommen (Maletzke 1996: 123).

Dass Medien voller Stereotype und Vorurteile sind, wird als eine Selbstverständlichkeit wahrgenommen. Um ein breites Publikum mit einer klaren Botschaft zu erreichen, benutzen Medien oft eine stereotypische Kategorisierung von Individuen oder gruppenbasierte Attribute wie Ethnizität, Geschlecht oder Religion (Appiah 2008). Die Journalisten müssen selektieren und gestalten (Maletzke 1996: 122). Auch Platz- und Zeitmangel sowie individuelle Komponenten (jeder Mensch hat Stereotype verinnerlicht, auch der Journalist) spielen eine Rolle für generalisierte, kaum differenzierte Darstellungen. Die Medien produzieren Stereotype nicht allein. Oft übernehmen sie bestehende Stereotype, geben sie weiter und verfestigen sie dadurch: »It is probably most accurate to say that journalists both mirror and frame reality. The media are both the product and the producers of the culture in which they exist« (Linn 1996: 34). Verschiedene Studien haben gezeigt, dass und wie sich Stereotype in den Medien manifestieren. Sie legen etwa dar, dass Minoritäten in den Medien kaum repräsentiert, dafür aber stark stereotypisiert werden. Dabei wird oft ein Medienbild konstruiert, das von der Realität weit entfernt und gar diskriminierend ist. (Schulz 2008: 68). Die Studien von Ruhrmann und Demren (2000) zeigen, dass »unerwünschte« Ausländergruppen in den Medien mehr Aufmerksamkeit bekommen, als es ihrem Bevölkerungsanteil entsprechen würde. Ausländer und Migranten werden dabei häufig mit negativen Ereignissen in Verbindung gebracht (Schulz 2008: 68–69). Dass gerade in Amerika häufig Stereotype von kriminellen, gewalttätigen Afroamerikanern verbreitet werden, haben verschiedene Studien nahe gelegt (siehe Übersicht bei Appiah 2008). Auch Studien über Religion in den Medien zeigen, dass Religionsgemeinschaften oft mit einseitigen Bildern dargestellt und stereotypisiert werden. Mehr dazu ist im Forschungsüberblick zur Darstellung von Religion in den Medien in Kapitel 4 zu finden.

Sprache als Quelle von Stereotypen

Die Sprache kann als Quelle von Stereotypen verstanden werden. Sie stellt Schlüsselwörter bereit, mit denen Informationen kognitiv verarbeitet und organisiert werden können. Bestimmte Ausdrücke fungieren als Label für bestimmte Gruppen und implizieren damit eine Bewertung. Es wird davon ausgegangen, dass Stereotype als semantische Netzwerke organisiert sind: Wird eine Kategoriebezeichnung gebraucht, werden weitere Merkmale einer Gruppe, die damit assoziiert werden, aktiviert (Maass/Arcuri 1996: 196ff). Ausserdem impliziert die Sprache durch semantische Kategorien verschiedene Bedeutungen und erhält damit Stereotype aufrecht. Je nachdem wie ein Medientext also verfasst ist, kann er Stereotype evozieren, aktivieren und verfestigen.

Es ist zu erwarten, dass auch in dieser empirischen Untersuchung Stereotype aufzufinden sind. Wie aufgezeigt wurde, kommen weder Medien noch Rezipienten umhin, sie anzuwenden, da Generalisierungen nötig sind, um die Welt zu erfassen. Hier wird davon ausgegangen, dass sich die Stereotype über verschiedene Darstellungsweisen manifestieren. Wenn wir also nach Bildern von Religionsgemeinschaften fragen, fragen wir eigentlich nach Stereotype. So soll das Gesamtbild als Puzzle verstanden werden, das sich aus den verschiedenen deskriptiv erhobenen Variablen, den Nachrichtenfaktoren, Frames und narrativen Mustern zusammensetzt.

3.3 Nachrichtenwerttheorie

3.3.1 Einleitung

Die Nachrichtenwertforschung, die Gegenstand dieses Kapitels ist, untersucht die *»Berichterstattung als Resultat der Auswahlentscheidungen«* (Eilders 1997: 15, HiO). Die Forschungstradition hält fest, dass Nachrichtenfaktoren wie z. B. Negativität die Selektionsentscheidungen von Journalisten beeinflussen. *»The stuff that makes news«* nannte sie Warren bereits 1934. In diesem Kapitel soll auf die Nachrichtenwertforschung genauer eingegangen werden. Allerdings untersucht diese Arbeit die Religionsberichterstattung hinsichtlich Nachrichtenfaktoren nur bedingt auf ihre Selektionswirkung. Viel mehr interessieren die Nachrichtenfaktoren als beschreibende Elemente, die unter anderem das Bild von Religionsgemeinschaften in den Medien mitbestimmen. Die Studie untersucht also, welche Eigenschaften die Berichterstattung über Religion dominieren – was die Wahrnehmung von Rezipienten beeinflussen

kann. Obwohl in dieser Arbeit die Selektionsleistung also nicht direkt untersucht, sondern nur die Nachrichtenfaktoren erhoben werden, darf sie dabei natürlich nicht ganz unbeachtet bleiben. Die Ausführungen dazu vermitteln die Grundlage, um die Ergebnisse einzuordnen und die Bedeutungszuschreibung der Journalisten an Religion zu analysieren.

In diesem Kapitel wird bewusst darauf verzichtet, die historischen und wegleitenden empirischen Studien ausführlich vorzustellen, da dies bereits zahlreiche andere Autoren (u. a. Eilders 1997, Ruhrmann/Göbel 2007, Fretwurst 2008) gemacht haben. Vielmehr interessieren Eckpunkte in der theoretischen Weiterentwicklung bis zum heutigen Stand der Nachrichtenwerttheorie. Die Nachrichtenwerttheorie hat auf theoretischer Ebene immer wieder zu Diskussionen geführt, auf empirischer war man sich hingegen trotz Schwierigkeiten weitgehend einig. Dies liegt vermutlich auch daran, dass Nachrichtenfaktoren als eindimensionale Konstrukte gelten und damit im Text manifest ersichtlich sind. Oder vielleicht müsste man auch sagen, weil nur die manifest sichtbaren Nachrichtenfaktoren erhoben wurden. Nun aber zuerst zu den Anfängen. Die Entwicklung der Nachrichtenfaktoren wird tabellarisch festgehalten und die Weiterentwicklung aufgezeigt.

Ursprünge

Der norwegischen Forscher Östgaard (1965: 40–48) bündelte und strukturierte zum ersten Mal Forschungen zur Nachrichtenauswahl und filterte Faktoren heraus, welche – nebst externen politischen oder wirtschaftlichen Einflüssen – die Nachrichtenselektion systematisch beeinflussen. Veröffentlicht wird laut Östgaard (ebd.: 45) nur, was berichtenswert, interessant und »appetitlich« ist, wobei das durch die Faktoren Sensationalismus (Klatsch, Unglück, Konflikt), Vereinfachung (Einfachheit vor Komplexität) und Identifikation (kulturelle und geographische Nähe, Betroffenheit, Personalisierung) bestimmt werden würde. Die Faktoren gelten hier aus theoretischer Sicht als kognitive Verarbeitungsmechanismen, werden gleichzeitig aber auf der empirischen Ebene als Ereignismerkmale definiert.

Auf der Grundlage von Östgaard aufbauend systematisierten Galtung und Ruge (1965) den Katalog von Nachrichtenfaktoren und legten einen Theorieentwurf vor, der kognitionspsychologische Erkenntnisse einbezieht, die auch von der Stereotypenforschung her bekannt sind. Um überhaupt selektieren zu können, würde der Mensch laut den beiden Wissenschaftlern Kognitionsmechanismen einsetzen, um die Komplexität der Umwelt zu reduzieren und die Aufmerksamkeit zu fokussieren. Sie (ebd.: 71) halten fest:

»[...] that every link in the chain reacts to what it receives fairly much according to the same principles. The journalist scans the phenomena (in practice to a large extent by scanning other newspapers) and selects and distorts, and so does the reader when he gets the finished product, the news pages, and so do all the middle-men.«

Der Auswahlprozess wird geleitet von persönlichen und institutionellen Merkmalen, wie auch den Merkmalen des zur Verfügung stehenden Materials. Sowohl bei den Medien als auch bei den Rezipienten lässt sich durch die Überbetonung von bestimmten Nachrichtenwerten eine selektive Verzerrung ausmachen (ebd.: 65). Galtung und Ruge (ebd.: 65–70) definierten zwölf Nachrichtenfaktoren, die als Auswahlregeln fungieren. Diese sind:

- Eindeutigkeit: Je eindeutiger und überschaubarer ein Ereignis ist, desto eher wird es zur Nachricht.
- Elite-Nationen/Elite-Personen: Wenn eine Elite-Nation oder eine Elite-Person in ein Ereignis involviert ist, erhöht dies das Interesse der Medien daran.
- Personalisierung: Kann aus dem Leben einer Person berichtet werden, dem Ereignis ein Gesicht gegeben werden, desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht.
- Negativismus: Je negativer ein Ereignis, desto interessanter.
- Frequenz: Je mehr der zeitliche Ablauf eines Ereignisses der Erscheinungsperiodik der Medien entspricht, desto wahrscheinlicher wird das Ereignis zur Nachricht.
- Schwellenfaktor/Aussergewöhnlichkeit: die Auffälligkeit, die ein Ereignis überschreiten muss, damit es registriert wird.
- Bedeutsamkeit: Je grösser die Tragweite eines Ereignisses, je mehr es persönliche Betroffenheit auslöst, desto eher wird es zur Nachricht.
- Konsonanz: Je mehr ein Ereignis mit vorhandenen Vorstellungen und Erwartungen übereinstimmt, desto eher wird es zur Nachricht.
- Überraschung: Überraschende Ereignisse haben eine grosse Chance zur Nachricht zu werden.
- Kontinuität: Ein Ereignis, das bereits als Nachricht definiert ist, hat eine hohe Chance, von den Medien weiterhin beachtet zu werden.
- Variation/Komposition: Der Schwellenwert für die Beachtung eines Ereignisses ist niedriger, wenn es zur Ausbalancierung und Variation des gesamten Nachrichtenbildes beiträgt

Die vier letzten Faktoren sind laut den beiden Forschern nur im nord-westlichen Teil der Welt zu finden und somit kulturabhängig.

Das zentrale Element des theoretischen Ansatzes von Galtung und Ruge (1965) ist die analytische Unterscheidung zwischen Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert. Nachrichtenfaktoren gelten in diesem Sinne als Ereignismerkmale, die zusammen genommen den Nachrichtenwert des Ereignisses bestimmen. Galtung und Ruge (ebd.: 71–72) haben Hypothesen über die Wirkung (Hypothesen 1–3) und über das Zusammenwirken verschiedener Nachrichtenfaktoren (Hypothesen 4–5) entwickelt, die letztlich auch Aussagen über den Nachrichtenwert machen:

1. *Selektivitätshypothese*: Je mehr Nachrichtenfaktoren ein Ereignis aufweist, desto eher wird es zur Nachricht. Unklar bei dieser Hypothese ist, ob hier die Intensität eines Faktors oder das Vorkommen vieler Faktoren gemeint ist (Eilders 1997: 26).
2. *Verzerrungshypothese*: Nachrichtenwerte werden in der Berichterstattung besonders hervorgehoben.
3. *Replikationshypothese*: Selektivität und Verzerrung finden auf allen Stufen des Nachrichtenprozesses statt (vom Ereignis bis hin zum Lesen). Dabei verstärkt sich deren Wirkung auf jeder Stufe – die Nachrichten sind also umso verzerrter, je mehr Selektionsstufen sie durchlaufen haben.
4. *Additivitätshypothese*: Die Veröffentlichungswahrscheinlichkeit eines Ereignisses ist umso grösser, je mehr Nachrichtenfaktoren auf ein Ereignis zutreffen. Fretwurst bietet diesbezüglich eine Neuorientierung an. Er argumentiert, wie später noch ausgeführt wird, dass Nachrichtenfaktoren immer in Bündeln auftreten: »Additivität führt je Bündel zu einem höheren Teil-Nachrichtenwert« (Fretwurst 2008: 230).
5. *Komplementaritätshypothese*: Nachrichten können sich gegenseitig ersetzen. Wenn bei einem Ereignis bestimmte Kriterien nicht oder nur schwach zutreffen, müssen andere Faktoren umso stärker zutreffen, um den Ausgleich zu schaffen. (Galtung/Ruge 1965: 72).

Staab (1990: 64) erklärt, die Additivitätshypothese würde eigentlich auch die Komplementaritätsthese implizieren, denn wenn jeder Nachrichtenfaktor die Ereignisauswahl bestimmen kann, dann müssten sie sich auch gegenseitig ersetzen können. Stimmen diese Hypothesen, würde das bedeuten, dass die Nachrichtenwerte, die in Beiträgen über Religion gefunden werden, das Bild der Religionsgemeinschaften intensiv mitprägen. Besonders Hypothese zwei legt dar, dass Nachrichtenwerte in der Berichterstattung stark hervorgehoben werden. Trifft also beispielsweise Negativität in einem Beitrag zu, ist zu erwarten, dass er aufgrund

dessen, dass er hervorgehoben wird, mit der entsprechend vorkommenden Religionsgemeinschaft besonders stark verknüpft wird.

Galtung und Ruge haben empirisch nur die Komplementaritätshypothese anhand der Berichterstattung über die Kongo- und Kubakrise 1960 und der Zypernkrise 1964 in vier norwegischen Zeitungen überprüft. Die Hypothese konnte weitgehend bestätigt werden (ebd. 1965: 75–77). Sande (1971) hat die erste umfassende Überprüfung übernommen und über vier Wochen hinweg drei norwegische Tageszeitungen und Hörfunknachrichten untersucht. Für die Hypothesenprüfung errechnete er einen Beachtungsgradindex, der u. a. von Platzierung und Länge des Beitrages bestimmt wurde. Sande (ebd.) konnte den Einfluss der Nachrichtenfaktoren (im Sinne der Additivitäts- und Komplementaritätshypothese) auf die Platzierungsentscheidung (aber nicht auf die Veröffentlichungsentscheidung) nachweisen.

Konstruktivistische Sichtweise

In der frühen Nachrichtenforschung galten Nachrichtenfaktoren als Ereignismerkmale, als Stimuli, welche die Aufmerksamkeit der Medien erregen. Schulz wagt eine Neuentwicklung der Nachrichtenwerttheorie, indem er eine konstruktivistische Sichtweise mit dem Hintergedanken einschlägt, dass Nachrichten die Realität nie vollständig und absolut richtig abbilden können. Er legt weiter nahe:

»[...] die Nachrichtenfaktoren [...]–als Interaktionselemente zwischen Nachrichten und Ereignis, zwischen den wahrnehmenden Weltbildapparaten (bzw. darin tätigen Journalisten) und dem von ihnen wahrgenommenen Geschehen zu begreifen. Sie dienen dazu, aus der überaus komplexen Ereignisumwelt ein sinnhaftes Nachrichtenbild zu extrahieren. Sie sind Zwischenglieder in einem Prozess, der zugleich *bottom up* und *top down* gesteuert ist, d.h. sowohl durch die Ereignisse und ihre Merkmale wie auch durch Vorstellungen und Motive der Journalisten, deren Vorurteile, Stereotype.« (Schulz 2008: 93, HiO)

Nachrichtenfaktoren werden also immer mehr als Beitrags- und nicht mehr nur noch als Ereignismerkmale wahrgenommen. Schulz sieht sie demnach auch als Instrumente der journalistischen Arbeit zur Verarbeitung und Darstellungen von Ereignissen. Er geht aber noch nicht, wie das später Kepplinger (1989) oder Staab (1990) tun, davon aus, dass Journalisten Nachrichtenfaktoren bewusst einsetzen.

Auf empirischer Ebene führte Schulz (1975, 1977) Intensitätsskalen (4-stufig) für alle Nachrichtenfaktoren ein und konzentrierte sich erstmalig nicht nur auf die Politikberichterstattung. In seiner früheren Stu-

die 1975 führte er in Deutschland eine Inhaltsanalyse von zehn Tageszeitungen, Hauptnachrichten- und Hörfunksendungen sowie vom dpa-Basisdienst über elf Tage während dreier Wochen durch. Auch er benutzte den Beachtungsgrad (Umfang, Platzierung) als Hilfskonstrukt (Schulz 1976: 30–34). Er differenzierte einige der Nachrichtenfaktoren von Galtung und Ruge (1965) weiter aus und definierte schlussendlich achtzehn Nachrichtenfaktoren. Diese systematisierte er auf theoretischer und analytischer Ebene zu sechs Faktorendimensionen:

- 1. *Zeit*: zeitliche Ausdehnung, Thematisierung (ist ein Thema in den Medien etabliert, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass es »weitergezogen« wird)
- 2. *Nähe*: räumliche (bei ausserdeutschen Ereignissen, räumliche Nähe zu Deutschland), politische (Ähnlichkeit der Herrschaftssysteme, der aussenpolitischen Zielsetzung, der Verteidigungspolitik) und kulturelle Nähe (Ähnlichkeit von Sprache, Religion, Kultur), Relevanz
- 3. *Status*: regionale Zentralität, nationale Zentralität, persönlicher Einfluss (politische, wirtschaftliche oder kulturelle Macht einer Person), Prominenz (Grad der Bekanntheit)
- 4. *Dynamik*: Überraschung, Struktur (Komplexität der Verlaufsform)
- 5. *Valenz*: Konflikt, Kriminalität, Schaden (Ereignisse die als Misserfolg/Schaden gewertet werden), Erfolg (Ereignisse die als Erfolg gewertet werden)
- 6. *Identifikation*: Personalisierung, Ethnozentrismus (bei ausserdeutschen Ereignissen wird Bezug zu Deutschland genommen)

Damit setzt er bereits den Grundstein für spätere Diskussionen darüber, ob Nachrichtenfaktoren unabhängig voneinander sind oder doch in irgendeiner Art und Weise zusammen hängen. Die Nachrichtenfaktorenliste selber ist nicht wirklich neu, sondern stärker ausdifferenziert. Negativität zum Beispiel wird so neu nicht mehr direkt erfasst, schwingt aber bei Schaden, Kriminalität und Konflikt mit.

Die Ergebnisse seiner Studie bestätigten, dass die Nachrichtenfaktoren die Präsentationsentscheidung, von welcher ausgegangen wird, dass sie nach den gleichen Kriterien wie die Selektionsentscheidung erfolgt, beeinflussen. Schulz stellte auch Unterschiede zwischen internationaler und nationaler, sowie politischer und nicht-politischer Berichterstattung bezüglich der Anwendung von Nachrichtenfaktoren fest (ebd.: 99). Zudem konnte er die Verzerrungshypothese bestätigen (ebd.: 98).

Später (Schulz 1977) folgte eine Inhaltsanalyse und Rezipientenbefragung, die zusätzlich untersuchte, wie Nachrichtenfaktoren bei den Rezipienten wirken.

Finalansatz

Staab (1990) ergänzte den ursprünglichen Ansatz (auch als Kausalansatz bezeichnet) um den finalen Ansatz mit Bezug auf Kepplingers (1989) »instrumentelle Aktualisierung«. Gegenstand seiner Studie war die politische Berichterstattung während einer Woche im Februar 1984, sowie die Konfliktberichterstattung zu diversen politischen Themen in der BRD im Zeitraum zwischen Januar und November 1984. In die Inhaltsanalyse gingen Berichte von Qualitätszeitungen, von regionalen sowie Strassenverkaufszeitungen, des dpa-Dienstes und von Hörfunk- und Fernsehsendungen ein. Er entwickelte auf der Basis des Nachrichtenfaktorenkatalogs von Schulz einen Katalog mit 22 Faktoren: Status der Ereignisation (wirtschaftliche, politische und militärische Bedeutung von Nationen), Status der Ereignisregion (wirtschaftliche, politische und militärische Bedeutung von Regionen), räumliche, politische, kulturelle und wirtschaftliche Nähe, Reichweite (Anzahl Personen, die an einem Ereignis teilnehmen oder direkt von ihm betroffen sind), Etablierung von Themen, Zusammenhang mit Themen, institutioneller und persönlicher Einfluss, Prominenz, Personalisierung, Überraschung, tatsächlicher Schaden/Misserfolg, möglicher Schaden/Misserfolg, Kontroverse, Aggression, Demonstration, tatsächlicher Nutzen/Erfolg, möglicher Nutzen/Erfolg und Faktizität (Ereigniskraft von Meldungen: statische Darstellung der Situation bis hin zu konkreten Handlungen). Der letzte Nachrichtenfaktor, die Faktizität, wird von Staab neu eingeführt, Ethnozentrismus dafür weggelassen. Ansonsten sind seine Änderungen hauptsächlich Anpassungen an den Begrifflichkeiten oder Verfeinerungen der Faktoren.

Er unterschied dabei zwischen indizierbaren Faktoren wie Nähe und Status, welche nach seiner Auffassung intersubjektiv feststellbar seien und den konsensbedingten Faktoren (alle anderen). Wie bei Schulz wurden die Faktoren in vier Intensitätsstufen gemessen (ebd.: 120). Staab (ebd.: 148–152) stellte einen starken Einfluss der Nachrichtenfaktoren auf den Umfang, aber nur einen schwachen auf die Platzierung fest. Besonders zum Tragen kam der Effekt bei der Konfliktberichterstattung. Kontroverse, Prominenz, möglicher Nutzen und möglicher Schaden waren gewichtige Nachrichtenfaktoren bei der nationalen Berichterstattung, in der internationalen Prominenz, Reichweite, tatsächlicher und möglicher Schaden sowie Etablierung der Themen. Die Additivitätshypothese konnte hinsichtlich des Zusammenhangs der Gesamtintensität und des Umfangs, nicht aber für die Platzierung bestätigt werden (ebd.: 169).

Wie bereits angedeutet, war das Ziel der Studie, den sogenannten Finalansatz von Kepplinger (1989) und Staab (1990) zu untersuchen. Dieser sieht Nachrichtenfaktoren nicht als Ursache von Selektionsentscheidungen, sondern als deren Folge (Staab 1990b: 94–96). Sie werden als bewusste Merkmalszuschreibungen durch Journalisten betrachtet. Diese würden bei der Selektion politisch handeln und bewusst bestimmte Ereignisse bevorzugen, indem diesen mehr Raum und/oder Beachtung zugestanden wird. Um das Vorgehen zu legitimieren, würden sie dann entsprechend mehr Nachrichtenfaktoren im Beitrag unterbringen. Diesen Ansatz des Finalmodells unterstreicht Staabs Untersuchung von vier Qualitätszeitungen. Diese verwendeten für die jeweils gleichen Ereignisse unterschiedliche Nachrichtenstrukturen. Staab (1990: 193) führt dies auf die unterschiedlichen Ereignisdefinitionen zurück, die zum Auslassen oder Zuschreiben von Nachrichtenfaktoren führt. Wie sich in der Empirie gezeigt hat, hängt der Umfang von der Anzahl der Nachrichtenfaktoren ab. Dies ist für Staab der Beweis, dass Journalisten einem Ereignis umso mehr Faktoren zuschreiben, je stärker sie es in den Medien hervorheben wollen.

Staab sieht das Finalmodell aber nicht als Gegenentwurf zum Kausalmodell (Nachrichtenfaktoren als Selektionsgründe), sondern als sinnvolle Ergänzung und sieht im Kausalmodell sogar eine Voraussetzung für das Finalmodell: »Nur wenn die Nachrichtenfaktoren tatsächlich als Selektionskriterien fungieren und an ihnen orientierte professionelle Normen bestehen, können sie glaubhaft zur Legitimation von Publikationsentscheidungen genutzt werden« (Staab 1990: 98). Auch Kepplinger (1989:14) glaubt, dass die verschiedenen Modelle einander ergänzen.

3.3.2 Studien zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf die journalistische Berichterstattung

Diverse Studien haben sich darum bemüht, die Nachrichtenwerthypothese zu prüfen, wobei verschiedene Wege gewählt wurden: Untersuchung des Einflusses der Nachrichtenfaktoren auf die Platzierung und den Umfang, Vergleich von Extra-Medien Daten mit der Berichterstattung oder Input-Output-Untersuchungen. Die Studien konnten die Nachrichtenwerthypothese generell bestätigen und damit den Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf die journalistische Selektion nachweisen. Ob es sich dabei nur um ereignishärente Merkmale oder um Zuschreibungen von Journalisten handelt, ist empirisch noch nicht belegt. Als bedeutende Selektionskriterien wurden in den meisten Studien die Nachrichtenfaktoren Reichweite, Negativismus, persönlicher Einfluss

und Kontinuität bewertet (Eilders 1997: 58). Viele Studien haben sich auf vereinzelte Nachrichtenfaktoren konzentriert. Aus Platzgründen und da sie für diese Arbeit keine Neuorientierung liefern, wird auf einen Überblick dieser verzichtet.

Die aktuellsten, nennenswerten Studien zur Nachrichtenwerttheorie stammen von Eilders (1997), Maier (2003), Maier/Ruhrmann/Klietsch (2006) und Fretwurst (2008). Sie werden nachfolgend ausgeführt.

Eilders 1997

Eilders (1997) führte eine Inhaltsanalyse von 3428 Zeitungsbeiträgen aus einer Mai-Woche 1984 durch. Die Beiträge stammten aus Zeitungen, welche von Probanden, die zur Rezeption befragt wurden, gelesen wurden. Eilders arbeitete die Faktoren Ortsstatus, Reichweite, Etablierung von Themen, Einfluss, Prominenz, Personalisierung, Überraschung, Schaden, kontroverse, Nutzen, Faktizität heraus und fügte neu auch Emotionen und Sex/Erotik (Darstellung oder Anspielung auf Sexualität/erotische Momente) hinzu. Sie benutzte einen verkürzten Nachrichtenfaktorenkatalog, da für ihre Fragestellung nicht alle Faktoren relevant waren.

Ihre Ergebnisse hinsichtlich der Inhaltsanalyse zeigen, dass die Nachrichtenfaktoren Faktizität und Überraschung bei den untersuchten Zeitungsbeiträgen keine Rolle spielten (Eilders 1997: 212). Verschiedene Zeitungstypen, aber auch Zeitungen und Zeitschriften unterschieden sich darin, welche Faktoren sie verwendeten. Eilders konnte einen Einfluss der Nachrichtenfaktoren (insbesondere Ortsstatus, Kontroverse, Etablierung, Thematisierung) auf die Platzierung und die Überschriftsgrösse nachweisen. Die Faktoren Etablierung und Reichweite hatten starken Einfluss auf den Beitragsumfang. Die Additivitätshypothese liess sich bestätigen. Beiträge mit vielen Nachrichtenfaktoren sind also oft schon besonders auffällig, was wieder Auswirkungen auf die Rezeption hat (ebd.: 185–188).

Maier 2003 und Maier/Ruhrmann/Klietsch 2006

Maier (2003) bzw. Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) führten zwei Projekte zur Erforschung von Nachrichtenfaktoren in Hauptnachrichtensendungen durch. In der zweiten Studie wurden die Resultate der ersten berücksichtigt. Die Nachrichtenwerte wurden in dieser Studie vor allem beschreibend verwendet. Zudem wurde deren Einfluss auf die Platzierung untersucht. Da die Studie über mehrere Jahre angelegt wurde, konnten auch Veränderungen erfasst werden. Untersuchungsgegen-

stand waren die Hauptnachrichten von acht deutschen Fernsehsendern auf 22 Nachrichtenfaktoren hin: Status der Ereignisnation, Ortsstatus, Deutsche Beteiligung (Ethnozentrismus), Räumliche Nähe, Politische Nähe, Kulturelle Nähe, Wirtschaftliche Nähe, Reichweite, Etablierung von Themen, Einfluss, Prominenz, Personalisierung, Überraschung, Schaden/Misserfolg, Kontroverse, Aggression, Kriminalität. Demonstration (die kollektive Darstellung von Zielen), Nutzen/Erfolg, Faktizität, Bildliche Darstellung von Emotion (Darstellung von menschlichen Gefühlen), Sexualität/Erotik und Visualität (Grad der Visualisierung eines Nachrichtenthemas). Als Erneuerung muss insbesondere die Einführung des Faktors Visualität gesehen werden. Die genaue Beschreibung ist auch unter 3.3.5 einsehbar. Die Nachrichtenfaktoren wurden auf unterschiedlichen Intensitätsstufen gemessen, d.h. heisst ein Faktor konnte unterschiedlich stark zutreffen. Beispielsweise wird bei der Erfassung von Prominenz abgestuft, ob es sich um eine in Expertenkreisen, eine national oder eine international bekannte Person handelt.

In der ersten Studie wurde jeweils eine natürliche Woche zu den Messzeitpunkten 1992, 1995, 1998 und 2001 (N=2427) erfasst. In der zweiten Studie kam das Jahr 2004 dazu, so dass schlussendlich 3042 Beiträge codiert worden sind. Die Wissenschaftler unterschieden in der Analyse einerseits zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtensendern, andererseits zwischen innenpolitischer, aussenpolitischer, internationaler und nicht-politischer Berichterstattung. Hier soll vor allem die aktuellere Studie von Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) vorgestellt werden. Dort wo interessant, werden die gefundenen Veränderungen aufgezeigt.

In der Studie wurde in erster Linie danach gefragt, welche Nachrichtenfaktoren die Publikationsentscheidungen von Journalisten 2004 angeleitet haben. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern konnten Einfluss, Faktizität, Reichweite, Prominenz, Visualität, Schaden und Kontroverse sowie die nur für die Auslandberichterstattung erhobenen Faktoren Status der Ereignisnation, kulturelle, politische, wirtschaftliche, räumliche Nähe und deutsche Beteiligung als themenübergreifend relevant identifiziert werden. Dabei stellte sich bei politischen Themen Einfluss als zentralster Faktor heraus. Bei unpolitischen Ereignissen im internationalen Kontext waren die hohe Bedeutsamkeit der Länder, über die berichtet wird, die Möglichkeit zur visuellen Darstellung sowie Faktizität von grosser Bedeutung. Gesamthaft konnten Einfluss und Faktizität für die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten als die zentralsten Faktoren herausgehoben werden. (ebd.: 39–40)

Die privaten Nachrichten unterschieden sich teilweise von den öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten. Sie betonen die Faktoren Einfluss, Visualität, Faktizität, Schaden/Misserfolg und Etablierung stark. Für politische Meldungen hatte der Faktor Einfluss bei den öffentlich-rechtlichen wie auch bei den privaten Nachrichten grösste Bedeutung. Reichweite und Prominenz, die bei den öffentlich-rechtlichen Nachrichten über innenpolitische und internationale Ereignisse besonders relevant waren, erhielten hingegen bei den Privaten keine grössere Aufmerksamkeit. Von grösserer Relevanz war dafür die Etablierung von Themen, die bei Beiträgen über die internationale Politik eine systematische Rolle spielt. Im Weiteren kann die Bedeutung der Visualisierung für die privaten Sender hervorgehoben werden, die zu Lasten der Faktizität geht (ebd.: 40–41).

Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) untersuchten die Nachrichtenfaktoren auch auf ihre Intensität hin und konnten in ihrer Bedeutung keine grosse Abweichung zum eben Festgestellten sehen, d.h. die Häufigkeit des Vorkommens und die Intensität korrespondieren. Wenige Ausnahmen gab es bei den privaten Nachrichtensendungen: Reichweite hatte in der Häufigkeit des Auftretens wenig Relevanz. Die Intensität mitberücksichtigt wurde sie aber für die innenpolitische Ereignisse wichtig. Kontroverse hingegen erhielt gemessen an der Häufigkeit viel Aufmerksamkeit, aber erwies sich nicht wirklich als intensiv (ebd.: 43).

Wie hat sich die Berichterstattung nun zwischen 1992 und 2004 verändert? Die Forscher konnten generell eine zunehmend konfliktorientierte Darstellung in den Hauptnachrichten ausmachen: Kontroverse und Aggression wurden wichtiger. Diese Aussage muss für das Jahr 2004 jedoch eingeschränkt und konkretisiert werden: Bei der Berichterstattung über die deutsche Innen- und Aussenpolitik gewann Kontroverse an Bedeutung, Aggression spielte hier hingegen entgegen früheren Trends keine Rolle mehr. Bei der internationalen Berichterstattung verhält es sich umgekehrt: Während Kontroverse leicht zurückging, wurde der Nachrichtenfaktor Aggression wichtiger. Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006: 49) ergänzen dazu: »Die in der Ursprungsstudie augenscheinlichen Niveauunterschiede zwischen den beiden Sendergruppen [private und öffentlich-rechtliche TV-Sender/ck] können für die Stichprobe 2004 in diesem Punkt somit als weitestgehend nivelliert bezeichnet werden.« Bei der Berichterstattung über unpolitische Themen nahmen die Nachrichtenfaktoren Aggressivität und Demonstration mit den Jahren an Bedeutung zu, sowohl bei den öffentlich-rechtlichen als auch bei den privaten Nachrichtensendern. Aggression konnte in diesem Themenbereich nun nicht mehr wie früher unter dem Grobfaktor Ne-

gativität (der Schaden, Kontroverse und Aggression subsumierte) zusammengefasst werden, sondern musste aufgrund seiner herausragenden Bedeutung wieder als Einzelfaktor verwendet werden.

Der in der ersten Studie hohe Nachrichtenwert von Prominenz liess sich auch 2004 nachweisen, vor allem bei Berichten über innenpolitische Ereignisse. In diesen wurden 2004 zudem häufig die Nachrichtenfaktoren Betroffenheit und Einfluss gefunden. Bei der Berichterstattung über internationale Ereignisse wog der Faktor Nähe stark. Besonders bei unpolitischen Themen liess sich über alle Jahre hinweg Nähe als wichtige Einflussgrösse nachweisen. Er wird von Maier, Ruhrmann und Klietsch (ebd.: 57) als »langfristig stabile übergeordnete Dimension der Nachrichtenauswahl« bezeichnet. Die bildliche Darstellung von Emotionen gewann stark an Bedeutung, vor allem bei den privaten Sendern und generell in den internationalen Meldungen. Der Nachrichtenfaktor Personalisierung hingegen spielte generell kaum eine Rolle. Nur bei den unpolitischen Beiträgen der privaten Sender konnte er in wenigen Fällen identifiziert werden (ebd.: 38–50).

Um die Berichterstattung auf übergeordnete Strukturen der Nachrichtenauswahl hin zu untersuchen, wurden die Daten faktoranalytisch untersucht. Dabei konnten einige zentrale übergeordnete Faktoren je nach Sendertyp (privat, öffentlich-rechtlich) und Berichterstattungsrichtungen (Innen-, Aussenpolitik, internationale Politik, unpolitische Ereignisse) gefunden werden. Wie sie sich genau konstituieren, wird in der Studie nicht ausgeführt. Nur im Anhang können die Ergebnisse der Faktorenanalyse angeschaut und die Zusammenhänge der Nachrichtenfaktoren identifiziert werden. Diese Ergebnisse werden hier aus Platzgründen nicht alle aufgeführt. Beispielhaft sollen aber diejenigen der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensender in der innenpolitischen Berichterstattung aufgezeigt werden. Das sind Prominente (Personalisierung, Prominenz, Einfluss), Nutzen/Erfolg (Nutzen/Erfolg, Faktizität, Visualität, Emotionen), anhaltende Kontroversen (Kontroverse, Etablierung, Demonstration), Status der Ereignisnation (Statuscode), Reichweite (Reichweite, wenig Schaden/Misserfolg). Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) zeigten damit auch, dass die Nachrichtenfaktoren nicht völlig unabhängig voneinander sind. Gewisse treten fast immer mit anderen zusammen auf. Allerdings mussten einige der gemachten Zusammenhänge in der Zeitentwicklung wieder relativiert werden. Wie oben dargelegt, konnte so Aggression nicht mehr mit Kontroverse und Schaden unter dem Grobfaktor Negativität zusammengefasst werden. Die zentralen Befunde zur Analyse der übergeordneten Strukturen fassen die Autoren der Studie selber zusammen:

»Wie die weitere Analyse der einzelnen im Rahmen der Datenerhebung codierten Nachrichtenfaktoren ergab, bilden unabhängig vom Themenbereich der Berichterstattung die Faktoren *Prominenz*, *Kontroversen/Demonstrationen*, *Aggression*, *Nähe* und *Faktizität* langfristig übergeordnete Dimensionen, welche als latente Kriterien der journalistischen Nachrichtenauswahl zu begreifen sind [...]. Die Betrachtung des gesamten Untersuchungszeitraumes zeigt, dass sich insbesondere die Dimensionen *Prominenz*, *Nähe* und *Negativität* in Form von Konflikten oder Kontroversen themenübergreifend als die langfristig stabilsten erwiesen haben« (Maier/Ruhrmann/Klietsch 2006: 64, HiO).

Die zwei Studien konnten letztlich zeigen, dass die Erklärungskraft der übergeordneten Nachrichtenfaktoren themenabhängig ist und zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern variiert (ebd.: 62).

Das gleiche Team, hier unter der Leitung von Diehlmann (2003: 113–140), führte zusätzlich eine Befragung von TV-Nachrichtenjournalisten im Winter 2001/2002 durch. Es bestätigte sich die Wichtigkeit der Visualisierung. Die schnelle Verfügbarkeit von Filmmaterial, die Aussergewöhnlichkeit und Exklusivität einer Geschichte gelten ihrer Meinung nach als zentrale Faktoren. Sie werden vom Zwang zur Aktualität gesteuert. Etablierte Themen, die wichtig für die Nation sind und einen grossen Kreis an Menschen betreffen, bestimmten die Nachrichtenselektion.

Fretwurst 2008

Fretwurst (2008) führte eine der aktuellsten Studien zur Nachrichtenwerttheorie in Form einer Inhaltsanalyse und einer Rezipientenbefragung durch. Er konnte dabei die grundlegende These der Nachrichtenwerttheorie, dass das Vorkommen bestimmter Nachrichtenfaktoren die Publikationswahrscheinlichkeit steigert, bestätigen, aber auch in gewissen Bereichen eine Neuorientierung aufzeigen.

Die Inhaltsanalyse wurde im Zeitraum vom 29.11.2005 bis 8.12.2005 an Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, SAT1, PRO7 und RTL durchgeführt. Insgesamt kamen so 677 Beiträge zusammen. Nebst den gesamten Beiträgen, wurden auch einzelne Beitragssegmente hinsichtlich der Nachrichtenfaktoren untersucht, um ein differenziertes Bild zu erhalten (Fretwurst 2008: 158–168). Fretwurst griff auf bestehende Nachrichtenfaktorenkataloge zurück, ergänzte aber zusätzlich die Faktoren Tiere/Kuriositäten und Superlative. Er arbeitete mit den Nachrichtenfaktoren Länder-Status, geographische, politische, kulturelle und wirtschaftliche Nähe, Reichweite, altes Thema, Thematisierung,

Dynamik, Einfluss, Prominenz, Personalisierung, Überraschung, Schaden/Misserfolg, Kontroverse, Aggression/Gewalt, Kriminalität, Nutzen/Erfolg, Emotionen (Freude/Fröhlichkeit, Trauer/Traurigkeit, Ärger/Wut, Furcht/Panik), Glück, Tragik, Sexualität/Erotik, Tiere, Kuriositäten und Superlative.

Auch er nutzte die Kriterien Selektion, Dauer und Platzierung als Indikator für den Beachtungsgrad. Als eines seiner wichtigsten Ergebnisse darf die Neuaufrollung der Additivitätshypothese gewertet werden. Fretwurst (2008: 198) konnte aufzeigen, was andere Autoren bisher nur vage angedeutet haben, nämlich, dass sich die Nachrichtenfaktoren thematisch bündeln lassen:

- *Verwandtschaft*: Wirtschaftliche, kulturelle, politische Nähe, Länder-Status
- *Negativismus*: Schaden/Misserfolg, Aggression/Gewalt, Tragik, Kriminalität
- *Kontroverse*: Einfluss, Reichweite, Kontroverse, Thematisierung/Kontinuität
- *Personen*: Personalisierung, Prominenz
- *Lokales*: Geografische Nähe, Nutzen/Erfolg
- *Kuriositäten*: Kuriositäten, Tiere, Überraschung

Damit wird untermauert, dass die Nachrichtenfaktoren nicht voneinander unabhängig sind. »Treten Nachrichtenfaktoren eines Bündels auf, haben andere eine geringere Wahrscheinlichkeit« (Fretwurst 2008: 230). Damit muss auch die Additivitätshypothese in ihrer einfachen Struktur verworfen werden. Stattdessen führe »Additivität [...] je Bündel zu einem höheren Teil-Nachrichtenwert. Bei Zutreffen eines bestimmten Nachrichtenwertbündels sind die Nachrichtenfaktoren eines anderen Bündels weniger wahrscheinlich« (Fretwurst 2008: 230).

Studien zu Nachrichtenwerten in der Religionsberichterstattung

Vereinzelte Studien haben die Nachrichtenwerttheorie zur Beschreibung der Berichterstattung über Religion bzw. einzelne Religionsgemeinschaften verwendet. Die Studien werden in Kapitel 4 erläutert. Eine kurze zusammenfassende Besprechung der Anwendung der Nachrichtenwerttheorie in diesen Studien ist in Kapitel 4.2.7 zu finden.

3.3.3 Rezeptionsforschung

Der jüngste Forschungszweig der Nachrichtenwerttheorie beschäftigt sich mit der Aufmerksamkeitsverteilung der Rezipienten und der Rolle der Nachrichtenfaktoren dabei. Schulz (1977) wendete das Konzept als erster systematisch auf die Rezeptionsforschung an. Richtungsweisend in diesem Bereich ist aber die Arbeit von Eilders (1997). Sie konnte nachweisen, dass auch Rezipienten Nachrichtenfaktoren zur Verarbeitung verwenden, wobei sich die Verarbeitung je nach Faktor unterschied. Auch Eilders und Wirth (1999) konnten die Gültigkeit der Nachrichtenwerttheorie für die Rezeption unabhängig von Themen, Beachtungsgrad und den Rezipientenmerkmale bestätigen. Höfner (2003) konnte dies bestätigen und zeigen, dass Nachrichtenfaktoren den wahrgenommenen Unterhaltungswert von Nachrichten steigern. Im Rahmen der gleichen Studie wie diejenige von Maier (2003) wurde ebenfalls eine Rezipientenbefragung durchgeführt (zuständig war Woelke 2003: 176–193). Ihre Befragung von 315 Rezipienten zeigte, dass die Bewertung der Nachrichten anhand nutzungsbezogener Eigenschaften wie Relevanz, Ereignisstruktur oder Güte vorgenommen wurde. Gewisse Faktoren wie etwa Prominenz oder Personalisierung erhöhte die Zuwendungschance zur entsprechenden Meldung. Einige Faktoren wirkten je nach Sendung unterschiedlich, z. B. Aggression und Kontroverse. Fretwurst (2008) konnte einen Unterschied der selektiven Erinnerung der Rezipienten und den Auswahlentscheidungen der Journalisten nachweisen. Bei Kontroverse fand er Übereinkunft, nicht aber beim Faktorenbündel Negativismus: »Die Ereignisse ohne gesellschaftliche Relevanz, die aufgrund ihres negativen Charakters in die Nachrichten gelangen, werden von den Rezipienten seltener als wichtigste Meldung genannt oder erinnert« (Fretwurst 2008: 231).

Wenn die Nachrichtenfaktoren also auch die Selektionsentscheidung und Wahrnehmung beeinflussen, haben sie indirekt Auswirkungen auf die Wahrnehmung eines Themas. Treten gewisse Nachrichtenfaktoren immer in Zusammenhang mit gewissen Nachrichtenfaktoren auf, kann dies demnach zu einer stereotypen Wahrnehmung dieser führen.

3.3.4 Stärken und Schwächen des Konzepts

Das Konzept der Nachrichtenwerttheorie wurde in seinen Grundzügen von vielen Studien bestätigt und legt überzeugend dar, wie die Auswahlprozesse von Journalisten angeleitet werden. Damit werden aber auch gleich die ersten Schwächen deutlich: Auf theoretischer Ebene lässt sich bemängeln, dass Nachrichtenfaktoren keineswegs als alleinige Selektionskriterien der Journalisten betrachtet werden können. Zahlreiche andere innere und äussere Einflüsse spielen bei der Auswahl eine Rolle – nicht zuletzt die subjektiven Einstellungen der Journalisten. Die Nachrichtenwerttheorie wird dem Anspruch, eine zeit-, raum- und kontext-unabhängige Theorie mittlerer Reichweite zu sein, nicht gerecht. Verschiedene Studien haben nachgewiesen, dass die einzelnen Nachrichtenfaktoren kulturell bedingt sind.

Nachrichtenfaktoren können dank dessen, dass sie holistisch erfassbar sind, relativ einfach operationalisiert werden. Die bisher definierten Faktoren lassen sich auch mit einer hohen Reliabilität codieren, da sie in den Medien manifest sichtbar sind. Auf der anderen Seite sind aber auch genau dort die Mängel anzusiedeln. Viele Nachrichtenfaktoren mussten in der Liste von vornherein weggelassen werden. Die Schwächen in der Operationalisierung sind nämlich das Resultat pragmatischer Entscheidungen: es können nur auch wirklich operationalisierbare Faktoren gemessen werden. Alles was latent vorhanden ist, lässt sich nicht erfassen. Einige Nachrichtenfaktoren sind ferner nur über sehr aufwändige Verfahren zu erfassen. Um etwa Thematisierung zu codieren, reicht es nicht einen Beitrag anzuschauen, sondern es müssen ganze Ereignisstränge verfolgt werden, um den Anfangspunkt bestimmen zu können.

Ein weiterer Diskussionspunkt ist die Skalierung der Intensitätsskalen. Braucht es überhaupt Intensitätsskalen und wenn ja mit welchen Abstufungen? Schulz (1975, 1977) und Staab (1990) verwendeten beide eine vierstufige Intensitätsskala. Diese ermöglicht, die Nachrichtenfaktoren in der Feinheit ihrer Ausprägungen zu erfassen. Zudem können durch die gleiche Skalierung direkte Vergleiche angestellt werden. Die metrische Erfassung der Variablen erlaubt ferner die Anwendung komplexerer statistischer Verfahren. Gegen dieses Vorgehen ist allerdings einzuwenden, dass es eine unnatürliche Abstufung ist. So wird von der Autorin argumentiert, dass sich nicht jeder Nachrichtenfaktor sinnvollerweise über vier Ausprägungen erfassen lässt. Zu dieser Einsicht sind auch Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) gekommen, die nicht für alle Variablen eine vierstufige Skala verwendet haben. Auch wenn es die

Vergleichbarkeit und statistische Verwertbarkeit hemmt, ist dies aus Sicht der Autorin das datennähere, sinnvollere Vorgehen.

Im Weiteren muss die fehlende logische Unabhängigkeit von Nachrichtenfaktoren kritisiert werden (Peters 1994: 172). Bereits Schulz (1976) ordnete die Nachrichtenfaktoren thematisch und legte damit einen gewissen Zusammenhang dieser dar. Auch Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) zeigten, dass gewisse Nachrichten direkt miteinander verknüpft sind, so dass ein Nachrichtenfaktor fast immer zusammen mit einem anderen auftritt. Deutlich wurde dies bei Fretwurst (2008), der zeigte, dass die Nachrichtenfaktoren immer in Bündeln auftreten. Ob dies tatsächlich immer so ist, bedarf noch empirischer Überprüfung. Es ist anzunehmen, dass sich im Zeitverlauf diese »Bündel« verändern können. So haben Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006) dargelegt, dass sich die in der Faktorenanalyse übergeordnet gefundenen Grobfaktoren mit der Zeit auflösen oder verändern.

Schliesslich zeigt sich, dass Nachrichtenfaktoren stark themenabhängig sind. Ein gewisses Thema erhöht also die Wahrscheinlichkeit enorm, dass ein bestimmter Faktor bzw. ein Faktorenbündel vorkommt. Es stellt sich dann die Frage, inwiefern Thema und Nachrichtenfaktoren sich gegenseitig beeinflussen.

Der Einfluss der Nachrichtenfaktoren auf die Berichterstattung konnte bisher nur bedingt nachgewiesen werden. Die meisten Studien messen nur den Einfluss auf den Beachtungsgrad oder unternehmen einen Input-Output-Vergleich. Der ganze Selektionsvorgang konnte dadurch bisher kaum erfasst werden. Es ist auch noch nicht erwiesen, in welcher Form Final- und Kausalansatz zum Zuge kommen. Ausserdem wendet noch immer ein Grossteil der empirischen Studien das Konzept ausschliesslich auf die Politikberichterstattung an. Obwohl die Nachrichtenwerttheorie ein bereits gut etabliertes und breit erforschtes Konzept ist, besteht noch reichlich Forschungsbedarf, etwa in Form von Journalistenbefragungen oder bei der Erforschung der kulturellen Komponente.

Für diese Arbeit hat sich – insbesondere aus der Studie von Maier et al. (2003) – gezeigt, dass die Nachrichtenfaktoren hilfreiche, konstituierende Elemente sind, um die Berichterstattung zu beschreiben. Wenn man davon ausgeht, dass Nachrichtenfaktoren nicht nur aus Ereignissen übernommen, sondern in den Medien auch konstruiert und kumuliert werden, lässt die Erforschung von Nachrichtenfaktoren in der Religionsberichterstattung bedeutende Aussagen über das Bild von Religionsgemeinschaften in der Gesellschaft zu. Insbesondere interessant ist die These von Galtung und Ruge, die Nachrichtenfaktoren würden in der

Berichterstattung hervorgehoben. Damit sind sie auch besonders sichtbar. Wird also eine Religionsgemeinschaft genannt, wird im gleichen Zug deren Darstellung stark durch die entsprechenden Nachrichtenfaktoren geprägt.

3.3.5 Listen von Nachrichtenfaktoren

Im Verlauf der Nachrichtenwertforschung wurden verschiedene Listen von Nachrichtenfaktoren erstellt, wobei eines der zentralen Kriterien die Möglichkeit war, den Nachrichtenfaktor überhaupt operationalisieren zu können. Wie nachstehende Abb. 5 aufzeigt, wurde die Liste der Nachrichtenfaktoren immer weiter ausdifferenziert, in einigen Fällen aber auch wieder zusammengefasst (z. B. tatsächlicher Schaden/möglicher Schaden). Grundsätzlich blieb die Grundidee aber erstaunlich konstant, wie nachfolgende Tabelle zeigt.

Galtung/Ruge 1965	Schulz 1976	Staab 1990	Eilders 1997	Mäler et al. 2006	Fretwurst 2008
Elite-Nationen	nationale Zentralität	Status Ereignisregion	Ortsstatus	Status Ereignisnation	Länder-Status
Bedeutsamkeit	regionale Zentralität	Status Ereignisregion	Ortsstatus	Ortsstatus	geogr., räuml., pol., kult., wirtsch. Nähe
Bedeutsamkeit	Ethnozentrismus, räuml., pol., kult. Nähe	räuml., pol., kult., wirt. Nähe	Reichweite	Reichweite	Reichweite
Frequenz	Relevanz	Reichweite	Reichweite	Reichweite	Reichweite
Elite-Personen	zeitliche Ausdehnung, Thematisierung	Etablierung von Themen, Zusammenhang mit Themen	Etablierung von Themen	Etablierung von Themen	altes Thema, Thematisierung, Dynamik
Personalisierung	persönlicher Einfluss, Prominenz	Instit. Einfluss, persönl. Einfluss, Prominenz	Einfluss, Prominenz	Einfluss, Prominenz	Einfluss, Prominenz
Überraschung	Personalisierung	Personalisierung	Personalisierung	Personalisierung	Personalisierung
Negativismus	Überraschung	Überraschung	Überraschung	Überraschung	Überraschung
	Schaden	tats. Schaden/Misserfolg	Schaden	Schaden/Misserfolg	Schaden/Misserfolg
	Konflikt, Kriminalität	mögl. Schaden/Misserfolg	Kontroverse	Kontroverse, Demonstration, Aggression, Kriminalität	Kontroverse, Aggression/Gewalt, Kriminalität
	Erfolg	tats. Nutzen/ Erfolg, möglicher Nutzen/Erfolg	Nutzen	Nutzen/Erfolg	Nutzen/Erfolg
Schwellenfaktor, Eindeutigkeit		Faktizität	Faktizität	Faktizität	
Kontinuität			Emotion, Sex/Erotik	bildi. Darstellung von Emotion, Sexual./ Erotik, Visualität	Emotionen, Sexual./ Erotik
Variation/Komposition					
Konsonanz					
					Tiere, Kuriositäten
					Superlative

Abb. 5: Entwicklung der Nachrichtenfaktoren in der Übersicht

Für diese Arbeit wird auf die bewährten Nachrichtenfaktoren zurückgegriffen, welche Maier, Ruhrmann und Klietsch (2006: 12–13, unter Rückgriff auf Staab 1990 und Eilders 1997) formuliert haben:

»*Status der Ereignisnation*: Unter dem Status einer Ereignisnation wird die wirtschaftliche, politische und militärische Bedeutung von Nationen verstanden.

Räumliche Nähe: Unter räumlicher Nähe wird die geographische Entfernung des Ereignislandes zur Bundesrepublik Deutschland verstanden.

Politische Nähe: Unter politischer Nähe wird die Ähnlichkeit der politischen Systeme und die Ähnlichkeit der aussenpolitischen Zielsetzung zwischen dem Ereignisland und der BRD verstanden.

Wirtschaftliche Nähe: Unter wirtschaftlicher Nähe wird die Ähnlichkeit der Wirtschaftssysteme zwischen dem Ereignisland und der BRD und die Intensität der Wirtschaftsbeziehungen mit der BRD verstanden.

Kulturelle Nähe: Unter kultureller Nähe wird die Ähnlichkeit von Sprache, Religion und Kultur (Literatur, Malerei, Musik, Wissenschaft) zwischen dem Ereignisland und der BRD verstanden.

Deutsche Beteiligung: Es wird unterschieden zwischen Ereignissen, die in Deutschland oder im Ausland, mit oder ohne deutsche Beteiligung stattfinden.

Etablierung von Themen: Die Etablierung von Themen meint den Zeitraum, den die Medien bereits über ein bestimmtes Thema berichten. Je länger die Medien bereits berichten, desto etablierter ist das Thema.

Einfluss: Unter Einfluss wird die gesellschaftliche Macht einer namentlich erwähnten Gruppe, Institution oder deren Vertreter bzw. einer Einzelperson verstanden.

Prominenz: Unter Prominenz wird der Grad der Bekanntheit einer namentlich erwähnten Person verstanden, unabhängig von ihrer politischen/wirtschaftlichen Macht.

Personalisierung: Personalisierung bezeichnet die Bedeutung, die Einzelpersonen in einem Ereignis zugesprochen wird. Je stärker eine Institution oder Gruppe im Gegensatz zu einer Einzelperson im Vordergrund steht, desto weniger personalisiert ist der Beitrag.

Faktizität: Hier werden verschiedene Arten von Ereignissen unterschieden: Statische Situationen, Handlungsabstraktionen/dynamische Situationen, Sprechhandlungen/Meinungsausserungen, Konkrete Handlungen/Ankündigungen/Beschlüsse/Gesetze/Staatsbesuche

Reichweite: Unter der Reichweite eines Ereignisses wird die Anzahl der

Personen verstanden, die direkt von ihm betroffen sind (sein werden, waren, sein könnten).

Überraschung: Überraschend ist ein Ereignis, das nicht ankündbar ist sowie ein Ereignis, das bestehenden Erwartungen widerspricht.

Nutzen/Erfolg: Unter Nutzen werden solche Ereignisse verschlüsselt, deren positive Folgen im Beitrag explizit dargestellt werden. Diese Ereignisse können sich auf materielle, ideelle und existenzielle Sachverhalte beziehen.

Schaden/Misserfolg: Unter Schaden werden Ereignisse verschlüsselt, deren negative Folgen im Beitrag explizit dargestellt werden. Auch diese Ereignisse können sich auf materielle, ideelle und existenzielle Sachverhalte beziehen.

Kontroverse: Unter Kontroverse wird die explizite Darstellung von Meinungsunterschieden verstanden, die verbal oder schriftlich, jedoch nicht nur tätlich ausgetragen werden.

Aggression: Unter Aggression wird die Androhung oder Anwendung von Gewalt verstanden.

Demonstration: Unter Demonstration wird die kollektive Darstellung von Zielen verstanden.

Bildliche Darstellung von Emotionen: Unter Emotion wird die bildliche Darstellung von menschlichen Gefühlen verstanden, z. B. Freude, Trauer, Angst haben. Diese Emotionen lassen sich in der Regel leicht in der Mimik und Gestik der Betroffenen erkennen.

Sexualität/Erotik: Unter diesem Faktor wird die verbale und bildliche Darstellung von oder die Anspielung auf Sexualität und erotische Momente verstanden.

Visualität: Der Faktor gibt den Grad der Visualisierung eines Nachrichtenthemas an.«

Zu berücksichtigen gilt hier, dass Maier, Ruhrmann und Klietsch die Liste für Deutschland aufbereitet haben, weshalb die ortsbezogenen Faktoren auch die Ausgangslage Deutschland haben. Dies muss in dieser Studie entsprechend für die Schweiz angepasst werden. Die Liste von Maier hat sich in der Studie als sehr hilfreich und logisch erwiesen. Dieser Faktorenkatalog kann als Resultat der vielen Studien und Weiterentwicklungen betrachtet werden und ist nach heutigem Stand der Forschung als relativ vollständig zu bewerten. Auch der aktuellste Faktorenkatalog von Fretwurst (2008) umfasst all diese Faktoren, ergänzt durch Superlative und Tiere/Kuriositäten. Kuriositäten wurden im Katalog von Maier ergänzt. Es erscheint plausibel, dass Kuriositäten in der Religionsberichterstattung eine Rolle spielen können, z. B. wenn über einen Motorrad fahrenden Pfarrer oder eine Nonne als Rockstar berich-

tet wird. Als Kuriosum werden Tiere, Personen, Gegenstände und Situationen bezeichnet, die seltsam, wunderbarlich oder skurril wirken. Superlative wurden in dieser Studie nicht berücksichtigt, weil hier davon ausgegangen wird, dass dieser Faktor nicht auf gleicher Ebene angesiedelt ist wie alle anderen. Sie können eher auf der sprachlichen Ebene angesiedelt werden. Auch der von Maier, Ruhrmann und Klietsch definierte Faktor Faktizität wurde ausgeschlossen, da er sich auf einer anderen Ebene bewegt. Es handelt sich hier um eine Darstellungsform. Andere Nachrichtenfaktoren konnten aufgrund der Anlage der Studie nicht erhoben werden. Es handelt sich dabei um diejenigen, welche auf Bilder ausgelegt sind. In den uns zur Verfügung stehenden Recherchedatenbanken werden Bilder nicht zur Verfügung gestellt.

Entsprechend dem Codebuch von Maier (2006) werden Intensitätsabstufungen definiert. Einige wurden allerdings nur dichotom codiert. Eine ausführliche Diskussion dazu ist im Methodenteil in Kapitel 6.3.2 zu finden.

3.4 Framing

3.4.1 Einleitung und Ursprünge

Frames können, so eine erste Arbeitsdefinition, »[...] als ›Sinnhorizonte‹ von Akteuren verstanden [werden/ck], die gewisse Informationen hervorheben und andere ausblenden« (Matthes 2009: 18, HiO). Framing ist somit Teil der Objektivitätsdebatte und kann der konstruktivistischen Perspektive zugeordnet werden. Framing-Prozesse helfen den Kommunikatoren, Journalisten und Rezipienten, zu selektionieren, strukturieren und damit Komplexität zu reduzieren. Dies unterstützt die generelle Annahme, dass Medien die objektive Realität nicht abbilden können und nur eine subjektivierte Realität bzw. Ausschnitte davon wiedergeben. Die Rezipienten orientieren sich in den Massenmedien über Frames, die in anderen gesellschaftlichen Teilsystemen kommuniziert werden und somit auch eine Basis für Meinungsbildung legen (Matthes 2009: 26). Sie helfen, Sinn aus einer komplexen Welt zu machen. Goffmann (1974) beschreibt sie als kognitive Strukturen, welche die Repräsentation von Alltagsereignissen anleiten. Der Framing-Ansatz hat das Potential, aufzuzeigen, mit welchen Sinnhorizonten Journalisten Religion beschreiben und welche Perspektiven sie dabei einnehmen. Er bildet in seiner Arbeit ein weiteres theoretisches Puzzle-Teil, um die Religionsberichterstattung zu beschreiben. Stout und Buddenbaum (2003: 1)

führen dazu aus: »In the study of religion and media, framing has value far beyond just knowing what is in the news; it also determines the types of information that ultimately contribute to public opinion about particular religions.«

Die Framing-Theorie und -Forschung ist in zahlreichen wissenschaftlichen Disziplinen zu finden. In der Medien- und Kommunikationswissenschaft hat sie sich seit Mitte der 1980er Jahre etabliert. Zahlreiche Studien in einer grossen Heterogenität wurden seither durchgeführt. Matthes (2008) zählt in 15 internationalen Fachzeitschriften im Zeitraum von 1990 bis 2004 ganze 131 Studien. Diese Heterogenität in der Methodik führt auch dazu, dass kein einheitlicher Ansatz von Framing besteht. Matthes (2009: 19) hält fest: »[...] dass derzeit weder ein theoretischer Konsens in der Framing-Forschung existiert, noch überhaupt der Stellenwert des Ansatzes innerhalb der Kommunikationswissenschaft geklärt ist.« Obwohl in den vergangenen Jahren einige Bemühungen der Konkretisierung, Vereinheitlichung und Klärung unternommen wurden (Dahinden 2006, Matthes 2009), ist noch viel Bedarf an theoretischen und empirischen Weiterentwicklungen vorhanden. Eine theoretische Weiterentwicklung soll aber hier nicht Ziel und Zweck der Arbeit sein, welche anstrebt mittels verschiedener Konzepte und Theorien die Religionsberichterstattung zu umschreiben. Der Framing-Ansatz wird also, wie zuvor bereits die Nachrichtenwerttheorie, als Hilfe zur Darstellung der Berichterstattung verwendet werden. Einige Anpassungen sind aber vonnöten, da der Ansatz in Zusammenhang mit Medieninhalten bislang vor allem auf politische Kommunikation bzw. Streitfragen/Debatten angewendet worden ist. Hier wird davon ausgegangen, dass sich Framing nicht darauf beschränkt. Vielmehr kann es als generelles menschliches Phänomen bei jeglicher Art von Berichterstattung auftreten, wenn es sich nicht nur um reine Resultate handelt. Der Journalist kommt aufgrund der grossen vorliegenden Informationsmenge, aber auch der subjektiven Anleitung gar nicht umhin, zu selektionieren und bestimmte Perspektiven einzunehmen.

3.4.2 Definitionen

Was aber genau ist unter Frames zu verstehen? In diesem Kapitel sollen Definitionsversuche diskutiert werden. Es wird schnell deutlich, dass die Empirie Framing vielfältiger erfasst, als dies die doch eher wenigen konkreten Definitionsversuche nahe legen würden.

Entman schlägt eine Definition vor, welche die Framing-Forschung wie keine andere geprägt hat und bis heute die Grundlage der meisten Untersuchungen bildet:

»Framing essentially involves *selection and salience*. To frame is to *select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communication text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation* for the item described«(Entman 1993: 52, Hervorhebung im Original).

Framing in der Kommunikation bezeichnet damit den Prozess des Auswählens. Es wird sowohl ausgewählt, welche von den wahrgenommenen Realitätsaspekten präsentiert werden, aber auch was im Text hervorgehoben wird und was eher in den Hintergrund rückt. Frames strukturieren damit die Realität in Kommunikationstexten. »Mechanismen wie Selektivität, Unausgewogenheit und Wertung erscheinen aus dieser Sichtweise nicht als unerwünschte Verzerrung, sondern als funktional notwendige Bedingung und Begleiterscheinungen von Kommunikation« (Matthes 2009: 22). In seiner Definition erläutert Entman, ein Frame enthalte vier Elemente. Die *Problemdefinition* umreisst das Thema. Sie ist aber nicht direkt mit dem Thema gleichzusetzen, sondern bestimmt vielmehr den Blickwinkel darauf, d.h. sie spannt den Rahmen auf und definiert, worüber gesprochen wird und welche Akteure wichtig sind. Es folgt oft eine *explizite Bewertung* in Form einer moralischen oder evaluativen Einordnung eines Problems. Ist ein Problem vorhanden, wird in der Logik auch eine *Ursachenzuschreibung* vorgenommen. Die Menschen ziehen kausale Schlüsse, um ihr Verhalten und das der Umwelt zu umschreiben. Die Zuschreibung von Verantwortung ist die zentrale Frage in der politischen Meinungsbildung (Iyengar 1989), die sogleich einsetzt, wenn etwas als positiv oder negativ eingeschätzt wird. Wird eine Ursachenzuschreibung vorgenommen ist auch eine *Lösungszuschreibung* bzw. *Handlungsaufforderung* – d.h. die Aufforderung gewisse Massnahmen zu unternehmen oder zu unterlassen, sowie die Bestimmung der dazu fähigen Akteure – wahrscheinlich.

Des Weiteren können Frames als Interpretationsmuster verstanden werden, mit welchen sich Informationen sinnvoll und effektiv verarbeiten lassen (Leonarz 2006: 71). So beschreibt Dahinden (2006: 194), der sich an Entmans Ausführungen lehnt, Frames als abstrakte, themenunabhängige Deutungsmuster. Nach ihm strukturieren sie Information, reduzieren Komplexität und leiten die Selektion neuer Themen an. Auch er sieht die Bewertungsfunktion als ein Teil von Frames. Ähnlich argumentiert Matthes, der sich ebenfalls von Entmans Definition anleiten lässt. Er beschreibt Frames als »[...] konsistent miteinander verbun-

dene Einstellungen bzw. Urteile, die bei Akteuren vorzufinden sind und sich in Medientexten manifestieren können« (2009: 145). Diese ergeben zusammen Sinnhorizonte, die in einem aktiven Prozess der Deutungskonstruktion entstehen. Entman, Matthes und Pellicano (Entman/Matthes/Pellicano 2009, Matthes 2009) argumentieren, dass sich ein Frame aus verschiedenen Frameelementen zusammensetzt, die sich über die vier von Entman definierten Funktionen beschreiben und erfassen lassen. Darauf wird an späterer Stelle beim Beschrieb methodischer Herangehensweisen noch genauer eingegangen.

Ein Frame aktiviert wiederholt die gleichen Objekte und Eigenschaften, indem gleiche Wörter oder Synonyme sowie gleiche Symbole in den Texten gebraucht werden (Entman/Matthes/Pellicano 2009: 177). Darin, in ihrer Funktion, aber auch in ihrer Bedeutung liegt der Unterschied zu einfachen Botschaften und Aussagen:

»A framing message has particular cultural resonance; it calls to mind currently congruent elements of schemas that were stored in the past. Repeating frames over time in multiple texts gives a politically significant proportion of the citizenry a chance to notice, understand, store and recall the mental association for future application« (Entman/Matthes/Pellicano 2009: 177).

Die meisten Definitionen sind sich in den zentralen Aspekten einig. Reese (2001: 11 HiO) hat diese Aspekte in einer Arbeitsdefinition vereint: »Frames are *organizing principles* that are socially *shared* and *persistent* over time, that work *symbolically* to meaningfully *structure* the social world.« Er erklärt die einzelnen Aspekte seiner Definition wie folgt:

»*Organizing*: Framing varies in how successfully, comprehensively, or completely it organizes information.

Principles: The frame is based on an abstract principle and is not the same as the texts through which it manifests itself.

Shared: The frame must be shared on some level for it to be significant and communicable.

Persistent: The significance of frames lies in their durability, their persistent and routine use over time.

Symbolically: The frame is revealed in symbolic forms of expression.

Structure: Frames organize by providing identifiable patterns or structures, which can vary in their complexity« (Reese 2001: 11 HiO).

Abgrenzung zu ausgewählten Konzepten

Der Framing-Ansatz ist in vielen Aspekten mit anderen Theorien und Konzepten vergleichbar. Er soll diese aber nicht konkurrieren, sondern vielmehr eine Integration anstreben (Dahinden 2006: 309). Es können

hier nicht alle Konzepte, zu welchen er Ähnlichkeiten aufweist, aufgeführt werden. Ich beschränke mich deshalb in der Darstellung auf diejenigen, welche in dieser Arbeit relevant sind.

Die *Nachrichtenwert*- und die Framingtheorie untersuchen beide Selektionsprozesse auf der Ebene des Journalismus und der Rezipienten. »Bestimmen die Nachrichtenwerte was relevant ist, dann bestimmen Frames, welche Aspekte in einer Nachricht besonders herausgehoben werden sollen. Das können allerdings dieselben Merkmale sein, die bereits zur Selektion geführt haben«, erklärt Leonarz (2006: 79–80). Während aber Nachrichtenfaktoren als einfache Einzelaspekte erfasst werden, sind Frames komplexe, mehrdimensionale Strukturen (Dahinden 2006: 69–72). Nachrichtenfaktoren und Basisframes (siehe dazu später) weisen sehr viele semantische Ähnlichkeiten auf. Etwa liegen der Nachrichtenfaktor Personalisierung und der Personalisierungsframe oder der Nachrichtenfaktor Konflikt/Kontroverse und Konfliktframe sehr nahe beieinander. Gerade hier verläuft der Unterschied auf einem schmalen Grat – und in vielen Forschungen ist er nicht immer ersichtlich.

Besonders relevant ist die Frage, wie sich Frames vom *Thema* unterscheiden. In vielen Studien werden diese beiden Begriffe praktisch kongruent erfasst. Nach Shaw (1997: 20) lassen sich Themen über Ereignisse erfassen. Ereignisse sind demnach Vorkommnisse, die beschränkt in Raum und Zeit sind, Themen dagegen Sequenzen von Ereignissen. Frames sind nicht einzelne Themen, sondern verbinden mehrere Themen. »Diese Verbindung kann geleistet werden durch eine Abstraktion weg vom Einzelthema und hin zu allgemeinen Werten. Durch diese Abstraktion gewinnen Frames an Themenunabhängigkeit« (Dahinden 2006: 87).

»*Metaphern* zeichnen sich [...] wesentlich durch die Übertragung von Bedeutung von einem Kontext in einen anderen aus« (Dahinden 2006: 77, Hervorhebung ck). Sie werden oft gebraucht, um Frames zu beschreiben. Allerdings kann man nicht aufgrund des Vorhanden- oder Nichtvorhandenseins von Metaphern auf Frames schliessen. Sie werden häufig verwendet ohne dass ein Frame dahinter steckt. (ebd.: 77–80)

Schemata beschreiben Wissenskonzepte und erklären damit die Organisation des Gedächtnisses und die Informationsverarbeitung. Konkret können sie als Abstraktionen und Modelle von spezifischen Exemplaren verstanden werden, die sich aus mehreren miteinander verbundenen Elementen zusammensetzen (Graber 1984: 150, Anderson 2001: 153, 157, Brosius 1991: 286). Sie helfen, die Informationsflut zu reduzieren und den zentralen Kern einer Information herauszufiltern, was eine

sinnvolle Strukturierung und Interpretation von Welt erlaubt (Graber 1984: 150, Kunczik/Zipfel 2001: 318). Während Frames eher auf sozialpsychologische und soziale Prozesse hin betrachtet werden, sind es beim Schema-Konzept intrapsychische Prozesse der Informationsverarbeitung. Die kognitive Dimension ist zentral, die evaluative inexistent oder nur peripher von Interesse. Beim Framingkonzept sind beide Dimensionen wichtig (Dahinden 2006: 93). Dietram Scheufele (1999: 106) siedelt Schemas auf Publikumsebene (individuelle Frames), Frames hingegen auf Textebene (Medienframes) an. In vielen Studien werden Frames und Schema deckungsgleich verwendet (Leonarz 2006: 71). Dahinden argumentiert, die Definitionen der beiden Konzepte würden sich in den wichtigsten Punkten überschneiden. Er sieht Schemas als spezifische Variante von Frames an, nämlich als solche Frames, »[...] die innerhalb kognitiven Strukturen von Individuen (u. a. PR-Treibenden, Journalisten, Rezipienten) lokalisiert werden können« (Dahinden 2006: 35).

Stereotype können Schemas untergeordnet werden (Nelson 2002: 5): »Hence, stereotypes operate as schemas in that they influence the perceiver's acquisition and interpretation of information about members of social groups. This acquisition and interpretation, in turn, sets up the expectations for how members of social groups will act« (Whitley/Kite 2010). Stereotype können Teil von Medieninhaltsframes sein: »Frames include »keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information, and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgments« (Entman, 1993: 52). Der Framebegriff wird allerdings für die Zuschreibung von Handlungsabläufen verwendet und nicht für die Wahrnehmung von subjektiven oder attributiven Zuschreibungen, wie der Stereotypebegriff (Hafez 2002b: 47).

Vorangehend wurde gezeigt was unter Frames zu verstehen ist und wie sich das Konzept des Framings von anderen Konzepten abgrenzen lässt. Nun stellt sich die Frage, inwiefern Framing den Kommunikationsprozess beeinflusst und welche Rolle es dabei spielt. Darauf wird im nächsten Kapitel eingegangen.

3.4.3 Framing im Kommunikationsprozess

Eine Stärke der Framing-Theorie ist, dass sie auf allen Stufen der Massenkommunikation eingesetzt werden kann. Framing findet bei Kommunikatoren, Medien und Rezipienten statt (Dahinden 2006: 59–67). Dabei beeinflussen sich diese verschiedenen Akteure gegenseitig. Folgt man dem Kommunikationsprozess, der natürlich in der Realität nie so

linear ist, werden Frames in einem ersten Schritt durch *Kommunikatoren* in die Öffentlichkeit eingespielen. Die dann folgende Frameproduktion auf der Ebene des *Journalismus* wird als Frame-Building bezeichnet. Frames fungieren als Instrumente, welche die journalistische Arbeit erleichtern. Durch den Rückgriff auf bewährte Frames können grosse Mengen an Informationen schnell in einen entsprechenden Kontext eingeordnet und für das Publikum angemessen umgesetzt werden. Ist ein Thema lange in den Medien, verfestigen sich die Frames und werden gegen Veränderungen resistent. Neue Frames haben so kaum eine Chance (Scheufele/Brosius 1999: 427). »Diese Stabilität hat zum Vorteil, dass das Publikum, welches unbewusst die Gesetzmässigkeiten in der Berichterstattung zu einem bestimmten Thema kennt, mit wenig kognitivem Aufwand die Texte versteht« (Leonarz 2006: 97). Bei neuen Themen kann ein Frame-Transfer stattfinden, bei welchem bereits etablierte Themen zu einem Anlass für ein neues Thema übernommen werden. Im Frame-Building kommen organisationelle Einflüsse, strukturelle Bedingungen, institutionelle Zwänge und die Person selber als einflussreiche Komponenten ins Spiel. Ob das Frame-Building dabei bewusst oder unbewusst stattfindet, ist noch nicht geklärt. Es besteht aber Anlass zur Vermutung, dass es sowohl ein aktiver als auch ein passiver Prozess ist. *Medienframes* sind schliesslich das Resultat des Frame-Buildings der Journalisten, das von vielen Seiten beeinflusst wird (Leonarz 2006: 75, 91, 97, Matthes 2009: 46–50, Dahinden 2006). Nachfolgend wird noch auf die empirische Erfassung von Medienframes eingegangen. Auf einer letzten Stufe werden Frames von Rezipienten übernommen, was auch als Frame-Setting bezeichnet wird. Medienframes und *Rezipientenframes* können, müssen aber nicht unbedingt identisch sein. Rezipientenframes werden in verschiedenen Konzepten und Forschungen diskutiert, wie z. B. im Bereich der Second Level Agenda-Forschung, Priming-Forschung, in Forschungen zu attributionstheoretische Konzeptionen und auch in Studien im Bereich der Ökonomie. Ein Effekt von Frames auf die Rezipienten ist dabei generell nachweisbar, wobei die Ergebnisse hinsichtlich der Richtung und Intensität der Wirkungen noch keine konkreten Aussagen zulassen.

Auf einer Meta-Ebene lassen sich *kulturelle Frames* ausmachen. Die Kultur wird verstanden als »[...] the stock of schemas commonly found in the minds of a society's individuals, and the stock of frames present in the system's communications [...]« (Entman/Matthes/Pellicano 2009: 176). Demzufolge haben viele Frames ihre Wurzeln in der Kultur. »Öffentliche Frames sind demnach nicht ein Aggregat aus individuellen Frames, sondern ein vielschichtiges Gewebe, wo nebst den kulturellen

Werten und Normen auch Mythen und Stereotype Einfluss nehmen« (Leonarz 2006: 90). Die Medien dienen in dieser Vorstellung als Transportmittel der Frames (Reese/Buckalew 1995: 41).

3.4.4 Medieninhaltsframes

Eine grosse Schwierigkeit in der Erforschung von Medienframes ergibt sich daraus, dass Frames in Medientexten nur selten explizit erwähnt werden. »Vorherrschend ist vielmehr eine implizite Bezugnahme durch ausgewählte Attribute, mit denen ein bestimmtes, latentes Deutungsmuster aktiviert wird« (Dahinden 2006: 18). Das Ziel der Empirie ist folglich die Beobachtung von tiefer gelegenen Bedeutungsebenen. Die Schwierigkeit besteht darin, trotz der Latenz der Frames nicht willkürlich zu interpretieren, sondern manifeste Merkmale in den Texten als Indikatoren für Frames zu bestimmen (ebd.: 203). In zahlreichen Studien wurde versucht, Medienframes zu erfassen. Wie sich zeigt, werden sie sowohl methodisch als auch inhaltlich nach verschiedenen Kriterien bestimmt. Dabei bildet sich ab, dass das methodische Vorgehen Einfluss auf die gefunden Medienframes hat (Leonarz 2006: 102, 109).

Für die Frameerfassung werden verschiedenste Zugänge in unterschiedlichen Kombinationen gewählt: Generell werden qualitative Studien induktiv durchgeführt, formal-stilistische Frames deduktiv und holistisch erfasst und dimensionsreduzierende Verfahren erfolgen eher quantitativ-induktiv. Die einzelnen Zugänge sind untenstehend aufgeführt und eine Auswahl an Beispielstudien dazu genannt. Da die Zugänge kombiniert mit jeweils anderen auftreten (eben z. B. quantitativ-deduktiv-holistisch), sind einige Studien mehrmals aufgeführt. In einem späteren Abschnitt werden zwei Verfahren besonders herausgehoben und erklärt: Das quantitativ-induktiv-dimensionsreduzierende Vorgehen und die Bestimmung von Basisframes (themenübergreifende Frames). Diese bieten für die vorliegende Studie das grösste Potential. Da unsere Studie von Anfang an als quantitative Erhebung angelegt war, wird hier nicht auf die Unterschiede von qualitativer und quantitativer Datenerhebung in der Framing-Forschung eingegangen. Genauso wird die computerbasierte Frame-Erfassung nicht thematisiert. Schliesslich kam ferner die Erfassung formal-stilistischer Frames nicht in Frage. Bei formal-stilistischen Frames steht die Präsentationsform eines Textes, sprich der Aufbau der Nachricht im Vordergrund. Zur Beschreibung der Religionsberichterstattung bzw. der einzelnen Religionsgemeinschaften interessieren aber inhaltliche Frames.

Deduktives versus induktives Vorgehen

In deduktiven Studien werden Frames oder Frameelemente a priori aus der Literatur bestimmt, d.h. sie werden aufgrund von theoretischen Überlegungen definiert und deduziert. Voraussetzung ist, dass sich die vorab ausgewählten Frames auf den Untersuchungsgegenstand übertragen lassen. Der methodische Aufwand ist im Vergleich zu andere Vorgehensweisen gering. Die Frames können auf einem ausreichenden Abstraktionsniveau bestimmt werden, so dass die Themenunabhängigkeit gegeben ist. Sie lassen sich gut mit anderen Studien vergleichen. Auf der anderen Seite können durch die grosse Datenferne keine neuen, unbekanntes Frames identifiziert werden (Dahinden 2006: 205–206, 311). Unter anderem haben in neueren Studien Callaghan/Schnell (2001), Miller/Riechert Parnell (2001), d’Haenens/Verelst (2002), Esser/D’Angelo (2003), de Vreese/Boomgaarden (2003), Dimitrova et al. (2005) und Igartua/Cheng/Muñiz (2005) dieses Vorgehen gewählt.

In induktiven Untersuchungen werden die Frames aus dem Datenmaterial abgeleitet. Die Datennähe ist hier vergleichsweise gross (sehr gross bei qualitativen Vorgehen, gross bei quantitativem Vorgehen). Es können neue Frames entdeckt werden. Die Frames sind allerdings schwierig interpretierbar und die Zahl der Frames ist nicht direkt kontrollierbar (Matthes 2009: 136). Aktuellere Studien, die ein induktives Vorgehen gewählt haben, stammen etwa von Leonarz (2006), Dahinden (2006), Kohring/Matthes (2002) und Matthes (2009).

Holistische versus dimensionsreduzierende Framebestimmung

In gewissen Studien werden Frames als holistische Kategorien codiert, d.h. es werden im Codebuch ganze Frames bestimmt und im Text gesucht. In manchen Untersuchungen werden die Frames in einem ersten Schritt vom Forscher selbst an einer Auswahl des Untersuchungsmaterials durch Interpretation induktiv geniert und schliesslich quantitativ gemessen (vgl. induktiv-qualitativ). Matthes (2009: 69) moniert, Frames seien verhältnismässig abstrakt und mehrschichtig, was sich nicht über eine einzige Variable erfassen lasse. Eine holistische Vorgehensweise wurde etwa von Iyengar (1991), Iyengar/Simon (1993), Cappella/Jamieson (1997), Görke/Kohring/Ruhrmann (2000), Simon/Xenos (2001), Nisbet/Brossard/Kroepsch (2003) und O’Mahony/Schäfer (2005) gewählt.

Studien mit dimensionsreduzierender Framebestimmung erfassen einzelne Variablen/Frameelemente, welche mit Faktor- und Clusteranalysen zu einem Frame verdichtet werden. In einigen Studien (z. B. Koh-

ring 2004) ist offen, wie viele und was für Frames daraus entstehen. Andere Studien (z. B. Semetko/Valkenburg 2000), die eine Mischung zwischen deduktiv und induktiv wählen, orientieren sich an bereits bestehenden Studien. Sie übernehmen Frameelemente, die in anderen Studien definiert wurden. Mit Clustering-Verfahren werden die Frames, die bereits erwartet werden, dann schlussendlich bestimmt. Die Forscher Semetko und Valkenburg (Semetko/Valkenburg 2000) bezeichnen dieses Vorgehen als deduktiv; es sind aber klar induktive Elemente vorhanden. Die Gefahr bei dimensionsreduzierenden Verfahren liegt darin, nicht die richtigen Variablen zu bestimmen bzw. ein unvollständiges Variablenset festzuhalten. Dafür besteht die Chance, neue Frames zu bestimmen und im Vergleich zu deduktiven Verfahren, näher an den Daten dran zu bleiben. Typische dimensionsreduzierende Studien stammen von Semetko/Valkenburg (2000), Matthes (2009), Kohring/Matthes (2002) und Kohring (2004). Die Studien bzw. die Vorgehensweise von Kohring und Matthes (2002) und Matthes (2009) wird später noch ausführlich vorgestellt.

Themenspezifische versus themenübergreifende Frames

»Bei themenübergreifenden Frames wird eine Medienbotschaft immer unter einem gewissen thematischen Leitaspekt behandelt, der aber auf verschiedene Themen zutreffen kann« (Matthes 2009: 59). Als solche themenübergreifende Frames werden etwa formal-stilistische Frames oder die sogenannten Basisframes (z. B. nach Dahinden 2006: Personalisierung, Konflikt, Wirtschaft, Fortschritt, Moral; vgl. nachstehende Ausführungen zu Basisframes) bezeichnet. Eine der bekanntesten Studien mit themenübergreifenden Frames stammt von Semetko und Valkenburg (2000; dazu später mehr). Sie bestimmten die Frames Wirtschaft, Moral, Konflikt, Human Interest und Verantwortung. Diese Frames wurden in verschiedenen Studien wieder aufgegriffen, z. B. bei de Vreese, Peter und Semetko (2001), d'Haenens/Verelst (2002), de Vreese/Boomgaarden (2003), Dimitrova/Lee Kaid/Williams et al. (2005), Igartua/Cheng/Muñiz (2005) und Luther/Miller (2005). Dahinden (2006) hat in seiner Habilitation aus verschiedenen Studien sogenannte Basisframes extrahiert, die stark an diejenigen Frames von Semetko/Valkenburg (2000) erinnern. Darauf wird später noch näher eingegangen. Dieses Vorgehen Basisframes zu erfassen erlaubt eine hohe Vergleichbarkeit verschiedener Studien. Es ist ein ausreichender Abstraktions- und Generalisierungsgrad vorhanden. Dies ist aber auch gleichzeitig eine Schwierigkeit: In den bestehenden Studien werden themenübergreifende Frames auf unterschiedlichen Abstraktionsniveaus

präsentiert und sind oft nicht trennscharf (Matthes 2009: 62). Zudem besteht die Gefahr, dass statt themenübergreifenden Frames, Hauptthemen erfasst werden (Leonarz 2006: 107). Matthes (2009: 144) geht sogar so weit zu sagen: »Was die themenübergreifenden Frames betrifft, so wären dies nach unserem Verständnis keine Frames, sondern »nur« themenübergreifende Problemdefinitionen.«

Themenspezifische Frames beziehen sich auf ein konkretes Thema und können nicht einfach auf andere Themen übertragen werden, z. B. die Frames von Kohring und Matthes (2002: 148–151): Pro und Kontra Landwirtschaft und Lebensmittel, biomedizinische Forschung, Biomedizin als moralisches Risiko, etc. Sie sind laut de Vreese, Peter und Semetko (2001: 108–109) nur begrenzt mit anderen Kontexten vergleichbar und somit weniger für die Theoriebildung geeignet. Themenspezifische Frames wurden unter anderem in Studien von Wessler (1999), Callaghan und Schnell (2001) und Kohring und Matthes (2002) erfasst.

Jeder Zugang hat, wie dargelegt, seine Stärken und Schwächen. Für die Auswahl des jeweils am besten passenden kommt es so in erster Linie darauf an, was mit der Studie bezweckt werden soll. Es gibt bisher keine themenspezifische Framingstudien über die Religionsberichterstattung. Das erschwert ein deduktives Verfahren, da keine Informationen über mögliche Frames vorhanden sind. Nur mittels Basisframes, welche vom Thema total unabhängig sind, könnte ein solches Vorgehen realisiert werden. Die holistische Frameerfassung widerspricht aus der Sicht der Autorin der Definition von Frames, da Frames als mehrdimensionale Konstrukte verstanden werden und sich somit nicht holistisch erfassen lassen. So schienen für diese Arbeit die themenübergreifenden Basisframes und ein quantitativ-induktiv dimensionsreduzierende Ansatz am vielversprechendsten. Nachfolgend wird auf diese beiden Ansätze genauer eingegangen.

Basisframes

Die sogenannten Basisframes sind themenübergreifende Frames, welche sich in der Berichterstattung unabhängig vom Thema identifizieren lassen und den Anspruch an eine gewisse Universalität haben. Sie sind also nicht themengebunden. Obwohl sie Inhalte erfassen, beschreiben sie die Frames auf einer sehr allgemeinen Ebene. Semetko und Valkenburg (2000) haben in diesem Bereich eine häufig zitierte Studie über die Berichterstattung über die EU-Politik vorgelegt, die bereits oben angesprochen wurde. Sie leiteten aus der bestehenden Literatur fünf Frames ab, die auf verschiedene Kontexte anwendbar sind. Das sind Wirtschaft,

Moral, Konflikt, Human Interest und Verantwortung. Die Frames bestimmten sie über eine Faktorenanalyse von 20 Inputvariablen, wobei die Faktorenanalyse vor allem konfirmatorische Zwecke erfüllte. Bereits bei der Bestimmung der Inputvariablen wurde damit gerechnet, dass diese fünf Frames gefunden werden, was sich dann auch bestätigte. Ähnliche Frames, sprich *Konflikt* und *Wirtschaft* bestimmten Neumann, Just und Crigler (1992). Just, Crigler und Neumann (1996) erfassen *Human Impact*, *Wirtschaft*, *us-them* und *Kontrolle*.

Erstmals systematisiert wurden sie von Dahinden (2006). Er nahm in einem induktiven Prozess der Kategorienbildung und des Zusammenfassens verschiedene Studien unter die Lupe. Darin erkannte er Frames, die immer wieder vorkommen bzw. sich stark ähneln, auch wenn sie häufig anders benannt oder in unterschiedlichem Abstrahierungsgrad vorhanden sind. Sie können damit also auf ähnliche Überkategorien zurückgeführt werden – die sogenannten Basisframes. Die Generalisierung der Basis-Frames bleibt allerdings nach Matthes (2009: 61) unklar, da Dahinden (2006) nur einen begrenzten Teil an Framing-Studien untersucht hat.

Dahinden (2006: 107–109, 211–214) definiert folgende fünf Basisframes, die sich jeweils in Subframes unterteilen lassen:

Der *Konfliktframe* beschreibt Konflikte zwischen zwei oder mehreren Interessensgruppen, wobei Machtfragen eine zentrale Rolle spielen. Differenziert werden kann einerseits nach den Konfliktparteien:

- Öffentliche Verantwortung (fragt danach, ob es um staatliche oder private Interessen geht)
- Globalisierung (beinhaltet verschiedene Kontrahenten, die auf internationaler Ebene agieren, wie etwa Nationen oder multinationale Konzerne)

Zum anderen kann nach deren Stärke unterschieden werden:

- Konkurrenz zwischen Gleichen
- Ohnmacht/Zug abgefahren (die Übermacht des Stärkeren führt zu Ohnmachtsgefühlen)
- Sieg der Kleinen gegen Grosse: (der Schwächere gewinnt, weil er die Nachteile mit anderen Ressourcen wettmachen kann)

Ein weiterer Subframe zu Konflikt ist Skandal: Er beschreibt einen raschen und überraschenden Konfliktverlauf, der materiellen und immateriellen Schaden herbeiführt. »Weniger dramatische Konfliktverläufe sind bei den anderen vorgestellten Konfliktframes einzuordnen« (Dahinden 2006: 212–213).

Der *Wirtschaftlichkeitsframe* umfasst wirtschaftliche Kriterien und damit die Subframes wie Effizienz, sprich Kostenersparnis und Effektivität, sprich Wirksamkeit.

Im *Moralframe* werden Themen nach moralischen, ethischen oder auch juristischen Erwägungen betrachtet und Bezug auf universelle Werte genommen. Das Rechtssystem ist unter anderen ein relevanter Bezugspunkt. Subframes sind (verfassungsmässige) Grundrechte, Privatbereich (individuelle Moral z. B. in der Familie oder dem Strassenverkehr), Wirtschaftsethik/Korruption, Umweltethik (Umweltethik, Rechte von Tieren und Pflanzen) und biologische Grundlagen von Moral (Verhältnis von Kultur und Natur, Einfluss der genetischen Veranlagung der Natur auf die menschliche Kultur).

Der *Fortschrittsframe* bezeichnet die Berichterstattung über wissenschaftlich-technische Fortschritte, wobei diese meist als positive Entwicklung beschrieben werden. Die Diffusion von Information und wissenschaftlichem Wissen ohne direkten Beschrieb des Nutzens steht beim Subframe Popularisierung im Vordergrund. Das Subframe Orientierung beschreibt Wissen im Rahmen von Beratungssituationen das unmittelbar handlungsrelevant ist.

Schliesslich beschreibt der *Personalisierungsframe* die Darstellung individueller, personalisierter Betroffenheit. Meist steht dieser Einzelfall als typisches Beispiel.

Matthes (2009: 61–62) kritisiert die Inhaltsvalidität der Basisframes. Zum einen sei der Unterschied zwischen dem Frame Wirtschaft und dem Thema Wirtschaft nicht erkennbar. Zudem sei auch das Abstraktionsniveau unterschiedlich. So können bei verschiedenen Themen Konflikte thematisiert werden, aber nicht alle lassen sich unter ökonomischen Aspekten betrachten. Konflikt und Personalisierung seien eher als formal-stilistische Frames zu verstehen, während Wirtschaft und Moral inhaltliche Aspekte tangieren würden und somit nicht auf jedes Thema anwendbar seien. Als weiterer Kritikpunkt kann angeführt werden, dass der Unterschied zu den Nachrichtenfaktoren oft nicht explizit ist.

Quantitativ-induktiv-dimensionsreduzierender Ansatz

Kohring und Matthes haben jüngst einen Ansatz entwickelt, der die Vorteile verschiedener Vorgehensweisen kombiniert und die Frames als mehrdimensionale, konsistente Konstrukte erfasst. Dabei greifen sie auf die Definition von Entman zurück, der die vier Elemente Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, Bewertung und Handlungsempfehlung von Frames bestimmt. Über diese Elemente werden Sinnzusammenhänge in den Texten durch Selektion und Hervorhebung herausgegrif-

fen. Sie bilden eine kohärente Argumentationskette, d.h. die einzelnen Elemente legen die jeweils gleiche Gesamtevaluation nahe. Frames müssen sich also über die Konstellation der vier Elemente identifizieren lassen. Dafür werden im empirischen Vorgehen in einem ersten Schritt die Beobachtdimensionen bestimmt, welche die verschiedenen Frame-Elemente erheben. Ein Frame-Element kann durch mehrere Variablen (Indikatoren) bestimmt werden, welche deduktiv aus der bisherigen Literatur abgeleitet werden können. »Unserer Auffassung nach müssen diese jedoch in den meisten Fällen datengeleitet ermittelt werden, da die einzelnen Ausprägungen der Frame-Elemente nicht zu jedem Thema bekannt sein können« (Matthes 2009: 155). Bei Kohring und Matthes (2002) wird die Problemdefinition über das Thema erfasst, die Ursachenzuschreibung über die Akteure. Die Problemdefinition lediglich über das Thema zu identifizieren, ist, folgt man Dernbach (2000: 40), kritisch zu beurteilen. Er betont, nicht jedes gesellschaftlich relevante Thema habe einen Problemcharakter. Das Frame-Element moralische Urteile/Bewertungen wird aufgrund der Darstellung von Vor- und Nachteilen der Debatte und Problemlösungen/Handlungsempfehlungen über explizit genannte Handlungsempfehlungen bestimmt. Die Frames werden dann schliesslich induktiv mit datenreduzierenden Verfahren, wie Faktorenanalyse, Clusterverfahren oder der Analyse latenter Klassen, identifiziert. Es handelt sich also um ein struktorentdeckendes Verfahren. Von einem Frame ist dann die Rede, wenn ein Muster über mehrere Texte hinweg identifiziert werden kann (Kohring/Matthes 2002).

Matthes (2009: 155–156) definiert in seiner Dissertation als Analyseeinheit die Aussagen eines Akteurs. Somit können in einem Beitrag mehrere Frames vorkommen und zwar so viele wie Akteure. Auch der Journalist wird als Akteur definiert, wenn er Aussagen macht. Zu jedem Akteur werden die zu den Elementen zugehörigen Variablen codiert. Zwei Sonderfälle müssen berücksichtigt werden. Zum einen kann es sein, dass ein Frameelement in einem Artikel gar nicht vorkommt. Das muss laut Matthes (ebd.: 138–139) einem Frame nicht widersprechen, wenn mindestens zwei Elemente vorhanden sind. Es genüge das Vorhandensein bestimmter Elemente, um andere automatisch mit zu aktivieren, weil die Elemente eben konsistent miteinander verbunden seien. Deshalb unterscheidet Matthes (ebd.: 138) explizite und implizite Frames:

- *Explizit*: »Alle Frame-Elemente werden von einem Akteur in einem Medienbeitrag genannt und damit salient gemacht.« (ebd.: 138)

- *Implizit:* »In einem Medienbeitrag werden nicht alle, aber mindestens zwei Frame-Elemente salient gemacht. Die anderen Frame-Elemente werden nur impliziert.« (ebd.: 138)

Zu hinterfragen ist, ob die fehlenden Frame-Elemente wirklich implizit mitschwingen. Gerade wenn davon ausgegangen wird, dass gewisse Frameelemente in früherer Berichterstattung positioniert wurden, kann aber nicht erwartet werden, dass die Rezipienten diesen Beitrag auch gelesen haben. Ausserdem stellt sich die Frage, ob gerade das Nichtvorhandensein eines Elements, nicht eine bewusste Entscheidung von Selektion und Salienz ist. Dies wäre eine andere Variante eines Deutungsmusters.

Zum anderen ist laut Matthes (2009: 139) der Sonderfall denkbar, dass die Problemdefinition keine Grundhaltung zum Thema nahe legt. Sie kann ein Thema einkreisen, doch keine Einschätzung der Bewertung vornehmen. Deshalb müsse, damit man von einem Frame sprechen könne, immer ein wertendes Element vorhanden sein. Welche Elemente besonders wichtig für ein Frame sind, muss je nach Datenlage und Thema interpretativ erschlossen werden.

Die Vorteile dieses Vorgehens liegen auf der Hand. Es ist eine grosse Datennähe und Offenheit gegenüber dem empirischen Material vorhanden. Es können neue Frames entdeckt werden, die Zahl und inhaltliche Definition der Frames ist offen. Die Frame-Identifikation wird nicht durch die selektive Problemwahrnehmung des Forschenden eingeschränkt, da standardisierte Kriterien bestehen, die eine hohe Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Vorgehens zulassen. Dieses induktiv-dimensionsreduzierende Vorgehen ermöglicht zudem eine höhere Reliabilität als etwa bei einer holistischen Frameerfassung, da die Reliabilität der Analyse derjenigen eines einzelnen Indikators entspricht. Diese sind einfacher zu codieren als ganze, abstrakte Frames. Der Codierer weiss ausserdem nicht, an welchem Frame er gerade arbeitet. Die Schwierigkeit liegt dafür in der Bestimmung sinnvoller Input-Variablen. Diese werden generell deduktiv bestimmt, was der oben postulierten Offenheit Grenzen setzt. Zudem ist zu erwarten, dass mit einer ansteigenden Zahl von Inputvariablen auch mehr Frames entstehen. Das erschwert die Interpretierbarkeit (Matthes/Kohring 2002: 72, 144, Dahinden 2006: 122–125, 206, 312).

Studien

Kohring und Matthes (2002) haben ihr Instrument anhand der Gentechnikberichterstattung in Deutschland getestet. Wie auch die Studie

von Dahinden (2006) beruhte ihre Analyse auf einer Sekundärauswertung, was es erschwerte, die Variablen den einzelnen Frame-Elementen zuzuordnen. Für die Problemdefinition wurde die Variable Thema verwendet, für die Identifikation der Ursachen, die Akteure erfasst und als Indikatoren für das Frame-Element moralische Urteile/Bewertungen wurden die in den Texten erwähnten Vor- und Nachteile von Gentechnologie bestimmt. Die expliziten Handlungsweisen als Frame-Element wurden nicht berücksichtigt, weil die Fallzahlen zu gering seien. Damit haben sie bewusst ein Element weggelassen und müssen davon ausgehen, dass die anderen Frame-Elemente ausreichen, um die unterliegenden Frames zu definieren. Gefunden haben sie folgende Frames: Pro und Kontra Landwirtschaft und Lebensmittel, biomedizinische Forschung, Biomedizin als moralisches Risiko, Profitmöglichkeiten der Biomedizin, Regulierung für die Wirtschaft und ökonomische Chancen (ebd.: 147–151).

In einer weiteren Studie (Matthes/Kohring 2008) untersuchten sie die New York Times hinsichtlich der Berichterstattung über Biotechnologie. Zur Bestimmung der Problemdefinition wurden das Thema und die Akteure, für die Verantwortungszuschreibung der »benefit attribution« und »risk attribution«, für die moralische Evaluation die genannten Vorteile und Risiken und schliesslich für die Handlungsanleitung die Bewertung (positiv/negativ) erfasst (ebd: 267). Die Bewertung wurde auf einer fünfstufigen Ratingskala codiert. Hier kann moniert werden, dass es sich bei der Bewertung nicht wirklich um Handlungsanweisungen handelt. Zudem sind Bewertungen sehr schwer intersubjektiv erfassbar. Mit einer hierarchischen Clusteranalyse nach Ward wurden die Frames schliesslich identifiziert. Spannend in dieser Arbeit ist, dass sie je nach Untersuchungsperiode unterschiedliche Frames identifizierten. Es wurde also nicht einfach die Veränderung von Frames, sondern gezielt das Auftreten unterschiedlicher, abgeänderter Frames im Zeitverlauf betrachtet. Für die Zeitperiode 1992 bis 1996 fanden sie die Cluster »Economic Prospects, Genetic Identity, Research Benefit«, für die Periode 1997 bis 2001 die Cluster »economic prospect, biomedical prospect, research benefit, generic identity, Agri-Food, Biomedical Research«.

Matthes (2009) setzt das Instrument ein weiteres Mal in seiner Dissertation zur Analyse der Berichterstattung über die Arbeitslosigkeitsdebatte ein. Hier gingen folgende Variablen ins Codebuch ein: Hauptthema, Verantwortungszuschreibung für die Problemstellung (es wird kodiert, wen oder was der Hauptakteur für die Arbeitslosigkeit verantwortlich macht), explizite Bewertung der Arbeitslosigkeit (gemessen auf einer 5-stufigen Ratingskala), Kompetenzzu- sowie Kompetenzabschrei-

bung für Problembehebung (wer wird vom jeweiligen Akteur für fähig oder unfähig gehalten, das Problem der Arbeitslosigkeit in den Griff zu bekommen) und die geforderten Massnahmen zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit (ebd.: 205).

Dahinden (2006) arbeitete ebenfalls mit dem Instrument und unternahm eine Sekundäranalyse der Gentechnologiedebatte in sechzehn Ländern. Unter Problemdefinition wurden gentechnologische Themen/Kontroverse, unter Ursachen die Akteure und unter Bewertung/Handlungsempfehlungen die genannten Vor- und Nachteile der Gentechnologie erfasst. Dahinden fasst also moralische Bewertung und Handlungsempfehlungen zu einem Frameelement zusammen. Die Variablen wurden in eine Faktorenanalyse eingespiessen, die Faktoren wiederum wurden als Input für die Clusteranalyse verwendet. Er identifizierte mit dieser Methode die Frames öffentliche Meinung, Wirtschaft, Politik international, Medizin, Umwelt, Politik national, Moral, Wissenschaft und NGO.

Die dimensionsreduzierende Methode von Kohring und Matthes (2002) erwies sich in all diesen Studien als sehr hilfreich.

Auch Leonarz (2006) hat ein quantitativ induktiv-dimensionsreduzierendes Verfahren angewendet, um die Fernsehberichterstattung über Gentechnik zu analysieren. Ergänzend unternahm sie eine hermeneutische Fernsehanalyse. Sie erfasste unter inhaltlichen Aspekten Themen, Akteure, von Akteuren erwähnte Vor- und Nachteile, Ereignisort, Quelle/Expertisen, Pro-Contra-Argumente, zentrale Personen des Diskurses, journalistische Qualität und Metaphern. Zur ganzheitlichen Einschätzung wurde Personalisierung, Emotionalisierung, Verstärkung/Dramatisierung, Inszenierung und Visualisierung untersucht (ebd.: 161). Sie erfasste damit verschiedene Ausprägungen ohne sich aber explizit auf die vier Frameelemente von Entman abzustützen. Damit spielte das Fehlen von Frameelementen auch keine unmittelbare Rolle. Die Frames bestimmte sie schliesslich zum einen mit einer Cluster-Analyse. Die definitive Framebestimmung entstand aber zum anderen durch die Sichtung und Zuweisung des Materials. Die Kombination einer deduktiven und induktiven Vorgehensweise sollte möglichst plausible Frames ergeben. Die von ihr gefundenen Frames sind stark themengebunden, aber korrespondieren mit vorliegenden Frames aus älteren Studien zu Gentechnologie.

3.4.5 Diskussion

Verschiedene Diskussionspunkte, die bisher nur am Rande oder gar nicht behandelt wurden, sollen hier abschliessend noch besprochen werden. Anschliessend wird eine Gegenstandsbeschreibung und Arbeitsdefinition vorgelegt.

Anzahl Frames

Es herrscht Uneinigkeit darüber, wie viele Frames pro Medienbeitrag identifiziert werden können. Einige Forscher proklamieren, ein Frame werde über den ganzen Beitrag gelegt; es kann also nur einer pro Beitrag identifiziert werden. Andere, darunter Leonarz (2006: 106) und Matthes (2009: 155–156), vertreten die Ansicht, es können mehrere Frames pro Beitrag vorkommen. Matthes argumentiert, es können so viele Frames vorkommen, wie es Akteure und Akteursaussagen in den Medien hat. In seltenen Fällen könne auch mal kein Frame gefunden werden. Hier wird die Ansicht vertreten, dass mehrere Frames in einem Beitrag vorkommen können, da der Journalist sich nicht zwingendermassen auf die Darstellung einer Perspektive beschränken muss.

Ein häufiger Diskussionspunkt ist auch die Frage, wie viele Frames bestimmt werden sollen. Je nach Studie werden zwischen ein bis hin zu achtundzwanzig Frames bestimmt. Für die Interpretierbarkeit und Verallgemeinerbarkeit bietet sich an, eine nicht zu hohe Anzahl Frames zu verwenden. Auf der anderen Seite stellt sich die berechnete Frage, ob wenige Frames wirklich die Komplexität eines Themas erfassen können. Die Frage kann nicht abschliessend geklärt werden. Dahinden (2006: 207) empfiehlt deshalb: »So viele wie auf Grund der Themenkomplexität notwendig, so wenige wie möglich, um die Verständlichkeit der Untersuchung zu garantieren.« Wichtig ist, sich bewusst zu werden, dass die Anzahl der Frames häufig von der gewählten Methode abhängt. Die Methode beeinflusst aber auch, welche Frames inhaltlich gefunden werden.

Anwendungsbereich

Wie ein Blick auf die Framing-Forschung zeigt, wird der Ansatz generell auf politische Themen bzw. Debatten angewendet. Matthes (2009: 152) argumentiert deshalb, der Framing-Ansatz greife besonders bei Streitthemen, also issues, da dort das Ambivalenzprinzip am besten zum Tragen komme. Demnach sind nicht alle Medienbeiträge für Frameanalysen geeignet. Diese Ansicht wird hier nur begrenzt geteilt. Es erscheint zwar plausibel, dass der Ansatz bei Streitthemen besonders fruchtbar ist,

da er es ermöglicht Bewertungen und Bewertungsinhalte zu erfassen. Wie jedoch Leonarz (2006: 102) feststellt, wird auch hier davon ausgegangen, »[...]dass im Allgemeinen jedes Medienthema eine gewisse Anzahl von Frames enthält.« In dieser Arbeit wird deshalb Dernbachs (2000: 40) Meinung geteilt, dass nicht jedes gesellschaftlich relevante Thema Problemcharakter besitzt. Betrachtet man Frames als sozial geteilte Deutungsmuster, die den Sinnhorizont eines Themas erfassen, indem sie selektionieren und hervorheben, muss ihm nicht unbedingt ein Problem zugrunde liegen. Diese Auffassung von Frames erlaubt es, den Ansatz auch für nicht-politische Themen anzuwenden. Mit dieser Ausgangslage erscheint der Ansatz trotz einiger Defizite für die Analyse des Feldes der Berichterstattung über Religion fruchtbar, um Darstellungsmuster zu identifizieren und das Bild von Religion in den Medien nachzuzeichnen. Die Religionsberichterstattung ist ein sehr breites Feld, weshalb die Anwendung des Framing-Ansatzes grosse Herausforderungen mit sich bringen. Bisher haben die Studien jeweils ein eher begrenztes Feld bzw. einzelne Debatten untersucht. Einige Forschungen haben den Ansatz bereits auf die Religionsberichterstattung angewendet. Allerdings muss bei vielen die ungenaue, methodisch nicht ausgereifte Herangehensweise kritisiert werden. Diese Studien werden nebst anderem in Kapitel 4.2 zusammengefasst und die Anwendung des Framing-Ansatzes konkreter in Kapitel 4.2.7 diskutiert.

Eignung

Frames können »[...] gewisse Zusammenhänge über eine Ebene hinaus zu erklären und integrativ wirksam sein«. So sagt auch McCullagh: »[T]hey have the power to interpret events and issues for us« (McCullagh 2002: 68). Framing kann als deskriptives Konzept zur Diskussion normativer Fragen eingesetzt werden. Es ist also eine sehr praxisnahe und -relevante Theorie. Es können damit spezifische Qualitäten und Schwächen von Medienleistungen untersucht werden. Als Theorie mittlerer Reichweite bietet sie ausreichend Abstraktionsleistung von Einzelfällen (Dahinden 2006: 19–20, 317).

Die grössten Defizite müssen auch heute noch, nachdem sich verschiedenste Forscher damit beschäftigt haben, an der grossen empirischen Vielfalt und Ungenauigkeit festgemacht werden. Das relativ abstrakte Konzept hat in der vielfältigen Anwendung nicht einfach zur Weiterentwicklung geführt, sondern viele parallele Entwicklungen mit unterschiedlichen Herangehensweisen evoziert. Es fand nur eine mangelhafte Integration statt. Die Anwendung des Framing-Ansatzes für die Empirie fordert also von Forschern anspruchsvolle Begriffsarbeit.

Schwierig gestaltet sich die Frame-Erfassung. Die empirische Präzision muss kritisch betrachtet werden. (Dahinden 2006: 13, 318, Harden 2002: 82)

Trotz der Defizite hat der Framing-Ansatz, wie schon dargestellt, einiges zu bieten und ermöglicht, insbesondere die Sinnhorizonte und Deutungsmuster eines Beitrages zu erfassen. Damit kann er einen wichtigen Beitrag zur Beschreibung der Religionsberichterstattung leisten.

Arbeitsdefinition

Für die vorliegende Arbeit werden aufgrund dieser Überlegungen und der Sichtung der theoretischen und empirischen Ausführungen angelehnt an Entman, Dahinden, Matthes und Reese Frames wie folgt verstanden:

Frames sind sozial geteilte Deutungsmuster, die den Sinnhorizont zu einem Thema erfassen und die Perspektive, mit welcher ein Thema bearbeitet werden, in der Art bestimmen, dass einige Aspekte der wahrgenommenen Realität salienter gemacht werden als andere. Sie setzen sich aus mehreren konsistent miteinander verbundenen Elementen zusammen. Ihre Funktion ist die Strukturierung, Komplexitätsreduzierung sowie die Anleitung der Selektion von Informationen.

Anwendung in der vorliegenden Forschung

Für die Erfassung der Frames bietet sich das dimensionsreduzierende Verfahren an. In den Ausführungen haben sich dessen Vorteile bestätigt und es zeigt sich, dass mit dieser Vorgehensweise das Potential am grössten ist, um die Berichterstattung über Religionen zu beschreiben. Sie ist nah am Thema und presst die Berichterstattung nicht in vorher festgelegte Frames. Da sich die Basisframes in der Forschungstradition als relevant herausgestellt haben, da sie immer wieder vorkommen, sollen sie nicht ganz ausgeklammert werden. Im Codebuch wurden sie holistisch erfasst. Dabei wird davon ausgegangen, dass wie bereits argumentiert wurde, die holistische Erfassung von Basisframes sehr nahe am Thema liegt und der Komplexität von Frames nicht gerecht wird. Sie werden deshalb nicht als Frames, sondern als Frameelement ins Codierschema aufgenommen und später mit anderen Variablen in die Clusteranalyse eingespielen. Erst aus der Kombination verschiedener Variablen werden die Frames herausgebildet.

3.5 Narration

3.5.1 Einleitung

Im Folgenden soll das Konzept der Narration dargelegt und aufgeschlüsselt werden. Narration wird in vielen Wissenschaftsdisziplinen seit langem diskutiert. In der Kommunikationswissenschaft ist es aber noch ein neuartiges Konzept, dem bisher wenig Aufmerksamkeit beigemessen wurde (Lünenborg 2005: 146). Es gibt aber Wissenschaftler, die die Bedeutung der Narration für den Journalismus entdeckt haben (vgl. u. a. Bird 1990, McComas/Shanahan 1999, Lule 2001, Lünenborg 2005). Sie gehen davon aus, dass während in früheren Kulturen mündliche Erzählungen sowie religiöse und rituelle Handlungen die wesentlichen Formen des Narrativen darstellten, heute diese Rollen von den Massenmedien übernommen werden (Lünenborg 2005: 147). Journalismus wird dabei als das Erzählen von Geschichten verstanden, welche unter Rückgriff auf archetypische Rollen Werte und Bedeutungen vermitteln. Konkrete Forschungen dazu sind jedoch rar und untersuchen insbesondere die Aufmerksamkeits- und Erinnerungsleistung bei Rezipienten, die durch Narration erwartet wird. Angelehnt an die Forschung von Jack Lule (2001) wird in dieser Arbeit ein neuer Weg beschritten mit dem Fokus auf die Untersuchung von archetypischen, narrativen Mustern. Damit können Bilder erfasst werden, die die Medien kreieren und an die Rezipienten weiter geben. Es liegt nahe, dieses Konzept im Hinblick auf die Analyse von Religion in den Medien zu verwenden, weil Narration als ein wichtiger Bestandteil von Religion gilt.

In den nachfolgenden Ausführungen soll das Konzept systematisch aufgearbeitet werden. Zuerst wird auf Narration generell eingegangen und dann seine Rolle im Journalismus behandelt. Eine Spezifika von Narration sind Mythen, die sich laut Lule (2001) in den Medien finden lassen. Die Literatur dazu soll aufzeigen, wie sie sich im Journalismus manifestieren. Abschliessend wird das Potential und die Nachteile der Anwendung von Narration in quantitativen Medienanalysen diskutiert. Die Begriffswelt rund um Narration ist sehr vielfältig und breit. Oft werden verschiedene Begriffe deckungsgleich verwendet. In den nachfolgenden Ausführungen wird jeweils die Terminologie der zitierten Autoren übernommen. Dabei sind die Begriffe Storytelling, Geschichten erzählen und Narration deckungsgleich zu verstehen, wenn nichts anderes dargelegt wird.

3.5.2 Narration generell

Narrationen gibt es schon seit Anbeginn der Menschheit. Sobald Menschen sich zusammen tun und Kultur entsteht, kommen auch Narrationen ins Spiel. Sie sind ein wichtiger Teil der menschlichen Kommunikation und prägen die Kultur mit. Fisher (1984, 1985) verdeutlicht die Bedeutung des Narrativen, wenn er den Mensch als »homo narrans« – als Geschichte erzählendes Wesen – beschreibt. Christians sagt:

»Communities are woven together by narratives that mediate their common understanding of good and evil. Stories stitch together the seamless web of culture that shapes who we are, how we live, whom we love or hate or kill ... and how long we shall survive« Christians (1993: 117).

Durch Narrationen geben die Menschen ihrem Leben Sinn (Kelly/Zak 1999: 297). Narrationen offerieren Modelle, mit welchen die Menschen die Realität, andere Menschen und sich selber verstehen können (Ekström 2000: 475). Sie stellen damit »[...] Interpretationsfolien für gesellschaftliche Wirklichkeit dar. [...] Sie liefern Deutungsangebote für die Interpretation von Welt« so Lünenborg (2005: 16). Diese Leistung erbringen insbesondere Mythen, wie später im Kapitel 3.5.4 noch genauer aufgezeigt werden soll.

Was ist unter einer Narration genau zu verstehen?

Aber was ist überhaupt eine Narration? Nach Berger (1997: 4–5) ist darunter eine Story zu verstehen, welche etwas über Dinge erzählt, welche passiert sind oder noch passieren werden. Sie enthält mehrere Ereignisse, die zu einer Sequenz verbunden sind und spielt innerhalb einer bestimmten, begrenzten Zeitperiode. Ein linearer Ablauf der Ereignisse ist dabei üblich, aber nicht unbedingt Bedingung. Nach Ryan (2004: 8–9) soll ein narrativer Text eine Welt kreieren und sie mit Charakter und Objekten besetzen. »The world referred to by the text must undergo changes of state that are caused by nonhabitual physical events: either accidents (happenings) or deliberate human actions. These changes create a temporal dimension and place the narrative world in the flux of history« (ebd.: 8). Durch narrative Texte kann ein interpretatives Netzwerke konstruiert werden, das den Plot der Geschichte setzt (ebd.: 8–9). Das Zusammenkommen verschiedener Elemente macht eine Narration aus, wie nachfolgend gezeigt werden soll.

Elemente von Narration

Verschiedenste Autoren haben versucht, den Ablauf einer Narration, d.h. die Dramaturgie zu erfassen und die einzelnen Elemente, die es dafür braucht, zu definieren. Bei Bell (1999: 36) setzt sich eine Narration zusammen aus 1) einem Abstract (um was geht es, wieso wird die Geschichte erzählt?), 2) der Orientierung (was, wo wer, wann, Auslöser), 3) der »complicating action« (was passierte?), 4) der Evaluation (Punkt der Geschichte, wieso sie erzählenswert ist), 5) der Auflösung (was schlussendlich passiert ist) und schlussendlich 6) dem Coda (»This wraps up the action, and returns the conversation from the time of the narrative to the present«, Bell 1999: 36). Dennehy (1999 zit. nach Yoder-Wise/Kowalski 2003: 38) definierte die folgenden fünf Schritte, die es braucht, um eine Story zu erzählen: das Setting aufbauen, den Plot kreieren, die Krise lösen (turning point), die »lessons learned« beschreiben und schlussendlich erklären wie die Charakteren sich verändern. Dabei unterscheidet sich seine Konzeption von Narration kaum von derjenigen von Fog et al. (2005: 33–34). Diese beschreiben vier Elemente von Storytelling: Einerseits braucht es die Botschaft (»message«), ein ideologisches oder moralisches Statement, das sich durch die ganze Geschichte zieht. Dann enthalte Storytelling ein Konflikt, welche die treibende Kraft der Geschichte bildet. Zum anderen benötigt eine Story Charakteren und schliesslich einen Plot: »The story comes to life during the transition that takes place from the onset of change until the conflict has been resolved. Without this transition that the story would grind to a halt« (Fog/Budtz/Yakaboylu 2005: 33).

Durchforstet man die Literatur zu Narration, sind fünf Elemente, die eine Narration ausmachen, immer wieder zu finden:

1. *Sequenz von Events/ temporale Struktur*: Die einzelnen Elemente einer Story sind in einer bestimmten Reihenfolge angeordnet, welche Einfluss auf Inhalt und Bedeutung hat. Die Struktur verweist auf Abhängigkeiten und Kausalitäten (Dahlgren 1991: 14–16). Uneinig sind sich die Narrationsforscher hingegen, ob eine *chronologische* Reihenfolge wirklich Bedingung für eine Geschichte ist. Etwa glauben Bell (1999: 241) und Franzosi (1998: 520), dass in einer Narration immer die Reihenfolge der Geschehnisse eingehalten wird. Auch nach Martinez und Scheffel (2003) spielt die Chronologie eine Rolle und zwar insofern, dass die Ereignisse chronologisch angeordnet das Geschehen darstellen. Verschiedene Geschehnisse verbunden zu einem kohärenten Ganzen ergäben dann die Geschichte. Dabei betonen sie aber, dass die Erzählreihenfolge nicht mit der tatsächlich chronologischen übereinstimmen muss. Selucky (1984: 5 zit. nach Pietilä 1992: 39)

geht noch weiter und meint eine Narration »[...] is better defined as the recounting of events In such a way as to order them and place them in a hierarchical (rather than merely temporal) relationship to one another and in subordination to the discourse that recounts them and its regime of meaning.«

2. *Bedeutungsproduktion/Message*: Narrationen stiften Sinn, schaffen Bedeutung auf mehreren Ebenen und liefern Deutungsangebote (Lünenborg 2005, Kelly/Zak 1999: 297). Dahlgren (1991: 14–16) erklärt, eine Story repräsentiere ein Thema, das über die unmittelbare Aktualität hinausgehe – eine generelle Narration, ein Mythos über die Gesellschaft und Kultur.
3. *Evaluation*: In der Evaluation wird eine Rechtfertigung für den Wert der Geschichte geliefert. Sie zeigt auf, wieso die Geschichte berichtenswert ist (Bell 1999: 236). Sie enthält also Hinweise darauf, wie sie zu interpretieren ist. Dies kann als eine Art Schlüssel betrachtet werden, welcher hilft, zu verstehen, um was es in der Story geht und welche »Message« sie enthält (Dahlgren 1991).
4. *Charakteren*: Jede Narration braucht interagierende, spannende Charakteren (Fog/Budtz/Yakaboylu 2005: 37), wobei sie sich oft an gängigen Figuren-Schemata orientiert (Martinez/Scheffel 2003). Typischerweise übernehmen sie archetypische Rollen (Dahlgren 1991: 14–16).
5. *Lösung*: Die Narration endet mit einer Lösung (Bell 1999: 242) oder zumindest einem Lösungsvorschlag (Dahlgren 1991: 14–16).

Mit diesen Elementen von Narration soll nachfolgend gearbeitet und auf ihnen aufgebaut werden. Wichtige Punkte, die an späterer Stelle noch ausgeführt werden sollen, sind die Begriffe Archetypen und Mythen. So wird hier argumentiert, dass die Punkte zwei bis fünf in Mythen besonders stark zur Geltung kommen.

Arbeitsdefinition von Narration

Abgeleitet aus den vorherigen Ausführungen wird folgende Arbeitsdefinition von Narration vorgeschlagen:

Eine Narration ist eine Erzählung über verschiedene Geschehnisse. Jedes Geschehnis setzt sich aus mehreren Ereignissen zusammen, die in einer temporalen Struktur angeordnet sind. Die Geschehnisse sind in einer kausalen (aber nicht unbedingt chronologischen) Reihenfolge angeordnet, so dass sie zusammen ein in sich stimmiges Ganzes ergeben. Ein zentraler Teil der Narration sind Charaktere, die archetypische Strukturen aufweisen. Im Weiteren enthält die Narration Hinweise auf die Interpretation der Geschichte, eine Lösung am Schluss und mehrere Bedeutungsebenen. Sie offeriert den Rezipienten Modelle und damit Deutungsangebote, um die Welt zu verstehen. Der Begriff Narration wird gleichgesetzt behandelt mit Story und Geschichte.

Es stellt sich nun die Frage, was Narrationen mit Journalismus, mit Nachrichten gemein haben, ob journalistische Texte Narrationen sind bzw. inwiefern im Journalismus Narrationen angewandt werden. Darauf wird im nachfolgenden Kapitel eingegangen.

3.5.3 Narration im Journalismus

Nachrichten können von verschiedenen Perspektiven auf Narration hin angeschaut werden:

- aus einer strukturell-formalen
- funktionalen und
- aus einer generischen Perspektive.

Auf die strukturell-formale Perspektive, bei welcher es um den Aufbau einer Geschichte bzw. Narration geht, wird an späterer Stelle eingegangen. Aus dieser Sicht ist umstritten, ob es sich bei journalistischen Texten wirklich um Narrationen handelt. Die funktionale Perspektive wird daraufhin thematisiert. In dieser Sichtweise haben Nachrichten sehr ähnliche Charakteristiken wie Geschichten generell. Roeh sagt dazu:

»The ways in which news stories are »used« or »processed« are characterized very much in the same ways that all other kinds of stories are used, decoded, or experienced. A complex of cognitive, affective, and instrumental factors is involved in the process. It involves at one and the same time learning from other people's experiences, and a kind of vicarious evocation of emotions of empathy or of distanced renunciation.« (Roeh 1989: 166).

Auch die generische Komponente von Narration ist kein unwesentlicher Faktor, wenn Narrativität im Journalismus diskutiert werden soll. Es wird in diversen Aufsätzen deutlich, dass viele Forscher von einem

unterschiedlichen Grad an Narrativität bzw. Narrationspotential bei verschiedenen Medien ausgehen. So sehen einige (u. a. bei Hickethier 1997, Ekström 2000, Machhill/Köhler/Waldhauser 2006 und 2007) vor allem die Fernsehnachrichten als Form des Storytellings, das sich in der radikalen Vereinfachung von Sachverhalten, der starken Ritualisierung der Erzählweise, dem Verwenden von archaischen Mustern und der emotionalen Bindung des Publikums an den Moderator äussere. Auf diese generische Perspektive wird hier nicht weiter eingegangen. Eine weiterführende Diskussion würde den Rahmen dieser Arbeit, welche nicht darauf angelegt ist, die generische Perspektive zu untersuchen, sprengen.

Strukturell-formale Kriterien

Einige Forscher argumentierten, dass jeder Journalismus eine Form von Storytelling ist (Bird 1990). Betrachtet man Nachrichten aber hinsichtlich ihres Aufbaus auf Narrativität hin, muss konstatiert werden, dass sich eine Nachricht, aufgebaut gemäss der bekannten Nachrichtenpyramide, nicht durch Chronologie auszeichnet. Deshalb hält auch Lünenborg fest, Nachrichten würden die Formen des Narrativen am wenigsten verwenden und erläutern:

»Die Texte weisen oftmals Brüche in Kontinuität und Kohärenz auf. Die Bilder geben nur selten eine stimmige Erzählung wieder. Bei Nachrichten kann allenfalls von spoken narratives gesprochen werden« (Lünenborg 2005: 149).

Bell (1999: 243) ergänzt, Nachrichtenstories seien nicht abgerundet, sondern enden irgendwo zwischen drin. Pietilä (1992: 42) seinerseits stellt die Frage: »Does not news differ from all fictions narrative precisely in the respect that the events told precede – even in a definite order of sequence – their telling?« Er beantwortet die Frage mit ja, schränkt dann aber wieder ein: »Although news tells us about a real series of events, this is not a story because, in itself, it cannot tell which events should be taken into account and in what order. Series of events are fuzzy and obscure« (ebd.: 41). Die Aufgabe des Journalisten ist es, Sinn zu konstruieren und aus Neuigkeiten einen Text zu erstellen. Knobloch et al. (2004: 260) argumentieren, man könne jede Sequenz von Events mit einem Charakter als Story verstehen – eine Logik, die sich auch auf Nachrichten übertragen lässt. Damit ist die Berichterstattung des Journalisten bereits so etwas wie Narration. Zusätzlich brauche es aber als weiteres Element etwas Aussergewöhnliches, sprich Nachrichtenwerte. Dass Nachrichtenwerte einen zentralen Beitrag zur Narrativität leisten

und diese entsprechend steigern können, wird insbesondere in den Ausführungen von Bilandzic und Kinnebrock (2006) deutlich.

Bilandzic und Kinnebrock (2006) beschäftigen sich in ihrer Arbeit mit der Rolle der Persuasion von Medientexten, wobei sie das Konzept der Narration benutzen, um Faktoren der Persuasion auf der Textseite zu bestimmen. Sie gehen davon aus, dass sich Narration aus einer Vielzahl narrativitätssteigernden Faktoren zusammensetzt, die zusammen genommen die Narration erst ausmachen. Sie legen dar, dass sich Narration abstufen lässt und definieren auf drei verschiedenen Ebenen narrativitätssteigernde Faktoren (Bilandzic/Kinnebrock 2006: 109–116):

- Ebene Handlung: Nachhaltige Ereignisse/Handlungen, Einzigartigkeit des zentralen Geschehens, Konflikthaftigkeit, Faktualität, Spezifität, Vielzahl möglicher Handlungsverläufe, Handlungsakzentuierung, Transitivität, Wandel der Figuren, kohärente Welt
- Ebene Struktur: autonomes Ganzes mit klarer Struktur, klarer Genrebezug, Orientierung an archetypischen Handlungs-, Figuren-, Situations- und Szenerie-Schemata, Affektstruktur: Überraschung, Neugier, Erzeugung von Spannung
- Ebene Darstellung: Dramatikmodus, Kunstfertigkeit: Form des Stils

Viele der narrativitätssteigernden Faktoren sind Nachrichtenfaktoren. Sie tragen also wie erwähnt entscheidend zur Narrativität von Nachrichten bei.

Auch Machhill und Köhler (2006: 486–487) vertreten die Ansicht, Narrativität liesse sich abstufen. Sie erklären, Fernsehnachrichtenbeiträge könnten ihre Botschaften zwischen den Polen deskriptiv und narrativ organisieren, womit Narrativität skalierbar werde.

Nebst den strukturell-formalen Kriterien kann Narration im Journalismus auch hinsichtlich funktionaler Kriterien diskutiert werden, wie nachfolgend gezeigt wird.

Funktionale Kriterien

»I think it is important to understand that ›the story‹ is an underappreciated yet essential part of creating and understanding the news. Stories make news easier. Stories make news possible.«

(Lule 2001: 32)

Auf der funktionalen Ebene wird der Narration eine starke Rolle im Journalismus zugestanden und die Analyse von Narration als spannendes Instrument identifiziert, das Aufschluss über die Journalismuskultur und die Kultur der Gesellschaft gibt: »That is, how journalism recreates

and propagates social and cultural norms and how reporters functions as storytellers« (Waisbord 1997: 190). Nachrichten lösen damit mündliche Erzählungen sowie religiöse und rituelle Handlungen in ihrer Funktion ab (Lünenborg 2005: 147). Sie können als symbolische Transportmittel verstanden werden, also als sozialer Prozess, welcher zur Konstruktion unserer Kultur und der sozialen Realität beiträgt (Johnson-Cartee 2005: 148). Waisbord hält fest:

»Without narratives, news would be mere inventories of acts, much like bare-boned newswires or laundry lists recording scattered items. Events are made intelligible by using established and immediately recognizable storylines. Hardly an inventive bard, journalism commonly pilfers its surrounding culture to reproduce yet once again eternal narratives. Good-versus-evil, David-and-Goliath, rags-to-riches, Kafkaesque and Cinderella narratives are among the typical stock frames used to tell the news.« (Waisbord 1997: 190)

Nachrichten erfüllen wichtige normative und soziale Funktionen in der Gesellschaft, wie das auch Narrationen tun (vgl. Kapitel 3.5.2). Sie sorgen für klare Konventionen über Normen und Ideale und zeigen dabei Grenzen auf, die man nicht übertreten soll (Cohen 1981: 431). Sie helfen dadurch, das Wertesystem einer Gesellschaft zu erhalten und gar zu festigen (McComas/Shanahan 1999: 37). Dafür greifen sie auf bestehende Geschichten und archetypische Figuren zurück (Waisbord 1997: 190, Cohen 1981: 431, Bird/Dardenne 1990: 70), wie später noch ausführlicher aufgezeigt wird. Für Lünenborg (2005: 163) ist Journalismus als Ganzes betrachtet und als Narration verstanden eine »Erzählung von Welt«. Dabei stellen die journalistischen Erzählungen Deutungsangebote für die Rezipienten dar und helfen ihnen, ihr Weltbild und ihre Erfahrung zu strukturieren (Lünenborg 2005: 146, Bird/Dardenne 1990). Die Bedeutungsproduktion durch das Publikum bei der Rezeption von Nachrichten ist auch ein relevanter Teil des Verständnisses von (Fernseh-)Nachrichten von Dahlgren (1991: 14). Nachrichten sind für ihn nicht einfach Zulieferer von Information, sondern ein kultureller Diskurs, wobei das Storytelling den Journalismus und die populäre Kultur verbindet. Sie sind ein wichtiger Teil der Kultur und sorgen gleichzeitig für deren Erhaltung. Wie Narrationen übernehmen sie eine wichtige soziale Funktion, da sie Erlebnisse, die jeder Mensch kennt, ordnen, personalisieren und verwirrende, komplexe Phänomene erklären (Barkin 1984: 28). Sie offerieren dadurch Modelle, welche den Menschen helfen sich selbst und andere zu verstehen (Ekström 2000: 475). Demnach bieten Nachrichtenstories mehr als das Wiedererzählen üblicher Geschichtsformen: »These news stories offer sacred, societal narratives with

shared values and beliefs, with lessons and thees, and with exemplary models that instruct and inform. They are offering myths.« (Lule 2001: 18). Bird und Dardenne konstatieren (1990: 70):

»One of the most productive ways to see news is to consider it as myth, a standpoint that dissolves the distinction between entertainment and information. By this we do not mean to say that individual news stories are like individual myths, but that as a communication process, news can act like myth and folklore«.

Nachrichten als Mythen anzusehen, scheint hier sehr fruchtbar zu sein. Deshalb ist diesem Thema ein eigenes Unterkapitel 3.5.4 gewidmet.

Wyss (2010) betrachtet Narration und ihre Funktion auf einer Meta-Ebene und argumentiert dabei systemtheoretisch. Er bezeichnet in Anlehnung an Kohring (2006) die Kommunikation des Journalismus als »mehrsystemrelevant«. Konkret sieht er Mehrsystemrelevanz als Leitdiffferenz des Journalismus, d.h. der Journalismus bringt verschiedene Systeme zusammen und kommuniziert ihre Botschaften. Die Generierung und Aktualisierung diskursiven Wissens erfolgt jeweils im eigenen System. Diese Argumente werden dann von den jeweiligen Systemrationalitäten geprüft. Allerdings sind diese Logiken nicht mit denjenigen anderer Systeme vereinbar. Der narrative Kommunikationsmodus hat nämlich das Potential, verschiedene Systeme bzw. Systemrationalitäten zu verkoppeln. »Because different standards are used to justify/legitimate the reasons, the discourses are fundamentally inconsumerable and cannot be reduced to each another« (Geiger 2005: 198). Hier kommen Narrationen ins Spiel. Da die Systemrationalitäten nicht über diskursives Wissen verkettet werden können, weil sie konfliktierend sind, geschieht ihre Verkettung über Meta-Narrationen (Geiger 2005: 195).

»Mit Narration werden also nicht nur einfach Fakten oder diskursiv anschliessende Argumente vermittelt, sondern Narration kombiniert »inkommensurable« Diskurse aus dem Kontext jeweils spezifischer Situationen, indem sie miteinander kausal verlinkt werden und so für den Erzähler und den Rezipienten Sinn machen« (Wyss 2010).

Dieser Ansatz ist noch jung und wurde bisher weder in theoretischen Diskussionen kritisch betrachtet noch in empirischen Untersuchungen auf den Prüfstand gestellt.

Im Folgenden wird das Kapitel 3.5.3 Narration im Journalismus abgeschlossen mit einer Diskussion rund um die Objektivitätsdebatte.

Die Objektivitätsdebatte rund um Narration im Journalismus

Spricht man von »Narration im Journalismus« kommen sogleich Assoziationen mit »Soft News« oder Boulevardjournalismus auf. Damit einher geht die Annahme, dass Nachrichten nur unterhalten oder nur belehren können. Das würde bedeuten: Je objektiver ihre Berichterstattung, desto unlesbarer; aber je narrativer die Berichterstattung, desto grösser die Angst der Journalisten ihre Ideale zu verraten (Bird/Dardenne 1990: 78). Unter dieser Voraussetzung stehen die Journalisten einem Spannungsfeld zwischen dem Ideal, die Realität abzubilden (die sie mittels objektiver Strategien erreichen wollen) und der Nachfrage nach Narrativität gegenüber. Lule (2001:189–190) sieht deshalb die Herausforderung darin, die Balance zwischen Story und Information zu finden. Er bemerkt weiter, dass es Nachrichten nicht an Objektivität, sondern vielmehr an gutem Storytelling fehlt.

Bird und Dardenne (1990: 69) glauben, dass diese Art Narration in den Nachrichten zu betrachten, sprich narrativ und informativ als Gegensätze zu betrachten,

»[...] blinds us to the way narrative devices are used in all news writing, maintaining the illusion that the structural devices used in hard news are merely neutral techniques that act as a conduit for events to become information, rather than ways in which a particular kind of narrative text is created« (Bird/Dardenne 1990: 69).

3.5.4 Mythen

Spricht man von Narrationen in den Medien darf ein Aspekt nicht ausgelassen werden: die Mythen. Wie bereits zitiert, sehen Bird und Dardenne (1990: 70) den Ansatz, Nachrichten als Mythen zu betrachten als einer der produktivsten. Mythos ist griechisch und bedeutet so viel wie Wort, Rede, Erzählung. Laut Steinwede und Först (2004: 8) handelt es sich um eine

»[...] archaische Dichtung, ein Poesietypus, der sich aus der Traumwelt der Menschen speist. Wie ein Gedicht deutet er [der Mythos/c.k.] die Welt in Bildern und Symbolen. In einem unhistorischen Raum angesiedelt, erschliesst er letztlich nicht hinterfragbare existentielle Wahrheiten.«

In dieser Arbeit wird davon ausgegangen, dass sie ein zentraler Bestandteil in der Medienberichterstattung sind und in allen Phasen des journalistischen Kommunikationsprozesses Bedeutung haben. Es ist deshalb interessant für diese Arbeit, herauszufinden, welche grundsätzlichen

Mythen sich in den Medien manifestieren können und die Religionsberichterstattung auf diese hin zu untersuchen.

Die Ursprünge der Mythen

Wird heute das Wort Mythos verwendet, wird damit oft eine fantastische, historische und/oder falsche Geschichte verbunden (Lule 2001: 17). Aber Mythen sind nicht reine Fantasie: »They are imaginative patterns, networks of powerful symbols that suggest particular ways of interpreting the world« (Midgley 2004: 1). Sie beruhen auf den Ursprüngen und Geschichten der Menschheit, erinnern an Kreation und Entstehung. Mythenforscher betonen die Primordialität dieser Geschichten (Eliade 1958, Eliade 1998, Eliot 1990). Nach Eliade (1998: 5–6) beschreiben Mythen das Heilige, welches die Welt begründet hat. Sie berichten von der Intervention eines übernatürlichen Wesens, das die Menschen zu dem gemacht hat, was sie sind; nämlich ein sterbliches, sexuelles und kulturelles Wesen. Mythen weisen damit einen starken Bezug zu Religion auf und sind oft auch signifikanter, gar konstituierender Teil einer Religion. In ihrer archetypischen Eigenschaft bieten sie den Menschen Modelle für das menschliche Verhalten und geben dem Leben so Bedeutung. Nach Campbell (1991: 5) sind Mythen demnach archetypische Träume der Welt, die von grossen menschlichen Problemen handeln. Basis für die Mythen bilden Erlebnisse, die allen Menschen gemein sind, z. B. Geburt, Familie oder Gefühle (Lule 2001: 30). Sie erzählen wie man mit Krisen, Enttäuschung, Fehler, aber auch Hoffnung und Erfolg umgehen soll (Campbell/Moyers/Flowers 1991: 20, Drummond 1984: 27). Deshalb ist Lule (2001: 17) überzeugt, dass jede Gesellschaft Geschichten/Mythen braucht, »[...] that confront the ultimate issues of the human condition.« Mythen sind fundamental für das menschliche und insbesondere das soziale Leben. Durch sie definiert sich eine Gruppe von Menschen und konstituiert sich damit die Gesellschaft. Sie helfen der Erhaltung des gesellschaftlichen Konsens (Lule 2001: 17, 33). Durch Mythen geben die Menschen Erfahrungen, aber auch Werte und Normen ihrer Gesellschaft weiter (Bird 1990: 20).

»Der vielleicht bemerkenswerteste Aspekt des Schöpfungsmythos ist, dass es ihn gibt – und zwar überall auf der Welt« (Steinwede/Först 2004: 9). Diese Aussage von Steinwede und Först weist auf ein zentrales Element hin: Nämlich nicht nur, dass die gleichen Mythen überall auf der Welt zu finden sind, sondern auch, dass sie sich ständig wiederholen. Die Ähnlichkeiten von Mythen, Träumen und Symbolen innerhalb verschiedener, voneinander unabhängiger Kulturen führte auch den Psychologen Carl Gustav Jung dazu, die Existenz eines kollektiven

Unbewussten anzunehmen. Er lehrte, dass die Bilder und Strukturen dieses kollektiven Unbewussten in sich ständig wiederholenden Formen, in Archetypen, erkennbar würden (Eliade 1998: 14, Eliot 1990: 20). Mythen haben nur Bedeutung, wenn sie immer wieder erzählt werden (Bird/Dardenne 1990: 72). Das bedeutet nicht, dass sie immer eins zu eins wiedergegeben werden, aber sie werden auch nicht neu erfunden: »you constantly draw on the inventory of discourse which have been established over time« (Hall 1984: 6). In vielen Aufsätzen und Büchern werden diese immer wiederkehrenden Mythen beschrieben. Stellvertretend sollen hier jene fünf, welche Eliot (1990: 33) beschreibt, aufgeführt werden: 1) Mythen über die Götter, die Sonne und den Mond, 2) Mythen der Entstehung des Menschen, 3) Mythen, die über die Veränderung der Welt und der menschlichen Existenz berichten, 4) Mythen über Himmelskörper und die Natur und 5) Mythen über Helden. Diese Mythen werden auch in anderen Aufsätzen immer wieder als zentral behandelt. In dieser Arbeit wird auf die von Lule (2001) festgehaltenen Mythen zurückgegriffen, welche regelmässig in den Medien zu finden seien. Diese sind: Held, Opfer, Sündenbock, Trickser, Gute Mutter, »grosse Flut« und »andere Welt«. Sie werden in Kapitel 3.5.5 vorgestellt. Als nächstes soll vorab darauf eingegangen werden, inwiefern sich Mythen in Nachrichten manifestieren.

Mythen und Archetypen im Journalismus

Jack Lule (2001) ist überzeugt davon, dass Mythen eine zentrale Rolle in den Nachrichten einnehmen: »Myth has taken shape in the words of the news and those words can have larger social implications« (Lule 2001: 191). Die Notwendigkeit von Mythen würde sogar ansteigen: »People grapple with the meaning of rapidly changing times. People seek out ways in which they can organize and explain the world. People need stories. Myth has long played these roles« (Lule 2001: 199).

Mythen und Nachrichten weisen eine Reihe von Gemeinsamkeiten auf: Beide...

- haben einen kulturellen Filter.
- bieten Geschichten an, die sie immer wiederholen.
- erzählen Geschichten aus dem wahren Leben.
- erzählen Geschichten, die das soziale, öffentliche Leben thematisieren, Geschichten von öffentlichem Interesse.
- benutzen Geschichten, um zu informieren und instruieren. Beides sind moralische Märchen (Lule 2001: 21).
- bringen Ordnung in die Unordnung. Nachrichten nehmen die »rohen Ereignisse« der Welt und platzieren sie in eine Geschichte, eine Über-

setzung, die sie verständlich macht für den Rezipienten (Koch 1990: 23–24). Sie offerieren überzeugende Antworten zu rätselhaften Fragen, erklären komplexe Phänomene (Bird 1990: 70 nach Mead 1925–1926/Jensen 1983).

- werden benutzt um Ideale, Ideologien und Werte einer Gesellschaft zu transportieren (Lule 2001: 15). Sie halten die Grenzen von akzeptierbarem Verhalten fest. Nachrichten machen das z. B. über die Berichterstattung über Kriminalität (Bird/Dardenne 1990: 71).
- liefern eine Bestätigung für die eigene Weltsicht. Die Natur des Menschen führt dazu, dass er unabhängig davon, wie über ein Ereignis berichtet wird, die Geschichte so interpretiert, dass seine eigene Weltsicht bestätigt wird (Lule 2001: 195–196).

So können aus dieser Sichtweise heraus Nachrichten, zumindest teilweise als Reproduktion von Mythen verstanden werden.

Mythen können nur bestehen, indem sie ständig wiedererzählt werden. Gab man früher die Geschichten von Mund zu Mund weiter, sind es heute unter anderem die Massenmedien, die zur Verbreitung und Erhaltung der Mythen sorgen. So offerieren Nachrichten zwar immer wieder andere Geschichten, aber wirklich neu sind diese nicht. »More than any other mass medium, the news thrives on the ritual repetition of stories« (Lule 2001: 19). Die Journalisten haben bereits Geschichten, die sie aus einem Pool sozial geteilter Narrationen ziehen, im Kopf, wenn sie über ein Ereignis berichten. Sie lernen diese archetypischen Narrationen durch ihre eigene Sozialisation in der Gesellschaft kennen und verstärken sie durch das on-the-job-training. Im Verlauf eines Ereignisses kann sich eine Geschichte ändern, aber nie in etwas total Neues, noch nie Dagewesenes. Dessen sind sich die Journalisten oft nicht bewusst (Lule 2001: 29–31, Roeh 1989: 167, Bird 1990: 14).

Mythen tragen hier also viele Attribute von Frames, aber auch von Stereotypen mit sich. Alle dienen der Reduzierung von Komplexität und der Strukturierung von Welt. Ferner manifestieren sich alle drei durch ständige Wiederholungen. Stereotype werden hier als ein Teil von Narrationen verstanden, in der Art, dass durch die Reduzierung auf Archetypen Stereotype produziert und weitergegeben werden. Auf die Unterschiede der Konzepte wird in Kapitel 3.6, in welchem die zentral besprochenen Ansätze einander gegenüber gestellt werden, noch ausführlich eingegangen.

3.5.5 Mastermythen

Lule ist überzeugt, dass sich in den Massenmedien sieben Mastermythen finden lassen, die immer wieder verwendet werden. Diese sind: der Held, das Opfer, der Sündenbock, die gute Mutter, der Trickser, die »grosse Flut« und die »andere Welt«. Um seine Hypothese zu belegen, hat er eine Fallstudie durchgeführt, in welcher er die New York Times hinsichtlich einzelner Kommunikationsereignisse untersuchte. Jeden Mastermythos unterlegte er mit einem Fallbeispiel, für welches er alle dazu erschienenen Beiträge qualitativ analysierte. Es handelt sich damit weniger um ein komplexes empirisches Design, als mehr um ein entdeckendes, fallbeispielorientiertes Vorgehen, mit welchem die Thesen diskutiert werden. Lule geht davon aus, dass die Fallbeispiele für viele weitere Fälle stehen, in welchen die Mastermythen angewendet werden (Lule 2001: 26, 38). In dieser Arbeit werden die Mastermythen eingesetzt, um die Berichterstattung über Religionsgemeinschaften zu untersuchen.

Die fünf Muster werden nachfolgend beschrieben, der Bezug dieser zur Moderne gegeben und das jeweilige Fallbeispiel von Lule dazu erläutert.

Held (Lule 2001: 81–103)

Beschreibung des Mythos: Der Held ist ein weltweit verbreiteter und häufig gebrauchter Mythos. Der Held ist generell eine Person, dessen Geschichte mit seiner bescheidenen Herkunft den Anfang nimmt. Er ist eine uneigennützig Person, die Kraft und Energie hat und gewillt ist zu arbeiten. Der Mythos berichtet über die Geschichte seines Grosswerdens, bis er seine grosse Herausforderung (quest) antrifft. Er steht dann einem Kampf oder einer Probe gegenüber, die soziale Bedeutung hat, die er aber nicht ohne Anstrengung und Schwierigkeiten meistern kann. Schliesslich kehrt der Held triumphierend von seiner Aufgabe zurück oder stirbt beim Versuch. Die Bedeutung der Aufgabe, die er gemeistert hat, gilt als grösser als sein eigenes Leben (Lule 2001: 89–102, Campbell 1988: 151–152). Der Held ist jemand mit viel Weisheit, Ausgewogenheit und spiritueller Gesundheit, die er durch seine Herausforderung gewinnt (Eliot 1990: 232). Er gilt als ein Idol, ein Exempel, welches soziale Ideale verkörpert. Dabei zeigt er auf, dass harte Arbeit, Güte und Aufopferung Erfolg bringen.

Bezug: Helden dienen als exemplarische Modelle für Gesellschaften. Damit enthüllen sie viel über die Gesellschaft und die Qualitäten, welche für sie wichtig sind. In der modernen Gesellschaft haben die Men-

schen oft eine ambivalente Haltung gegenüber dem Helden; sie betrachten sie als Kreationen von »weniger entwickelten Gesellschaften«. In der Massenmediengesellschaft sind Helden laut Boorstin (1987: 51) in Berühmtheiten verwandelt worden. Die Rezipienten lernen in den Medien viel über die Prominenten und ihr Leben. Das führt zu einer Degradierung des Helden. Nachdem der Held erfolgreich nach Hause kommt, wird das Scheinwerferlicht nicht ausgeschaltet. Die Medien bestimmen wann für den modernen Helden die Herausforderung endet. Der Prominentenstatus ist heute aber kein Hindernis, sondern oft eine Voraussetzung für den Heldenmythos.

Fallbeispiel: Home-Run-Rekord eines Baseballspielers 1998.

Sample: Von Februar 1998 bis Oktober 1998 wurden in der New York Times 582 Beiträge untersucht

Berichterstattung: Die Medien beschreiben ehrfürchtig das ursprünglich einfache Leben des Spielers und wie er durch harte Arbeit und trotz diverser Schwierigkeiten den Auf- und damit Ausstieg aus der Normalität geschafft hat. Er wird beschrieben als jemand mit Ausdauer, Fleiss und Bescheidenheit, der sich aufopfert. Er scheint fast übermenschliche Macht zu haben und steht vor einer grossen Herausforderung, die er mit Erfolg meistert. Soziale Lehren zu Normen, Rollenmodelle und der Diskussion zu Schwarz-Weiss werden gezogen (ebd.: 81–103).

Opfer (Lule 2001: 41–59)

Beschreibung des Mythos: Lule (2001: 54) fasst den Mythos Opfer wie folgt zusammen:

»[...] an innocent victim – guilty only of coincidence, bad timing, the unfortunate fate of being in the wrong place at the wrong time – is somehow killed in a hijacking, airline crash, fire, robbery, flood, or explosion. Then, through the words of the widow or others left behind, the news elevates and transforms the victim into a hero, a person whose life story is gathered and told whose passing is marked and mourned.«

Nebst der Unschuld des Opfers spielen bei diesem Mythos die Hinterbliebenen, ihr Schmerz, Leid und Trauer eine zentrale Rolle. Im Mythos wird der Tod als »heroic sacrifice«, als Aufopferung angesehen. »In their attempts to give meaning to the death of an innocent person, to somehow explain lives lost to fire and floods, news stories turn death into sacrifice and victims into heroes« (ebd.: 54).

Bezug: Rezipienten identifizieren sich oft mit dem Mythos Opfer. Eine Tatsache, die sich Terroristen immer wieder zu eigen machen. Der Terrorismus ist für diese ein Weg der Kommunikation. Wenn die Medien

über einen Terrorismusakt und dessen Opfer berichten, fühlen sich auch die Rezipienten irgendwie betroffen und nehmen damit die Botschaft der Terroristen direkt auf.

Fallbeispiel: Während einer Geiselnahme eines Kreuzschiffes 1985 wird ein Rollstuhlfahrer erschossen und über Bord geworfen. Sein Körper wurde in Syrien an Land geschwemmt.

Sample: die gesamte Berichterstattung in der Times vom 8. bis 22. Oktober

Berichterstattung: Das Ereignis dominierte die US-News. Vor allem die Familie, ihre Angst und Trauer erhielten viel Aufmerksamkeit, wobei Schmerz und Trauer als Stilmittel benutzt wurden. Freunde, Verwandte und Bekannte beschrieben das Opfer in seinen guten Eigenschaften, ein positives Portrait des Opfers wurde nachgezeichnet. Der US-Präsident bezeichnete das Opfer als Held, so dass die Ermordung zu einem heroischen Opfer wurde. »The widow and family were used to depict the victim within a drama of heroic sacrifice« (ebd.: 48).

Sündenbock (Lule 2001: 60–80)

Beschreibung des Mythos: Der Sündenbock verkörpert im Mythos das Böse und die Schuld, man macht sich über ihn lustig und degradiert ihn. »Myths of the Scapegoat ridicule and degrade. They vilify and shun. People – and societies – seem to need scapegoats to blame and abuse« (ebd.: 22–23). Der Mythos erzählt auf dramatische Art und Weise, was denjenigen passiert, welche die gesellschaftlichen Normen herausfordern oder missachten. Er erniedrigt jene, welche den Komfort derjenigen die die Macht haben, bedrohen. »The myth »explains away« the faults, problems, or issues raised by the individual. And the myth serves as a warning to those who might take a similar path« (Lule 2001: 79).

Bezug: Mit Hilfe des Sündenbock-Mythos wird die soziale Ordnung oft thematisiert. Dabei zeigt er, wie Abweichler stigmatisiert werden. Er ist ein Negativmodell für diejenigen, welche nicht mit der sozialen Ordnung einverstanden sind. Der Sündenbock wird erniedrigt und sein Ausschluss aus der Gesellschaft wird gefordert. Klassische Sündenböcke in der modernen Gesellschaft waren etwa die Juden im nationalsozialistischen Deutschland oder die dunkelhäutige Bevölkerung in den USA. Lule erklärt auch (ebd.: 22–23): »Political activists, religious sects, criminals, radicals and many others can be cast as scapegoats in the news.«

Fallbeispiel: Mord an Huey Newton, einem Anführer der Black Panthers. Newton setzte sich mit den Black Panthers für die Rechte der dunkelhäutigen Menschen ein und organisierte für sie viele soziale Programme.

Allerdings war dieses Engagement von starker, brutaler Gewalt begleitet.

Sample: Für die Untersuchung der Berichterstattung über den Tod Newtons untersuchte Lule nebst der Times 11 zusätzliche Zeitungen. »This study looks at how the news, like myth, enacts public dramas of the Scapegoat that isolate and marginalize those who challenge social order« (ebd.: 65). Newtons Tod wurde in zehn der zwölf Zeitungen auf der Titelseite thematisiert.

Berichterstattung: Alle Zeitungen ignorierten und degradierten Newtons Leistungen und konzentrierten sich vor allem auf seine Vorstrafen, seine Gewalt und Kriminalität. »Newton is the picture of debasement and disgrace« (ebd.: 72). Quintessenz der Berichterstattung war, dass gewalttätige Menschen ein gewalttätiges Ende finden. »As myth, the news – an integral member of the established order – offered stories that rejected Newton’s lifelong questioning of that order« (ebd.: 68).

Gute Mutter (Lule 2001: 104–121)

Beschreibung des Mythos: Die Mutterfigur ist ein mächtiges Symbol, das in jeder Kultur existiert und verschiedene Formen annehmen kann. Der Mythos der guten Mutter hält ihre mütterlichen Qualitäten, den Komfort und Schutz, den sie bietet, fest. Sie pflegt und ernährt. Die gute Mutter ist ein Modell, wenn es darum geht, etwas zu kreieren, zu erhalten oder zu erneuern. Sie ist eine freundliche, liebenswerte Person und repräsentiert Güte, Selbstlosigkeit, Sanftmut und Mitgefühl (Lule 2001: 105–119/Eliade: 141–144). Dabei gibt sie sich selber für andere auf. Ihr Mythos zeigt, dass Individuen etwas bewirken können:

»First, the human interest story and the Good Mother myth affirm the belief that individual action is important to social life. Individuals may, in fact, be politically powerless. Social order may, in fact, be dominated by political parties and special interest groups. But human interest stories offer evidence that individuals can make a difference« (Lule 2001: 119).

Bezug: Der Mythos der guten Mutter offeriert den Menschen ein Modell der Güte und Herzlichkeit, in einer Zeit in welcher diese Eigenschaften knapp erscheinen. Die Medien bringen immer wieder Geschichten, die von guten Menschen erzählen, die sich um andere kümmern. Das können beispielsweise Politiker oder Stars sein.

Fallbeispiel: Berichterstattung über das Leben der international bekannten Friedensnobelpreisträgerin Mutter Teresa († 1997), ihre Sozialwerksarbeit in den Slums von Calcutta und ihre Hospizes in der ganzen Welt. Mutter Teresa ging spirituelle und politische Wege. Dabei vertrat sie

ganz die katholische Linie. Sie galt als Vorbild im Heilen, als ein Symbol der Freundlichkeit und des Mitgefühls. Von vielen wurde sie als lebendige Heilige angesehen.

Sample: Untersuchung der Zeit von 1950–1980, kurz nach der Verleihung des Nobelpreises (ebd: 107).

Berichterstattung: »Mother Teresa was offered as a maternal figure. She was praised for her great kindness and compassion. And she was portrayed as a surpassing model, a symbol for humankind« (Lule 2001: 111). Die Berichte zeigten Mutter Teresa als Person der Güte und Liebe, als ein Modell für andere. Sie wurde in den Medien wie eine Heilige behandelt. Ihre negativen Seiten, etwa, dass sie Geld von Diktatoren akzeptierte, wurden ausgeblendet.

Trickser (Lule 2001: 122–146)

Beschreibung des Mythos: Beim Mythos Trickser handelt es sich nicht einfach um eine listige und geschickte Figur, wie zuerst anzunehmen ist. »The myth of the Trickster often portrays a crude and stupid figure, half animal and half human. He is senseless and unreflective and brings on himself and others all manners of suffering. He is a subject of mockery, contempt, and ridicule« (Lule 2001: 24). Der Trickser wird angetrieben durch physischen Appetit, Lust und Triebe, wobei er keine Kontrolle über seine Triebe hat. Er führt ein Leben voller Fehler am Rande der Selbstzerstörung. Er ist dumm, brutal, grausam und verbreitet Angst (Radin 1955: 155, Hynes/Doty 1993: 1).

Bezug: Wie Myhten »[...] news too often tells stories of crude, contemptible people, governed by seemingly animal instincts, who bring ridicule and destruction on themselves« (Lule 2001: 24). Der Trickser kann wie der Sündenbock als Negativbeispiel verstanden werden. Er ist jemand, der die sozialen Normen der Gesellschaft verletzt. Mit dem Wiedererzählen soll daran erinnert werden, dass die Gesellschaft solche Normverletzung nicht akzeptiert.

Fallbeispiel: Gerichtsverhandlung (1992) von Schwergewichtboxer Mike Tyson wegen Vergewaltigung. Die Jury verurteilte Tyson zu sechs Jahren Gefängnis.

Sample: Untersuchung von Times und vier weiteren Zeitungen, Auswahl nach Status, Einfluss und geografischer Diversität. Untersuchung von 20. Juli (als die Anzeige bei der Polizei eintraf) bis 9. April 1992 (als Tysons Antrag, die Gefängnisstrafe abzahlen zu können, abgelehnt wurde). Die Times allein brachte über 100 Beiträge dazu. In den fünf untersuchten Zeitungen erschienen insgesamt mehr als 500 Beiträge.

Berichterstattung: Tyson als wildes Tier präsentiert, dass sich an einem wehrlosen Opfer vergeht. »Tyson was portrayed either as a crude, sex-obsessed, violent savage who could barely control his animal instincts or as a victim of terrible social circumstances, almost saved from the street by a kindly overseer, but who finally faltered and fell due to the convenience of others« (Lule 2001: 130). Man zeigte ihn als Antivorbild, indem alle seine gesetzlichen Übertretungen dargelegt wurden. Er wurde als Person degradiert und dehumanisiert, präsentiert als jemand, der sich nicht im Griff hat, brutal und stupid ist.

Grosse Flut (Lule 2001: 172–185)

Beschreibung des Mythos: Mythen von der totalen Zerstörung finden sich überall auf der Welt, oft verbunden mit der Zukunftsangst. Dabei ist der Flutmythos in Nachrichten über Naturkatastrophen zu finden, aber auch in von Menschenhand herbeigeführten Desastern wie Flugzeugabstürzen oder Terroranschlägen. Die totale Zerstörung – etwa von ganzen Populationen – ist die Basis des Flut-Mythos. Die Menschen haben keine Wahl und sind der Flut gegenüber vollkommen hilflos. Der Mythos geht soweit, dass die Zerstörung als Bestrafung für diejenigen angesehen wird, die vom rechten Pfad abgekommen sind, gesündigt und Fehler begangen haben. Ein weiteres wesentliches Element ist die Erneuerung: Wenn die Menschheit gereinigt ist, beginnt die Regenerierung und der Neuanfang. Die wenigen Überlebenden schauen vorwärts und bauen die Gesellschaft wieder auf (Eliot 1990: 269–270, 1994: 121–135). *Bezug:* Der Flut-Mythos erinnert daran, dass es Kräfte gibt, die grösser sind als man selbst. Mythen verfestigen dominante Werte und Einstellungen und sorgen dafür, dass abweichende Einstellungen nicht zugelassen werden. Oft erfolgt dies durch die Darstellung von Disastern, wie der Flut. Sie ist als moralisches Märchen zu betrachten, das klar aufzeigt, dass wer den falschen Weg geht, dafür auch bestraft wird.

Fallbeispiel: Der Hurricane Mitch zerstörte die Küste Zentralamerikas Ende Oktober 1998 völlig und führte zum Tod von über 10.000 Menschen.

Sample: Untersuchung der New York Times vom 26.10.98 bis zum 6. Dezember 1998. Insgesamt kamen 125 Beiträge zusammen.

Berichterstattung: Es wurde aufgezeigt, dass die Menschen Fehler begangen und den rechten Weg verlassen haben: In der Times-Berichterstattung wird die Flut als Bestrafung der Menschen für die Sünden ihrer Nationen und Regierungen dargelegt. Die Idee, dass die Flut eine Strafe des Himmels ist, wurde thematisiert. Die Hilflosigkeit

gegenüber der Flut wurde gezeigt, aber auch wie die Menschen den Neuanfang wagen.

»Andere Welt« (Lule 2001: 147–171)

Beschreibung des Mythos: Der Mythos »andere Welt« beschreibt eine Welt, die anders ist als die eigene, aus der der Mythos stammt. Es handelt sich um eine exotische Welt ausserhalb der eigenen sozialen Gruppe. Diese andere Welt kann ein Paradies sein, ein fantastisches Land voller Schönheit und Reichtum. Sie kann aber auch eine dunkle, unsympathische Welt sein, eine Art Unterwelt, voller Chaos und Tod.

Bezug: Menschen sind fasziniert von Ländern, die anders sind als ihre eigenen. Sie vergleichen und kontrastieren. Mythen drücken aus wie Menschen sich selber in speziellen historischen Umständen sehen und sie machen das oft durch die »andere Welt«: »Myths of the Other World offer neat, dramatic contrasts that affirm a group's way of life, position, or place. As myth, news too tells stories of the Other World, especially in news of foreign countries« (ebd.: 24).

Fallbeispiel: Sturz des haitischen Präsidenten Jean-Bertrand Aristide, der in die USA ins Exil ging. Später wurde er wieder eingesetzt.

Sample: Untersuchung der Berichterstattung von einem Journalisten vom 1. Juli 1994 bis 29.2 1996. Total 196 Berichte.

Berichterstattung: Was die Berichterstattungsmenge, den Inhalt und die offerierten Strategien betrifft, fuhr der Reporter der Times die Linie der US-Aussenpolitik – auch dann wenn deren Linie wechselte. »He, his editors, and his sources consistently drew upon an established narrative – an eternal story – that helped shape coverage even as it explained and justified U.S. policy. In Rohter's reports, we can see the unmistakable structure of the myth of the Other World« (ebd.: 169). Haiti wurde als primitives Land, voll von Gefahren und Chaos dargestellt. Die Einwohner werden beschrieben als Anhänger von perversen blutigen Shows in Form von Tieropferungen und Vodoo-Ritualen und als Menschen, die passiv zu sehen, wie ihr Land von einer Gaunerregierung und psychotischen Priestern regiert wird.

3.5.6 Arbeitsdefinition

Aufgrund der vorangegangenen Ausführungen werden in dieser Arbeit folgende Begriffe verwendet:

- *Narration:* Eine Narration wird durch die fünf Elemente »bestimmte Reihenfolge«, »archetypische Charakteren«, »Hinweise/Schlüssel für

die Interpretation«, »Lösung am Schluss« und »mehrere Bedeutungsebenen« ausgemacht. Narration im Journalismus besteht aus einem narrativen Muster (bei Lule Mythos genannt), der mit oder um ein Ereignis/Event aufgebaut wird.

- *Narrativität*: Es wird davon ausgegangen, dass eine Geschichte einen bestimmten Grad von Narrativität aufweisen kann. Nachrichtenfaktoren steigern den Grad von Narrativität von Medienbeiträgen.
- *Storytelling* ist der Akt des Geschichtenerzählens.
- *Narrative Muster* werden hier statt des Begriffs »Mythen« verwendet. Der Begriff *Mythen* ist stark vorbelastet mit der Annahme, es seien unwahre, fantastische Geschichten. Narrative Muster beruhen auf Archetypen, sind aber mehr als das. Sie bauen eine ganze Geschichte um ein Ereignis auf. Es findet eine Entwicklung von einem Status zum nächsten statt. Sie sind damit nicht nur eine Momentaufnahme. Sie werden hier etwa als Synonyme für Grundgeschichten, Basisgeschichten, archetypische Stories oder Mythen verwendet.

Die Grundidee hier ist, dass sich auf einer ersten Bedeutungsebene das eigentliche Ereignis abspielt. Mit einer narrativen Grundgeschichte im Kopf gehen die Journalisten an das Ereignis heran und passen es in ihre narrative Grundgeschichte ein. Dabei konstruieren sie bewusst oder unbewusst auf einer zweiten Bedeutungsebene archetypische Figuren, Interpretationsschlüssel und Lösungen. All dies zusammen genommen bildet schliesslich die narrative Grundgeschichte, die in den Medien zu finden ist. Letztlich setzt der Journalist die einzelnen Elemente der Geschichte zueinander in Bezug und entwickelt eine chronologische, logische, aber nicht unbedingt temporäre Struktur. Diese ist meist bereits durch die narrative Grundgeschichte vorgegeben.

Abgrenzung von Narration und Framing

Narration und Framing sind sehr verwandte Konzepte und werden gerne miteinander verwechselt. Sie haben eine Reihe von Gemeinsamkeiten, die etwa in der Bedeutungskonstruktion liegen. Gerade die Verwendung narrativer Muster, um die Berichterstattung zu analysieren, kommt der Erfassung von themenunabhängigen Frames sehr nahe. Interessant an den narrativen Mustern ist, dass sie sich aus einer Jahrtausend alten Entwicklung der menschlichen Geschichte speisen und damit die Werte, Normen und Kultur einer Gesellschaft spiegeln. Sie erzählen die Geschichte von Akteuren oder Ereignissen. Basisframes hingegen müssen auf einer anderen Ebene angesiedelt werden. Sie erfassen vor allem Perspektiven aus der ein Thema bearbeitet wird. Sie schauen da-

mit Themen und Rahmungen an, narrative Muster sind hingegen die unterliegenden Grundgeschichten, mit welchen Figuren und Ereignisse dargestellt werden. Der Hauptunterschied liegt darin, dass Narrationen eine spezifische temporale Ordnung von Ereignissen nutzen, um Bedeutung zu konstruieren. »Although particular stories at particular times may well use both narratives and frames, the larger metanarrative constructed over time is of utmost interest to us« (McComas/Shanahan 1999: 37). Johnson-Cartee (2005: 159) beschreiben den Unterschied wie folgt:

»For purposes of clarification, then, a narrative is the fully developed, fully fleshed-out story with characters, scene descriptions, conflict(s), actions with motives, and ultimately, resolution(s). The narrative frame, on the other hand, is the basic organization of the structural components used in the story.«

Schlussendlich zählen hier weniger die Unterschiede, sondern mehr das Potential, welche die beiden Ansätze als beschreibende Elemente bieten. Narrative Muster werden in dieser Arbeit über die Mastermythen von Lule operationalisiert und erfasst. Frames werden in den Texten unter anderem über Themen, Akteursbewertungen, Akteure und Ereignisvalenz erfasst. Diese Vorgehensweise bietet daher einen sehr themennahen Zugang.

3.5.7 Potential, Stärken und Schwächen des Konzepts Narration

Narrationen insbesondere auch Mythen/narrative Muster als Teil von Journalismus zu betrachten, bringt grosses Potential, aber natürlich auch Schwierigkeiten mit sich. Das Potential wurde weitgehend in den vorangegangenen Ausführungen diskutiert. Einiges davon soll hier aber nochmals aufgegriffen und die Auslegungen zum Potential ergänzt werden. Ausserdem sollen die Schwächen des Ansatzes zur Sprache gebracht werden.

Involvierung des Publikums

Narrationen haben das Potential, Rezipienten zu involvieren, indem sie Empathie vermitteln, zu einer Identifizierung des Rezipienten mit den Akteuren führen und Aufregung sowie den Wunsch zu wissen, wie alles enden soll, aufkommen lassen (Ekström 2000: 475). Narrativ aufgearbeitete Botschaften sind laut Machhill (2006) und Hicketier (1997) einfacher verständlich, erlernbar und reproduzierbar. Sie würden zu einer besseren Verstehens- und Behaltensleistung führen. Dieses Poten-

tial von Narration konnten beide Forscher in einer experimentellen Laborsituation bestätigen. Machhill (2005: 488–494) hat dazu einen Versuch mit 215 Teilnehmern, unterteilt in Kontroll- und Experimentalgruppen, unternommen. Er legte ihnen Tagesschaubeiträge vor, die bei der Experimentalgruppe narrativ manipuliert waren. Beiden Gruppen wurden nach dem Betrachten der Sendung zu ihren Behaltens- und Verstehensleistungen befragt. Machhill (2006: 494) fasst das Ergebnis wie folgt zusammen:

»Die Ergebnisse zeigen, dass die beschriebene Anwendung eines Konzeptes narrativer Nachrichtenbeiträge in einer Laborsituation in der Lage ist, das Behalten und das Verstehen der Inhalte von Beiträgen signifikant zu steigern. Insbesondere gibt es in der hier betrachteten Stichprobe erste Hinweise darauf, dass eine narrative Darstellung im Segment der Zuschauer bis 30 Jahre, die wenige Vorinformationen mitbringen, sich wenig für das Thema interessieren und insgesamt selten Nachrichten in Fernsehen und Tageszeitung wahrnehmen, besonders starke Wirkung hat.«

Allerdings werden auch Bedenken geäußert. Corner (1999: 51–53) kritisiert, Narrativität würde die kritische Distanz zwischen Rezipienten und Medium verringern. Sie würde zwar zu einer entspannten Medienutzung führen, aber nicht zu einer konzentrierten, mentalen Aufmerksamkeit. Betrachtet man allerdings die Studien von Machhill und Hickethier und berücksichtigt, dass die narrative Aufbereitung zu besseren Erinnerungsleistungen führt, muss dies demontiert werden. Corner kritisiert weiter, eine narrative Aufbereitung führe zu einem Verlust der analytischen Qualität. Diese Kritik wird oft angeführt, wenn wie weiter oben beschrieben, narrative Nachrichten nur als »soft news« betrachtet werden.

Beschreibendes Potential

Was an dieser Stelle aber viel mehr interessiert, ist das Potential, das Narrationen/narrative Muster haben, um die Gesellschaft zu umschreiben (Ekström 2000: 475). Sie liefern nämlich ein Abbild der Normen, Werte und Haltungen von ihr und können als eine Art kulturelles Gedächtnis verstanden werden. Hinsichtlich der Religionsberichterstattung können sie aufzeigen, wie die Schweizer zu gewissen Religionsgemeinschaften stehen und wie sie diese eingeschätzten. Wenn man nach Lule (2001) davon ausgeht, dass sich narrative Muster in den Nachrichten immer wiederholen, ist es interessant zu beobachten, welche in welchem Zusammenhang auftreten. Werden je nach Religionsgemeinschaften andere Geschichten erzählt? Und wenn ja, welche? Gibt es eine domi-

nante Geschichte je nach Religionsgemeinschaft? Die Schwierigkeit liegt allerdings in der empirischen Umsetzbarkeit.

Empirische Umsetzbarkeit

Will man empirisch nach narrativen Mustern in den Medien suchen, stellen sich einige Herausforderungen. Narrative Muster lassen sich in den Medien finden, unklar ist allerdings noch, wie manifest sie darin zu finden sind. Es kann erwartet werden, dass sie oft latent oder andeutungsweise vorhanden sind und sich erst durch Assoziationen in den Köpfen der Rezipienten konkretisieren. Im Weiteren stellt sich die Frage, ob solche narrativen Muster auf Beitragsebene konstruiert werden oder sich eben erst in der Folge ganzer Kommunikationsereignisse herauskristallisieren. Noch gibt es dazu keine empirischen Untersuchungen. In dieser Arbeit wird davon ausgegangen, dass sich die Muster sowohl auf Beitragsebene finden lassen, als auch im Verlauf eines Kommunikationsereignisses manifestieren und festigen. In der hier angestrebten quantitativen Analyse werden die narrativen Muster mehrdimensional über mehrere Fragen auf Beitragsebene erfasst.

Bei einer quantitativen Herangehensweise ist es nötig, die narrativen Muster bereits vorab zu definieren. Diesbezüglich muss deshalb berücksichtigt werden, dass nicht alle möglichen Muster erfasst werden können. Es besteht die Gefahr, dass die Berichterstattung nur einseitig untersucht wird. Will man aber eine quantitative Analyse von narrativen Mustern in den Medien durchführen, kommt man nicht umhin, diese Einschränkung hinzunehmen. Wichtig ist es, diese bei der Interpretation der Ergebnisse ständig im Auge zu behalten. Eine weitere Einschränkung der quantitativen Vorgehensweise zur Erfassung von narrativen Mustern ist, dass die spezifischen Ausprägungen nicht erfasst werden können. Dies ist allerdings ein generelles Problem der quantitativen Analysen. Auf der anderen Seite bringt es aber die Chance mit sich, von Einzelfällen abstrahieren zu können und verschiedene Beiträge zu vergleichen.

Schliesslich muss bei der Verwendung der Mastermythen von Lule, hier narrative Muster genannt, beachtet werden, dass er diese auf zwei unterschiedlichen Ebenen festhält: Während die ersten fünf sich auf die Darstellung von Akteuren beziehen, sind die »grosse Flut« und die »andere Welt« auf Beitragsebene zu verorten. Geschichten können sich um Menschen, aber auch Orte oder Ereignisse drehen.

3.6 Zusammenfassung und Abgrenzung

Hier wird argumentiert, dass sich die Konzepte der Nachrichtenwerttheorie, des Framings und der narrativen Muster sinnvoll ergänzen. Zusammen haben sie das Potential, die Berichterstattung über Religion umfassend zu beschreiben. Die Konzepte ergänzen sich allerdings nicht nur, sondern hängen auch stark zusammen. Betrachtet man den gesamten Nachrichtenfluss können die Einflüsse der verschiedenen Konzepte an unterschiedlichen Punkten ausgemacht werden. Die Nachrichtenfaktoren entfalten ihren Einfluss insbesondere bei der Nachrichtenauswahl; Die Journalisten haben aber auch bereits Frames und narrative Muster im Kopf. Passt eine Geschichte in ihre Vorstellungen, ist die Wahrscheinlichkeit auch höher, dass sie diese in der Berichterstattung abdecken. Sie spielen aber ebenfalls eine Rolle, wenn es darum geht, Perspektiven auszuwählen und die Geschichte aufzuspannen. Nachrichtenfaktoren, Framing und die Konstruktion von narrativen Mustern werden hier als Teil des Storytellingprozesses verstanden. Um eine Geschichte zu erzählen, werden narrative Muster ausgewählt, in welche ein Ereignis eingepasst wird. Die Nachrichtenfaktoren dienen in diesem Prozess der Narrativitätssteigerung, d.h. bestehende Nachrichtenfaktoren werden in den Text aufgenommen, verstärkt und Neue dazu konstruiert. So betonen auch Bird und Dardenne (Bird/Dardenne 1990: 73), dass sie diejenigen Werte sind, die »[...]any storyteller uses in creating a tale. Stories never »reflect reality and tell of mundane, everyday events. They are about the different and the particular, which yet represent something universal – just as is news.« Aber auch bei der Rezeption kommen die drei Konzepte zur Anwendung. Wie gezeigt wurde, beeinflussen Nachrichtenfaktoren die Auswahl und Aufnahme von Beiträgen. Frames führen dazu, dass die Rezipienten bestimmte Perspektiven besonders wahrnehmen. Allerdings legen sie selber wieder Frames über die Beiträge. Schliesslich ist zu erwarten, dass sie auch, oft unbewusst, narrative Muster aufnehmen oder aufgrund von Hinweisen angedeutete Geschichten weiterspinnen und ergänzen. Da Narration und narrative Muster zwar immer wieder diskutiert, aber bisher nicht untersucht wurden, ist unklar, welchen Einfluss und welche Bedeutung sie genau haben.

4 Forschungsstand: Religion und Medien

Das Verhältnis von Religion und Medien ist ein in der Schweiz bisher wenig diskutierter Gegenstand. In Übersee, insbesondere in den USA wurde ihm etwas mehr Aufmerksamkeit gewidmet. Hier interessieren aber vor allem die Resultate jener Studien aus dem Schweizer oder europäischen Kontext oder dann Studien, die in methodischer Hinsicht für diese Arbeit eine Bereicherung darstellen. In einem ersten Teil werden Studien beschrieben, die bei Journalisten angesetzt haben und danach fragen, wie sie dem Thema Religion gegenüber stehen. Ein weiteres Feld geht auf die andere Seite, jene der Religionsvertreter ein und befasst sich mit deren Verhältnis zu den Medien. Im Kapitel 4.2 schliesslich werden Studien vorgestellt, welche Medieninhalte untersuchen. Hierauf wird der Hauptfokus gesetzt, da sie sowohl inhaltlich als auch methodisch für die vorliegende Studie von grosser Relevanz sind.

4.1 Empirische Untersuchungen zum Verhältnis Journalisten – Religion

An dieser Stelle werden Studien aus Deutschland und der Schweiz vorgestellt, in denen durch Interviews mit Journalisten, deren professionellen Bezug zu Religion erfasst wurde. Die einzig bekannte Studie aus der Schweiz (Dahinden/Wyss, Wyss/Keel 2009, Koch 2010) stammt aus dem gleichen Nationalfondprojekt wie die vorliegende Studie.

Gärtner (2009) hat Journalisten in leitender Position befragt, die Einfluss auf die Auswahl und Präsentation der Beiträge haben oder solche, die in überregionalen Qualitätsmedien Kommentare schreiben dürfen. Er beschränkte sich dabei auf Redaktoren aus dem Politik- oder Feuilleton-Bereich. Kirchenredaktoren und solche mit dezidiert religiösem Hintergrund, d.h. zum Beispiel aus einem Pfarrhaus stammende oder solche, die Theologie studiert haben, wurden nicht befragt. So kamen 18 nicht-standardisierte Interviews mit Journalisten aus 14 verschiedenen Medien zusammen. Jeder wies ein anders Religionsverständnis auf, aber keiner nahm eine ausgesprochene atheistische Position ein (ebd.: 77–79). Gärtner (ebd.: 80–85) identifizierte anhand der Interviews vier Gesichtspunkte, unter welchen Religion in den Medien zum Thema wird:

1. Religion als öffentlicher Faktor der Gesellschaft: Religion interessiert vor allem als politischer Faktor oder im Zusammenhang mit Konflikten. Der Glaube selber oder explizit religiöse oder innerkirchliche Themen gelten dagegen nicht als öffentlich relevant.
2. Religion als Bestandteil der abendländischen Kultur: Der Religion (wobei darunter vor allem christliche Kirchen verstanden wurden) wird Bedeutung als Basis für die Moral und Orientierung zugeschrieben. Aufgrund der Verunsicherungen in der Gesellschaft nehmen die Journalisten die Frage nach der Wertfundierung auf.
3. Religion als existentiell bedeutsames Glaubenssystem oder als Sinnstiftung, Bezug zur Transzendenz: Dieser Bereich wird selten aufgegriffen und gilt als Privatsache.
4. Ideologiekritische Auseinandersetzungen mit Religion als Hemmschuh der Modernisierung oder Aberglaube wird in den Qualitätsmedien kaum noch geführt.

Nationalfondstudie Module Journalisten- und Religionsvertreterinterviews

Wie bereits erwähnt, ist die vorliegende Studie Teil des Nationalfondprogramms »Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft« und dabei dem Projekt »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen« untergeordnet. Der Inhaltsanalyse wurden im selben Projekt zwei Interviewmodule vorangeschaltet. Es wurden einerseits Interviews mit Journalisten und andererseits mit Religionsvertretern zum Thema Religion und Medien geführt. Nebst dem Erkenntnisgewinn generell sollten die Interviews zur Erkundung und Absteckung des Untersuchungsgegenstandes der Inhaltsanalyse dienen. Die Autorin der vorliegenden Arbeit hat Interviews geführt und die Auswertungen der Journalisteninterviews angeleitet. Das ermöglichte es, ein Gefühl für den Gegenstand für die Inhaltsanalyse zu erhalten.

In beiden Modulen wurden Befragungen in den Wirtschafts- und Kommunikationsräumen Zürich und Lausanne durchgeführt. Damit wurde sowohl die West- als auch die Deutschschweiz berücksichtigt. Die Leitfäden für die Journalisten- und Religionsvertreterinterviews waren nahezu identisch, um eine gute Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Nur in spezifischen Fällen wurden gesondert Fragen gestellt.

Interviews mit Schweizer Journalisten zum Verhältnis Religion und Medien

Für die Darlegung der Resultate der Journalisteninterviews wird insbesondere auf die zwei Publikationen von Dahinden/Wyss (2009) und Wyss/Keel (2009) zurückgegriffen, aber auch auf das Referat von Koch (09.01.2010). In den Interviews wurde von den theoretischen Überlegungen zur Narration, die systemverbindende Leistungen erbringt, der Mehrwertsystemrelevanz als Relevanzkriterium der Nachrichtenauswahl und -präsentation, sowie der Nachrichtenwerttheorie generell ausgegangen (Dahinden/Wyss 2009, Wyss/Keel 2009).

Durchgeführt wurden insgesamt 35 Interviews in 25 verschiedenen Redaktionen. Dabei wurde darauf geachtet, dass im Sample möglichst alle Medientypen vertreten sind. Es wurden somit Journalisten von Lokal-, Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen, sowie von öffentlich-rechtlichen und privaten Radio- und TV-Stationen befragt. Bei den elektronischen Medien wurde nebst einem Vertreter der Hauptnachrichtensendung, auch jemand von einer Hintergrundsendung befragt. Die zu befragende Person wurde ausgewählt, indem auf den Redaktionen nachgefragt wurde, wer hauptsächlich das Thema Religion bearbeitet. Wenn es weder formell noch informell Zuständige gab, wurde der Chefredaktor, die Chefredaktorin befragt. Die Zuständigkeitsfrage, die auch in den Interviews nochmals thematisiert wurde, führte zu einem der bemerkenswertesten, wenn auch nicht unerwarteten Resultat. Obwohl dem Thema durchaus eine hohe gesellschaftliche Relevanz zugeschrieben wird, gibt es ausser dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk kaum institutionalisierte Zuständigkeiten. In grösseren Zeitungen sind die Zuständigkeiten meist informell verteilt, aber kaum institutionalisiert; Bei Kleineren entscheidet der Zufall oder die Region, in welcher sich ein Ereignis abspielt, wer ein Religionsthema bearbeitet. Generell gelten als für Religion Zuständige, diejenigen Journalisten, »von denen man weiss, dass sie dem Thema gegenüber aufgeschlossen sind« (Wyss/Keel 2009: 361). Viele davon haben eine Affinität zum Thema bzw. zum Christentum aufgrund ihrer christlichen Sozialisation. Religionspezifische Ausbildungen sind Mangelware. Wenige weisen im besten Fall ein Theologie- oder Philosophiestudium auf. Die zentralsten Wissensressourcen sind damit punktuelle Weiterbildungen wie Vorträge oder das Lesen von Büchern. Spezialistenwissen über das breite Gebiet Religion fehlt. Die befragten Journalisten argumentieren diesbezüglich, das vorhandene Wissen sei für eine adäquate Bearbeitung religiöser Themen ausreichend. So bemerken einige, ihre Fragen an das Thema seien besser, wenn sie es naiv und unwissend anpacken. Das erlaube eine publikums-

gerechtere Be- und Aufarbeitung. Diese Aussagen sind eher überraschend und kritisch zu betrachten. Würde eine solche Aussage etwa von einem Politik-, Wirtschafts- oder Kulturredaktor stammen, würde dies sicherlich eine kritische Qualitätsdiskussion auslösen. Um diese bestehenden Wissenslücken überbrücken zu können, müssen die Journalisten vermehrt auf Expertenwissen zurückgreifen.

Grundsätzlich sind die befragten Journalisten mit den vorhandenen Ressourcen zur Bearbeitung des Themenbereichs Religion zufrieden. Dies mag aber auch daran liegen, dass dieser Themenbereich ohnehin eine untergeordnete Rolle spielt.

Bemerkenswert ist auch die vorherrschende Vorstellung von Religion. Oft wird in erster Linie Religion mit dem Christentum verbunden, das als Grundlage der Schweizer Kultur auch seit jeher einen Platz in den Medien hat. Andere Religionsgemeinschaften, insbesondere der Islam, werden erst auf Nachfrage hin thematisiert und es zeigt sich, dass diese Religionsgemeinschaften aus einem anderen, oft politisch angehauchten Blickwinkel betrachtet werden (Koch 09.01.2010). Bei konkreter Nachfrage nach einer Beschreibung des Begriffs Religion geben die Journalisten ein sehr institutionalisiertes Bild von Religion preis, d.h. sie setzen Religion zum Beispiel mit der Kirche gleich (Wyss/Keel 2009). Wann aber wird Religion zum Thema in den Medien? Wie die Journalisten deutlich machen, weist Religion von sich aus nur selten einen Aktualitätsbezug auf, insbesondere die individuelle und spirituelle Dimension von Religion scheint kaum kommunizierbar zu sein (Wyss/Keel 2009). Dahinden und Wyss (2009: 133) führen aus:

»Pädophilie, verheiratete oder weibliche Priester, sexuelle Übergriffe, Zölibat oder die Spannung zwischen Religion und Staat bzw. Religion und säkularer Gesellschaft sind Themen, die von den Journalisten als Dauerbrenner bezeichnet werden; Themen also, bei denen nicht Religiosität im Vordergrund steht, sondern die Akteure der Institution Kirche, die sich entweder im Widerspruch zu (selbst gepredigten) ethischen Prinzipien verhalten oder aber mit politischen bzw. demokratischen, rechtlichen, wissenschaftlichen oder ökonomischen Rationalitäten in Konflikt geraten.«

Damit wird die zentrale Rolle von Nachrichtenwerten angesprochen. Besonders Moralverletzungen, d.h. der Verstoss eines religiösen Akteurs gegen die Prinzipien der Religionsgemeinschaft (z. B. stehlender Pfarrer), sind für die Journalisten interessant. Hier liegen dann Irritationen der religiösen Systemrationalität vor. Ähnlich sind auch Kuriosität und Aussergewöhnlichkeit wichtige Nachrichtenfaktoren. Es ist für die Medien interessant, wenn eine Schar Mönche eine Rockmusik-CD auf-

nimmt oder ein Pfarrer eine Harley Davidson fährt, weil dies nicht dem standardisierten Bild entspricht und überraschend anmutet. Religiöse Themen interessieren, »[...] wenn sie eine vorausgesetzte oder erwartete politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche oder auch natürliche Ordnung irritieren, bzw. wenn durch entsprechende Handlungen eine religiöse Ordnung tangiert wird« (Wyss/Keel 2009). Konflikt ist gemäss Journalisten ein wichtiger Nachrichtenfaktor, der die Auswahl von Religionsthemen häufig anleitet. Schliesslich werden Prominenz und Personalisierung mehrmals als relevante Nachrichtenfaktoren benannt. Journalistische Geschichten bräuchten Rollenträger, so die Journalisten. Religion an sich hat nach den Journalisten wenig Nachrichtenwert. Ohnehin erscheint Religion interessanter, wenn sie mit anderen Themen wie etwa Sex, Gewalt, Erziehung, Politik oder Wirtschaft gekoppelt werden kann. Eine solche Koppelung führt laut den Aussagen zu einer Attraktivitätssteigerung für das Publikum. (Dahinden/Wyss 2009, Wyss/Keel 2009).

Interviews mit Schweizer Religionsvertretern zum Verhältnis Religion und Medien

Was die Religionsvertreterinterviews betrifft, werden hier auf die Ergebnispräsentation aus einem Referat von Dahinden und Koch (21.07.2009) zurückgegriffen. Als weitere Quelle gilt der beim Nationalfond eingereichte Schlussbericht von Dahinden et al. (2010).

Die Frage nach der Professionalität der Öffentlichkeitsarbeit spaltet die Befragten in zwei Gruppen entlang der Grösse der Organisation und damit den Ressourcen. Die beiden grossen Landeskirchen haben schon aufgrund ihrer Grösse die notwendigen Ressourcen, um eine Pressestelle zu unterhalten und damit für eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit zu sorgen. Auf der anderen Seite stehen alle anderen Religionsgemeinschaften in der Schweiz, die wesentlich kleiner sind. Aufgrund mangelnder Ressourcen können diese sich eine professionelle Öffentlichkeits- und Medienarbeit nicht leisten. Oft ist ihre Arbeit ehrenamtlich. Viele betreiben gar keine aktive Medienarbeit und wenn, dann erfolgt die Kommunikation mit den Medien von einem Religionsvertreter aus. Erschwerend kommt die häufig vorherrschende Dezentralität und Zersplitterung von Organisationen innerhalb einer Religion hinzu. Viele haben keine zentrale, nationale Dachorganisation, sondern sind in mehrere kleine eigenständige Gruppen verzettelt. Dies macht es für die Medien schwierig, einen Ansprechpartner zu finden. Gemeinsam ist allerdings allen Religionsgemeinschaften die Zurückhaltung in der Öffentlichkeitsarbeit. Es gilt nicht gemäss dem PR-Leitsatz »Tu Gutes und

sprich darüber«, sondern vielmehr »Tu Gutes, aber sprich nicht darüber in der Öffentlichkeit«. Trotz dieser Haltung ist das Bewusstsein für die systematische Medienarbeit bei allen Gemeinschaften gewachsen und nimmt weiterhin zu (Dahinden/Koch 21.07.2009, Dahinden/Koch/Wyss et al. 2010).

4.2 Inhaltsanalysen zur Darstellung von Religion in den Medien

Das Thema »Religion und Medien« scheint bisher unter Kommunikationswissenschaftlern nur wenig Aufmerksamkeit geweckt zu haben – und das obwohl Religion ein wichtiger Bestandteil der menschlichen Kultur und damit ihres Alltags ist. Viele haben sich darauf beschränkt, das Thema Religion bzw. spezifische Religionsgemeinschaften und Medien philosophisch, analytisch oder politisch zu diskutieren (u. a. Said 1997, McDonnell 2003, Husain/Rosenbaum 2004; Karim 2006, Ates 2006, Döveling 2007, Hemels 2009, Kurzke 2009, Tweed 2008). Ihre Ausführungen, die teilweise sehr religionspezifisch sind, werden in dieser Arbeit, wo relevant (z. B. bei der Ergebnispräsentation), direkt einfließen. Aus Platzgründen können diese Aufsätze aber nicht spezifisch diskutiert werden. Es interessieren hier in erster Linie konkrete Studien. Es zeigt sich, dass insbesondere Studien, die das Thema Religion in den Medien allgemein auffassen, also sich nicht auf eine bestimmte Religionsgruppe fokussieren, rar sind. Eher findet man Studien zu einzelnen Religionsgemeinschaften, so z. B. vereinzelt Untersuchungen zur Darstellung des Christentums in den Medien. Sehr häufig wird hingegen der Islam als Thema aufgenommen. Die Brisanz des Feindbildes Islam scheint nicht nur die Aufmerksamkeit der Medien, sondern auch die der Forscher erfasst zu haben. Die meisten Untersuchungen fokussieren auf die Printmedien und da insbesondere auf Zeitungen. Elektronische Medien sind nur selten Gegenstand der Forschung.

Der Fokus wird in den nachfolgenden Ausführungen insbesondere auf europäische Studien gelegt, da sie dem Schweizer Kontext am nächsten kommen. Wo es methodisch interessant ist, wird das Feld aber breiter aufgerollt.

4.2.1 Religion allgemein

Religion als Ganzes ist selten Inhalt von publizistikwissenschaftlichen Studien. Es gibt jedoch Ausnahmen: In den USA angesiedelt und bereits einige Jahre zurück liegend, sind die Studien von Buddenbaum (1986, 1990). Ihre Analyse zeigte, dass nur wenige der ausgewählten Artikel auf Religion fokussieren.

Imhof und Ettinger (2007) haben die Thematisierung von Religion in fünf Deutschschweizer Tageszeitungen⁴ nach Kommunikationsereignissen untersucht. Dies sind »Berichterstattungsketten von mindestens drei Beiträgen, die sich auf dasselbe Thema bzw. denselben Vorgang beziehen« (ebd.: 292). Da nur wenige Variablen erhoben wurden, konnte dafür ein langer Zeitraum berücksichtigt werden. Die Analyse zeigt, dass Religion bis Mitte der 80er Jahre vor dem Hintergrund spezifischer weltanschaulicher Positionen dargestellt wird. Danach tritt ein Wandel derart ein, dass nun auch Religionsthemen den Medienlogiken (Unterhaltungs- und Orientierungsbedürfnisse der Medienkonsumenten) unterworfen werden. »Damit entscheiden zunehmend die Möglichkeiten zur Skandalisierung, Konfliktstilisierung, Personalisierung und Emotionalisierung darüber, ob und in welchem Ausmass Gegenstände des Religiösen zum öffentlichen Thema werden« (ebd.: 295). Als Akteur tritt vor allem die katholische Kirche auf und dabei insbesondere der Papst. Die reformierte Landeskirche und jüdische Gemeinden finden hingegen kaum Eingang in die Medien. Die Beiträge über den Islam war vor den Anschlägen in New York vor allem ein Feuilleton-Thema, danach wird der Islam immer häufiger Gegenstand der Gesamtberichterstattung.

Eine jüngst veröffentlichte Studie, die Religion generell untersuchte, stammt von der Organisation Media Tenor. Für ihren Bericht über Religionen und Werte in den Medien haben sie von April 2007 bis April 2009 siebzehn Fernsehnachrichtenprogramme von neun Ländern aus verschiedenen Gebieten und mit unterschiedlichen religiösen Traditionen untersucht. Der genaue Zeitraum der Untersuchung sowie der

⁴ NEUE ZÜRCHERZEITUNG, TAGWACHT (resp. BERNER ZEITUNG), VATERLAND (resp. NEUE LUZERNER ZEITUNG), TAGES-ANZEIGER, BLICK

Auswahlprozess der Beiträge bleiben im Bericht allerdings unklar. Codiert wurden nicht ganze Beiträge, sondern Statements von Akteuren. Die genaue Anzahl von codierten Statements wird nicht ausgewiesen, aus den Grafiken ist aber erkennbar, dass über 230.000 Statements in die Analyse gingen. Ins Codebuch gingen Variablen zu den Protagonisten, zur Perspektive, Region, Thema, Rating und Quellen ein. Obwohl mit Codierbeispielen unterlegt, wird nicht deutlich, ob die Kategorien zu den einzelnen Variablen numerisch oder als String erfasst wurden. Diese unpräzise Beschreibung des Samples und Methode ist kritisch auszulegen (Macdonald/Schatz 2009: 146).

Nötzold (2009) untersuchte aufgrund dieser Daten die Medienbilder von Religion. Sie konnte zeigen, dass Religion generell wenig Aufmerksamkeit erhält. Dies ist insbesondere erstaunlich, weil mehrere Konflikte unter religiösen Aspekten erklärt werden. Die Berichterstattung über Alltagsreligion, religiöse Praktiken, Hintergrundinfos und religiöse Rituale sind rar. Wenn Religion vorkommt, dann liegt der Fokus auf dem Ungewöhnlichen und Skandalösen (ebd.: 162). Gesamthaft ist der Islam mehr in den Medien als das Christentum. Das Judentum und andere Religionen spielen in den untersuchten Medien eine untergeordnete Rolle. Allerdings heisst das noch nicht, dass über den Islam und das Christentum auch mehr informiert wird und ein besseres Verständnis gefördert wird (ebd.: 169). Das Christentum ist häufig durch die römisch-katholische Kirche verkörpert, insbesondere den Papst. Der Protestantismus hingegen erhält weniger Aufmerksamkeit, weil, so vermuten die Autoren, sie weniger interessante Rituale haben und nicht so starke hierarchische Strukturen. Letzteres mache es für die Journalisten schwierig, zu wissen, wer als Repräsentant für die Protestanten spricht (ebd.: 173). Der Islam wird im Gegensatz zum Christentum als monolithischer Block dargestellt (ebd.: 173). Was die Themen anbelangt, wird das Christentum und Judentum am ehesten in religiösen Kontexten dargestellt, der Islam hingegen vor allem im Zusammenhang mit Außenpolitik, Konflikt und Terrorismus. Der Islam wird also nicht einfach als Religion, sondern als politische Religion präsentiert (ebd.: 175–176).

Kolmer (2009) konzentrierte sich in seinem Teil des Berichts auf die Darstellung von religiösen Anführern in den internationalen Medien: »The visibility of religious leaders in international TV news shows a striking gap between different religious traditions concerning the role of religious leaders in the reports of the media. While international TV news devotes a significant share of their reports to representatives of Christian churches, Islamic religious leaders do not play a comparable role in the media sphere« (ebd.: 187). Personalisierung sei aber noch

nicht so stark etabliert in der Religionsberichterstattung wie in anderen Themenbereichen. Allerdings geniessen eine kleine Anzahl von religiösen Anführern sehr viel Medienaufmerksamkeit, insbesondere der Papst und der Dalai Lama. Ersterer genoss lange eine sehr positive Berichterstattung, was sich ab Januar 2009 änderte, als die Medien den Papst beschuldigten, ein Holocaust-Leugner zu sein (ebd.: 187–189). Der Dalai Lama ist in den Medien der wichtigste Vertreter des Buddhismus, der ohne ihn wohl überhaupt nicht in den Medien zu finden wäre. Die Berichterstattung über ihn ist sehr wohlwollend (ebd.: 191–193).

4.2.2 Christentum

Daniel Meier (2005) untersuchte die NÜRNBERGER NACHRICHTEN von 2000 bis 2002 hinsichtlich des orthodoxen Christentums. 232 relevante Beiträge wurden mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse analysiert. Im Vergleich zu den 5500 in der gleichen Erhebung gefundenen Artikel über kirchliche Ereignisse mit evangelischer oder katholischer Ausprägung ist dies eine sehr geringe Anzahl. Ausserdem verdeutlicht Meier, dass die Orthodoxie in der Mehrheit der Artikel nur am Rande erwähnt wird. Die ethische Dimension findet in den Berichten kaum Beachtung, wogegen fast jeder zweite Artikel eine ideologische oder eine rituelle Dimension erkennen lässt (ebd.: 71–72). Meier (ebd.: 75) fasst das Bild der orthodoxen Kirche in den Medien wie folgt zusammen: Es »[...] lässt sich sagen, dass die journalistische Wahrnehmung ein Bild der orthodoxen Kirche zeichnet, das zwischen Faszination, Fremdheit und Befremdlichkeit schwankt, ohne jedoch explizit negativ geprägt zu sein.«

Deborah Stern (2004) hat in ihrer Lizentiatsarbeit mit einer quantitativen Inhaltsanalyse die Darstellung des Christentums in Schweizer Medien unter die Lupe genommen und dabei den Islam sowie den Buddhismus als Vergleichsgrösse erhoben. Als Analysegegenstand wurden die NEUE ZÜRCHER ZEITUNG, der TAGES-ANZEIGER, BLICK sowie der WALLISER BOTE und ZÜRCHER OBERLÄNDER ausgewählt. Damit wurden Boulevard-, Forums- und Elitepresse sowie Regionalzeitungen abgedeckt. Stern zog für die Erhebung eine Stichprobe von 34 Tagen innerhalb einem Zeitraum von vier Monaten, was zu 311 Artikel zum Christentum geführt hat. Stern übernahm den Nachrichtenwertkatalog von Schulz und codierte die Ausprägungen dichotom. Die Nachrichtenwerte als beschreibende Elemente erwiesen sich als durchaus konstruktiv. Sie wendete auch die Framingtheorie an. Die Frames wurden induktiv-interpretativ bestimmt. Eine standardisierte Vorgehensweise in

der Frame-Bestimmung ist nicht erkennbar. Als Basis für eine Framinganalyse von Religion gibt sie daher wenig hilfreiche Hinweise.

Was die Ergebnisse anbelangt, überraschte die grosse Quantität der Berichte über das Christentum (ebd.: 88). Dabei finden sich die meisten Artikel im Regionalteil (ebd.: 54). Thematisch behandeln sie vor allem die Bereiche Kirchenpolitik, Politik und Recht, Religion sowie kirchliche Aktivitäten und Veranstaltungen (ebd.: 68). Der Papst steht dabei als mediale Attraktion an erster Stelle, aber auch andere Statusträger wie Mutter Teresa, Kardinäle und Bischöfe finden häufig Resonanz in den Medien. Die meistgenannten Akteure sind somit auch Katholiken. Mehr als 82% der Hauptakteure sind über 50-jährig, was dem Leser das Bild nahe lege, das Christentum sei etwas für alte Menschen (ebd.: 88f). In 80% der Berichte wird weder eine *Differenzierung* noch eine *Kollektivierung* des Christentums vorgenommen. Stern (ebd.: 68) folgert: »Wenn also eine Mehrheit der Bevölkerung keinen Unterschied zwischen den Konfessionen sieht, klären die Medien sie sicherlich nicht weiter auf.« Als dominante Nachrichtenwerte in der Berichterstattung über das Christentum treten vor allem Ethnozentrismus, Personalisierung, Status, Konflikt und Skandalisierung auf. Bei den Frames dominiert der Frame »Institutionalisierung«. So sind Themenwahl, Akteure und Schlagworte klar durch die Institution Kirche geprägt. Im Weiteren wurden die Frames Lokalisierung (Christentum ist vor allem Lokalthema), Vatikanisierung (Dominanz des Papst), Katholizisierung (Dominanz Katholizismus), Konflikt und Typisierung (Stereotype des christliche Akteure als männlich und alt) gefunden. Der Konfliktframe tritt vor allem im Zusammenhang mit der reformierten Kirche auf: Sie wird »[...] aufgrund ihrer mangelnden sonstigen Nachrichtenwerte abgesehen von lokaler Berichterstattung über kirchliche Aktivitäten hauptsächlich im Zusammenhang mit Konflikten thematisiert. Dadurch geschieht oftmals eine Skandalisierung« (ebd.: 91f). Allerdings muss angezweifelt werden, ob hier tatsächlich Frames erhoben wurden oder ob es sich nicht eher um Themen oder Perspektiven handelt. Die dargestellten Frames weisen durchaus Frame-Elemente auf, werden aber der anspruchsvollen Definition von Frames nicht gerecht.

Stern zeigte weiter, dass verschiedene Zeitungstypen unterschiedlich über das Christentum berichten: *Regionalzeitungen* bringen bevorzugt Berichte über kirchliche Veranstaltung und Kirchenpolitik. Die soziodemographische Struktur der Region bildet sich ab – je nachdem, welche Konfession in einer Region dominiert, wird mehr über die katholische oder über die reformierte Kirche berichtet. Die Boulevardzeitung BLICK fokussiert stark auf den Papst. Er misst dem Christentum eine

gewisse Relevanz zu. Die Qualitäts- und Forumspresse (NZZ und TAGES-ANZEIGER) berichten in grosser Quantität über das Christentum mit Fokus auf politische Fragen. Der Papst und lokale Ereignisse werden hingegen seltener thematisiert. Diese Zeitungen berichten am ehesten negativ über das Christentum und haben eine distanzierte Beziehung zur katholischen Kirche (ebd.: 84–88).

4.2.3 Judentum

Die einzig hier relevante Studie zum Judentum stammt von Meier, Müller und Eisenegger (2004). Sie hatte zum Ziel »[...] die Berichterstattung in Deutschschweizer Massenmedien hinsichtlich verallgemeinernden Aussagen (Typisierungen) über jüdische Akteure, das Judentum oder die jüdische Religion zu untersuchen und diese mit verallgemeinernden Aussagen über muslimische Akteure oder den Islam zu vergleichen« (ebd.: 6). Die Forscher massen die Häufigkeit und die Qualität von Typisierungen. Es wurde bewertet, ob Empathie oder Distanz vermittelt wird und wenn, ob das vom Medium korrigiert wird. »Als empathisch gelten alle positiv konnotierten Typisierungen, die Verständnis für die besondere Situation bzw. für das Handeln jüdischer und muslimischer Akteure zum Ausdruck bringen [...]. Dagegen basieren Distanz vermittelnde Typisierungen auf tendenziell negativ konnotierten Zuschreibungen« (ebd.: 6). Es wurde auch berücksichtigt, wenn Typisierungen korrigiert wurden, also »wenn eine Typisierung über den ganzen Beitrag gesehen korrigiert wird, z. B. über korrigierende oder konträre Meinungen anderer Akteure oder des Medium selbst« (ebd.: 9).

Im Weiteren wurde untersucht, ob diese Typisierung auf Individuen, Gruppen oder das Kollektivsubjekt (z. B. der Jude) ausgerichtet sind. Die Forscher unterlegen ihre Kategorien mit nachvollziehbaren Beispielen. Trotzdem muss insbesondere die Kategorie »Bewertung«, also Empathie vermittelnd, kritisch betrachtet werden. Empathie zu erfassen, scheint ein schwieriges, subjektivgeleitetes Unterfangen zu sein. In ihrer

Studie untersuchten sie Printmedien⁵ sowie elektronische Medienformate⁶ im Untersuchungszeitraum von 1.12.2002 bis 1.12.2003 für Berichte über jüdische, die Zeitspanne vom 1.8.2003 bis 1.12.2003 für Berichte über muslimische Akteure. Die Auswahl der Berichte erfolgte mittels einer systematischen Keyword-Suche (ebd.: 7). Es wurden so 568 Beiträge mit 643 Typisierungen über jüdische, 578 Beiträge und 860 Typisierungen über muslimische Akteure gefunden (ebd.: 13). Ihre Ergebnisse zeigen: Jüdische Akteure werden in den Medien positiv und Empathie fördernd dargestellt. Sie stehen häufig in einer Opferrolle, sei dies historisch bedingt oder durch aktuelle Bedrohungen, wie Terroranschläge. Klassisch anti-jüdische Stereotype spielen eine untergeordnete Rolle und finden nur partiell Resonanz. Viele neue Typisierungen bilden sich im Kontext der Diskussion über den Nahost-Konflikt heraus. »Prominent zu nennen sind an dieser Stelle: jüdische Akteure als »privilegiert bzw. imperialistisch auftretend« (namentlich gegenüber den Palästinensern), jüdische Akteure als »Täter, aggressiv oder Konflikt(e) fördernd« und jüdische Akteure als zunehmend den »Antisemitismus-Vorwurf in inflationärer Weise gebrauchend« (ebd.: 10). Eine häufig anzutreffende Typisierung ist diejenige des Juden als Täter, d.h. gewaltbereit, aggressiv und Konflikt fördernd. Sie wird aber in den meisten Beiträgen korrigiert. Hingegen wird die Form der Täter-Typisierung innerhalb der Nahost-Diskussion selten korrigiert. Hier werden Juden ausserdem oft als privilegiert bzw. imperialistisch dargestellt. Ihnen wird häufig vorgeworfen, den Antisemitismus-Vorwurf inflationär zu verwenden. Diese Typisierung wird ebenfalls nur vereinzelt korrigiert. Muslimische Akteure werden vergleichsweise deutlich negativer als jüdische Akteure typisiert: »Distanz vermittelnde Typisierungen, die häufig implizit oder explizit gestützt werden, dominieren« (ebd.: 11). Dieses negative Bild wird zu einem Grossteil durch die Berichterstattung über die, den »Islamisten« zugeschriebenen Terrorattentaten geprägt. Muslimische

⁵ NEUE ZÜRCHER ZEITUNG, TAGES-ANZEIGER, ST.GALLER TAGBLATT, BASLERZEITUNG, NZZ AM SONNTAG, BERNER ZEITUNG, BLICK, WOCHENZEITUNG, WELTWOCHNE, SONNTAGSZEITUNG, SONNTAGSBlick

⁶ »Tagesschau« (SF DRS), »10vor10« (SF DRS), »Echo der Zeit« (RADIO DRS)

Akteure erscheinen als Täter, aggressiv und Konflikt fördernd, nur selten sind sie als Opfer typisiert. Die Bezeichnung »Islamist« wird mit dem Islam als Religion in Verbindung verbracht und ist negativ behaftet.

4.2.4 Islam

Die Darstellung des Islams war weltweit Gegenstand von zahlreichen Untersuchungen. In diesem Kapitel muss daher eine Einschränkung vorgenommen werden, da weder der Platz für eine vollständige Darstellung aller Forschungsbemühungen vorhanden ist, noch es einen Mehrwert ergeben würde. Deshalb wird hier nur eine Auswahl von Studien detaillierter präsentiert, wobei Abb. 6 (zusammenfassender Überblick) einen Überblick über die wichtigsten Eckdaten aller gefundenen Studien aufzeigt. Die Auswahl ist aufgrund folgender Kriterien erfolgt: Einerseits sollen hier die Schweizer Studien zum Islam präsentiert werden, da sie sich mit dem gleichen Kontext wie die hier vorliegende Studie befassen. Danach wird ein kurzer Überblick über die wichtigsten, methodisch für diese Arbeit interessantesten Studien über den Islam in europäischen Medien gegeben. Es soll einerseits Vergleiche mit den Ergebnissen aus Schweizer Studien ermöglichen. Andererseits wird von einer gewissen Ähnlichkeit des kulturellen Kontexts ausgegangen. Ergebnisse aussereuropäischen Studien werden nur kurz erwähnt, da davon auszugehen ist, dass der kulturell-religiöse Kontext sich deutlich von dem in der Schweiz unterscheidet. Unter anderem haben diese Länder eine andere religiöse Tradition und einen anderen Umgang mit der Immigration. Nur kurze Hinweise werden auch auf ältere Studien oder Studien, die den Islam nur indirekt zum Thema machen, gegeben. Sowohl die aussereuropäischen als auch die älteren Studie werden hinsichtlich ihrer Vorgehensweise in der Theorie- und Methodendiskussion, sofern anregend und wegleitend, diskutiert. Auf Studien mit klar methodischen Schwächen wird nur in Kürze hingewiesen.

Islam in Schweizer Medien

Schranz und Imhof (2002) vom Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) haben den Islam in Schweizer Medien, dazu gehören Tages- und Wochenmedien sowie Informationssendungen im Radio und Fernsehen⁷, untersucht. Alle Beiträge dieser Medien, welche den Islam in reflexiver Art thematisieren oder Muslime und ihren Alltag in der Schweiz behandeln, wurden im Zeitraum vom 1.1.2001 bis 30.3.2002 erfasst. Dabei wird im Bericht nicht erwähnt, wie gross das Sample schlussendlich war. Erfasst wurden Thematisierungen in Kommunikationsereignissen (vgl. dazu weiter in oben Kapitel 4.2.1 zur Studie von Imhof et al 2007). Die Untersuchung zeigt, dass die Thematisierung des Islams und der Situation von Muslimen in der Schweiz nach den Terroranschlägen in New York 2001 deutlich an Resonanz gewonnen hat. Besonders die Boulevardmedien und Sonntagspresse ziehen nach und bringen neue Aspekte in die Diskussion ein. Vorher war die öffentliche Auseinandersetzung mit dem Islam vor allem an die Linkspresse gebunden. Elektronische Medien spielen in dieser Diskussion keine Rolle (ebd.: 3). Die Qualitätspresse setzt in ihrer Berichterstattung auf Kontinuität: »In reflexiver Art und Weise wird in den Zeitungsspalten eine Auseinandersetzung unter Experten über das ›Wesen‹ des Islam und seiner Positionierung gegenüber der westlichen Welt geführt« (ebd.: 4). Seitens des Boulevardjournalismus gibt es hier wenig Input. Boulevard- und Sonntagspresse betonten die Bedeutung der Schweiz für den islamistischen Terror in finanzieller und infrastruktureller Hinsicht. Die Forumspresse nimmt eine Mittelposition ein. Sie führt reflexive Diskussionen und thematisiert auch den Alltag der Muslime in der Schweiz vergleichsweise häufig (ebd.: 4f). »Abschliessend kann festgehalten werden, dass im Zusammenhang mit den Ereignissen in New York über weite Strecken keine Medienberichterstattung stattfindet, welche die

⁷ BUND, LE TEMPS und TAGES-ANZEIGER als Forumsmedien, BLICK als Boulevardmedium, NEUE ZÜRCHER ZEITUNG als Qualitätspresse, SONNTAGSZEITUNG und SONNTAGSBLICK als Sonntagspresse, FACTS und WELTWOCHNE als Wochenmagazine, WOZ als Linkspresse, »Tagesschau« und »10vor10« als Sendungen von SF DRS sowie »Rendez-vous am Mittag« und »Echo der Zeit« als Sendungen von Radio DRS

muslimische Bevölkerung in der Schweiz ausgrenzt. Nur sehr vereinzelt kolportieren die Medien lokale Vorgänge, in welchen Muslime negativ konnotiert werden« (ebd.: 6).

Das gleiche Forschungsinstitut (fög) hat Jahre später in einer weiteren Studie den Islam in den Medien untersucht (Ettinger/Linards 2009). Erneut haben sie Kommunikationsereignisse erfasst, diesmal hinsichtlich der Frage, ob der Islam als neue Bedrohung wahrgenommen wird und andere Bedrohungen ersetzt. Untersucht wurden die Schweizer Leitmedien NZZ, BLICK und TAGES-ANZEIGER in den Jahren 1998 bis 2007 hinsichtlich der Häufigkeit des Vorkommens von Berichten über Muslime und den Zusammenhang mit Terrorismusanschlägen. Ihre Studie zeigte eine Intensivierung der Berichterstattung über Muslime nach den Terroranschlägen in New York, dem Krieg im Irak und weiteren Terrorattacken. Bei allen internationalen Kommunikationsevents, mit Ausnahme der Diskussion zu einer möglichen Mitgliedschaft der Türkei in der EU, ist die Berichterstattung und Darstellung von Muslimen von einem Kontext der Gewalt geprägt. Nach den terroristischen Anschlägen in Madrid 2004 wird auch eine neue Diskussion über Schweizer Muslime in Gang gesetzt, die stark von der internationalen Berichterstattung über den Islam geprägt ist: »Here, it is mainly the media as actors that repeatedly contrast reports on terrorist attacks with reports on daily life of Muslims in Switzerland, thus stressing the peacefulness of Muslims in Switzerland« (ebd.: 72). Mit den Anschlägen in Madrid wird die Bedrohung eines islamischen Terrorismus nun auch in der Schweiz verstärkt wahrgenommen.

Amira Abdel Aziz (2005) hat in ihrer Lizentiatsarbeit die Berichterstattung über den Islam in drei Deutschschweizer Tageszeitungen, namentlich BLICK, TAGES-ANZEIGER und NEUE ZÜRCHER ZEITUNG, untersucht. Dabei wurde Wert darauf gelegt, eine konfliktfreie Zeit zu untersuchen, so dass der Zeitraum vom 2.5.2005 bis 30.6.2005 gewählt wurde. Die insgesamt 308 Artikel hatten im Titel, Lead oder Untertitel eines der Suchwörter, welche sich aus religiösem Vokabular und Begriffen zusammensetzen, die mit dem Islam assoziiert werden. Mit einer quantitativen Inhaltsanalyse ging Abel Aziz den Forschungsfragen auf den Grund (ebd.: 55–57). Theoretisch hielt sie sich an die Stereotypforschung, wobei sie das Vorkommen von Stereotypen mass, welche bereits in verschiedenen Forschungen etabliert werden konnten. Diese sind Bedrohung durch den Islam, Rückständigkeit, Verständnis und Fortschritt des Islams. In ihrer Auswertung setzte sie diese Stereotypen schliesslich mit Frames gleich. Wie diese genau konstruiert wurden, vermutlich nur interpretativ, bleibt jedoch im Graubereich. Abdel Aziz

untersuchte ausserdem Nachrichtenfaktoren (nach Schulz), die sich als hilfreiche beschreibende Elemente herausstellten. Ihre Analyse zeigt folgendes Islambild in der Deutschschweizer Presse:

»Das Islambild in der Deutschschweizer Presse zeichnet sich überwiegend durch politische Auslandmeldungen aus, die von den internationalen Nachrichtenagenturen stammen, sich häufig auf Geschehen in den Krisenregionen des Irak, des Nahen Osten und Afghanistans beziehen, von religiösem Extremismus handeln und worin extremistische Gruppierungen und staatliche Akteure involviert sind« (Abdel Aziz 2005: 92).

Deutlich wurden eine oberflächliche Behandlung islambezogener Themen und das häufige Fehlen von Hintergrundmaterial. Wiederum wurde der Fokus der Islamberichterstattung auf das Ausland deutlich. Positive Ereignisse sind selten anzutreffen; in der Qualitätspresse aber häufiger als in der Forums- und Boulevardpresse. Thematisch betrachtet werden Beiträge zum religiösen Extremismus und irrationalen Handlungen überrepräsentiert. Bei der Beschreibung männlicher Akteure wird stark mit Stereotype gearbeitet: Sie werden häufig mit extremistischen oder fundamentalistischen Attributen umschrieben. Die Frauen werden zwar als verschleiert, aber überwiegend als emanzipiert dargestellt (ebd.: 92–95). Abdel Aziz hat auch Frames gesucht:

»Bei dieser Analyse werden Bedrohung, Rückständigkeit, Verständnis und Fortschritt als Frames verstanden, die um den Islam und islambezogene Themen gebildet werden und dadurch unterschiedliche Aspekte hervorheben beziehungsweise in den Hintergrund stellen. Quantitativ spielen die Frames zwar keine grosse Rolle, qualitativ hingegen gibt es klare Unterschiede in den journalistischen Darstellungsformen« (Abdel Aziz 2005: 103).

Was die Nachrichtenfaktoren betrifft, prägen Thematisierung, Elitenationen und -person, Ungewissheit, Trageweite, Überraschung und Aggression das Islambild in der Presse (ebd.: 105). Zusammenfassend lässt sich sagen: »Die Themenwahl gekoppelt mit der Konzentration auf Konflikte führt gesamthaft zu einer starken Negativbelastung des Islambildes in den Deutschschweizer Tageszeitungen« (ebd.: 106).

Ebenfalls in ihrer Lizentiatsarbeit hat Reichmuth (2006) die Darstellung des Islams in der Deutschschweizer Presse untersucht. Sie führte eine quantitative Inhaltsanalyse anhand sechs Deutschschweizer Tageszeitungen (NEUE ZÜRCHER ZEITUNG, TAGES-ANZEIGER, BLICK, NZZ AM SONNTAG, SONNTAGSZEITUNG, SONNTAGSBlick) durch. Alle Artikel mit Bezug zum Islam, welche im Zeitraum vom 1. Januar 1998 bis 31. Mai 2005 publiziert wurden, filterte sie mittels der Schweizer

Mediendatenbank (SMD) heraus. Das ergab 1400 Artikel, welche aus forschungsökonomischen Gründen um die Hälfte gekürzt wurden. Schliesslich wurde jeder Artikel raus gekürzt, welcher den Islam nicht prominent behandelt. Das führte zu einem Sample von 654 Artikeln, die codiert wurden. Auf theoretischer Ebene arbeitete Reichmuth (ebd.) die »Qualität in den Medien«-Diskussion auf und liess verschiedene Aspekte davon ins Codebuch einfließen: Quellen, geographische Vielfalt, negative Themen, Hintergrundberichterstattung, Akteursmerkmale, vielfältige Darstellung des Problems. Frames wurden nach den Basisframes von Semetko (2000) in mehreren Variablen operationalisiert, wobei jedem Frame-Element nicht, teilweise oder völlig zugestimmt werden konnte. Die Ergebnisse wiesen eine thematische Schwerpunktsetzung auf den politischen Islam bzw. politische Themen sowie Terrorismus, Krieg und Konflikte nach. Häufig werden auch grundsätzliche Fragen zu Religion und Glauben angesprochen. Total ausgeblendet werden in der Berichterstattung kulturelle und geschichtliche Themen in Verbindung mit dem Islam. Geographisch konzentriert sich die Berichterstattung auf das Ausland. Nur die Boulevardpresse legt ihren Fokus auf das Geschehen im Inland. Inlandthemen sind vor allem Integration und ethnische Beziehungen sowie grundsätzliche Fragen zu Religion und Glauben. Als muslimische Akteure treten mehrheitlich Politiker und die Regierung oder dann terroristische Organisation auf. Nach den Terroranschlägen in New York 2001 gewinnt das Thema Islam deutlich an Resonanz. Auf die inhaltliche Thematisierung hat der Anschlag hingegen wenig Einfluss. Nur die Wertung gegenüber dem Islam fällt im gemessenen Zeitraum nach den Anschlägen deutlich negativer aus. Themen und Probleme werden nach diesem Ereignis leicht vermehrt aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und Fragen, welche den unmittelbaren Alltag der Leser betreffen werden häufiger aufgegriffen. Die Elite- und Forumspresse beschäftigt sich generell mehr mit dem Islam als die Boulevardpresse. Sie berichten vergleichsweise auch häufiger über positive Ereignisse. Alle orientieren sich aber an der Aktualität und Negativität der Ereignisse (Reichmuth 2006: 103–104).

Islam in europäischen Medien

Eine sehr breit angelegte Studie in 24 Ländern, solchen mit⁸ und solche ohne⁹ muslimischer Mehrheit, wurde von Media Tenor (Evans/Kolmer/Schatz Roland 2008) unternommen. Die Daten wurden während 15 Wochen im Jahr 2007 aus drei TV Nachrichtensendungen, drei Print- und einer Businesspublikation erhoben. Das resultierte in 290.452 Statements. Codiert wurden jeweils die einzelnen Statements. »Each coded statement contains: a person or institution, the topic at hand, a positive or negative rating, and the source of the statement or rating« (Evans/Kolmer/Schatz Roland 2008: 103). Es besteht eine gewisse Gefahr darin, die Berichterstattung über Statements zu erfassen: Wenn nämlich pro Beitrag mehrere solche über eine Religionsgemeinschaft vorkommen, können bestimmte Beiträge/Perspektiven überrepräsentiert werden und das Bild der Religionsgemeinschaft wird verzerrt abgebildet. Die Untersuchung konzentrierte sich auf Themen zur Beziehung Muslim-Westen¹⁰. Erfasst wurden: Thema, Hauptakteure und deren Typ, geografischer Ursprung des Hauptakteurs, Ton gegenüber dem Akteur und Quelle dieser Evaluation. Den Ton einer Berichterstattung zu analysieren, ist ein schwieriges Unterfangen. In dieser Studie gelang dies mit einer überraschenden Intercoderreliabilität von über 80%. Positivität, Negativität oder Neutralität wurden auf zwei Ebenen gemessen:

- Expliziter Ton/Bewertungen: Es wird dabei auf die Attribuierung der Sprache geachtet, also ob Beschreibungen von Lob oder Kritik vorhanden sind. Die Angaben, woran Lob oder Kritik genau festmacht wurden, sind sehr vage. Die gute Intercoderreliabilität für eine solch vage Variable überrascht aber auf jeden Fall.

⁸ Ägypten, Indonesien, Iran, Jordanien, Libanon, Malaysia, Marocco, Palästina, Pakistan, Saudi Arabien, Türkei, Arabische Emirate

⁹ Brasilien, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Israel, Italien, Namibia, Russland, Südafrika, Spanien, Grossbritannien, USA

¹⁰ Internationale Politik, Religion/Ethik/Ideologie als Faktor in der sozialen Interaktion und Politik, Ausbildung/interkulturelles Verständnis, Integration/Nationalität, ökonomisch/soziale Entwicklung

- Impliziter Ton/Bewertung: Hier werden kontextuelle Informationen und die Valenz der Situationen, die im Text beschrieben werden, berücksichtigt

Evans et al. (2008) unterschieden hinsichtlich der Bewertung zwischen der Berichterstattung in muslimischen und derjenigen in nicht-muslimischen Ländern, wobei als »the other« jeweils die nicht vorherrschende Religion und die Vertreter von Ländern mit nicht der gleichen Hauptreligion angesehen wurden.

In der Analyse konnte generell ein neutraler Ton festgestellt werden. Allerdings kamen in doch immerhin über 40% der Statements Bewertungen vor und waren deutlich häufiger negativ als positiv. So kamen in 7.6% aller Statements explizit negative Bewertungen vor, in 27.0% implizit negative. Nur wenige Medienstationen bringen positive Messages über »the other«. »The other« wird auch jeweils negativer dargestellt und häufiger kritisiert als »the self«. Ein interessantes Ergebnis ist die Verbindung von Islam mit oft politischen und militärischen Aktivitäten (rund 55% der Statements), aber kaum mit religiösen Aktivitäten (nur 23% der Statements). Die anderen Religionsgemeinschaften, insbesondere Christentum und Judentum werden eher im Kontext religiöser Aktivitäten dargestellt (in 75%).

Elisabeth Poole führte eine Inhaltsanalyse über den Islam aufgeteilt auf zwei Studien von 887 (2000) bzw. 875 Zeitungsartikeln (2006) aus THE GUARDIAN, THE TIMES, OBSERVER und THE SUNDAY TIMES durch. In einer ersten Phase und Studie wurde der Zeitraum von 1994 bis 1996 beobachtet, die Fortsetzungsstudie knüpfte daran an bis zum Jahr 2003. Sie untersuchte alle Berichte, welche den Term Muslim(s) oder Islam« enthielten mit Fokus auf den britischen Muslimen (ebd.: 89–90). Die Ergebnisse zeigen, dass Berichte über den Islam nach dem Terroranschlag in New York und dem Irakkrieg deutlich zunehmen (ebd.: 90–91). Er gewinnt nun auch in der konservativen Presse an Raum. Der Hauptfokus wird auf den weltweiten Islam gelegt, der die Berichterstattung über den britischen Islam beeinflusst. Muslime werden in der Berichterstattung generell homogenisiert und als Unruhestifter dargestellt. Die Artikel sind um wenige Themen geclustert, konkret um Politik, Beziehung, Ausbildung, Kriminalität und Extremismus. Eine grosse Anzahl Artikel dreht sich um Terrorismus, Anti-Terrorismus und die Diskriminierung gegenüber Muslimen. Während vor den Terroranschlägen in New York der britische Islam kaum mit dem Label Terrorismus in Verbindung gebracht wurde, werden nun auch britische Muslime sehr häufig mit Terrorismus assoziiert. Viele Artikel berichten über die Proteste von Muslimen gegen den Irakkrieg, was Loyalitätsfragen gegenüber

der britischen Regierung, die für den Krieg ist, aufwirft. Berichte zum Thema Bildung handeln von der Rolle religiöser Ausbildung in der Schule, den Aktivitäten islamischer Gruppen in der höheren Ausbildung und der Gründung islamischer Schulen. Arrangierte Heiraten und Ehrenmorde sind häufig Gegenstand der Beiträge über den britischen Islam (ebd.: 92–98). Aus ihrer Studie folgert Poole (ebd.: 101–102) eine Kontinuität der Themen in der Berichterstattung über Muslime: Sie werden als Bedrohung für die britische Gesellschaft und deren Werte betrachtet.

John Richardson (2006) beschäftigte sich damit, wer in Nachrichten über den Islam zu Wort kommt. Sein Sample umfasst 2540 Artikel aus fünf Tages-¹¹ und zwei Sonntagszeitungen¹² vom Oktober 1997 bis Januar 1998. Für die Auswahl der Beiträge galt folgendes Kriterium: »Any journalistic text that referred to Islam or Muslims in the headline, either of the first two paragraphs of the text or else the whole of a lower paragraph was included in the sample, thereby excluding passing references to Islam and Muslims« (Richardson 2006: 104). Untersuchte Variablen waren: Physische Charakteristiken des Artikels, Themen, Zitationen, Tonfall, Präsenz bestimmter Wörter oder Sätze, direkte und indirekte Zitate (ebd.: 104). Spannend und neuartig an dieser Arbeit im Vergleich zu anderen Studien zu Islam und Medien ist, dass die Akteure im Speziellen unter die Lupe genommen werden und die Ausgewogenheit der Darstellung von indirekten und direkten Zitationen. Diese relativ stabilen Kategorien erlauben, eine konsistente Codierung und klare Aussagen zu bestimmten Qualitätskriterien. Richardson (ebd.: 104–105) unterscheidet zwischen Berichten, in welchen der Islam als erklärender bzw. einflussreicher Faktor angesehen wird und Berichten, in welchen er eher nebensächlich ist.

Die Ergebnisse zeigen: Während über alle Berichte gesehen 19.4% der Muslime als primäre Quelle angegeben werden, sind in denjenigen Texten, in welchen der Islam nicht als erklärender Faktor präsentiert wird, nur 3% der Quellen Muslime. Direkte oder indirekte Zitate von

¹¹ FINANCIAL TIMES, INDEPENDENT, GUARDIAN, TELEGRAPH, THE TIMES

¹² INDEPENDENT ON SUNDAY, THE SUNDAY' TIMES

muslimischen Quellen kommen nur in Beiträgen vor, in welchen die Muslime, ihre Aktionen und ihre Religion kritisch angeschaut werden. Generell dominieren in der Berichterstattung über den Islam nicht-muslimische, bürokratische Quellen und illegitime Gruppen wie etwa Terroristen. Richardson hat sich im Weiteren auf einer Fünfpunkte-Skala den Ton der Berichterstattung über den Islam angeschaut. Die Skala reicht von lobend bis abweisend. Dabei stellt sich heraus: Wenn der Islam der erklärende bzw. einflussreiche Faktor im Text ist, fällt die Evaluation von muslimischen Aktionen viel kritischer aus (ebd.: 110).

Den Islam in Holland haben Leen d'Haenens und Susan Bink (2006) in den Fokus genommen. In ihrer inhaltsanalytischen quantitativen Untersuchung codierten sie 667 auf den Islam bezogene Artikel im ALGEMEEN DAGBLAD von 1998 bis 2004. Die Artikel wurden untersucht nach den Charakteristiken der Nachricht, dem Auslöser, dem Inhalt und der Darstellung von Personen und Gruppen (ebd.: 137–138). Nebst vielen deskriptiven Variablen, flossen auch solche zu Nachrichtenframes ins Codebuch ein. Dabei richteten sie sich stark nach dem Vorgehen von Semetko und Valkenburg (2000). Zwanzig Statements gingen in eine Faktorenanalyse ein, um dann wie Semetko/Valkenburg die Frames Konflikt, ökonomische Konsequenzen, Moral, Verantwortlichkeit und Human Interest zu identifizieren. Damit wurde eine Mischung von induktivem und deduktivem Verfahren gewählt. Die Untersuchung zeigt, dass sich die Berichterstattung über den Islam in Holland von derjenigen über den Islam im Ausland unterscheidet: »Islam in foreign countries tends to be stigmatized as a religion governed by strange laws and customs. [...] When Dutch Islam is spoken of, the reader is more often given different opinions and interpretations, both by Muslims and non-Muslims« (ebd.: 139). Die meisten muslimischen Akteure werden nur genannt, aber weder direkt noch indirekt zitiert. Auf der Meinungsseite werden Vorurteile gebrochen und Stigmatisierungen bekämpft. Muslime werden aber meist in einen Topf geworfen: Alle Gläubigen werden, egal von welchem Land sie kommen, unter dem Label Muslime vereint (ebd.: 140–142). Im Weiteren zeigt sich: »The content analysis shows that »terrorist attacks and related practices« as well as »religion« are the most frequent main topics (20% for each); in addition to these two, political items are also often the main subject of an article (16%)« (ebd.: 143). Die Journalisten strengen sich an, eine ausbalancierte Sicht darzustellen, aber das Thema der Artikel hat oft eine negative Konnotation. Bezüglich der Frames, welche nur hinsichtlich der Veränderungen im Zeitverlauf thematisiert wurden, liess sich für die Auslandberichterstattung keine Veränderung für den Konfliktframe

im Zeitverlauf nachweisen. Bei Berichten über den niederländischen Islam nahm die Verwendung des Konfliktframes zu. Nach der Ermordung von Theo van Gogh gewannen insbesondere die Frames Moral und Verantwortlichkeit an Bedeutung.

4.2.5 Buddhismus

Der Buddhismus ist kaum ein Thema in Deutschschweizer Zeitungen. Nur der Dalai Lama findet in den sehr wenigen Artikeln als Vertreter der buddhistischen Religion Beachtung. Dies zeigte die Studie von Stern (2004: 92), die den Buddhismus aber nur als Vergleichsgrösse erhob.

In seiner Lizentiatsarbeit hat sich Christen (2005) mit der Berichterstattung über den Dalai Lama auseinandergesetzt. Dafür untersuchte er die NZZ, den TAGES-ANZEIGER und den BLICK im Zeitraum vom 1. Januar 1998 bis 1. Januar 2004. Mit einer Keywordsuche mit dem Begriff Dalai Lama wurden 391 Artikel gefunden, wobei 181 auf die NZZ, 158 auf den TAGES-ANZEIGER und 52 Artikel auf den BLICK entfielen (Christen 2005: 73–75). Christen konnte mit seiner Inhaltsanalyse aufzeigen, dass der Dalai Lama und tibetische Akteure oft in einer Opferrolle dargestellt werden. Den Chinesen hingegen wird die Rolle der Täter zugeschrieben. Dabei lassen sich keine Unterschiede zwischen den Zeitungen ausmachen. Generell, aber insbesondere in der NZZ und dem TAGES-ANZEIGER, wird der Dalai Lama als religiöser Führer gezeigt und gleichzeitig in Zusammenhang mit politischen Themen und Akteuren gesetzt. Die Position des Dalai Lamas als spiritueller Politiker wird nicht als problematisch angesehen. So spielen religiöse Aspekte kaum eine Rolle, womit es auch keine vertiefenden Artikel über den Buddhismus im Zusammenhang mit dem Dalai Lama gibt (Christen 2005: 115–116). Erstaunlich ist, dass die Enthüllungs- und Skandalbücher über den Dalai Lama, welche im erforschten Zeitraum erschienen sind, keinen Niederschlag in der Presse finden. Kritische Argumente oder kritische Aspekte über den Dalai Lama werden in der Berichterstattung nicht aufgenommen (Christen 2005: 117–118).

4.2.6 Zusammenfassender Überblick zum Forschungsstand

Die nachfolgende Tabelle gibt einen zusammenfassenden Überblick über den Forschungsstand zu Inhaltsanalysen, die die Darstellung von Religion bzw. einzelnen Religionsgemeinschaften in den Medien untersucht haben.

Autor	Land	untersuchte Religionen/Untersuchungsgegenstand/theoret. Ansätze	Methodik	untersuchte Medien	Zeitraum	Auswahl der Beiträge
Buddenbaum 1986	USA	Religion allg.: deskriptive Variablen wie Häufigkeit des Vorkommens, geogr. Fokus	Quant. IA	Tageszeitungen	6. 1981– 8. 1981	Alle Beiträge, welche mit Religion zu tun hatten, wurden durchgesehen. N=334
Buddenbaum 1990	USA	Religion allgemein: Nachrichtenfaktoren, Fokus, Signifikanz, Thema, stilistische Features, Fairness Nachrichtenfaktoren	Quant. IA	Nachrichten von TV-Sendern	1976, 1981, 1986	Künstl. Monate. Auswahl: Artikel, die eine Religion, rel. Institution/Person nennen oder rel. Sprache benutzen, rel. Personen, Institutionen, Symbole zeigen. N=240
Awass 1996	USA	Islam; Themen, Bilder	Qual. IA	Konservative bis liberale Tageszeitungen	1. 1993– 9. 1993	Artikel, welche die Entwicklung in der musul. Welt beobachten. Suche mit Pro Quest Mikrofilmmaschine, N=unbekannt
Sheikh 1996	USA, GB	Islam: Artikelsorte, Charakterisierung von Muslimen, Attributzuschreibungen	Quant. IA	Grosse Tageszeitungen	1988–1992	Stichwortsuche: »Musli-«, »Mosle-«, »Islam-«, N=400
Thofem 1997	D	Islam, Christentum, Judentum: Themenanalyse, qualitative Textanalyse	Quant. IA, qual. Textanal.	DER SPIEGEL	1. 1950– 12. 1989	Alle Ausgaben wurden nach der Dimension Religion durchgesehen. N=2110
Hussain 2000	DK	Ethnische Minderheiten, Islams: Diskurse & Genre von ethnischen Themen	IA, narrative Approach, Diskursanal.	Tageszeitungen, Newskanäle TV/Radio	1996	alle Beiträge über Diskurse & das Genre ethnische Themen, N=1848, N=45 nicht-strukturierte Rezipienteninterviews
Poole 2000	GB	britischer Islam: Themen, Bilder von Muslimen, Forderungen gegenüber Islam, Nachrichtenwerte, Akteure		Qualitätszeitungen	1994–1996	Stichwortsuche in online CD-ROMs mit den Suchworten Muslim, Muslims & Islam. Berichte mit lokalem Fokus berücksichtigt. N=887
Breen 2001	USA	Katholiken, Lutheraner, Baptisten, Juden, Mormonen: Häufigkeit des Vorkommens im Zusammenhang mit Gruppengrösse, Legitimität	Quant. IA	aus jedem Staat 2 Zeitungen,	1994	100 Artikel pro Zeitung (jeder rite), N=500. Weitere Reduktion auf für die Untersuchung relevante Artikel aufgrund unklarer Kriterien, N=293
Hafez 2002	D	Islam; Artikelhäufigkeit, Sachgebiet, Dauertemen, Handlungsträger, Informationsquellen, Ereignisrelevanz	Quant. IA	Zeitungen	1946–1955	Jede 10. Zeitung bzw. jede 4. Magazin Ausgabe (Ausschluss Lokal-/Sportteil). N=4404 Ausgaben & 11.518 Artikel

Abb. 6: Überblick über Forschungen zu »Religion in den Medien«

Autor	Land	untersuchte Religionen/Untersuchungsgegenstand/theoret. Ansätze	Methodik	untersuchte Medien	Zeitraum	Auswahl der Beiträge
Schranz/Imhof 2002	CH	Islam: Thematisierung von Kommunikationsereignissen	Quant. IA	Tages- & Wochenzeitungen, Infoundungen in Radio & TV	1.201–3.2002	alle Beiträge, die den Islam in reflexiver Art & Weise thematisieren, N=unbekannt, Kommunikationsereignisse
Jäger/Cleve 2003	D	Nahostkonflikt, Berichterstattung über Israel (Judentum, Islam): Diskursive Ereignisse, Bewertung	Strukturanal., kursorische Anal.	Zeitungen, TV-Beiträge	28.9.00–8.8.'01	Vier diskursive Ereignisse wurden ausgesucht
Kerr 2003	USA	Nachrichtenwerte, Itemliste mit Themen, die oft zusammen mit Religion vorkommen, Erfassung von Stichworten wie Kult, Sekte, Minorität-Framing, Nachrichtenwerte	Quant. IA	TV-Nachrichten im News Archiv Nashville, Tennessee	1980–2000	Stichwortsuche im Vanderbilt Archiv mit »fundamentalist« & »Christian«, N=33
Meier et al 2004	DCH	Judentum, Vergleich mit Islam: Typisierungen, Bewertung	Quant. IA	Tages-, Wochen-, Regionalzeitungen, Infoundungen in Radio & TV	12.2002–11.2003, 8.2003–12.2003	system. Keywordsuche nach: Jüdisch*, jude*, jüdin*, israelit*, antisemit*, zionis*, SIG, Organisation David, Gesellschaft Schweiz-Israel (GIS), Sigi Feigel, Rolf Bloch & weitere jüd. Akteure & Instit., muslim*, moslem*, islam*, N=569
Stern 2004	DCH	Christentum (Vergleichsgrößen: Buddhismus/Islam): Thema, Frames, Nachrichtenfaktoren, Stereotype, Akteure	Quant. IA	Tages- & Regionalzeitungen	9.2003–1.2004	einzelne Tage innerhalb einem Zeitraum von vier Monaten; Stichwortsuche, N= 439
Abdel Aziz 2005	DCH	Islam: Stereotype, Nachrichtenfaktoren, Frames, Themen, Hintergrundmaterial, Akteure, Stereotype	Quant. IA	Tageszeitungen	2.5.'05-30.6.'05	systematische Stichwortsuche im Titel, Lead & Untertitel. Suche nach relig. Vokabular, nach Begriffen, die oft mit dem Islam assoziiert werden oder im Zusammenhang stehen, N=303
Meier 2005	D	orthodoxe Kirche: Thema, Dimensionen (ethisch, ideologisch, rituell)	Quant. IA	Lokalzeitung	2000–2002	Beiträge mit explizitem Bezug zu orthodoxem Christentum, N=232

Fortsetzung Abb. 6

Autor	Land	untersuchte Religionen/Untersuchungsgegenstand/theoret. Ansätze	Methodik	untersuchte Medien	Zeitraum	Auswahl der Beiträge
Pollock 2005	USA	Islam, »prominence« & »directional scores«; Framing, community structure approach	Quant. IA	19 Hauptzeitungen der USA	11.9.'01–12.9.'02	Stichwortsuche in Lexis Nexis, Artikel mit mind. 500 Wörter, N=325
Poole 2000, 2006	GB	Islam, Fokus auf britische Muslime; Themen, Akteure	Quant. IA	Qualitätszeitungen	1994 – 2003	systematische Stichwortsuche, Suchworte Muslim(s) & Islam, N=875 Artikel
D'Haenens/Bink 2006	NL	Islam; Charakteristiken der Nachrichten, Anlass der Berichterstattung, Themen, Akteure; Framing	Quant. IA	Tageszeitung	1998–2004	Stichwortsuche in Lexis Nexis. Suche nach Islam, Muslim(s) & Fundamentalism im Titel oder Lead. N=667
Manning 2006	AUS	Islam; Rubriken, Region, Themen Verwendung von Wörtern wie kill, death, terror etc, Vergleich vor & nach 9-11	Quant. IA	Tageszeitungen	9.2000–9.2002	Stichwortsuche Muslim, Moslem & Islam in der Textsoftware Origan QSR NUDIST & LexisNexis. N=1175
Martin 2006	USA	Berichterstattung über »Intelligent Design«, Untersuchung von Frames; Framing	Quant. IA	100 Zeitungen	1986–2003	Stichwortsuche in Lexis Nexis, N= 575
Reichmuth 2006	DCH	Islam; Formales, Themen, Hintergrundberichterstattung, Dimension Meinung, Einflussfaktoren auf Berichterstattung; Framing	Quant. IA	Tages- & Sonntagszeitungen	1.1998–5.2005	Stichwortsuche in SMD-Datenbank mit den Stichworten Islam & Muslim, N=654
Richardson 2006	GB	Islam; Topics, Themen, Zitierung/Quellen, Ton ds Artikels, Präsenz bestimmter Wörter	Quant. IA	Tageszeitungen, Sonntagszeitungen	10.1997–1.1998	Sekundäranalyse, Auswahl journal. Texte mit den Stichworten Islam oder Muslim. Ausgeschlossen wurden »passing references to Islam and Muslims«, N=2540
Bantimaroudis 2007	GR	Protestanten als religiöse Minderheiten; Ton der Berichterstattung, Zuschreibungen/Typisierungen; Framing	Quant. IA	Zwei nationale Tageszeitungen	1997–1999, 2000–2002, 2003–2004	Stichwortsuche nach »protestant«, »evangelical« & »evangelist«, N=222

Fortsetzung Abb. 6

Autor	Land	untersuchte Religionen/Untersuchungsgegenstand/theoret. Ansätze	Methodik	untersuchte Medien	Zeitraum	Auswahl der Beiträge
Imhof/ Eitinger 2007	D/He	Religion allg.: Themen, Akteure	Quant. IA	Tageszeitungen	1920–1960	Stichwortsuche, Kommunikationsergebnisse
Evans 2008		Islam (Judentum, Christentum nebenbei): Erfassung von Statements, Thema, Hauptakteure & deren Typ, geografischer Ursprung des Hauptakteurs, Ton/Bewertung gegenüber dem Akteur & Quelle dieser Evaluation	Quant. IA	Nachrichtensendungen, Printpublikationen	2007	Auswahlkriterien unklar, 290452 Statements
Eitinger/ Linards 2009	DCH	Islam; Thematisierung in Kommunikationsereignissen	Quant. IA	Tageszeitungen	1998–2007	Suche nach Kommunikationsereignissen
Lewis 2009	GR	britische Muslime, Fokus Terrorismus, Text- & Bildvolumen, Fallstudien	Diskursanalyse	Printmedien	2000–2008	Stichwortsuche, N=2300 Artikel, diskursive Analyse Sample von N=974, 2 Fallstudien
Schenk 2009	Naher Osten, GB, USA	Islam; Stereotype, Themen, Negativität/Positivität,	Quant. IA	BBC News, CNN Today, News AI	16.08.'07–16.11.'07	Vollerhebung von 206 Sendungen, N=707 Beiträge, Beiträge mit explizitem Islambezug N=311
Ibrahim 2010	USA	Islam: Framing (favorable/unfavorable Frame), Prominenz des Artikel, Ausgewogenheit/Neutralität der Berichterstattung; Community structure approach, violated buffer Hypothese, Framing	Quant. IA	Jazeera English 19 Tageszeitungen	11.09.'01–12.09.'02	Stichwortsuche Lexis Nexis, mind. 500 Wörter, N=325
Maddonald-Radcliff/Schatz 2009	9 Länder	diverse Religionen; Themen, religiöse Anführer	Quant. IA	17 TV-Nachrichten	04.2007–04.2009	Codierung auf Statementlevel, klar Sampling-vorgehensweise ist unklar

Fortsetzung Abb. 6

4.2.7 Theorien und deren methodische Umsetzung

Methodisch haben sich fast alle Studien für die quantitative Inhaltsanalyse entschieden. Das Sample wurde dabei generell mit einer Stichwort-suche zusammengestellt.

Nachrichtenfaktoren:

Die Nachrichtenfaktoren (1990, 2004, 2005) wurden in wenigen Studien als beschreibende Elemente verwendet. Die älteste Studie griff auf einen alten Nachrichtenfaktorenkatalog zurück, die Neueren orientierten sich an den von Schulz (1976) definierten Faktoren. Kerr (2003: 215, HiO) benutzte eine eingegrenzte Faktorenliste und zwar: »*novelty, change, conflict, consensus, human interest, and others*«. Die Nachrichtenfaktoren haben sich als beschreibende Elemente bewährt. Mit ihrer Hilfe bot sich die Möglichkeit, das Bild, das von den Religionsgemeinschaften in den Medien vorherrscht, nachzuzeichnen.

Frames

Verschiedene Studien über Religion haben Framing als theoretische Grundlage verwendet (Abdel Aziz 2005, Bantimaroudis 2007, d'Haenens/Bink 2006, Kerr 2003, Martin et al. 2006, Pollock/Picillo Christine/Leopardi et al. 2005, Reichmuth 2006, Stern 2004). Ibrahim (2010), der mit der Definition nach Entman (vgl. dazu Kapitel 3.4.2) arbeitet, wählt eine qualitative diskursanalytische Herangehensweise und identifiziert Frames mit der close-reading Methode. Dabei sind die Frames interpretierend aus dem Material abgeleitet worden, wobei vermutlich die Subjektivität des Forschers mitspielt. In einigen der Studien, die den Framingansatz verwendeten, wurden die Frames induktiv aus dem gesammelten Datenmaterial abgeleitet, wobei bei einigen das Fehlen eines systematischen, auf die Frames ausgerichteten, methodischen Vorgehens bemängelt werden muss. Es werden dabei eher Themenperspektiven oder einzelne Frameelemente gemessen. Systematischer ist das Vorgehen bei Reichmuth. Sie hat angeleitet von der Studie von Semetko und Valkenburg (2000) Basisframes definiert. Dafür sind pro Frame drei bis vier Frameelemente bestimmt worden, die als Statements ins Codebuch eingingen (z. B. Der Artikel deutet an, dass ein Individuum oder eine Gruppe für das Problem/Thema verantwortlich ist). Als Variablenausprägung konnte erfasst werden: »ich bin völlig einverstanden«, »ich bin teilweise einverstanden« oder »ich bin nicht einverstanden«. Etwas ungenau ist die mittlere Kategorie (teilweise einverstanden). Es wird nicht klar, wo hier die Abgrenzung geschieht. D'Haenens und

Bink (2006) haben in ihrer Studie ebenfalls auf die Basisframes von Semetko und Valkenburg zurückgegriffen und ähnlich deren Studie zwanzig Variablen, sprich Frameelemente bestimmt. Allerdings haben sie nicht ein rein deduktives Verfahren gewählt, sondern die Frameelemente in einer Faktorenanalyse zu den erwartenden Frames gebündelt. Dieses Verwenden von Basisframes erlaubt zwar nicht, die Thematik Religion bzw. Islam im Speziellen zu erfassen, ermöglicht dafür Vergleiche mit anderen Themenfeldern sowie Generalisierungen.

Bantimaroudis (2007) hat die Berichterstattung über religiöse Minoritäten in griechischen Zeitungen untersucht und dabei Entmans Framing-Definition sowie Reese Ausführungen als Bezugspunkt gewählt. Er erfasste nur nominale Variablen, darunter Ton (positiv, negativ, neutral), Typisierungen bzw. Zuschreibungen wie »Western agents«, »promoters of Western capitalism«, »Heretics«, »Unpatriotic« and »Evangelists«. Das Framing selber wird im Theorieteil ausführlich beschrieben und betont, in der Analyse sind aber keine konkreten Frames erkennbar. Mit dem Ton und den Zuschreibungen werden zwar Frameelemente erhoben, diese aber nicht systematisch geclustert. Ähnliches lässt sich über die Studie von Kerr (2003) sagen. Trotz ausführlicher Beschreibung des Framings wird seine empirische Anwendung nicht expliziert. In den Ergebnissen wird so lediglich mal darauf hingewiesen, »The frames used often deal with the conflict between church and state« (Kerr 2003: 223), aber weder wie das Frame entstanden ist, noch was es genau enthält. Martin et al. (2006), welche Berichte über das »Intelligent Design« (ID) untersuchten, suchten ebenfalls Frames. Ihr Aufsatz lässt darauf schließen, dass die Frames holistisch erfasst wurden. Sie definierten folgende Frames:

»Codors selected ›religion‹ if ID's religious implications were a central part of the story's organization. If coverage of a school board's impending decision regarding ID was a story's central point, on the other hand, codors selected an ›education‹ frame. Codors similarly decided the presence/absence of a ›science‹ frame (e.g., if debate of ID's scientific merits was central to the story) and a ›political involvement‹ frame (e.g., if the story covered an ID special interest group). Codors then identified one of these four frames as dominant in the article« (Martin/Trammell/Landers et al. 2006: 55).

Pollock (2005) hält Frames auf der Bewertungsebene fest. Er richtet sich dabei nach dem Framing-Ansatz, wie von Scheufele (1999), Reese (2001) und D'Angelo (2002) festgehalten. Die drei Frames (favorable, unfavorable und neutral Frame) werden aus verschiedenen Elementen im Codebuch konstituiert und sollen die »directional score« (Pollock/

Piccillo/Leopardi et al. 2005: 20) bestimmen. Sie konzentrieren sich auf Islam und Terrorismus. Als »favorable« Frame gelten Anstrengung den Islam zu legitimieren und die Trennung der Werte der Terroristen von denjenigen des Islams, also die klare Unterscheidung zwischen Islam und Terrorismus. »Unfavorable« Frames hingegen setzten die Werte der Terroristen mit denjenigen des Islam gleich. »Balanced/neutral« Frames umfassen Ankündigungen oder Argumente sowohl für als auch gegen islamische Gruppen (Pollock/Piccillo/Leopardi et al. 2005: 21).

Die Framing-Studien zu Religion in den Medien bieten aufgrund ihrer oft wenig systematischen Vorgehensweise für die vorliegenden Studie nur wenig Anhaltspunkte dazu, wie vorgegangen werden könnte.

Wertungen

Pollock et al. (2005) untersuchte die Bewertung des Islams mit Hilfe von Frames. Auch andere Forscher haben versucht, die Berichterstattung über Religion insbesondere des Islams auf Wertungen hin zu untersuchen. Breen (2001) erfasste Legalität und Evaluation, um Wertungen aufzuzeigen. 1) Legalität wurde auf einer Fünfpunktskala von extrem illegal (z. B. Selbstmord, Vergewaltigung, Mord) bis hin zu legal (nicht illegal) operationalisiert (Intercoderreliabilität 0.88). 2) Evaluation wurde ebenfalls auf einer 5er-Skala gemessen und als »the perceived attitude of the writer to the religious group in question« (ebd.: o.S.) bezeichnet. Zwar wurde eine gute Intercoderreliabilität erreicht. Trotzdem drängt sich die Kritik nach einer ungenauen Variable auf. In der Media Tenor Studie (Evans/Kolmer/Schatz 2008) wird zwischen expliziten Bewertungen (wie Lob oder Kritik) und impliziter Bewertung (Valenz des Kontext) unterschieden. Auch hier ist trotz guter Intercoderreliabilität anzuzweifeln, dass Lob oder Kritik wirklich intersubjektiv gemessen werden können. Wie in der Medientenorstudie macht Sheikh (1996) den Ton der Berichterstattung an der Valenz des Kontextes fest: Positive Berichterstattung wird definiert als »as news conveying attributions, relationships, actions, events and incidents which reflect unity; social, political, economic and religious cohesion; cooperation; stability; strength; morality; intelligence; success; good deeds and acts; progress; lawfulness; or which promoted democratic values« (Sheikh/Price/Oshagan et al. 1996: 149). Auf der anderen Seite gilt als negative Berichterstattung, »that conveying attributions, relationships, actions, events and incidents which reflect disunity; social, political, economic and religious conflict; disorganization; instability; weakness; immorality; ignorance; failure; bad deeds and acts; backwardness; unlawfulness; or which displayed anti-Western or antidemocratic, or misogynistic values«

(Sheikh/Price/Oshagan et al. 1996: 149). Neutrale Berichte sind diejenigen, welche weder positiv noch negativ sind.

Den Ton der Berichterstattung zu erfassen, ist eine schwierige Aufgabe, die auch in den vorgestellten Studien nicht vollständig zufriedenstellend gelöst werden kann. Viele der Studien haben gute Intercoderreliabilitäten erreicht, was sehr erstaunt, denn die Kategorien wirken sehr subjektiv. In dieser Arbeit wird deshalb auf ein ähnliches Vorgehen verzichtet.

Stereotype

Stereotype werden in verschiedenen Forschungen bewusst oder unbewusst, vor allem implizit, teilweise auch explizit (Abdel Aziz 2005, Schenk 2009, Röder 2007) untersucht. Abdel Aziz (2005) etwa hat vorher deduktiv abgeleitete Stereotype in Form von Frames untersucht. Schenk (2009) untersuchte, um den Stereotypen auf den Grund zu gehen, die Häufigkeit des Vorkommens verschiedener Religionen, die Themenvielfalt, sowie die Positivität bzw. Negativität der Berichterstattung. Generell zeigt sich, dass Stereotype über viele Wege erfasst werden können. So muss, aufgrund der Definition von Stereotypen, jedes sich generalisierte, mehrmals wiederkehrende, gleiche Bild einer Religion/Konfession/Religionsgemeinschaft, eines religiösen Akteurs oder Akteursgruppen als Stereotyp betrachtet werden. Hierbei soll nochmals daran erinnert werden, dass das Vorkommen von Stereotypen, nicht unbedingt auf ein einseitiges, negativ belastendes oder gar falsches Bild schliessen lässt.

Generell

Um eine Beschreibung der religiösen Akteure zu liefern, ist eine Möglichkeit, Attributzuschreibungen zu erfassen. Sheikh (1996) hat dafür eine vordefinierte Liste verwendet, was natürlich die Gefahr der Unvollständigkeit in sich birgt.

Viele der Studien sind nicht oder nur schwach theoriegeleitet und verwenden vor allem deskriptive Variablen.

4.2.8 Sampling

Das Sampling geschieht bei der Mehrheit der Studien über eine Stichwortsuche. Da fast alle sich auf eine oder einige wenige Religionen konzentrieren, lässt sich auch die Stichwortliste relativ einfach gestalten. Es wurde konkret nach der Religion und der verschiedenen Ausgestaltung des Begriffs gesucht (z. B. Muslim*, Islam*). Generell wurde davon ausgegangen, diese Begriffe würden immer vorkommen, wenn die entsprechende Religion thematisiert wurde. So wurde nicht nach spezifischen Begriffen, wie z. B. religiöse Gebäude (Kirche, Moschee) oder religiöse Schriften (Koran, Bibel, Thora) gesucht. Spannend ist die Definition von religiösen Berichten in denjenigen Studien, die sich nicht nur auf eine oder zwei bestimmte Religionen konzentriert haben. Für Breen (2001) ist das Vorkommen einer religiösen Gruppe oder eines Individuums, das mit einer religiösen Gruppe verbunden werden kann, relevant, um von einem religiösen Bericht zu sprechen. Buddenbaum hält eine für diese Arbeit aufschlussreiche Definition von Religionsnachrichten fest:

»A religion news story is defined as one that mentions a religion, religious institution, or religious person, or that uses religious language (e.g. ›holy‹) or shows a religious person, institution, or symbol (e.g., a cross) in a way that suggests the story would tell the average viewer something about religion« (Buddenbaum 1990: 251f).

4.2.9 Zusammenfassung der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der verschiedenen Studien miteinander verglichen, vereint und in zentrale Aussagen verdichtet. Die Aussagekraft muss allerdings eingeschränkt werden: Einerseits ist die Anzahl Studien äusserst gering, andererseits werden hier Ergebnisse von Studien verglichen, die unterschiedliche Methoden verwendet haben, in unterschiedlichen Ländern durchgeführt wurden und sich auf zeitlich unterschiedliche Abschnitte beziehen.

Religion allgemein war bisher selten ein Untersuchungsgegenstand. Die Empirie in den USA legt dar, dass Religion mehrheitlich nur Nebenthema in der Berichterstattung ist. So sind auch vertiefende Informationen über den Glauben und religiöse Praktiken selten. Je grösser eine Religionsgemeinschaft ist, desto prominenter platziert und positiver ist der Bericht. Sowohl in den US-Studien als auch in der Schweizer Studie wird eine Dominanz des Katholizismus festgestellt. Der Papst ist dabei ein sehr prominenter Akteur. In der Schweiz wird ein stark institu-

tionell geprägtes Bild vom Christentum vermittelt. Das Judentum wird in drei Studien, zwei deutschen und einer schweizerischen untersucht, wobei diese zeitlich weit auseinander liegen. Ihre Vergleichbarkeit ist aufgrund des unterschiedlichen historischen Bezugs zum Judentum beschränkt. Die Schweizer Studie konstatiert eine positive und Empathie fördernde Darstellung von Juden in den Medien. Sie werden häufig in einer Opferrolle gezeigt. Juden werden ausserdem oft im Kontext der Diskussion über den Nahost-Konflikt typisiert, dann als privilegiert/imperialistisch und als Tätervolk. Der Buddhismus ist in den westlichen Zeitungen kein Thema. Wenn, dann wird er nur in Berichten über den Dalai Lama thematisiert. Dieser genießt eine gewisse Unantastbarkeit – über ihn wird kein schlechtes Wort verloren. Tweed (2008: 92) erklärt, wieso Buddhisten so »nett« erscheinen: »Buddhism has been able to loose association with public violence in a way Islam has not«. Der Islam ist Gegenstand zahlreicher wissenschaftlicher Studien. Im Vergleich der Studien erstaunt die sehr ähnliche Berichterstattung in den verschiedensten Ländern. Was sich durchwegs deutlich abbildet, ist ein Anstieg an Berichten über den Islam nach den Terrorattacken in New York 2001. Im Weiteren ist ein Fokus der Berichterstattung aufs Ausland sowie eine Konzentration auf Politthemen zu erkennen. Der Islam wird vor allem im Zusammenhang mit gewalttätigen Konflikten, Terrorismus, Krieg und allgemein mit Gewaltereignissen thematisiert. Alltagsprobleme von Muslimen sowie kulturelle und geschichtliche Themen sind selten Gegenstand der Berichterstattung. Das Islambild ist stark negativ belastet. Der Islam gilt als Bedrohung für den Westen. Dabei wird von einer Einheitlichkeit und Einheit der islamischen Welt ausgegangen. Muslime werden homogenisiert.

5 Forschungsleitende Fragestellung und generierte Annahmen

Wie in den vorangegangenen Ausführungen dargelegt, ist das Feld »Religion und Medien« und insbesondere auch »Religion in den Medien« kommunikationswissenschaftlich bisher marginalisiert behandelt worden. Es sind kaum Erkenntnisse vorhanden und wenn, dann insbesondere über den Islam, dessen Darstellung in den Medien als einzige vermehrt auch weltweit in verschiedenen Settings untersucht wurde. Um das Feld zu ergründen, ist es deshalb nötig, gesamthaft vorzugehen, um erstmals Themen, Akteuren und Mustern auf die Spur zu kommen. Die zentralen Fragestellungen, die in der Einleitung bereits formuliert wurden, bleiben damit bestehen. Sie lauten folgendermassen: Wie lässt sich die Berichterstattung über Religion, Religionsgemeinschaften beschreiben? Welches Bild vermitteln die Medien von ihnen? Gibt es Muster, die sich als Stereotypen manifestieren? Das sind überdies die Fragen, welche für das nationale Forschungsprogramm »Religion, Staat und Gesellschaft« von Interesse sind und deren Antworten wichtige Inputs für Religionsvertreter, Politik sowie Medien geben können.

Bisherige Studien haben sich vorwiegend auf eine deskriptive Untersuchung der Religionsgemeinschaften konzentriert. Hier werden zusätzlich, wie im Theorieteil vorgestellt, die kommunikationswissenschaftlichen Theorien Framing und Nachrichtenwerttheorie sowie der neue Ansatz der narrativen Muster einbezogen. Daraus, sowie mit der Ausführung zu Stereotypen im Hintergrund, werden folgende Fragen und die dazugehörigen Hypothesen an die Empirie formuliert:

Fragestellung: Welche Religionsgemeinschaften kommen in den Medien aus der Region Zürich und Lausanne vor?

(H1_1) Nicht-christliche Religionsgemeinschaften werden häufiger als christliche Religionsgemeinschaften nur nebenbei erwähnt.

Diese These legt nahe, dass in denjenigen Beiträgen, in welchen Religion Nebenthema ist, vor allem nicht-christliche Religionsgemeinschaften

aufzutreten. Neben dem Christentum, der historisch traditionellen Religion der Schweiz, gibt es viele weitere, den Schweizern eher fremde Religionsgemeinschaften. Diese sind alle in der Schweiz marginal vertreten. Die Mehrheit davon sind Religionen, die Immigranten in den vergangenen Jahrzehnten mit ins Land gebracht haben. Sie sind also etwas Fremdes, etwas Unbekanntes. Dadurch wird die Religion zu einem besonderen Merkmal, dass es zu erwähnen gilt – weil sie eben als ausserordentlich wahrgenommen wird. Dies ist insbesondere der Fall, wenn sich die fremde Religionsgemeinschaft durch äusserliche Merkmale von der einheimischen Bevölkerung abhebt, wie z. B. durch Gesichtsschleier oder Kippas.

(H1_2) Über christliche Religionen wird häufiger berichtet als über nicht-christliche Religionen. Am zweithäufigsten tritt der Islam auf. Die anderen Religionsgemeinschaften nehmen nur einen sehr marginalen Anteil der Berichterstattung ein.

H1_2 beruft sich darauf, dass dem Christentum in der Schweiz nicht nur wegen seiner langen historischen Tradition in den Medien mehr Aufmerksamkeit eingeräumt wird, sondern auch aufgrund seiner zahlenmässigen Dominanz in der Schweiz. Immerhin gehören rund 80% der Schweizer dem Christentum an (vgl. dazu Bovay 2004). Zudem betreiben die beiden grossen Landeskirchen eine ressourcenstarke, professionelle Öffentlichkeitsarbeit, die Minderheitsreligionen aufgrund mangelnder Ressourcen fehlt. Diese Arbeit sollte sich in den Medien niederschlagen. Studien wie diejenige von Stern (2004) oder Imhof/Ettinger (2007) haben gezeigt, dass das Christentum bzw. der Katholizismus im Vergleich mit anderen Religionsgemeinschaften viel Beachtung in den Medien zuteil wird. Eine Berichterstattung über den Islam wird ebenfalls häufig erwartet. Dies ist auf verschiedene Phänomene zurückzuführen. Unterschiedliche Studien (u. a. Schranz/Imhof 2002, Reichmuth 2006, Poole 2006) konnten zeigen, dass nach den Terroranschlägen in New York und Madrid der Islam deutlich häufiger Gegenstand in den Medien wurde – Tendenz steigend. Eine allgemeine Angst vor dem Islam, gar eine Islamophobie wird in der westlichen Bevölkerung spürbar, die etwa in der Schweiz mit der Anti-Minarett-Initiative zum Ausdruck kam. Folgt man dieser Logik weiter, muss zumindest der radikale Islam als in der Schweiz unerwünscht bezeichnet werden. Die Feststellung von Ruhrman/Demren (2000), dass unerwünschte Ausländergruppen in den Medien mehr Aufmerksamkeit erhalten als es ihrem Bevölkerungsanteil entspricht, könnte damit direkt auf den Islam übertragen werden. Von der Präsenz über andere Religi-

ongemeinschaften in den Medien weiss man nur wenig. Einzig bekannt ist die marginale Bedeutung des Buddhismus in den Medien (Stern 2004, Christen 2005).

(H1_3) In der aktuellen Berichterstattung 2008 ist gegenüber derjenigen aus 1998 eine Pluralisierung von dargestellten Religionen zu beobachten.

Zwar wird auch für 2008 eine Dominanz der christlichen Religionen erwartet. Allerdings ist anzunehmen, dass sich aufgrund der Pluralisierungsprozesse von Religion in der Gesellschaft 2008 zugleich die Vielfalt der in den Medien dargestellten Religionen gegenüber 1998 steigert. Insbesondere durch die Migration kommen immer mehr neue Religionen in die Schweiz und gewinnen zunehmend an Mitgliederstärke.

Fragestellungen:

Um welche Themen geht es in der Schweizer Religionsberichterstattung und inwiefern wird Religion an sich zum Thema gemacht?
 Welche religiösen Akteure treten auf und wie werden sie beschrieben?
 Welche Nachrichtenfaktoren, Frames und narrativen Muster kommen in der Schweizer Religionsberichterstattung in Kombination mit welchen Religionsgemeinschaften zur Anwendung?

Themenfelder

(H2_1) Das Religiöse, die religiösen Dimensionen kommen in der Berichterstattung selten vor. Wenn doch, dann häufiger in der Berichterstattung über christliche als in derjenigen über nicht-christliche Religionsgemeinschaften.

(H2_2) Medien, welchen allein von ihrer Ausrichtung her mehr Platz für Hintergrundinformationen zur Verfügung stehen (Sonntags-/Wochenzeitungen, Hintergrundsendungen), thematisieren Religionsinhalte häufiger als andere Medientypen.

(H2_3) Politik/ Konflikt ist in der Berichterstattung über nicht-christliche Religionsgemeinschaften das dominierende Thema.

(H2_4) Die Ereignisvalenz ist häufiger negativ als neutral oder positiv besetzt; bei nicht-christlichen Religionsgemeinschaften ist sie anteilmässig noch häufiger negativ als bei den christlichen Religionsgemeinschaften.

Es wird erwartet, dass zwar den Bezeichnungen von Nye (2007) folgend Religionen (religions) erwähnt werden, das Religiöse (religious) und »religioning« hingegen nach den vier Dimensionen nach Glock (1969), kein Raum in der Berichterstattung findet. Die Individualisierungs- und Privatisierungsthese von Religion sprechen dafür, dass Religion im Sin-

ne von »religious« und »religioning« zunehmend zum Privatthema wird. So hat auch Gärtner (2009) in Interviews mit deutschen Journalisten herausgefunden, dass für sie der Glaube selber nicht als öffentlich relevant gelte und die sinnstiftende Funktion sowie das Glaubenssystem deren Meinung nach Privatsache sei. Ähnlich stellen Wyss und Keel (2009) fest, die individuelle und spirituelle Seite von Religion sei aus der Sicht der Schweizer Medien kaum kommunizierbar. Entsprechend zeigt die Media Tenor-Studie, dass das Religiöse in der Berichterstattung kaum vorkommt. Wenn religiöse Kontexte zum Thema werden, dann, so legt jene Studie nahe, beim Christentum und Judentum. Die Studie wurde allerdings nicht in der Schweiz durchgeführt und es gilt zu überprüfen, ob sich diese Ergebnisse für die Schweizer Medien bestätigen lassen. Religion interessiert laut verschiedener Studien vor allem als politischer Faktor. Insbesondere über den Islam, aber auch generell über nicht-christliche Religionsgemeinschaften wird demnach eher aus einem politischen Blickwinkel berichtet (u. a. Gärtner 2009, Koch 0.1.2010). Wenn Politik und insbesondere Konflikt dominieren, ist es naheliegend, dass die Ereignisvalenz tendenziell eher negativ ist.

Akteure

(H3_1) Buddhisten werden von allen Religionsakteuren in den Medien am positivsten dargestellt. Am häufigsten mit negativen Attributen beschrieben werden Muslime und Sektenanhänger.

Wie Christen (2005) aufzeigen konnte, wird der Dalai Lama, der laut Stern (2004) in der Berichterstattung den ganzen Buddhismus personifiziert, in den Medien nie kritisch betrachtet. Auch Kurzke (2009) diskutiert in seinem Aufsatz die immerzu positive Darstellung des Dalai Lama. Der Islam wird laut verschiedenen Studien am häufigsten in Zusammenhang mit negativ besetzten Ereignissen wie Politik, Konflikt und Terrorismus thematisiert und Muslime treten dann vor allem in der Täterrolle auf. Meier, Müller und Eisenegger (2004) führen in ihrer Inhaltsanalyse von Schweizer Medien aus, dass Muslime sehr häufig negativ typisiert werden. Und auch Abdel Aziz (2005) zeigt, wie sie häufig mit den negativ konnotierten Attributen extremistisch oder fundamentalistisch beschrieben werden. Diese Feststellungen bieten auch Grundlage für die Begründungen der nachfolgenden Hypothesen zu Nachrichtenfaktoren und narrativen Mustern.

Nachrichtenfaktoren

(H4_1) Je nach Religion(sgemeinschaft), über welche berichtet wird, dominieren andere Nachrichtenfaktoren den Medienbeitrag. Beim Christentum und Buddhismus wird eine Dominanz der Nachrichtenfaktoren Prominenz und persönlicher Einfluss erwartet, beim Islam Aggression, Kontroverse und Schaden, beim Judentum Kontroverse und Schaden und schliesslich kommen bei Sekten Kriminalität, Schaden und Personalisierung am häufigsten vor.

Die Analyse der Darstellung des Christentums in den Schweizer Medien von Stern (2004), genauso wie die Inhaltsanalyse von Medien weltweit (aber ohne Schweizer Medien) von Kolmer (2009) zeigen, dass in der Berichterstattung über christliche Religionsgemeinschaften der Papst eine dominante Sonderstellung einnimmt. Er ist eine prominente Persönlichkeit, die in der öffentlichen Diskussion eine einflussreiche Stellung hat. Dies gilt beim Buddhismus gleichermassen für den Dalai Lama, der laut Studien die Berichterstattung über den Buddhismus weitgehend prägt. Deshalb werden in Beiträgen zu beiden Religionsgemeinschaften häufig die Nachrichtenfaktoren Prominenz und Einfluss erwartet. In Beiträgen über den Islam wird entsprechend den vorherigen Ausführungen zu dessen politik-, konflikt- und terrorismuszentrierten Darstellung, sowie seiner negativ typisierten Darstellung davon ausgegangen, dass die negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren Aggression, Kontroverse und Schaden oft vorkommen. Das Judentum ist laut Meier, Müller und Eisenegger (2004) häufig im Zusammenhang mit dem Nationalsozialismus oder mit dem Nahostkonflikt in den Medien. Beides sind negativ besetzte Themenfelder, weshalb das Vorkommen der negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren Kontroverse und Schaden wahrscheinlich ist. Schliesslich werden Kriminalität, Schaden und Personalisierung in der Berichterstattung über Sekten vermutet. Mit Sekten wird generell etwas Negatives, etwas Gefährliches verbunden. Es wäre somit naheliegend, dass Kriminalität und Schaden eine bedeutende Rolle spielen. Personalisierung wird in dem Zusammenhang erwartet, dass die Medien aus dem Leben von Personen erzählen, die von Sekten geschädigt worden sind.

(H4_2) *In Beiträgen über kleinere Religionsgruppierungen in der Schweiz (die vor allem nicht-christliche sind) treffen mehr Nachrichtenfaktoren auf als in Berichten über grössere Religionsgruppen (Katholiken und Protestanten).*

Diese Annahme wird im Sinne der Additivitätshypothese nach Galtung und Ruge (1965) getroffen. Grosse Religionsgemeinschaften haben allein schon aufgrund ihrer Grösse Gewicht und Relevanz in der Gesellschaft und müssten damit für die Medien ebenfalls bedeutsame Akteure sein. Die Geschehnisse bei Minderheitsreligionen betreffen hingegen oft nur einen kleinen Teil der Gesellschaft. Sie werden für die Medien, so wird zumindest erwartet, erst interessant, wenn Ereignisse, die sie betreffen, viele Nachrichtenfaktoren aufweisen oder sich zumindest Nachrichtenfaktoren zuschreiben lassen, so z. B. wenn das Ereignis mit einer prominenten Persönlichkeit personifiziert werden kann.

Framing

(H5_1) *Je nach Religion(sgemeinschaft), über welche berichtet wird, ist der Medienbeitrag anders geframed.*

(H5_2) *In der Berichterstattung 2008 sind andere Frames zu finden als in derjenigen von 1998.*

Dem Vorschlag von Kohring und Matthes (2002) folgend, werden in dieser Arbeit Frames induktiv bestimmt, so dass die Frames selber erst aus dem Datenmaterial heraus identifiziert werden. Es können deshalb keine konkreten Aussagen über die Verwendung der Frames gemacht werden, da sie noch nicht bekannt sind. Es wird aber davon ausgegangen, dass über verschiedene Religionsgemeinschaften unterschiedlich berichtet wird. Die Frames werden aus den oben dargestellten Gründen in der Berichterstattung über den Islam und Sekten tendenziell negativer und konfliktgeladener sein als in derjenigen über andere Religionsgemeinschaften. Eine Veränderung in der Berichterstattung über die Zeit wird erwartet, weil sich die Religionslandschaft immer wieder verändert und sich den modernen Gegebenheiten anpasst. Insbesondere in der Berichterstattung über den Islam sind nach den terroristischen Anschlägen in New York und Madrid Veränderungen wahrscheinlich. Studien wie diejenige von Schranz/Imhof (2002) und Reichmuth (2006), welche Schweizer Medien untersucht haben, sowie die Inhaltsanalyse von englischen Zeitungen von Poole (2006) belegen eine Veränderung in der Berichterstattung über den Islam nach den Anschlägen vom 11. September 2001.

Narrative Muster

(H6_1) *Journalisten haben ganz bestimmte Bilder von Religionsgemeinschaften im Kopf. Bei jeder Religionsgruppe dominieren eines oder zwei der narrativen Muster. In der Darstellung von Christen werden die narrativen Muster »gute Mutter« und Schuldiger erwartet, bei Muslimen kommen der Bösewicht und die »andere Welt« zum Zug, für Buddhisten werden die narrativen Muster Opfer und Held verwendet, bei Juden das Opfermuster und bei Sekten der Bösewicht und die »andere Welt«.*

Die unterschiedliche Darstellung verschiedener Religionsgemeinschaften in immer gleichen Mustern gipfelt in der Auswahl der verwendeten narrativen Muster. Bei den christlichen Gemeinschaften wird insbesondere die »gute Mutter« erwartet, die das Christentum aus seiner helfenden, guten Seite, etwa in Form von Hilfsworkerarbeiten oder dem Papst, der sich den Menschen zuwendet und ihnen seinen Segen gibt, zeigt. Auf der anderen Seite sind 2008 viele Fälle pädophiler katholischer Geistlicher aufgedeckt worden, die das Bild des Christentums stark mitprägen müssten. Deshalb wird mit dem narrativen Muster des Schuldigen vermehrt gerechnet. Wenn Muslime wie oben diskutiert in konfliktiven Kontexten oder im Zusammenhang mit Terrorismus auftauchen und dabei als Täter typisiert werden, wäre es auch naheliegend, wenn das narrative Muster Bösewicht zum Zug käme. Die »andere Welt« könnte insbesondere in Verbindung mit der Anti-Minarett-Initiative, wie allgemein mit der Diskussion über den Islam im Westen auftauchen. Der Islam im Westen wird, so die Annahme, als eigene, separate Welt verstanden, die sich durch ihre Exotik und Andersartigkeit von der Schweizer Gesellschaft unterscheidet. In der Berichterstattung über den Buddhismus wird, wie bereits angedeutet, eine starke Präsenz des Dalai Lamas erwartet; Dies nicht zuletzt auch aufgrund seiner Rolle im China-Tibet-Konflikt, der 2008 viel Aufmerksamkeit erhielt. Naheliegend wäre, wenn Buddhisten einerseits in einer Opferrolle als von China Unterdrückte und Bedrohte behandelt werden, andererseits als Helden, die sich gegen das mächtige China stellen. Was die Berichterstattung über das Judentum betrifft, lässt die Studie von Meier, Müller und Eisenegger (2004) eine Bevorzugung des narrativen Musters Opfer vermuten. Sie haben gezeigt, dass eine Opfertypisierung immer noch stark vorgenommen wird und die Juden nur im Zusammenhang mit dem Nahost-Konflikt mit einer negativen Typisierung als Tätervolk präsentiert werden. Schlussendlich ergibt sich die Annahme, dass Sektenanhänger im Zusammenhang mit einer anderen Welt präsentiert werden, aus der Natur der Sekten. Ein wichtiger Aspekt von Sekten ist per Definition von Schmid (1995) die Abschottung. Sie ziehen sich also

in ihr eigene Welt zurück. Der Begriff Sekten selber ist negativ und wird als etwas Gefährliches konnotiert. Dies würde dafür sprechen, dass das Bösewichtmuster hier zum Einsatz kommt.

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass über christliche Religionsgemeinschaften vielfältiger und differenzierter berichtet wird als über nicht-christliche Religionsgemeinschaften. Dies ergibt sich aus all den obigen Hypothesen, angefangen bei den Themen Nachrichtenfaktoren und Frames bis hin zu den narrativen Mustern. Aus Sicht der Stereotypenforschung lässt sich das wie folgt begründen: Christliche Religionsgemeinschaften haben eine historische Tradition in der Schweiz und sind als Mehrheitsreligion noch immer einem Grossteil der Schweizer vertraut. Angehörige nicht-christlicher Religionsgemeinschaften gehören zur »Outgruppe«. Sie sind weniger bekannt und gehören einer Minderheit an. Dadurch sind sie eher Stereotypisierungen ausgesetzt. Stereotypisierungen haben die Eigenschaft einer starken Generalisierung, die in immer gleichen Mustern wiederholt werden. Durch die stärkere Vertrautheit mit dem Christentum werden auch feinere Differenzen in die Berichterstattung aufgenommen und die Vielfaltigkeit innerhalb des Christentums stärker wahrgenommen.

Vergleiche

Schliesslich interessieren Unterschiede innerhalb der Gesamtberichterstattung.

- Unterscheiden sich verschiedene Medientypen, aber auch Medien aus der Deutsch- und Welschschweiz hinsichtlich ihrer Religionsberichterstattung?

Dies soll ergründet werden, um zu erfahren, ob es so etwas wie eine Schweizerische Religionsberichterstattung gibt oder ob je nach Medientyp differenziert werden muss. Im Weiteren stellt sich die Frage:

- Unterscheiden sich Ausland- und Inlandberichterstattung hinsichtlich der Darstellung verschiedener Religionsgemeinschaften?

Wenn dem so wäre, würde dies bedeuten, dass unterschiedliche Bilder von Religionsgemeinschaften in der Schweiz bzw. im Ausland vermittelt werden. Möglicherweise wird über die Religionsgemeinschaften in der Schweiz differenzierter berichtet als über diejenigen im Ausland, weil eben eher ein Zugang zu ihnen gegeben ist als im Ausland.

Zwar liegt der Fokus der empirischen Untersuchung auf dem Jahr 2008, im kleinen Rahmen wird aber jeweils ein Vergleich zwischen den beiden Jahren 1998 und 2008 unternommen, um Hinweise darauf zu

erhalten, wie manifest gewisse Muster sind oder ob sie sich gewandelt haben.

- Hat es einen Wandel in der Berichterstattung über Religion/ Religionsgemeinschaften gegeben vom Jahr 1998 zu 2008?

Bewährung der theoretischen Ansätze

Wie bereits darauf hingewiesen, ist das Ziel dieser Arbeit, aufzuzeigen, wie über Religion in den Medien entwickelt wird. Sie verfolgt damit nicht den Anspruch einer theoretischen Neu- oder Weiterentwicklung. Trotzdem soll hier eine Diskussion darüber geführt werden, welches Potential die angewandten Theorien haben, um Berichterstattung zu beschreiben und wie sie sich gegenseitig ergänzen oder ob ihre gemeinsame Anwendung keine neue Erkenntnisinteresse bringt. Im Weiteren ist hier von Interesse, ob der narrative Ansatz, der in dieser Form neu ist, der Empirie standhält.

6 Methodisches Vorgehen

Nachdem nun die Fragestellungen und Thesen vorgestellt wurden, soll hier das methodische Vorgehen dieser Studie aufgezeigt werden. Zuerst wird auf das Instrument der quantitativen Inhaltsanalyse eingegangen (Kapitel 6.1) und dann der Sampling-Prozess (Kapitel 6.2) aufgezeigt. Anschließend folgt ein Kapitel zur Codierung (Kapitel 6.3), wobei zunächst die einzelnen unternommenen Schritte im Codierprozess (Kapitel 6.3.1) dargelegt werden und danach das Codebuch und die darin verwendeten Operationalisierungen (Kapitel 6.3.2) vorgestellt wird. Um die später präsentierten Ergebnisse überhaupt einordnen zu können, ist es nötig einen Überblick über die zentralen Ereignisse zu haben, welche die beiden Untersuchungsjahre geprägt haben. Dieser wird abschließend in Kapitel 6.4 gegeben.

6.1 Quantitative Inhaltsanalyse

Für die Bearbeitung der Fragestellungen wird die Methode der Inhaltsanalyse angewandt. Da das Untersuchungsinteresse auf Nachrichtentexten liegt, bietet sich dieses Verfahrens gerade zu an. Die Inhaltsanalyse dient dazu, inhaltliche und formale Merkmale von Mitteilungen zu beschreiben, woraus oft eine interpretative Schlussfolgerung abgeleitet wird (Früh 2007: 27). Sie verfolgt ein »Selektions- und ein Klassifikationsinteresse« (ebd.: 134) und kann nach Früh (ebd.: 78) als Suchstrategie bezeichnet werden. Deshalb muss von Anfang an genau definiert werden, was gesucht werden soll. Dies ist oft schwieriger als angenommen. Beim hier angewandten Forschungsgegenstand Religion zeichnet sich die erste Schwierigkeit bereits bei der Auswahl der Artikel ab (Was sind Religionsartikel?). Aber auch zur Operationalisierung müssen einige Unklarheiten überwunden werden. Auf beide Problematiken und die hier gewählten Lösungsansätze wird an späterer Stelle eingegangen.

In wenigen Fällen werden Variablen metrisch erfasst, häufig wird in der Inhaltsanalyse aber auf Nominalniveau gemessen. Dies bedeutet, dass aus dem vorliegende Material Einzelphänomene klassifiziert werden (ebd.: 42, 35). Die Inhaltsanalyse hat also die pragmatische Aufgabe, systematisch Komplexität zu reduzieren. Dadurch gehen aber Informationen verloren:

»Dieser Informationsverlust ist jedoch nicht als Nachteil zu sehen; vielmehr bildet er die Voraussetzung für einen Informationsgewinn, der auf anderem Wege nicht zu erzielen wäre. Die bewusst eingeschränkte Perspektive lässt grössere strukturelle Zusammenhänge erkennen und stellt Vergleiche auf eine systematische Grundlage« (Früh 2007: 42).

In der Datenanalyse können dann Strukturmerkmale grösserer Textmengen als mehrdimensionale Bedeutungsräume herausgearbeitet werden. Diese sind auf den ersten Blick im Textmaterial meist nicht erkennbar (ebd.: 63, 87). Die Schwierigkeit liegt darin, diese intersubjektiv zu erfassen und die Validität und Reliabilität zu sichern. Wichtig ist eine Offenlegung des Verfahrens, Vollständigkeit, Trennschärfe von Kategorien und Indikatoren sowie eine Invarianz der Codierregeln (ebd.: 103). Jedes Textelement muss an jeder beliebigen Stelle des Untersuchungsmaterials die gleiche Chance haben, erfasst zu werden. Können diese Voraussetzungen ausreichend erfüllt werden, lassen sich die Befunde auch generalisieren (ebd.: 66).

Für die Arbeit wird eine quantitative Inhaltsanalyse durchgeführt, d.h. es werden nach einem geschlossenen Kategoriensystem Textmerkmale erfasst. Früh (ebd.: 38) kritisiert den Begriff quantitative Inhaltsanalyse da »jede Beobachtung bzw. Identifizierung eines inhaltlichen Textmerkmals [...] zunächst ein »qualitativer« Analyseakt« (ebd.: 38) sei. Allerdings wird hier trotzdem der Begriff quantitative Inhaltsanalyse verwendet, weil Häufigkeiten von geschlossenen Kategorien gemessen werden. In wenigen Fällen sind im vorliegenden Codebuch auch offene Textvariablen vorhanden, da man sich dadurch einen grösseren Erkenntnisgewinn versprochen hat.

Da Medientexte untersucht werden, bot sich die Inhaltsanalyse an. Das quantitative Vorgehen wurde gewählt, um einen möglichst grossen Textkorpus bearbeiten zu können und dabei die Möglichkeit einer gewissen Generalisierbarkeit zu haben. Im Folgenden werden die einzelnen Punkte des Vorgehens ausführlich dargelegt.

6.2 Sampling

In den nachfolgenden Ausführungen wird das Vorgehen beim Sampling und wie sich dieses schlussendlich konstituiert, aufgezeigt. Dieser mehrstufige Prozess begann in einem ersten Schritt mit der Auswahl der Medien.

Auswahl der Medien

Die Auswahl der Medien wurde sowohl für die Journalisteninterviews (Dahinden/Wyss 2009, Wyss/Keel 2009, vgl. dazu Kapitel 4.1), als auch für die hier vorgestellte Inhaltsanalyse angewendet. Die Bestimmung der Medien war somit bis zu einem gewissen Grad vom Gesamtprojekt »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen« aus dem Schweizerischen Nationalfondprojekt 58 vorgegeben. Allerdings konnten in dieser Inhaltsanalyse aus forschungsökonomischen Gründen nicht alle Medien, von welchen Journalisten befragt wurden, berücksichtigt werden.

Für die Auswahl der Medien wurden zwei unterschiedliche Kommunikations- und Wirtschaftsräume bzw. Sprachräume bestimmt: Lausanne und Zürich. Dadurch liessen sich Vergleiche zwischen der Welsch- und Deutschschweiz durchführen. Zentral bei der Bestimmung der Medien war, dass es sich um *allgemeine* Informationsmedien handelt. Es sollten also Printmedien und elektronische Sendungen sein, welche von Rezipienten konsumiert werden, um sich über das Weltgeschehen zu informieren und nicht solche, die zu einem bestimmten Bereich spezialisierte Informationen vermitteln. Spezialisierte Informationssendungen, wie z. B. die Sternstunde im Schweizer Fernsehen, sind damit nicht Teil des Samples. In der Auswahl sind verschiedene Medientypen berücksichtigt, wobei die jeweils Auflagenstärksten ausgewählt wurden. Auf einer ersten Ebene wurde nach Printmedien, Radio- und Fernsehsendungen unterschieden. Zeitungen und Fernsehen waren als rezipientenstarke Leitmedien von vornherein selektiert. Der Einbezug des Radios erfolgte nach intensiven Diskussionen mit dem Begleitboard, da es ebenfalls wichtige Leitfunktionen in der Gesellschaft einnimmt und ein grosser Teil der Bevölkerung Radiosendungen rezipiert. Die Zusammenstellung des elektronischen Samples gestaltete sich als sehr aufwändig, da alle Beiträge für ein ganzes Jahr durchgehört werden mussten. Deshalb wurde beschlossen, die elektronischen Medien nur für den Raum Zürich zu erheben. Dass das Internet nicht einbezogen werden konnte, ist sicherlich ein Nachteil. Durch seine grosse Fluktuation und der Möglichkeit, eine unbegrenzte Anzahl Artikel zu platzieren, ist es allerdings sehr aufwändig, die Untersuchungseinheit zu bestimmen. Reine Internetzeitungen haben sich in der Schweiz bisher kaum etabliert. Vorherrschende Onlineredaktionen, wie etwa diejenige von www.20min.ch oder www.Tagesanzeiger.ch, sind bis zu einem gewissen Grad eigenständig, aber doch an ein Printmedium angegliedert und pflegen einen aktiven Austausch mit diesem. Online sind zwar mehr, aktuellere und meist ausführlichere Artikel zugänglich, zentrale Beiträge

werden allerdings in beiden Medien platziert. So kann zumindest bis zu einem gewissen Grad davon ausgegangen werden, dass mit der Erfassung des Printblattes tendenziell ähnliche Ergebnisse zu finden sind wie auf der Webseite. Allerdings ersetzt eine Analyse des Printmediums nicht diejenige der Onlineausgabe.

Wichtig erschien es auch, verschiedene redaktionelle Ausgangslagen und Bedingungen zu berücksichtigen, da sich eine unterschiedliche Ausrichtung entscheidend auf den Inhalt auswirken kann. Auf Zeitungsebene wurde deshalb nach Qualitäts-, Forums- und Boulevardmedien unterschieden. Diese Bezeichnungen werden immer wieder verwendet. Eine Analyse, welche die Medien empirisch nach standardisierten Kriterien einordnet, gibt es bisher jedoch nicht. Ein weiteres Unterscheidungskriterium bei den Printmedien war die Periodizität, also ob es sich um eine Tages-, Wochen- oder Sonntagszeitungen handelt. Schliesslich wurde darauf geachtet, nebst den bezahlten auch Gratiszeitungen einzubeziehen. Erstaunlicherweise werden die Einteilungen in Medientypen immer wieder auf unterschiedlichen Ebenen unternommen: Einige Medien gelten als Qualitäts-/Forums- oder Boulevardmedien, andere als Sonntags- oder Wochenzeitungen, wiederum andere als Gratiszeitungen. Diese Unterteilung erscheint inkonsequent, da eine Sonntagszeitung gleichzeitig eine Boulevard- und Gratiszeitung sein kann. Trotzdem muss dieser Ansatz, die Medientypen auf verschiedenen Ebenen zu unterscheiden, bisher als am fruchtbarsten angesehen werden. Denn obwohl unterschiedliche Abstraktionsgrade und Basiskriterien angewendet werden, lassen sich mit dieser Unterteilung die jeweils dominierenden Merkmale verschiedener Medientypen hervorheben. Somit können die Medien der Gruppe zugeordnet werden, deren Merkmale für sie bestimmend sind und den entscheidendsten Einfluss auf den Inhalt haben. Die vorgenommene Zuordnung ist in Abb. 7 (Seite 152) einsehbar.

In allen Medien ist Platz Mangelware. Im Vergleich zu den Nachrichtensendungen im Radio oder Fernsehen können Printmedien immer noch deutlich mehr Informationen platzieren und haben Raum für eine Hintergrundberichterstattung. Um dies auszugleichen, wurden in den elektronischen Medien nebst den Hauptnachrichtensendungen zusätzlich Hintergrundsendungen erhoben. Als Kriterium galt zum einen die Themenunabhängigkeit der Sendung, also dass sie nicht spezifisch auf ein Thema ausgerichtet ist. Zum anderen wurde darauf geachtet, die rezipientenstärkste Sendung zu selektionieren. Beim Schweizer Fernsehen ist somit die »Rundschau«, die einmal wöchentlich erscheint und drei bis vier Beiträge pro Sendung ausstrahlt, ausgewählt worden. Ein

genaues Pendant liess sich bei Radio DRS nicht finden. Die Sendung »Echo der Zeit« berichtet zwar über einen breiten Themenkomplex, allerdings liegt der Fokus auf der Politik. Dies muss in der Auswertung berücksichtigt werden. Weitere Unterschiede zur »Rundschau« liegen in der Erscheinungshäufigkeit und Beitragsmenge. Das »Echo der Zeit« erscheint täglich und weist deutlich mehr Beiträge pro Sendung auf.

Aus forschungsökonomischen Gründen können die in den Journalisteninterviews einbezogenen Regionalzeitungen, die mehrmals wöchentlich erscheinen, nicht berücksichtigt werden. Ebenfalls ausgeschlossen wurden die privaten Radio- und Fernsehstationen. Deren Berichterstattung ist besonders aufwändig zu analysieren, da bereits für die Auswahl der Beiträge jede einzelne Sendung durchgehört werden musste (mehr dazu später in diesem Kapitel).

Auswahl des Untersuchungszeitraums

In einem zweiten Schritt wurde der Untersuchungszeitraum bestimmt. Ziel war es, ein ganzes Jahr zu berücksichtigen. Um möglichst aktuelle Daten zu erhalten, wurde die Sammlung der Daten direkt nach der Definition des Samples aufgenommen. Die Erhebung startete somit am 7. Dezember 2007 bis zum 6. Dezember 2008. In den nachfolgenden Ausführungen wird vereinfacht vom Jahr 2008 gesprochen. Um die Entwicklung bzw. Unterschiede zu einem früheren Zeitraum zu beobachten, wurde ein zweiter Messzeitraum bestimmt. Die verschiedenen vorgestellten Medien zu Religion in den Medien postulieren eine Veränderung der Berichterstattung über Religion, insbesondere des Islams, nach den Terroranschlägen 2001 in den USA. Die bestehende Empirie lässt somit vermuten, dass es sich um ein Schlüsselereignis handelt. Deshalb sollte dieser zweite Zeitraum vor 2001 liegen. Es bot sich an, diesen zehn Jahre vor dem ersten Messzeitraum anzusetzen. Also wurde die Berichterstattung für das Jahr vom 1. Januar 1998 bis 31. Dezember 1998 untersucht. Forschungsökonomische Gründe erlaubten nicht, weitere Messzeiträume zu bestimmen. Aus denselben Gründen konnte nur ein Teil der Berichterstattung aller Medien, die 2008 untersucht wurden, für diesen Zeitraum erhoben werden. Insbesondere bei den elektronischen Medien war der Aufwand, die Beiträge eines weiteren ganzen Jahres durchzuhören, zu aufwändig. Aus diesen Gründen wurden die Beiträge aus dem Jahr 1998 nur für die auflagenstärksten Tageszeitungen codiert. Diese zählen nicht nur zu denjenigen, die am meisten rezipiert werden, sondern werden auch als Leitmedien in der Schweizer Medienlandschaft betrachtet.

Eine Übersicht über die schlussendliche Medienauswahl wird in nachfolgender Abb. 7 gegeben. Sie zeigt, welche Berichterstattung welcher Medien, für welchen Zeitraum ins Sample aufgenommen wurde. Zudem ist aufgezeigt, in welcher Periodizität sie erscheinen und welchem Medientyp sie zuzuordnen sind.

	Untersuchter Zeitraum	Erscheinungshäufigkeit	Bezeichnung/Medientyp
NZZ	2008, 1998	6x wöchentlich	Qualitätszeitung
NZZ AM SONNTAG	2008	Jeweils sonntags	Sonntagszeitung
TAGES-ANZEIGER	2008, 1998	6x wöchentlich	Forumszeitung
SONNTAGSZEITUNG	2008	Jeweils sonntags	Sonntagszeitung
BLICK	2008, 1998	6x wöchentlich	Boulevardzeitung
SONNTAGSBLICK	2008	Jeweils sonntags	Sonntagszeitung
.CH	2008	5x wöchentlich	Gratiszeitung
WELTWOCH	2008	1x wöchentlich	Wochenzeitung
LE MATIN	1998, 2008	6x wöchentlich	Boulevardzeitung
LE MATIN DIMANCHE	2008	Jeweils sonntags	Sonntagszeitung
LE TEMPS	1998, 2008 (ab Mai)	6x wöchentlich	Forumszeitung
24 HEURES	2008	6x wöchentlich	Forumszeitung
L'HEBDO	2008	1x wöchentlich	Wochenzeitung
20 MINUTES	2008	5x wöchentlich	Gratiszeitung
»Echo der Zeit«, DRS	2008	Täglich	Hintergrundsending
»Heute Morgen«, DRS	2008	5x wöchentlich, ab 8.3.'08 6x wöchentlich	Hauptnachrichtensending
»Tagesschau«, SF	2008	Täglich	Hauptnachrichtensending
»Rundschau«, SF	2008	Jeweils dienstags	Hintergrundsending

Abb. 7: Medienauswahl

Auswahl der Artikel

Um das Untersuchungsmaterial zu sammeln, standen verschiedene Zeitungsdatenbanken zur Verfügung: Lexis Nexis, NZZ Archiv, Swissdox und factiva. PUNKT.CH war in keiner Datenbank vorhanden, die Ausgaben konnten dafür als PDF von der Webseite der Zeitung heruntergeladen werden. Die Ausgaben von 20 MINUTES sind erst ab Juni 2008 in der Swissdox-Datenbank vorhanden, so dass alle vorherigen Ausgaben manuell in der Landesbibliothek durchgesehen werden mussten. Die Beiträge der Zeitung LE TEMPS waren im Jahr 1998 erst ab Mai zugänglich, Januar bis April fehlen damit im Untersuchungssample. Aufwändig war insbesondere die Bestimmung der Beiträge der elektronischen Medien. Da diese nicht transkribiert vorlagen, musste jede ein-

zelne Sendung durchgehört/-gesehen werden. Die DRS-Sendungen sowie die »Rundschau« konnten als Podcast abonniert, die »Tagesschau« des Schweizer Fernsehens von dessen Webseite herunter geladen oder, wenn nicht verfügbar, auf Video aufgezeichnet werden.

Die Kriterien für die Auswahl der Beiträge lassen sich nach formalen und inhaltlichen unterscheiden. Auf formaler Ebene wurde die Auswahl auf solche eingeschränkt, die mindestens 400 Zeichen umfassen bzw. 15 Sekunden lang sind. Damit konnten Kurzmeldungen ausgeschlossen werden. Für eine genaue Analyse, insbesondere für eine Framinganalyse und die Untersuchung der Narrationsmuster, sind solche kleinen Beiträge nicht relevant, da in den wenigen Zeilen kaum Kontextualisierungen vorgenommen werden können. Im Weiteren wurden nur redaktionelle Beiträge berücksichtigt, d.h. Veranstaltungskalender, das Fernseh-, Kino- und Radio-Programm, Todesanzeigen, Leserbriefe und Werbung ausgeschlossen.

Die inhaltlichen Anforderungen an einen Beitrag beinhalteten, dass darin mindestens ein religiöses Wort vorkommen muss. Um diese Beiträge zu ermitteln, wurde eine ausführliche Suchliste erstellt, die in einer aufwändigen Konstruktion entstand. In einem ersten Schritt sind die in Kapitel 4 vorgestellten empirischen Analysen nach Worten und Begriffen gescannt und diese in die Stichwortliste aufgenommen worden. Danach wurden in einem zweiten Schritt während einem Monat alle Zeitungsartikel des BLICKs, der NZZ und des TAGES-ANZEIGERS sowie Beiträge des »Echo der Zeit« und »Heute Morgen« auf religiöse Wörter hin durchsucht, um einen Eindruck zu erhalten, welche Stichworte zu erwarten sind. Daraus abgeleitet folgte einerseits die Aufnahme konfessionsunabhängiger Stichwörter wie »Glaube«, »Gott«, »beten«, »Religion«, »religiös« oder »heilig« in die Liste. Zum anderen wurden Stichworte erfasst, die den Weltreligionen oder deren Konfessionen zugeordnet werden konnten. Das galt ebenfalls für Sekten (z. B. Scientology, Zeugen Jehovas, Fiat Lux) oder neue religiöse Bewegungen (z. B. ICF), die in unserer Voranalyse vermehrt identifiziert wurden. Und zwar galten für die Auswahl der religionspezifischen Begriffe folgende Kriterien: der Name der Religion und ihre Konfessionen, religiöse Gebäude (z. B. Kirche, Moschee, Synagoge), religiöse Schriften (z. B. Koran, Bibel) und Würdenträger/religiöse Positionen und Funktionen (z. B. Pfarrer, Missionar, Mönch, Papst, Dalai Lama). Damit konnte die Berichterstattung über Religion abgedeckt werden. In der Vorstudie wurde die Erfahrung gemacht, dass in der Berichterstattung über in der Schweiz eher unbekanntere Religionsgemeinschaften jeweils der Religionsbezug explizit genannt wurde. Es gab immer einen Hinweis darauf, dass es sich um

eine Glaubensgemeinschaft oder Religion handelt. Daher kann davon ausgegangen werden, dass sich mit den gewählten Stichworten auch Beiträge finden lassen, in welchen eher unbekannte Religionsgemeinschaften vorkommen, die namentlich nicht in der Stichwortliste aufgeführt sind. Die Stichwortliste wurde in einer Expertengruppe (Begleitboard) und mit Religionswissenschaftler diskutiert und an Medienbeiträgen der NZZ AM SONNTAG, PUNKT.CH und dem TAGESANZEIGER überprüft. Dazu wurden manuell nochmals alle relevanten Artikel in diesen Zeitungen bestimmt und mit dem Ergebnis der Stichwortsuche für den gleichen Zeitraum abgeglichen. Das gleiche Vorgehen wurde für die französische Stichwortliste angewandt und anhand der Medien LE TEMPS, LE MATIN und 24 HEURES getestet.

Wichtig erschien es, nur Beiträge ins Sample aufzunehmen, in welchen das religiöse Wort auch wirklich mit Religion in Verbindung steht und als solches wahrgenommen wird. Deshalb sind Berichte mit oder über Parteien mit religiösem Namen (z. B. CVP) nicht berücksichtigt worden, ausser der religiöse Bezug wurde ausdrücklich betont. Gleiches gilt für solche, in welchen Feiertagsbezeichnungen vorkommen, die ohne religiösen Bezug genannt wurden, z. B. »an Ostern wird wieder Stau vor dem Gotthard erwartet«. Ebenfalls ausgeschlossen wurden Beiträge, in welchen religiöse Gebäude Veranstaltungsort sind oder als Orientierungspunkt gelten, ohne dass sie religiöse Relevanz haben oder die religiöse Gruppierung dabei eine Rolle spielt (z. B. »Die Gemeindeversammlung fand im Kirchenzentrum statt.«; »Der Lampionumzug startete beim Schulhaus, führte an der Kirche vorbei und endete beim Sportplatz.«). Häufig liessen sich religiöse Begriffe in Form von Metaphern identifizieren, wie beispielsweise »der Party-Papst«, »Gott sei Dank«, »die Bibel der Fussballer« oder »Der Fernseher ist ihm heilig«. Zwar wäre es durchaus interessant gewesen, die Begriffsverwendungen zu untersuchen, allerdings hätte das den Rahmen der Arbeit gesprengt und einer neuen Fragestellung bedurft. So sind Metaphern ebenfalls nicht ins Sample aufgenommen worden. Diese umfangreichen Bereinigungen der Ergebnisse der Datenbanksuche wurden manuell von studentischen Hilfskräften und der Autorin vorgenommen. Weitere Hürden waren hier, dass in vielen Beiträgen zwar die gesuchten Wörter vorkamen, allerdings gar nichts mit Religion zu tun hatten. Zum Beispiel tragen viele Personen einen Nachnamen mit christlichem Wortgut, z. B. Herr Papst, Frau Bischof, Frau Christen. Diese Beiträge mussten von Hand herausgefiltert werden.

Das Verfahren der Stichwortsuche hat einen entscheidenden Nachteil. Beiträge, in denen Religion nur latent vorkommt, können nicht

erfasst werden. Diese Schwierigkeit hätte allerdings auch mit einem anderen Verfahren nur bedingt gelöst werden können. Dann nämlich hätte genau definiert werden müssen, was unter Religion verstanden wird, wenn sie nur latent vorkommt. Das scheint ein unlösbares Problem zu sein, zumindest für eine quantitative Erhebung, da jeder Mensch Religion anders definiert. Es liesse sich eine eigene Studie darüber anstellen, was unter Religion verstanden wird und wo sie in den Medien gefunden werden kann. Hier wird davon ausgegangen, dass manifeste religiöse Wörter von allen Menschen als solche erkannt werden und in Verbindung mit Religion gesetzt werden.

Stichprobe auf erster und zweiter Codierstufe

Die Stichwortsuche führte zu einem sehr grossen Datensatz. Je nach Medium sind es nur wenige, bei anderen aber über tausend Beiträge. Einen Überblick, wie viele Beiträge pro Medium gefunden wurden, gibt Abb. 8 (Seite 158). Das vorliegende Material musste aus forschungsökonomischen Gründen weiter eingeschränkt werden. Da Vergleiche einerseits zwischen verschiedenen Medien, andererseits zwischen Jahren vorgesehen waren, fiel der Entscheid, pro Medium und Untersuchungsjahr jeweils 200 Beiträge zu selektionieren. So waren alle mit gleichem Gewicht vertreten. Bei einigen Medien ist dieses Soll jedoch nicht erreicht worden. In diesen Fällen wurden alle Beiträge in die Stichprobe aufgenommen. Bei anderen musste eine Selektion getroffen werden. Dafür wurde jeder x-te Beitrag gezogen. Dieses Verfahren erlaubte, auf Schwankungen in der Häufigkeit der Thematisierung von Religion im Jahresverlauf einzugehen. Wenn also zu einem bestimmten Zeitpunkt Religion häufiger aufkam, ist dies im Sample entsprechend abgebildet.

Um die weiteren Schritte im Sampling aufzeigen zu können, muss eine kurze Vorschau auf das Codebuch gemacht werden, welches später in Kapitel 6.3.2 vorgestellt wird. Das Codebuch ist auf zwei Stufen aufgebaut. In die erste Stufe flossen alle Beiträge ein, die mit dem vorangehend vorgestellten Verfahren gefunden wurden. Darunter sind Beiträge zu finden, in welchen nur ein religiöses Wort vorkommt, ohne dass Religion weiter von Bewandtnis ist. Es stellen sich die Fragen: Wieso kommt ein Religionsbegriff in einem Artikel vor, in dem Religion gar keine Rolle spielt? Und in welchem Zusammenhang kommt er vor? Diese Fragen sollen für diese Beiträge, in welchen Religion nur nebenbei vorkommt, beantwortet werden. Es wird hier die Annahme getroffen, dass die alleinige Nennung eines Religionsbegriffs je nach Kontext das Bild einer Religionsgemeinschaft (mit-)prägen kann. Wird in einem Nebensatz auf eine Religionszugehörigkeit hingewiesen, kann sich das in

den Köpfen der Rezipienten verankern, gerade wenn solche Zuschreibungen immer wieder in gleichen Kontexten auftreten. Alle gefundenen Beiträge wurden auf einer ersten Stufe hinsichtlich der im Beitrag vorkommende Religionsgemeinschaft, dem Thema und Ereignisland codiert. Danach interessierte, ob Religion im Beitrag das Haupt- oder Nebenthema ist. Nur diejenigen in welchen Religion im Zentrum steht, wurden dann auch auf zweiter Stufe erfasst. Diese Beiträge standen im Fokus der Analyse, da sie Religion in irgendeiner Form zentral thematisierten. Sie wurden ausführlich untersucht. Folgende Kriterien musste ein Beitrag erfüllen, um in die zweite Stufe aufgenommen zu werden:

- Mindestens einer der genannten Punkte muss zutreffen: 1) Hauptakteur ist eine religiöse Person oder 2) mindestens ein Drittel des Artikels bezieht sich auf Religion.

Dabei wurde von folgender Definition von Religion als Medienthema ausgegangen:

- Religion ist das, was der Journalist als religiös interpretiert, oder was der Akteur, um den es im Beitrag geht, als religiös versteht. Die Religion, Religiosität hat Konsequenzen im Text und ist nicht eine bloße Nennung. Es geht über die Nennung von Religion hinaus.

Diese Kriterien sind eher weich. Allerdings erwies sich dieses Vorgehen von den diskutierten Möglichkeiten am sinnvollsten. So wurde unter anderem die Idee, je nach Anzahl religiöser Wörter ein Beitrag auf zweiter Stufe zuzulassen oder nicht, wieder verworfen. Eine solche Einstufung erwies sich als wenig aussagekräftig, da auch mit wenig religiösen Wörtern Religion eine bedeutende Rolle im Beitrag einnehmen konnte. Die gewählten Kriterien wurden in einer Expertengruppe aus Religions-, Publizistik- und Kommunikationswissenschaftler und Journalisten diskutiert und getestet. Dafür wurde allen eine Auswahl an Beiträgen vorgelegt, die jeder nach den Kriterien der ersten oder zweiten Stufe zuzuweisen hatte. Die Übereinstimmung war sehr gross; Abweichungen wurden diskutiert und später in der Codiererschulung berücksichtigt. Um trotzdem der Gefahr zu entgehen, eine inkonsistente Auswahl zu treffen, wurde die erste Stufe nur von zwei Codierern, der Autorin und einer intensiv geschulten studentischen Mitarbeiterin erfasst. Damit sollte eine möglichst hohe Validität garantiert werden. Die so identifizierten Beiträge zweiter Stufe sind dann an das Codiererteam weitergegeben worden. Die Unterscheidung zwischen erster und zweiter Stufe erwies sich als sinnvoll, um einerseits eine Gesamtschau machen zu können, andererseits um auf zentrale Beiträge intensiver eingehen zu

können. Damit konnte die Berichterstattung über Religion gesamthaft abgedeckt werden.

Abb. 8 zeigt auf, wie sich das Sample schlussendlich konstituiert hat. Wie ersichtlich ist, wurden für einige Medien nach Jahr zwei Stichproben gezogen. Bei diesen erreichten von der ersten Stichprobe nur wenige Beiträge die zweite Stufe, d.h. nur in wenigen war Religion dominant. Deshalb wurden in einer Nachfassaktion für alle Medien nach Erhebungsjahren, bei welchen weniger als 70 Artikel die zweite Stufe erreichten, nochmals 200 Beiträge nachgezogen.

Aufgrund der unterschiedlichen Fallzahlen pro Medium nach Jahr wurde entschieden, eine gewichtete Auswertung vorzunehmen. In der Gewichtung des Gesamtsamples, d.h. der ersten und zweiten Stufe zusammen, ist die Gewichtung so vorgenommen worden, dass jedes Medium pro Jahr mit 200 Beiträgen im Sample vertreten ist. Für die Analyse der Beiträge *nur* erster Stufe wurde so gewichtet, dass jedes Medium pro Jahr hundert Beiträge aufweist. Dies gilt entsprechend für die Analyse der Beiträge auf zweiter Stufe. Da die »Rundschau« mit nur sehr wenigen Fällen vertreten ist, wurde entschieden, diese auszuklammern, wenn es sich nicht um medientypspezifische Auswertungen handelt. Ansonsten hätten diese wenigen Fälle durch die Gewichtung viel zu viel Bedeutung erhalten und das Sample verfälscht. Selbstverständlich wurden sie aber bei den Auswertungen nach Medientyp berücksichtigt.

Zeitung	1. Stichprobe			2. Stichprobe			Gesamtstichprobe	
	N total	Jahr	Auswahl	N 2. Stufe	Jahr	Auswahl	N 2. Stufe total	N total
NEUE ZÜRCHER ZEITUNG	2018	1998	jeder 10te	56	2008	jeder 9te	93	400
	2736	2008	jeweils jeder 13te, dann 14te	128	-	-	128	200
NZZ AM SONNTAG	367	2008	jeder 2te	109	-	-	109	200
	1723	1998	abwechselnd jeder 8te & 9te	40	1998	jeweils jeder 7te, dann 8te	135	200
TAGES-ANZEIGER	2838	2008	jeder 14te	68	2008	jeder 13te	156	200
	258	2008	jeder 4 nicht	64	2008	Vollerhebung	78	258
BLICK	365	1998	jeder 2te	127	-	-	127	200
	358	2008	jeder 2te	115	-	-	115	200
SONNTAGS-BLICK	147	2008	Vollerhebung	51	-	-	51	147
PUNKT CH	169	2008	Vollerhebung	72	-	-	72	169
WELTWOCH	314	2008	jeder 3te nicht	53	2008	Vollerhebung	62	314
	549	1998	abwechselnd jeder 2te & 3te	97	-	-	97	200
LE MATIN	448	2008	jeder 2te	119	-	-	119	200
	203	2008	Vollerhebung	91	-	-	91	200
LE MATIN DIMANCHE	1406	1998	jeder 7te	97	-	-	97	200
	1447	2008	jeder 7te	99	-	-	99	200
24 HEURES	629	2008	jeder 3te	53	2008	jeder 2te	113	200
L'HEBDO	232	2008	jeder 7te nicht	51	2008	Vollerhebung	53	232
20 MINUTES	127	2008	Vollerhebung	61	-	-	61	200
»Echo der Zeit« (DRS)	310	2008	jeweils jeder 2te, dann 3te	103	-	-	103	200
»Heute Morgen« (DRS)	71	2008	Vollerhebung	41	-	-	41	200
»Tagesschau« (SF)	147	2008	Vollerhebung	125	-	-	125	200
»Rundschau« (SF)	19	2008	Vollerhebung	13	-	-	13	200

Abb. 8: Beitragssample erster und zweiter Stufe

6.3 Codierung

Nachfolgend wird eine Übersicht darüber gegeben, wie beim Codieren vorgegangen und mit welchen Variablen gearbeitet wurde. Das Codebuch wurde mehrheitlich von den vorliegenden Theorien abgeleitet und entwickelt. Die Operationalisierungen sind von der Autorin, aber auch dem Projektteam unternommen worden, womit bestimmte Weichen und Vorlagen aus dem Gesamtprojekt schon gegeben waren. Bevor hier aber das Codebuch vorgestellt wird, werden einige Worte zum Vorgehen bei der Codierung verloren.

6.3.1 Codierprozess

Die Inputs für das Codebuch kamen von bestehenden Studien, Theorien, Vorstudien in Form der Journalisten- und Religionsvertreterinterviews, sowie aus mehreren kleinen Vorstudien. In vier Medienforschungsseminarien sind mit den Studierenden des Instituts für Angewandte Medienwissenschaften der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur verschiedene Herangehensweisen, Blickwinkel und Operationalisierungen ausgetestet worden, darunter auch die Anwendung der Nachrichtenfaktoren, die Operationalisierung narrativer Muster und die Erfassung von Bewertungen. Aufgrund der verschiedenen Erkenntnisse wurde ein Codebuch erstellt und mit zwei Codierern, welche in einem der Medienforschungsseminarien dabei waren, durchgesprochen. Zwei Testläufe mit dem Team und den zwei Codierern waren nötig, um das Codebuch und die Instruktionsanweisungen anzupassen und zu verfeinern. Daraufhin wurden von jedem Codierer und der Autorin jeweils zwanzig Beiträge codiert und nochmals kleinere Schwierigkeiten diskutiert. Eine ausführliche Besprechung mit einer Begleitgruppe von fünf medien- und religionswissenschaftlichen Experten bestätigte, dass das Codebuch die relevanten Bereiche abdeckte und sich für die praktische Anwendung eignete. Letzte Anpassungen der Instruktionen wurden schliesslich in der Codiererschulung mit den fünf Codierern vorgenommen.

Einige Codierer waren aufgrund ihrer Teilnahme im Medienforschungsseminar mit dem Kontext bereits vertraut. Andere hatten in einem anderen Projekt bereits Codierarbeit geleistet und waren deshalb mit den grundsätzlichen Codierabläufen vertraut. Was sich bei einigen als Vorteil heraus stellte, war bei einigen ein Nachteil insofern, dass Ermüdungserscheinungen im Codieren auftraten. Dies führte etwa dazu, dass die Codierarbeit eines Codierers aufwändig nachbearbeitet wer-

den und einige Codierungen aufgrund fehlender Präzision ausgeschlossen werden mussten. Darauf wird an entsprechender Stelle hingewiesen.

Die Codierarbeit wurde regelmässig über individuelle Kontakte, aber auch über eine intensive Arbeit mit einem Internetforum betreut. Dort wurden Unklarheiten diskutiert und die Antworten darauf für alle sichtbar kommuniziert. So konnten Sonderfälle geregelt werden. Jeder Codierer suchte diese Plattform regelmässig auf. Ein zweites Treffen diente der nochmaligen Abstimmung der Codierer. Ein Intercoderreliabilitätstest wurde zu Beginn der Arbeit und nach zwei Monaten mit jeweils zwanzig Beiträgen durchgeführt. Aus ökonomischen Gründen, gerade weil die Codierarbeit pro Beitrag sehr aufwändig war, konnte sie nicht mit mehr Beiträgen ausgetestet werden. Für die Berechnung der Intercoderreliabilität wurde folgende Formel verwendet:

$$R = \frac{2(\ddot{U}_{1/2}) + \ddot{U}_{1/3} + \dots + \ddot{U}_{m/n}}{(n-1)(C_1 + C_2 + \dots + C_n)}$$

\ddot{U} =Anzahl der Übereinstimmungen
 C =Anzahl der Codierungen
 $1/2$ = Codierer 1 und Codierer 2...etc
 n =Anzahl der Codierer

Die abschliessend jeweils pro Variable erreichte Intercoderreliabilität ist bei der Vorstellung der jeweiligen Operationalisierung ausgewiesen.

Insgesamt arbeiteten acht Studierende bei der Erstellung des Samples und der Codierung mit. Allen gebührt hier grosser Dank für ihre Bemühungen. Stellvertretend sei hier Rebecca Wyss erwähnt, welche in allen Phasen am meisten sowie intensivsten mitarbeitete und auf die man sich immer verlassen konnte.

6.3.2 Codebuch

Aufgrund der verschiedenen Interessen von mehreren Seiten wurde das Codebuch sehr umfangreich und umfasste weit über hundert Variablen. Wie erwähnt, wurden die meisten Operationalisierungen von der Autorin unternommen, es haben aber auch andere Teammitglieder des Projekts »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen« Einfluss genommen und teilweise eigene Variablen eingebracht. Nicht alle wurden in dieser Arbeit berücksichtigt. Nach welchem Codiererschema genau vorgegangen wurde, zeigt Abb. 9.

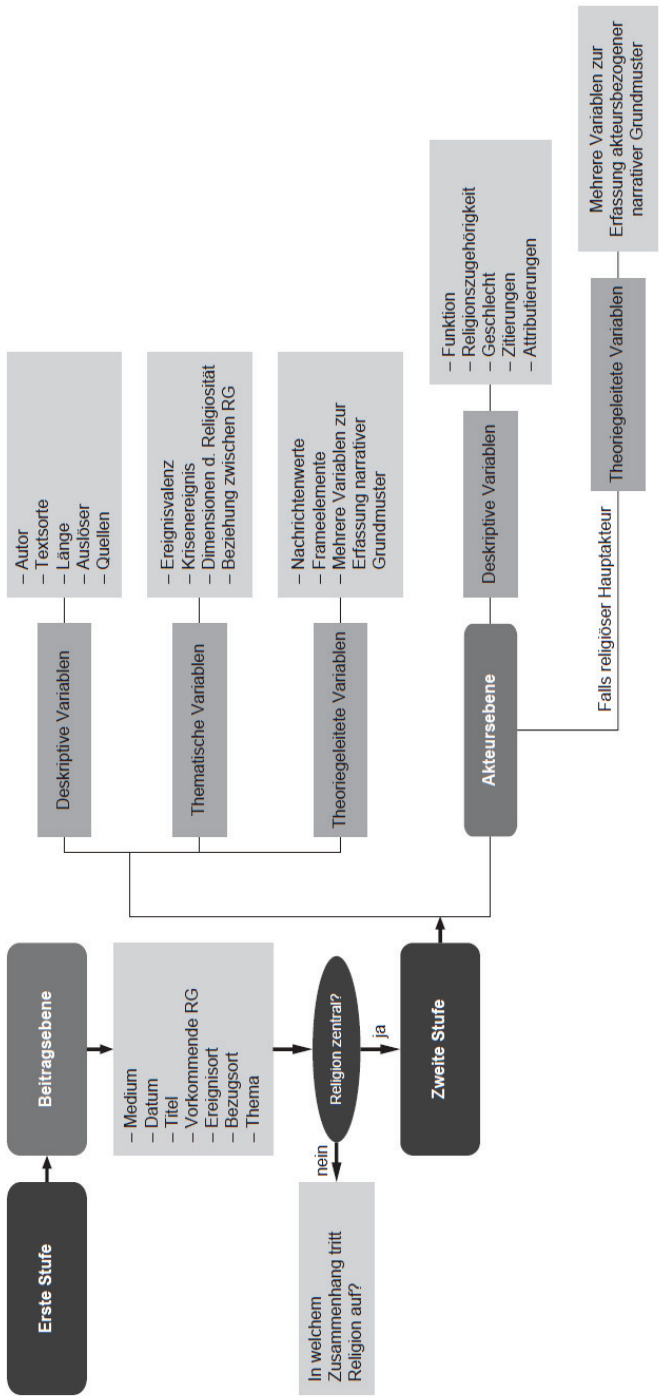


Abb. 9: Codierschema

Es kann hier nicht auf alle Variablen detailliert eingegangen werden, weshalb die für die Analyse besonders relevanten sowie die als komplex betrachteten Variablen hervorgehoben werden. In erster Linie gilt es, zu beachten, dass das Codebuch zwei Selektionsstufen umfasst. Darauf wurde bereits weiter oben eingegangen, da dieses Vorgehen das Sample-Building mitbestimmt hat. Zudem wurden einige Variablen auf Beitrags- und andere auf Akteursebene erhoben.

Erste Stufe und deskriptive Variablen

In die erste Codierstufe flossen alle Beiträge ein, in welchen mindestens ein religiöses Wort vorkommt. All diese Beiträge wurden u. a. hinsichtlich der vorkommenden Religionsgemeinschaften (RG), dem Ereignisort, Bezugsort und dem Thema untersucht. Die Religionsgemeinschaften konnten nebst dem Rückgriff auf eine kategoriale Liste auch offen erfasst werden, d.h. entsprechend der Bezeichnung im Beitrag notiert werden. Wurde beispielsweise ein Christ erwähnt, wurde Christentum codiert, kam eine katholische Person zu Sprache, wurde Katholizismus codiert. Damit können Religionen und Konfessionen nebeneinander stehen. Dieses Vorgehen erwies sich insbesondere deshalb als sinnvoll, da es nicht möglich war, die Vielfalt aller möglichen Religionsgemeinschaften und Gruppierungen abzubilden. Ausserdem konnte so nach Abschluss der Codierarbeiten ein Überblick gewonnen werden und mit Hilfe von religionswissenschaftlichem Beistand die Zuordnung und Zusammenfassung von Religionsgemeinschaften vorgenommen werden. Im Verlaufe der Auswertungen wurden ausser beim Christentum alle genannten Konfessionen der jeweiligen Hauptreligion zugeordnet. Der schiitische und der sunnitische Islam werden somit nicht mehr einzeln aufgeführt, sondern unter dem Label Islam erfasst. Dies erwies sich als sinnvoll, da die unterschiedlichen Konfessionen, sowie die Religion selber in derselben Manier dargestellt wurden und zu wenige Beiträge zu den einzelnen Konfessionen vorhanden waren. Das Gleiche gilt für verschiedene sektiererische Religionsgemeinschaften, welche mit Hilfe der Religionswissenschaftler unter dem Begriff Sekten eingeordnet wurden. In vielen Beiträgen sind die unter Sekten zusammengefassten Religionsgemeinschaften bereits explizit als Sekten bezeichnet worden. Bedingung dafür, dass die Zusammenfassung auch unternommen und so stehen gelassen wurde, war, dass auch die Daten eine Gleichbehandlung der Konfessionen, Religionsrichtungen aufzeigten. Unter Sekten sind schliesslich zusammengefasst worden: Sekte (Oberbegriff), Kirche der heiligen Pilze, Falun-Gong-Sekte, Aurom-Sekte, fundamentalistische Kirche der Heiligen der letzten Tage, Athleten Gottes, Aum, »Poly-

gamisten-Sekte«, Stiftung Finta, Sonnentempler, Fiat Lux, David Koreshs Sekte, Moon und Satanismus. Wie angedeutet sind die christlichen Religionsgemeinschaften separiert behandelt worden. Es zeigte sich, dass der Katholizismus in den Medien grosse Aufmerksamkeit geniesst, vielmehr als der Protestantismus. Doch hat Letzterer vergleichsweise mehr Gewicht in den Medien als andere Religionsgemeinschaften. Es stellte sich ferner heraus, dass die beiden Konfessionen unterschiedlich kontextualisiert wurden. Deshalb sind sie separat behandelt worden. Dritte christliche Kategorie war schliesslich noch das Christentum allgemein. Das wurde codiert, wenn das Christentum erwähnt, aber keine spezifische konfessionelle Ausrichtung genannt wurde.

Eine weitere erwähnenswerte Variable auf erster Stufe ist das Thema. Da aufgrund fehlender Vorstudien keine konkreten Vorstellungen über die Themenwelt vorhanden war, wurde der Entscheid gefällt, das Hauptthema offen, also nicht in einer kategorial vorgegebenen Variable, zu codieren. Erst nach der Codierung ist in einem aufwändigen Prozess des Zusammenfassens und Kategorisierens die Themenliste erstellt worden. Dadurch konnte die ganze Berichterstattung abgesteckt und sichergestellt werden, dass kein wichtiger Themenstrang vergessen ging. Bei Beiträgen, in welchen Religion nur nebenbei vorkommt, ist ferner danach gefragt worden, in welchem Zusammenhang Religion überhaupt auftritt. Da hier ebenfalls keine Kenntnisse darüber vorhanden waren, was zu erwarten war, bot sich wie beim Thema eine offene Erhebung an. Auch hier musste in einem zweiten Schritt eine Vereinheitlichung hin zu kategorialen Variablen vorgenommen werden. Um eine Konstante in dieser Codierung zu gewährleisten, wurde die erste Stufe nur von zwei Personen codiert.

Auf zweiter Stufe wurden schliesslich auf Beitragsebene deskriptive, thematische und theoriegeleitete Variablen erfasst, auf Akteurebene deskriptive Variablen und, wenn religiöse Hauptakteure vorkamen, auch theoriegeleitete. Einen Eindruck vom Datenmaterial sollte die Erhebung mehrerer deskriptiver Variablen wie Grösse (Dauer bzw. Anzahl Wörter), Textsorte, Autor und Quellen vermitteln. Bei allen wurde eine Inter-coderreliabilität von mindestens 0.9 erreicht. Nachfolgend wird auf die Operationalisierung zentraler Variablen auf zweiter Stufe eingegangen.

Thematische Variablen

Valenz ($R=0.93$): Um die Valenz des Themas zu erfassen, ist die Operationalisierung von Piga und Bucher (2008) übernommen worden. Die Variable Ereignisvalenz ordnet ein, ob es sich beim zugrunde liegenden

Ereignis eher um ein negatives, negativ-neutrales, neutrales oder positives Ereignis handelt. Die Zuordnung erfolgte nach folgenden Kriterien:

- **Negativ:** Gewaltkonflikte; Ereignisse, die mit Gewalt, körperlicher Verletzung und Tod in Verbindung stehen, Anschläge (oder Stimmen dazu), Krieg, Attentat, Besetzung, Drogen, Verbrechen, Erdbeben, Flugzeugabsturz, Katastrophe, Hungersnot, Staatsstreich, Unfall etc.
- **Negativ-neutral:** Ereignisse, die nicht von direkter Gewalt betroffen sind, aber Schaden erzeugen. Affären, Betrug, Drohung, Druck, Gefahr, Krise, Machtkampf, Propaganda, Sanktion, Spannungen, Streit, Ultimatum, Kriegsvorbereitungen, etc.
- **Neutral:** Ereignisse, die nicht in irgendeiner Form mit Schaden in Verbindung stehen, aber auch nicht als positive Ereignisse zu werten sind Verhandlungen, Wahlen, Staatsbesuche, Ermittlungen, reguläre Handlungsabläufe etc.
- **Positiv:** Ereignisse, die mit Erfolg oder Nutzen verbunden sind: Erfindungen, Entdeckungen, Befreiung, Frieden, Einigung, Kulturaustausch, gegläuckte Integration, Ehrung, Kulturaustausch, Fortschritt, Toleranz, Solidarität etc.

Erwähnenswert ist die Kategorie »negativ-neutral«. Piga und Bucher (2008: Anhang S.15) halten im Codebuch fest: »Die Zwischenkategorie »negativ-neutral« ergibt sich aus der Überlegung, dass ein Ereignis durchaus neutral und negativ sein kann, wie das Beispiel eines gewaltfreien Konfliktes zeigt (neutral aufgrund keiner Gewaltanwendung sowie negativ, da bei einem Konflikt Schaden entsteht.«

Krisenereignis (R=0.83): Hier wird codiert, ob es sich für die jeweilige Religionsgemeinschaft um ein Krisenereignis handelt. Darunter wurde verstanden: Negatives Ereignis, Schaden, Unsicherheit für oder Bedrohung der Religionsgemeinschaft.

Das Religiöse, Dimensionen der Religiosität (alle Variablen $R \geq 0.95$, ausser ideologische Dimension $R=0.89$): Um zu bestimmen, inwiefern Religion selber Thema ist, wurde erhoben, ob die Dimensionen der Religiosität nach Glock (1969) vorkommen. Im Weiteren trug das Frameelement »Gibt es einen Bezug zu Gott oder religiösen Vorstellungen?« zur Klärung bei.

Beziehung zwischen Religionsgemeinschaften (alle Variablen $R > 0.9$): Schliesslich interessierte, ob verschiedene Religionsgemeinschaften miteinander in den Beiträgen auftreten und wenn ja, ob ein positives Verhältnis zwischen den beiden aufgezeigt wird oder eher ein konfliktierendes.

Akteure

Akteure nehmen einen wichtigen Anteil in der Berichterstattung ein und bestimmen massgebend mit, welches Bild von Religionen vermittelt wird. Als Akteur gilt ein Handlungsträger, der die Ereignisse über die berichtet wird massgeblich (mit)bestimmt, und somit eine aktive Rolle einnimmt. Hauptakteure werden am häufigsten im Beitrag genannt und stehen im Zentrum des Beitrages. Sie werden auch häufig bereits in der Einleitung erwähnt. Nebenakteure nehmen eine Nebenrolle ein und werden nicht zentral im Beitrag behandelt. In der Codierung konnten maximal vier Akteure erfasst werden, davon maximal zwei Hauptakteure. Wenn nur ein Hauptakteur vorkam, konnten so maximal drei Nebenakteure, falls zwei Hauptakteure auftraten, maximal zwei Nebenakteure bestimmt werden.

Akteursfunktion (alle Variablen $R > 0.8$): Für jeden Akteur wurde die Funktion codiert. Auf einer ersten Variable wurde die gesellschaftliche Funktion unabhängig von der religiösen Funktion erfasst. Dabei konnte es sich sowohl um nicht-religiöse Personen (bzw. Personen, die nicht im Zusammenhang mit Religion erwähnt werden), als auch um religiöse handeln. Trat eine Person nur in ihrer religiösen Funktion auf, ist dies so codiert worden. Auf zweiter Ebene wurde, falls vorhanden, die religiöse Funktion erfasst. Sie wurde detailliert codiert, wobei in der vorgegebenen Liste religiöse Funktionen der fünf Weltreligionen vorkamen, sowie aus in den Medien prominent vorhandenen Sekten, welche in den Vorstudien in den Medienforschungsseminarien immer wieder gefunden wurden. Kamen religiöse Funktionen vor, welche nicht in der Liste aufgeführt waren, konnten diese von den Codierern manuell in einer offenen Variable ergänzt werden.

Attribute (alle Variablen $R \geq 0.9$): Verschiedene empirische Studien haben darauf hingewiesen, dass bestimmte Attribuierungen immer wieder vorgenommen werden. Eine sinnvolle, bewährte Liste wurde in der Literatur nicht gefunden, auch wenn die Stereotypenforschung immer wieder auf Eigenschaftslisten zurückgreift (z. B. Bergius/Werbik/Winter 1970, Diehl/Jonas 1991). Deshalb wurde beschlossen, eine eigene Liste zu entwickeln, die aus verschiedenen Quellen genährt wurde: Einerseits wurden gefundene Attribuierungen aus den verschiedenen Forschungen zu Religion in den Medien übernommen. Andererseits sind in qualitativen Recherchen in den Medienforschungsseminarien und im Vorfeld der Codebuchentwicklung Attribuierungen in den Medien gesucht, herausgeschrieben und deren Vorkommen getestet worden. Das resultierte in 18 Variablen, mit welchen 36 Attribuierungen erfasst werden konnten.

Nachrichtenwerte

Zur Erfassung der Nachrichtenwerte wurde wie bereits angedeutet auf diejenigen aus der Studie von Maier et al. (2007) zurückgegriffen, wobei der Faktor »Kuriosität« nach Fretwurst (2008) ergänzt wurde. So wurden neunzehn Nachrichtenfaktoren erhoben. Für jeden Nachrichtenfaktor wurden verschiedene Intensitätsstufen erfasst, allerdings nicht bei jedem Faktor gleich viele. Bereits Maier et al. (2007: 164) stellten fest, dass dies eine Zuschreibung von aussen wäre und nicht dem natürlichen Vorkommen entsprechen würde. Sie sagen: »Folglich wurde jeder Faktor in so viele Intensitätsstufen unterteilt, wie sinnvolle inhaltliche Definitionsunterschiede formuliert werden konnten. Wir erhielten zwischen zwei und vier Ausprägungen pro Faktor« (ebd.). Alle Variablen zu den Nachrichtenfaktoren sind im Codebuch im Anhang einsehbar, die genaue Beschreibung dazu erfolgte bereits im Theorieteil in Kapitel 3.3.5.

Erwähnenswert ist an dieser Stelle die hier vorgenommene Operationalisierung für diejenigen Faktoren, welche vom Ort abhängig sind. Sie wurden nicht von den Codierern erfasst, sondern über die Variablen Ereignis- und Bezugsort bestimmt, wenn der Ereignisort nicht die Schweiz war. Da das Codebuch von Maier et al. (2007) auf das deutsche Setting ausgerichtet war, mussten einige Anpassungen vorgenommen werden. Die nachfolgenden Nähefaktoren wurden alle mit mehr als einem Aspekt erfasst:

- Kulturelle Nähe wurde über die Kriterien Ähnlichkeit der Sprache, Religion und Wissenschaft/Kunst definiert.
- Wirtschaftliche Nähe wurde über die Kriterien Aussenhandel (die wichtigsten Handelspartner der Schweiz laut dem Bericht der Eidgenössischen Zollverwaltung 2007) und Wirtschaftsgemeinschaft (Zugehörigkeit zu EU als wichtiger Handelspartner) ermittelt.
- Politische Nähe wurde über die Ähnlichkeit der politischen Systeme mit demjenigen der Schweiz und Ähnlichkeit der ausserpolitischen Orientierung im Sinne der Neutralitätshaltung erfasst.

Ein weiterer Nachrichtenfaktor, der nicht bereits in den Ausführungen von Ruhrmann et al (2006) vorhanden ist, ist Kuriosität: Darunter wird nach Fretwurst (2008, Codebuch Anhang) verstanden: »Ereignisse, die klar als Kuriosität erkennbar sind, also der Idee »Mann beißt Hund« entsprechen. Solche Ereignisse haben einen hohen Überraschungswert.«

Am schwierigsten schien, die Nachrichtenfaktoren Emotionalisierung und Überraschung zu codieren, welche beide nur eine Intercoderreliabilität von 0.78 erreichten. Bei allen anderen konnte eine Intercoderrelia-

bilität von 0.8 oder höher erreicht werden, ausser bei Aggression, Kontroverse und Einfluss (über 0.9).

Framing

Die Framing-Variablen wurden ursprünglich von anderen Projektmitarbeitenden ins Codebuch eingespielen. Diese sahen vor, die Frames deduktiv-holistisch im Sinne der Basisframes zu erfassen. Nach der Sichtung der Framing-Literatur wurde hier allerdings ein anderer Weg eingeschlagen. Die holistischen Basisframes erfassen nach Meinung der Autorin die Komplexität und Mehrdimensionalität der Frames nicht. Sie werden vielmehr als die Perspektiveneinnahme auf ein Thema, also als übergeordnete Thematiken betrachtet. Deshalb wurden sie hier als Frame-Elemente bezeichnet.

Gewählt wurde der Ansatz, Frames induktiv dimensionsreduzierend abzuleiten, da die im Kapitel 3.4.4 beschriebenen Vorteile dieses Verfahrens am überzeugendsten erscheinen. Dadurch können latente Konstrukte am besten sichtbar gemacht werden, ohne die Mehrdimensionalität und Vielschichtigkeit von Frames einzuschränken. Zur Framebestimmung wurde eine Clusteranalyse durchgeführt, in welche folgende Variablen einflossen:

- Thema: zusammengefasst zu den dominierenden Kategorien Politik/Konflikt, Religion, andere
- Ereignisvalenz: zusammengefasst zu den Kategorien negativ/negativ-neutral und neutral/positiv
- Mindestens eine religiöse Dimensionen vorhanden oder nicht?
- Basisframeelemente vorhanden oder nicht?: Meinungsverschiedenheiten, Terrorismusgefahr/-bedrohung, Personalisierung, Moral/höheres Ziel, Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen, Wirtschaft. Aufgrund seiner geringen mengenmässigen Bedeutung wurde das Frameelement Fortschritt ausgeschlossen. ($R \geq 0.8$, ausser für Moral $R=0.72$ und Personalisierung $R=0.73$)
- Hauptakteur: religiöser Hauptakteur vorhanden oder nicht?
- Attribuierungen der Akteure: stark negativ/negativ, positiv, keine Attribuierung

Die konkrete Bestimmung der Frames, die sich im Rahmen der Analyse ergab, wird genauer in Kapitel 7.6.2 vorgestellt.

Narrative Muster

Die Operationalisierung narrativer Muster stellte sich als die grösste Herausforderung heraus. Zwar handelt es sich bei Mythen/Narration um eine alte Forschungstradition, in der Publizistikwissenschaft ist dieser Ansatz – abgesehen von Experimenten zur Wirkung – kaum zum Einsatz gekommen. Nur die eine Studie von Lule (2001) hat qualitativ narrative Muster (bei Lule Mythen) untersucht. Das hier gewählte quantitative Vorgehen ist allerdings gänzlich neuartig. Als Grundlage für die Operationalisierungen wurden die Ausführungen von Lule (2001) verwendet und die verschiedenen Merkmale eines narrativen Musters in konkrete Fragestellungen umgewandelt. Folgende narrativen Muster wurden dabei berücksichtigt: Opfer, Held, »gute Mutter«, Trickser, Sündenbock, »andere Welt« und »grosse Flut«. Diese Operationalisierungen wurden in den Medienforschungsseminarien auf den Prüfstein gelegt. Dabei wurde festgestellt, dass das stark negativ belastete Muster Trickser zu Verwirrungen führte. Deshalb wurde dieses Muster umgewandelt. Unter einem Trickser wurde neu eine clevere, listige Person verstanden, die die Mächtigen reinlegt, ohne aber jemandem schaden zu wollen. Eine prominente Verkörperung davon ist Robin Hood. Auf der anderen Seite wurde der Bösewicht definiert – eine böse Person, die anderen schaden will und oft sehr brutal zu Werke geht. Das narrative Muster Sündenbock wurde neu Schuldiger benannt, da es im Kontext passender erschien. Mit dieser Operationalisierung konnten die narrativen Muster in den Testdurchläufen vermehrt identifiziert werden. Die Variablen, die sich aus dieser Vorgehensweise ergaben, wurden in der Auswertung konfirmatorisch in eine Faktorenanalyse eingespielen. In dieser wurde ein weiteres Muster, das des Kriminellen, identifiziert. Da die schlussendliche Bestimmung der Muster durch die Analyse der Daten angeleitet war, wird die konkrete Bestimmung und Operationalisierung der narrativen Muster auch an der entsprechenden Stelle der Datenauswertung präsentiert (siehe dazu Kapitel 7.9).

Die narrativen Muster Opfer, Held, »gute Mutter«, Bösewicht, Trickser, Schuldiger und Krimineller wurden auf der Ebene der religiösen Hauptakteure codiert, da sie sich direkt auf Personen beziehen. Da die Darstellung von Religionen im Mittelpunkt des Interesses stand, wurden nicht-religiöse Hauptakteure nicht darauf hin betrachtet. Sie wurden ferner nicht für Nebenakteure untersucht, da diese in der Berichterstattung kaum genug Raum einnahmen, damit sich die Muster hätten manifestieren können. Auf Beitragsebene wurden die narrativen Muster »andere Welt« und »grosse Flut« codiert, da sie sich nicht auf einen Akteur, sondern auf ein Ereignis oder Setting beziehen. Bei allen Variablen zur

Erfassung der narrativen Muster wurde eine Inter-coderreliabilität von über 0,9, mindestens aber 0,8 erreicht.

6.4 Kontexte

Betrachtet man die Berichterstattung über ein ganzes Jahr, beeinflussen verschiedene grosse Ereignisse die Perspektive und den Verlauf der Berichterstattung. Diese sollten bei der Betrachtung der Ergebnisse immer im Hinterkopf behalten werden. Deshalb werden hier in Kürze die beiden Erhebungsjahre 1998 und 2008 hinsichtlich der medialen Grossereignislage kontextualisiert, wobei auf diejenigen Ereignisse hingewiesen wird, die sich im Sample dominant niedergeschlagen haben.

Dominante Ereignisse 1998

- *Mord im Vatikan*: Am 4. Mai 1998 wurden der Kommandant der Schweizer Garde Alois Estermann und seine Frau Gladys Meza Romero ermordet. Der Täterschaft wurde ein anderer Schweizer Gardist beschuldigt, der daraufhin Selbstmord begann.
- *Nordirlandkonflikt*: 1998 ist der Nordirlandkonflikt weiter im Gange. Die Auseinandersetzung, die seit 1969 die nordirische Politik bestimmte, spielte sich zwischen englisch- und schottischstämmigen, unionistischen Protestanten und den hauptsächlich irisch-nationalistischen Katholiken ab. 1998 wurden Friedensverhandlungen geführt, die am 10. April im Karfreitags-Abkommen zwischen der Republik Irland, Grossbritanniens und den Parteien Nordirlands resultierte.
- *Raubgutkonferenz/Verwicklung Schweizer Banken in Geschäfte des Nationalsozialismus*: 1998 war ein Jahr, in welchem die Geschichte des Nationalsozialismus und Holocaust öffentlich und juristisch aufgearbeitet wurde. Einerseits fand in den USA die sogenannte Raubgutkonferenz statt. Zudem wurde in den USA die Verwicklung Schweizer Grossbanken in den Nationalsozialismus verhandelt. Es ging dabei um einen Wiedergutmachungsprozess zur Entschädigung verlorener jüdischer Vermögen in der Schweiz. Die Grossbanken UBS und CS einigten sich mit den Klägern auf eine Zahlung von 1.25 Milliarden Dollar.
- *Jesus-Reibe*: Der BLICK führte im Dezember 1998 eine Reihe zum Thema »Wer war Jesus?« durch, in welchem die Geschichte von Jesus gemäss der Bibel aufgearbeitet wurde.

Dominante Ereignisse 2008

- *Pädophile Priester*: 2008 wurden verschiedene (Verdachts-)Fälle von Missbrauch durch Priester und Mönche an Minderjährigen öffentlich. Weltweit sind entsprechende Fälle aufgedeckt worden.
- *Anti-Minarett-Initiative*: Die Anti-Minarett-Initiative, die das Verbot des Baus von Minaretten in der Schweiz anvisierte, wurde offiziell am 1. Mai 2007 von einzelnen Politikern der SVP und EDU lanciert. Am 8. Juli 2008 kam sie offiziell zustande. Der Bundesrat äusserte sich mehrmals kritisch gegenüber der Initiative.
- *60 Jahre Israel*: Israel und israelische Vereine in aller Welt feierten 2008 das 60jährige Bestehen von Israel, was den Blick der Medien auch auf Israel lenkte. Israel wird als jüdischer Staat behandelt.
- *Konflikte im nahen und mittleren Osten*: Der Nahostkonflikt war auch 2008 aktuell. Dabei war die Schliessung des Grenzübergangs am Gaza-Streifen ein Medienthema. Hamas und Fatah bekriegten sich. Am 27. Dezember 2007 wurde Benazir Bhutto, die pakistanische Oppositionsführerin und Kandidatin für das Premierministeramt, zwei Wochen vor den Wahlen ermordet. Dies und der weitere Verlauf der Wahlen rückten in den Mittelpunkt des Medieninteresses. Insbesondere im Irak eskalierten Kämpfe zwischen Sunniten und Schiiten. Auch im Libanon und in Afghanistan gab es Anschläge und Anfeindungen. Muslimische Akteure und Gruppierung traten in diesen Konflikten als zentrale (politische) Akteure auf.
- *Geiselnahme Indien*: Am 26. November 2008 kam es in Mumbai, Indien zu Terroranschlägen und zu Geiselnahmen. Als Tatverdächtige galt eine als muslimisch bezeichnete Gruppe; als Opfer wurden, so angenommen, nebst Amerikanern gezielt Juden ausgesucht.
- *Laizismus-Diskussion Türkei*: In der Türkei wurde 2008 eine aktive Laizismus-Diskussion geführt, die in einem Verbotsverfahren der muslimischen Partei AKP gipfelte. Ihr wurde vorgeworfen, eine Islamisierung der Türkei anzustreben.
- 2008 fand in China die *Olympiade* statt. Im Rahmen dieses Grossanlasses rückten China bzw. Tibet bereits zum Zeitpunkt des Fackellaufes in den Mittelpunkt des Medieninteresses. Das tibetische Volk nutzte die Gunst der Stunde, um auf seine Situation in Tibet aufmerksam zu machen. Sie forderten mehr Rechte und äusserten Bedenken, dass ihre Kultur langsam verschwinde. Tibetische Mönche protestierten gegen China und der Exil-Tibeter Dalai Lama trat dabei als politischer Führer auf. Menschen auf der ganzen Welt nahmen Anteil und demonstrierten gegen die Menschenrechtsverletzungen von China gegen Tibet.

- *Weltjugendtag*: 2008 fand der katholische Weltjugendtag in Australien statt.
- *Präsidentenwahlen USA*: 2008 standen in den USA die Präsidentenwahlen an, die mit den Vorwahlen erstmals Medienaufmerksamkeit in der Schweiz erlangten und in der Wahl des ersten schwarzen Präsidenten Barack Obama am 4. November 2008 gipfelten. Die Berichterstattung zur Person Barack Obama zog sich dann allerdings noch weiter. Die Religion der Kandidaten und der Wähler war dabei Thema.

7 Empirische Analyse mit Hypothesendiskussion

Nach den theoretischen und methodischen Ausführungen werden in diesem Kapitel die Ergebnisse vorgestellt und diskutiert. Für die Präsentation der Ergebnisse wurde die gleiche Struktur verfolgt wie in der theoretischen Aufarbeitung. In Kapitel 7.1 wird zuerst darauf eingegangen, welche Religionsgemeinschaften in den Medien überhaupt vorkommen. Es wird dabei unterschieden, ob sie in den Medien zentral vorkommen oder ob Religion nur Nebenthema ist. Ein nächstes Kapitel (7.2) widmet sich eben diesen Beiträgen in welchen Religion zwar vorkommt, aber nur nebenbei. Was sind die Themen dieser Beiträge und in welchen Zusammenhängen treten die unterschiedlichen Religionsgemeinschaften auf? In Kapitel 7.3 folgt eine Einleitung zum zentralen Teil der Auswertungen, nämlich die Analyse aller Beiträge, in welchen Religion eine dominante Stellung einnimmt, also derjenigen welche auf zweiter Stufe untersucht wurden. Auf dieser Ebene sind verschiedenste Aspekte untersucht worden: Gestartet wird mit einer allgemeinen Deskription der Beiträge (Daten, Medien, Ereignisort) in Kapitel 7.4, gefolgt von einer Aufarbeitung der Themenfelder und der Rolle der Religion dabei (Kapitel 7.5). Es interessiert einerseits, welche Themen vorkommen, andererseits inwiefern Religion, Religiosität, religiöse Dimensionen in den Beiträgen relevant sind. In den darauf folgenden Kapiteln wird aufgezeigt, welche Frames (Kapitel 7.6) und Nachrichtenfaktoren (Kapitel 7.7) in der Religionsberichterstattung präsent sind. Bevor dann die narrativen Muster, die stark akteursbezogen sind, analysiert werden (Kapitel 7.9), wird eine Charakterisierung der Akteure in Kapitel 7.8 vorgeschaltet. Da es sich um viele Resultate unterschiedlicher Perspektiven handelt, ist bereits nach jedem Teilkapitel ein Diskussionsteil vorhanden, in welchen eine Besprechung der Resultate entlang den Fragestellungen und insbesondere der Hypothesen mit Rückbezug auf die Theorie und den Forschungsstand vorgenommen wird. Die Schlussbesprechung wird dann in Kapitel 1 vorgenommen.

An dieser Stelle soll nochmals erinnert werden, dass die Auswertungen jeweils gewichtet wurden. Ferner gilt zu berücksichtigen, dass die

Daten aus dem Jahr 1998 aus Platzgründen nur punktuell für interessante Vergleiche analysiert werden. Eine breite Auslegung der Daten aus diesem Jahr würde den Rahmen der Arbeit sprengen. Letzter Punkt, der in Erinnerung gerufen werden soll, ist die Art der Erfassung der Religion in der Codierarbeit. Die Religionen wurden so codiert, wie im Text genannt, also beispielsweise das Christentum allgemein (ohne Benennung einer Konfession), der Katholizismus und der Protestantismus jeweils separat. Mittels Hilfe von Religionswissenschaftlern wurden dann Hauptkategorien gebildet und die verschiedenen Religionsgemeinschaften zusammengefasst. Bei der Zusammenfassung wurde nebst der inhaltlichen Passung darauf geachtet, dass die Darstellung in der Berichterstattung identisch ausfiel, so dass ein Zusammenschluss gerechtfertigt war.

Als Überleitung in die Auswertungskapitel soll hier bereits auf ein Resultat hingewiesen werden, das den Rahmen für die nachfolgenden Analysen setzt. Und zwar: Von allen untersuchten Beiträgen ist 1998 in 48.4%, 2008 in 48.8% Religion zentral im Beitrag und wurde damit auch auf zweiter Stufe codiert. In rund der Hälfte der Beiträge, in welchen also Religion in irgendeiner Form vorkommt, hat sie nur eine Nebenrolle.

7.1 Religionsgemeinschaften in den Medien

In einem ersten Schritt wird hier aufgezeigt, welche Religionsgemeinschaften in den Medien überhaupt erscheinen. Dabei interessiert im Spezifischen, wie häufig sie in Beiträgen, in welchen Religion dominant und wie häufig sie in Beiträgen, in welchen Religion Nebensache ist, vorkommen.

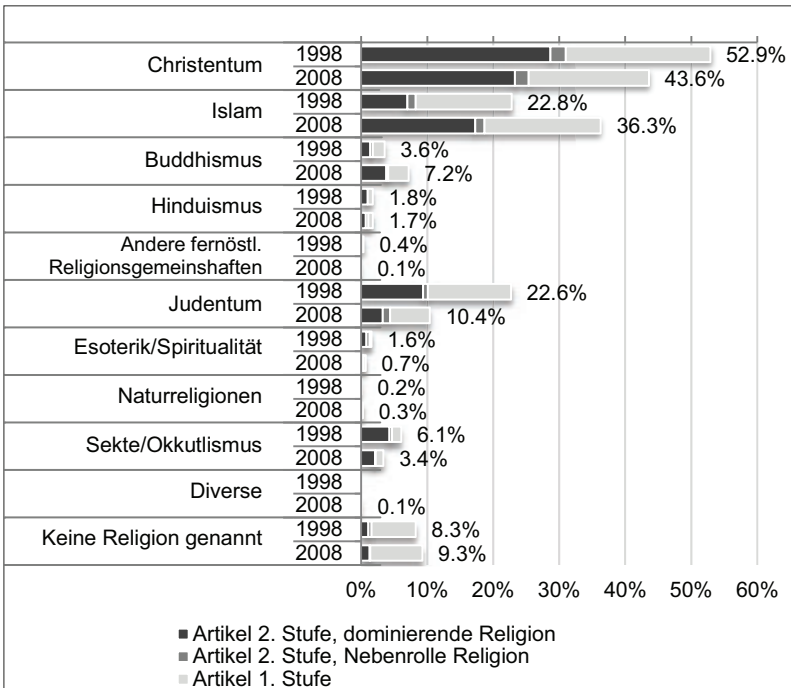
Hinweis: In gestapelten Balkendiagrammen werden Prozentwerte unter 10% unterdrückt, um eine bessere Lesbarkeit zu erzielen.

7.1.1 Welche Religionsgemeinschaften sind in der Berichterstattung zu finden?

Berücksichtigt werden sollte hier, dass in der Datenerhebung die Stichprobe nicht proportional nach dem Vorkommen von Religion gezogen wurde, sondern im gleichen Umfang pro Medium/Jahr. Es können damit keine Aussagen über die mengenmässige Zu- oder Abnahme von Religionsberichterstattung generell bzw. der Berichterstat-

tung über eine bestimmte Religionsgemeinschaft gemacht werden. Es kann aber durchaus festgehalten werden, ob innerhalb der Berichterstattung eine Religionsgemeinschaft anteilmässig an Aufmerksamkeit gewinnt oder verliert.

Ein erster Blick auf die Codierliste (siehe Codebuch im Anhang) zeigt bereits, dass in der gesamten untersuchten Berichterstattung über fünfundvierzig verschiedene Religionen und Konfessionen berichtet wurde. Diese scheinbare Vielfalt aber trügt, denn einerseits verteilen sich die Berichte über die verschiedenen Religionsgemeinschaften auf all die untersuchten Medien. Andererseits haben bis auf wenig prominent vertretene Religionsgemeinschaften, die meisten nur sehr marginale Bedeutung, d.h. sie kommen selten bis praktisch nicht vor. Dies widerspiegelt Abb. 10, die aufzeigt, welche Religionsgemeinschaften, wie viel an der untersuchten Gesamtberichterstattung einnehmen. Da pro Beitrag mehrere Religionen vorkommen können, ergibt sich summiert mehr als 100%. »Keine Religion genannt« wurde codiert, wenn zwar eine religiöse Funktion, z. B. eine Nonne oder ein Priester, erwähnt wurde, aber keine Religionsgemeinschaft klar dahinter erkennbar war oder wenn Religion/Glaube als Gesamtes thematisiert wurde. Die Balken symbolisieren den Anteil Beiträge je Religionsgemeinschaft an der Gesamtberichterstattung. Der dunkelgraue Abschnitt steht dabei für Beiträge, bei welchen die entsprechende Religionsgemeinschaft eine dominante Position einnimmt. Der etwas hellere Abschnitt umfasst den Anteil, in welchem der Beitrag Religion zwar hauptsächlich behandelt, die entsprechende Religionsgemeinschaft aber darin nur eine Nebenrolle einnimmt. Ganz hell schliesslich sind solche, in welchem Religion nur Nebenthema (nur auf erster Stufe codiert) ist. Bei einem Jahresvergleich, wie er in Abb. 10 gemacht wurde, darf nicht vergessen werden, dass 1998 nur fünf von achtzehn Medien untersucht wurden – die Basis ist also 2008 grösser und breiter als 1998. Die nachfolgend festgestellten Veränderungen in der Thematisierung von Religionen lassen sich allerdings auch bestätigen, wenn man die Entwicklung nur bei denjenigen Medien betrachtet, die in beiden Jahren untersucht wurden.



N gewichtet: N=4600

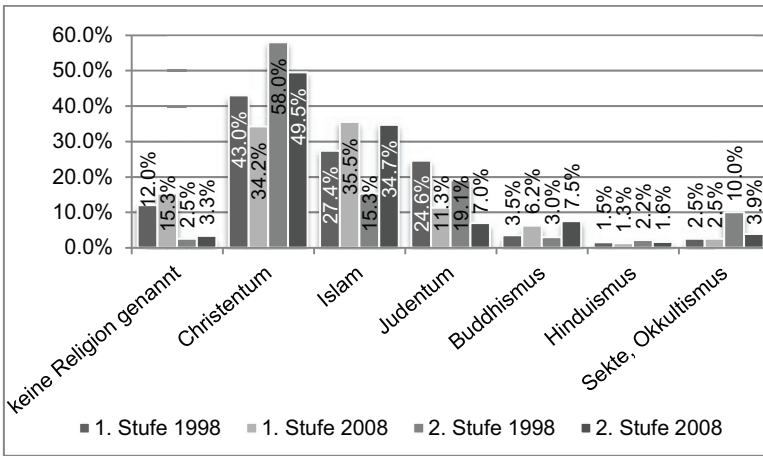
Abb. 10: Religionsgemeinschaften in den Medien 1998 und 2008

Aufgrund der Datenlage lässt sich sagen, dass die Berichterstattung alles andere als vielfältig ist. Grundsätzlich dominieren nur gerade zwei Religionsgemeinschaften in den untersuchten Medien: Zum einen taucht das Christentum häufig auf. Hier nimmt der Katholizismus, der 1998 in 33.0%, 2008 in 23.0% aller untersuchten Berichte vorkommt, eine dominierende Position ein. Der Protestantismus nimmt nur gerade einen Anteil von 11.0% 1998 bzw. 7.0% 2008 der Beiträge ein, der Begriff Christentum (allgemein) fiel 1998 in 26.0% bzw. 2008 in 18.0%. Der Islam ist die zweite, in den Medien prominent vorhandene Religionsgemeinschaft. 1998 hat sie einen Anteil von 22.8%, 2008 36.3% an der Gesamtberichterstattung. Nur selten und wenn dann im Zusammenhang mit dem Nahen und Mittleren Osten werden konfessionelle Ausrichtungen des Islams genannt. Zwischen 1998 und 2008 verändert sich der prozentuale Anteil an der Berichterstattung dieser beiden Religionsgemeinschaften: Das Christentum verliert von 1998 bis 2008 gegenüber den anderen Religionsgemeinschaften anteilmässig an Bedeutung, während der Islam in den Medien prozentual zulegt. Neben dem Christentum und dem Islam werden andere Religionsge-

meinschaften von der Schweizer Berichterstattung kaum berücksichtigt. Sogar die Weltreligionen Buddhismus und Hinduismus erhalten in den Medien nur marginale Beachtung. Erstere bekam 2008 etwas Aufmerksamkeit aufgrund der Rolle des Dalai Lama und der buddhistischen Mönche im China-Tibet-Konflikt, der durch die Olympiade in Peking in den Medien eine Plattform erhielt. Ausserhalb dieses Ereignisses ist der Buddhismus in den Medien kaum vertreten. Schliesslich kann festgestellt werden, dass das Judentum zwar im Jahr 1998 noch gewisse Beachtung bekommen hat, weil in diesem Jahr stark über Holocaust-Gelder, Naziraubgold und -kunst sowie die Rolle der Schweizer Banken dabei diskutiert wurde. 2008 wird es in den Medien aber nur noch in jedem zehnten Beitrag erwähnt. Sekten/okkulte Gruppierungen nehmen 1998 3.4% der Berichterstattung ein, 2008 sind es bereits 6.1%. Wenn zwar auf geringem Niveau, hat sich doch der Anteil Beiträge über Sekten von 1998 zu 2008 verdoppelt.

Dies sagt aber noch nichts darüber aus, inwiefern die entsprechenden Religionsgemeinschaften im Zentrum der Beiträge stehen (auch auf zweiter Stufe codiert) oder ob sie nur nebenbei erwähnt werden und wie sich die jeweiligen Anteile je Religionsgemeinschaft verhalten. So zeigt sich, dass in der Berichterstattung über die christlichen und buddhistischen Religionsgemeinschaften Beiträge zweiter Stufe (Religion als dominantes Thema) leicht häufiger zu finden sind, als solche in welchen Religion Nebenthema ist. Nicht so in der Berichterstattung über das Judentum und den Islam, in welchen Beiträge in denen diese beiden nur nebenbei erwähnt werden, leicht dominieren. Es ist aber eine Verschiebung im Gange, die der Jahresvergleich aufzeigt: In den Beiträgen über den Islam ist der Anteil Beiträge zweiter Stufe 1998 30.6% und 2008 bereits 47.7%. Er wird also immer häufiger zentral thematisiert. Schliesslich zeigt sich, dass wenn Sekten in den Medien vorkommen, dann klar häufiger in einer dominanten Rolle und nur selten nebenbei erwähnt.

Derselben Frage kann aus einer anderen Perspektive, wie nachstehende Abb. 11 zeigt, nachgegangen werden. Hier wurde der Anteil an der Berichterstattung über eine Religionsgemeinschaft über alle Beiträge, die nur auf erster Stufe codiert wurden einerseits, sowie der Anteil über alle Beiträge zweiter Stufe andererseits berechnet. Damit sind jeweils alle Beiträge, in denen Religion Nebenthema bzw. alle Beiträge, in denen Religion Hauptthema ist, die Basis für die Prozentberechnung.



N gewichtet: 1. Stufe 1998 N=500, 1. Stufe 2008 N=1700, 2. Stufe 1998 N=500, 2. Stufe 2008 N=1800

Abb. 11: Religionsgemeinschaften in den Medien – prozentuale Häufigkeit nach Stufe

Das Christentum ist generell die am häufigsten thematisierte Religionsgemeinschaft, sowohl in Beiträgen, welche nur auf erster Stufe, als auch in solchen, welche auf zweiter Stufe analysiert worden sind. In 43.0% 1998 bzw. 34.2% aller Beiträge 2008, die nur auf erster Stufe codiert worden sind, kommt es in irgendeiner Form vor. Der Anteil 2008 ist also gegenüber 1998 leicht abnehmend. Dies lässt sich ebenfalls auf zweiter Stufe beobachten. Die Beiträge, in welchen Religion dominant ist, handeln 1998 zu 58.0% vom Christentum, 2008 nur noch zu 49.5%. Der Islam kommt häufig – insbesondere 2008 – in solchen Beiträgen vor, die ausschliesslich auf erster Stufe codiert worden sind. Er wird in 27.4% der Beiträge aus dem Jahr 1998 und gar 35.5% der Beiträge aus dem Jahr 2008 nur nebenbei erwähnt. Damit ist er 2008 diejenige Religionsgemeinschaft, die am häufigsten nebenbei thematisiert wird. Eine deutliche Zunahme am Anteil der Beiträge über den Islam ist sowohl auf nur erster, wie auch auf zweiter Stufe festzustellen. Während der Islam 1998 nur in 15.3% der Beiträge zentral behandelt wird, sind es 2008 bereits 34.7% – also mehr als eine Verdoppelung.

7.1.2 Diskussion der Ergebnisse

Im Folgenden werden oben vorgestellte Ergebnisse entlang der Hypothesen H1_1 und H1_4 analysiert und kontextualisiert.

(H1_2) *Über christliche Religionen wird häufiger berichtet als über nicht-christliche Religionen. Am zweithäufigsten tritt der Islam auf. Die anderen Religionsgemeinschaften nehmen nur einen sehr marginalen Anteil der Berichterstattung ein.*

H1_1 lässt sich aufgrund der Resultate klar bestätigen. Das Christentum (inklusive der verschiedenen Konfessionen) nimmt weitgehend am meisten Raum in der Berichterstattung ein. Diese Dominanz ist kaum überraschend. Wie die Volksbefragung von Bovay (2004) darlegt, gehören in der Schweiz rund drei Viertel der Einwohner passiv oder aktiv einer christlichen Religionsgemeinschaft an. Auch viele der befragten Journalisten sind nach eigenen Angaben christlich sozialisiert worden (Wyss/Keel 2009). Ihr Wissen über das Christentum ist dadurch breiter und grundlegender als dasjenige über andere Religionen. Selbst wenn sie selber dem christlichen Glauben nicht aktiv nachgehen, liegt es ihnen kulturell näher als andere Religionen. Das spiegelt sich unter anderem darin, dass die Journalisten in den Leitfadengesprächen zu Religion und Medien mit Religion in erster Linie das Christentum gemeint haben (Koch 9.1.2010). Die Mehrheitsreligion und die Sozialisation der Journalisten könnten hier also wichtige Einflussgrößen auf die Häufigkeit der Thematisierung des Christentums sein. Eine weitere ist möglicherweise die sehr professionelle, ressourcenstarke Öffentlichkeitsarbeit der grossen Landeskirchen in der Schweiz (Dahinden et al. 2010, Dahinden/Koch 2009). Eine solche fehlt anderen Religionsgemeinschaften, die nicht so viele finanzielle und zeitliche Ressourcen haben, aber vor allem auch nicht gross organisiert sind. Nicht vergessen werden darf allerdings, dass es sich beim Christentum in den Medien vor allem um den Katholizismus, allenfalls noch um das Christentum allgemein (ohne dass eine Konfession genannt wird) handelt. Der Protestantismus erhält im Vergleich dazu nur wenig Raum, obwohl ihm immerhin ein Drittel der Schweizer Bevölkerung angehört. Dies relativiert zwar nicht gerade das Argument, dass die Mehrheitsreligion eine wichtige Einflussgrösse ist. Es zeigt aber, dass sie nicht alleine ausschlaggebend dafür sein kann, ob es eine Religionsgemeinschaft in die Medien schafft oder nicht. Dass einerseits der Protestantismus unterrepräsentiert wird und andererseits der Katholizismus sehr viel Medienaufmerksamkeit erhält, ist ein Phänomen, das schon Stern (2004) in der Analyse Schweizer Medien feststellte. Zum gleichen Ergebnis kam ferner Nötzold (2009) in der Untersuchung von Medien verschiedener Länder. Sie führt dies einerseits darauf zurück, dass die Protestanten weniger interessante Rituale hätten, sowie andererseits auf deren fehlende hierarchische Strukturen. Die gros-

se Hierarchie in der katholischen Kirche sieht sie als ein Grund dafür, dass diese für die Medien interessanter seien. Diese Annahme lässt sich aus meiner Sicht unterstützen – gerade weil an späterer Stelle (Kapitel 7.7) noch die Bedeutung des Nachrichtenfaktors Prominenz und persönlicher Einfluss deutlich wird. Durch die hierarchische Struktur beim Katholizismus sind deren hohe Vertreter oft stark sichtbar und gelten als prominente, einflussreiche Persönlichkeiten. Damit sind sie für die Medien interessant. So ist der Papst ein sehr häufig in den Medien präseanter Akteur (vgl. Kapitel 7.8) und auch Bischöfe genießen einen gewissen Prominentenstatus. Die Protestanten können keine entsprechend prominenten Persönlichkeiten aufweisen, was ihre Chancen minimiert in den Medien Beachtung zu erhalten. Ein weiterer Grund für das häufigere Vorkommen der katholischen Kirche könnte ihre polarisierende Art sein. Diese manifestiert sich beispielsweise in der Diskussion über die Verhütung mit Kondomen, gegen welche sich die katholische Kirche offiziell ausspricht. Wenn jemand polarisiert, wird er für die Medien interessant. Schliesslich veranstaltet die katholische Kirche Grosse ereignisse wie beispielsweise den Weltjugendtag oder die Ostermesse des Papstes auf dem Petersplatz in Rom, deren Bilderwelt allein für Medien schon attraktiv ist. Die reformierte Kirche kann dem wenig entgegen setzen.

Der Islam ist nach dem Christentum die am zweithäufigsten genannte Religionsgemeinschaft in den Medien und erhält gemessen am muslimischen Anteil der Schweizer Bevölkerung überproportionale Beachtung. Nur gerade 4.3% in der Schweiz lebende Menschen gehören ihm im Jahr 2000 an. Allerdings gewinnt er immer mehr an Anhängerschaft. Zwischen 1990 und 2000 hat sich der Anteil Muslime in der Schweiz verdoppelt (Bovay 2004: 10). Er zählt heute nach dem Christentum, das bezüglich Mitgliedschaft alle anderen Religionsgemeinschaften bei weitem überragt, zu den anhängerstärksten Religionen in der Schweiz. Der in verschiedene Studien im Inland (Schranz/Imhof 2002, Ettinger/Linards 2009) und Ausland (Poole 2006) konstatierte Anstieg an Beiträgen über den Islam seit den Anschlägen in den USA 2001 und dem Irakkrieg lässt sich hier bestätigen. Verschiedene Studien und die nachfolgenden Auswertungen lassen vermuten, dass der Islam hinsichtlich einer möglichen Querverbindung zum Terrorismus kritisch betrachtet wird hinsichtlich einer möglichen Querverbindung zum Terrorismus. Der Islam im Westen ist ein brisantes Thema, sowohl in der Schweiz wie in anderen europäischen Ländern. Nebst den Terrorismusängsten sind Vorbehalte gegen »muslimische Praktiken« wie etwa der Ganzkörperverschleierung oder des

Verbots der Teilnahme am Schwimmunterricht spürbar. In der Schweiz wird eine latente Angst der Bevölkerung vor dem Islam durch die Anti-Minarett-Initiative manifest. All diese Debatten verschaffen dem Islam immer wieder Medienaufmerksamkeit.

Neben dem Christentum und dem Islam haben andere Religionsgemeinschaften in den Medien kaum Platz. Was das Vorkommen des Buddhismus in den Medien betrifft, kann diese Studie, die in anderen Untersuchungen (u. a. Stern 2004, Kolmer 2009) konstatierte marginale Bedeutung bestätigen.

(H1_3) In der aktuellen Berichterstattung 2008 ist gegenüber derjenigen aus 1998 eine Pluralisierung von dargestellten Religionen zu beobachten.

Eine Pluralisierung der Religionen in den Medien ist entsprechend der Annahme in H1_3 nicht ersichtlich. 2008 treten nicht mehr verschiedene Religionsgemeinschaften auf. Es gibt nur eine leichte Verschiebung der Gewichtung der schon dominant vorkommenden Religionsgemeinschaften. Ein Grund kann darin liegen, dass sich eine Pluralisierung der Religionen in der Schweiz aktuell (noch) in der Herausbildung kleiner, schwach organisierter Gruppierungen manifestiert. Diese werden, so lassen die Erfahrungen aus den Interviews mit Religionsvertretern (Dahinden et al 2009, Dahinden/Koch 2009) vermuten, keine oder nur wenig Öffentlichkeitsarbeit betreiben und sind aufgrund ihrer geringen Grösse für die Öffentlichkeit und die Medien kaum sichtbar. Ferner ist es denkbar, dass die Pluralisierung der Religionen bereits vor 1998 eingesetzt hat. Eine solche Entwicklung verläuft sehr langsam und wird deshalb vermutlich erst über eine grössere Zeitspanne betrachtet in den Medien sichtbar werden.

(H1_1) Nicht-christliche Religionsgemeinschaften werden häufiger als christliche Religionsgemeinschaften nur nebenbei erwähnt.

Dieser Annahme kann aufgrund der Ergebnisse teilweise zugestimmt werden. Tatsächlich wird der Islam am häufigsten nebenbei erwähnt, allerdings direkt gefolgt vom Christentum. Es darf hierbei aber nicht vergessen werden, dass diese beiden Religionsgemeinschaften auch diejenigen sind, welche generell am häufigsten vorkommen.

Betrachtet man alle Beiträge pro Religionsgemeinschaft, ist der Anteil derjenigen, in welchen das Christentum dominant vorkommt, grösser, als solche, in denen es nur nebenbei erwähnt wird. Es wird vor allem in der Auslandberichterstattung nebenbei erwähnt, insbesondere im Zusammenhang mit den Präsidentschaftswahlen in den USA. Dort

scheint die religiöse Ausrichtung der Kandidaten und Wähler ein wichtiges Charakterisierungsmerkmal zu sein. Die christliche Ausrichtung erscheint in der Berichterstattung über Ereignisse in der Schweiz jedoch kaum nebenbei erwähnenswert in der Berichterstattung über Ereignisse in der Schweiz. Der Islam ist 1998 anteilig weniger Haupt-, dafür häufiger Nebenthema. Dieser Unterschied nivelliert sich 2008 aus. Er ist nun fast in genau so vielen Beiträgen zu finden, in denen Religion dominant ist, wie in solchen, in welchen Religion nebenbei erwähnt wird. Als etwas Fremdes, Exotisches wahrgenommen, hat er für die Medien einen gewissen »Kuriositätswert«. Wenn ein muslimischer Akteur vorkommt, wird dies von den Medien möglicherweise als besonderes, einzigartiges charakteristisches Merkmal wahrgenommen, das es zu erwähnen gilt. So wird häufig auf die religiöse Ausrichtung eines Landes (z. B. die islamische Republik Iran), die Religionszugehörigkeit einer Person (z. B. der muslimische Fußballspieler) oder Gruppe (z. B. die radikal-islamische Hamas) hingewiesen, ohne dass die Religion für die eigentliche Berichterstattung Bewandnis hat. Wieso aber wird das beim Buddhismus nicht getan? Immerhin hat auch er einen gewissen Exotikstatus in der Schweiz, wird aber im Gegensatz zum Islam deutlich häufiger zentral als nebenbei thematisiert. Es kann hier nur angenommen werden, dass aufgrund des geringen Vorkommens in der Schweiz, Buddhisten für die Medien überhaupt keine Rolle spielen – weder nebenbei noch als Hauptthema. Der Buddhismus schafft es fast nur aufgrund des China-Tibet-Konflikts in die Medien, der durch den Dalai Lama als politischer, religiöser Führer eine religiöse Komponente erhält. Sekten stehen, wenn sie vorkommen, generell im Mittelpunkt der Berichterstattung. Dies lässt sich schwierig erklären, könnte aber möglicherweise daran liegen, dass Sektenzugehörigkeiten meist erst dann bekannt werden, wenn die Sekte an die Öffentlichkeit tritt oder durch ihre Tätigkeiten Aufmerksamkeit erhalten. Dann sind sie bereits Mittelpunkt der Berichterstattung, da wenn Sekten in Erscheinung treten, das Ereignis meist so viele Nachrichtenfaktoren vereint, dass diese gleich zentral thematisiert werden. Das Judentum schliesslich ist anteilmässig häufiger auf erster als auf zweiter Stufe zu finden. Dies vor allem deshalb, weil der Nationalsozialismus in Deutschland, sowie antisemitische Haltungen häufig noch nebenbei in anderen Kontexten erwähnt werden.

7.2 Religion nebenbei erwähnt

7.2.1 Deskription der Beiträge, in welchen Religion nur nebenbei vorkommt

Im Folgenden werden diejenigen Beiträge, welche nur auf erster Stufe codiert wurden, d.h. in welchen Religion nicht dominant vorkommt, beschrieben. Da es sich um einen kleinen Exkurs handelt und nicht das zentrale Thema dieser Arbeit ist, werden nur Beiträge aus dem Jahr 2008 angeschaut. Zuerst wird die Auswertung einiger deskriptiven Variablen vorgestellt, wie etwa welche Medien, welche Religionen, wie stark nebenbei thematisieren und der Ereignisort dieser Beiträge. Danach wird erstens das Thema dieser Beiträge untersucht und daran anknüpfend, welche Rolle die Religionsgemeinschaften dabei einnehmen, also in welchem Zusammenhang sie thematisiert werden.

In einem ersten Schritt interessierte, ob Medien unterschiedlicher Regionen und ob verschiedene Medientypen andere Religionen nebenbei erwähnen oder ob die vorab festgestellten Gewichtungen der Religionsgemeinschaften sich darüber hinweg manifestiert. Hierzu konnte in erster Linie festgestellt werden, dass sich die Welsch- und Deutschschweizer Medien kaum darin unterscheiden, welche Religionen sie nebenbei aufführen. In den Medien aus beiden Regionen ist das insbesondere Christentum, aber genauso der Islam die am häufigsten vorkommenden Religionen in der Berichterstattung. Hingegen sind Unterschiede nach Medientypen feststellbar. Der Islam ist in Gratiszeitungen, Hauptnachrichten- (in 45.5% bzw. 49.4% aller Beiträge in denen Religion nicht dominant ist) und Hintergrundsendungen (60.4% aller Beiträge) im Vergleich zu den anderen Medientypen sehr häufig Nebenthema, in den Boulevardzeitungen (25.6%) am seltensten. Das Christentum ist am meisten in Boulevard- (40.3%), Sonntags- (42.7%) und Wochenzeitungen (44.3%) zu finden. Die Auswertungen zeigen im Weiteren, dass das Ereignis in Beiträgen nur erster Stufe unabhängig von der Religionsgemeinschaft häufig im Ausland stattfindet oder gar nicht erst ein Ereignisort vorhanden ist. Letzteres ist etwa der Fall, wenn eine Buch- oder Filmbesprechung vorgenommen wird oder über den Tod philosophiert wird. Besonders selten ist die Schweiz Ereignisort, wenn es um den Islam (nur in 17.6% der Fälle) und den Hinduismus (nur in 16.0% der Fälle) geht. Wenn das Christentum nebenbei thematisiert wird, dann ist die Chance am grössten, dass das berichtete Ereignis in der Schweiz stattfindet (in 38.5% der Fälle).

Themen der Beiträge nur erster Stufe

Um was geht es aber in den zahlreichen Beiträgen, in welchen Religionsgemeinschaften, Religionszugehörigkeiten nebenbei erwähnt werden oder Religion nebenbei thematisiert wird? Und welche Rolle nimmt die Religion dann ein? Um dies zu erfassen, wurden zwei Variablen ins Codebuch aufgenommen – einerseits das Hauptthema des Beitrages, andererseits der Zusammenhang in welchem religiöse Begriffe auftauchen. Beide wurden offen als String-Variable codiert und erst in einem zweiten Schritt zu quantitativen Ausprägungen verdichtet. Abb. 12 gibt eine Übersicht über die Themen.

Thema	%	
Politik	Politik diverses	17.0%
	Wahlen/Wahlkampf	9.6%
	pol. Konflikte/Krieg	16.2%
	Anschlag/Attentat, Terrorismus	5.9%
	Gesamt	48.7%
Nationalsozialismus D, Judenverfolgung/-vernichtung, 2. Weltkrieg	1.1%	
Geschichte	1.3%	
Wirtschaft	3.9%	
Ethik, Moral, Werte, Normen	0.8%	
Gesellschaft	5.4%	
Sex, Affäre, Prostitution, Aktbilder	1.3%	
Unglück/Naturkatastrophe/Hunger/Armut/Not/Hilfswerk	3.7%	
Kriminalität	4.5%	
Musik/Film(-kritik)/Literatur/Kunst	12.9%	
Sport/über Sportler(in)	3.4%	
Stars/Promis	4.8%	
über Land, Region, Gegend	2.9%	
anderes (u. a. Architektur, Philosophie, Umwelt, human interest, Bildung, Medien)	5.5%	

N gewichtet: N=1700 (entspricht 100%)

Abb. 12: Themenbereiche in der Berichterstattung, in welcher Religion nur nebenbei vorkommt 2008

Politik ist das über alles dominierende Thema in Beiträgen, in welchen Religion nebenbei vorkommt. 48.7% der Beiträge, in welchen Religion nebenbei vorkommt, handeln in irgendeiner Art und Weise von Politik. In mehr als jedem zehnten Beitrag (12.9%) kommt Religion ausserdem in Beiträgen zu Musik, Filmen, Büchern oder Kunst vor, wenn zum Beispiel eine literarische Figur ein Pfarrer ist oder in einem Bild religiöse Symbole gezeigt werden und über dies berichtet wird. Je nachdem welche Religionsgemeinschaft nebenbei vorkommt, dominieren andere Themen. Insbesondere wenn man das Feld Politik aufspal-

tet in Politik diverses, Wahlen/Wahlkampf, politische Konflikte/Krieg und Anschlag/Attentat/Terrorismus sind deutliche Unterschiede in der Thematisierung erkennbar, je nachdem welche Religionsgemeinschaften in den Beiträgen vorkommen.

Wenn das Christentum nebenbei erwähnt wird, handeln die Beiträge häufig von Musik/Film/Literatur/Kunst (in 15.0% der Fälle), »diversen Politikthemen« (in 14.0% der Fälle) und Wahlkämpfen (14.6%). In Beiträgen, in welchen es um Wahlkämpfe geht, wird vor allem über Präsidentschaftswahlen in den USA berichtet. Der christliche Hintergrund der Kandidaten und ihre Verbindungen zu geistlichen Personen, sowie die religiöse Ausrichtung der Wähler werden immer wieder erwähnt. Seltener geht es hingegen in Beiträgen mit dem Christentum um politische Konflikte (5.4%). Wenn der Islam nebenbei vorkommt, dann in 76.2% der Fälle im Zusammenhang mit politischen Themen. Dabei wird er besonders häufig – immerhin fast in einem Drittel (29.3%) aller Beiträge – im Zusammenhang mit politischen Konflikten/Krieg erwähnt. Nennenswert ist ausserdem, dass er in 14.9% der Beiträge zum Thema Anschlag/Attentat/Terrorismus nebenbei vorkommt. Wenn das Judentum eine Nebenrolle in der Berichterstattung einnimmt, dann geht es häufig um Musik/Film/Literatur/Kunst (22.4%) oder um »diverse Politikthemen« (16.1%). Kommt der Buddhismus am Rande vor, dann vor allem im Zusammenhang mit politischen Konflikten (41.0%). Hier bilden sich deutlich die Konfliktherde in Tibet und Burma ab, in welchen die buddhistischen Mönche, in Tibet ausserdem der Dalai Lama, eine politische Rolle einnehmen und sich gegen die Regierung auflehnen. Der Hinduismus schafft es generell nur sehr selten in die Medien, so auch als Nebenthema. Ein spannendes Phänomen ist, dass er immer wieder im Zusammenhang mit Unglücken/Unfällen auftritt (in 19.4% der Beiträge zum Hinduismus), wobei es vor allem um Massenpaniken auf Pilgerreisen oder an Pilgerstätten geht. In etwa gleichem Umfang sind in Beiträgen nur erster Stufe mit dem Hinduismus Politikthemen und Berichte über ein Land/eine Region zu finden. Wenn Sekten nebenbei vorkommen, dann insbesondere im Zusammenhang mit Kriminalität (31.7%). Im Weiteren wird auf Sekten oder Sektenzugehörigkeiten in der Berichterstattung über »Stars und Sternchen« (20.1% der Beiträge, die Sekten nebenbei erwähnen) und in Beiträgen zu Musik/Film/Kunst (19.8%, die Sekten nebenbei erwähnen) aufmerksam gemacht. Ein prominentes Beispiel für Beiträge mit »Stars und Sternchen«, in welchen es nebenbei um Sekten geht, ist die Berichterstattung über Tom Cruise. Die Mit-

gliedschaft des Schauspielers bei Scientology wird von Journalisten immer wieder in die Beiträge eingeflochten.

Thematisierung von Religion in Beiträgen nur erster Stufe

Zwar ist nun bekannt, in welchen Themenfeldern Religion nebenbei auftritt. Noch ist aber noch nicht geklärt, welche Rolle die Religion dabei genau einnimmt. Inwiefern wird Religion in diesen Beiträgen thematisiert, in welchen es nicht zentral um Religion geht? In Abb. 13 sind die verschiedenen Zusammenhänge aufgelistet.

Zusammenhang mit Religion	%
Bezeichnung einer Gruppe	19.4%
Bezeichnung einer Person	19.6%
Beschrieb der Haltung einer Person	4.2%
Orts-/Landes-/Regionsbezeichnung	10.5%
Nebenrolle geistlicher Person im Ereignis	10.2%
Religion/religiöse Institution nimmt eine Nebenrolle im Ereignis ein	9.0%
Rolle der Religion in der Kultur wird erwähnt	1.3%
Erwähnung religiöser Feiertage	0.4%
Verweis auf religiöse Bräuche, Traditionen	1.5%
Trauer Gottesdienst	2.2%
Erwähnung religiöser Schrift, Zitat aus religiöser Schrift	1.1%
Erwähnung religiöser Gebäude	0.8%
Erwähnung religiöser Bildungsstätte, Hinweis auf religiöse Ausrichtung	0.7%
Verweis auf Moral einer Religion	2.5%
philosophische Beiträge, die Religion nebenbei thematisieren	1.3%
Religion kommt nebenbei in Kunst, Büchern, Theater, Filmen vor	4.6%
Verwendung des Begriffs Antisemitismus	1.5%
Verweis auf jüdische Fonds, Gelder, Raubkunst	0.2%
Erwähnung des Nationalsozialismus, Holocaust	2.2%
Rassismus, Islamophobie	0.4%
Erwähnung des Begriffs islamischer Terrorismus/Extremismus	6.2%

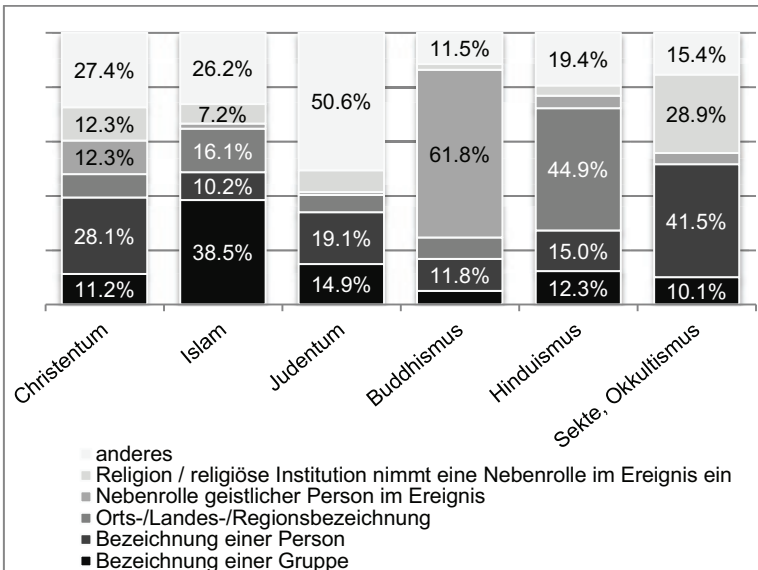
N gewichtet: N=1700 (entspricht 100%)

Abb. 13: Auftreten der Religion nebenbei in welchem Zusammenhang 2008

Nebst sehr generellen Variablenausprägungen, wie Bezeichnung einer Gruppe (z. B. die christlichen Wähler, die islamische Hamas), einer Person (z. B. der gläubige Fußballspieler, der muslimische Schauspieler) oder eines Ortes, Landes oder Region (z. B. die islamische Republik Iran, das katholische Wallis) wurden wenige sehr religionsspezifische aufgenommen. Dazu gehören etwa die Verwendung des Begriffs Antisemitismus, die Erwähnung des Nationalsozialismus/Holocaust oder der Wortkombinationen islamischer Terrorismus/islamischer Extremismus. Diese wurden berücksichtigt, da sie sehr häufig auftre-

ten und keiner der generellen Kategorien sinnvoll zugeordnet werden konnten. Die Tabelle belegt: Am häufigsten treten die Kategorien Gruppen-, Personen- oder Orts-/Landes-/Regionsbezeichnung auf, d.h. Journalisten nennen nebenbei die Religionszugehörigkeit einer Gruppierung, Person oder eines Gebietes. Im Weiteren verweist rund jeder zehnte Beitrag auf die Rolle einer geistlichen Person im Ereignis und genau gleich viele erwähnen die Rolle einer Religionsgemeinschaft/religiösen Institution im berichteten Ereignis.

Da das Christentum, insbesondere der Katholizismus, und der Islam am häufigsten in der Religionsberichterstattung vorkommen, nehmen sie ebenfalls den grössten Anteil der Beiträge ein, in welchen eine Zuschreibung zu einer Religion erfolgt. Es kann damit festgehalten werden, dass Angehörige dieser zwei Religionsgemeinschaften bzw. Orte/Länder/Regionen, die eine christliche oder muslimische Ausrichtung haben, am häufigsten als solche ausgewiesen werden, auch wenn die Religion in diesen Fällen nichts zur Sache bzw. zur Verständnislage beiträgt. Allerdings lässt sich nicht feststellen, ob die Religionszugehörigkeit beim Islam und Katholizismus häufig genannt wird, weil diese Personen(gruppen)/Regionen häufig auftauchen oder ob sie bei der Selektion des Journalisten bevorzugt werden. Aussagekräftiger ist auf alle Fälle die Perspektive, die aufzeigt, welche Religionsgemeinschaften nebenbei und in welchen Zusammenhängen erwähnt werden – berechnet auf 100% pro Religionsgemeinschaft. Dies ist in Abb. 14 ersichtlich.



N gewichtet: Christentum N=582, Islam N= 603, Judentum N= 192, Buddhismus N= 105, Hinduismus N= 23, Sekte, Okkultismus N= 42

Abb. 14: Auftreten der Religion nebenbei in welchem Zusammenhang mit welcher Religion 2008

In Beiträgen nur erster Stufe über das Christentum sind Personenbezeichnungen am häufigsten zu finden. Die religiöse Orientierung von Gruppen wird beim Christentum anteilmässig selten erwähnt, während dies von allen Beiträgen mit dem Islam in immerhin mehr als einem Drittel getan wird. Hier wird dafür seltener auf die religiöse Zugehörigkeit einer Person verwiesen. Interessant sind die beiden Kategorien »Nebenrolle geistlicher Person im Ereignis« und »Religion/religiöse Institution nimmt Nebenrolle im Ereignis ein«, welche zusammengekommen einen Viertel aller Beiträge mit dem Christentum ausmachen. Wie sich zeigt, mischen sich die Kirchen oder die Pfarrer immer wieder in das gesellschaftliche und insbesondere das politische Geschehen ein. So hat sich etwa ein Bischof für die Streikenden von SBB-Cargo eingesetzt oder ein Pfarrer hat die Wahlkampagne von Barack Obama begleitet. Das Christentum erhält ausserdem noch Bedeutung, wenn es um grössere Unglücke und Unfälle geht. Dann finden Trauergottesdienste statt, über die öffentlich berichtet wird. Dabei steht das Unglück und die Trauer im Vordergrund, das christliche Ritual der Abdankung begleitet die Berichterstattung über das Ereignis nur im Hintergrund. In Beiträgen mit dem Islam sind, wie erwähnt, Gruppenbezeichnungen am häufigsten. Dies kann insbesondere mit den Kon-

fliktherden im Nahen Osten in Verbindung gebracht werden. Immer wieder wird auf die religiöse Ausrichtung der Konfliktparteien verwiesen. Darüber hinaus wird der muslimische Hintergrund terroristischer Gruppierungen in Verbindung mit Attentaten/Anschlägen vermehrt genannt. Daran anknüpfend fallen in 16.4% der Beiträge mit dem Islam die Schlagwörter »islamischer Terrorismus« oder »islamischer Extremismus« (in der Kategorie »anderes« erfasst). Im Vergleich zu anderen Religionsgemeinschaften wird in Beiträgen mit dem Islam ausserdem häufig die religiöse Ausrichtung eines Landes, eines Ortes oder einer Region erwähnt. So wird beispielsweise der Iran in Verbindung mit dem Begriffspaar »islamische Republik« genannt oder es wird von den »islamischen Ländern« im Nahen Osten gesprochen. 16.7% der Beiträge mit dem Judentum nehmen Bezug zum Nationalsozialismus/Holocaust. Ebenfalls tritt es noch immer häufig zusammen mit Antisemitismus auf (in 13.1% der Beiträge). Das Judentum wird also in Beiträgen, in welchen es nur nebenbei vorkommt, immer noch sehr stark in einer Opferrolle dargestellt. Auffällig bei Beiträgen zum Buddhismus ist insbesondere der grosse Anteil derjenigen, in welchen eine geistliche Person eine Nebenrolle einnimmt (61.8%). Dies lässt sich auf ein Ereignis zurückführen: Mit der Olympiade, die 2008 in Peking stattfand, erhielten Tibet und dessen Konflikt mit der Regierung Chinas die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Dabei trat der Dalai Lama immer wieder als geistlicher und politischer Führer auf.

7.2.2 Diskussion der Ergebnisse

In der Problemstellung wurde die Frage gestellt, um was es in den Beiträgen überhaupt geht und inwiefern Religion zum Thema gemacht wird. Es wurde vermutet, dass Politik/Konflikt ein zentrales Themenfeld ist. Dies lässt sich zumindest für die Beiträge, in welchen Religion nebenbei vorkommt, bestätigen. In den Beiträgen, in welchen Religion nur nebenbei erwähnt wird, ist klar erkennbar, dass Religion in der Politik immer wieder eine Rolle spielt. Einen wichtigen Einfluss auf die Berichterstattung hatten die Präsidentschaftswahlen in den USA. Immer wieder wurde auf die religiöse Herkunft und Gesinnung der Kandidaten oder der Wähler verwiesen. Schliesslich werden in Zusammenhang mit politischen Konflikten, z. B. dem Tibet-China Konflikt oder den Konfliktherden im Nahen und Mittleren Osten, immer wieder Religionszugehörigkeiten genannt. Bei letzterem wird auch die islamische Orientierung eines Landes häufig erwähnt. Zwar treten die Personen oder Gruppierungen als politische Akteure auf, die Konfes-

sion spielt aber als Charakterisierungsmerkmal eine zentrale Rolle. Einschränkend muss gesagt werden, dass hier natürlich keine Kenntnis von Beiträgen herrscht, in welchen die Religionszugehörigkeit bekannt war, aber nicht genannt wurde. Wenn nicht-christliche Religionsgemeinschaften in der Schweiz nebenbei erwähnt werden, liegt dies vermutlich am Exotikstatus, den diese haben. Die Religion wird dann als charakterisierendes Element wahrgenommen. Im Sinne des Stereotypenansatzes ist dies ein Weg, um die Andersartigkeit der Outgroup zu definieren.

In dieser Analyse wird deutlich, dass Religion noch immer eine zentrale Rolle einnimmt und in alle Lebens- und Gesellschaftsbereiche hineinspielt.

7.3 Einleitung zur Analyse der Religionsberichterstattung

Die folgenden Auswertungskapitel (7.4 bis 7.9) geben einen Überblick über die Religionsberichterstattung, d.h. über diejenigen Beiträge, in welchen Religion oder ein religiöser Akteur eine zentrale Bewandnis hat. Sie wird hinsichtlich deskriptiver Variablen, Themenfelder, Frames, Nachrichtenwerte, Akteure und narrativer Muster untersucht. Als unabhängige Variable wird unter anderem der Medientyp bestimmt. Interessant ist dabei, ob sich bestimmte Bilder unabhängig von den Medien manifestieren und damit als allgemein geltende Stereotype wahrgenommen werden können oder ob, je nach Medium andere Bilder eingesetzt werden. Dies würde bedeuten, dass je nachdem welches Medium konsumiert wird, man mit anderen Darstellungsmustern versorgt werden würde. Es liesse sich dann nicht von einer Schweizer Berichterstattung über Religion sprechen, sondern man müsste die Aussagen jeweils auf den Medientyp herunter brechen. Das gilt auch für die Berichterstattung von Medien unterschiedlicher Regionen, hier Deutsch- und Welschschweiz, die ebenfalls als unabhängige Variablen erhoben wurden. Wirken sich die regionalen, kulturellen Unterschiede der zwei Regionen auf die Berichterstattung aus? Sehen sich Welschschweizer mit einer anderen Art von Religionsberichterstattung konfrontiert als Deutschschweizer? Wenn sich signifikante Unterschiede ergeben, wird ausserdem eine Analyse entlang der Ausland- und der Inlandberichterstattung vorgenommen. Hierbei interessiert vor allem, ob über die einheimischen religiösen Gruppierungen tendenziell gleich berichtet wird wie über diejenigen im Ausland oder ob unterschiedli-

che Bilder vorherrschen. Wichtigste unabhängige Variable ist natürlich die im Beitrag vorkommende Religionsgemeinschaft selber. Wie schon in den Hypothesen festgehalten, wird davon ausgegangen, dass je nachdem welche Religion thematisiert wird, die Berichterstattung anders ausfällt.

Bevor ich zu den Auswertungen komme, werden hier noch einige Anmerkungen zur Analyse gemacht. Es gilt zu berücksichtigen, dass das Jahr 2008 als Referenzpunkt für die Analyse bestimmt wurde. 1998 dient nur als Vergleichsgrösse, um punktuell Veränderungen in der Berichterstattung untersuchen zu können. Dies schafft Raum, um für die Beiträge des Jahres 2008 tiefer ins Detail zu gehen. Wenn Vergleiche zwischen 1998 und 2008 vorgenommen werden, werden dafür nur die Beiträge derjenigen Medien berücksichtigt, die in beiden Erhebungsjahren analysiert worden sind. Dies sind die tagesaktuellen Zeitungen BLICK, NEUE ZÜRCHER ZEITUNG, TAGES-ANZEIGER, LE MATIN und LE TEMPS. Damit ist eine direkte Vergleichbarkeit gesichert.

Im Verlauf der weiteren, intensiveren Auswertungen wurden Ungeheimheiten in der Codierung einer Codiererin bei den theoretischen Variablen festgestellt. Es musste deshalb in 55 Fällen die Codierung aller theoretischen, sowie aller Akteursvariablen ausgeschlossen werden. Dies betrifft die Auswertungen in Kapitel 7.6 bis 7.9. Da jeder Codierer verschiedene Medien codiert hatte, fiel der Ausfall nicht ins Gewicht. Die ausgeschlossenen Fälle repräsentieren Medien, Themen und Religionsgemeinschaften etwa entsprechend dem Gesamtsample.

In den folgenden Auswertungen werden bei den Beiträgen nach Religionsgemeinschaften nur noch diejenigen berücksichtigt, die 2008 in mindestens hundert Beiträgen thematisiert wurden. Einerseits ist dies nötig, da mit zu geringen Fallzahlen keine relevanten Aussagen gemacht werden können, insbesondere, wenn die Resultate detaillierter aufgeschlüsselt werden. Andererseits ermöglicht dieses Vorgehen eine überblickbarere Darstellung der Ergebnisse. Bei nicht-religions-spezifischen Auswertungen werden alle vorhandenen Daten einbezogen. Für folgende Religionsgemeinschaften werden die Beiträge genauer untersucht: Christentum allgemein (keine Konfession genannt), Katholizismus, Protestantismus, Islam, Judentum, Buddhismus und Sekten/Okkultismus. Wie deutlich wird, wurde das Christentum detaillierter untersucht, d.h. aufgeteilt nach Konfessionen. Dies erwies sich als sinnvoll, da der Katholizismus in den Medien sehr zahlreich vorkommt. Der Protestantismus hat zwar deutlich weniger Gewicht, aber immer noch mehr als viele andere Religionsgemeinschaften. Die beiden Konfessionen haben in der Schweiz die grösste Anhängerschaft

und werden von den Journalisten in den Interviews als eigenständige Religionsgemeinschaften betrachtet, während der Islam oder der Buddhismus generell als Einheit gesehen wird und die Konfessionen kaum berücksichtigt werden. Es zeigt sich weiter, dass die beiden Konfessionen Katholizismus und Protestantismus nur tendenziell ähnlich dargestellt werden. In wichtigen Punkten, wie zum Beispiel der Thematisierung sind Unterschiede zwischen den beiden erkennbar. Deshalb wurden sie separat behandelt. Dies gilt ferner für den Begriff »Christentum«. Wenn er verwendet wurde, also wenn keine spezifische Konfession erwähnt war, wurde dies unter »Christentum allgemein« erfasst. Der Islam wird selten differenziert dargestellt, nur in wenigen Fällen wird auf die schiitische, sunnitische oder alevitische Konfession hingewiesen. In der statistischen Überprüfung konnte festgestellt werden, dass die unterschiedlichen Konfessionen, sowie der Islam als Gesamtes nicht unterschiedlich dargestellt wurden, weshalb alle unter dem Begriff Islam zusammengefasst wurden. Bei den anderen Religionsgemeinschaften ist gar nicht erst eine konfessionelle Ausrichtung benannt worden. Dies kann bereits als erstes Ergebnis betrachtet werden. Es weist darauf hin, dass die Journalisten erwartbarerweise mit dem Christentum besser vertraut sind und mehr darüber wissen. Dies wurde vorangehend in Kapitel 7.1.2 bereits diskutiert. Aus der Sicht der Stereotypenforschung kann argumentiert werden, dass das Nahe, Vertraute genauer betrachtet wird. Man nimmt das Individuelle dahinter wahr. Das Fremde hingegen wird als Einheit wahrgenommen und in einen Topf geworfen.

7.4 Deskription der Religionsberichterstattung

Bevor die Variablen der Beiträge zweiter Stufe entlang der einzelnen Fragestellungen und Hypothesen analysiert und diskutiert werden, soll hier ein kurzer Überblick über das Datenmaterial gegeben werden. Es soll damit ein Eindruck davon vermittelt werden, mit was für Beiträgen welcher Herkunft wir es hier zu tun haben.

Umfang

Um die Grösse eines Beitrags zu messen, wurde bei den elektronischen Medien die Dauer, bei den Printmedien die Wörterzahl erhoben. Durch eine visuelle Klassierung konnten vier etwa gleiche Gruppen gebildet werden. Die Ergebnisse zeigten, dass die Beitragsgrösse nicht von den erwähnten Religionsgemeinschaften abhängig ist. Vielmehr ist

der Umfang vom Medium abhängig, der bekannterweise je nach Medium variiert.

Textsorten

Als weitere deskriptive Variable wurde die Textsorte erhoben. 75.6% der Beiträge sind referierend (z. B. Berichte), 6.1% Reportagen, 8.0% direkte Wiedergaben (z. B. Interviews) und 8.0% bewertende Beiträge sprich Kommentare oder Glossen. 2.3% sind unter der Rubrik »anderes« festgehalten worden. Die Wochenzeitungen weisen vergleichsweise einen grossen Anteil bewertender Artikel (21.4%) und Artikel mit direkter Wiedergabe (18.9%) auf. Bewertende Beiträge sind ausserdem häufig bei Sonntags- (16.0%) und Qualitätszeitungen (11.0%). Bei den anderen Medien machen sie nur einen minimalen Anteil aus.

Autor

Die Religionsberichterstattung wird generell von einem Journalist des Mediums verfasst (74.3%). Korrespondenten sind für 7.4% der Beiträge zuständig, Depeschenagenturen für 5.9%. Der Rest stammt von Gastautoren, freien Mitarbeitern oder Autoren, deren Herkunft nicht erkennbar ist. Der Journalist ist damit bei allen Medientypen hauptsächlich derjenige, welche die Religionsberichterstattung verfasst. Nur bei der NZZ AM SONNTAG und dem TAGES-ANZEIGER stammen immerhin rund ein Drittel der Beiträge von Korrespondenten.

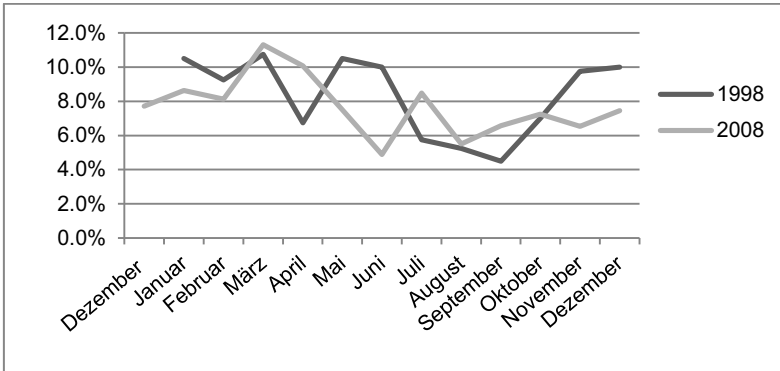
Quellen

In 58.3% der Beiträge ist gar nicht erst eine Quelle genannt, in nur 29.7% ist es ein Repräsentant einer Religionsgemeinschaft. In den restlichen Beiträgen sind diverse Quellen wie andere Medienbeiträge, Wissenschaftler oder Bücher zu finden.

Religionsberichterstattung im Jahresverlauf

In Abb. 15 ist ersichtlich, wie sich die Beiträge im Jahresverlauf verteilen. Da bei LE TEMPS die Zugänglichkeit des Datenmaterials erst ab April 1998 gegeben war und dies damit die Statistik verfälschen würde, wurde diese Zeitung für das Jahr 1998 aus der Berechnung ausgeschlossen. Im Jahr 2008 wurde die Erhebung vom 7. Dezember 2007 bis 6. Dezember 2008 unternommen. Damit wurde der Dezember 2007 und 2008 nicht vollständig erhoben. Um Verzerrungen zu vermeiden, wurde deshalb die Anzahl Beiträge auf den ganzen Monat hochgerechnet. Dies ist nicht unproblematisch, da in den Zeitraum

von Ende Dezember mit Weihnachten ein wichtiges christliches Ereignis fällt. Dies wird bei der Analyse berücksichtigt.



N gewichtet: 1998 N=400 (ohne LE TEMPS), 2008 N=1679, Dezember 2007 und Dezember 2008 wurden im Verhältnis hochgerechnet, so dass 2008 N=1946. Beiträge von LE TEMPS aus dem Jahr 1998 wurden hier aus der Berechnung ausgeschlossen, da das Datenmaterial erst ab April 1998 zugänglich war

Abb. 15: Auftreten der Beiträge im Jahresverlauf

Die Verteilung über das Jahr ist relativ regelmässig. 1998 bricht die Religionsberichterstattung im April und Juli bis September etwas ein. 2008 ist die Berichterstattung anfangs Jahr am intensivsten und bricht im Jahresverlauf ein.

Betrachtet man das Jahr 1998 nach den unterschiedlichen Religionsgemeinschaften, sind bei allen starke Schwankungen im Jahresverlauf erkennbar. Beim Katholizismus ist im Mai und Juni 2008 ein Peak erkennbar. Die Beiträge zum Christentum allgemein verteilen sich regelmässig über das Jahr; nur im Dezember schlägt die Kurve nach oben aus. Von allen Berichten über das Christentum allgemein sind die meisten im Dezember erschienen.

Zehn Jahre später sammeln sich die meisten Beiträge über den Buddhismus im März und April an. Das ist der Zeitpunkt, an dem der olympische Fackellauf stattfand und der Tibet-China-Konflikt in den Fokus der Medien gerückt ist. Zum Judentum sind die meisten Berichte im Mai erschienen. Die Berichterstattung über den Islam verteilt sich mehr oder weniger gleichmässig über das Jahr. Beiträge zum Christentum, inklusive Protestantismus und Katholizismus sind ebenfalls regelmässig übers Jahr verteilt. Die christlichen Feiertage wie Ostern und Pfingsten scheinen sich nicht in einer verstärkten Berichterstattung über christliche Religionsgemeinschaften niederzuschlagen. Der Einfluss von Weihnachten ist aber durchaus spürbar. Im Dezember 2007 ist ein deutlicher Peak in der Berichterstattung über das

Christentum zu finden. Im Dezember 2008 bleibt dieser aus, da die Weihnachtszeit nicht mehr ins Sample fiel. Interessant ist, dass sich die vermehrte Berichterstattung zur Weihnachtszeit nur in der Berichterstattung über das Christentum allgemein, nicht aber in derjenigen über den Katholizismus oder Protestantismus abbildet. Weihnachten wird damit in erster Linie als christliches und nicht direkt als katholisches oder protestantisches Fest behandelt.

Religionsberichterstattung von Medien verschiedener Regionen und Medientypen

Welche Religionen decken verschiedene Medientypen ab? Bevorzugen gewisse Medien gewisse Religionsgemeinschaften? Unterscheiden sich Welsch- und Deutschschweizer Medien in der Häufigkeit, mit der sie gewisse Religionsgemeinschaften ins Gespräch bringen? Bei der Betrachtung der Ergebnisse gilt zu berücksichtigen, dass hier nur prozentuale Anteile pro Medium verglichen werden können, d.h. die Religionsberichterstattung pro Medium ist hundert Prozent gleich zu setzen. Es werden also keine absoluten Zahlen einander gegenüber gestellt.

Erstmals kann konstatiert werden, dass Medien aus der Deutsch- und Westschweiz die Religionsgemeinschaften grundsätzlich in gleichem Ausmass thematisieren. Die Region ist also hier nicht ausschlaggebend. Unterschiede in der prozentualen Häufigkeit der Darstellung verschiedener Religionsgemeinschaften lassen sich vielmehr nach Medientypen ausmachen. Für das Jahr 2008 wurden Boulevard-, Forums-, Qualitäts-, Gratis-, Sonntags- und Wochenzeitungen sowie Hauptnachrichten- und Hintergrundsendungen untersucht. Dabei stellt sich heraus, dass das Christentum allgemein am meisten Aufmerksamkeit in Sonntagszeitungen (23.0%), am wenigsten in Hauptnachrichten- (7.2%) und Hintergrundsendungen (7.7%) erhält. In den anderen Medientypen wird es in 13.1% bis 19.5% der Fälle thematisiert. Der Katholizismus nimmt bei allen Medientypen rund ein Fünftel bis ein Viertel der Berichterstattung ein. Besondere Beachtung erhält er in den Hauptnachrichtensendungen, in welchen er rund ein Drittel der Berichterstattung über Religion ausmacht, sowie in Boulevardzeitungen, in welchen er einen Anteil von gar 40.6% an der Religionsberichterstattung erhält. Der Protestantismus wird generell sehr selten erwähnt, unabhängig vom Medientyp. Der Islam nimmt bei allen Medientypen einen zentralen Stellenwert ein, am wenigsten jedoch in Boulevardzeitungen. In diesen Zeitungen macht der Anteil der Berichte über den Islam nur 18.7% aus und auch bei Gratiszeitungen ist der Anteil mit 26.6% vergleichsweise gering. Bei Hauptnachrichtensendungen

(38.4%), Qualitäts- (37.5%), Forums- (36.2%) und Sonntagszeitungen (31.8%) erhält er deutlich mehr Raum. Eine starke Konzentration auf den Islam ist in Wochenzeitungen (46.8%) und Hintergrundsendungen (50.3%) zu erkennen. Bei den Hintergrundsendungen ist das u. a. damit zu erklären, dass eine der zwei Sendungen, nämlich »Echo der Zeit«, stark politikzentriert ist. Dadurch thematisiert sie die Rolle des Islam im Nahen und Mittleren Osten, aber auch die Anti-Minarett-Initiative viel stärker als andere Medien.

Im Jahr 1998 wurden drei Medientypen – Boulevard-, Forums- und Qualitätszeitungen – untersucht. Es stellt sich heraus, dass Boulevardzeitungen etwas häufiger auf das Christentum generell fokussieren (25.8% aller Beiträge) als dies Forums- (16.1%) und Qualitätszeitungen (16.1%) tun. Der Protestantismus hingegen wird anteilmässig häufiger in Forumszeitungen thematisiert. Dort kommt er in 16.0%, in Boulevardzeitungen nur in 3.8% und schliesslich in Qualitätszeitungen in nur 6.5% der Fälle vor.

Hinweis: Für alle nachfolgenden Auswertungen – es sei denn sie seien medien-spezifisch – wurden die Beiträge der »Rundschau« ausgeschlossen. Dieses Vorgehen wurde gewählt, weil aus dieser Sendung nur sehr wenige Beiträge vorhanden sind und durch die Gewichtung das Ergebnis stark verzerrt werden würde.

Ereignis- und Bezugsregion der Religionsberichterstattung

In welcher Region haben sich die Ereignisse in der Religionsberichterstattung abgespielt? Und auf welche Region nehmen sie Bezug? Mit dieser Unterscheidung in Ereignis- und Bezugsort wurde der Tatsache Rechnung getragen, dass beispielsweise eine Demonstration in der Schweiz stattfinden kann, die sich aber auf die Ereignisse in Tibet bezieht. Die Schweiz wird dann als Ereignisregion, Asien als Bezugsregion codiert. Zuerst soll hier betrachtet werden, ob die Ereignisse mit Schweizer Beteiligung stattfinden, sprich ob die Ereignis- oder die Bezugsregion die Schweiz ist. Im Jahr 1998 finden 43.6% der Ereignisse aus der untersuchten Religionsberichterstattung in der Schweiz statt oder nehmen zumindest auf sie Bezug. In 47.6% der Beiträge ist die Schweiz nicht Teil des Ereignisses und in 8.8% werden weder eine Ereignis- noch eine Bezugsregion genannt. Zehn Jahre später verhält es sich sehr ähnlich: in 41.4% der Beiträge ist die Ereignis- oder Bezugsregion die Schweiz, in 53.2% findet das Ereignis im Ausland statt und nimmt auch nicht Bezug auf die Schweiz und in 5.4% ist weder eine Ereignis- noch eine Bezugsregion vorhanden.

Zur Kontextualisierung der Berichterstattung über verschiedene Religionsgemeinschaften ist es aufschlussreich, zu untersuchen, ob die Schweiz bei einigen häufiger Ereignis- oder Bezugsort ist als bei anderen. So zeigt sich, dass 1998 nur wenige Beiträge zum Islam und Buddhismus in der Schweiz verortet sind oder Bezug zur Schweiz (Islam 22.3%, Buddhismus 12.5%) nehmen. Einen starken Schweizbezug haben dafür Beiträge über Sekten und das Judentum. Beiträge zum Christentum allgemein und den Katholizismus handeln häufiger in der Schweiz als im Ausland. Beim Protestantismus ist die Schweiz etwas häufiger Bezugs- oder Ereignisort.

Obwohl im Jahr 2008 mehr Medien untersucht worden sind, ist ein Vergleich mit dem Jahr 1998 durchaus zulässig: Die Daten von allen Beiträgen 2008 unterscheiden sich nur in sehr geringem Masse von dem reduzierten Sample 2008 (mit nur denjenigen Medien die auch 1998 untersucht worden sind). Gegenüber 1998 gewinnt 2008 die Schweiz als Ereignis- und Bezugsort für die christlichen Religionsgemeinschaften stark an Bedeutung. In Beiträgen über das Christentum allgemein und den Katholizismus haben rund die Hälfte, beim Protestantismus gar 80.0% der Beiträge die Schweiz als Ereignisort oder nehmen zumindest Bezug auf sie. In Beiträgen über Sekten sind es noch 44.1%. Bei allen anderen, alle mit nicht-christlichen Organisationen, überwiegt ganz klar der Anteil der Auslandberichterstattung ohne Schweiz-Bezug. Rund 70.0% (Islam und Judentum) bzw. 78.0% (Buddhismus) der Beiträge stehen überhaupt nicht mit der Schweiz im Zusammenhang. Diese starke Fokussierung des Islams auf das Ausland erstaunt ein Stückweit, bedenkt man, dass 2008 die Anti-Minarett-Initiative immer wieder Gesprächsthema war. Weniger überraschend ist es hingegen bei den anderen nicht-christlichen Religionsgemeinschaften, die in der Schweiz keine öffentliche Bedeutung haben.

Zwischen verschiedenen Medientypen lassen sich signifikante Unterschiede erkennen. Diese bilden sich 1998 gleichermaßen wie 2008 ab. So fokussieren Boulevardzeitungen am stärksten auf die Schweiz (1998: 52.0%, 2008: 54.2%). Auch bei Forums- (1998: 49.0%, 2008: 47.8%), Gratis- (2008: 49.5%) und Sonntagszeitungen (47.6%) macht der Anteil der Berichterstattung mit der Schweiz rund die Hälfte der Beiträge aus. Qualitätszeitungen richten die Religionsberichterstattung hingegen stark aufs Ausland aus: 1998 haben nur 16.0% der Beiträge den Ereignis- oder Bezugsort Schweiz, 2008 mit 29.0% etwas mehr. Auch bei Wochenzeitungen (2008: 37.5%), Hauptnachrichten- (2008: 22.6%) und Hintergrundsendungen (2008: 33.5%) ist der Anteil der Berichterstattung in oder Bezug zur Schweiz gering. Allerdings muss

hier weiter differenziert werden: Die Sendungen von Radio DRS («Echo der Zeit», «Heute Morgen») und die der «Tagesschau» vom Schweizer Fernsehen (SF) fokussieren stark aufs Ausland, bei der Hintergrundsendung «Rundschau» (SF) überwiegt hingegen der Anteil der Berichterstattung mit der Schweiz (2008: 52.4%).

Welches sind aber nun die genauen *Ereignisregionen*? 1998 gab es in 16.3%, 2008 in 12.5% der Beiträge überhaupt keinen Ereignisort. In beiden Jahren sind es weniger als drei Prozent der Beiträge, in welchen mehr als ein Ereignisort vorkommt. In den nachfolgenden Ausführungen sind die Ereignisorte nach Kontinenten zusammengefasst, wobei es Ausnahmen gibt. Da der Nahe Osten als Konfliktregion viel Aufmerksamkeit bekommt, ist er separat aufgeführt. Die Länder des Nahen Ostens sind damit nicht unter Afrika, Asien oder Europa erfasst. Zudem wurde die USA als Weltmacht einzeln aufgeführt. Nebst der Schweiz ist Europa (ohne die Schweiz) die am häufigsten vorkommende Ereignisregion. Viel Aufmerksamkeit wird in der Religionsberichterstattung 2008 ausserdem dem Nahen Osten zuteil (13.4% der Beiträge). Einen Bezugsort gibt es nur in 31.0% der Beiträge – dann ist es meist die Schweiz, in halb so vielen Fällen Europa oder Asien. Die christlichen Religionsgemeinschaften stehen, wie angedeutet, stark mit der Schweiz in Verbindung. Ansonsten finden Ereignisse, die diese thematisieren, meist in Europa statt. Dies ist sowohl 1998 als auch 2008 der Fall. Durch die Präsidentschaftswahlen in den USA, in welchen die Religionszugehörigkeit immer wieder aufgegriffen wurde, tauchen die USA 2008 auch in Beiträgen mit dem Christentum allgemein auf. Die Berichterstattung über und mit dem Islam ist auf den Nahen Osten fokussiert: 37.1% 1998 bzw. 34.4% 2008 der berichteten Ereignisse handelt dort. Schliesslich spielt in beiden Jahren in rund einem Fünftel der Beiträge über den Islam Europa als Ereignisort eine zentrale Rolle. Die Berichterstattung zum Judentum ist nebst dem starken Schweizfokus auf Europa ausgerichtet. 2008 kommt allerdings der Nahe Osten als wichtige Grösse dazu: in 39.0% der Beiträge liegt dort die Ereignisregion. Schliesslich ist der Buddhismus eine Religion, die häufig im Zusammenhang mit einem Ereignis in Asien thematisiert wird (1998: 79.8%, 2008: 48.7%). 2008 tritt ausserdem Europa und die USA als Ereignisregion auf, wobei der Bezug zu Asien noch immer überwiegend ist. Bei diesen Ereignissen handelt es sich um Europa- bzw. USA-Reisen des Dalai Lamas, die immer in Verbindung mit dem China-Tibet-Konflikt stehen. Die Berichterstattung über Sekten verteilt sich in etwa gleichen Teilen auf die Schweiz, Europa und die USA.

7.5 Themenfelder und die Thematisierung von Religion

In diesem Kapitel soll das thematische Feld der Religionsberichterstattung aufgerollt werden. Verschiedene Variablen helfen, dieses einzuzeichnen. In einem ersten Schritt wird analysiert, um was es in der untersuchten Religionsberichterstattung überhaupt geht (Kapitel 7.5.1): Als erstes wird erforscht, was den Ausschlag für die Berichterstattung gegeben hat, sprich was der Auslöser war. Festgehalten wird weiterhin das Thema des Beitrages und ob der Beitrag eine positive, negative, negativ-neutrale oder neutrale Valenz hat. Im Weiteren wird untersucht, ob Beziehungen oder Konflikte zwischen verschiedenen Religionsgemeinschaften thematisiert werden (Kapitel 7.5.2). Diese wurde im Vorfeld von den Forschern des Schweizerischen Nationalfondsprojektes 58 in dem Projekt »Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen« erwartet. Die Interviews mit Journalisten (Wyss/Keel 2009) zeigten aber, dass dies nicht so relevant zu sein scheint. Zeichnen sich die Konflikte zwischen Religionen in der Berichterstattung wirklich so ab? Nachdem die Themenwelt erkundet wurde, soll abschliessend untersucht werden, inwiefern das Religiöse überhaupt eine Rolle in der Religionsberichterstattung spielt. Dem ist im Kapitel 7.5.3 auf den Grund gegangen worden. In jenem wurde untersucht, welche religiösen Dimensionen in den Beiträgen vorkommen: Ob es einen Bezug zu Gott darin gibt und ob Hintergrundinformationen zu den Religionsgemeinschaften vermittelt werden.

7.5.1 Um was geht es in der Religionsberichterstattung?

In diesem Teilkapitel wird die Themenwelt der Religionsberichterstattung unter die Lupe genommen.

Auslöser

Was hat die Berichterstattung über das entsprechende Ereignis ausgelöst? Die Unterschiede zwischen den beiden Erhebungsjahren sowie den Herkunftsregionen der Medien sind gering: Am häufigsten wird die Religionsberichterstattung durch einen nicht voraussehbaren Anlass (37.4%) ausgelöst. Häufig ist sie auch Folge von voraussehbaren Anlässen, die nicht spezifisch für die Medien arrangiert wurden (30.3%). Immerhin in rund einem Fünftel der Beiträge ist kein direkter Anlass erkennbar (18.5%). So ist Religion ein Thema, das immer wieder mit philosophierenden Texten, Reportagen oder Interviews, in

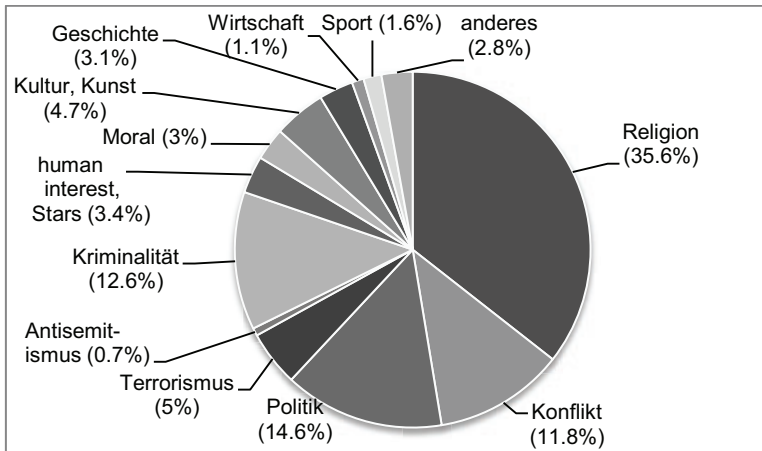
welchen über die Welt und das Sein nachgedacht wird, in den Medien präsent ist. Selten ist der Auslöser die Public Relations-Arbeit von Religionsgemeinschaften (Mediyanlass 0.5%, PR-Meldung 1.1%). Die verschiedenen Medientypen unterscheiden sich insbesondere darin, dass Gratiszeitungen und Hauptnachrichtensendungen nur einen geringen Anteil an Beiträgen ohne spezifischen Anlass haben. Das ist auf deren beschränkten Platz zurückzuführen. Zwar haben alle Medien damit zu kämpfen, diese beiden Medien aber ganz besonders, da sie bereits rein konzeptionell so darauf angelegt sind, dass nur wenige und vor allem knappe Beiträge Platz haben. In einem solchen Fall erhalten Aktualitäten den Vorzug.

Der Auslöser für die Berichterstattung unterscheidet sich wenig nach Religionsgemeinschaften, die in den Beiträgen vorkommen. Am deutlichsten sind Abweichungen bezüglich des Auslösers für das Jahr 2008 noch in der Berichterstattung über Sekten erkennbar. In Beiträgen über diese Religionsgemeinschaften wird vor allem über unvorhersehbare Anlässe berichtet (60.3%). Vorausssehbare Anlässe hingegen lösen sehr häufig die Berichterstattung über christliche Religionsgemeinschaften und das Judentum aus. Die Unterschiede zwischen der Berichterstattung von 1998 und 2008 bezüglich des Auslösers sind minimal bis nicht vorhanden.

Nachdem dargestellt wurde, wodurch die Berichterstattung ausgelöst wurde, soll in einem nächsten Schritt analysiert werden, worum es sich bei den berichteten Ereignissen im Zusammenhang mit Religion genau handelt.

Thema

Der Begriff Religionsberichterstattung wird in dieser Arbeit verwendet, um Beiträge zu beschreiben, die auf zweiter Stufe untersucht wurden. Das heisst, es tritt im Beitrag ein religiöser Hauptakteur auf oder Religion hat in mindestens einem Drittel darin Bewandtnis. Trotz alledem muss Religion nicht unbedingt das zentrale Thema sein, wie sich nachfolgend zeigen wird. Um ein konkreteres Bild der Religionsberichterstattung zu erhalten, wurde jeweils das Thema der Beiträge erhoben. Im Codebuch war dafür eine offene String-Variable vorgesehen. Die erfassten Themen wurden schliesslich in einem manuellen Kategorisierungsprozess verarbeitet. In einem ersten Schritt wurden 64 Kategorien gebildet, welche die Berichterstattung sehr detailliert abdecken. Diese wurden dann in einem zweiten Schritt zu vierzehn Oberkategorien zusammengefasst. Die Unterkategorien werden hier nicht alle vorgestellt, die zentralsten aber jeweils erwähnt.



N gewichtet = 1700

Abb. 16: Themen 2008

Die Oberkategorien sind im Text zur Verdeutlichung jeweils kursiv hervorgehoben. Es zeigt sich: 2008 nimmt das Thema *Religion* etwa einen Drittel der gesamten Religionsberichterstattung ein. Die Themenpalette innerhalb ist sehr breit: Laizismus (1.0%), Dialog zwischen Religionen (1.1%), Säkularisierung (1.1%), Heiligsprechung (1.2%), Kritik an einer Religion (1.3%), Kontroversen innerhalb einer Religionsgemeinschaft (1.8%), Bericht über ein Vertreter einer Religionsgemeinschaft (1.9%) religiöse Bräuche/Tradition/Rituale (2.2%), Verletzung religiöser Gefühle (2.3%), Papstbesuch/-rede/-predigt (2.5%), umstrittene religiöse Symbole/Bräuche (2.7%) und religiöse Feste/Treffen/Feiertage (3.8%). Religionsinhalte, also Religion selber, ihre Geschichte, ihr Glauben und ihre Bräuche, werden nur selten thematisiert – nämlich gerade mal in 4.7% der Fälle. Religionsgeschäfte, wie beispielsweise Kirchengemeindeversammlungen, nehmen 4.7% der Gesamtberichterstattung 2008 ein. Einen elementaren Anteil machen ferner *Konflikte* aus. Mehr als jeder zehnte Beitrag (11.2%) handelt von politischen Konflikten, während explizit religiöse Konflikte mit 0.6% nur einen minimalen Anteil ausmachen. Im Themenfeld *Politik*, das 14.6% der Berichterstattung einnimmt, geht es vor allem um die wahrgenommene Bedrohung durch bzw. die Angst vor dem Islam (1.0%), internationale Politik (2.6%), Wahlen/Wahlkampf (3.5%), und Inlandpolitik (6.0%). Bei letzterem ist unter anderem die Anti-Minarett-Initiative, vermehrt besprochen worden. Schliesslich steht Religion in 5.0% der Beiträge im Zusammenhang mit *Terrorismus*, in 12.6% mit *Kriminalität*. Urheber der *Kriminalität* waren meistens Vertreter von

Religionsgemeinschaften (10.0% der Beiträge). Diese Häufung ist auf die 2008 publik gewordenen sexuellen Übergriffe von Priestern und Mönchen auf Minderjährige zurück zu führen. Die Aufdeckung dieser Vorfälle hat gleich doppelte Entrüstung hervorgerufen: Zum einen weil es sich um einen sexuellen Missbrauch an Kindern handelt, zum anderen weil es Priester und Mönche sind, an die ein hoher Moralspruch gestellt wird.

Hat sich nun die Themensetzung von 1998 zu 2008 verändert? Die Antwort, zumindest für das reduziertere Sample, ist nein. Die Berichterstattung ist weitgehend konstant geblieben. In den gleichen Zeitungen wurden 1998 und 2008 dieselben Themenbereiche im fast identischen Ausmass angesprochen. Im Übrigen unterscheidet sich das reduzierte Sample 2008 kaum vom Gesamtsample 2008. Die einzigen auffälligen Unterschiede zwischen den beiden Jahren lassen sich auf zwei Themenfelder reduzieren: Politik war 1998 nur in 5.6% der Beiträge Thema, 2008 in den entsprechenden Medien schon in 12.0%. Auf der anderen Seite hat der Themenbereich Geschichte, der insbesondere Beiträge zur »Verarbeitung des Holocaust in Nazi-Deutschland« enthält, 2008 an Bedeutung verloren. 1998 noch Grundlage für 12.0% der Beiträge, ist dies 2008 nur noch in 2.8% Thema. Es gilt aber zu berücksichtigen, dass hier der Bereich Geschichte auch eine politische Komponente annimmt, es geht meist um geschichtliche politische Ereignisse.

Während es kaum Unterschiede zwischen den Jahren gibt, lassen sich dafür signifikante Unterschiede nach Medientypen für das Jahr 2008 finden: Religion erhält bei Hintergrundsendungen deutlich weniger Raum als im Gesamtdurchschnitt (nur in 24.4% der Beiträge), bei Forums- und Qualitätszeitungen, sowie Hauptnachrichtensendungen dafür mehr und zwar in rund 40.0% der Beiträge. Politik ist für Hintergrund- (31.1%) und Hauptnachrichtensendungen (20.0%) besonders relevant. Bei den anderen nimmt sie weniger als 15.0% des Raums ein – in Boulevardzeitungen nur gerade 5.8%. Kriminalität im Zusammenhang mit Religion interessiert vor allem Boulevard- (26.0%), aber auch Gratis- (15.9%) und Wochenzeitungen (15.0%). Bei den anderen Medientypen kommt sie in weniger als 10.0% bis gar nur 1.0% vor. Die signifikanten Unterschiede nach Medien unterschiedlicher Regionen sind minimal. Einzig erkennen lässt sich, dass Deutschschweizer Medien der Politik leicht mehr Aufmerksamkeit (15.5% vs. 10.1%) widmen als Welschschweizer Medien. Diese gestehen dafür dem Thema Kriminalität (17.3% vs. 10.8%) mehr Platz zu.

Aufschlussreich ist es, zu betrachten, welche Religionsgemeinschaften zusammen mit welchen Themen auftreten. Dies ist für die Beiträge aus dem Jahr 2008 in Abb. 17 einsehbar.

	Christentum	Katholizismus	Protestantismus	Islam	Judentum	Buddhismus	Sekte, Okkult.
Religion	44.1%	48.8%	53.3%	28.6%	23.5%	14.3%	20.9%
Konflikt	4.0%	1.0%	2.5%	16.5%	13.4%	66.7%	1.5%
Politik	12.5%	8.0%	10.8%	25.0%	11.8%	9.5%	4.5%
Terrorismus	1.1%	0.2%	0.0%	13.3%	5.9%	0.0%	0.0%
Antisemitismus	0.0%	0.2%	0.0%	0.9%	5.9%	0.0%	0.0%
Kriminalität	12.1%	23.7%	0.8%	2.4%	5.0%	0.0%	61.2%
human interest, Stars	5.1%	2.6%	5.8%	0.9%	0.0%	2.4%	7.5%
Moral	4.0%	5.2%	5.0%	1.4%	1.7%	0.0%	0.0%
Kultur, Kunst	6.6%	4.0%	1.7%	3.2%	8.4%	1.6%	4.5%
Geschichte	1.8%	2.0%	2.5%	2.7%	22.7%	0.8%	0.0%
Wirtschaft	0.4%	1.0%	1.7%	1.7%	0.8%	0.8%	0.0%
Sport	3.7%	0.6%	5.8%	1.4%	0.0%	2.4%	0.0%
anderes	4.4%	2.6%	10.0%	2.0%	0.8%	1.6%	0.0%

Signifikanz nach χ^2 . 0.000; N gewichtet: Christentum N=271, Katholizismus N=498, Protestantismus N=120, Islam N=589, Judentum N=118, Buddhismus N=126, Sekte/Okkultismus N=68, 100% entspricht dem Gesamt-N der jeweiligen Religionsgemeinschaft, ein Thema kann nur einmal auftreten

Abb. 17: Themen 2008 nach Religionsgemeinschaft

In der Berichterstattung über christliche Religionsgemeinschaften dominiert das Thema Religion. Besonders in den Beiträgen über den Protestantismus ist der Themenbereich Religion mit 53.3% sehr zentral, aber auch in denjenigen über den Katholizismus kommt er fast in der Hälfte vor (48.8%). In diesen Beiträgen ist ferner Kriminalität mit einem Anteil von 23.7% ein zentrales Thema. 2008 wurden zahlreiche Fälle pädophiler Priester und Geistlicher aufgedeckt, was zu grosser Entrüstung und dementsprechend intensiver Behandlung durch die Medien geführt hat. Der Islam wird ebenfalls am häufigsten im Zusammenhang mit dem Thema Religion abgedeckt (28.6%). Allerdings macht dieses Thema in Beiträgen über den Islam, wie auch in solchen über andere nicht-christliche Religionsgemeinschaften einen deutlich geringeren Anteil aus als in solchen über christliche. Der Islam wird stark mit politischen Themen verbunden, sprich Politik allgemein (25.0%), Konflikt (16.5%) und Terrorismus (13.3%). Zusammengekommen dominieren diese politiklastigen Themen damit anteilmässig über den Anteil der Beiträge mit Thema Religion. In der Rubrik Politik allgemein sind im Zusammenhang mit dem Islam häufig Beiträge über die Anti-Minarett-Initiative, für welche 2008 die nötige Anzahl Unter-

schriften erreicht wurde, zu finden. Beiträge über das Judentum blicken häufig zurück auf den Nationalsozialismus und seine Folgen. Dieses Thema nimmt einen Fünftel der Berichterstattung ein. Vermehrt geht es ausserdem um Politik allgemein und um Konflikte. Dabei ist vor allem der Konflikt im Nahen Osten, mit der kontroversen jüdischen Siedlungspolitik, ein Geschehnis, über das häufig berichtet wird. Der Buddhismus ist vor allem mit einem Thema in den Medien erschienen: Konflikt (66.7%). Dabei geht es hauptsächlich um den China-Tibet-Konflikt, in welchem der Dalai Lama sowie die buddhistischen tibetischen Mönche eine aktive Rolle einnehmen. Ein weiterer Konfliktherd ist Burma, wo die Mönche auf den Strassen gegen das totalitäre Regime protestierten. Abgesehen von diesen Ereignissen ist der Buddhismus für die Medien nicht von Relevanz. Sekten sind überwiegend in Verbindung mit Kriminalität in den Medien – etwa wegen Betrugs, aber auch wegen schlimmerer Vergehen wie beispielsweise dem sexuellen und psychischen Missbrauch von Mädchen. Schliesslich wird Religion in rund einem Fünftel der Beiträge über Sekten thematisiert. Oft geht es dabei um die als kurios erachteten Rituale der Sekten, ihren Werbemethoden oder um Apokalypsevorstellungen.

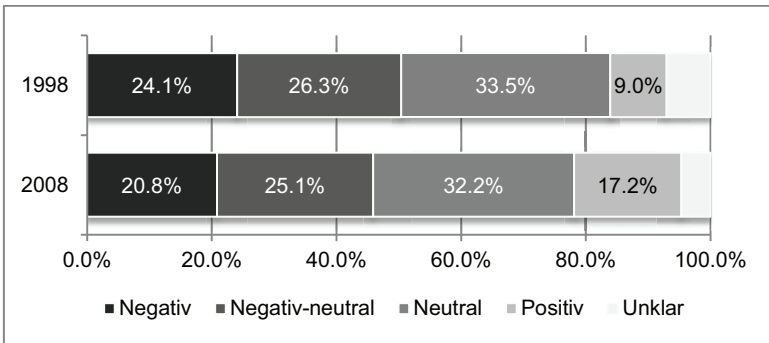
Die untersuchte Berichterstattung zehn Jahre früher, also aus dem Jahr 1998, zeigt folgendes Bild: Wenn es um das Christentum allgemein geht, ist das dominierende Thema Religion (42.0%). Ansonsten werden christliche Religionsgemeinschaften häufig im Kontext von Kriminalität (15.0%) und Kunst/Kultur (12.0%) präsentiert. Über den Katholizismus wird noch stärker zusammen mit dem Thema Religion (50.6%) berichtet. 17.6% der Beiträge handeln ausserdem von Kriminalität. Wenn es um den Protestantismus geht, dominieren drei Themenbereiche: Religion (24.7%), Konflikt (27.1%) und Kriminalität (10.4%). Der Islam wird deutlich weniger im Zusammenhang mit Religion thematisiert als die christlichen Religionsgemeinschaften (24.7%). Er ist dafür stark politisch geprägt: Politik allgemein ist in 15.6% der Fälle Thema, Konflikt in 19.5% und Terrorismus in 20.8%. Er wird also bereits 1998 sehr stark mit dem Thema Terrorismus verbunden. Bei den anderen Religionsgemeinschaften ist Terrorismus kaum ein Thema. Beiträge über das Judentum konzentrieren sich auf den Bereich Geschichte (52.6%), wobei vor allem Erinnerungen und Folgen des Nationalsozialismus und des Holocaust diskutiert werden. Weitere Themen sind Kultur/Kunst (12.2%) und Religion (13.3%). Das Thema Religion tritt im Zusammenhang mit dem Judentum aber deutlich weniger auf als im Zusammenhang mit anderen Religionsge-

meinschaften. In Beiträgen über den Buddhismus sind zwei Bereiche dominant: Religion (37.5%) und Konflikt (31.3%). 12.5% der Beiträge mit Buddhismus handeln ausserdem von Kultur/Kunst. Sekten werden ganz stark mit Kriminalität in Verbindung gebracht und zwar in 75.5% der Fälle. Ein Teil der Berichte diskutiert die Bedrohung, die von Sekten ausgeht, die andere Hälfte die direkte Kriminalität, die begangen wurde. In einem Fünftel ist ausserdem Religion selber ein Thema.

Für den Jahresvergleich ist auch nach Religionsgemeinschaft aufgeteilt – das Thematische betrifft – das reduzierte Sample 2008 mit dem Gesamtsample 2008 praktisch identisch. Die nachfolgenden Prozentzahlen beziehen sich trotzdem auf das reduzierte Sample. Zwischen 1998 und 2008 lassen sich einige starke Veränderungen feststellen. In der Berichterstattung über den Protestantismus gewinnt 2008 das Thema Religion gegenüber 1998 stark an Bedeutung (Zunahme um 32.3%). Dies geht zu Ungunsten des Themenbereichs Konflikt, der um 26.9% verliert. In Beiträgen über das Judentum wird Religion (Zunahme um 15.0%) und Konflikt (Zunahme um 10.8%) 2008 gegenüber 1998 wichtiger, während der Bereich Geschichte deutlich schrumpft (Abnahme um 31.1%). In der Berichterstattung über den Buddhismus hat der Bereich Konflikt anteilmässig um 33.8% zugelegt, Religion dafür um 20.6% verloren.

Valenz

Eine weitere Perspektive auf die Religionsberichterstattung bietet die Untersuchung der Valenz des Ereignisses, die eng mit dem Thema verbunden ist. Es ist aber durchaus möglich, dass ein Beitrag mit einem negativ konnotierten Thema wie Konflikt eine positive Ereignisvalenz aufweist, wenn es beispielsweise um einen Waffenstillstand geht. Als negative Ereignisse gelten Gewaltkonflikte, körperliche Verletzungen, Anschläge, Kriege, Katastrophen und schlimme Unfälle. Als negativ werden Ereignisse deklariert, bei denen Schaden erzeugt wird, die aber nicht direkt mit Gewalt im Zusammenhang stehen. Positive Ereignisse sind mit Erfolg oder Nutzen verbunden, neutrale weder mit Erfolg/Nutzen noch mit Misserfolg/Schaden. Diese Abstufung wurde übernommen aus der Inhaltsanalyse von Piga und Bucher (2008). Wichtig ist, zu berücksichtigen, dass es sich bei der Valenz nicht um eine Wertung des Journalisten handelt, sondern vielmehr darum, ob dem Beitrag ein positives, negatives oder neutrales Ereignis zugrunde liegt.



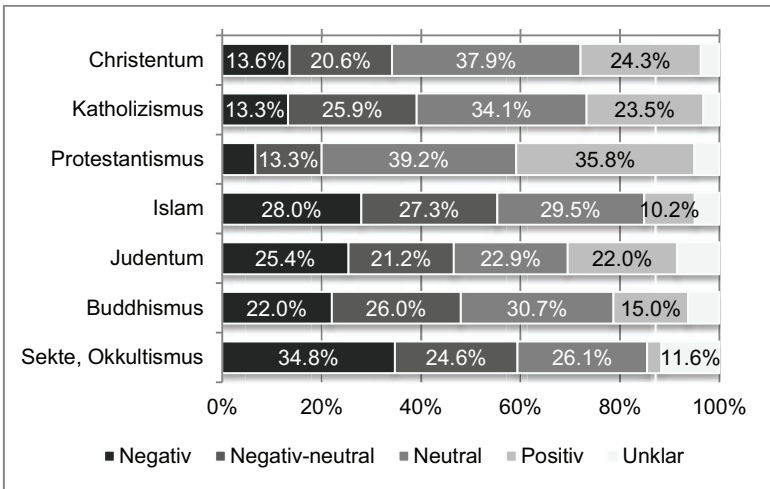
N gewichtet. 1998 N=498, 2008 N=1690

Abb. 18: Ereignisvalenz 1998 und 2008

Es fällt sofort auf, dass positive Ereignisse nur einen sehr geringen Teil der Berichterstattung ausmachen (1998: 9.0%, 2008: 17.2%). Ein Drittel der Berichterstattung wird bestimmt durch neutrale Ereignisse. Den bedeutendsten Anteil machen die negativ(-neutralen) Ereignisse aus.

Zwischen den Medientypen lassen sich kaum signifikante Unterschiede erkennen. Deutlich wird einzig, dass Gratiszeitungen kaum über Ereignisse mit neutraler Valenz berichten (12.1%) – sie sind entweder positiv oder negativ(-neutral). Auch im Jahresvergleich gibt es bezüglich der Valenz keine grossen Differenzen in der Berichterstattung. 2008 lassen sich nur leicht mehr positive Beiträge feststellen als 1998.

In erster Linie interessiert hier aber, ob die Ereignisvalenz sich unterscheidet, je nachdem welche Religionsgemeinschaft im Zentrum der Berichterstattung steht. Werden gewisse Religionsgemeinschaften häufiger im Zusammenhang mit Ereignissen negativer bzw. positiver Valenz thematisiert als andere?



Signifikanz nach χ^2 .000, N gewichtet: Christentum N=272, Katholizismus N=498, Protestantismus N=120, Islam N=589, Judentum N=118, Buddhismus N=126, Sekte/Okkultismus N=68

Abb. 19: Ereignisvalenz nach Religionsgemeinschaft 2008

Die Ereignisvalenz der Beiträge über nicht-christliche Religionsgemeinschaften ist deutlich häufiger negativ oder negativ-neutral als bei christlichen Religionsgemeinschaften. In denjenigen Beiträgen in welchen christliche Religionsgemeinschaften vorkommen, wird im Vergleich anteilmässige mehr über Ereignisse mit positiver Ereignisvalenz berichtet (Christentum 24.3%, Katholizismus 23.5%, Protestantismus 35.8%). Einzig Beiträgen über das Judentum liegt vergleichsweise noch häufig eine positive Ereignisvalenz zu Grunde (22.0%). Von allen Beiträgen über den Islam weist nur gerade jeder zehnte eine positive Ereignisvalenz auf.

1998 sind Ereignisse vor allem im Zusammenhang mit drei Religionsgemeinschaften negativ-neutral bis negativ: Allen voran in Beiträgen über den Sekten, welche ja häufig mit Kriminalität in Verbindung gebracht werden. Zudem sind viele negativ, negativ-neutrale Beiträge zum Islam und Judentum zu finden. Auch in solchen über christliche Religionsgemeinschaften (Christentum generell, Katholizismus, Protestantismus) ist der Anteil negativer, negativ-neutraler Ereignisvalenz in der Berichterstattung beträchtlich. Allerdings finden sich hier zugleich viele Beiträge mit neutraler Ereignisvalenz. Von denjenigen über den Protestantismus weist ein Viertel eine positive Valenz auf.

Der Jahresvergleich zeigt, dass 2008 das Christentum allgemein viel häufiger in Beiträgen mit positiver Ereignisvalenz abgebildet wird als noch 1998 (Zunahme um 14.4%). Beiträge mit negativer Ereignisva-

lenz hingegen sind seltener zu finden (Abnahme um 12.7%). Auch in der Berichterstattung über den Katholizismus (Zunahme um 10.5%), den Protestantismus (Zunahme um 12.9%) und das Judentum (Zunahme um 11.6%) sind 2008 gegenüber 1998 mehr Beiträge mit positiver Valenz zu finden. In denjenigen über den Protestantismus sind ausserdem 2008 Ereignisse mit neutraler Valenz häufiger (Zunahme um 18.0%). Beiträge über negativ und negativ-neutrale Ereignisse werden dafür seltener. In der Berichterstattung über den Islam (Zunahme 13.8%) und Sekten (Zunahme 21.1%) kommen 2008 im Vergleich zu 1998 Beiträge mit neutraler Valenz vermehrt vor, zu Ungunsten derjenigen mit negativ(-neutraler) und positiver Ereignisvalenz. Immer weniger Beiträge mit positiver Ereignisvalenz gibt es in der Berichterstattung über den Buddhismus. Solche Beiträge sind 2008 zu 10.2% weniger zu finden als noch 1998.

7.5.2 Thematisierung der Beziehung und Konflikte zwischen Religionen

In diesem Teilkapitel wird eine etwas spezifischere Thematisierung von Religion analysiert. Es geht darum, zu untersuchen, ob und inwiefern verschiedene Religionen oder Konfessionen in den Beiträgen zusammen vorkommen: Werden Konflikte zwischen ihnen angesprochen? Oder werden gemeinsame Unternehmen oder Gespräche thematisiert? Äussert sich die eine Religionsgemeinschaft über die andere? Erstmals muss dazu festgestellt werden, dass nur in einem minimalen Anteil der Beiträge überhaupt mehr als eine Religionsgemeinschaft zentral vorkommt. 2008 ist in 2.4% der Beiträge keine Religionsgemeinschaft explizit genannt (z. B. Verwendung des Begriffs Priester, ohne dass eruiert werden kann zu welcher Religionsgemeinschaft der Priester gehört), in 89.0% eine und in 8.7% mehr als eine. Auch in der Berichterstattung aus 1998 tritt nur selten mehr als eine Religionsgemeinschaft auf (nur in 12.8% der Fälle). Das bestätigt die Aussage der Journalisten in den Interviews von Dahinden und Wyss (2008) sowie Wyss und Keel (2009), wonach der Nachrichtenwert einer Berichterstattung nicht dadurch gesteigert wird, ob eine oder mehrere Religionsgemeinschaften Bestandteil eines Ereignisses sind.

In den wenigen Fällen, in welchen mehr als eine Religionsgemeinschaft auftritt, sind es meist nicht verschiedene Religionen sondern Konfessionen. So kommen vergleichsweise der Katholizismus und der Protestantismus häufig zusammen vor. Zusammen mit dem Christentum allgemein und dem Katholizismus ist ausserdem der Islam im

Gespräch. Religionen werden also selten zusammen thematisiert, vor allem nicht in Zusammenhang mit einer positiven Beziehung (5.6%) zwischen ihnen. Nur Kontroversen oder Konflikte zwischen Religionen erhalten 2008 in 15.7% der Beiträge Aufmerksamkeit. Allerdings lassen sich starke Unterschiede nach Religionsgemeinschaften erkennen: Der Protestantismus wird 2008 eher mit positivem Zusammenreffen als mit Konflikten in Verbindung mit dem Katholizismus gebracht (in 16.9% der Beiträge zum Protestantismus). Diese Beiträge machen allerdings anteilmässig in der Berichterstattung über den Katholizismus aufgrund dessen häufiger Thematisierung nur einen geringen Anteil aus. Auch wenn es um den Islam geht, werden häufig verschiedene Konfessionen miteinander thematisiert. In jedem zehnten Beitrag wird ein Konflikt zwischen den Konfessionen schiitischer und sunnitischer Islam erwähnt. Dies ist vor allem in Beiträgen der Fall, welche die Kontroversen/Konflikte im Nahen Osten behandeln. Fast in jedem dritten Beitrag über den Islam wird ausserdem ein Konflikt mit anderen Religionsgemeinschaften erwähnt. Solche Kontroversen/Konflikte stehen meist im Zusammenhang mit christlichen Religionsgemeinschaften oder dem Judentum. So behandeln von allen Beiträgen mit dem Judentum immerhin 40.0% Kontroversen/Konflikte zwischen Religionsgemeinschaften.

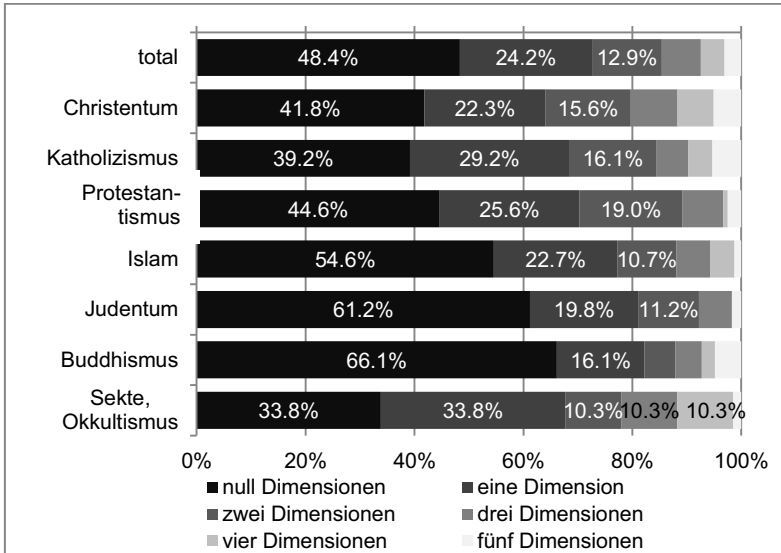
1998 geht es immerhin in jedem zehnten Beitrag mit dem Katholizismus, um Auseinandersetzungen oder Kritiken von oder über den Protestantismus. Beim Protestantismus macht es gar 36.4% der Beiträge aus. Das positive Zusammenkommen von Katholizismus und Protestantismus wird in 10.8% der Beiträge zum Katholizismus bzw. 32.2% der Beiträge zum Protestantismus erwähnt. In 11.8% der Beiträge über den Islam geht es um Auseinandersetzung mit anderen Religionsgemeinschaften. Positive Zusammenkommen (etwa Treffen, Feiern, Austausch, Diskussionen) vom Islam mit anderen Religionsgemeinschaften sind hingegen kein Thema. Dies gilt genauso für den Buddhismus, Sekten und das Christentum allgemein. Die Religionsgemeinschaften werden aber auch nicht im Zusammenhang mit Kontroversen/Konflikten zwischen Religionen oder Konfessionen besprochen.

7.5.3 Inwiefern kommt das Religiöse in den Medien vor?

Wie vorangehend gezeigt wurde, kommt nur gerade in einem Drittel der Beiträge, sowohl 1998 als auch 2008, das Hauptthema Religion vor, sprich geht es im Kern um religiöse Bräuche, Rituale, Symbole, religiöse Feste/Treffen, Papstbesuche, Interviews mit und Beiträge über geistliche Personen. Das heisst jedoch nicht, dass in diesen Beiträgen automatisch einen Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen hergestellt wird, oder dass Dimensionen der Religiosität in diesen Beiträgen thematisiert werden. Genauso wenig lässt sich folgern, dass in Beiträgen in welchen Religion nicht Hauptthema ist, kein Bezug zu religiösen Vorstellungen hergestellt wird bzw. keine religiösen Dimensionen vorkommen. Um dem »Religiösen«, dem »Religioning« in den Beiträgen auf den Grund zu gehen, wurde einerseits die Dimensionen der Religiosität nach Glock (1969; siehe dazu Kapitel 1.2), andererseits das Frameelement »Gibt es einen Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen?« erfasst. Auf dieses Frameelement wird in diesem Kapitel vorgegriffen, da es die anderen Ausführungen thematisch ergänzt. Alle untersuchten Frameelemente und Frames werden aber an späterer Stelle noch konkreter behandelt. Schliesslich wird in diesem Teilkapitel untersucht, ob Hintergrundinformationen zu den erwähnten Religionsgemeinschaften geliefert werden.

Religiöse Dimensionen

Glock (1969) definierte, wie im Theorieteil (vgl. dazu Kapitel 2.2) vorgestellt, fünf Dimensionen der Religiosität: ideologische und rituelle Dimension, religiöses Wissen, religiöse Erfahrung und religiöse Konsequenzen. Untenstehende Abb. 20 zeigt auf, in wie vielen Beiträgen 2008 überhaupt eine der Dimensionen angesprochen wird. Einerseits wird das Total angezeigt, andererseits das Vorkommen der religiösen Dimensionen nach Religionsgemeinschaft in der Berichterstattung.



N gewichtet: Total N=1700, Christentum N=256, Katholizismus N=490, Protestantismus N=121, Islam N=568, Judentum N=116, Buddhismus N=124, Sekte/Okkultismus N=68

Abb. 20: Anzahl Dimensionen nach Religionsgemeinschaft 2008

In rund der Hälfte der Beiträge kommt gar keine Dimension der Religiosität vor. In einem Viertel (24.2%) wird zumindest eine angesprochen, in 12.9% zwei und in 14.6% drei oder mehr. Wie schon zuvor deutlich wurde, bildet sich eine Teilung entlang der Linie von Beiträgen mit christlichen Religionsgemeinschaften oder Sekten versus solchen mit nicht-christlichen Religionsgemeinschaften ab. Hier bildhaft für das Jahr 2008 ausgeführt, gilt dies – mit nur leicht anderen Prozentzahlen – genauso für 1998. Christliche Religionsgemeinschaften werden deutlich häufiger in Zusammenhang mit mindestens einer Dimension der Religiosität abgebildet als die nicht-christlichen. In Beiträgen mit christlichen Religionsgemeinschaften sind ausserdem vergleichsweise häufiger mehrere Dimensionen zu finden. Auffällig ist, dass in der Berichterstattung über Sekten die Dimensionen der Religiosität sehr stark vertreten sind. Nur in 33.8% der Beiträge kommt keine der Dimensionen vor. In 22.1% der Beiträge sind sogar drei oder mehr Beiträge vertreten. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass es Sekten vor allem aufgrund ihrer umstrittenen Praktiken und Ansichten in die Medien schaffen. Ihr Glaube und ihre Praktiken werden diskutiert. Im Jahresvergleich schliesslich sind Unterschiede vor allem darin festzustellen, dass religiöse Dimensionen 2008 häufiger vorkommen als 1998 (66.8% der Beiträge ohne religiöse Dimension). Dies lässt sich

unabhängig von der Religionsgemeinschaft, über die berichtet wird, feststellen.

Nun soll aber darauf fokussiert werden, welche Dimensionen überhaupt auftreten. Am häufigsten werden 2008 die Dimensionen religiöse Ideologien (in 32.8% der Beiträge) und religiöse Rituale (in 30.2%) angesprochen. Religiöses Wissen kommt in immerhin in 17.7%, religiöse Erfahrung in 9.6% und religiöse Konsequenzen in 15.0% der Beiträge vor. Die Berichterstattung im Jahr 1998 unterscheidet sich von derjenigen von 2008 darin, dass alle religiösen Dimensionen 1998 nur rund halb so oft erwähnt werden. Es sind 2008 also insgesamt alle religiösen Dimensionen häufiger zu finden; keine davon wird aber im Vergleich zu den anderen überproportional häufiger verwendet.

Gibt es Unterschiede nach Medientypen? Berichten einige Medien häufiger über Dimensionen der Religiosität als andere? Im Jahr 2008 sind tatsächlich signifikante Unterschiede zwischen den Medientypen erkennbar: Boulevard- und Gratiszeitungen decken alle Dimensionen der Religiosität am intensivsten ab, Wochenzeitungen, Hauptnachrichten-, Hintergrundsendungen und insbesondere Qualitätszeitungen am schwächsten. Allerdings wird hier vermutet, dass diese Unterschiede durch eine andere Einflussvariable ausgemacht werden und weniger direkt durch den Medientyp. So handelt es sich bei der ersten Gruppe (Boulevard-, Gratiszeitungen) um Medien, welche insbesondere auf die Inlandberichterstattung, bei der zweiten Gruppe um solche, die eher auf die Auslandberichterstattung fokussieren. Es lässt sich nachweisen, dass Beiträge, welche in der Schweiz handeln oder einen Bezug zur Schweiz haben, eher eine der Dimensionen der Religiosität thematisieren. Dies gilt allerdings nicht für Beiträge mit christlichen Religionsgemeinschaften. Hier macht es bezüglich des Vorkommens von Dimensionen der Religiosität keinen Unterschied, ob das Ereignis in der Schweiz oder im Ausland stattgefunden hat. In der Berichterstattung über den Katholizismus sind die religiösen Dimensionen in der Auslandberichterstattung sogar etwas häufiger zu finden. Dies kann mit der Popularität des Papstes in den Medien erklärt werden, der immer in der Auslandberichterstattung vorkommt. Über seine Reden, Messen und Predigten wird regelmässig – insbesondere an christlichen Feiertagen wie Ostern oder anlässlich des Weltjugendtages – berichtet.

Wie sieht es aber generell hinsichtlich der Thematisierung religiöser Dimensionen in der Berichterstattung über unterschiedliche Religionsgemeinschaften aus? Kommen je nach Religionsgemeinschaft im Beitrag andere religiöse Dimensionen vor? Die Daten dazu sind in Abb. 21 einsehbar.

Dimension	Christentum	Katholizismus	Protestantismus	Islam	Judentum	Buddhismus	Sekten, Okkultismus
Ideologische	40.9%	38.4%	34.1%	29.8%	24.2%	16.9%	48.1%
Rituelle	35.1%	35.8%	30.8%	24.2%	17.3%	25.9%	38.6%
religiöses Wissen	22.3%	19.6%	18.4%	19.3%	11.2%	7.3%	15.6%
religiöse Erfahrung	15.8%	13.6%	8.8%	2.0%	7.1%	10.7%	13.2%
religiöse Konsequenzen	19.0%	16.6%	10.1%	12.9%	9.9%	17.6%	21.1%

N gewichtet: N=1700, Christentum N=256, Katholizismus N=490, Protestantismus N=121, Islam N=568, Judentum N=116, Buddhismus N=124, Sekte/Okkultismus N=68, 100% entspricht allen Beiträgen pro Religionsgemeinschaft, eine Dimension kann mehr als einmal pro Beitrag auftreten

Abb. 21: Dimensionen nach Religionsgemeinschaft 2008

Die ideologische und rituelle Dimension sind besonders in den Beiträgen über christlichen Religionsgemeinschaften und Sekten zu finden. Bei den anderen sind sie schwächer ausgeprägt. Religiöses Wissen kommt in rund einem Fünftel der Beiträge mit christlichen Religionsgemeinschaften und dem Islam vor, in Beiträgen über das Judentum und den Buddhismus nur in 7.1% bzw. 10.7%. Religiöse Erfahrung, d.h. das Erleben des »Anderen«, des »Übernatürlichen« wird am stärksten in Beiträgen mit dem Christentum allgemein, dem Katholizismus und Sekten erwähnt, am wenigsten in Beiträgen mit dem Islam und dem Judentum. Schliesslich wurde die Dimension religiöse Konsequenzen in rund einem Sechstel bis einen Fünftel der Beiträge über das Christentum allgemein, den Katholizismus, Buddhismus und Sekten gefunden, deutlich weniger in solchen über den Protestantismus (10.1%) und das Judentum (9.9%).

Im Jahresvergleich wird wieder deutlich, dass jede Dimension der Religiosität 2008 gegenüber 1998 grundsätzlich an Bedeutung gewinnt. Ganz stark bildet sich das aber bei der ideologischen Dimension ab. Sie ist 2008 zu 36.0% häufiger in Beiträgen über Sekten, zu 31.2% häufiger in solchen über Katholiken, zu 19.3% häufiger in solchen über Protestanten und zu 20.5% häufiger in solchen über den Islam zu finden. In Beiträgen über den Buddhismus und das Judentum erhält sie in beiden Jahren ähnlich wenig Beachtung. Ebenfalls klar mehr Aufmerksamkeit als noch 1998 erhält 2008 die rituelle Dimension. Sie ist 2008 in 20.5% mehr Beiträgen über den Katholizismus, in 27.6% mehr über den Protestantismus, in 24.6% mehr über den Buddhismus und in 38.0% mehr über Sekten zu finden. Die anderen Dimensionen der Religiosität gewinnen nur leicht an Bedeutung; Sie erhalten in beiden Jahren generell wenig Beachtung. Es gibt wenige Ausnahmen: So ist in

der Berichterstattung über Sekten 2008 die Dimension religiöses Wissen viel wichtiger geworden, wird sie doch in 21.5% mehr Beiträgen über Sekten eingesetzt als noch 1998. Stark legt in diesen Beiträgen ausserdem die Dimension religiöse Konsequenzen zu. 1998 noch in 2.2% der Beiträge über Sekten zu finden, wird sie 2008 bereits in 40.3% erwähnt. Diese Dimension gewinnt ausserdem in Beiträgen über den Katholizismus an Beachtung. Sie wird in diesen Beiträgen 2008 immerhin zu 16.5% häufiger thematisiert als 1998.

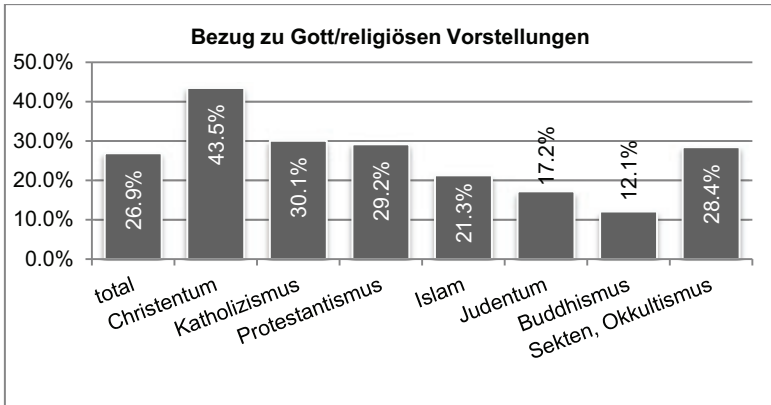
Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellung

Eine weitere Variable die Hinweise darauf geben kann, ob sich das Religiöse in der Berichterstattung manifestiert, ist das Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen«, das danach fragt, ob es im Beitrag einen Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen gibt. 2008 war dies in 26.9% der Beiträge der Fall. Obwohl also Religion im Beitrag eine zentrale Position einnimmt, ansonsten wäre der Beitrag ja nicht auf zweiter Stufe untersucht worden, ist nur sehr selten ein direkter Bezug zu Religiosität, Transzendenz oder Gott vorhanden. Das wurde bereits deutlich bei der Betrachtung der Dimensionen der Religiosität.

Im Jahr 2008 lässt sich mit einer Signifikanz von .000 nach Chi-Quadrat einen Unterschied zwischen Boulevard- und Wochenzeitungen auf der einen, Qualitätszeitungen und Hauptnachrichtensendungen auf der anderen Seite feststellen. Erstere schaffen in ihren Beiträgen am ehesten einen Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen (39.7% bzw. 35.2%), letztere am seltensten (15.5% bzw. 9.5%). Differenzen gibt es ferner je nach Thema des Beitrages. Der Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen nimmt unerwarteterweise im Themenbereich Wirtschaft eine wichtige Rolle ein. Auch in den Themenfeldern Sport, human interest und Religion weisen – wie bei Wirtschaft – zwischen 40.0 bis 55.0% der Beiträge einen solchen Bezug auf. Wenn es um Antisemitismus, Terrorismus und Konflikte geht, wird ein solcher Bezug am seltensten hergestellt (in unter 10% der Beiträge).

Für den Vergleich der Beiträge von 1998 und 2008 wurden nur die Medien berücksichtigt, die in beiden Jahren untersucht wurden. Es handelt sich dabei um tagesaktuelle Zeitungen. Diese schafften 2008 in 32.1% der Beiträge, 1998 nur in 18.3%, einen Bezug zu religiösen Vorstellungen oder Gott. Wie schon vorab bei der Analyse der Dimensionen der Religiosität festgestellt, zeigt sich auch hier, dass das Religiöse 2008 wieder mehr Beachtung findet als 1998.

In Abb. 22 wird aufgezeigt, in wie vielen Beiträgen je nach thematisierter Religionsgemeinschaft 2008 ein Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen vorhanden ist.



N gewichtet: total N=1653, Christentum N=255, Katholizismus N=491, Protestantismus N=120, Islam N=568, Judentum N=116, Buddhismus N=124, Sekte/Okkultismus N=67

Abb. 22: Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen vorhanden nach Religionsgemeinschaft 2008

Es stellt sich heraus, dass insbesondere in Beiträgen über die christlichen Religionsgemeinschaften und Sekten/Okkultismus ein Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen hergestellt wird. In Beiträgen zum Buddhismus und zum Judentum gibt es einen solchen Bezug am seltensten.

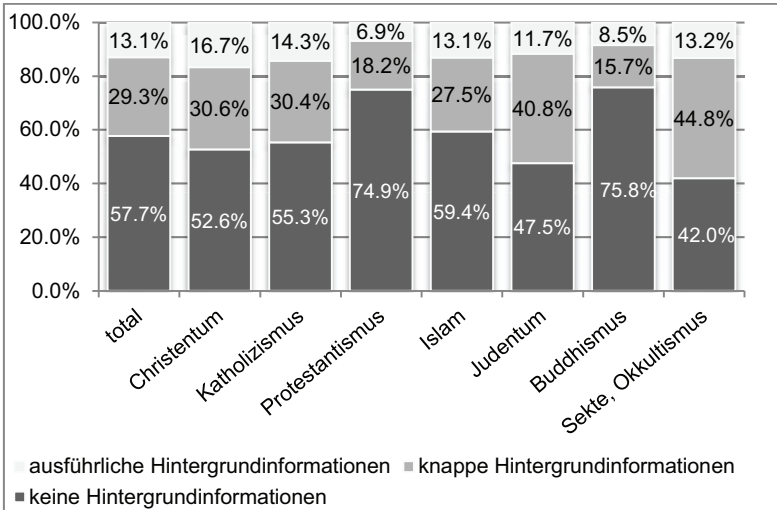
1998 wird ein Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen generell weniger hergestellt. In Beiträgen zu fast allen Religionsgemeinschaften hat sich 2008 der Anteil der Beiträge, in welchen ein solcher Bezug besteht, gegenüber 1998 verdoppelt. Einzige Ausnahme sind einerseits Beiträge mit dem Judentum, in welchen das Frameelement in beiden Jahren gleich häufig vorkommt. Andererseits ist in Berichten mit dem Buddhismus ein Rückgang dieses Frameelements erkennbar. In diesen wurde 1998 noch in 39.1% ein Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen hergestellt, 2008 nur noch in 15.0% der Fälle. Dies kann vermutlich auf die starke Politisierung des Buddhismus 2008 zurückgeführt werden. Er wird 2008 praktisch nur in Zusammenhang mit Tibet-China-Konflikt erwähnt.

Hintergrundinformationen

Wenn Religionsgemeinschaften in den untersuchten Beiträgen in irgendeiner Form einen zentralen Auftritt haben, wäre zu erwarten, dass Hintergrundinformationen über sie geliefert werden – sei es ausführlich oder zumindest in einem Satz oder Nebensatz (in der Kategorie knappe Hintergrundinformationen erfasst). Dies trifft allerdings nicht zu: Im Jahr 2008 werden in 57.7% der Beiträge gar keine Hintergrundinformationen vermittelt. Nur selten werden ausführliche Informationen angeboten (13.1%), noch eher werden mal knappe Hintergrundinformationen vermittelt (29.3%). Im Jahresvergleich zeigt sich, dass 2008 Hintergrundinformationen etwas häufiger geliefert werden, konkret zu 14.9% mehr.

Verschiedene Medientypen wenden Hintergrundinformationen in ungefähr ähnlichem Ausmass an. Lediglich Hintergrundsendungen weichen etwas von den anderen Medientypen ab. Sie werden ihrem Namen gerecht und liefern in 61.0% zumindest knappe bis ausführliche Hintergrundinformationen zu den Religionsgemeinschaften. Deutlichere Unterschiede sind nach Themenfeldern erkennbar. In Beiträgen zu Wirtschaftsthemen – welche allerdings sehr selten vorkommen – sind noch am meisten Hintergrundinformationen verfügbar. Es ist ja auch dasjenige Themenfeld, das am ehesten einen Bezug zu Gott oder religiösen Vorstellungen herstellt. Beiträge zu Religion, Kultur, Moral und Terrorismus bieten in rund 45 bis 50% gar keine Hintergrundinformationen zur entsprechenden Religionsgemeinschaft. Am seltensten werden sie im Zusammenhang mit den Themen Konflikt, Politik und Sport (in rund 65 bis 70% keine Hintergrundinformationen) und insbesondere Antisemitismus (91.7%) geliefert.

Wie sieht es nun aber aus, wenn man nach Religionsgemeinschaften differenziert? Die Antwort darauf ist in nachstehender Abb. 23 ersichtlich.



N gewichtet: total N=1652, Christentum N=255, Katholizismus N=489, Protestantismus N=120, Islam N=568, Judentum N=117, Buddhismus N=124, Sekte/Okkultismus N=66

Abb. 23: Hintergrundinformationen nach Religionsgemeinschaft 2008

Dass wenige Hintergrundinformationen geliefert werden, erstaunt noch am wenigsten bei Beiträgen über christliche Religionsgemeinschaften. Da sie in der Schweiz traditionell heimisch sind, ist zu erwarten, dass die Journalisten davon ausgehen, dass die breite Bevölkerung grundsätzlich über sie informiert ist. Ganz im Gegensatz zu nicht-christlichen Religionsgemeinschaften wie etwa dem Islam: Er ist als eine junge Religion in der Schweiz zu betrachten. Trotzdem wird er immer wieder erwähnt, ohne dass über ihn konkreter informiert wird. Gerade im Jahr 2008, in welchem ein Minarett-Verbot aktiv diskutiert wurde, stand der Islam als Religion immer wieder als Diskussionsthema im öffentlichen Raum. Trotzdem wird über ihn in weit mehr als der Hälfte der Beiträge keine Hintergrundinformationen geliefert und wenn, dann nur nebenbei.

7.5.4 Diskussion der Ergebnisse

Nachdem in den vorangehenden Ausführungen das Themenfeld der Religionsberichterstattung sowie die Rolle der Religion, des Religiösen und der Religionsgemeinschaften analysiert wurden, sollen hier nun diese Ergebnisse hinsichtlich der aufgestellten Hypothese diskutiert werden.

- (H2_1) *Das Religiöse, die religiösen Dimensionen kommen in der Berichterstattung selten vor. Wenn doch, dann häufiger in der Berichterstattung über christliche als in derjenigen über nicht-christliche Religionsgemeinschaften.*
- (H2_3) *Politik/Konflikt ist in der Berichterstattung über nicht-christliche Religionsgemeinschaften das dominierende Thema.*

Obwohl Beiträge untersucht wurden, in welchen Religion oder religiöse Hauptakteure eine zentrale Rolle spielen, geht es nur selten wirklich um Religion. So ist nur in einem Drittel der Beiträge Religion das Hauptthema – was nicht unbedingt heisst, dass dann im Sinne von Nye das Religiöse oder »Religioning« thematisiert wird. Es können auch administrative Belange angesprochen werden, wie zum Beispiel Einladungen zu Versammlungen der Kirchgemeinden. Im Zusammenhang mit den christlichen Religionsgemeinschaften und dem Islam ist Religion zwar das am häufigsten vorkommende Thema, allerdings nur aus einer langen Liste vieler anderer Themen. Beiträge zum Islam haben ferner Religion deutlich weniger zum Thema als solche zu christlichen Religionsgemeinschaften. Zusammengenommen dominieren bei der Berichterstattung mit/über den Islam Berichte zu Konflikt, Politik und Kriminalität. Erstere beide sind generell wichtige Themenbereiche bei nicht-christlichen Religionsgemeinschaften, so auch in Beiträgen mit dem Buddhismus und dem Judentum. Der Themenbereich Geschichte, der in Beiträgen zum Judentum häufig erscheint, ist in diesen Beiträgen eng mit Politik und Konflikt vermischt, da es dort generell um den Nationalsozialismus und die Judenverfolgung geht. Der Buddhismus ist praktisch ausschliesslich wegen des politischen Konflikts zwischen China und Tibet in den Medien. Hingegen kaum Relevanz für die Medien hat das Zusammenkommen oder der Konflikt zwischen Religionen oder Konfessionen. Aufgrund dieser Ergebnisse sind die Hypothesen H2_3 und auch H2_1 in den ersten Ansätzen bestätigt. Zu H2_1 gibt es noch weitere Hinweise aus den Auswertungen, was das Vorkommen des Religiösen betrifft. Die Analyse der Dimensionen der Religiosität konnte aufzeigen, dass in fast der Hälfte der Beiträge gar nicht erst eine der Dimensionen vorkommt. Wenn dann kann am ehesten die ideologische oder die rituelle Dimension erwartet werden, möglicherweise noch die Dimension des religiösen Wissens. Religiöse Erfahrung und Konsequenzen sind von untergeordneter Bedeutung. Ein direkter Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen ist noch seltener gegeben, nur gerade in rund einem Viertel der Beiträge. Hält man sich vor Augen, dass Religion oder religiöse Akteure in den Beiträgen eine wichtige Rolle einnehmen,

ist die geringe Bedeutung des Religiösen an sich überraschend. Mit dem Fokus auf die Beiträge spezifisch nach Religionsgemeinschaft zeigt sich, dass bei christlichen Religionsgemeinschaften die Dimensionen der Religiosität deutlich häufiger auftreten als bei nicht-christlichen – genauso findet sich dort eher ein Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen. Eine Ausnahme sind Beiträge mit Sekten, die stark im Zusammenhang mit Religiosität thematisiert werden. In der Berichterstattung mit nicht-christlichen Religionsgemeinschaften steigt die Wahrscheinlichkeit, dass eine der Dimensionen thematisiert wird, wenn das Ereignis in der Schweiz und nicht im Ausland verortet ist. Dies gilt nicht für die christlichen Religionsgemeinschaften, bei denen der Ereignisort die Thematisierung religiöser Dimensionen nicht beeinflusst.

Diese Ergebnisse waren aufgrund der Interviews mit Journalisten in Deutschland (Gärtner 2009) und der Schweiz (Wyss/Keel 2009) zu erwarten. In beiden Untersuchungen liessen die Journalisten verlauten, dass der Glaube selber, die individuelle, spirituelle Dimension nicht relevant für die Medien sei. Entsprechende Ergebnisse finden sich in der Inhaltsanalyse von Media Tenor (Nötzold 2009, Evans/Kolmer, Schatz 2008), welche Medien diverser Länder (ohne Schweiz) untersucht hat. Ihre Ergebnisse unterstrichen die geringe Bedeutung des Religiösen in den Medien. Ferner stellte sich heraus, dass wenn Religiosität und religiöse Aktivitäten überhaupt vorkommen, dann insbesondere in Verbindung mit dem Christentum und Judentum (Evans/Kolmer/Schatz 2008). Das trifft für die vorliegende Studie ebenfalls bis zu einem gewissen Grad zu. Allerdings konnte hier in Beiträgen über das Judentum nicht vermehrt Religiosität gefunden werden.

Wo ist aber die Ursache für die geringe Bedeutung des Religiösen in den Medien zu suchen? Liegt dies an den postulierten Entwicklungen der Säkularisierung, Individualisierung, Privatisierung und/oder Dualisierung? Alle diese vermuteten Tendenzen könnten Erklärungsansätze bieten. Findet tatsächlich eine Säkularisierung, also ein Bedeutungsverlust der Religion statt – was ja noch als umstritten gilt –, wäre es nicht weiter erstaunlich, wenn auch die Medien diese Tendenz aufnehmen und Religion weniger thematisieren. Allerdings ist zu beobachten, dass 2008 Religiosität mehr Eingang in die Medien findet als noch 1998. Plausibler erscheint aufgrund der Forschungsergebnisse, dass eine Individualisierung, Privatisierung und Dualisierung, also ein Niedergang der traditionellen, institutionellen christlichen Religiosität stattfindet. Wird Religion immer individueller und stärker privatisiert, haben die Medien ebenfalls keinen Zugang mehr dazu. Sie müssen sich dadurch

auf die institutionalisierte Religion konzentrieren. Aber auch diese verliert nach der Dualisierungsthese an Relevanz und damit an Plattformen und Sprecher. Finden diese Entwicklungen tatsächlich statt und fühlen die Medien den Puls der Zeit, ist die schwache Thematisierung der Religiosität, »religioning« nicht überraschend. Allerdings erstaunt der Umfang der Nichtthematisierung von Religiosität, »religioning«. Obschon entsprechende Tendenzen der Privatisierung, Individualisierung und Dualisierung festgestellt wurden, haben Religion und religiöse Akteure immer noch eine wichtige Stellung und Funktion in der Gesellschaft. Nicht erklärt ist damit aber das Ergebnis, dass das Religiöse zwar nur wenig Bedeutung in der Medienberichterstattung hat, allerdings 2008 im Vergleich deutlich häufiger zu finden ist als noch 1998. Zeichnet sich hier möglicherweise eine Rückkehr der Religionen ab? Da nur zwei Jahre als Vergleichsbasis erhoben wurden, können keine konstanten Entwicklungen beobachtet werden. Möglicherweise sind diese Unterschiede nur durch Zufall entstanden. Da in beiden Jahren allerdings kein ausserordentliches Ereignis zu beobachten war, das viele Dimensionen der Religiosität auf sich vereint hat, kann davon ausgegangen werden, dass es sich nicht um reine Zufälligkeit handelt. Bei alledem darf nicht vergessen werden, dass die Stichprobe nicht proportional zum Anteil vorkommender Beiträge gezogen wurde, sondern für jedes Medium und Jahr in gleichem Umfang. Eine Häufungen oder Abnahme der Religionsberichterstattung insgesamt ist damit nicht erfasst worden.

Was die Themensetzung generell betrifft, war aufgrund der empirischen Literatur der Fokus auf Politik und Konflikt im Zusammenhang mit Religion zu erwarten. Bei der Befragung von Journalisten (Gärtner 2009, Wyss/Keel 2009, Koch 9.1.2010) sowie in empirischen Studien (Nötzold 2009) konnte gezeigt werden, dass Religion vor allem als politischer Faktor interessiert. Insbesondere der Islam wird in den Medien stark politisch aufgeladen (Abdel Aziz 2005, Reichmuth 2006, Poole 2006). Religion generell ist immer wieder mit der Politik verbunden. Wenn Religionsvertreter aber als politische Akteure auftreten, geht es weniger um Politik als vielmehr um Religion selber und ist damit nicht wirklich Privatsache. Kaum etwas ist mehr Sache der Öffentlichkeit als die Politik.

Eine solche areligiöse Berichterstattung über Religionsgemeinschaften kann weitreichende Auswirkungen haben. Wird Religion nur noch mit seiner institutionalisierten und politisierten Seite in die Medien gebracht, verlieren die Menschen, die selber nicht aktiv eine Religion ausüben, die Konnotation zu der spirituellen, rituellen, sinnstiftenden

Funktion von Religion bzw. entsprechender Religionsgemeinschaften. Religion wird nur noch einseitig kommuniziert. Gerade diejenigen Religionsgemeinschaften, die der Rezipient nicht kennt, lernt er so nur sehr einseitig kennen. Es werden Stereotypen, also stark generalisierte Bilder weitergegeben, welche die Rezipienten übernehmen, wenn sie ansonsten keinen Kontakt zu diesen religiösen Gruppierungen pflegen. Zu fragen ist ausserdem, ob eine solche Berichterstattung dazu führt, dass der Bezug zu Religion immer mehr verloren geht und die Wissenschaft darin fördert, die Religion mehr und mehr zu ersetzen. Es darf aber nicht vergessen werden, dass die Medien nicht die einzigen einflussreichen Kräfte in der Gesellschaft sind und noch viele andere Faktoren auf die Menschen einwirken. Es kann hier nur gemutmasst werden, dass die Suche nach Sinnstiftung immer ein Thema der Menschheit sein wird und auch die neuen wissenschaftlichen Erkenntnisse nie vollständige Antworten liefern können. Insofern würde die Religion immer eine Komponente der menschlichen Kultur bleiben, auch wenn möglicherweise nicht mit derselben grossen Bedeutung.

Es stellt sich nun die Frage, ob sich Medien hinsichtlich der Thematisierung von Religion unterscheiden. Wäre dies so, würde das bedeuten, dass Rezipienten je nachdem welche Medien sie konsumieren, unterschiedlich mit Religiosität in den Medien versorgt werden würden. Dazu wurde Hypothese H2_2 aufgestellt.

(H2_2) Medien, welchen allein von ihrer Ausrichtung her mehr Platz für Hintergrundinformationen zur Verfügung stehen (Sonntags-/Wochenzeitungen, Hintergrundsendungen), thematisieren Religionsinhalte häufiger als andere Medientypen.

Dieser These muss aufgrund der Datenlage widersprochen werden. Religion, aber auch religiöse Dimensionen bekommen in Hintergrundmedien nicht mehr, sondern tendenziell sogar weniger Raum als bei den anderen Medientypen. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass die meisten untersuchten Hintergrundmedien sich vor allem auf Politik fokussieren und damit einen eingegengten Fokus haben. Was sich aber zeigt, ist, dass Hintergrundsendungen (dies gilt nicht für andere Hintergrundmedien) häufiger und ausführlichere Hintergrundinformationen zu den einzelnen Religionsgemeinschaften bieten.

(H2_4) *Die Ereignisvalenz ist häufiger negativ als neutral oder positiv besetzt; bei nicht-christlichen Religionsgemeinschaften anteilmässig noch häufiger negativ als bei den christlichen Religionsgemeinschaften.*

Positive Ereignisse machen nur einen sehr geringen Anteil der Berichterstattung aus, während negative und negativ-neutrale fast für die Hälfte der Beiträge die Grundlage sind. Das bestätigt die Annahme, dass negative, negativ-neutrale Ereignisse häufiger vorkommen als positive oder neutrale. Auch der zweite Teil der Hypothese wird durch die Daten unterstützt: Christliche Religionsgemeinschaften treten deutlich häufiger mit positiven Ereignissen auf und klar seltener als alle anderen mit negativ und negativ-neutralen. Dieses Ergebnis lässt sich vor allem damit erklären, dass die nicht-christlichen Religionsgemeinschaften in den Medien stark im Zusammenhang mit Konfliktthemen repräsentiert sind. In diesen Fällen ist die Relevanz für die Medien gross, die Schwelle wird überwunden und die Religionsgemeinschaften kommen in die Medien. Sie schaffen es aber kaum mit Alltagsthemen – ganz im Gegensatz zu den christlichen Religionsgemeinschaften – in die Medien. Es ist anzunehmen, dass die christlichen Gruppierungen es allein aufgrund ihrer Grösse und historischen Tradition in der Schweiz einfacher haben, mit weniger konfliktiven, alltäglicheren Ereignissen wie ein Suppentag oder der Renovierung der Kirche in die Medien zu kommen.

7.6 Wie werden die Beiträge geframed?

Wie im Theorieteil aufgezeigt wurde, lassen sich mittels Frames Sinnhorizonte erfassen, die latente Strukturen in der Religionsberichterstattung beschreiben. Dabei stellt sich die Frage, welche Elemente von den Journalisten salienter gemacht, d.h. besonders betont werden und ob es diesbezüglich Unterschiede gibt, je nachdem welche Religionsgemeinschaft in der Berichterstattung vorkommt. Dem wird in diesem Kapitel genauer auf den Grund gegangen.

Die Ausführungen zum Framing sollen hier in zwei Phasen präsentiert werden. In einer ersten werden die Ergebnisse zu den Frameelementen Konflikt, Terrorgefahr, Moral, Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen, Wirtschaft, Fortschritt und Personalisierung präsentiert. Sie wurden in Anlehnung an die Basisframes nach Dahinden (2006) ins Codebuch aufgenommen. Da sie aber nur ein- und nicht mehrdimensional definiert wurden, werden sie hier nicht als Frames sondern als Frameelemente betrachtet. Erst in einer zweiten Phase wurden sie

zusammen mit anderen Elementen in eine Clusteranalyse eingespielen, um so die konkreten Frames zu bestimmen. Die Bestimmung der konkreten Frames wird dann anknüpfend in Kapitel 7.6.2 vorgestellt.

7.6.1 Basisframeelemente

Die Basisframeelemente wurden über sieben Variablen erhoben, die in Abb. 24 dargestellt sind. Nummer eins und zwei beziehen sich auf den nach Dahinden (2006) definierten Basisframe Konflikt, drei und vier auf Moral, fünf auf Personalisierung, sechs auf Wirtschaftlichkeit und sieben auf Fortschritt. Die Ergebnisse für das Jahr 2008 sind ebenfalls in der Tabelle ersichtlich.

Fragestellung	Bezeichnung d. Frameelemente	Anzahl	% trifft zu
Erwähnt der Medienbeitrag Meinungsverschiedenheiten zwischen Parteien, Individuen, Gruppen, Ländern oder Religionen?	Meinungsverschiedenheit	850	51.5%
Nimmt der Beitrag Stellung zu möglichen terroristischen Gefahren, Bedrohungen oder Motiven?	Terrorgefahr	322	19.5%
Nimmt der Medienbeitrag Bezug zu Moral oder einem anderen höheren Ziel wie gesellschaftliche Sicherheit, Menschenrechte, Grundrechte, Freiheitsrechte oder Gerechtigkeit?	Moral	773	46.9%
Gibt es einen Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen?	Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen	444	26.9%
Bietet der Medienbeitrag ein menschliches Beispiel, ein »Gesicht« zum Thema?	Personalisierung	618	37.4%
Werden gegenwärtige oder zukünftige finanzielle Gewinne oder Verluste, Kosten und Kostenvergleiche erwähnt?	Wirtschaftlichkeit	233	14.1%
Spielt in der Darstellung des Themas neues, wissenschaftliches Wissen eine zentrale Rolle?	Fortschritt	78	4.7%

N gewichtet: N=1650, entspricht jeweils 100%

Abb. 24: Basisframeelemente 2008

In 11.7% der Beiträge konnte gar nicht erst eines der Frameelemente identifiziert werden. In 51.5% der Fälle sind Meinungsverschiedenheiten ein zentraler Aspekt der Berichterstattung. Dies bestätigt die Ergebnisse der Untersuchung der Nachrichtenfaktoren, von welchen Kontroverse rund die Hälfte der Berichterstattung ausmacht. Bemerkenswert ist, dass in immerhin fast jedem fünften Beitrag (19.5%) zu möglichen terroristischen Gefahren, Bedrohungen und Motiven Stel-

lung genommen wird. Als zweithäufigstes Basisframeelement tritt Moral in Erscheinung. In 46,9% der Beiträge wird Bezug zu Moral oder einem anderen höheren Ziel genommen. Überraschend ist das geringe Vorkommen des Frameelements Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen, wobei darauf bereits im Kapitel 7.5.2 vorgegriffen wurde. Ein menschliches Gesicht zu einem Thema wird in 37,4% gegeben, eine wirtschaftliche Perspektive in 14,1% eingenommen. Die Darstellung von neuem, wissenschaftlichem Wissen spielt hingegen kaum eine Rolle (nur in 4,7% der Beiträge).

Pro Beitrag konnten jeweils mehrere Frameelemente identifiziert werden. Stellt man die Frameelemente einander gegenüber, ist ersichtlich, dass gewisse Kombinationen besonders häufig sind. Abb. 25 gibt einen Überblick dazu.

Angaben in Spalten-%	Meinungsverschiedenheiten	Terrorgefahr	Moral	Gott-Bezug	Personalisierung	Wirtschaftlichkeit	Fortschritt
Meinungsverschiedenheiten		77.5%	64.0%	44.4%	60.2%	50.9%	39.1%
Terrorgefahr	29.1%		20.8%	13.1%	18.4%	16.0%	4.4%
Moral	58.2%	50.0%		47.7%	51.6%	54.7%	40.5%
Gott-Bezug	23.2%	18.1%	27.4%		37.1%	32.9%	50.6%
Personalisierung	43.6%	35.4%	41.1%	51.6%		45.3%	30.1%
Wirtschaftlichkeit	14.0%	11.5%	16.5%	17.3%	17.1%		14.4%
Fortschritt	3.6%	1.1%	4.1%	8.9%	3.8%	4.8%	

N gewichtet: N=1650, entspricht jeweils 100%

Abb. 25: Kombination von Basisframeelementen 2008

Eine häufig vorkommende Kombination der Frameelemente ist Moral zusammen mit Meinungsverschiedenheiten. Das heisst in 64,0% der Beiträge, in welchen Moral vorkommt, ist auch das Frameelement Meinungsverschiedenheiten zu finden, bzw. umgekehrt in 58,2% der Beiträge in welchen Meinungsverschiedenheiten thematisiert werden, geht es um Moral. Auch wenn eines der Frameelemente Terrorgefahr, Personalisierung oder Wirtschaft auftaucht, ist es wahrscheinlich, dass Meinungsverschiedenheiten angesprochen werden. Terrorgefahr wird ausserdem oft mit Moral verknüpft. Das Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« geht häufig mit einer Personalisierung einher, das selten vorkommende Element Fortschritt mit Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen.

Die Basisframeelemente sind sehr themennah. Bereits in den theoretischen Ausführungen wurde angebracht, dass die Basisframes eine gewisse Themenabhängigkeit aufweisen. Dies wird auch hier wieder deutlich: Das Basisframeelement Meinungsverschiedenheiten tritt insbesondere in der Berichterstattung über Politik, Konflikt, Antisemitismus, Terrorismus und Moral auf. In den ersten vier Themenbereichen schwingt schon von Natur aus der Konflikt, also auch die Meinungsverschiedenheiten mit. Genauso wird die Moral generell dann zu Rate gezogen, wenn man sich uneins ist und ein kontroverses Thema aufkommt. Es erstaunt ferner kaum, dass das Frameelement Terrorgefahr fast ausschliesslich im Zusammenhang mit Terror und Konflikt zu finden ist. Weitere relevante Unterschiede sind in der Anwendung des Basisframeelements Personalisierung zu finden, welches vor allem im Zusammenhang mit Kultur, Kriminalität und human interest vorkommt. In diesen Themenbereichen stehen oft nicht nur Ereignisse, sondern Personen im Mittelpunkt des Interesses. Wenn jemand etwa einen kriminellen Akt begangen hat, wird nicht selten noch genauer auf die entsprechende Person eingegangen und etwas zu ihrer Person erzählt. Bei human interest-Themen sind oft gerade spezielle Personen oder Prominente Aufhänger des Artikels, so dass eine Personalisierung wahrscheinlich ist. Schliesslich erstaunt es wenig, dass das Wirtschaftsframeelement kaum vorkommt, wenn doch, dann hauptsächlich bei Beiträgen über Wirtschaftsthemen.

Die verschiedenen Medientypen unterscheiden sich signifikant (nach χ^2 .000) in der Anwendung der verschiedenen Frameelemente. Meinungsverschiedenheiten werden generell häufig, am meisten aber bei den elektronischen Medien (Hauptnachrichten- 66.6%, Hintergrundsendungen 86.9%) eingesetzt. Allerdings gilt auch zu berücksichtigen, dass gerade die ausgewählten Hintergrundsendungen einen starken Politikfokus haben. Damit thematisieren diese Medientypen immer wieder Konflikte. Berücksichtigt man zudem die oben aufgezeigte Themenabhängigkeit, sind sie somit auch dafür prädestiniert, das Frameelement Meinungsverschiedenheiten vermehrt einzusetzen. Das Frameelement Moral wird häufiger bei Boulevard- und Gratiszeitungen verwendet als bei den anderen Medientypen. Gleichermassen arbeiten Boulevardzeitungen, sowie Sonntagszeitungen und Hintergrundsendungen etwas häufiger als andere Medien mit dem Frameelement Personalisierung. Betrachtet man die Medien unterschiedlicher Regionen, zeigt sich, dass die Deutschschweizer Zeitungen die Frameelemente häufiger einsetzen als die Welschschweizer Zeitungen. Insbesondere das Basisframeelement Meinungsverschie-

denheiten wird gleich doppelt so häufig, Personalisierung gleich drei Mal so oft verwendet.

Ob Inland- oder Auslandberichterstattung – der Unterschied in der Verwendung der Basisframeelemente ist nur geringfügig. Die zwei wichtigsten sind: Das Frameelement Terrorgefahr wird in der Auslandberichterstattung deutlich häufiger eingesetzt, natürlich letztlich auch weil Terrorismus in der Auslandberichterstattung viel mehr thematisiert wird. Das Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« ist in der Inlandberichterstattung (30.9%) häufiger als in der Auslandberichterstattung (20.7%) zu finden. Es ist zu vermuten, dass der Bezug zu religiösen Vorstellungen und zu Gott an sich wenig Nachrichtenwert besitzt. Der Nachrichtenfaktor Nähe, sprich, dass sich das Ereignis in der Schweiz und nicht im Ausland ereignet, scheint damit Einfluss darauf zu haben, ob diese Perspektive eingenommen wird.

Welche Frameelemente sind nun aber in Zusammenhang mit welchen Religionsgemeinschaften zu finden? Darauf wird nachfolgend eingegangen.

Frameelemente nach Religionsgemeinschaft

Die unterschiedliche Anwendung der Frameelemente je nach Religionsgemeinschaft im Beitrag ist in Abb. 26 ersichtlich.

Frameelement		Meinungsver- schiedenheit**	Terror- gefahr**	Moral**	Bezug zu Gott/ relig. Vor- stellungen**	Personalisie- rung**	Wirtschaft- lichkeit**	Fortschritt
Christentum	Anzahl	102	24	99	111	104	44	13
	Zeilen-% trifft zu	39.8%	9.5%	38.6%	43.4%	40.9%	17.1%	5.2%
Katholizismus	Anzahl	203	20	227	148	220	71	25
	Zeilen-% trifft zu	41.4%	4.2%	46.3%	30.1%	45.0%	14.5%	5.2%
Protestantismus	Anzahl	38	2	43	35	33	22	9
	Zeilen-% trifft zu	31.7%	1.5%	35.9%	29.5%	27.6%	18.3%	7.7%
Islam	Anzahl	376	239	283	121	164	62	23
	Zeilen-% trifft zu	66.5%	42.1%	50.0%	21.3%	28.8%	10.8%	4.1%
Judentum	Anzahl	63	36	63	20	41	11	12
	Zeilen-% trifft zu	54.1%	31.1%	54.3%	17.5%	35.6%	9.6%	10.4%
Buddhismus	Anzahl	81	20	66	15	40	18	6
	Zeilen-% trifft zu	65.1%	16.5%	53.5%	12.4%	32.6%	14.2%	5.0%
Sekte, Okkultismus	Anzahl	37	3	38	19	33	18	3
	Zeilen-% trifft zu	54.2%	4.8%	56.0%	28.7%	49.1%	27.1%	3.8%

** p<0.01, *p<0.05 (Signifikanz nach X2), 100% entspricht dem Gesamt an Beiträgen der jeweiligen Religionsgemeinschaft

Abb. 26: Basisframeelemente 2008 nach Religionsgemeinschaft

Das Frameelement Meinungsverschiedenheiten ist generell häufig zu finden. Ein Blick auf Abb. 26 verdeutlicht jedoch, dass dieses Basisframeelement eher im Zusammenhang mit den nicht-christlichen Religionsgemeinschaften als mit christlichen (Christentum allg., Katholizismus, Protestantismus) auftritt. Die Perspektive der Terrorgefahr wird selten eingenommen, wenn doch, dann geht es um den Islam. In 42.1% der Beiträge über ihn, wird dieses Basisframeelement eingesetzt. Auch in Beiträgen über das Judentum kommt es vergleichsweise noch häufig vor und zwar in 31.1%. Ein Bezug zu Gott oder anderen religiösen Vorstellungen ist generell selten zu finden, wenn aber das Christentum allgemein angesprochen wird, dann immerhin in 43.3%. Zusammen mit den christlichen Religionsgemeinschaften und den Sekten kommt dieses Frameelement noch häufiger vor als in Beiträgen über den Islam, das Judentum oder den Buddhismus. Personalisierung ist besonders in Beiträgen zum Christentum allgemein, dem Katholizismus und Sekten ausgeprägt zu finden – deutlich weniger in solchen zum Protestantismus und Islam.

Verwendung der Frameelemente im Jahresvergleich

Welche Veränderungen ergeben sich nun im Jahresvergleich? Für diese Gegenüberstellung wurden 2008 wiederum nur diejenigen Medien berücksichtigt, welche auch 1998 ins Sample eingingen, um eine direkte Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Es ist ersichtlich, dass die Medien alle Frameelemente 2008 häufiger einsetzen als 1998. Dieses Phänomen ist bereits bei den Nachrichtenfaktoren deutlich geworden. Auch sie werden in der Berichterstattung aus dem Jahr 2008 häufiger eingesetzt als noch 1998. Dies liegt einerseits daran, dass es 1998 mehr Beiträge ohne eines der definierten Frameelemente gibt (1998: 18.4%, 2008: 7.0% der Beiträge ohne Frameelement), andererseits werden 1998 seltener als 2008 mehrere miteinander kombiniert.

Betrachtet man die Verwendung der Frameelemente nach Beiträgen je Religionsgemeinschaft ist somit insbesondere darauf zu achten, wo sich 2008 gegenüber 1998 keine Veränderungen ergeben haben, die Häufigkeit des Einsatzes von Frameelementen abgenommen oder aber überproportional zugenommen hat. So kann etwa festgehalten werden, dass das Frameelement Meinungsverschiedenheiten 2008 generell klar häufiger eingesetzt wird. Beim Protestantismus und dem Judentum hat es jedoch gegenüber dem Jahr 1998 an Bedeutung verloren. Das Frameelement Terrorgefahr hat im Vergleich zu 1998 nur beim Judentum dazugewonnen, bei anderen Religionsgemeinschaften kommt es in beiden Jahren etwa in gleichem Ausmass vor. Das ist gerade deshalb

erstaunlich, weil zahlreiche Studien zum Islam in den Medien die Erwartungshaltung auslösen, dass die Terroranschläge in New York und Madrid eine Veränderung in der Berichterstattung des Islams zur Folge hatten und das Frameelement Terrorgefahr vermehrt auftritt. Die Moralperspektive wird ausser in Beiträgen über den Protestantismus bei allen Religionsgemeinschaften 2008 vermehrt eingesetzt. In Beiträgen über Sekten ist allerdings eine überproportionale Zunahme des Einsatzes des Religionsframeelements feststellbar (von 23.3% im Jahr 1998 auf 71.1% 2008). Je nach Religionsgemeinschaft ist die Veränderung der Häufigkeit des Vorkommens von »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« unterschiedlich. Dieses Frameelement wird in Beiträgen zum Judentum in beiden Jahren etwa in gleichem Masse eingesetzt, in solchen zum Buddhismus hingegen 1998 klar weniger als 2008 (1998 in 39.1%, 2008 nur noch in 15.0% der Beiträge mit dem Buddhismus). In Beiträgen zu allen anderen Religionsgemeinschaften kann eine leichte Zunahme vom Frameelement Gottesbezug festgestellt werden. Eine Personalisierung wird in Beiträgen zum Islam in beiden Jahren ähnlich oft vorgenommen, bei der Berichterstattung mit dem Buddhismus verliert dieses Frameelement sogar an Bedeutung.

7.6.2 Clusteranalyse zur Framebestimmung

Um nun die konkreten Frames zu bestimmen, wurde eine Clusteranalyse nach dem Ward-Verfahren mit dichotomen Variablen durchgeführt. Das Grundprinzip der Clusteranalyse ist es, Objekte zu homogenen Gruppen, sprich Clustern, zusammenzufassen, so dass möglichst grosse Homogenität innerhalb der Cluster, aber möglichst grosse Heterogenität zwischen ihnen besteht. Der Unterschied zur Faktorenanalyse besteht darin, dass eine Faktorenanalyse Variablen gruppiert, die Clusteranalyse hingegen Fälle. Der Ward-Algorithmus wurde ausgewählt, da er sich auch für nominale Variablen eignet. Er funktioniert mit Distanzmassen, d.h. zwei Objekte werden zusammengefasst, wenn die Distanz klein ist (Hands/Everitt 1987, Moray/Blashfield/Skinner 1983). Es werden also für jeweils zwei Objekte alle Variablenausprägungen verglichen. Anfangs bilden alle Variablen einen eigenen Cluster. Im Verfahren werden sie durch die Berechnung der euklidischen Distanzen immer weiter zusammengefasst bis am Schluss ein Cluster übrig bleibt. Die Herausforderung dabei ist, die ideale Anzahl Cluster zu eruieren. Zur Bestimmung dieser wird gemeinhin das sogenannte Ellbogenkriterium verwendet. Hierzu wird die Fehlerquadratsumme (hier die quadrierte Euklidische Distanz) in ei-

nem Koordinatensystem auf der Y-Achse, die Anzahl Cluster auf der X-Achse abgetragen (vgl. dazu auch Abbildungen 16 bis 18). Ein Knick weist darauf hin, dass die Fehlerquadratsumme überproportional ansteigt und damit eine weitere Verringerung der Clusteranzahl zu einer ungewollten Heterogenität innerhalb des Clusters führen würde (Backhaus/Erichson/Plinke 2006: 489–556). An dieser Vorgehensweise zur Bestimmung der Anzahl Cluster wird oft das Fehlen genauer Kriterien bemängelt sowie dass eine gewisse Subjektivität mitschwingt. In der vorliegenden Analyse wurde deshalb als zweites Kriterium für die Clusteranzahl die sinnvolle Interpretierbarkeit der Cluster definiert.

Für die vorliegenden Auswertungen wurde in einem ersten Schritt eine Clusteranalyse für alle Daten aus dem Jahr 2008 durchgeführt. Um einen Vergleich zwischen den Jahren 1998 und 2008 zu ermöglichen, wurden ausserdem für die Beiträge der in beiden Zeiträumen untersuchten Tageszeitungen pro Jahr jeweils eine weitere Clusteranalyse durchgeführt. Diese Vorgehensweise erlaubte es nicht nur, Veränderungen in der Häufigkeit des Vorkommens eines Clusters bzw. Frames, sondern auch Veränderungen der Frames selber festzustellen. In allen drei Analysen wurde die Clusteranzahl mit Hilfe des Ellbogenkriteriums sowie aufgrund der Interpretierbarkeit der Daten bestimmt. Das Ellbogenkriterium in der Gesamtberichterstattung 2008 weist auf eine Clusterzahl von vier hin, allerdings nicht eindeutig. Erst durch die Validierung mittels der Daten und Interpretation des Datenmaterials wurde entschieden, mit vier Clustern zu arbeiten. Bei den Clusteranalysen über die Beiträge aus 1998 und den entsprechenden gleichen Tageszeitungen aus 2008 (reduziertes Sample 2008) konnte die Zuordnung eindeutiger vorgenommen werden. In die Clusteranalyse wurden zur Identifizierung der Frames das Thema, die Valenz, die Bewertung der Akteure in Form von negativen und positiven Attributen, die Frameelemente, die Hauptakteure und die religiösen Dimensionen einbezogen. Auf diejenigen Variablen, welche sich auf Akteure beziehen – Bewertung der Akteure und Hauptakteure – wird hier vorgegriffen. Genauer werden sie noch in Kapitel 7.8 vorgestellt. In nachfolgender Abb. 27 sind die genauen Kategorien ersichtlich. Wie sich zeigt, wurde das Themenfeld stark auf wenige Kategorien verdichtet. Genauso ist bei den Akteuren die Unterscheidung in religiöse und nicht-religiöse Akteure gemacht worden. Schliesslich wurden die einzelnen Kategorien der Valenz zu einerseits negativ-neutral und negativ und andererseits zu neutral und positiv zusammengefasst. Nur so ergaben sich sinnvolle, aussagekräftige Cluster. Ausserdem musste in der Analyse das Frameelement Fortschritt weggelassen werden, da es sich

durch sein sehr geringes Auftreten als irrelevant für die Clusteranalyse erwies.

Frames in der Berichterstattung 2008

In der Gesamtberichterstattung 2008 liessen sich nach der Clusteranalyse die Frames »Religion«, »politischer Konflikt mit religiösem Akteur«, »Moraldiskussion mit Religionsbezug« und ein areligiöser Frame identifizieren. In Abb. 27 wird veranschaulicht, welche Variablen die Frames ausmachen.

Frame	Religion	»Moraldiskussion mit Religionsbezug«	»Politischer Konflikt mit religiösem Akteur«	areligiöser
Thema: Politik/Konflikt	0%	0%	100%	39%
Thema: Religion	100%	0%	0%	30%
Thema: andere	0%	100%	0%	31%
Valenz: negativ/negativ-neutral	27%	57%	62%	40%
Valenz: neutral/positiv	70%	39%	33%	53%
Attribut: (stark) negativ	27%	40%	49%	16%
Attribut: positiv	38%	41%	32%	7%
Frameelement: Meinungsverschiedenheiten	40%	44%	74%	56%
Frameelement: Terrorgefahr	7%	7%	44%	22%
Frameelement: Personalisierung	46%	49%	32%	25%
Frameelement: Moral/höheres Ziel	37%	61%	51%	40%
Frameelement: Bezug zu Gott/relig. Vorstellungen	41%	28%	12%	21%
Frameelement: Wirtschaft	14%	18%	13%	11%
Hauptakteur: nicht religiöser Akteur	0%	0%	0%	100%
Hauptakteur: religiöser Akteur	100%	100%	100%	0%
Religiöse Dimensionen vorhanden	72%	57%	40%	37%
% Häufigkeit des Vorkommens des Frames	26.3%	22.9%	18.9%	31.9%

N ungewichtet=1545, 100% entspricht jeweils dem Gesamt-N eines Frames

Abb. 27: Beschreibung der Frames 2008

Diese vier Frames lassen sich wie folgt beschreiben (in den Klammern ist jeweils die prozentuale Häufigkeit des Vorkommens aufgeführt, nun gewichtet):

- Religionsframe: In diesem Frame ist das zentrale Thema Religion. Religiöse Dimensionen werden thematisiert und es treten religiöse Personen in der Rolle des Hauptakteurs auf. Das generell eher selten vorkommende Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« fällt hier vergleichsweise ausgeprägt ins Gewicht. Der Ereignishintergrund in diesem Frame ist eine neutrale oder positive Valenz. Wenn Attribuierungen vorkommen, dann eher positive. [26.3%]
- Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug«: In diesem Frame werden weder Politik, noch explizite Religionsthemen aufgegriffen. Das Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« hat keine Relevanz. Dafür nimmt das Frameelement Moral eine wichtige Stellung ein. Religiöse Dimensionen sind vorhanden, die auch oft Gegenstand der Moraldiskussion sind oder als Argumente einbezogen werden. Die Hauptakteure sind religiöse Personen. Die Valenz ist negativ oder negativ-neutral. [22.9%]
- Frame »Politischer Konflikt mit religiösem Akteur«: Auch in diesem Frame sind religiöse Hauptakteure bestimmend. Religion an sich ist in diesem Frame aber Nebensache. Es stehen Politik und Konflikt im Vordergrund, das Frameelement Meinungsverschiedenheiten kommt stark zum Zug. Das Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« hat keine Bedeutung. Die Ereignisvalenz ist negativ oder negativ-neutral. [18.9%]
- Areligiöser Frame: In diesem Frame ist Religion kein Thema: Weder religiöse Dimensionen, noch das Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« ist relevant. Als Hauptakteure treten nur nicht-religiöse Personen auf. Obwohl auch hier Religion in irgendeiner Art und Weise zentral vorkommen muss, da sonst die Beiträge nicht ins Sample aufgenommen worden wären, trägt sie nichts zur Gestaltung des Beitrages bei. [31.9%]

Grundsätzlich haben die vier Frames zwei Grundtendenzen: Der Religionsframe und der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« beziehen sich in irgendeiner Form und Weise auf Religiosität oder religiöse Elemente. Moral(diskussionen) ist ein grundlegender Aspekt von Religionen. Hierbei sind verschiedene Szenarien denkbar. Zum einen können religiöse Praktiken hinsichtlich dessen, ob sie moralisch vertretbar sind, diskutiert werden. Zum anderen können sich Religi-

ongemeinschaften in öffentliche Diskussionen einbringen oder sie gar lancieren und dabei ihre Wertvorstellungen kommunizieren. Das Religiöse ist dann nicht Mittelpunkt der Berichterstattung. Ein Beispiel dafür ist, wenn sich die katholische Kirche in der Diskussion rund um sexuell übertragbare Krankheiten engagiert und sich dabei aus ihrer moralischen Perspektive gegen den Gebrauch von Kondomen ausspricht. Sie hat dann zwar aus ihrer Perspektive Relevantes zur Debatte beigetragen, im Zentrum des Beitrages stehen aber meist die sexuell übertragbaren Krankheiten und der Schutz, den Kondome bieten können. Die Kirche selber, das Religiöse hat in solchen Fällen meist keine oder nur minimale Bewandnis. Die zweite Grundtendenz wird durch die beiden Frames »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« und »areligiöser Frame« verkörpert, bei welchen Religion, Religiosität keine Relevanz hat oder wenn, dann nur insofern, dass religiöse Akteure darin auftreten. Allerdings kann davon ausgegangen werden, dass diese dann oft stark politisierte Rollen einnehmen. Ein gutes Beispiel hierfür ist der Dalai Lama, der rund um den Tibet-China-Konflikt eine wichtige Stellung einnimmt und obwohl jeweils als religiöser Akteur bezeichnet, in seinem Tun und Handeln überwiegend als Politiker auftritt.

Am häufigsten ist der »areligiöse Frame« zu finden. Am zweithäufigsten, aber doch recht selten, ruft man sich in Erinnerung, dass es sich hier um Beiträge handelt, in welchen Religion eine wichtige Stellung einnimmt, kommt der Religionsframe vor. Er wird über etwas mehr als ein Viertel der Beiträge gelegt. Der Frame Moraldiskussionen wird am dritthäufigsten und der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« am vierthäufigsten und damit am seltensten eingesetzt. Sind diese Frames in gleicher Verteilung über verschiedene Medientypen hinweg so zu finden oder unterscheidet sich deren Anwendung je nach Medium?

	Religionsframe		Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug«		Frame »Politischer Konflikt mit religiösem Akteur«		areligiöser Frame	
	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%
Boulevardzeitung	52	26.1%	84	42.2%	23	11.6%	40	20.1%
Forumszeitung	99	34.2%	50	17.3%	65	22.5%	75	26.0%
Gratiszeitung	53	27.3%	69	35.4%	43	21.9%	30	15.4%
Qualitätszeitung	25	25.8%	11	11.3%	16	16.1%	45	46.8%
Sonntagszeitung	102	27.1%	89	23.8%	69	18.5%	115	30.6%
Wochenzeitung	31	16.2%	49	25.1%	12	6.1%	103	52.7%
Hauptnachrichtensendung	55	27.3%	19	9.3%	63	31.5%	64	31.9%
Hintergrundsendung	17	16.5%	8	7.8%	20	20.4%	55	55.3%

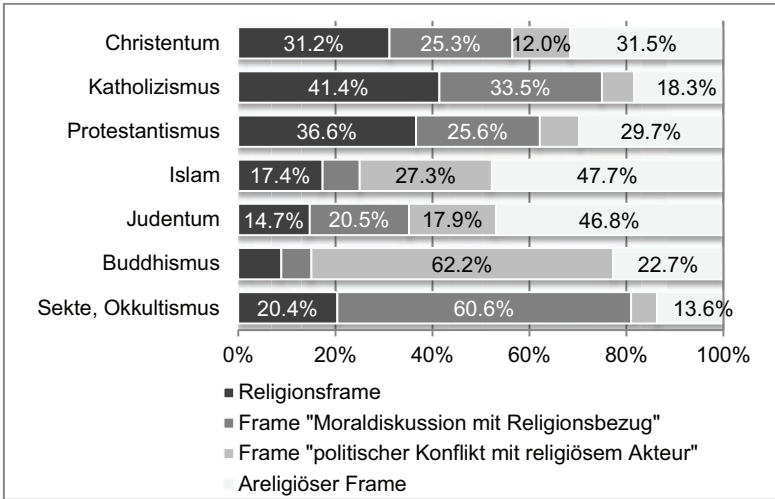
Signifikanz nach χ^2 .000, 100% entspricht dem Gesamt-N des jeweiligen Medientypes

Abb. 28: Frames 2008 nach Medientyp

Es gibt kaum Unterschiede in der Anwendung der Frames zwischen Deutsch- und Welschschweizer Medien, aber sehr wohl zwischen verschiedenen Medientypen. Dabei divergieren sie insbesondere in der Anwendung des areligiösen Frame und des Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug«. Der areligiöse Frame ist stark ausgeprägt bei Qualitäts- (46.8%), Wochenzeitungen (52.7%) und Hintergrundsendungen zu finden (55.3%). Er erhält aber auch bei Sonntagszeitungen (30.6%) und Hauptnachrichtensendungen (31.9%) vergleichsweise viel Raum. Auf der anderen Seite setzten Boulevard- (42.2%) und Gratiszeitungen den Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« mit 42.2% bzw. 35.4% am häufigsten ein. Dieser spielt bei den Qualitätszeitungen (11.3%), Hauptnachrichten- (9.3%) und Hintergrundsendungen (7.8%) nur eine untergeordnete Rolle.

Unterschiedliches Gewicht auf die Frames wird ebenfalls gelegt, je nachdem ob es sich um Ausland- und Inlandberichterstattung handelt oder ob gar kein Ereignisort in den Beiträgen vorkommt. Die Ergebnisse lassen erkennen, dass in der Auslandberichterstattung der Religionsframe, aber genauso der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« deutlich weniger eingesetzt werden als in den Beiträgen, die in der Schweiz verortet sind oder keinen Ereignisort haben. Umgekehrt erhält der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« bei der Auslandberichterstattung viel mehr Gewicht.

Auf Beiträge mit verschiedenen Religionsgemeinschaften werden die Frames wie folgt angewendet:



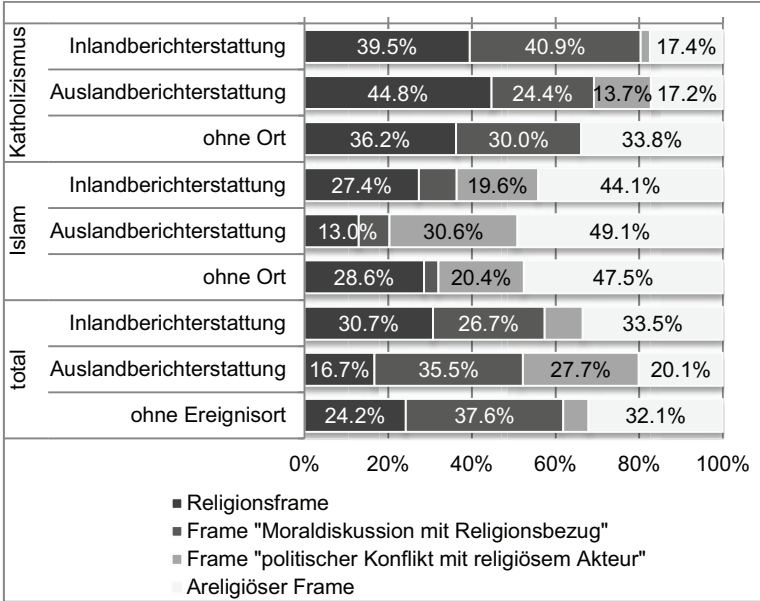
Signifikanz nach χ^2 .013; Christentum N=255, Katholizismus N=490, Protestantismus N=120, Islam N=567, Judentum N=117, Buddhismus N=124, Sekten N= 68

Abb. 29: Frames 2008 nach Religionsgemeinschaften

Wiederum lässt sich eine Tendenz zur Gleichbehandlung der nicht-christlichen auf der einen und der christlichen Religionsgemeinschaften auf der anderen Seite erkennen. Die christlichen Religionsgemeinschaften werden ähnlich geframed, während sich das Framing der nicht-christlichen deutlich davon abhebt. In Beiträgen mit christlichen Gruppierungen erhalten der Religionsframe und der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« deutlich mehr Aufmerksamkeit als in Beiträgen mit nicht-christlichen Religionsgemeinschaften. Eine Ausnahme ist die Berichterstattung über Sekten, in welchen der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« in fast zwei Dritteln eingesetzt wird. Hier sind der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« und der areligiöse Frame praktisch irrelevant. Letzterer nimmt insbesondere in der Berichterstattung über den Islam und das Judentum viel Raum ein. Im Vergleich zu Beiträgen über andere Religionsgemeinschaften wird in solchen über den Islam und das Judentum also besonders häufig die entsprechende Religionsgemeinschaft behandelt, ohne dass es um Religion geht, ein religiöser Akteur im Zentrum steht oder religiöse Dimensionen diskutiert werden. In Beiträgen über den Buddhismus hingegen ist »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« von grosser Bedeutung und wird immerhin in fast zwei Drittel der Beiträge verwendet.

Die Berichterstattung über die zwei Religionsgemeinschaften Katholizismus und Islam wurde weiter bezüglich der Frames unter die

Lupe genommen. Hierfür wurde noch untersucht, wie stark der Einfluss von In- und Auslandberichterstattung auf die Verwendung von Frames ist, also ob je nachdem andere Frames dominieren (siehe dazu Abb. 30). Was die Beiträge über die anderen Religionsgemeinschaften betrifft, waren für diese Analyse zu wenig Fallzahlen vorhanden.



Signifikanz nach χ^2 .000; Katholizismus: N Inlandberichterstattung=261, N Auslandberichterstattung=199, N ohne Ort=31; Islam: N Inlandberichterstattung=154, N Auslandberichterstattung=394, N ohne Ort=18; total: Inlandberichterstattung N=688, Auslandberichterstattung N=879, ohne Ereignisort N=84

Abb. 30: Frames 2008 nach Ereignisort

In der Inlandberichterstattung über den Katholizismus wird mit dem Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« deutlich häufiger gearbeitet als in der Auslandberichterstattung (40.9% vs. 24.4%). Letztere setzt dafür den Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« häufiger ein. In der Auslandberichterstattung über den Islam wird die geringe Bedeutung des Religionsframes deutlich, der nur in 13.0% der Beiträge vorkommt. Dafür kommt der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« dort verstärkt vor. Es zeigt sich, dass in der Berichterstattung über den Islam der »Schweizer Islam« zwar wenig, aber doch deutlich häufiger als in der Auslandberichterstattung mit dem »Religionsframe« gerahmt wird.

Vergleich mit den Nachrichtenfaktoren

Der Vergleich, welche Nachrichtenfaktoren zusammen mit welchen Frames auftreten, wurde unternommen, brachte aber keine wesentlich neuen Erkenntnisse. Die Nachrichtenfaktoren waren über alle Frames hinweg sehr ähnlich verteilt. Ein paar Auffälligkeiten sollten hier kurz erwähnt werden. Der Nachrichtenfaktor Sexualität/Erotik tritt zwar generell selten auf, wenn dann aber am häufigsten im Frame »Moral-diskussion mit Religionsbezug«. Emotionalisierung und Personalisierung spielen beim areligiösen Frame eine untergeordnete Rolle. Die negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren Misserfolg/Schaden, Kontroverse und Kriminalität erhalten bei den Frames »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« und »Moraldiskussion mit Religionsbezug« mehr Gewicht als bei den anderen. Bei ersterem ist ausserdem Aggression ein zentraler Nachrichtenfaktor, der bei den anderen Frames deutlich weniger auftritt. Schliesslich lässt sich feststellen, dass der Nachrichtenfaktor kulturelle Nähe vor allem bei den Frames mit stärkstem Religionsbezug, sprich dem Religionsframe und dem Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« zu finden ist.

Vergleich der Frames in der Berichterstattung 1998 und 2008

Um die Berichterstattung von 1998 und 2008 zu vergleichen, wurden wiederum nur diejenigen Medien berücksichtigt, die in beiden Jahren untersucht wurden. Es handelt sich dabei um tagesaktuelle Zeitungen aus beiden Regionen. Dies schränkt natürlich das Sample ein und bietet eine andere Untersuchungsbasis. Deshalb wurde, wie schon vorab angedeutet, für das eingeschränkte Sample 2008 und 1998 nochmals eine Clusteranalyse zur Framebestimmung durchgeführt. Die Jahre 1998 und 2008 wurden dabei separat behandelt, um nicht nur Veränderungen in der Häufigkeit der Frames erfassen zu können, sondern um auch inhaltliche Veränderungen beobachten zu können.

Für das eingeschränkte Sample 2008 konnten in dem Gesamt-sample 2008 entsprechende Muster identifiziert werden. Die vorher identifizierten Muster scheinen sich demnach zu bewähren bzw. die Tageszeitungen weichen nicht sonderlich von allen Medien zusammen ab. Die Zusammensetzung der Frames ist in nachfolgender einsehbar.

Frame	Religion	»Moraldiskussion mit Religionsbezug«	»politischer Konflikt mit relig. Akteur«	areligiöser
Thema: Politik/Konflikt	0%	0%	97%	0%
Thema: Religion	100%	0%	2%	45%
Thema: andere	0%	100%	1%	55%
Valenz: negativ/negativ-neutral	33%	60%	63%	17%
Valenz: neutral/positiv	67%	38%	36%	84%
Attribut: (stark) negativ	28%	49%	45%	6%
Attribut: positiv	41%	49%	32%	5%
Frameelement: Meinungsverschiedenheiten	48%	56%	78%	45%
Frameelement: Terrorgefahr	6%	3%	56%	4%
Frameelement: Personalisierung	51%	58%	23%	26%
Frameelement: Moral/höheres Ziel	37%	72%	52%	33%
Frameelement: Bezug zu Gott/ relig. Vorstellungen	47%	32%	16%	35%
Frameelement: Wirtschaft	15%	20%	16%	14%
Hauptakteur: nicht religiöser Akteur	8%	1%	37%	100%
Hauptakteur: religiöser Akteur	92%	99%	64%	0%
Religiöse Dimensionen vorhanden	73%	61%	40%	44%
% Häufigkeit des Vorkommen des Frames	30.4%	25.4%	28.2%	16.0%

(N ungewichtet=600), 100% entspricht jeweils dem Gesamt-N eines Frames

Abb. 31: Beschreibung der Frames 2008, nur Medien, die auch 1998 untersucht wurden

Im Jahr 1998 wurden erstaunlicherweise dieselben Frames identifiziert wie 2008. Nur der oben als »Moraldiskussion mit Religionsbezug« bezeichnete Frame konnte nicht gefunden werden, stattdessen ein »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug«. Diese beiden Frames weisen aber sehr viele semantische Ähnlichkeiten auf. Der wesentliche Unterschied ist darin festzumachen, dass zweiterer das Frameelement »Moral/höheres Ziel« nicht aufweist, das für den Frame »Moralbezug mit religiösem Akteur« bestimmend ist. Der Religionsframe wurde in 30.4%, der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« in 25.4%, der Frame »politischer Konflikt mit religiösem

Akteur in 28.2% und der areligiöse Frame in 16.0% der Fälle gefunden. Wie sich die Frames im Sample 1998 genau manifestieren, kann aus untenstehender Tabelle 21 entnommen werden.

Frame	Religion	»politischer Konflikt mit relig. Akteur«	Negativframe mit relig. Akteur ohne Religionsbezug	areligiöser Frame
Thema: Politik/Konflikt	6%	99%	1%	18%
Thema: Religion	94%	0%	0%	31%
Thema: andere	0%	2%	100%	50%
Valenz: negativ/negativ-neutral	31%	73%	62%	48%
Valenz: neutral/positiv	53%	24%	32%	42%
Attribut: (stark) negativ	17%	63%	21%	10%
Attribut: positiv	12%	5%	12%	1%
Frameelement: Meinungsverschiedenheiten	42%	60%	40%	50%
Frameelement: Terrorgefahr	5%	66%	7%	16%
Frameelement: Personalisierung	30%	25%	28%	22%
Frameelement: Moral/höheres Ziel	18%	30%	28%	30%
Frameelement: Bezug zu Gott/relig. Vorstellungen	30%	6%	15%	16%
Frameelement: Wirtschaft	12%	6%	14%	15%
Hauptakteur: nicht religiöser Akteur	1%	0%	0%	100%
Hauptakteur: religiöser Akteur	99%	100%	100%	0%
Religiöse Dimensionen vorhanden	53%	13%	30%	23%
% Häufigkeit des Vorkommen des Frames	29.2%	12.8%	33.5%	22.5%

(N ungewichtet=600), 100% entspricht jeweils dem Gesamt-N eines Frames

Abb. 32: Beschreibung der Frames 1998

Am häufigsten zu finden, ist der »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug«, der in mehr als jedem dritten Beitrag (35.5%) vorkommt. Am zweithäufigsten kommt der Religionsframe (29.2%) und am dritthäufigsten der areligiöse Frame (22.5%) vor. Am wenigsten Beachtung wird dem Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« geschenkt (12.8%).

Wie sich zeigt, erhält der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« 2008 deutlich mehr Gewicht als 1998. Dafür geht die Bedeutung des »areligiösen Frames« zurück. Der »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug«, der 2008 nicht vorkommt, nimmt 1998 viel Raum ein. Dafür ist 2008 der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« zu finden, fällt allerdings nicht entsprechend stark ins Gewicht. Die Unterschiede der Frameanwendung zwischen den beiden Jahren können nur für einen reduzierten Teil nach religionsspezifischen Beiträgen analysiert werden. Aufgrund der geringen Fallzahlen lassen sich die vorhandenen Daten für die Beiträge über einige Religionsgemeinschaften statistisch nicht sauber auswerten. Es wurden deshalb für die weitere Analyse nur die Religionsgemeinschaften berücksichtigt, die in vierzig oder mehr Beiträgen vorkommen, so dass jedes Frame grundsätzlich die Chance hatte in zehn Beiträgen vorzukommen. Der direkte Vergleich muss mit aller Vorsicht genossen werden, da sich ein Frame in den beiden Jahren unterscheidet.

Frames 1998	Religion		»polit. Konflikt mit relig. Akteur«		areligiöser		Negativframe mit relig. Akteur ohne Religionsbez.	
	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%
Christentum	31	31.8%	8	8.0%	20	20.7%	39	39.5%
Katholizismus	76	46.0%	16	9.7%	23	14.0%	50	30.4%
Protestantismus	15	32.5%	10	22.3%	7	15.8%	13	29.4%
Islam	16	21.2%	31	40.7%	18	23.7%	11	14.4%
Judentum	8	9.0%	4	4.2%	34	37.2%	46	49.6%
Sekte, Okkult.	7	14.2%	2	4.4%	12	25.0%	27	56.4%
Frames 2008	Religion		»polit. Konflikt mit relig. Akteur«		Areligiöser		»Moraldiskussion mit Religionsbezug«	
	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%	Anzahl	Zeilen-%
Christentum	23	29.7%	13	17.0%	19	24.2%	22	29.1%
Katholizismus	62	44.2%	7	4.8%	22	15.8%	50	35.2%
Protestantismus	19	43.4%	3	6.7%	11	24.6%	11	25.2%
Islam	40	27.1%	80	53.6%	19	12.6%	10	6.7%
Judentum	6	17.3%	9	26.0%	10	28.6%	10	28.0%
Sekte, Okkult.	4	17.1%	1	2.7%	2	9.1%	17	71.1%

100% entspricht jeweils dem Gesamt-N einer Religionsgemeinschaft nach Jahr

Abb. 33: Frames 1998 und 2008 nach Religionsgemeinschaft

Die Ergebnisse lassen erkennen, dass beim Christentum allgemein 1998 der »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug«

starkes Gewicht erhält, 2008 hingegen häufiger als 1998 der Frame »politische Konflikte mit religiösem Akteur« auftritt. Damit wird eine inhaltliche Tendenz, was die Negativität betrifft, beibehalten. 2008 ist die Berichterstattung konfliktgeladener und politisierter. Der Katholizismus wird hinsichtlich des Framings grundsätzlich in beiden Jahren in derselben Manier behandelt, während bei der Berichterstattung über den Protestantismus der Religionsframe und der areligiöse Frame gegenüber 1998 leicht zu Lasten des Frames »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« zulegen. In Beiträgen über den Islam ist 2008 im Vergleich zu 1998 vermehrt der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« zu finden, während die Häufigkeit der Anwendung des areligiösen Frames zurückgeht. In Beiträgen zum Judentum lässt sich 1998 ein starker Einfluss des »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug« nachweisen. Dies kann insbesondere auf die Gerichtsverhandlungen über die sogenannten Judengelder zurückgeführt werden, die 1998 in den USA stattfanden und von den Medien breit abgedeckt wurden. 2008 legen dafür alle anderen Frames etwas zu, am stärksten der Frame »politischer Konflikt mit religiöser Akteur«. Schliesslich dominiert in der Berichterstattung über Sekten 2008 ein Frame, nämlich »Moraldiskussion mit Religionsbezug«. In 71.1% der Beiträge über Sekten wird er angewendet. 1998 dominiert der ähnlich angelegte »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug« mit 49.6%. Mehr Gewicht als 2008 erhält 1998 der areligiöse Frame in der Berichterstattung über Sekten.

7.6.3 Diskussion der Ergebnisse

Wie schon deutlich wurde, sind zur Bestimmung der Frames verschiedene Frameelemente einbezogen worden, die vom Thema (mit)bestimmt werden – darunter etwa das Thema selber oder die Ereignisvalenz. Damit sind natürlich auch die Frames nicht gänzlich themenunabhängig. Die Resultate der Framing-Analyse bestätigen die Erwartungen, die bereits aufgrund der Themenanalyse geäussert wurden und festigen diese Ergebnisse: Die Berichterstattung ist vor allem in eine politische, konfliktgeladene auf der einen und in eine Berichterstattung mit religiöser Orientierung auf der anderen Seite gespalten. Die Framing-Analyse zeigt einen klaren Frame, in welchem es tatsächlich um Religion geht (Religionsframe). Ein weiterer greift Moraldiskussionen auf, die ebenfalls als wichtige Elemente von Religionen betrachtet werden können. Die anderen zwei Frames haben zwar etwa durch die Beteiligung religiöser Akteure einen Bezug zu Religion,

grundsätzlich hat das Religiöse aber keine wirkliche Relevanz für den Beitrag. Es stehen ganz andere Themen und je nachdem Akteure im Vordergrund.

Aufschlussreich ist die positiv-neutrale Valenz des Religionsframes. Dies lässt die Aussage zu, dass Religion an sich, das Religiöse nicht direkt mit negativen Ereignissen verbunden wird. Eine negative, negativ-neutrale Valenz kann allerdings im Zusammenhang mit Moraldiskussionen vorkommen. Dann geht es um Kontroversen, die durch die Religionsgemeinschaft ausgelöst werden oder in die sich diese einmischt. Wenn Religion eine politische Komponente annimmt, wird die Valenz schnell negativ.

Der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« ist in der Auslandberichterstattung häufiger zu finden als in der Inlandberichterstattung, während es beim Religionsframe und dem Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« genau umgekehrt ist. Dies hat vermutlich mitunter Einfluss darauf, dass in unterschiedlichen Medientypen verschiedene Frames angewendet werden. So ist in Boulevard- und Gratiszeitungen, die sich eher auf die Inlandberichterstattung konzentrieren, der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« häufiger zu finden. Bei Medien wie Qualitäts-, Wochenzeitungen und Hintergrundsendungen, die ihren Fokus stärker als die anderen auf Politik und damit auch aufs Ausland legen, ist der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« deutlich häufiger zu finden als bei anderen Medien.

Was aber lassen die Resultate für Aussagen zu den Hypothesen zu?

(H5_1) Je nach Religion(sgemeinschaft), über welche berichtet wird, ist der Medienbeitrag anders geframed.

Diese Hypothese ist sehr allgemein gehalten, da vorher durch das induktive Vorgehen keine Vorstellung darüber vorherrschte, welche Frames gefunden werden. In ihrer grossen Offenheit kann der Hypothese H5_1 so zugestimmt werden. Christliche Religionsgemeinschaften wie das Christentum allgemein, der Katholizismus und Protestantismus werden jeweils sehr ähnlich geframed und zwar vor allem mit dem Religionsframe und dem Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug«. In der Berichterstattung über den Islam und das Judentum dominiert der areligiöse Frame, bei derjenigen über den Buddhismus »politischer Konflikt mit religiösem Akteur«. Die Berichterstattung über Sekten wird vor allem mit dem Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« gerahmt. Auch hier bestätigt sich die bereits in Kapitel 7.5.4 diskutierte Hypothese H2_1, die aussagt, dass das Religiöse in

den Medien nur selten vorkommt und wenn, dann in Beiträgen über christliche Religionsgemeinschaften. Auch das Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« ist insbesondere in Beiträgen über das Christentum zu finden. Christliche Religionsvertreter äussern sich etwa zu öffentlich diskutierten Fragen, die ethische und moralische Dimensionen berühren, wie z. B. die Sterbehilfe. Oft steht ferner das Moralbild der Kirchen selber zur Diskussion, wenn die katholische Kirche sich beispielsweise gegen homosexuelle Beziehungen ausspricht oder ihren Anhängern den Gebrauch von Kondomen untersagt. Dann kommt es zu konfligierenden Wertvorstellungen der katholischen Kirche und der Gesellschaft; Immerhin ist die eingetragene Partnerschaft für gleichgeschlechtliche Paare in der Schweiz möglich und der Gebrauch von Kondomen Usus. Ein solcher Zusammenprall von unterschiedlichen Normen- und Werteansichten ist für die Medien interessant und kann als ein eigener Nachrichtenwert betrachtet werden. Zu fragen ist, wieso andere Religionsgemeinschaften in diesen Zusammenhängen so viel weniger diskutiert werden. Immerhin verfolgen auch sie teilweise Moralvorstellungen, die in der heutigen Zeit und Gesellschaft als konservativ gelten. Vermutlich liegt es daran, dass die anderen Religionsgemeinschaften in der Schweiz kaum Gewicht und Relevanz als gesellschaftliche Akteure haben. Sie sind eine Minderheit. Vielleicht interessiert ihre Stellungnahme deshalb auch kaum? Natürlich könnte der Grund genauso darin zu finden sein, dass sich christliche Religionsgemeinschaften aktiv und professionell in der öffentlichen Diskussion engagieren, während die nicht-christlichen, wenn dann nur reaktiv auf Anfragen reagieren. Bei den nicht-christlichen Religionsgemeinschaften (Ausnahme Sekten) hat die Auslandberichterstattung starkes Gewicht. Sie werden dann häufig in Zusammenhang mit politischen Kontexten und Konflikten dargestellt und dabei eher als politische Akteure betrachtet. Die Religion ist hier kaum mehr als ein Label. Es kann also gefolgert werden, dass die Medien das Christentum sowie Sekten eher als andere Religionsgemeinschaften als religiöse Akteure sehen und in religiösen Kontexten darstellen. Andere Religionsgemeinschaften werden eher als politische Akteure wahrgenommen.

(H5_2) In der Berichterstattung 2008 sind andere Frames zu finden als in derjenigen von 1998.

Diese Hypothese trifft nur teilweise zu. Die gefundenen Frames 1998 und 2008 sind fast identisch. Sie sind also ein wichtiges konstituierendes Instrument für die Journalisten, das in seiner Art erstaunlich manifest bleibt. Es gibt aber auch Veränderungen: Während 1998 ein »Ne-

gativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug« gefunden wurde, war es 2008 der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug«. Die beiden Frames weisen aber semantische Ähnlichkeiten auf.

Zwischen den erhobenen Jahren ist eine Verschiebung der Bedeutung der einzelnen Frames erkennbar: So erhält das Frame der »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« 2008 deutlich mehr Gewicht als 1998. Dies ist sicherlich auch die Folge der zahlreichen Konfliktherde 2008, wie z. B. dem Nahen Osten oder Tibet, in welche Religionsgemeinschaften durch politische Auseinandersetzungen involviert sind. Ausserdem nimmt der »Negativframe mit religiösem Akteur ohne Religionsbezug«, der ja 2008 nicht vorkommt, 1998 viel Raum ein.

7.7 Nachrichtenfaktoren in der Religionsberichterstattung

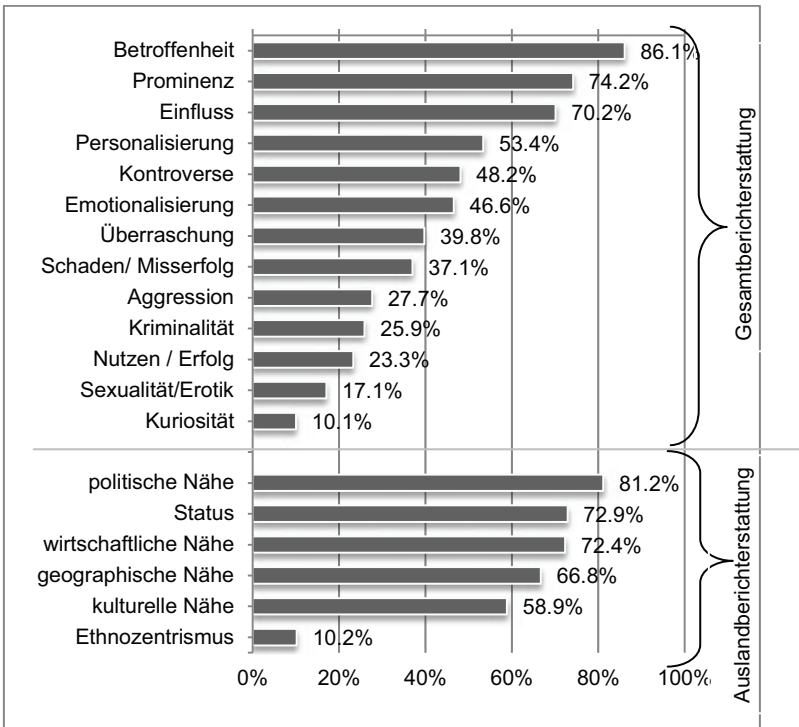
In diesem Kapitel wird vorgestellt, welche Nachrichtenfaktoren in den Beiträgen gefunden wurden. Sie sollen helfen, das Bild von der Religionsberichterstattung insgesamt und darüber hinaus von den einzelnen Religionsgemeinschaften in den Medien nachzuzeichnen. Um das Feld abzustecken, wurden verschiedene Verfahren angewandt. So wurden einerseits alle Nachrichtenfaktorenvariablen in dichotome Variablen »trifft zu/trifft nicht zu« umgewandelt, um überhaupt einen Eindruck davon zu erhalten, welche Faktoren eine Rolle spielen. Dabei wurde jeweils die Ausprägung null, sowie »geringste Zustimmung« (falls vorhanden) in »trifft nicht zu« recodiert, alle Variablen auf höherer Stufe in »trifft zu«. Die Intensität, mit der Nachrichtenfaktoren auftreten, wird an den entsprechenden relevanten Stellen angesprochen. Mittels einer Faktorenanalyse sollen die Nachrichtenfaktoren ausserdem auf übergeordnete Strukturen hin untersucht werden. So haben verschiedene Autoren, darunter Fretwurst (2008), argumentiert, Nachrichtenfaktoren würden immer in Bündeln auftreten. Es stellt sich damit die Frage, in welchen Bündeln sich die Nachrichtenfaktoren in der Berichterstattung über Religion präsentieren. Die Nachrichtenfaktoren wurden auf unterschiedlichen Skalenniveaus, aber mit Ausnahme von Sex/Erotik, Kuriosität, Emotionalisierung und Ethnozentrismus alle auf einer metrischen Skala erfasst. Diese vier dichotom codierten Nachrichtenfaktoren können also bei statistischen Verfahren, die eine metrische Skala voraussetzten wie die Faktorenanalyse und die Mittelwertberechnung, nicht verwendet werden.

Zu berücksichtigen gilt es, dass einige Faktoren nur in der Auslandberichterstattung zum Zuge kommen. Das sind all diejenigen, die sich auf Nähe (politische, wirtschaftliche, kulturelle und geographische Nähe) sowie Status und Ethnozentrismus beziehen.

7.7.1 Auswertung der Nachrichtenfaktoren

Nachrichtenfaktoren haben, wie im Theorieteil dargelegt wurde, entscheidenden Einfluss auf die Publikationsentscheidung durch Journalisten. Demnach ist es wenig erstaunlich, dass nur in 0.6% der untersuchten Beiträge gar keiner der aufgeführten Faktoren zutrifft. Die Inlandberichterstattung bzw. die Berichterstattung ohne Ereignisort wurde insgesamt auf dreizehn Nachrichtenfaktoren hin untersucht. Bei der Auslandberichterstattung kamen, wie oben angedeutet, noch die ortsbezogenen Nachrichtenfaktoren dazu, so dass insgesamt neunzehn erhoben wurden. Durchschnittlich lassen sich in der Inlandberichterstattung und derjenigen ohne Ereignisort 5.22 Nachrichtenfaktoren (von dreizehn) ausmachen, in der Auslandberichterstattung 9.57 (von neunzehn).

Um den Nachrichtenfaktoren in der Religionsberichterstattung auf die Spur zu kommen, wurden verschiedene Auswertungsstrategien gewählt. Abb. 34 zeigt, welche Nachrichtenfaktoren im Jahr 2008 auftreten, wobei sie nach der Häufigkeit des Auftretens rangiert sind. Sie beziehen sich alle auf die Gesamtberichterstattung, ausser letztere sechs, welche nur für die Auslandberichterstattung (d.h. ohne Ereignisort Schweiz) erfasst wurden. Deshalb sind sie in der Abbildung separat dargestellt. Bevor hierauf eingegangen wird, werden ausserdem noch die Ergebnisse der Faktorenanalyse vorgestellt. So können alle Ergebnisse im Verbund diskutiert werden. Die Faktorenanalyse ist in Abb. 35 aufgeführt. Sie bezweckt, herauszufinden, ob und inwiefern gewisse Nachrichtenfaktoren voneinander abhängig sind und kann latent vorhandene Strukturen und Abhängigkeiten aufdecken.



N gewichtet: Gesamtberichterstattung N=1653, Auslandberichterstattung N=855

Abb. 34: Nachrichtenfaktoren 2008, Gesamtberichterstattung

In nachstehender Abb. 35 ist die Faktorenanalyse über die Gesamtberichterstattung dargestellt. Da einige der Nachrichtenfaktoren von vornherein nicht aufgenommen werden konnten, weil sie nicht auf einer metrischen Skala erhoben wurden, ist die faktorenanalytisch untersuchte Nachrichtenfaktorenliste nicht vollständig. Dies sollte bei der Betrachtung aller Ergebnisse von Faktorenanalysen berücksichtigt werden. Im Prozess der Analyse mussten ausserdem Personalisierung und Kontroverse ausgeschlossen werden. Ersterer Nachrichtenfaktor spannte einen Faktor alleine auf, Kontroverse lud auf keinen der Faktoren klar genug.

	Faktor		
	1	2	3
Kriminalität	.890		
Aggression	.872		
Schaden	.836		
Einfluss		.867	
Prominenz		.828	
Betroffenheit		.655	
Erfolg, Nutzen			.831
Überraschung			.622
erklärte Varianz	33.6%	21.1%	13.4%

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung, Mass der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin: 0.696, Bartlett-Test auf Sphärizität: Ungefährliches Chi-Quadrat 3699.482, df 28, Signifikanz nach Bartlett .000, Erklärte Varianz: 68.074%. Der KMO-Wert muss als eher mässig bis mittelprechtig eingeschätzt werden. Die erklärte Varianz ist zufriedenstellend. Faktoren unter 0.4 wurden in der Darstellung unterdrückt, N=1653. Die Nachrichtenfaktoren Personalisierung und Kontroverse mussten ausgeschlossen werden. Personalisierung spannte allein einen vierten Faktor auf. Kontroverse lud nicht genug (unter 0.4).

Abb. 35: Faktorenanalyse über die Nachrichtenfaktoren für die Gesamtberichterstattung 2008

Was lassen nun aber die Ergebnisse genau erkennen? Allem voran wird die grosse Bedeutung dreier Nachrichtenfaktoren deutlich: Diese sind Betroffenheit, Prominenz und Einfluss. Sie kommen in über 70.0% der Beiträge vor und sind in der Hälfte bis in zu 60.0% der Beiträge stark bis sehr stark ausgeprägt. Die Faktorenanalyse, wie in Abb. 35 ersichtlich, zeigt, dass diese drei Nachrichtenfaktoren auch stark miteinander zusammenhängen. Dies wird nochmals auch deutlich, wenn man betrachtet, welche Nachrichtenfaktoren zusammen mit anderen auftreten. Wenn Betroffenheit vorkommt, tritt mit hoher Wahrscheinlichkeit auch eine prominente Person mit Einfluss auf. Dass Prominenz und Einfluss stark miteinander in Verbindung stehen, kann leicht am Beispiel des Dalai Lama oder des Papstes aufgezeigt werden. Beides sind weltweit bekannte Persönlichkeiten, welche grossen Einfluss auf die Gesellschaft und teilweise auf die Politik haben. Sie werden überall auf der Welt empfangen und angehört.

Das Vorkommen der anderen Nachrichtenfaktoren darf aber nicht unterschätzt werden. Bedenkt man etwa, dass es bei Religionen um Moral und Ethik, Frieden und Liebe geht, steht dies im Gegensatz dazu, dass Kontroverse in 48.2%, Schaden/Misserfolg in 37.1%, Aggression in 27.7% und Kriminalität in immerhin 25.9% der Beiträge vorkommen. Die Intensität von Kriminalität, Schaden und Aggression, wenn sie denn vorkommen, ist sehr hoch. Genauso ist Kontroverse in rund der Hälfte der Beiträge sehr stark ausgeprägt. Diese Negativfaktoren, mit Ausnahme von Kontroverse, der aus der Faktorenanalyse ausgeschlossen werden musste, hängen stark miteinander zusammen.

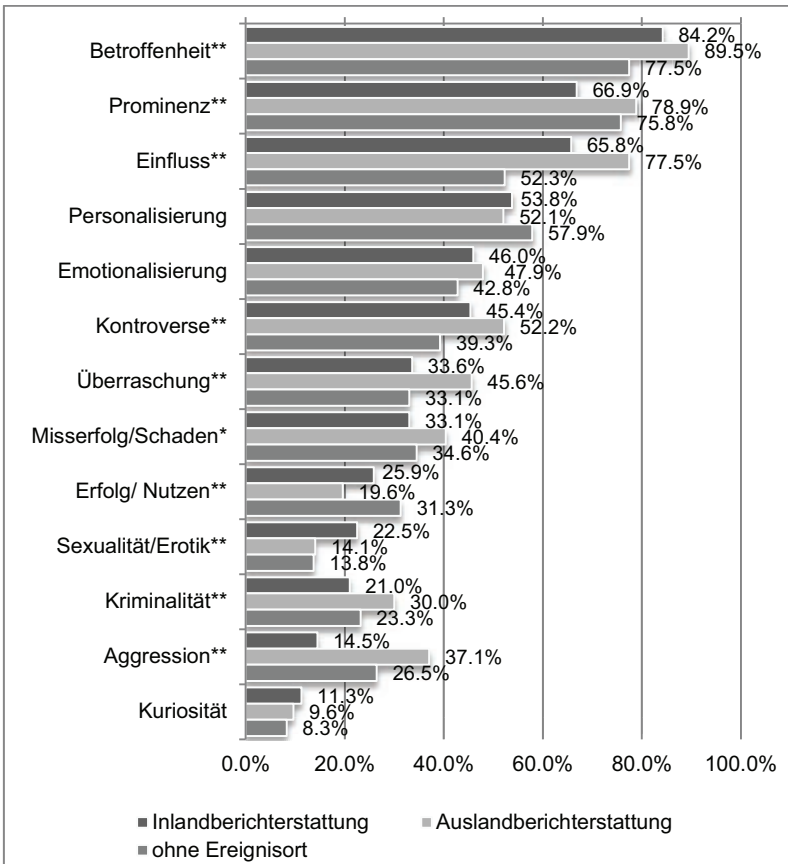
Kriminalität, Aggression und Schaden laden auf denselben Faktor hoch. Wenn einer dieser Nachrichtenfaktoren vorkommt, ist das Auftreten der anderen ebenfalls wahrscheinlich. Unerwartet ist, dass Überraschung und Erfolg/Nutzen in der Analyse auf denselben Faktor laden, also ein latenter Zusammenhang besteht. Auf den ersten Blick ist inhaltlich keine logische Abhängigkeit zwischen den beiden Nachrichtenfaktoren erkennbar. Was die Häufigkeit des Vorkommens betrifft, gehören beide nicht zu den wichtigsten Nachrichtenfaktoren. Überraschung ist aber kein unwesentlicher Nachrichtenfaktor, kommt er doch noch in immerhin 39.8% der Beiträge vor. Nutzen/Erfolg erhält da schon bedeutend weniger Beachtung und wird nur gerade in jedem Vierten (23.3%) Beitrag eingesetzt.

Über die Nachrichtenfaktoren Emotionalisierung, Kuriosität und Sexualität kann nichts über deren Zusammenspiel mit anderen Nachrichtenfaktoren gesagt werden, da sie nicht in die Faktorenanalyse eingeflossen sind. Es sind aber Aussagen hinsichtlich der Häufigkeit ihres Vorkommens möglich: Emotionalisierung wurde in 46.6% der Beiträge gefunden, wobei positive Emotionalisierungen leicht häufiger vorkommen als negative. Die am wenigsten vorkommenden Nachrichtenfaktoren Kuriosität und Sexualität/Erotik sollen hier nicht unbeachtet bleiben. Immerhin konnte in jedem zehnten Beitrag der Nachrichtenfaktor Kuriosität und in 17.1% Sexualität/Erotik festgestellt werden. Ersterer tritt vor allem bei human interest-Themen auf, etwa wenn ein Chor von Mönchen eine Rock-CD aufnimmt oder ein Rabbiner Speed-Dating für seine Studenten organisiert. Sexualität/Erotik erscheint vor allem im Zusammenhang mit Kriminalität, wobei es vor allem um sexuelle Übergriffe von Geistlichen geht.

Betrachtet man schliesslich die Auslandberichterstattung wird die grosse Bedeutung der Nachrichtenfaktoren politische Nähe, Status und wirtschaftliche Nähe deutlich. Stärkste Intensität weist dabei politische Nähe auf (in 68.1% grosse bis grösste politische Nähe). Geographische Nähe und Status sind in rund der Hälfte der Beiträge stark bis sehr stark ausgeprägt. Weniger gross ist die Intensität für kulturelle und wirtschaftliche Nähe. Die Faktorenanalyse über die Beiträge der Auslandberichterstattung, die nachfolgend in Abb. 38 noch diskutiert werden soll, weist eine zusammenhängende Struktur dieser Nachrichtenfaktoren auf. Es zeigt sich, was zu erwarten war, nämlich dass die Nachrichtenfaktoren rund um Nähe und Status direkt voneinander abhängig sind. Beispielsweise sind der Schweiz geographisch nahe Länder ihr oft auch wirtschaftlich, kulturell und politisch nahe. Wie

sich die Nachrichtenfaktoren insgesamt in der Auslandberichterstattung manifestieren, wird nachfolgend aufgezeigt.

Es ist zu erwarten, dass sich die Ausland- und Inlandberichterstattung hinsichtlich des Vorkommens der Nachrichtenfaktoren unterscheiden. Einerseits ist die Ereignislage im In- und Ausland unterschiedlich, andererseits interessiert sich die Inlandberichterstattung auch für regionalere Ereignisse. Im Ausland hingegen ist die Hürde für ein Ereignis, um in die Medien zu kommen, viel grösser. Dieser Vermutung, dass sich Inland- und Auslandberichterstattung unterscheiden, wird in Abb. 36 nachgegangen. Die Nachrichtenfaktoren sind rangiert nach der Häufigkeit des Vorkommens in der Inlandberichterstattung. Die Auflistung zeigt: In der Inland- und Auslandberichterstattung sowie derjenigen ohne Ereignisregion ist tendenziell eine ähnliche Verwendung von Nachrichtenfaktoren festzustellen. Dabei kommen die Nachrichtenfaktoren in der Auslandberichterstattung generell häufiger vor (die ortsabhängigen Faktoren nicht mitberücksichtigt) als in der Inlandberichterstattung und derjenigen ohne Ereignisort. Es erscheint, als ob Ereignisse mit Religion, die sich in der Schweiz ereignen, weniger Nachrichtenfaktoren brauchen, um von den Medien aufgenommen zu werden. Aussagen über die grundsätzliche Auswahl- und Platzierungsentscheidung können hier aber keine gemacht werden. Die einzigen Nachrichtenfaktoren, die in der Inlandberichterstattung prozentual in mehr Beiträgen vorkommen als in der Auslandberichterstattung sind Sexualität/Erotik, Erfolg/Nutzen und Kuriosität, wobei bei letzterem der Unterschied minimal ist.



** p<0.01, *p<0.05 (Signifikanz nach χ^2); N gewichtet: Schweiz N=595, Ausland N=855, ohne Ort N=204

Abb. 36: Nachrichtenfaktoren nach Ereignisort im Jahr 2008

Nun sollen aber die Rangfolgen des Vorkommens der Nachrichtenfaktoren verglichen werden, die wie erwähnt sehr ähnlich sind. Interessant sind deshalb die Abweichungen. Diese sind zu finden für Kontroverse, Kriminalität und Aggression, also alles Nachrichtenfaktoren mit negativer Konnotation. Diese Nachrichtenfaktoren haben in der Auslandsberichterstattung prozentual deutlich mehr Bedeutung als in der Inlandsberichterstattung – gemessen an der Häufigkeit des Vorkommens. Dies gilt auch für Einfluss und Überraschung. Beide sind zwar gleich rangiert in der Auslands- wie in der Inlandsberichterstattung. Allerdings kommen sie in der Auslandsberichterstattung nicht mit der üblichen Abweichung häufiger vor, sondern treten überproportional häufiger auf.

Im Weiteren stellt sich die Frage danach, welche Strukturen sich in der Verwendung der Nachrichtenfaktoren in der Inland- und Auslandberichterstattung herausbilden. Sind es andere als in der Gesamtberichterstattung? Dazu wurden weitere Faktorenanalysen durchgeführt, die Abb. 37 für die Inlandberichterstattung und in Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung, Mass der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin: 0.717, Bartlett-Test auf Sphärizität: Ungefähres Chi-Quadrat 5380.059, df 78, Signifikanz nach Bartlett .000, Erklärte Varianz: 68.144%; Faktoren unter 0.5 wurden in der Darstellung unterdrückt, Der KMO-Wert kann als mittelpärchtig eingeschätzt werden. Die erklärte Varianz ist zufriedenstellend, N=885; In einem ersten Schritt wurde Kontroverse ausgeschlossen, der allein einen Faktor aufspannte. Aus dem gleichen Grund wurde dann Personalisierung ausgeschlossen. Abb. 38 für die Auslandberichterstattung dargestellt sind.

	Faktor		
	1	2	3
Kriminalität	.884		
Aggression	.845		
Misserfolg, Schaden	.802		
Überraschung	.535		
Prominenz		.865	
Einfluss		.827	
Betroffenheit			-.756
Personalisierung			.782
erklärte Varianz	30.9%	21.6%	15.4%

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung, Mass der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin: 0.680, Bartlett-Test auf Sphärizität: Ungefähres Chi-Quadrat 1176.706, df 28, Signifikanz nach Bartlett .000, Erklärte Varianz: 67.852%; Faktoren unter 0.5 wurden in der Darstellung unterdrückt, N=595; Erfolg/Nutzen und Kontroverse mussten ausgeschlossen werden. In einem ersten Schritt wurde Erfolg/Nutzen ausgeschlossen, da er nur auf einen Faktor lud. Kontroverse lud schliesslich nicht genügend stark auf einen Faktor.

Abb. 37: Faktorenanalyse über die Nachrichtenfaktoren für die Inlandberichterstattung 2008

Die Faktorenanalyse für die Inlandberichterstattung konnte nach Ausschluss von Erfolg/Nutzen und Kontroverse realisiert werden. Der KMO-Wert muss allerdings als eher mässig bis mittelpärchtig eingeschätzt werden, während die erklärte Varianz mit 67.9% zufriedenstellend ist. Auf einen ersten Faktor luden Kriminalität, Aggression und Misserfolg/Schaden. Dieses Zusammenspiel war bereits in der Gesamtberichterstattung beobachtbar. Zusätzlich wird diesem ersten Faktor Überraschung zugeordnet. Während erstere drei unter Negativität zusammengefasst werden können, passt Überraschung inhaltlich

nicht direkt ins Bild. Vermutlich bergen Ereignisse, die Kriminalität, Aggression und/oder Misserfolg/Schaden aufweisen häufig auch einen überraschenden Aspekt, d.h. der kriminelle Akt oder die aggressive Tat kommt unerwartet und überraschend. Sie sind nicht direkt vorhersehbar. Auf einen zweiten Faktor laden, wie bereits bei der Analyse der Gesamtberichterstattung, Prominenz und Einfluss. Betroffenheit lässt sich hingegen nicht, wie in der Gesamtberichterstattung, diesem zweiten Faktor zuordnen. In der Inlandberichterstattung über Religion sind also prominente Persönlichkeiten meist einflussreich oder umgekehrt einflussreiche Personen prominent. Schliesslich laden auf einen dritten Faktor Betroffenheit negativ und Personalisierung positiv.

Sind in der Auslandberichterstattung die gleichen Nachrichtenfaktorenbündel zu finden oder unterscheiden sich die Strukturen von denjenigen in der Inlandberichterstattung? Dies ist in Abb. 38 einsehbar. Hier wurden zusätzlich die Nähe-Nachrichtenfaktoren und der Status berücksichtigt.

	Faktor			
	1	2	3	4
wirtschaftliche Nähe	.930			
kulturelle Nähe	.926			
politische Nähe	.812			
Geographische Nähe	.686			
Status	.669			
Kriminalität		.881		
Aggression		.881		
Misserfolg, Schaden		.831		
Einfluss			.843	
Prominenz			.816	
Betroffenheit			.623	
Erfolg/Nutzen				.773
Überraschung				.720
erklärte Varianz	26.2%	18.8%	14.6%	8.6%

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung, Mass der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin: 0.717, Bartlett-Test auf Sphärizität: Ungefährtes Chi-Quadrat 5380.059, df 78, Signifikanz nach Bartlett .000, Erklärte Varianz: 68.144%; Faktoren unter 0.5 wurden in der Darstellung unterdrückt, Der KMO-Wert kann als mittelprächtig eingeschätzt werden. Die erklärte Varianz ist zufriedenstellend, N=885; In einem ersten Schritt wurde Kontroverse ausgeschlossen, der allein einen Faktor aufspannte. Aus dem gleichen Grund wurde dann Personalisierung ausgeschlossen.

Abb. 38: Faktorenanalyse über die Nachrichtenfaktoren für die Auslandberichterstattung 2008

In der Auslandberichterstattung können dieselben drei Faktoren (zwei bis vier in der Tabelle) wie in der Gesamtberichterstattung identifiziert werden, sie unterscheidet sich aber in einigen Punkten von der Inlandberichterstattung. Damit kann gesagt werden, dass die Auslandbericht-

erstattung die Gesamtberichterstattung hinsichtlich der Nachrichtenfaktorenstrukturen massgeblich mitbestimmt. Im Gegensatz zur Inlandberichterstattung spannt hier Betroffenheit zusammen mit Einfluss und Prominenz einen Faktor auf. Dies bedeutet, dass prominente, einflussreiche Persönlichkeiten vor allem im Zusammenhang mit Ereignissen angesprochen werden, in welchen grosse Betroffenheit vorhanden ist. Ein Beispiel für eine solche Berichterstattung wäre diejenige über den Tibet-China-Konflikt. Von diesem Konflikt ist ein ganzes Volk, nämlich die Tibeter betroffen. Ausserdem nehmen überall auf der Welt zahlreiche Menschen Anteil an deren Schicksal und zeigen dies unter anderem mit Protestaktionen. Der Dalai Lama gilt in diesem Konflikt als der Vertreter von Tibet und ist nicht nur eine weltweit bekannte, sondern auch sehr einflussreiche Person. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass er von Staatschefs auf der ganzen Welt empfangen wird. Auf einen weiteren Faktor lädt Überraschung zusammen mit Nutzen. Überraschende Ereignisse sind also meist mit einem Erfolg/Nutzen verbunden und nicht wie in der Auslandberichterstattung mit einem negativen Ereignis und damit mit Kriminalität, Aggression oder Misserfolg/Schaden. Dies ist vermutlich der grösste Unterschied zur Inlandberichterstattung. Ein zusätzlicher Faktor, der für die Auslandberichterstattung bestimmend ist, beschreibt Nachrichtenfaktoren, welche länderabhängig sind. Das sind diejenigen rund um Nähe sowie Status. Wie bereits weiter oben diskutiert, erscheint dieser Zusammenhang als höchst plausibel. Zwei Nachrichtenfaktoren mussten, wie bereits in der Faktorenanalyse zur Gesamtberichterstattung, im statistischen Prozess ausgeschlossen werden. Dies sind Kontroverse und Personalisierung.

Medientypen

Es sind deutliche, signifikante Unterschiede in der Verwendung von Nachrichtenfaktoren nach Medientypen feststellbar, auch wenn bei allen ähnliche Tendenzen in der Bevorzugung bzw. nicht Berücksichtigung bestimmter Nachrichtenfaktoren, so wie in der Gesamtübersicht dargestellt, bestehen. Was die Intensität der Ausprägungen der Nachrichtenfaktoren betrifft, unterscheiden sich die Medien hingegen nicht nennenswert. Nur Personalisierung wird bei Boulevard- und Sonntagszeitungen sowie Hintergrundsendungen in deutlich grösserer Intensität betrieben als bei den anderen Medien. Es ist hier nicht möglich auf alle Unterschiede genau einzugehen, weshalb jeweils herausgegriffen wird, welche Medien einen Nachrichtenfaktor am stärksten, welche ihn am seltensten einsetzen. Es kann davon ausgegangen werden, dass sich die

jeweils nicht genannten Medientypen in einem mittleren, durchschnittlichen Bereich bewegen. Generell lässt sich sagen, dass Boulevardzeitungen sich dadurch auszeichnen, dass sie die verschiedenen Nachrichtenfaktoren im Rahmen der Gesamttendenz am häufigsten verwenden. Qualitätszeitungen auf der anderen Seite greifen am seltensten darauf zurück. Nur Betroffenheit ist für sie ein ausgesprochen wichtiger Faktor, der in 97.6% der Beiträge auftritt. Er ist auch in über 90% der Beiträge von Wochenzeitungen und Hauptnachrichtensendungen zu finden. Interessant bei den Qualitätszeitungen ist, dass sie Emotionalisierung praktisch nicht verwenden (unter 1% der Beiträge), obwohl dieser Nachrichtenfaktor bei anderen Medien mindestens ein Drittel (Wochenzeitungen) bis hin zu zwei Dritteln (Boulevardzeitungen) der Berichterstattung ausmacht. Hintergrundsendungen polarisieren am meisten, d.h. sie benutzen entweder einen Nachrichtenfaktor deutlich häufiger oder deutlich seltener als andere Medien. Sie sind etwa diejenigen, die Einfluss, Kontroverse, Personalisierung, Ethnozentrismus und Emotionalisierung mitunter am häufigsten und intensivsten einsetzen, alle Nachrichtenfaktoren rund um Nähe, Status und Sexualität/Erotik hingegen am seltensten. Es wird also deutlich, dass Qualitäts- und Boulevardzeitungen, sowie Hintergrundsendungen am stärksten in der Verwendung der Nachrichtenfaktoren abweichen. Auf signifikante Differenzen, die andere Medien auszeichnen, soll an dieser Stelle noch eingegangen werden. Gratiszeitungen weichen von anderen dadurch ab, dass sie Kontroverse, Schaden/Misserfolg, aber auch Nutzen/Erfolg häufiger einsetzen als andere Medien. Bei Sonntagszeitungen ist Personalisierung ein Nachrichtenfaktor, der häufiger eingesetzt wird als bei anderen Medientypen. Nebst Einfluss und Überraschung ist in Hauptnachrichtensendungen Emotionalisierung vergleichsweise häufig zu finden. Forumszeitungen weichen darin ab, dass sie Personalisierung und Emotionalisierung seltener verwenden als die anderen Medien. Die Frage ist nun, ob diese Unterschiede wirklich durch die verschiedene Ausrichtung der Medientypen ausgemacht werden oder ob eher eine dritte Einflussvariable bestimmend ist. Möglicherweise könnten die Differenzen daher rühren, ob sich ein Medium eher auf die Ausland- oder eher auf die Inlandberichterstattung konzentriert. Schliesslich konnte ja festgestellt werden, dass in der Auslandberichterstattung die Nachrichtenfaktoren viel stärker eingesetzt werden. Allerdings weisen gerade die Boulevardzeitungen, welche die Nachrichtenfaktoren am intensivsten einsetzen, einen höheren Anteil an Inland- gegenüber Auslandbeiträgen auf. Dies widerspricht der These, dass die Unterschiede nach Medientypen durch die andere

Gewichtung von Inland- und Auslandberichterstattung ausgemacht werden. Einzig beim Nachrichtenwert Einfluss kann ein solcher Zusammenhang festgestellt werden. Einfluss ist in der Auslandberichterstattung besonders wichtig und erhält auch bei den elektronischen Medien, die sich stark auf die Auslandberichterstattung konzentrieren, mehr Gewicht.

Region

Die Unterschiede nach den Medien der Regionen Deutsch- und Welschschweiz sind minimal. Einzige grosse (mehr als 10%) und signifikante (Signifikanz nach Chi-Quadrat ≤ 0.05) Unterschiede sind in der Verwendung von Aggression, Misserfolg/Schaden, Personalisierung und Überraschung festzustellen. Alle vier Faktoren werden in der Deutschschweiz häufiger verwendet als in der Welschschweiz und zwar um rund 12 bis 15% mehr, Überraschung sogar in 30.8% der Fälle häufiger.

Themenfelder

Es liegt nahe zu vermuten, dass das Thema grossen Einfluss darauf hat, welche Nachrichtenfaktoren in der Berichterstattung auftauchen. Immerhin sind die Nachrichtenfaktoren nicht gänzlich themenunabhängig, wobei einige wie beispielsweise Kriminalität sehr themenspezifisch sind, andere wie etwa Betroffenheit sind hingegen viel breiter angelegt. In der Berichterstattung über alle Themenbereiche ist Betroffenheit ein bedeutender Nachrichtenfaktor. Er kommt unabhängig vom Thema häufig vor. Allerdings ist die Intensität, mit welcher dieser Nachrichtenfaktor auftritt vom Thema abhängig. Eine grosse Betroffenenreichweite ist in Beiträgen zu Wirtschaft, Politik, Moral, Konflikt, Geschichte, Antisemitismus und Terrorismus erkennbar, nicht aber zu Sport, Religion, Kultur, Kriminalität und human interest. Ein weiterer bedeutender Nachrichtenfaktor, der über alle Themenfelder hinweg häufig auftritt, ist Prominenz. Eine Ausnahme ist die Berichterstattung über Geschichte. Darin kommt er deutlich seltener vor als in der Berichterstattung über andere Themenbereiche. Aber auch dort hat dieser Nachrichtenfaktor immerhin noch einen Anteil von 53.7%, dann hat er allerdings nur in der Hälfte davon eine hohe Intensität. In den anderen Themenbereichen nimmt Prominenz einen Anteil von 70.0% oder mehr ein. Besonders häufig ist Prominenz in Beiträgen zu den Themenfeldern Sport, Religion, Politik, Konflikt, Antisemitismus und Terrorismus zu finden. Allerdings ist die Prominenz dann meis-

tens schwach ausgeprägt, d.h. kommt vor allem in Form von Persönlichkeiten vor, die in Expertenkreisen bekannt sind. Nur bei Sport, Antisemitismus Politik, Konflikt und Terrorismus kommt eine auf nationaler oder internationaler Ebene bekannte Persönlichkeit vor. Schliesslich sind die Nähe-Nachrichtenfaktoren und Status in fast allen Themenbereichen in der Auslandberichterstattung sehr häufig zu finden. Es gibt wenige Ausnahmen: Bei Wirtschaftsthemen kommen kulturelle, wirtschaftliche und politische Nähe nur in einem Drittel der Beiträge vor. Sie sind dann auch selten stark ausgeprägt, weisen also häufig nur eine geringe Nähe auf. Beim Themenfeld Geschichte ist wirtschaftliche Nähe nur in einem Drittel der Beiträge relevant und dann nur in rund der Hälfte dieser intensiv ausgeprägt. Kulturelle, wirtschaftliche und geographische Nähe kommen je nach Themenfeld in unterschiedlicher Ausprägung vor. So ist im Bereich Sport, Religion, Kultur, Antisemitismus und Kriminalität eine jeweils grosse Nähe erkennbar, bei Wirtschaft, Konflikt, human interest, Terrorismus, Geschichte und Politik nur eine geringe. Bei politischer Nähe verhält es sich etwas anders. Sie ist nur beim Thema Konflikt schwach ausgeprägt, bei Wirtschaft mittelmässig, bei allen anderen Themenbereichen dafür sehr stark. Schliesslich ist Status bei Wirtschaft, Sport, Geschichte, Terrorismus und human interest nur schwach vorhanden, dafür stark ausgeprägt bei Religion, Kultur, Moral, Kriminalität und Antisemitismus.

Kriminalität als Thema weist im Vergleich zu anderen Themenbereichen viele Nachrichtenfaktoren in grosser Häufigkeit auf. Nicht unerwartet sind Kriminalität und Misserfolg/Schaden dabei die zentralsten Nachrichtenfaktoren, die dann in rund der Hälfte der Beiträge stark ausgeprägt sind. Genauso ist Einfluss ein häufig vorkommender Nachrichtenfaktor in der Kriminalitätsberichterstattung, allerdings tritt er nur in rund einem Drittel der Beiträge in grosser Intensität auf. Auch in den Themenfeldern Konflikt und Terrorismus sind Kriminalität, Misserfolg/Schaden und Einfluss zentrale Nachrichtenfaktoren. Zusätzlich ist hier Aggression von grosser Bedeutung. Diese Nachrichtenfaktoren werden in beiden Themenfeldern in rund der Hälfte bis hin zu drei Vierteln in intensiver Ausprägung eingesetzt. Welche Nachrichtenfaktoren werden aber sonst noch in welchen Themenbereichen bevorzugt bzw. unterdurchschnittlich häufig verwendet? Im Bereich Sport erhält Personalisierung eine besondere Bedeutung. So wird etwa ein prominenter Fussballspieler vorgestellt und sein Bezug zu Gott thematisiert. Allerdings ist die Personalisierung nur in rund einem Drittel stark ausgeprägt. Im Themenbereich Politik kommt Einfluss

und Kontroverse stark zum Zuge, wobei diese Faktoren weder besonders intensiv, noch besonders schwach auftreten. Dies erstaunt eigentlich kaum, wenn man Politik als Feld betrachtet, indem auf lokaler, nationaler oder internationaler Ebene einflussreiche Akteure zusammen kommen, um über verschiedenen Themen zu debattieren. Wenn Moral thematisiert wird, treten die Nachrichtenfaktoren Einfluss und Kontroverse häufig auf. Das bedeutet konkret, dass Praktiken von Religionsgemeinschaften moralisch hinterfragt werden oder umgekehrt, dass Religionsgemeinschaften und andere Akteure gewisse Praktiken wie Sterbehilfe oder Abtreibung kontrovers diskutieren. Kuriosität an sich ist ein seltener Nachrichtenfaktor, wenn er auftritt, dann vor allem im Themenbereich human interest. Dort kommt er in rund der Hälfte der Beiträge vor.

In den vorangegangenen Auswertungen wurde ausgeführt, welche Nachrichtenfaktoren in welcher Intensität in der Gesamtberichterstattung zu finden sind und wie sie je nach Medientyp oder Thema unterschiedlich eingesetzt werden. Im Folgenden soll nun analysiert werden, ob sie unterschiedlich verwendet werden, je nachdem welche Religionsgemeinschaft im Beitrag vorkommt. Trifft dies zu, liefert die Analyse der Nachrichtenfaktoren nach Religionsgemeinschaft entscheidende Hinweise darauf, welches Bild von verschiedenen religiösen Gemeinschaften in den Medien vorherrscht. Sind keine Unterschiede erkennbar, ist dies genauso aussagekräftig. Dies könnte bedeuten, dass es Nachrichtenfaktoren gibt, die die gesamte Religionsberichterstattung, möglicherweise die gesamte Berichterstattung – dies lässt sich hier allerdings nicht feststellen – dominieren. Damit liessen sich klare Kriterien bestimmen, wonach es eine Religion in die Medien schafft.

Nachrichtenfaktoren nach Religionsgemeinschaft

Zur Analyse der Nachrichtenfaktoren in Beiträgen mit unterschiedlichen Religionsgemeinschaften wurden verschiedene Schritte unternommen. Es wurden zuerst alle vorkommenden Nachrichtenfaktoren ausgezählt, anschliessend ausgewertet, welche Nachrichtenfaktoren überhaupt auftreten und dann analysiert, wie viele negativ konnotierte Nachrichtenfaktoren in Beiträgen mit unterschiedlichen Religionsgemeinschaften auftreten. Für die Berichterstattung über den Katholizismus und den Islam, dies sind die beiden am häufigsten vorkommenden Religionsgemeinschaften, wurde schliesslich noch eine detailliertere Analyse vorgenommen, in welcher die Nachrichtenfaktoren nach In- und Auslandberichterstattung untersucht wurden.

Um auszuzählen, wie viele Nachrichtenfaktoren in Beiträgen mit unterschiedlichen Religionsgemeinschaften vorkommen, wurde vorab zwischen Auslandberichterstattung und Inlandberichterstattung/Berichterstattung ohne Ereignisort unterschieden. Dies war nötig, da der Nachrichtenfaktorenkatalog für die Auslandberichterstattung aufgrund der hier zusätzlich untersuchten Nähe-Nachrichtenfaktoren, Status und Ethnozentrismus länger ist als für die Inlandberichterstattung. Nach der Auszählung wurde eine Z-Standardisierung durchgeführt. Dafür wurde die Variable, die die Häufigkeit des Vorkommens der Nachrichtenfaktoren zählt, so umgewandelt, dass die resultierende Variable den Erwartungswert 0 und die Varianz eins besitzt. Mittels dem Z-Wert kann ausgesagt werden, ob die Anzahl Nachrichtenfaktoren in einem Beitrag relativ zur Verteilung als hoch oder niedrig einzuschätzen ist. Ein negativer Z-Wert bedeutet demnach, dass in einem Beitrag unterdurchschnittlich viele Nachrichtenfaktoren, ein positiver Z-Wert, dass überdurchschnittlich viele vorkommen. Unterschieden wurde nach Nachrichtenfaktoren in der Inlandberichterstattung/Berichterstattung ohne Ereignisort und solchen in der Auslandberichterstattung. Diese Differenzierung war nötig, da in der Auslandberichterstattung unterschiedlich viele Nachrichtenfaktoren untersucht wurden. Die Ergebnisse dazu sind in Abb. 39 aufgeführt.

	Inlandberichterstattung/ohne Ereignisort (N=799)			Auslandberichterstattung (N=855)		
	Anzahl Nachrichtenfaktoren zutreffend		Anzahl Beiträge	Anzahl Nachrichtenfaktoren zutreffend		Anzahl Beiträge
	Mittelwert	Z-Wert: Mittelwert		Mittelwert	Z-Wert: Mittelwert	
Christentum	4.32	-0.26876	212	9.4	-0.02721	142
Katholizismus	5.48	0.19979	341	10.01	0.20669	313
Protestantismus	3.89	-0.44729	131	10.15	0.2601	35
Islam	5.12	0.05283	207	9.18	-0.10939	438
Judentum	4.57	-0.16995	99	9.2	-0.10476	109
Buddhismus	5.48	0.19915	47	9.1	-0.14261	92
Sekte, Okkultismus	5.22	0.09489	62	10.64	0.44977	54

Abb. 39: Additivität der Nachrichtenfaktoren 2008 nach Religionsgemeinschaft

Wie Abb. 39 aufzeigt, sind in der Inlandberichterstattung/Berichterstattung ohne Ereignisort über den Katholizismus am meisten Nachrichtenfaktoren zu finden. Ferner kommen in Beiträgen zum Buddhismus, Sekten und dem Islam überdurchschnittlich viele Nachrichtenfaktoren vor. Dies lässt sich dem Z-Wert entnehmen. Unter-

durchschnittlich viele treten auf der anderen Seite in absteigender Reihenfolge in Beiträgen zum Judentum, dem Christentum allgemein und dem Protestantismus auf. In der Auslandberichterstattung verhält es sich leicht anders: Hier sind am meisten Nachrichtenfaktoren in Beiträgen zu Sekten, dem Protestantismus und dem Katholizismus zu finden. Unterdurchschnittlich wenige hingegen in solchen mit dem Christentum allgemein, dem Judentum, Islam und Buddhismus.

Welche Nachrichtenfaktoren kommen nun aber überhaupt zusammen mit welcher Religionsgemeinschaft vor? Dies soll nachfolgend untersucht werden. Dabei interessiert nicht nur, welche Nachrichtenfaktoren je nach Religionsgemeinschaft dominieren, sondern auch, welche zusammen mit einer Religionsgemeinschaft im Vergleich besonders häufig oder besonders selten auftreten. In Abb. 40 ist in hellgrau markiert, wo ein entsprechender Nachrichtenfaktor im Vergleich besonders häufig vorkommt, in dunkelgrau, wenn er vergleichsweise selten auftritt. Dieses Vorgehen berücksichtigt die bereits festgestellten Unterschiede in der Häufigkeit des Vorkommens der Nachrichtenfaktoren.

Negativ konnotierte Faktoren wie Aggression, Kriminalität, Misserfolg/Schaden und Kontroverse kommen in Beiträgen über nicht-christlichen Religionsgemeinschaften deutlich häufiger vor als in Beiträgen über christliche. Eine Ausnahme ist Kontroverse, die auch beim Katholizismus mit 46.2% in zahlreichen Beiträgen auftritt. Ausserdem ist Kriminalität in Beiträgen zum Buddhismus nicht so häufig zu finden wie in solchen mit anderen nicht-christlichen Religionsgemeinschaften. Es ist hier aber grundsätzlich eine Spaltung entlang der Linie Christentum – eine in der Schweiz weit verbreitete Religionsgemeinschaft – und nicht-christlicher Religionsgemeinschaften, welche in der Schweiz nur minimal und erst seit kurzem vertreten sind, festzustellen. Bedenkt man etwa, dass sich diese Nachrichtenfaktoren in mehr als einem Drittel bis hin zu zwei Dritteln aller Beiträge über nicht-christliche Religionsgemeinschaften (Ausnahme Kriminalität bei Beiträgen über das Judentum) manifestieren, ist das bemerkenswert. Schliesslich sind alle Religionsgemeinschaften von ihrem Grundkonzept her friedlich, betonen Liebe und gegenseitiges Verständnis. Das starke Vorkommen dieser Nachrichtenfaktoren, wie bereits die Themenfelder und Ereignisvalenz, lassen aber vermuten, dass sie in ganz anderen, eben in häufig stark negativen Kontexten, eingebettet werden. Dies wird zusätzlich in Abb. 41 (Seite 261) aufgezeigt, in welcher abgebildet ist, wie viele der vier negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren in einem Beitrag je nach Religionsgemeinschaft vorkommen.

	Christentum	Katholizismus	Protestantismus	Islam	Judentum	Buddhismus	Sekte, Okkultismus
Aggression**	13.7%	12.1%	5.7%	44.9%	35.7%	42.3%	31.8%
Kriminalität**	18.2%	21.1%	3.7%	33.9%	31.1%	24.4%	44.1%
Misserfolg/Schaden**	27.2%	29.9%	14.6%	43.9%	38.2%	43.7%	63.1%
Kontroverse**	33.3%	46.2%	25.4%	57.1%	41.9%	59.4%	57.7%
Prominenz**	62.3%	82.2%	60.4%	77.3%	71.3%	87.7%	63.8%
Personalisierung**	53.0%	65.1%	47.9%	41.4%	47.1%	64.2%	63.3%
Einfluss**	53.4%	78.2%	59.7%	73.8%	61.7%	87.5%	48.5%
Erfolg/Nutzen	33.5%	25.2%	32.9%	19.5%	24.2%	18.9%	19.3%
Überraschung*	36.5%	35.8%	21.0%	43.8%	30.8%	46.7%	50.8%
Betroffenheit**	82.3%	84.8%	85.9%	92.1%	81.3%	96.7%	69.7%
Kuriosität**	9.7%	12.4%	9.0%	8.7%	0.7%	0.7%	22.8%
Sexualität/Erotik**	16.9%	33.3%	6.1%	8.2%	4.5%	2.4%	32.3%
Emotionalisierung*	50.4%	49.2%	27.2%	41.4%	50.8%	48.0%	46.9%
<i>Nur Auslandberichterstattung:</i>							
Status**	82.4%	89.9%	94.9%	57.8%	52.7%	96.0%	95.5%
politische Nähe**	93.7%	98.3%	100.0%	74.6%	100.0%	42.6%	97.0%
wirtschaftliche Nähe**	85.8%	88.0%	94.9%	55.3%	52.7%	93.9%	100.0%
geographische Nähe**	64.6%	66.3%	66.8%	77.0%	89.8%	17.4%	67.3%
kulturelle Nähe**	83.6%	93.0%	94.9%	39.9%	52.7%	31.1%	97.0%
Ethnozentrismus**	5.7%	14.1%	21.6%	9.0%	10.5%	3.4%	20.3%

** p<0.01, *p<0.05 (Signifikanz nach χ^2): N gewichtet: alle Beiträge: Christentum N=255, Katholizismus N=490, Protestantismus N=120, Islam N=568, Judentum N=117, Buddhismus N=124, Sekten N=68; nur Auslandsbeiträge: Christentum N=98, Katholizismus N=208, Protestantismus N=16, Islam N=384, Judentum N=68, Buddhismus N=85, Sekten N=36; 100% entspricht dem Gesamt-N der Beiträge der jeweiligen Religionsgemeinschaft

Abb. 40: Nachrichtenfaktoren 2008 nach Religionsgemeinschaft

		Anzahl negativer Faktoren (Aggression, Kriminalität, Misserfolg/Schaden und Kontroverse)				
		null	einer	zwei	drei	vier
Christentum	Anzahl	129	60	32	25	9
	Zeilen-%	50.6%	23.5%	12.5%	9.8%	3.5%
Katholizismus	Anzahl	214	131	63	48	34
	Zeilen-%	43.7%	26.7%	12.9%	9.8%	6.9%
Protestantismus	Anzahl	82	23	10	4	1
	Zeilen-%	68.3%	19.2%	8.3%	3.3%	.8%
Islam	Anzahl	127	149	87	118	86
	Zeilen-%	22.4%	26.3%	15.3%	20.8%	15.2%
Judentum	Anzahl	41	28	16	16	16
	Zeilen-%	35.0%	23.9%	13.7%	13.7%	13.7%
Buddhismus	Anzahl	38	25	20	19	23
	Zeilen-%	30.4%	20.0%	16.0%	15.2%	18.4%
Sekte, Okkultismus	Anzahl	11	20	9	12	14
	Zeilen-%	16.7%	30.3%	13.6%	18.2%	21.2%
gesamt	Anzahl	642	436	237	242	183
	Zeilen-%	36.9%	25.1%	13.6%	13.9%	10.5%

N gewichtet: alle Beiträge; Christentum N=255, Katholizismus N=490, Protestantismus N=120, Islam N=568, Judentum N=117, Buddhismus N=124, Sekten N=68; 100% entspricht dem Gesamt-N der Beiträge der jeweiligen Religionsgemeinschaft

Abb. 41: Häufigkeit des Vorkommens negativer Nachrichtenfaktoren 2008 nach Religionsgemeinschaft

Deutlich wird, dass bei den christlichen Religionsgemeinschaften in mehr Beiträgen keiner der negativen Faktoren vorkommt (Christentum allgemein in 50.6%, Katholizismus in 43.7% und Protestantismus in 68.3%) als bei den nicht-christlichen. In Beiträgen über den Islam ist in 22.4% der Beiträge kein negativer Faktor zu finden, beim Judentum in 35.0%, dem Buddhismus in 30.4% und bei Sekten enthalten nur gerade 16.7% keinen dieser vier negativ konnotierten Faktoren. Wie stark sind diese Faktoren aber ausgeprägt? Aggression und Kriminalität, wenn sie denn vorkommen, sind in allen Beiträgen unabhängig von der Religionsgemeinschaft häufig in grosser Intensität vorhanden. Dies gilt auch für den Nachrichtenfaktor Schaden. Er ist nur bei Beiträgen über den Protestantismus häufiger schwach als stark ausgeprägt. Anders verhält es sich beim Nachrichtenfaktor Kontroverse. Dieser ist bei christlichen Religionsgemeinschaften und Sekten, wenn Kontroverse vorkommt, häufiger in geringer als grosser Intensität vorhanden (in 29.0% bis 41.0% der Fälle). Bei allen anderen Religionsgemeinschaften ist es genau umgekehrt: In rund zwei Dritteln der Beiträge, in welchen sie vorkommen, ist eine grosse Kontroverse vorhanden.

Ein weiterer Nachrichtenfaktoren-Block betrifft Prominenz, Personalisierung und Einfluss. Alle drei sind, wie schon gezeigt werden konnte, generell sehr bedeutsam und kommen zusammen mit allen Religionsgemeinschaften sehr häufig vor. Prominente und einflussreiche Persönlichkeiten, personalisiert dargestellte Akteure prägen die Berichterstattung und somit das Bild, welches von einer Religionsgemeinschaft gezeichnet wird. Es zeichnet sich ab, dass die genaue Untersuchung der Akteure aufschlussreich sein könnte, um aufzuzeigen, wie über bestimmte Religionen berichtet wird. Allerdings darf dabei nicht vergessen werden, dass es sich bei prominenten, einflussreichen und/oder personalisiert dargestellten Akteuren nicht zwingend um religiöse Akteure handeln muss. Prominenz wurde ferner codiert, wenn beispielsweise ein Staatspräsident oder ein bekannter Schauspieler erwähnt wird. Nun aber konkret dazu, wie sich die Nachrichtenfaktoren Prominenz, Personalisierung und Einfluss in der Häufigkeit des Vorkommens je nach Religionsgemeinschaft unterscheiden. Im Vergleich zu den anderen Religionsgemeinschaften kommen sie in Beiträgen zum Katholizismus und Buddhismus, sowie beim Islam mit Ausnahme von Personalisierung am häufigsten vor. Personalisierung wiederum ist in Beiträgen über Sekten, wie bei der Berichterstattung über Katholiken und Buddhisten, von grosser Relevanz. In der Berichterstattung über den Islam lassen sich die Nachrichtenfaktoren Prominenz und Einfluss vor allem an den Themenbereichen Politik (insbesondere der Anti-Minarett-Initiative), Konflikt und Religion festmachen, wobei es bei letzterem häufig um eine Kritik an den Praktiken des Islams geht. Welche prominenten und/oder einflussreichen Persönlichkeiten genau auftreten, kann nicht eruiert werden. Insbesondere im Themenfeld Politik ist zu erwarten, dass es sich um Schweizer Politiker handelt, z. B. wenn sich der Bundesrat zur Anti-Minarett-Initiative äussert. Was die Intensität dieser Faktoren betrifft, kann gesagt werden, dass die Personalisierung, wenn vorhanden, ausser beim Islam in über der Hälfte bis zu zwei Dritteln der Fälle gross ist. Personalisierung kommt im Zusammenhang mit dem Islam also nicht nur am seltensten vor, sondern ist auch am schwächsten ausgeprägt. Einfluss ist ein Faktor, der in der Berichterstattung über das Christentum allgemein, Protestantismus und Sekten zwar ebenfalls Bedeutung hat, selten aber in grosser Intensität vorkommt. Bei allen anderen Religionsgemeinschaften ist er in über der Hälfte bis hin zu in 78.0% (Buddhismus) der Beiträge stark ausgeprägt vorhanden. Wenn Prominenz vorkommt, dann meist in Beiträgen in Form von mindestens national oder dann international bekannten Persönlichkeiten, wobei es kaum Unterschiede gibt, welche

Religionsgemeinschaft in den Beiträgen angesprochen wird. Dies trifft nicht für Beiträge mit dem Protestantismus zu. Hier treten in über der Hälfte der Beiträge, in welchen eine prominente Person vorkommt, nur in Expertenkreisen bekannte Persönlichkeiten auf. In Beiträgen mit dem Buddhismus hingegen sind es praktisch in der ganzen Berichterstattung, in der prominente Personen vorkommen, international bekannte Persönlichkeiten. Dies unterstreicht nochmals, dass die Faktoren Einfluss und Prominenz in der Berichterstattung über den Buddhismus von grosser Relevanz sind.

Der positiv konnotierte Nachrichtenfaktor Erfolg/Nutzen konnte gesamthaft in nur 23.3% der Beiträge festgestellt werden und wenn, dann nur selten stark ausgeprägt. In Beiträgen über das Christentum allgemein und den Protestantismus tritt er aber etwas häufiger auf, sprich in rund einem Drittel. Überraschung erhält am ehesten in Beiträgen über den Islam, Buddhismus und Sekten/Okkultismus eine Plattform, auch wenn im besten Fall nur in der Hälfte der Beiträge. Noch deutlicher bildet sich die Nichtverwendung des Nachrichtenfaktors Überraschung in Beiträgen mit den christlichen Religionsgemeinschaften und dem Judentum ab. Wenn er vorkommt, dann bei allen Beiträgen unabhängig der Religionsgemeinschaft in geringer Intensität. Betroffenheit kommt generell häufig vor und zeichnet die Berichterstattung über alle Religionsgemeinschaften aus; am stärksten diejenige über den Islam und den Buddhismus, am wenigsten diejenige über Sekten. In der Berichterstattung über Sekten ist die Intensität, wenn Betroffenheit vorkommt, auch nur schwach ausgeprägt. Bei allen anderen Religionsgemeinschaften ist die Intensität in über der Hälfte der Beiträge hoch. In Beiträgen über den Islam, dem Judentum und dem Buddhismus ist die Betroffenheit sogar in über 80.0% der Beiträge gross bis sehr gross. Kuriosität ist ein Faktor, der sehr selten verwendet wird, am wenigsten aber in der Berichterstattung über den Islam und den Buddhismus. In Beiträgen über Sekten wird er noch am häufigsten eingesetzt und zwar in rund jedem fünften. Sexualität/Erotik erhält ebenfalls wenig Beachtung, aber immerhin in einem Drittel aller Beiträge über den Katholizismus und über Sekten. Bei beiden wird er relevant, wenn es um sexuellen Missbrauch geht: Der Katholizismus wird dann im Zusammenhang mit pädophilen Geistlichen thematisiert, bei Sekten geht es dann beispielsweise um die sogenannte Polygamistensekte, deren Mitglieder laut Zeitungsangaben Mädchen missbraucht und geschwängert haben. Emotionalisierung kommt in Beiträgen zu fast allen Religionsgemeinschaften in rund 40 bis 50% der untersuchten Texte vor – ausser in Beiträgen über den Protestantismus, wo er

nur in 27.2% auftritt. Wenn der Nachrichtenfaktor Emotionalisierung eingesetzt wird, dann bei nicht-christlichen Religionsgemeinschaften grösstenteils eine negative Emotionalisierung (zwei Drittel bis 84.0% bei Sekten). Ebenso ist in Beiträgen mit christlichen Religionsgemeinschaften die Emotionalisierung häufig negativ, in mehr als der Hälfte der Fälle, in der sie vorkommt, aber gleichwohl positiv oder mindestens positiv-negativ gemischt.

Die genauere Betrachtung derjenigen Faktoren, die nur in der Auslandberichterstattung erhoben wurden, muss vorsichtig erfolgen, da bei einigen Religionsgemeinschaften der Anteil der Beiträge auf ein kritisches Minimum für differenziertere Auswertungen sinkt. So sind in der Auslandberichterstattung nur sechzehn Beiträge vorhanden, in welchen der Protestantismus und nur sechsundreissig in welchen Sekten vorkommen. Trotzdem wird hier ein kurzer Überblick gegeben: Status sowie die Nähe-Faktoren kommen in Beiträgen mit dem Islam im Vergleich selten vor. Status ist ausserdem in der Berichterstattung über das Judentum im Vergleich mit Beiträgen über andere Religionsgemeinschaften schwach ausgeprägt (aber immerhin noch in über der Hälfte). Wenn der Buddhismus vorkommt, spielen hingegen kulturelle, geographische und politische Nähe nur eine untergeordnete Rolle.

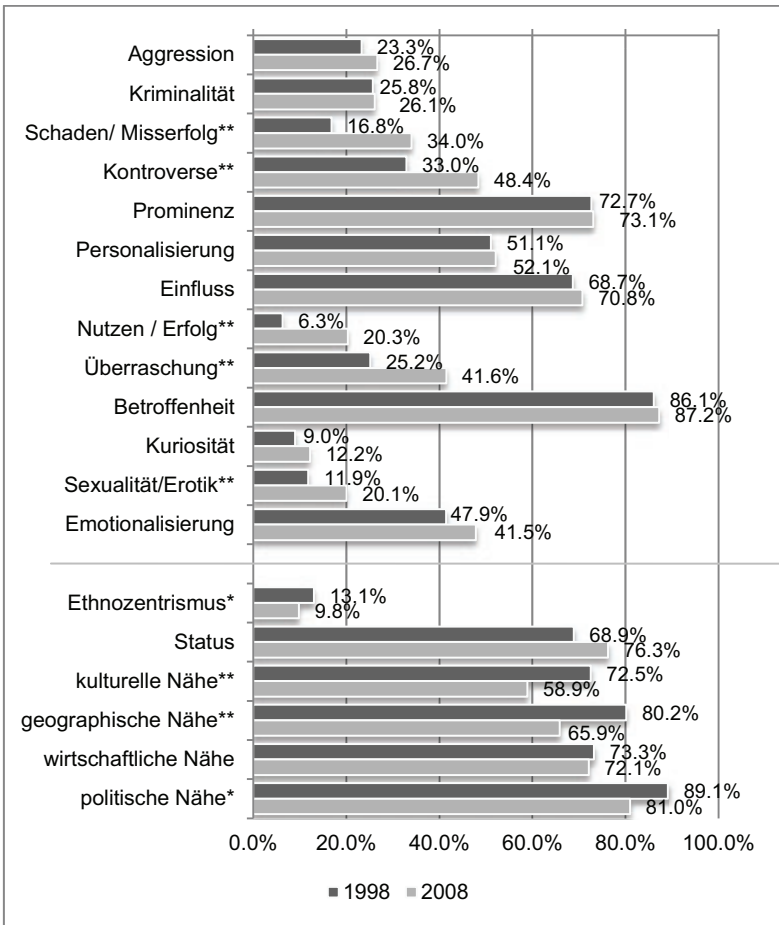
Bei der Analyse der Themen wurde deutlich, dass der Ereignisort einen bedeutenden Einfluss darauf hat, welche Themen zusammen mit welchen Religionsgemeinschaften zu finden sind. Wenn Nachrichtenfaktoren eine gewisse Themenabhängigkeit aufweisen, ist zu erwarten, dass in der In- und Auslandberichterstattung unterschiedliche Nachrichtenfaktoren gefunden werden können. Es drängt sich somit die Frage auf: Werden gewisse Religionsgemeinschaften zusammen mit anderen Nachrichtenfaktoren thematisiert, je nachdem ob es sich um Ausland- oder Inlandberichterstattung handelt? Dies soll anhand der Berichterstattung über die beiden Religionsgemeinschaften Katholizismus und Islam, die am häufigsten in den Medien vorkommen, angeschaut werden. Es fällt hier auf, dass Prominenz und Personalisierung in der Auslandberichterstattung häufiger als in der Inlandberichterstattung vorhanden sind. Der Papst spielt hierbei eine wichtige Rolle. Er ist, wie später noch gezeigt wird, eine bedeutende Persönlichkeit in der Berichterstattung über den Katholizismus und dies trägt massgeblich dazu bei, dass Prominenz ein solch wichtiger Nachrichtenfaktor ist. Der Papst tritt ausschliesslich in der Auslandberichterstattung auf. Umgekehrt fällt auf, dass Sexualität/Erotik, aber insbesondere Kriminalität und Schaden häufiger in der Berichterstattung mit Ereignisort Schweiz auftreten als in der Auslandberichterstattung. Dies ist unter

anderem darauf zurückzuführen, dass in der Schweiz mehrere Fälle pädophiler Geistlicher bekannt geworden sind. Allerdings wurden solche Fälle genauso im Ausland diskutiert. Hinzu kommt die Tatsache, dass es in der Inlandberichterstattung auch leichte Kriminalität in die Medien schafft, in der Auslandsberichterstattung sind es vor allem Fälle schwerer Kriminalität.

Der Islam wird in der Inland- und Auslandsberichterstattung kaum mit anderen Faktoren assoziiert. Zwei grosse, signifikante Unterschiede lassen sich aber ausmachen (Signifikanz nach χ^2 .000): Aggression und Kriminalität nehmen beim Islam in der Auslandsberichterstattung deutlich mehr Raum ein als in der Berichterstattung mit Ereignisort Schweiz. Der »schweizerische Islam« wird damit weniger mit den negativ konnotierten Faktoren Aggression und Kriminalität in Verbindung gebracht als der »ausländische Islam«. Was sich bei dieser detaillierteren Betrachtung nicht ändert, ist, dass in Beiträgen zum Islam Kontroverse in rund drei Fünftel auftritt.

Nachrichtenfaktorenanalyse Vergleich der Berichterstattung 1998 und 2008

Die Auswertungen zu den Nachrichtenfaktoren in der Religionsberichterstattung abschliessend, wird ein Vergleich zwischen den Jahren 1998 und 2008 vorgenommen. Inwiefern unterscheidet sich die Berichterstattung bezüglich der Verwendung der Nachrichtenfaktoren in den beiden Jahren? Dafür werden wie bereits vorab, nur diejenigen Medien berücksichtigt, die in jeweils beiden Erhebungsjahren analysiert worden sind. Das Ergebnis der Analyse ist in Abb. 42 dargestellt.



** p<0.01, *p<0.05 (Signifikanz nach χ^2); N gewichtet: 1998 gesamt N= 490, nur Ausland N=264, 2008 gesamt N= 485, nur Ausland N=230

Abb. 42: Nachrichtenfaktoren 1998 und 2008 im Vergleich (nur Medien die in beiden Jahren vorkommen)

Betrachtet man Abb. 42 lässt sich feststellen, dass in der Gesamtberichterstattung (ohne diejenigen Nachrichtenfaktoren zu berücksichtigen, die nur in der Auslandberichterstattung erhoben wurden) die Nachrichtenfaktoren gemessen an der Häufigkeit ihres Auftretens tendenziell eher an Bedeutung gewonnen haben. Zu berücksichtigen gilt allerdings, dass die in der Abbildung ersichtlichen Differenzen nicht für alle Nachrichtenfaktoren signifikant sind. Bemerkenswerte, signifikante Unterschiede lassen sich einerseits ausmachen für Schaden/Misserfolg und Kontroverse. Die Religionsberichterstattung wird

also immer mehr von negativen Nachrichtenfaktoren geprägt. Aber auch positiv konnotierte gewinnen andererseits an Bedeutung: Nutzen/Erfolg nimmt 2008 einen signifikant grösseren Anteil ein als noch 1998. Dies gilt ebenfalls für Überraschung. In der Auslandberichterstattung haben die Nähe-Faktoren an Bedeutung eingebüsst. Sie kommen 2008 prozentual seltener vor als 1998 (Ausnahme: wirtschaftliche Nähe). Hingegen wird Status 2008 anteilmässig vermehrt eingesetzt.

Sind diese Unterschiede genauso erkennbar, wenn man die Beiträge religionspezifisch betrachtet? Dies wird in Abb. 43 an den spezifischen Beispielen Katholizismus und Islam überprüft. Sie machen den grössten Teil der Religionsberichterstattung aus. In hellgrau sind Veränderungen in Form einer Zu- oder Abnahme von über 10% bis weniger als 20% markiert, in dunkelgrau solche von 20% und mehr. Die Spalte Veränderung weist darauf hin, wie gross die prozentuale Veränderung ist.

	Katholizismus			Islam		
	1998	2008	Veränderung	1998	2008	Veränderung
Betroffenheit	87.7%	85.6%	-2.1%	86.9%	95.0%	8.1%*
Einfluss	79.8%	82.6%	2.8%	63.8%	73.3%	9.5%
Prominenz	78.2%	80.8%	2.6%	70.6%	74.2%	3.6%
Überraschung	23.9%	39.9%	16.0%**	30.2%	42.6%	12.4%
Kontroverse	32.1%	53.0%	20.9%**	35.7%	55.9%	20.2%**
Aggression	18.0%	13.2%	-4.8%	42.4%	44.5%	2.1%
Kriminalität	18.8%	20.9%	2.1%	38.8%	34.7%	-4.1%
Schaden/Misserfolg	11.0%	33.7%	22.7%**	30.1%	34.7%	4.6%
Nutzen/Erfolg	5.9%	22.8%	16.9%**	7.4%	15.9%	8.5%
Personalisierung	59.3%	70.4%	11.1%*	44.5%	36.6%	-7.9%
Ethnozentrismus	16.8%	15.6%	-1.2%	5.0%	7.1%	2.1%
Emotionalisierung	44.4%	51.5%	7.1%	36.4%	44.2%	7.8%
Sexualität/Erotik	15.5%	34.6%	19.1%**	8.0%	10.8%	2.8%
Kuriosität	9.3%	14.2%	4.9%	11.9%	11.9%	0.0%**
kulturelle Nähe	85.7%	92.4%	6.7%	36.8%	39.4%	2.6%
Status	68.5%	90.5%	22.0%**	50.5%	61.7%	11.2%
wirtschaftliche Nähe	76.9%	84.8%	7.9%	51.1%	53.7%	2.6%
politische Nähe	95.3%	96.9%	1.6%	69.4%	70.8%	1.4%
geographische Nähe	91.2%	77.2%	-14.0%*	87.5%	74.6%	-12.9%

** p<0.01, *p<0.05 (Signifikanz nach χ^2); N gewichtet: Katholizismus Gesamtberichterstattung N=306, Auslandberichterstattung N=160, Islam Gesamtberichterstattung N=226, Auslandberichterstattung N=148, 100% entspricht dem Gesamt an Beiträgen pro Religionsgemeinschaften nach Jahr

Abb. 43: Nachrichtenfaktoren 1998 und 2008 in Beiträgen zum Katholizismus und Islam

In der Berichterstattung über den Katholizismus haben sich einige Veränderungen ergeben. Viele der Nachrichtenfaktoren gewinnen an Bedeutung und diese Unterschiede sind signifikant. Deutlich mehr Anteil an der Berichterstattung über den Katholizismus 2008 haben die Nachrichtenfaktoren Kontroverse und Schaden/Misserfolg ein. Beide kommen 2008 in rund 20% mehr Beiträgen vor als noch 1998. Der Katholizismus wird aber nicht nur häufiger mit negativ, sondern auch mehr mit positiv konnotierten Faktoren in Verbindung gebracht als 1998. Während Nutzen/Erfolg 1998 kaum Relevanz hat, kommt er 2008 in immerhin mehr als einem Fünftel der Berichterstattung vor. Sexualität/Erotik wird aus den bereits erwähnten Gründen, dass 2008 die Fälle der pädophilen Geistlichen aufgetaucht sind, häufiger thematisiert. In den Beiträgen über den Islam sind erstaunlich wenige Veränderungen feststellbar. Nur Kontroverse gewinnt in der Berichterstattung 2008 gegenüber 1998 signifikant.

Diese Veränderungen in der Berichterstattung über den Katholizismus und den Islam unterscheiden sich kaum darin, ob es sich um In- oder Auslandberichterstattung handelt. Beim Katholizismus fällt nur eine Differenz signifikant ins Gewicht: Der Nachrichtenfaktor Schaden/Misserfolg wird in der Auslandberichterstattung weiterhin auf gleichem Niveau verwendet, während er in der Inlandberichterstattung 2008 in 42.8% mehr Beiträgen verwendet wird als 1998. 2008 wird der Katholizismus also in der Schweizberichterstattung deutlich häufiger mit Kontroverse verknüpft als noch 1998.

7.7.2 Diskussion der Ergebnisse

In diesem Kapitel wurde untersucht, welche Nachrichtenfaktoren in der Religionsberichterstattung auftauchen. Generell konnten drei als die insgesamt bedeutendsten identifiziert werden: Betroffenheit, Prominenz und Einfluss. In der Auslandberichterstattung sind ausserdem die Nachrichtenfaktoren politische, wirtschaftliche und geographische Nähe sowie Status wichtig. Diese scheinen generell eine gewisse Relevanz zu haben. Sie wurden so auch in der Studie von Maier et al. (2006) als die am prominentesten vorkommenden Faktoren identifiziert. Einfluss erwies sich dort bei öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern als bedeutungsvoll, Prominenz und Betroffenheit (bei Maier et al. 2006 als Reichweite bezeichnet) hingegen vorwiegend bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Einflussreiche, prominente Persönlichkeiten können also die Chance stark steigern, dass eine Religionsgemeinschaft in den Medien Beachtung findet. Möglicherweise ist das ein

Grund dafür, weshalb der Katholizismus im Gegensatz zum Protestantismus in den Medien so prominent vorhanden ist. Aufgrund der hierarchischen Strukturen hat der Katholizismus in der Person des Papstes oder der Bischöfe klare Repräsentanten, bei den Protestanten ist es hingegen etwas undurchsichtiger und es gibt kaum prominente, einflussreiche, Persönlichkeiten.

Ein weiteres Ergebnis dieser Arbeit bestätigt Fretwursts (2008) Annahme, dass Nachrichtenfaktoren in Bündeln auftreten. So liessen sich auch in dieser Arbeit beispielsweise die Bündel Negativität (Kriminalität, Aggression, Schaden) sowie Verwandtschaft (Nähe-Faktoren, Status) identifizieren. Andere gefundene Bündel waren nicht mit denjenigen von Fretwurst vergleichbar. So scheint in der Religionsberichterstattung Einfluss und Prominenz stark zusammenzuhängen. Fretwurst ordnet diese beiden Nachrichtenfaktoren hingegen zwei unterschiedlichen Bündeln zu. Daraus kann geschlossen werden, dass sich nicht alle Nachrichtenfaktoren unabhängig vom Thema einem festen Bündel zuordnen lassen und die meisten durchaus für sich alleine stehen sollten. Überlegenswert für die weitere Nachrichtenwertforschung wäre, ob die Nähe-Faktoren, die bei Fretwurst als Verwandtschaft tituliert werden, und die Negativitäts-Nachrichtenfaktoren zusammen behandelt werden sollten. Zumindest sollte deren direkte Abhängigkeit immer in der Analyse berücksichtigt und nicht unabhängig voneinander interpretiert werden.

Kommen wir nun aber zur Hypothesendiskussion, angefangen bei H4_1 die lautet:

(H4_1) Je nach Religion(sgemeinschaft), über welche berichtet wird, dominieren andere Nachrichtenfaktoren den Medienbeitrag. Beim Christentum und Buddhismus wird eine Dominanz der Nachrichtenfaktoren Prominenz und persönlicher Einfluss erwartet, beim Islam Aggression, Kontroverse und Schaden, beim Judentum Kontroverse und Schaden und schliesslich kommen bei Sekten Kriminalität, Schaden und Personalisierung am häufigsten vor.

In Beiträgen über das Christentum wurden in erster Linie Prominenz und persönlicher Einfluss erwartet. Bezieht man die Auslandberichterstattung mit ein, sind aber in Beiträgen aller drei untersuchten christlichen Religionsgemeinschaften Christentum allgemein, Katholizismus und Protestantismus die Nachrichtenfaktoren politische, wirtschaftliche, kulturelle Nähe und Status am zentralsten. Prominenz folgt an zweiter Stelle. Dieser Faktor spielt also erwartungsgemäss eine bedeutende Rolle. Wenn der Katholizismus oder der Protestantismus vor-

kommt, dann ist den Erwartungen entsprechend zudem persönlicher Einfluss einer der wichtigsten Nachrichtenfaktoren. Gerade in Beiträgen mit dem Katholizismus erstaunt das Vorkommen von Prominenz und Einfluss, wie schon dargelegt wurde, wenig. Die starken Hierarchien innerhalb der katholischen Kirche führen zur Herausbildung von einflussreichen, bekannten Persönlichkeiten, wie etwa der Papst oder die Bischöfe. Die Rolle von Prominenz in Beiträgen über den Protestantismus ist dann schon eher überraschend. Allerdings muss das Auftreten des Faktors nicht unbedingt bedeuten, dass es sich um eine religiöse prominente Person handelt – genauso gut kann beispielsweise ein Bundesrat im Beitrag vorkommen. Schliesslich ist in Beiträgen über das Christentum allgemein Emotionalisierung ebenfalls einer der bedeutendsten Nachrichtenfaktoren. Das heisst, dass in diesen Beiträgen stark auf die Emotionen gesetzt wird und weniger auf das Rationale. Woran dies genau festzumachen ist, bleibt unklar.

Was die Berichterstattung über den Buddhismus anbelangt, steht insbesondere die Rolle des Dalai Lama im Tibet-China-Konflikt im Mittelpunkt. Folglich erstaunt die zentrale Bedeutung der Nachrichtenfaktoren Status/wirtschaftliche Nähe, Betroffenheit, Prominenz und persönlicher Einfluss – letztere zwei entsprechend den Erwartungen – kaum. Wie der Papst trifft sich der Dalai Lama, selber eine prominente, einflussreiche Person, immer wieder mit bekannten, einflussreichen Persönlichkeiten wie beispielsweise verschiedenen Staatspräsidenten.

Betroffenheit, Prominenz und Einfluss sind ebenfalls wichtige Nachrichtenfaktoren, wenn es um den Islam geht. Die Nähe-Faktoren und Status sind im Vergleich mit Beiträgen über andere Religionsgemeinschaften hingegen unwichtig. Auf der anderen Seite dominieren Aggression, Kontroverse und Schaden nicht erwartungsgemäss die Berichterstattung über den Islam. Diese Nachrichtenfaktoren gehören aber auch generell nicht zu denjenigen, die am häufigsten auftreten. Es darf nicht ausser Acht gelassen werden, dass diese Nachrichtenfaktoren in Beiträgen zum Islam viel häufiger vorkommen als in Beiträgen über andere Religionsgemeinschaften, insbesondere über christliche. Dies trifft vor allem auf den »ausländischen Islam« zu – in der Inlandberichterstattung wird er seltener mit den negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren Aggression und Kriminalität in Verbindung gebracht als in der Auslandberichterstattung. Im Übrigen ist dies eine relativ konstante Verwendung der Nachrichtenfaktoren in Beiträgen zum Islam über die Jahre hinweg – zumindest in den beiden untersuchten Jahre 1998 und 2008. Nur Kontroverse gewann merklich an Bedeutung. Der Islam ist also stark mit negativ konnotierten Faktoren in den

Medien – nur in wenigen Beiträgen (22.4%) kommt gar kein negativ konnotierter Nachrichtenfaktor vor. Aufgrund der Themenanalyse, die bereits darauf hindeutete, dass Konflikt ein wichtiges Thema in der Islamberichterstattung ist, aber genauso den empirischen Studien zum Islam in den Medien, die ein negativ belastetes Bild diagnostizieren, kommt dies nicht überraschend.

In der Berichterstattung über das Judentum wurden Kontroverse und Schaden als dominanteste Nachrichtenfaktoren erwartet. Kontroverse hat mit 42.0% eine nicht unerhebliche Bedeutung, ist aber in der Berichterstattung über andere Religionsgemeinschaften wichtiger. Dies gilt genauso für den Nachrichtenfaktor Schaden, der durchaus Gewicht hat, aber in Beiträgen über andere nicht-christliche Religionsgemeinschaften wichtiger ist. Allerdings kommt er in der Berichterstattung über das Judentum zumindest häufiger vor als in derjenigen über christliche Religionsgemeinschaften. Grundsätzlich prägen Kontroverse und Schaden die Berichterstattung über das Judentum aber mit. Besonders bedeutende Nachrichtenfaktoren in Beiträgen über das Judentum sind aber politische und geographische Nähe, Betroffenheit, Einfluss sowie Emotionalisierung.

Schliesslich bestätigt sich in der Berichterstattung über Sekten die Bedeutung von Personalisierung und Misserfolg/Schaden. Kriminalität ist hingegen hier nicht einer der zentralsten Nachrichtenfaktoren, allerdings aber im Zusammenhang mit dieser Religionsgemeinschaft am häufigsten zu finden. Sekten schaffen es vor allem in die Medien, weil sie polarisieren und/oder wenn ihnen ein krimineller Akt zugeschrieben werden kann. Ferner sind wiederum Betroffenheit und Prominenz, sowie Status und alle Nähe-Faktoren von grosser Bedeutung.

Generell sind in der Berichterstattung über nicht-christliche Religionsgemeinschaften negativ konnotierte Nachrichtenfaktoren häufiger und stärker kumuliert zu finden. Je nachdem, ob Nachrichtenfaktoren als Ereignismerkmale, als Zuschreibung durch Journalisten oder als eine Mischung von beidem betrachtet werden, haben diese Ergebnisse einen ganz anderen Beigeschmack.

(H4_2) *In Beiträgen über kleinere Religionsgruppierungen in der Schweiz (die vor allem nicht-christliche sind) treffen mehr Nachrichtenfaktoren auf als in Berichten über grössere Religionsgruppen (Katholiken und Protestanten).*

In der Inlandberichterstattung/Berichterstattung ohne Ereignisort kumulieren nicht wie erwartet (nur) die Beiträge über nicht-christliche Religionsgemeinschaften am meisten Nachrichtenfaktoren unter sich, sondern der Katholizismus, der im Übrigen ja auch am meisten Aufmerksamkeit in den Medien erhält. Nebst dem Buddhismus und den Sekten gehört noch der Islam zu denjenigen Religionsgemeinschaften, die in Beiträgen mit überdurchschnittlich vielen Nachrichtenfaktoren vorkommen. Unterdurchschnittlich viele sind auf der anderen Seite Beiträgen zum Judentum, Christentum allgemein und dem Protestantismus zu finden. In der Auslandberichterstattung verhält es sich leicht anders: Hier sind am meisten Nachrichtenfaktoren in Beiträgen zu Sekten, dem Protestantismus und dem Katholizismus vorhanden. Unterdurchschnittlich viele finden sich hingegen in der Berichterstattung mit dem Christentum allgemein, dem Judentum, Islam und Buddhismus.

Dass die Nachrichtenfaktoren bei Beiträgen über Sekten – sowohl in der In- als auch in der Auslandberichterstattung zahlreich vorkommen, erstaunt aus Sicht der Autorin wenig. Journalisten stehen Sekten kritisch gegenüber (noch kritischer als anderen Religionsgemeinschaften gegenüber) und wollen den als missionierenden und als gefährlich betrachteten Gemeinschaften nicht eine Plattform zur Selbstdarstellung bieten. So ist zu erwarten, dass diese Religionsgemeinschaften noch eine viel höhere Hürde zu überwinden haben als andere. Erstaunlich ist jedoch, wie wenig die Additivität der Nachrichtenfaktoren in der Auslandberichterstattung bei nicht-christlichen Religionsgemeinschaften Einfluss hat. Es ist zu erwarten, dass hier die Komplementarität zum Zuge kommt, also dass gewisse Nachrichtenfaktoren andere ersetzen. Ausserdem kann angenommen werden, dass gewissen Nachrichtenfaktoren eine besonders zentrale Bedeutung zugeschrieben wird. Nach dieser Vermutung könnte bereits das alleinige Vorkommen der Nachrichtenfaktoren Konflikt oder Betroffenheit oder dann zumindest die Kumulation dieser beiden die Publikationsentscheidung begünstigen. Diese Nachrichtenfaktoren würden einen Grossteil der Berichterstattung über den Islam und den Buddhismus im Ausland abdecken. In der Inlandberichterstattung verhält es sich hingegen etwas anders. Worauf dies genau zurückzuführen ist, bleibt unklar.

Nicht vergessen werden darf hier natürlich, dass ein wichtiger Faktor – die Visualität – nicht erhoben werden konnte, da Bilder im Untersuchungsmaterial nicht berücksichtigt wurden. Gerade dieser Nachrichtenfaktor könnte natürlich bei den nicht-christlichen Religionsgemeinschaften stark ins Gewicht fallen. Die für den Durchschnittsschweizer ungewöhnliche Kleidung oder Aufmachung etwa von Buddhisten oder Muslimen oder die exotisch anmutenden Bauten wie Minarette oder Tempel würden sicherlich eine sehr gute Ausgangslage für Visualisierungen bieten.

7.8 Die Akteure in der Religionsberichterstattung

Nachdem in den vorangehenden Kapiteln die Religionsberichterstattung auf Beitragsebene analysiert wurde, werden in einem nächsten Schritt auf die Akteure fokussiert. Wer sind die religiösen Akteure, welche Funktion üben sie aus und mit welchen Attributen werden sie versehen? Die Akteure sind wichtige Agenten in der Berichterstattung und stellen die Personifizierung des Bildes dar, das von einer Religionsgemeinschaft weitergegeben wird. Ihre Darstellung hat entscheidende Auswirkung auf das Bild von Religionsgemeinschaften, das die Medien den Rezipienten vermitteln.

Als Akteur wird hier eine handelnde, im Ereignis aktive Person betrachtet. Erfasst wurden jeweils bis zu vier Akteure pro Beitrag. Ein Beitrag konnte dabei maximal zwei Hauptakteure aufweisen. Kamen also zwei Hauptakteure vor, gab es noch die Möglichkeit maximal zwei Nebenakteure zu codieren. Trat nur ein Hauptakteur auf, konnten drei Nebenakteure erfasst werden.

7.8.1 Wer sind die Akteure und wie werden sie beschrieben?

In der Auswertung interessierten vor allem die religiösen Akteure, da sie als Repräsentanten der jeweiligen Religionsgemeinschaft zu betrachten sind. Wenn ein Akteur ohne irgendeinen Religionsbezug auftrat, wurde nur seine Funktion codiert. Für die religiösen Akteure hingegen wurde ein ganzes Set an Variablen untersucht. Ein erstes Ergebnis ist die Analyse der Anzahl der vorkommenden religiösen Haupt- und Nebenakteure. Hierbei wird deutlich, dass in 18.9% der Beiträge aus dem Jahr 2008 kein religiöser Akteur, also weder Neben- noch Hauptakteur, vorkommt. In rund einem Drittel der Beiträge tritt

kein religiöser Hauptakteur auf. Das ist insofern bemerkenswert, als dass es sich doch bei den untersuchten Beiträgen um solche handelt, in welchen es zentral um Religion geht. Es wird also häufig über Religionsgemeinschaften gesprochen, obwohl als Hauptakteur eine nicht-religiöse Person auftritt. Je nach Medientypen sind diesbezüglich Unterschiede auszumachen: Qualitätszeitungen berichten am häufigsten in irgendeiner Art und Weise über Religion, ohne einen religiösen Akteur (Haupt- oder Nebenakteur) aufzuführen (30.9%), bei Wochenzeitungen, Hauptnachrichten- und Hintergrundsendungen sind es immer noch mehr als ein Viertel der Beiträge. Sonntags- und Boulevardzeitungen weisen schon häufiger religiöse Akteure auf: Nur in 17.6% bzw. 9.0% der Beiträge kommt gar kein religiöser Akteur vor. Schliesslich gehören Gratiszeitungen zu dem Medientyp, welcher am ehesten religiöse Akteure thematisiert. Nur in 3.1% der Beiträge kommt gar keiner vor. Bei einem Vergleich der Beiträge beider Jahre 1998 und 2008 (nur mit denjenigen Medien, welche auch in beiden Jahren erhoben wurden) zeigen sich keine relevanten Unterschiede.

In den nachfolgenden Akteursauswertungen gilt nicht mehr der einzelne Beitrag als Analyseeinheit, sondern der Akteur selber. Jeder Akteur ist damit als ein Fall zu betrachten. Dabei wird jeweils angegeben, ob sich die prozentualen Angaben auf alle Akteure, nur die Hauptakteure oder nur die Nebenakteure beziehen.

Grundsätzlich interessiert erstmals, welche für Akteure überhaupt vorkommen. Dies wurde über zwei Variablen erfasst: Einerseits wurde die nicht-religiöse Funktion, mit der ein Akteur auftritt codiert. Dabei wurde davon ausgegangen, dass religiöse Akteure auch in anderen gesellschaftlichen Funktionen auftreten können, z. B. als Kirchenmitglied und als Sportler. Diese Variable wurde ebenfalls für nicht-religiöse Akteure erfasst. Trat ein Akteur nur in seiner religiösen Funktion in Erscheinung, wurde »nur religiöser Akteur« codiert. Untenstehende Abb. 44 zeigt diese Funktionen aufgeteilt nach religiösen und nicht-religiösen Akteuren (Haupt- und Nebenakteure) auf. Sie belegt: Bei den nicht-religiösen Akteuren dominieren Politiker/Parteien, die 38.3% aller Akteure ausmachen. Ansonsten nimmt keine Akteursgruppe eine herausragende Stellung ein. Von den religiösen Akteuren treten die meisten einzig in ihrer religiösen Funktion auf. Nur vereinzelt wird zusätzlich eine nicht-religiöse Funktion genannt. In diesem Fall handelt es sich am ehesten um Mitbürger/Personen aus der Gesellschaft oder Politiker.

	kein religiöser Akteur		religiöser Akteur	
	Anzahl	Spalten-%	Anzahl	Spalten-%
nur religiöser Akteur	0	0.0%	1882	77.4%
Wissenschaftler, der sich mit Religion beschäftigt (Theologe, Religions-/Islamwissenschaftler)	38	1.8%	31	1.3%
Wissenschaftler allgemein	124	5.8%	14	0.6%
Politiker, Partei	821	38.3%	163	6.7%
Wirtschaftsvertreter	74	3.4%	6	0.2%
Sportler	20	0.9%	9	0.4%
Künstler	91	4.2%	21	0.9%
Prominenter aus dem Unterhaltungsbusiness	31	1.5%	10	0.4%
Jurist	132	6.2%	6	0.2%
Erzieher	13	0.6%	7	0.3%
Journalist	118	5.5%	18	0.7%
Person aus der Gesellschaft	313	15.3%	193	8.0%
anderes	316	14.0%	66	2.7%
nicht erkennbar	54	2.5%	5	0.2%
Gesamt	2145	100.0%	2431	100.0%

Abb. 44: Nicht-religiöse Funktion der religiösen Akteure (Haupt- und Nebenakteure) 2008

Für die religiösen Akteure wurde codiert, in welcher religiösen Rolle sie in der Berichterstattung präsentiert werden. Dabei wurden die einzelnen Funktionen ausführlich erhoben und später zu größeren Kategorien zusammengefasst. Trotz der groben Kategorien wurden der Dalai Lama und der Papst separat aufgeführt, weil sie einen relevanten Anteil der Akteure ausmachen und damit eine ganz besondere Rolle in der Berichterstattung einnehmen. Eine Präzisierung gilt es für die Auslegung der Kategorien noch anzufügen: Imame gelten im Islam nicht direkt als Geistliche. Als Vorbeter und guter Kenner des Korans führen sie aber Funktionen aus, die mit denjenigen geistlicher Personen zu vergleichen sind. Deshalb wurden sie hier in der Kategorie Geistliche festgehalten. In welchen Rollen die religiösen Akteure nun in der Berichterstattung 2008 vorkommen, zeigt Abb. 45.

	Hauptakteur		Nebenakteur	
	Anzahl	Spalten-%	Anzahl	Spalten-%
Geistlicher	381	28.2%	273	25.4%
Dalai Lama	65	4.8%	27	2.5%
Papst	80	5.9%	61	5.7%
Organisation, Gruppierung	108	8.0%	132	12.3%
Schweizer Garde	7	0.5%	5	0.5%
Prophet/Heiliger	4	0.3%	10	0.9%
Anführer einer religiösen Gruppierung	16	1.2%	7	0.6%
Repräsentant einer Religion	171	12.7%	145	13.5%
Mitglied/Anhänger/Gläubiger	401	29.7%	355	32.9%
ehemaliger religiöser Akteur	20	1.4%	17	1.6%
Mönch/Nonne/Abt/Äbtin	81	6.0%	34	3.2%
anderer Akteur	16	1.2%	11	1.0%

Signifikanz nach χ^2 .000

Abb. 45: Religiöse Funktion der Haupt- und Nebenakteure 2008

Am häufigsten treten Geistliche als religiöse Akteure auf. 38,9% der Hauptakteure bzw. 33,6% der Nebenakteure, den Dalai Lama und den Papst mit eingerechnet, sind geistliche Personen wie etwa Pfarrer, Bischöfe, Rabbiner oder Imame. Bemerkenswert ist, dass der Dalai Lama und der Papst eine solch dominante Position einnehmen. Sie sind die zentralen Vertreter ihrer jeweiligen Religionsgemeinschaft und haben damit eine Vorreiterrolle, die so bei keiner anderen Religionsgemeinschaft zu finden ist. Wenn der Papst oder der Dalai Lama in Zusammenhang mit einem Ereignis in Erscheinung treten, ist ihnen ein Beitrag in den Medien gewiss. Durch seine Distanz zu Europa hat der Dalai Lama etwas weniger Aufmerksamkeitswert als der Papst. Reist er aber durch Europa, wird ihm von den Medien Aufmerksamkeit geschenkt. Eine weitere anteilmässig relevante Kategorie sind Mitglieder/Anhänger einer Religionsgemeinschaft oder zumindest als gläubig bezeichnete Personen. An dritter finden Repräsentanten einer Religionsgemeinschaft wie z. B. der Pressesprecher oder der Präsident einer religiösen Gruppierung immer wieder Eingang in die Medien.

Im direkten Vergleich (d.h. nur Medien beider Jahre) der Berichterstattung von 1998 und 2008 lassen sich Unterschiede zwischen den Jahren in der Darstellung religiöser Akteure feststellen. Der Papst wird 2008 etwas weniger als 1998 thematisiert, der Dalai Lama dafür mehr. Diese stärkere Präsenz des Dalai Lama ist auf den Tibet-China-Konflikt zurückzuführen, in welchem der Dalai Lama, wie bereits mehrmals erwähnt, eine zentrale Rolle einnimmt. Organisationen/Gruppen traten 1998 häufiger als Akteure auf, 2008 erhielten dafür Mönche/Nonnen mehr Aufmerksamkeit.

Es stellt sich nun die Frage: Welcher Religionsgemeinschaft gehören die Akteure in der Berichterstattung 2008 an? Darüber gibt Abb. 46 Auskunft.

	Nebenakteur		Hauptakteur		gesamt	
	Anzahl	Spalten-%	Anzahl	Spalten-%	Anzahl	Spalten-%
Christentum	167	15.5%	214	15.8%	381	15.7%
Katholizismus	391	36.2%	471	34.9%	862	35.5%
Protestantismus	70	6.4%	85	6.3%	154	6.4%
Islam	277	25.7%	317	23.5%	595	24.5%
Judentum	50	4.7%	52	3.9%	103	4.2%
Buddhismus	56	5.2%	94	7.0%	150	6.2%
Sekte, Okkultismus	36	3.3%	62	4.6%	98	4.0%

Signifikanz nach χ^2 .000

Abb. 46: Haupt- und Nebenakteure 2008 nach Religionsgemeinschaft

Entsprechend den Ergebnissen der Analyse der Beiträge (vgl. 7.1) dominieren bei den Akteuren wie erwartet Katholiken und Muslime. Die am häufigsten vorkommenden Religionsgemeinschaften sind folglich auch diejenigen, die am stärksten durch religiöse Akteure in den Medien vertreten sind. Im direkten Jahresvergleich zeigt sich, dass die jeweils gleichen Medien 2008 muslimischen Akteuren anteilmässig deutlich mehr Aufmerksamkeit schenken als 1998. 1998 waren noch 13.3% bzw. 12.2% aller Haupt- bzw. Nebenakteure Muslime, 2008 bereits 24.2% bzw. 28.1%. Das Judentum wird 2008 prozentual weniger wichtig. 1998 kamen häufig jüdische Akteure im Zusammenhang mit den Gerichtsverhandlungen in den USA zu Holocaust-Geldern und Nazi-Raubgold vor. 2008 war das kein Thema mehr und somit die jüdischen Akteure noch weniger in den Medien.

Aufschlussreich ist die Analyse der Funktionen, welche die Akteure je nach Religionszugehörigkeit einnehmen. Wie Abb. 47 zeigt, gibt es grosse Unterschiede, welche bezeichnend für die Berichterstattung über die jeweilige Religionsgemeinschaft sind.

Angabe in Spalten-%	Christen	Katholiken	Protestanten	Muslime	Juden	Buddhisten	Sektenmitglieder
Dalai Lama						61.2%	
Papst		16.4%					
Geistlicher	31.6%	41.3%	43.4%	8.5%	9.2%	0.0%	37.3%
Organisation, Gruppierung	7.8%	9.2%	10.6%	14.1%	13.4%	1.1%	7.9%
Schweizer Garde		0.9%					
Prophet/Heiliger	1.8%	0.0%	0.0%	0.7%	2.4%	0.5%	0.0%
Anführer einer religiösen Gruppierung	1.1%	0.3%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	1.0%
Repräsentant einer Religion	12.0%	11.2%	24.3%	16.0%	10.7%	8.7%	4.0%
Mitglieder/ Anhänger/Gläubige	38.9%	10.4%	18.2%	55.8%	63.7%	7.7%	38.9%
ehemaliger religiöser Akteur	2.1%	0.8%	0.6%	1.3%	0.0%	1.9%	10.0%
Mönch, Nonne, Abt, Äbtin	4.5%	7.9%	0.4%	0.0%	0.0%	19.0%	0.0%
anderer Akteur	0.2%	1.5%	2.5%	1.3%	0.8%	0.0%	0.9%

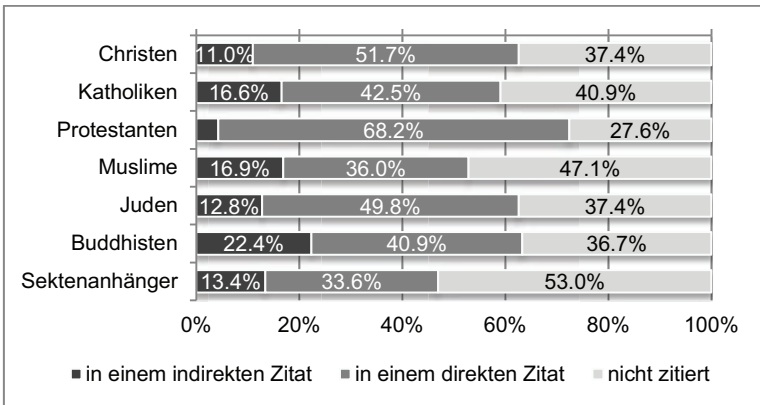
Signifikanz nach χ^2 .000; N gewichtet: Christentum N=381, Katholizismus N=862, Protestantismus N=154, Islam N=595, Judentum N=102, Buddhismus N=150, Sekten N=97, 100% entspricht dem Gesamt-N der Beiträge nach Religionsgemeinschaft

Abb. 47: Funktion der Haupt- und Nebenakteure 2008 nach Religionsgemeinschaft

Die Christen allgemein werden vor allem durch Mitglieder/Anhänger/Gläubige und Geistliche repräsentiert. Wie sich herausstellt, wird der Begriff Christ, ohne eine Konfessionszugehörigkeit zu nennen, insbesondere verwendet, um Mitglieder zu identifizieren bzw. auf die christliche Orientierung von Personen hinzuweisen. Wenn die spezifische Konfession genannt wird, spricht bei Katholiken und Protestanten, handelt es sich vor allem um Geistliche. Auffallend ist die grosse Bedeutung des Papstes. Wenn ein katholischer Akteur auftritt, ist es in 16.4% der Fälle der Papst. Muslimische, genauso wie jüdische Geistliche erhalten nur selten Raum in der Berichterstattung. Muslime und Juden werden insbesondere durch Mitglieder/Anhänger/Gläubige repräsentiert (55.8% der muslimischen bzw. 63.7% der jüdischen Akteure). Wenn ein buddhistischer Akteur auftritt, ist es meistens der Dalai Lama und zwar in nicht weniger als 61.2% der Fälle. Sekten sind gleichermassen durch Mitglieder und Geistliche vertreten. Es sind im Übrigen kaum Unterschiede in der Häufigkeit des Auftretens gewisser Funktionen nach Haupt- und Nebenakteur erkennbar, weshalb dies hier nicht weiter vertieft wird.

Frauen treten selten als religiöse Akteure auf. Nur 7.0% der Neben-, bzw. 11.6% der Hauptakteure sind Frauen. Die meisten sind Männer (60.0% der Neben-, 66.7% der Hauptakteure), den anderen Anteil machen Organisationen/Gruppen aus. Wenn Frauen vorkommen, dann am ehesten als Sektenmitglieder oder -anführerinnen (Hauptakteure Sekten: Anteil 23.7%). Bei den buddhistischen Hauptakteuren kommen gar keine Frauen vor, bei den anderen Religionsgemeinschaften ist etwas mehr als jeder zehnte Akteur weiblich.

Es stellt sich nun die Frage, ob den Akteuren überhaupt die Möglichkeit gegeben wird, sich zu artikulieren. Wie erwartet erhalten Nebenakteuren weniger das Wort – sie spielen im Beitrag ja eine Nebenrolle. Interessant sind deshalb insbesondere die Hauptakteure. Abb. 48 zeigt auf, ob und inwiefern sie zu Wort kommen. Es darf nicht vergessen werden, dass hier von Beiträgen gesprochen wird, in welchen ein religiöser Hauptakteur vorhanden ist. In zahlreichen Beiträgen tritt gar nicht erst ein Hauptakteur auf und hat entsprechend gar keine Chance, ein Votum einzubringen.



N gewichtet: Christen N=212, Katholiken N=471, Protestanten N=85, Muslime N=316, Juden N=53, Buddhisten N=95, Sektenanhänger N=62

Abb. 48: Kommt der Hauptakteur zu Wort in den Beiträgen im Jahr 2008?

Am seltensten wird Sektenanhängern das Wort gegeben. In 53.0% der Beiträge, in welchen Sektenanhänger vorkommen, werden sie nicht zitiert. Ähnlich selten werden muslimische Akteure zitiert, denen in 47.1% der Fälle das Wort nicht gegeben wird. Protestanten treten zwar selten als Akteure auf, wenn dann erhalten sie aber viel eher die Möglichkeit, sich im Beitrag zu äussern als Vertreter anderer Religionsgemeinschaften.

Attribute

Um zu eruieren, in welchem Licht die Akteure dargestellt werden, wurden die Attribute erfasst, mit welchen sie in der Berichterstattung umschrieben wurden. In achtzehn Variablen wurden insgesamt 36 Attribute erhoben. Einige davon sind als Gegensätze aufgespannt, z. B. konservativ versus liberal. Voraussetzung für die Codierung war, dass die Attribute oder Synonyme dazu explizit im Text genannt wurden. Wenn sie latent vorkamen, wurden sie nicht erfasst, um die Reliabilität der Daten zu gewährleisten.

In der Berichterstattung 2008 sind 56.8% der auftretenden Akteure mit mindestens einem definierten Attribut umschrieben worden: Nebenakteure sind dabei etwas seltener (in 48.0% der Fälle), Hauptakteure häufiger (in 63.7% der Fälle) attribuiert worden. Es scheint, als ob das Instrument die in den Medien verwendeten Attribute gut abdecken konnte. Dies bestätigte sich darin, dass die Codierer gebeten wurden, in den Bemerkungen auf allenfalls andere verwendete Attribute hinzuweisen. Von dieser Möglichkeit wurde selten Gebrauch gemacht. Allerdings können mit dieser Methode keine latenten Charakterisierungen erfasst werden. Zwischen Medientypen ist 2008 ein signifikanter Unterschied (nach χ^2 .000) im Einsatz von Attributen erkennbar. Hauptnachrichten- und Hintergrundsendungen benutzen am häufigsten Attribute, um Akteure zu umschreiben. Erstere haben bei 74.7% der Akteure ein Attribut verwendet, zweitere bei 87.7%. Auch Boulevardzeitungen benutzen Attribute relativ häufig und zwar für rund zwei Drittel der religiösen Akteure. In 45 bis 55% der Beiträge setzen Sonntags-, Forums-, Wochen- und Gratiszeitungen Attribute ein. Einzig Qualitätszeitungen benutzen Attribute sehr selten, sprich in 15.9% der Fälle. Schliesslich sind signifikante Unterschiede (nach χ^2 .000) nach Medien unterschiedlicher Regionen erkennbar. Deutschschweizer Zeitungen verwenden häufiger Attribute (58.8%) als Zeitungen aus der Welschschweiz (40.7%).

Am häufigsten werden 2008 Attribute eingesetzt, um Muslime zu charakterisieren (66.2% der muslimischen Akteure). Aber auch Sektenanhänger (57.4%) und Buddhisten (54.4%) werden häufig mit Attributen beschrieben. Bei den Christen allgemein, Katholiken und Juden werden Attribute in rund 45 bis 50% eingesetzt, bei Protestanten nur in 32.7% der Fälle.

Mit welchen Attributen oder jeweiligen Synonymen die einzelnen Religionsgemeinschaften auftreten, kann in untenstehender Abb. 49 eingesehen werden.

	Christen	Katholiken	Protestanten	Muslime	Juden	Buddhisten	Sektenmitglieder
konservativ	12.8%	14.6%	3.9%	19.8%	10.0%	0.6%	6.0%
liberal	11.5%	6.0%	6.3%	6.9%	3.4%	12.8%	1.8%
radikal, extremistisch	7.6%	2.4%	5.9%	35.8%	6.2%	1.6%	22.2%
gemässigt, moderat	10.9%	6.2%	5.8%	7.0%	10.6%	22.5%	4.7%
aggressiv, gewaltbereit	1.7%	1.4%	2.5%	16.5%	3.4%	2.1%	5.5%
gewalttätig	2.7%	1.9%	0.6%	14.5%	1.9%	0.7%	7.6%
nicht aggressiv, friedlich	6.0%	5.5%	5.5%	3.0%	8.4%	32.9%	2.7%
langweilig	1.1%	0.6%	0.9%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%
interessant, unterhaltsam	8.4%	5.8%	4.5%	2.9%	8.8%	7.0%	4.9%
uneigennützig, seelsorgerisch, helfend	10.7%	12.2%	8.7%	4.5%	0.0%	14.8%	7.2%
eigennützig, bietet keine Hilfe	2.9%	3.8%	0.6%	5.4%	3.6%	1.1%	21.5%
hemmt Hilfe	1.1%	0.9%	0.9%	0.7%	0.0%	0.0%	2.3%
ausgrenzend	6.5%	5.2%	5.7%	8.5%	4.5%	0.5%	5.0%
jeder ist willkommen	7.9%	4.6%	4.3%	2.7%	0.0%	1.1%	2.8%
kritisch	10.0%	15.6%	13.3%	15.7%	15.5%	21.9%	8.2%
naiv	2.7%	2.3%	0.0%	1.2%	0.0%	1.3%	5.2%
streng	8.7%	8.1%	5.8%	16.7%	17.1%	4.4%	12.3%
mild	7.1%	4.8%	3.6%	1.8%	3.9%	13.3%	1.8%
gefährlich	2.5%	5.1%	0.6%	17.2%	2.5%	1.3%	13.9%
ungefährlich	1.9%	2.6%	6.2%	0.8%	3.6%	8.9%	2.7%
verführerisch, heuchelnd	1.3%	3.2%	1.1%	2.4%	0.0%	0.6%	23.4%
missionarisch	4.8%	4.4%	0.9%	1.8%	0.8%	2.2%	0.9%
nicht missionarisch	1.3%	1.7%	5.0%	0.5%	1.4%	1.0%	0.0%
harmonisch, beruhigend	9.4%	9.1%	4.5%	5.7%	7.0%	18.6%	3.6%

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

	Christen	Katholiken	Protestanten	Muslime	Juden	Buddhisten	Sektenmitglieder
exotisch, fremd	8.7%	1.6%	2.9%	16.3%	8.4%	17.8%	21.4%
vertraut, bekannt, nicht exotisch	1.6%	2.9%	5.4%	0.1%	3.5%	0.0%	2.0%
mystisch, geheimnisvoll, magisch	3.7%	2.1%	0.0%	0.3%	0.8%	8.6%	6.0%
nicht mystisch	0.6%	2.1%	5.4%	0.8%	2.3%	1.0%	0.0%
obskur	4.2%	5.4%	1.0%	9.2%	0.0%	2.1%	25.0%
nicht obskur	0.8%	2.2%	5.4%	1.3%	3.6%	1.4%	2.0%
liebervoll	6.8%	6.0%	3.3%	0.7%	0.8%	6.1%	1.8%
böse	1.2%	2.4%	2.0%	8.8%	1.8%	0.0%	9.7%
ignorant	3.7%	3.4%	0.6%	4.1%	0.8%	0.6%	7.1%
sieht hin	13.1%	17.0%	9.2%	7.0%	13.3%	16.8%	6.5%
bescheiden	6.9%	4.8%	1.5%	1.4%	0.8%	10.7%	5.6%
egoistisch	3.2%	3.2%	0.6%	4.7%	4.4%	1.2%	21.3%

N gewichtet: Christentum N=381, Katholizismus N=862, Protestantismus N=154, Islam N=595, Judentum N=102, Buddhismus N=150, Sekten N=97, 100% = Gesamtanzahl pro Religionsgemeinschaft, die Prozentzahlen beziehen sich auf die Anzahl der Fälle die zutreffen

Abb. 49: Attribute nach Religionsgemeinschaft 2008

Zur Umschreibung von christlichen Akteuren (Christen allg., Protestanten, Katholiken) wird 2008 selten ein Attribut sehr ausgeprägt verwendet, vielmehr wird die ganze Palette eingesetzt. Katholiken werden noch am ehesten als Personen beschrieben, die kritisch, konservativ und uneigennützig sind. Bei den Protestanten wiegt das Attribut kritisch am stärksten, allerdings nur in 13.3% der Fälle. Zur Beschreibung von Juden werden am häufigsten die Begriffe konservativ, gemässigt-moderat, kritisch oder streng benutzt, allerdings auch hier nicht in grosser Häufigkeit. Zur Charakterisierung von Muslimen, Buddhisten und Sekten werden deutlich mehr Attribute häufiger eingesetzt. Insbesondere fällt aber auf, dass manche Attribute sehr stark mit den Akteuren der entsprechenden Religionsgemeinschaft verknüpft werden. So werden Muslime in mehr als jedem zehnten Fall als gewalttätig, aggressiv, kritisch, naiv, streng, gefährlich oder konservativ beschrieben. Besonders stark, immerhin für 35.8% der muslimischen Akteure, wird das Attribut radikal-extremistisch verwendet. Für mehr als jeden zehnten Buddhist werden die Begriffe liberal, mild oder uneigennützig/helfend eingesetzt. Noch viel häufiger werden Buddhisten aber mit den Begriffen kritisch (21.9%), gemässigt/moderat (22.5%) und friedlich (32.9%) beschrieben. Zur Charakterisierung von Sektenmitgliedern werden Attribute besonders intensiv benutzt. In mehr als jedem zehnten Beitrag gelten sie als streng und gefährlich. Noch viel häufiger

werden sie ausserdem als egoistisch (21.3%), exotisch/fremd (21.4%), eigennützig (21.5%), radikal/extremistisch (22.2%), verführerisch/heuchelnd (23.4%) oder obskur (25.0%) beschrieben.

Mit dieser Beschreibung ist aber noch nicht erfasst, wie sich die Attribute auf einen Akteur kumulieren, d.h. ob in einem Fall viele Attribute auf einmal verwendet werden oder ob sich die gefundenen Attribute auf verschiedene Akteure verteilen lassen. Je nachdem müsste das Bild, das von einer Religionsgemeinschaft gezeichnet wird, anders beschrieben werden. Um dem auf den Grund zu gehen, wurden verschiedene Attribute in Gruppen zusammengefasst und dann das Vorkommen dieser Gruppierungen geprüft. Konkret wurde davon ausgegangen, dass sich gewisse Attribute aus der Liste klar als stark negativ, negativ oder positiv einstufen lassen. Bestimmte Attribute können nicht eingeordnet werden und sind je Kontext negativ, positiv oder neutral besetzt. Sie wurden deshalb nicht berücksichtigt. Die Attribute wurden schlussendlich wie folgt eingeteilt:

- *Stark negativ*: radikal/extremistisch, aggressiv/gewaltbereit, gefährlich, böse, gewalttätig, hemmt/verhindert Hilfe
- *Negativ*: verführerisch/heuchelnd, ausgrenzend, obskur, ignorant, egoistisch, eigennützig/bietet keine Hilfe, konservativ, langweilig
- *Positiv*: uneigennützig/seelsorgerisch/helfend, liebevoll, harmonisch/beruhigend, bescheiden, sieht hin, interessant/unterhaltsam, nicht aggressiv/friedlich, liberal

Wurde ein stark negatives und ein negatives Attribut zur Beschreibung eines Akteurs verwendet, wurde die stärkere Ausprägung, sprich stark negativ codiert. Abb. 50 zeigt, inwiefern negative und positive Attribute bei den Akteuren vorkommen. Mit stark negativen bzw. negativen Bewertungen werden 29.9% der Akteure beschrieben, wobei die stark negativen Beschreibungen 18.3%, die negativen 11.7% ausmachen. 26.5% der Akteure werden mit positiven Attributen beschrieben. In rund 2.6% der Fälle wurden sowohl positive als auch stark negative bzw. in 5.9% der Fälle positive und negative Attribute gefunden. Das bedeutet es werden verschiedene Seiten der Akteure aufgezeigt oder bereits vorgenommene Bewertungen in die eine oder andere Richtung relativiert.

		kein negati- ves Attribut	negativ	stark negativ	Gesamt
keine positive Bewertung vorhanden	Anzahl	1266	140	381	1787
	Gesamt-%	52.1%	5.8%	15.7%	73.5%
positive Bewertung vorhanden	Anzahl	436	143	64	643
	Gesamt-%	17.9%	5.9%	2.6%	26.5%
Gesamt	Anzahl	1702	283	445	2430
	Gesamt-%	70.0%	11.6%	18.3%	100.0%

Signifikanz nach χ^2 .000

Abb. 50: Positive und negative Bewertungen der Akteure 2008

Die oben festgestellten Differenzen in der Anwendung von Attributen nach Medientypen bilden sich erneut ab, wenn man die Medientypen hinsichtlich ihrer Verwendung positiver und (stark) negativer Attribute betrachtet. Dies gilt auch für die Unterschiede nach Region. Wer generell mehr Attribute verwendet, verwendet auch mehr (stark) negative und positive. Es ist aber nicht so, dass ein Medientyp positive Attribute proportional häufiger einsetzt als (stark) negative oder umgekehrt.

Aufschlussreicher ist es, anzuschauen, wie (stark) negative und positive Attribute je nach Religionszugehörigkeit zugeschrieben werden.

	positive Bewertung vorhanden**		negative Bewertung vorhanden**			
			stark negativ		negativ	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Christentum	105	27.5%	47	12.3%	47	12.3%
Katholizismus	265	30.8%	78	9.1%	147	17.0%
Protestantismus	34	21.8%	12	7.6%	6	4.1%
Islam	107	17.9%	245	41.1%	42	7.0%
Judentum	28	27.3%	11	10.6%	8	8.1%
Buddhismus	65	43.6%	9	5.7%	5	3.2%
Sekte, Okkultismus	13	13.7%	28	28.9%	18	18.6%

% beziehen sich auf »trifft zu«, wobei als 100% die Akteure pro Religionsgemeinschaft gelten; ** stark signifikant $p \leq 0.01$, * signifikant $p \leq 0.05$ (Signifikanz nach χ^2)

Abb. 51: Positive und negative Bewertungen der Akteure 2008 nach Religionszugehörigkeit

In Abb. 51 ist erkennbar, dass Angehörige des Christentums allgemein, Katholizismus, Protestantismus, Judentum und Buddhismus häufiger mit positiven als mit (stark) negativen Attributen beschrieben werden. Besonders Buddhisten werden in den Beiträgen häufig (in 43.6% der Fälle) positiv und nur ganz selten mit negativen Attributen charakterisiert. Auf der anderen Seite werden Muslime sehr häufig mit stark negativen Akteuren beschrieben (41.1%). Rechnet man den Anteil negativer Bewertungen noch dazu, werden muslimische Akteure in fast der Hälfte der Beiträge negativ oder gar stark negativ attribuiert. Eine

solch negative Charakterisierung wird ansonsten nur bei Sektenmitgliedern vorgenommen, wobei dort die Grundtendenz vergleichsweise nicht ganz so negativ ist. Sie werden nicht so häufig mit ganz negativen Attribuierungen beschrieben wie Muslime. Konkret werden sie zu 28.9% stark negativ und zu 18.6% negativ attribuiert. Wie oft werden positive und negative Attribuierungen zusammen auf denselben Akteur angewendet? Von den katholischen Akteuren werden 12.5% sowohl mit positiven als auch mit negativen Attributen bewertet, bei den christlichen Akteuren allgemein 8.9%. Bei Akteuren anderer Religionszugehörigkeiten sind es weniger als 6%.

Um zu überprüfen, wie intensiv die Attribute verwendet werden, wurde zusammengezählt, wie viele verschiedene stark negative, negative oder positive Attribute pro Akteur auftreten. Für den Vergleich, ob sie überdurchschnittlich oder eher unterschiedlich häufig angewendet werden, wurde dann eine Z-Standardisierung der gewichteten Fälle des Erhebungsjahres 2008 gerechnet. Ein Minuswert deutet darauf hin, dass die Akteure der entsprechenden Religionsgemeinschaft durchschnittlich seltener und mit weniger der aufgeführten Attribute dargestellt werden. Ein positiver Wert auf der anderen Seite hingegen zeigt, dass die Akteure der entsprechenden Religionsgemeinschaft überdurchschnittlich häufiger und mit mehreren der Attribute charakterisiert werden. In dieser Betrachtungsweise konnten in einem Beitrag sowohl stark negative als auch negative Attribute vorkommen.

	stark negativ	negativ	positiv
Z-Wert:	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert
Christen	-,19881	-,07261	,11987
Katholiken	-,21948	-,01291	,06735
Protestanten	-,24859	-,27781	-,12466
Muslime	,58958	,14178	-,20413
Juden	-,27053	-,21458	-,11657
Buddhisten	-,35954	-,35012	,49609
Sekten	,31167	,62939	-,18249

Abb. 52: Intensivität der Verwendung von Attributen nach Religionszugehörigkeit 2008

Die Resultate aus Abb. 52 verdeutlichen, was bereits festgestellt wurde: Der Islam und Sekten werden häufig und intensiv mit stark negativen und negativen Attributen beschrieben. Bei allen anderen Religionsgemeinschaften sind die Mittelwerte der Z-standardisierten Variablen für die Verwendung stark negativer und negativer Attribute unterdurchschnittlich. Das heisst, dass bei den Akteuren dieser Religionsgemein-

schaften stark negative und negative Attribute unterdurchschnittlich häufig eingesetzt werden. Auf der anderen Seite werden insbesondere Buddhisten, aber auch Christen allgemein mit überdurchschnittlicher Häufigkeit und Intensität mit positiven Attributen beschrieben.

Die Unterschiede nach Religion herunter gebrochen auf weitere Variablen, wie Medientyp lassen sich nur für die muslimischen und katholischen Akteure sinnvoll erschliessen, da bei allen anderen die Fallzahlen zu gering sind. Zuerst werden die Unterschiede nach unterschiedlichen Medientypen aufgezeigt. Hier stellt sich heraus, dass das positivste Bild von Katholiken in Hintergrundsendungen gezeichnet wird. Sie benutzen selten (stark) negative Attribute (13.1%), dafür häufig positive (60.7%). Bei den anderen Medien werden positive und (stark) negative Attribute zur Beschreibung von Katholiken etwa in gleichem Umfang verwendet. Werden muslimische Akteure erwähnt, werden auf sie bei allen Medientypen generell (stark) negative Attribute angewendet. Bei Boulevard-, Sonntagszeitungen und den elektronischen Sendungen trifft das sogar für über 50% der Beiträge zu.

Interessant ist der Unterschied zwischen Inland- und Auslandberichterstattung. In der Auslandberichterstattung werden (stark) negative Attribute bei den genauer untersuchten Katholiken und Muslimen in den Medien häufiger eingesetzt. In der Inlandberichterstattung werden stark negative und negative Attribute bis zu 10% weniger verwendet als in der Auslandberichterstattung (Signifikanz nach χ^2 .016). Bei Muslimen wird dieser Unterschied besonders deutlich. In der Inlandberichterstattung werden sie viel seltener mit negativen Attributen dargestellt (Inlandberichterstattung in 32.5%, Auslandberichterstattung in 53.7%). Insbesondere stark negative Attribute werden in der Auslandberichterstattung viel häufiger verwendet als in der Inlandberichterstattung (signifikanter Unterschied nach χ^2 .000). Positive Attribute werden für muslimische Akteure kaum verwendet, in der Inlandberichterstattung aber noch häufiger (27.1%) als in der Auslandberichterstattung (14.5%). Der Unterschied ist signifikant (Signifikanz nach χ^2 .001).

Beim Jahresvergleich stellt sich heraus, dass 2008 sowohl positive als auch (stark) negative Attribute deutlich häufiger verwendet werden. 1998 wird in 82.8% der Fälle weder ein negatives noch ein stark negatives Attribut verwendet, 2008 noch in 68.4%. Die Medien halten sich 1998 aber ebenfalls mit positiven Attributen zurück, in 94.7% wird keines verwendet, 2008 nur noch bei 69.7% der Akteure. Diese Unterschiede sind über die Akteure aller Religionsgemeinschaften hinweg konstant erkennbar. Daraus wird nicht ersichtlich, dass die Unter-

schiede zwischen 1998 und 2008 in der Verwendung positiver und (stark) negativer Attribute durch die andere Bewertung von Akteuren einer bestimmten Religionsgemeinschaft ausgemacht werden.

Die Akteure werden auch im nachfolgenden Kapitel 7.9 noch genauer unter die Lupe genommen. Dies indem untersucht wird, welche narrativen Muster im Zusammenhang mit den Akteuren verwendet werden. Vorab werden aber die ersten Ergebnisse zu den Akteuren zusammengefasst und diskutiert.

7.8.2 Diskussion

Welche religiösen Akteure treten in den Medien auf und wie werden sie beschrieben? Diese Frage stand in diesem Kapitel im Vordergrund. Bei Katholiken und Protestanten sind die Akteure mehrheitlich Geistliche, wenn nur das Christentum allgemein vorkommt, ohne die Konfession zu spezifizieren, dann sind es vor allem Mitglieder/Anhänger/Gläubige. Der Papst nimmt dabei eine zentrale Rolle ein. Seine Relevanz in den Medien bildete sich schon in vorgängigen Studien (Stern 2004, Kolmer 2009) heraus. Er ist der häufigste und prominenteste Vertreter des Katholizismus. Von den buddhistischen Akteuren ist entsprechend der Dalai Lama der alles dominierende Akteur in den Medien. Dass dies nicht ein temporäres Phänomen ist, zeigt, dass der Dalai Lama auch in anderen Untersuchungen (Stern 2004 Schweizer Medien, Kolmer 2009 Medien diverser Länder) fast einer der einzigen Akteure ist, der in der Berichterstattung zusammen mit dem Buddhismus gefunden wurde. Kurzke hat damit recht, wenn sie sagt: »Der Dalai Lama ist zur Personifikation des gesamten Buddhismus avanciert« (Kurzke 2009: 244). Muslimische und jüdische Geistliche kommen in den Medien kaum vor. Angehörige des Islams und des Judentums sind in den Medien vor allem Mitglieder/Anhänger/Gläubige. Dass muslimische Geistliche keine Rolle in den Medien spielen, fiel schon Reichmuth (2006) auf, die als Akteure vor allem Politiker, die Regierung oder terroristische Organisation identifizierte. Es ist bezeichnend, dass bei diesen beiden Religionsgemeinschaften Geistliche keine Rolle spielen, sind sie doch die wichtigsten Vertreter von Religionsgemeinschaften. Sie verkörpern ihre jeweilige Religion. Wenn nur Mitglieder/Anhänger/Gläubige in den Medien sind, wird ein ganz wichtiger Teil der jeweiligen Religion ignoriert. Der Kern wird vernachlässigt.

(H3_1) *Buddhisten werden von allen Religionsakteuren in den Medien am positivsten dargestellt. Am häufigsten mit negativen Attributen beschrieben werden Muslime und Sektenanhänger.*

Die These H3_1 lässt sich so bestätigen. Buddhisten, wobei es sich hier vorwiegend um den Dalai Lama handelt, werden tatsächlich am häufigsten mit positiven Attributen charakterisiert. Akteure anderer Religionsgemeinschaften werden nicht annähernd so häufig positiv beschrieben. Christen (2005) verdeutlichte bereits mit seiner Inhaltsanalyse, dass über den Dalai Lama kein schlechtes Wort in den Medien verloren wird. Und Kurzke erläutert dazu:

»Weltweit genießt der Dalai Lama ein hohes Ansehen, welches er jedoch verschiedenen Faktoren zu verdanken hat. Erst die Konstellation von spezifisch politischen Geschehnissen in Tibet, dem Charisma Tenzin Gyatsos sowie die Möglichkeiten der modernen Informationstechnologie ermöglichten und förderten seine enorme Popularität« (Kurzke 2009: 244).

Wenn Kurzke (ebd.) ihn ausserdem als Sympathieträger, als Projektionsfläche der Sehnsüchte der Menschen bezeichnet, gibt sie das Bild wider, das auch in dieser Studie gefunden wurde. Für Akteure christlicher und jüdischer Religionsgemeinschaften werden vermehrt positive Attribute verwendet, während Muslime sehr häufig mit (stark) negativen beschrieben werden. Was die jüdischen Akteure betrifft, sind Meier, Müller und Eisenegger (2004) zu einem ähnlichen Resultat gekommen. Sie beschreiben eine positive, empathiefördernde Darstellung von jüdischen Akteuren in den Medien. Allerdings kommt auch im Zusammenhang mit dem Nahostkonflikt in den Medien eine andere Seite von Juden zum Zug, diejenige des aggressiven Täters. Dies lässt sich hier nicht so ausgeprägt finden. In der gleichen Studie (Meier/Müller/Eisenegger 2004) wurde entsprechend unserer Untersuchung eine negative Typisierung von Muslimen festgestellt. Das bestätigt die Ergebnisse diverser Studien, die zeigen, dass die Medien ein extremistisches, fundamentalistisches Bild von Muslimen zeichnen (Abdel Aziz 2005, Poole 2006).

7.9 Narrative Muster in der Religionsberichterstattung

Um die narrativen Muster zu erheben, wurden rund vierzig, meist dichotom codierte Variablen erhoben (siehe dazu Codebuch im Anhang). Die Fragen wurden deduktiv aus der Literatur abgeleitet. Sechs der vorab definierten Muster müssen auf Akteursebene erfasst werden, zwei davon auf Beitragsebene. Hier wird zuerst auf die Akteursmuster eingegangen, um dann später noch die zwei Beitragsmuster zu analysieren. Wichtig ist, anzumerken, dass die narrativen Muster auf Akteursebene nur hinsichtlich der Hauptakteure untersucht worden sind. Es wurde davon ausgegangen, dass auf Nebenakteure die narrativen Muster nicht angewandt werden, da sie in der Berichterstattung nur eine Nebenrolle einnehmen.

7.9.1 Akteursbezogene narrative Muster

Um zu überprüfen, ob in den Beiträgen die vorab definierten Muster auch tatsächlich auftreten und in welcher Form, wurde eine Faktorenanalyse vorgenommen. Mit diesem Verfahren konnte festgestellt werden, inwiefern gewisse Variablen zusammenhängen. Dabei wurden alle Variablen zu den narrativen Mustern verwendet, welche nicht direkt voneinander abhängig sind, wenn also eine Variable nicht als direkte Voraussetzung für die nächste Variable galt. Ein solcher Fall traf etwa zu, wenn kein Opfer vorkam. Dann wurde auch die Frage, ob der Akteur ein unerwartetes Opfer sei, nicht gestellt. Alle Variablen wurden, wenn sie es denn nicht schon waren, zu dichotomen Variablen umcodiert. Eine Faktorenanalyse mit dichotomen Variablen ist streng genommen nicht zulässig. Allerdings haben verschiedene Wissenschaftler Bedingungen formuliert, unter welchen Faktorenanalysen – sprich Hauptkomponentenanalysen – auch auf kategoriale Variablen angewendet werden können. Eine Bedingung ist, dass sie dichotom skaliert werden (Kim/Nie/Verba 1977). Im Weiteren sollten die Korrelationen zwischen den Variablen eine bestimmte Höhe nicht überschreiten. Als Grenzwerte werden umhin Korrelationen zwischen $r=0.5$ und $r=0.7$ angegeben (Holm 1976: 60). Ferner sollte die Hauptkomponentenanalyse nur zur Identifikation der Faktoren und der Ladungsstruktur herangezogen und nicht zur Weiterberechnung verwendet werden. So ist es auch in der vorliegenden Arbeit vorgesehen. Empirische Studien konnten zeigen, dass unter diesen Bedingungen die Hauptkomponentenanalyse mit dichotomen Variablen zu zufried-

denstellenden Ergebnissen führt (Martin/Fruchter/Mathis 1974). Wichtig ist hier, nochmals anzumerken, dass die Hauptkomponentenanalyse in diesem Rahmen nur konfirmatorisch eingesetzt werden soll. Die Faktorenanalyse ist in Abb. 53 aufgezeigt. Sie bestätigt in weiten Teilen die erwarteten Muster. Allerdings wurde auch ein neues Muster entdeckt, hier als »Krimineller« bezeichnet. Die finale Operationalisierung der narrativen Muster wurde angeleitet von der Faktorenanalyse, stärker wurden aber theoretische Überlegungen berücksichtigt. Aufgrund der theoretischen Ausführungen liegt es nahe, dass gewisse Variablen stärker zur Erfüllung eines Musters beitragen als andere. Ein Beispiel dafür ist, dass für die Erfüllung des Musters Opfer überhaupt erst ein Opfer vorkommen muss. Deshalb wurde eine Gewichtung (Gew.) vorgenommen. Die Punktzahlen wurden dann aufaddiert. Damit ein Muster zutrif, musste mindestens die Hälfte der Punktzahl erreicht werden. Diese Operationalisierung ist in Abb. 54 aufgezeigt.

	gute Mutter	Krimineller	Schuldiger	Bösewicht	Held	Opfer	Trickser
Stellt sich der Akteur in den Dienst einer anderen Partei, stellt er seine Bedürfnisse in den Hintergrund?	.769						
Tritt der Akteur als fürsorgliche Partei auf?	.750						
Gibt der Akteur sein Leben für eine Sache hin die grösser ist als er selber?	.676						
Wird der Akteur als ein sympathischer, guter Mensch beschrieben?	.660						
Wird Akteur als positives Vorbild dargestellt?	.528			.480			
Wird etwas aus dem Leben des Akteurs erzählt?	.479						
Wird der Akteur als eine gute Seele, als Barmherziger bezeichnet?	.397			.371			
Macht der Akteur Dinge, die illegal sind?	.822						
Fügt der Akteur jemandem Schaden zu?	.809						
Verfolgt der Akteur bewusst ein schändliches, unmoralisches Ziel?	.792						
Ist der Akteur in einen Konflikt, eine negative Situation verwickelt?	.449						
Wird der Akteur herabgewürdigt, blamiert?		.689					
Wird dem Akteur wird ein irrationales, nicht vernunftgeleitetes Verhalten oder unüberlegtes Handeln zugeschrieben?		.673					
Werden im Text Konsequenzen für den Akteur gefordert?		.655					
Wird der Akteur für grobe Fehler verantwortlich gemacht, die eine ganze Gruppe/Firma/Gesellschaft betreffen?	.355	.636					
Wird das Wort schuldig, Schuld, Schuldiger usw. in irgendeiner Art und Weise im Zusammenhang mit dem Akteur verwendet?		.383					
Wird das Wort Bösewicht, böse im Zusammenhang mit dem Akteur verwendet?				.739			
Wird der Akteur dehumanisiert?				.633			
Wird der Akteur als brutal beschrieben?		.375		.592			

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

	gute Mutter	Krimineller	Schuldiger	Bösewicht	Held	Opfer	Trickser
Wird der Akteur als stupide beschrieben?				.526			
Wird der Akteur als Held beschrieben bzw. kommt das Wort Held, heldenhaft im Zusammenhang mit dem Akteur vor?				.738			
Wird der Akteur gefeiert, gelobt, bejubelt?	.387			.523			
Zeigt die Geschichte, dass Individuen einen Unterschied machen können?	.373			.458			
Ist der Akteur ein Opfer?					.764		
Wird das Wort Opfer verwendet im Zusammenhang mit dem Akteur?					.703		
Wird der Akteur als unschuldig beschrieben?					.661		
Ist der Akteur verschmitzt, schlau, gewief?						.734	
Legt der Akteur mit seinem Handeln Mächtige rein?						.580	
Ist der Akteur mutig?	.359					.529	
erklärte Varianz	11.4%	9.9%	8.6%	6.2%	5.9%	5.9%	5.3%

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse. Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung. Mass der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin: 0.851; Bartlett-Test auf Sphärizität: Ungefährtes Chi-Quadrat 12889.889, df 406, Signifikanz nach Bartlett: .000; Erklärte Varianz: 53.220%; Faktoren unter 0.35 wurden in der Darstellung unterdrückt; N=1749

Abb. 53: Konfirmatorische Hauptkomponentenanalyse zur Identifizierung von narrativen Akteursmustern

Gew.	Opfer
	Wird das Wort Opfer verwendet im Zusammenhang mit dem Akteur?
3x	Ist der Akteur ein Opfer?
2x	Wurde der Akteur unerwartet zum Opfer?
1x	Wird in der Konsequenz des Ereignisses für das Opfer etwas Gutes gesucht?
1x	Hinterlässt der Akteur trauernde Menschen?
1x	Wird der Akteur als unschuldig beschrieben?
1x	Wird etwas aus dem Leben des Akteurs erzählt?
9	<i>Muster trifft zu wenn Punktezahl =>6</i>
Gew.	Schuldiger
3x	Wird das Wort schuldig, Schuld, Schuldiger etc. in irgendeiner Art und Weise im Zusammenhang mit dem Akteur verwendet?
3x	Wird der Akteur für grobe Fehler verantwortlich gemacht, die eine ganze Gruppe, Firma, Gesellschaft betreffen?
3x	Wird dem Akteur wird ein irrationales, nicht vernunftgeleitetes Verhalten oder unüberlegtes Handeln zugeschrieben?
1x	Wird der Akteur herabgewürdigt, blamiert?
2x	Werden im Text Konsequenzen für den Akteur gefordert?
9	<i>Muster trifft zu wenn Punktezahl =>5</i>
Gew.	Gute Mutter
1x	Gibt der Akteur sein Leben für eine Sache hin die grösser ist als er selber?
3x	Stellt sich der Akteur in den Dienst einer anderen Partei, stellt er seine Bedürfnisse in den Hintergrund?
3x	Tritt der Akteur als fürsorgliche Partei auf?
1x	Wird gezeigt, warum es nötig ist, dass sich der Akteur um die anderen kümmert? (Falls nein)
1x	Wird der Akteur als ein sympathischer, guter Mensch beschrieben?
1x	Wird der Akteur als eine gute Seele, als Barmherziger bezeichnet?
2x	Wird Akteur als positives Vorbild dargestellt?
1x	Wird etwas aus dem Leben der Person erzählt?
1x	Zeigt die Geschichte, dass Individuen einen Unterschied machen können?
1x	Wird der Akteur gefeiert, gelobt, bejubelt?
15	<i>Muster trifft zu wenn Punktezahl =>7</i>
Gew.	Bösewicht
1x	Wird der Akteur als stupide beschrieben?
3x	Wird das Wort Bösewicht/böse im Zusammenhang mit dem Akteur verwendet?
1x	Wird der Akteur dehumanisiert?
3x	Wird der Akteur als brutal beschrieben?
8	<i>Muster trifft zu wenn Punktezahl =>4</i>
Gew.	Trickser
3x	Legt der Akteur mit seinem Handeln Mächtige rein?
2x	Ist der Akteur verschmitzt, schlau, gewieft?
1x	Ist der Akteur mutig?
6	<i>Muster trifft zu wenn Punktezahl =>4</i>

Gew.	Held
3x	Wird der Akteur als Held beschrieben bzw. kommt das Wort Held, heldenhaft im Zusammenhang mit dem Akteur vor?
3x	Wird Akteur als positives Vorbild dargestellt?
3x	Wird der Akteur gefeiert, gelobt, bejubelt?
1x	Gibt der Akteur sein Leben für eine Sache hin die grösser ist als er selber?
1x	Ist der Akteur mutig?
1x	<i>Wird der Akteur als eine gute Seele, als Barmherziger bezeichnet?</i>
12	Muster trifft zu wenn Punktezahl =>6
Gew.	Krimineller
2x	Verfolgt der Akteur bewusst ein schändliches, unmoralisches Ziel?
2x	Schadet der Akteur anderen durch sein Verhalten?
3x	Macht der Akteur Dinge, die illegal sind?
1x	Ist der Akteur in einen Konflikt, eine negative Situation verwickelt?
1x	Wird der Akteur als brutal beschrieben?
1x	Wird der Akteur für grobe Fehler verantwortlich gemacht, die eine ganze Gruppe, Firma, Gesellschaft betreffen?
1x	Wird der Akteur als brutal beschrieben?
11	<i>Muster trifft zu wenn Punktezahl =>6</i>

Abb. 54: Operationalisierung aktorsbezogener narrativer Muster

Als etwas kritisch kann betrachtet werden, dass einige der Muster mit viel mehr Variablen operationalisiert wurden als andere. Allerdings zeigt dies nur, dass gewisse Muster sich in grosser Vielfalt präsentieren können, während andere auf einen engeren Kontext beschränkt sind.

Hier muss vorab angemerkt werden, dass die narrativen Muster nur hinsichtlich ihres Vorkommens bei religiösen Hauptakteuren untersucht wurden. Da ihre Codierung aufwändig war, musste bei nicht-religiösen Akteuren auf die Erfassung verzichtet werden. Dies bringt insofern Nachteile mit sich, als nicht eindeutig festgestellt werden kann, ob und welche Muster miteinander auftreten. Ferner lässt sich nicht sagen, wie gut die gewählten Muster die gesamte Berichterstattung abbilden können, da je nachdem nur eine Perspektive erfasst wird. Um den Ansatz weiter zu entwickeln, wäre es also wichtig, alle Akteure daraufhin zu untersuchen. Da es hier aber insbesondere darum geht, zu erfassen, welche Bilder von Religionen gezeichnet werden, reicht das hier gewählte Vorgehen aus.

Welche der narrativen Muster lassen sich nun in den Medien finden? Generell muss gesagt werden, dass die aktorsbezogenen Muster eher selten identifiziert wurden. In vielen Fällen 2008, sprich 59.4% konnte keines der Muster gefunden werden. Dies könnte daran liegen, dass der Akteur, obwohl er eine Hauptrolle einnimmt, selber nicht als Person im Mittelpunkt der Berichterstattung steht und der Beitrag sich viel stärker auf das Ereignis konzentriert. Die Vermutung, dass in Beiträgen, in welchen eine Personalisierung vorgenommen wird, eher ein bestimmtes Mus-

ter zutrifft, gilt nur bedingt. So kommen in personalisierten Beiträgen pro Akteur die Muster rund 10% häufiger vor als in nicht-personalisierten. Bei den Akteuren der meisten Religionsgemeinschaften trifft 2008 etwa in 40% der Fälle ein akteursbezogenes Muster zu. Dies gilt für das Christentum allgemein, den Katholizismus, den Protestantismus, den Islam und das Judentum. Protestantische Akteure werden seltener mit einem der narrativen Muster charakterisiert, nur in 23.2% der Fälle. Buddhisten und Sektenanhänger indes deutlich mehr, sprich in 49.9% bzw. 52.9% der Fälle.

Viel mehr interessiert aber, welche narrativen Muster denn überhaupt vorkommen. Der »Bösewicht« wird am seltensten angewendet, nämlich für nur 2.9% der Akteure. Etwas häufiger, aber immer noch weniger als in jedem zehnten Beitrag, wird der Akteur in die Geschichte des Opfers (6.0%), des Helden (8.0%) oder des Tricksers (9.4%) eingepasst. Häufiger kommen der Schuldige (12.8%) und der Kriminelle (16.8%) vor. Allerdings handelt es sich hier um geringe Prozentsätze. Es stellte sich heraus, dass auf gewisse Akteure zwei der narrativen Muster zutreffen können, was auch aufzeigt, wie stark verknüpft sie teilweise sind. So kann ein Akteur im gleichen Bericht als Held und gute Mutter dargestellt werden. Deutlich wird das am Beispiel des Dalai Lama: Er wird einerseits als Held beschrieben, der sich gegen die mächtige Regierung stellt und sein Leben der Aufgabe für ein freies Tibet gewidmet hat. Er ist in einen Konflikt verwickelt und zeigt sich dabei mutig. Aber er ist gleichzeitig auch die Person, die anderen uneigennützig hilft, sein Wohl unter das der anderen Menschen stellt und als Vorbild beschrieben wird. Man könnte hier die Frage stellen, ob eine »gute Mutter« in der heutigen Zeit nicht automatisch auch eine Heldin ist. Vermischen sich diese einst klar getrennten Muster in der heutigen Zeit? Weitere narrative Muster, die zusammen auftreten können, sind Krimineller und Schuldiger, was nicht weiter erstaunt, liegen sie doch inhaltlich sehr nahe beieinander.

Die Verwendung narrativer Muster ist vom Medientyp abhängig (Signifikanz nach χ^2 .000). So setzten Boulevard- und Gratiszeitungen die narrativen Muster deutlich häufiger ein als die anderen Medientypen. Qualitätszeitungen greifen sehr selten auf narrative Muster zurück. Eine weitere Auffälligkeiten ist, dass Sonntagszeitungen die Muster »gute Mutter« (16.8%) und Kriminelle (18.3%) vergleichsweise häufig bedienen. Ferner fällt auf, dass Hintergrundsendungen oft mit dem Opfer- (19.6%) und »gute Mutter«-Muster (21.9%) arbeiten. Bisher konnten zwischen Deutsch- und Welschschweizer Medien kaum Unterschiede in der Darstellung von Religion im Allgemeinen und Religionsgemeinschaften im Spezifischen festgestellt werden. Hinsichtlich der Verwendung narrativer

Muster unterscheiden sie sich aber deutlich und signifikant (Signifikanz nach $\chi^2 .000$). 53.6% der Akteure in Deutschschweizer Medien werden mit einem akteursbezogenen narrativen Muster dargestellt, in der Welschschweiz hingegen nur 26.9% der Akteure. Dieser Unterschied ist konstant über die verschiedenen narrativen Muster erkennbar. Sie werden also in beiden Regionen im gleichen Verhältnis verwendet. Zwischen Inland- und Auslandberichterstattung sind keine grossen Unterschiede darin erkennbar, ob sie narrative Muster anwenden oder nicht. Genauso werden die spezifischen Muster nicht in deutlich unterschiedlichem Ausmass in der Inland- und der Auslandberichterstattung verwendet.

Wie schon bei den Nachrichtenfaktoren und den Frames ist auch hier erkennbar, dass narrative Muster nicht gänzlich themenunabhängig sind. Je nach Thema sind andere wahrscheinlicher. Dies ist nicht weiter erstaunlich, da gewisse narrative Muster bestimmte Ereignisse erst voraussetzen. Beispielsweise ist die Voraussetzung für das Muster Opfer, dass ein negatives Ereignis geschieht, welches eine unschuldige Person in eine Opferrolle befördert. Einige der narrativen Muster treten aber auch sehr breit gestreut über zahlreiche Themenfelder auf. Abb. 55 verdeutlicht dies.

2008	Opfer	Bösewicht	Schuldiger	Held	gute Mutter	Trickser	Krimineller
Sport	0.0%	0.0%	8.1%	8.1%	35.7%	0.0%	0.0%
Religion	2.4%	0.7%	6.7%	10.2%	17.8%	3.9%	4.1%
Politik	3.0%	4.9%	11.6%	8.2%	13.1%	7.5%	10.4%
Moral	3.0%	0.0%	15.1%	2.1%	18.6%	9.7%	12.7%
Kultur	7.6%	4.1%	18.1%	3.6%	18.2%	2.2%	14.0%
Kriminalität	13.8%	4.0%	25.8%	2.9%	8.9%	10.9%	39.4%
Konflikt	6.3%	2.9%	5.5%	11.0%	17.9%	23.7%	20.1%
human interest	9.9%	7.1%	16.6%	3.8%	20.6%	12.2%	17.9%
Geschichte	11.2%	0.0%	0.0%	17.9%	14.6%	10.8%	0.0%
Terrorismus	7.2%	13.2%	35.4%	7.2%	9.3%	32.4%	72.7%

N gewichtet: Sport N=24, Religion N=517, Politik N=162, Moral N=46, Kultur N=39, Kriminalität N=235, Konflikt N=140, human interest N=59, Geschichte N=27, Anderes N=19, Terrorismus N=64; %-Angabe bezieht sich auf Anzahl der vorhandenen Muster nach Themengebiet

Abb. 55: Akteursbezogene narrative Muster nach Themengebiet 2008

Interessant sind besonders die dunkelgrau markierten Felder, die darauf hinweisen, dass ein narratives Muster in mindestens einem Fünftel oder mehr der Berichterstattung zum entsprechenden Thema vorkommt. Der Schuldige wird demnach insbesondere in Beiträgen zu Kriminalität (25.8%) und Terrorismus (35.4%) eingesetzt. Die »gute Mutter« ist am häufigsten im Zusammenhang mit human interest- (20.6%) und Sportthemen zu finden, der Trickser, wenn es um Konflikt (23.7%) und Terro-

rismus (32.4%) geht. Schliesslich ist nicht ganz unerwartet das Muster des Kriminellen bei der Berichterstattung über Konflikt (20.1%), Kriminalität (39.4%) und ganz stark bei Terrorismus (72.7%) zu finden.

Narrative Muster nach Religionszugehörigkeit

Was aber eigentlich interessiert, ist, mit welchen narrativen Mustern Angehörige verschiedener Religionsgemeinschaften dargestellt werden. Da die narrativen Muster ja bis zu einem bestimmten Grad vom Thema mitbestimmt werden und gewisse Religionsgemeinschaften häufiger mit bestimmten Themen auftreten, ist hier natürlich auch eine indirekte Abhängigkeit vorhanden. Das ändert allerdings wenig daran, dass es genau die Bilder, sprich narrativen Muster sind, welche die Medien von den entscheidenden Akteuren skizzieren. Abb. 56 gibt dazu einen Überblick.

	Opfer	Bösewicht	Schuldiger	Held	gute Mutter	Trickser	Krimineller
Christen	4.8%	1.1%	15.5%	6.9%	19.0%	7.2%	10.5%
Katholiken	4.5%	2.2%	12.7%	10.2%	19.5%	5.4%	14.5%
Protestanten	0.0%	1.0%	6.2%	5.0%	12.2%	8.0%	10.0%
Muslime	3.4%	7.0%	15.0%	5.2%	8.5%	13.1%	27.8%
Juden	29.6%	1.5%	7.9%	2.6%	13.6%	4.8%	5.1%
Buddhisten	9.8%	0.0%	5.6%	19.2%	28.7%	23.6%	10.9%
Sekten	14.3%	2.2%	16.7%	5.1%	6.0%	16.5%	34.6%

N gewichtet: Christentum N= 214, Katholizismus N=471, Protestantismus N=85, Islam N=317, Judentum N=52, Buddhismus N=94, Sekte, Okkultismus N=62; %-Angabe bezieht sich auf Anzahl der vorhandenen Muster nach Religionsgemeinschaft

Abb. 56: Akteursbezogene narrative Muster nach Religionszugehörigkeit 2008

Wie sich herausstellt, werden alle Akteure insbesondere nicht-christlicher Religionsgemeinschaften mit einem, teilweise zwei, stark dominierenden Muster beschrieben. Sie bestimmen damit das Bild der entsprechenden Religionsgemeinschaft besonders stark. Generell sind aber bei allen Religionsgemeinschaften gewisse Tendenzen erkennbar. Angefangen bei den christlichen Akteuren (Christen allg., Katholiken, Protestanten) wird erkennbar, dass sie alle am häufigsten mit dem narrativen Muster der »guten Mutter« dargestellt werden: Christen allgemein in 19.0%, Katholiken in 19.5% und Protestanten in 12.2% der Fälle. Sie werden also als helfende, gütige Menschen präsentiert, die ihre Bedürfnisse für diejenigen anderer zurück stellen. Des Weiteren wird das Muster des Kriminellen mehr als jedem zehnten christlichen Akteur übergestülpt. Das Muster des Schuldigen, das bei Christen allgemein und Katholiken zu finden ist, kann vorwiegend auf dieselbe Ereignislage zurückgeführt werden, also den sexuellen Übergriffen von Geistlichen auf Minderjährige. Muslime werden stark

mit dem narrativen Muster des Kriminellen assoziiert. Immerhin 27.8% aller muslimischen Akteure werden als solche identifiziert. Vermehrt, in 15.0% der Fälle, wird ferner das Muster Schuldiger verwendet. Es lassen sich nicht eindeutige Themenfelder und Ereignisse ausmachen, in welchen diese Muster auf Muslime angewendet werden. Sicherlich trägt aber die Berichterstattung über den sogenannten »muslimischen Terrorismus« dazu bei. Auch im Themenfeld Minarett-Initiative treten diese beiden Muster im Zusammenhang mit dem Islam auf. Dann geht es aber wieder, so ist zu vermuten, indirekt um Terrorismus und die Angst vor dem radikalen Islam. Juden werden stark (29.6%) in einer Opferrolle präsentiert, seltener aber immerhin noch in mehr als jedem zehnten Beitrag als »gute Mutter« (13.6%). Negativ konnotierte narrative Muster werden auf sie also nicht angewendet. Dies gilt gewissermassen auch für die Buddhisten, obschon das narrative Muster Trickser nicht ganz klar zugeordnet werden kann. Buddhisten werden als »gute Mutter« (28.7%) und Trickser (23.6%) beschrieben. Weiterhin wird jeder fünfte buddhistische Akteur mit dem Held-Muster dargestellt. An dieser Stelle gilt es, sich zu vergegenwärtigen, dass wenn von buddhistischen Akteuren gesprochen wird, praktisch nur ein Akteur, nämlich der Dalai Lama, im Fokus steht. Schliesslich sind da noch die Sektenmitglieder, die stark mit dem narrativen Muster Krimineller auftreten (34.6%). Genauso wird das Muster Schuldiger vermehrt, sprich in 16.7% der Fälle, verwendet.

Hier stellt sich nun die Frage, ob es Unterschiede in der Anwendung narrativer Muster auf die Akteure gibt, je nachdem welche Funktion sie in ihrer Religionsgemeinschaft einnehmen. Aufgrund zu geringer Fallzahlen für die anderen Religionen, können hier nur Christen, Katholiken, Muslime und Sektenanhänger näher betrachtet werden. Wenn es um Christen allgemein geht, ist kein Unterschied in der Anwendung narrativer Muster zwischen verschiedenen Akteursfunktionen festzustellen. Bei den Katholiken können hingegen welche ausgemacht werden (signifikant nach χ^2): Das Muster Opfer ist bei Mitgliedern mit 12.9% eher zu finden als bei religiösen Führungspersonen (2.5%) oder Mönchen/Nonnen (3.6%). Das Muster Schuldiger wird hingegen eher auf religiöse Führungspersonen angewendet (15.9%; auf Mitglieder nur zu 6.1%, auf Mönch/Nonne zu 1.8%). Bei katholischen Nonnen/Mönchen sind die Muster Held (in 31.7% der Fälle, bei religiösen Führungspersonen in 7.6%, bei Mitglieder in 12.1%) und »gute Mutter« (44.7%, bei religiösen Führungspersonen in 16.9%, bei Mitglieder 16.8%) ausgeprägter zu finden als bei den anderen Akteursfunktionen. Ein letzter Unterschied bezieht sich auf das Muster Krimineller, das bei katholischen Akteuren häufiger auf Mönche/Nonnen (26.1%) angewandt wird als auf religiöse Führungspersonen (14.1%) oder

Mitglieder (2.5%). Bei den muslimischen Akteuren fallen vor allem zwei Unterschiede zwischen Akteuren unterschiedlicher Funktionen auf: Wenn das »gute Mutter«-Muster vorkommt, wird es vor allem auf religiöse Führungspersonen angewendet (16.4%), aber kaum auf Gruppierungen (2.1%) oder Mitglieder (6.0%). Auf der anderen Seite werden Gruppierungen (35.4%) und Mitglieder (29.5%) häufiger als Kriminelle beschrieben als muslimische Führungspersonen (23.8%).

Obwohl weiter oben kaum Unterschiede in der Anwendung der narrativen Muster zwischen der Inland- und Auslandberichterstattung festgestellt werden konnten, wird ein Blick darauf geworfen, ob sie sich möglicherweise je nach Religionszugehörigkeit unterscheiden. Für die meisten Akteure konnte diese Auswertung allerdings nicht gemacht werden, da zu wenige Fälle pro Kategorie vorhanden sind.

		Opfer	Bösewicht	Schuldiger	Held	gute Mutter	Trickser	Krimineller
Christen	Inlandb.	2.4%	0.0%	22.1%*	5.2%**	23.7%**	8.8%	13.3%
	Auslandb.	7.7%	2.6%	9.6%*	4.4%**	8.1%**	5.0%	5.4%
Katholiken	Inlandb.	7.2%	2.9%*	18.1%**	5.3%**	15.6%	5.9%*	21.9%**
	Auslandb.	2.1%	1.%*	5.7%**	15.4%**	23.0%	3.1%*	5.1%**
Muslime	Inlandb.	5%**	6.1%	9.3%*	3.7%**	9.0%**	18.5%	14.3%*
	Auslandb.	1.6%**	6.5%	14.2%*	4.0%**	5.4%**	11.1%	32.2%*

** p<0.01, *p<0.05 (Signifikanz nach χ^2); Christentum N Inlandb.=103/N Auslandb.=88/N ohne Ereignisort=22, Katholizismus N Inlandb.=244/N Auslandb.=191/N ohne Ereignisort=37, Islam N Inlandb.=74/N Auslandb.=207/N ohne Ereignisort=36; Ausschluss aufgrund zu geringer Fallzahlen: Protestantische, jüdische, buddhistische Akteure, sowie Sektenanhänger. Ebenfalls aufgrund geringer Fallzahlen wurde die Ausprägung »ohne Ereignisort« nicht berücksichtigt. 100% entspricht jeweils dem Gesamt-N der Beiträge pro Religionsgemeinschaft unterteilt nach Inland- und Auslandberichterstattung

Abb. 57: Akteursbezogene narrative Muster nach Religionszugehörigkeit unterteilt nach Inland- und Auslandberichterstattung 2008

Tatsächlich lassen sich signifikante Unterschiede finden. So wird beim Christentum allgemein und dem Katholizismus das Muster Schuldiger in der Inlandberichterstattung signifikant häufiger eingesetzt als in der Auslandberichterstattung. In der Auslandberichterstattung über den Katholizismus wird hingegen der Held häufiger verwendet. Für das Muster »gute Mutter« kann konstatiert werden, dass es in der Inlandberichterstattung über das Christentum allgemein prozentual häufiger als in der Auslandberichterstattung vorkommt. Schliesslich sind signifikante Unterschiede beim narrativen Muster Krimineller festzustellen. Dieses tritt beim Katholizismus in der Inlandberichterstattung rund fünf Mal so häufig auf wie in der Auslandberichterstattung. Beim Islam verhält es sich genau umgekehrt: Hier tritt es in der Auslandberichterstattung mehr als doppelt so häufig auf wie in der Inlandberichterstattung. Tendenziell lässt sich sagen, dass die positiv konnotierten narrativen Muster für muslimische Akteure

häufiger in der Berichterstattung über Schweizer Ereignisse, die negativ konnotieren hingegen häufiger in derjenigen über ausländische Ereignisse zu finden sind. Von den Muslimen im Ausland herrscht also ein negatives Bild vor als von denjenigen in der Schweiz.

Narrative Muster im Jahresvergleich

Dieses Teilkapitel zu aktorsbezogenen narrativen Muster soll mit einem Jahresvergleich abgeschlossen werden. Um die Jahre einander direkt und ohne Einschränkungen gegenüberstellen zu können, wurden für diese Auswertung nur diejenigen Medien berücksichtigt, welche in beiden Jahren erhoben wurden. In Abb. 58 ist aufgeführt, welche narrativen Muster 1998 und 2008 bei den ausgewählten Medien vorkommen.

	1998		2008	
	Anzahl	Spalten-%	Anzahl	Spalten-%
mind. 1 Muster vorhanden	107	23.20%	177	43.30%
Opfer	28	6.10%	31	7.70%
Bösewicht	4	0.80%	9	2.20%
Schuldiger**	10	2.20%	56	13.60%
Held**	8	1.70%	31	7.70%
Gute Mutter**	13	2.90%	65	15.90%
Trickser**	12	2.60%	36	8.80%
Krimineller**	50	10.90%	79	19.40%

100% entspricht jeweils den Anzahl Beiträgen pro Jahr

Abb. 58: Akteursbezogene narrativer Muster im Jahresvergleich

In Abb. 58 wird deutlich, dass 1998 klar mehr Akteure ohne eines der definierten narrativen Muster präsentiert werden als 2008. Dies ist insbesondere auf die 2008 im Vergleich zu 1998 häufigere Verwendung von Schuldiger und »gute Mutter« zurückzuführen. Ansonsten sind die Unterschiede zwischen den Jahren nicht weiter bemerkenswert.

Dass 2008 die narrativen Muster Schuldiger und »gute Mutter« intensiver eingesetzt werden, wird auch bei der spezifischeren Betrachtung nach Religionszugehörigkeit der Akteure deutlich, wie Abb. 59 dargestellt.

		Opfer	Bösewicht	Schuldiger	Held	gute Mutter	Trickser	Krimineller
Christen	1998	5.0%	0.0%	2.6%	2.9%	6.5%	2.5%	2.6%
	2008	6.4%	0.0%	18.1%	6.6%	15.8%	10.9%	13.6%
Katholiken	1998	5.9%	0.6%	2.4%	1.1%	2.2%	1.9%	9.9%
	2008	6.6%	3.3%	17.3%	10.9%	21.6%	4.4%	16.4%
Protestanten	1998	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	8.8%
	2008	0.0%	3.3%	7.2%	0.0%	12.4%	5.7%	10.5%
Muslime	1998	1.7%	1.7%	1.8%	0.0%	0.0%	4.7%	18.8%
	2008	3.5%	3.7%	10.5%	0.9%	5.9%	7.4%	25.8%
Sektenanhänger	1998	9.2%	0.0%	7.3%	0.0%	0.0%	4.9%	30.7%
	2008	23.1%	0.0%	26.9%	7.7%	7.7%	23.1%	59.3%

N Christentum 1998= 72/2008= 67, N Katholizismus 1998=167/2008=132, N Protestantismus 1998=32/2008=27, N Islam 1998= 60/2008=97, N Sekten 1998=45/2008=23; Buddhisten und Juden aufgrund der geringen Fallzahlen 1998 nicht berücksichtigt, 100% entspricht jeweils dem Gesamt-N an Beiträgen pro Religionsgemeinschaft nach Jahr

Abb. 59: Akteursbezogene narrativer Muster nach Religionszugehörigkeit im Jahresvergleich

Die Unterschiede bilden sich wie folgt ab: Bei den Christen allgemein und den Katholiken treten 2008 die narrativen Muster Schuldiger und Krimineller häufiger auf als 1998. Um Katholiken zu beschreiben, wird 2008 ausserdem mehr auf das »gute Mutter«-Muster zurückgegriffen. Dies gilt auch für die Berichterstattung über die Protestanten. Nur minimale Veränderungen zeigen sich bei der Darstellung muslimischer Akteure. Bei Sektenanhängern hat sich gegenüber 1998 die Verwendung gleich mehrerer narrativer Muster gesteigert: Sie werden 2008 häufiger als noch 1998 als Opfer, Schuldiger, Trickser und Kriminelle dargestellt.

7.9.2 Narrative Muster auf Beitragsebene: die »grosse Flut« und die »andere Welt«

Zwei der von Lule (2001) definierten narrativen Muster beziehen sich nicht direkt auf Akteure. Sie wurden deshalb auf Beitragsebene untersucht. Es handelt sich um »andere Welt« und »grosse Flut«.

»andere Welt«

Um die andere Welt zu erfassen, wurden folgende Variablen abgefragt, wobei die positive Beantwortung der ersten Frage Voraussetzungen für die zwei anderen war:

- Wird von einer anderen Welt gesprochen?
- Wird diese andere Welt positiv oder negativ wahrgenommen?
- Wird von abweichenden Glauben, Werten, Praktiken gesprochen?

Die Ergebnisse für das Jahr 2008 sind in Abb. 60 zusammengefasst.

Wird von einer »anderen Welt« gesprochen?	Wird von abweichenden Glauben, Werten, Prakti- ken gesprochen?	Anzahl	Anzahl der Tabellen-%
keine andere Welt erwähnt		1125	68.1%
positive Welt	nein	30	1.8%
	ja	42	2.5%
negative Welt	nein	81	4.9%
	ja	175	10.6%
andere Welt, weder positiv noch negativ	nein	82	5.0%
	ja	118	7.1%
Gesamt		1653	100.0%

Abb. 60: Narratives Muster »andere Welt« 2008

Wie sich herausstellt, wird in 68.1% der Fälle nicht von einer anderen Welt gesprochen. Nur in 4.3% wird eine positive »andere Welt« dargestellt, in immerhin 16.5% der Beiträge eine negativ »andere Welt«. In 12.1% der Beiträge kommt eine andere Welt vor, aber es konnte keine klare Zuordnung vorgenommen werden, ob diese positiv oder negativ ist. Fügt man eine andere Ebene dazu, nämlich diejenige, ob von anderen Glauben, Werten und Praktiken gesprochen wird, verringern sich die Prozentsätze weiter. In 2.5% der Beiträge kommt eine positive andere Welt vor, in welcher von abweichenden Glauben, Werten und Praktiken gesprochen wird. Eine negative andere Welt mit abweichenden Glauben, Werten und Praktiken kommt in 10.6% der Beiträge vor.

Wie bereits schon bei den akteursbezogenen Muster bildet sich ab, dass Boulevard- und Gratiszeitungen das narrativen Muster der »anderen Welt« am häufigsten einsetzen (in 55.7% bzw. 52.9% der Beiträge). Wochen- (31.4%), Sonntagszeitungen (32.5%) und Hintergrundsendungen (39.6%) setzten es vergleichsweise in durchschnittlicher Häufigkeit ein, am wenigsten wird es von Qualitätszeitungen (6.5%), Hauptnachrichtensendungen (12.9%) und Forumszeitungen (22.4%) eingesetzt. Die Unterschiede nach Medien der Regionen Deutsch- und Welschschweiz sind als geringfügig zu betrachten.

Die andere Welt tritt besonders häufig zusammen mit bestimmten Themenfeldern auf. Vor allem drei fallen auf: An erster Stelle Beiträge zu Terrorismus, in welchen in 53.9% der Fälle von einer »anderen Welt«, einer negativen, berichtet wird. Auch bei den wenigen Wirtschafts- (50.2%) und human interest-Beiträgen (42.6%) wird das narrative Muster »andere Welt« häufig eingesetzt. In immerhin rund einem Drittel der Beiträge zu den Themen Kriminalität (37.3%), Kultur (37.0%), Geschichte (34.6%) und Moral (32.0%) wird es angewendet.

Gibt es Unterschiede in der Anwendung des Musters »andere Welt« in Bezug auf die im Beitrag vorkommende Religionsgemeinschaft?

abweichende Glauben, Werten, Praktiken?		keine »andere Welt«	positive »andere Welt«		negative »andere Welt«		»andere Welt«, andere Wertung	
			nein	ja	nein	ja	nein	ja
Christentum	Anzahl	177	6	7	6	16	22	21
	Zeilen-%	69.4%	2.5%	2.9%	2.5%	6.1%	8.5%	8.0%
Katholizismus	Anzahl	395	5	13	10	36	18	13
	Zeilen-%	80.6%	0.9%	2.7%	2.0%	7.4%	3.6%	2.7%
Protestantismus	Anzahl	96	3	4	1	2	8	6
	Zeilen-%	79.6%	2.9%	3.5%	0.9%	1.6%	6.4%	5.1%
Islam	Anzahl	347	14	17	41	74	25	50
	Zeilen-%	61.1%	2.5%	3.0%	7.2%	13.0%	4.4%	8.8%
Judentum	Anzahl	82	1	3	7	10	8	6
	Zeilen-%	70.6%	0.7%	2.4%	5.6%	8.9%	6.7%	5.1%
Buddhismus	Anzahl	85	4	4	11	9	3	9
	Zeilen-%	68.1%	2.9%	3.3%	9.1%	6.9%	2.7%	6.9%
Sekten/ Okkultismus	Anzahl	18	2	1	4	27	2	12
	Zeilen-%	28.7%	2.4%	0.9%	6.5%	40.3%	3.7%	17.5%

100% entspricht jeweils dem Gesamt-N an Beiträgen pro Religionsgemeinschaft

Abb. 61: Narratives Muster andere Welt 2008 nach Religionsgemeinschaft

In Beiträgen zu Sekten wird die »andere Welt« sehr häufig eingesetzt. In 71.3% wird eine »andere Welt« und dann vorwiegend eine negative beschrieben. In 58.7% ist wird im Zusammenhang mit dieser »anderen Welt« von abweichenden Glauben, Werten und Praktiken berichtet. Auch in Beiträgen mit dem Islam ist in immerhin 38.9% der Beiträge eine »andere Welt« zu finden, dann ebenfalls insbesondere negativ. Ein Viertel davon enthalten Hinweise auf abweichenden Glauben, Werte und Praktiken. Ausser in Beiträgen über das Christentum allgemein und den Protestantismus dominiert bei allen Religionsgemeinschaften, wenn eine andere Welt vorkommt, die negative »andere Welt«. In Beiträgen zum Christentum allgemein und dem Protestantismus hingegen wird viel eher eine neutrale Einschätzung der »anderen Welt« vorgenommen.

Im Jahresvergleich lassen sich keine sehr grossen Unterschiede feststellen. Bereits bei den akteursbezogenen Mustern wurde festgestellt, dass 2008 die narrativen Muster häufiger eingesetzt werden als 1998. Dies gilt auch für die Muster auf Beitragsebene: Die »andere Welt« 2008 ist in 18.0% der Fälle häufiger zu finden als 1998, wobei eine positive, negative und neutrale »andere Welt« gleichermaßen häufiger eingesetzt werden.

Die »grosse Flut«

Um zu bestimmen, ob das narrative Muster »grosse Flut« in den untersuchten Beiträgen vorkommt, wurden nachfolgende Variablen verwendet.

- Geht es um ein Unglück von grösserem Ausmass?
- Geht es um ein Unglück, das unerwartet kam?
- Sind die Menschen hilflos gegenüber dem Unglück?
- Wird darauf verwiesen, dass Auslöser für das Unglück ein Fehlverhalten von Menschen war?
- Wird nach dem Unglück vorwärts geschaut?

Die zustimmende Beantwortung der ersten Frage war bestimmend dafür, ob die weiteren Variablen überhaupt erhoben wurden. Deshalb wurde sie auch nicht besonders gewichtet. Das Muster Unglück wurde als zutreffend betrachtet, wenn mindestens drei der Variablen zutrafen.

Ein Unglück von grösserem Ausmass überhaupt kommt in 12.1% der Fälle vor, z. B. wenn etwa durch einen Terroranschlag zahlreiche Menschenleben ausgelöscht werden oder wenn ein Zyklon, wie in Burma geschehen, weit über 100.000 Menschen das Leben kostet. In den meisten Fällen handelt es sich um Unglücke, die bewusst von Menschenhand herbeigeführt wurden. Deutlich seltener sind es Unfälle und in weniger als jedem zehnten Beitrag mit einem Unglück Naturkatastrophen. Zwar kommt in 12.1% der Beiträge ein grosses Unglück vor, das narrative Muster »grosse Flut« ist 2008 allerdings nur in 9.1% auch eingesetzt worden. Und auch hier wiederholt sich das unterdessen bekannte Phänomen, dass Boulevardmedien (16.5%) und Gratiszeitungen (27.4%) das narrative Muster »grosse Flut« am häufigsten einsetzen. Bei den anderen Medientypen ist es in weniger, teilweise in deutlich weniger als jedem zehnten Beitrag zu finden. Auch wieder ersichtlich ist, dass die Deutschschweizer Medien häufiger als die Welschschweizer Medien damit arbeiten, wobei aufgrund des geringen Vorkommens des narrativen Musters dies nicht besonders ins Gewicht fällt. Zu finden ist das narrative Muster »grossen Flut« am ehesten noch in den Themenfeldern Terrorismus (28.6%, z. B. als Folge von Terroranschlägen), human interest (24.9%, z. B. als Folge von Naturkatastrophen) und Wirtschaft (23.9%, z. B. als Folge der Finanzkrise). Die Unterschiede nach Religionsgemeinschaft sind minimal, wobei noch am ehesten das Judentum (12.8%), der Buddhismus (12.4%) und Sekten (12.0%) davon betroffen sind.

Der Jahresvergleich, wieder nur zwischen Medien die in beiden Jahren untersucht wurden, lässt erahnen, dass 2008 das Muster vergleichsweise deutlich häufiger eingesetzt wird (1998: 4.6% vs. 2008: 17.2%). Nicht belegen, aber vermuten lässt sich, dass 2008 auch mehr grosse Unglücke

geschehen sind, was zumindest die Abfrage der Variable »Handelt es sich um ein Unglück von grösserem Ausmass?« nahe legt. Somit ist das Muster »grosse Flut« bis zu einem gewissen Grad direkt ereignisabhängig.

7.9.3 Narrative Muster im Vergleich mit Frames und Nachrichtenfaktoren

Abschliessend wird noch betrachtet, in wie vielen Beiträgen überhaupt narrative Muster vorkommen. Ausserdem sollen diese den Nachrichtenfaktoren und den Frames gegenüber gestellt werden, um einen Eindruck zu erhalten, wie sie ineinander greifen. Dafür wurden alle narrativen Muster auf Beitragsebene betrachtet, d.h. untersucht, ob eines der Muster pro Beitrag vorkommt und nicht pro Akteur.

Vorkommen narrativer Muster

Betrachtet man nun alle Beiträge, ist in 43.5% der Fälle ein narratives Muster zu finden. Beschränkt man sich in der Betrachtung auf diejenigen Beiträge, in welchen auch ein religiöser Akteur vorkommt, was ja die Grundvoraussetzung war, um überhaupt eines der akteursbezogenen narrativen Muster zu erfassen, sind es 50.9% der Fälle, in welchen ein narratives Muster identifiziert wurde. Um konkreter Aufschluss über die Häufigkeit des Vorkommens narrativer Muster zu erhalten bzw. prüfen zu können, wie stark sie die Berichterstattung abdecken, hätte man alle Akteure berücksichtigen müssen. Hier wurde der Fokus aus forschungsökonomischen Gründen auf die religiösen Akteure gelegt, die auch im Zentrum des Interessens standen.

Narrative Muster und Nachrichtenfaktoren

Überprüft wurde, inwiefern narrative Muster und Nachrichtenfaktoren zusammenhängen. Dabei lassen sich einige Abhängigkeiten erkennen, die sich durch das thematische Setting herausbilden. Die Nachrichtenfaktoren Kriminalität und Misserfolg/Schaden treten häufig zusammen mit den narrativen Mustern Opfer, Bösewicht, Schuldiger, Trickser, Krimineller und »andere Welt« auf. Beim den Mustern Bösewicht, Krimineller und »andere Welt« spielt ausserdem Aggression eine dominante Rolle. Der eher selten auftretende Nachrichtenfaktor Erfolg/Nutzen kommt auf der anderen Seite beim narrativen Muster Held und »gute Mutter« vergleichsweise häufig vor. Ausser Ethnozentrismus spielen die ortsabhängigen Faktoren alle eine bedeutende Rolle. Beim Muster Bösewicht nimmt jedoch die geographische Nähe eine herausragende Bedeutung ein, während

kulturelle und wirtschaftliche Nähe hier im Vergleich zu den anderen Mustern weniger wichtig sind.

Narrative Muster und Frames

Abschliessend sollen noch die narrativen Muster mit den untersuchten Frames verglichen werden. Die in Abb. 62 aufgeführten Prozentzahlen müssen als Zeilenprozente gelesen werden, die aufzeigen, welche Frames in den jeweiligen Mustern vorkommen. Anzumerken gilt vorab, dass im areligiösen Frame keine religiösen Hauptakteure vorkommen, weshalb die akteursbezogenen narrativen Muster hier dementsprechend nicht vorhanden sind. Welche Frames kommen nun zusammen mit welchen narrativen Mustern vor? Aus dieser Perspektive betrachtet, ist in Beiträgen mit den narrativen Mustern Opfer, Bösewicht, Schuldiger, Krimineller und »grosse Flut« der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« stark ausgeprägt. Im Weiteren trifft der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« häufig auf, wenn das Muster Bösewicht, Trickser oder Krimineller zutrifft. In Beiträgen mit den narrativen Mustern Held und »gute Mutter« – denjenigen, die am positivsten konnotiert sind – ist der Religionsframe dominant, der ja auch mit einer neutral-positiven Valenz einher geht.

	Religion		»Moraldiskussion mit Religionsbezug«		»politischer Konflikt mit religiösem Akteur«		areligiöser	
	Anzahl	Zeilen-% trifft zu	Anzahl	Zeilen-% trifft zu	Anzahl	Zeilen-% trifft zu	Anzahl	Zeilen-% trifft zu
Opfer**	10	14.8%	46	66.9%	13	18.3%		
Bösewicht**	4	11.5%	12	38.9%	16	49.6%		
Schuldiger**	30	21.2%	75	52.4%	38	26.4%		
Held**	50	51.5%	19	19.0%	29	29.5%		
gute Mutter	77	43.2%	57	32.2%	44	24.6%		
Trickser**	16	15.9%	33	31.4%	55	52.7%		
Krimineller**	16	8.5%	96	51.1%	76	40.4%		
andere Welt**	134	25.4%	144	27.5%	108	20.5%	140	26.7%
grosse Flut**	22	14.6%	59	39.0%	45	29.7%	25	16.7%

100% entspricht dem Gesamt-N an Beiträgen pro Muster

Abb. 62: Narrative Muster und Frames im Vergleich 2008

7.9.4 Diskussion der Ergebnisse

Bei vielen Akteuren wurden die narrativen Muster nicht gefunden. Allerdings wurde ihr Vorkommen nur hinsichtlich religiöser Akteure überprüft. In der Analyse konnten jedoch bei Akteuren aller Religionsgemeinschaften

ten – mal mehr Mal weniger – dominante Muster festgestellt werden. Wie aber sehen diese genau aus? Darüber wurde in Hypothese H6_1 gemutmasst.

(H6_1) *Journalisten haben ganz bestimmte Bilder von Religionsgemeinschaften im Kopf. Bei jeder Religionsgruppe dominiert eines oder zwei der narrativen Muster. In der Darstellung von Christen werden die narrativen Muster »gute Mutter« und Schuldiger erwartet, bei Muslimen kommen der Bösewicht und die »andere Welt« zum Zug, für Buddhisten werden die narrativen Muster Opfer und Held verwendet, bei Juden das Opfermuster und bei Sekten der Bösewicht und die »andere Welt«.*

Wie erwartet wird das Muster »gute Mutter« bei Akteuren christlicher Orientierung (unabhängig der Konfession) in den Medien regelmässig gefunden. Sie werden also als helfende, gütige Menschen präsentiert, die ihre Bedürfnisse für diejenigen anderer zurück stellen. Ein prominentes Beispiel ist Pfarrer Sieber. Der von den Medien als »Obdachlosenpfarrer« bezeichnete Pfarrer kümmert sich um die Obdachlosen und setzt sich für sie ein. Dabei stellt er sich selber, so lassen die Medienberichte vermuten, vollkommen zurück. Auch die narrativen Muster Schuldiger (erwartungsgemäss) und Krimineller tauchen im Zusammenhang mit christlichen Akteuren allgemein und Katholiken auf. Hier geht es oft darum, dass Geistliche einen kriminellen Akt begangen haben, wobei deren Schwere variieren kann. Zu den bekanntesten Fällen zählen die pädophilen Handlungen von katholischen Geistlichen, welche 2008 viel Aufmerksamkeit erhalten haben. Erstaunlich ist, dass sich das narrative Muster des Bösewichts in diesem Zusammenhang nicht herausgebildet hat. Der Kriminelle ist aber auch auf einer niederschwelligeren Stufe zu finden, etwa wenn sich ein Pfarrer an der Kollekte vergriffen hat.

Das narrative Muster Bösewicht konnte kaum identifiziert werden, wird aber vermutlich durch das neue Muster, dasjenige des Kriminellen ausgeglichen. Dieses wurde dann auch statt des erwarteten Bösewicht-Musters zur Beschreibung muslimischer Akteure gefunden. Ferner trifft dasjenige des Schuldigen zu. Auch die »andere Welt« ist, wie in der Hypothese vorgeschlagen, ein dominantes Muster bei muslimischen Akteuren in den Medien. Es lassen sich nicht eindeutige Themenfelder und Ereignisse ausmachen, in welchen diese narrativen Muster auf Muslime angewendet werden. Sicherlich trägt aber die Berichterstattung über den sogenannten »muslimischen Terrorismus« dazu bei. Auch im Themenfeld der Anti-Minarett-Initiative treten diese narrativen Muster im Zusammenhang mit dem Islam auf. Dann geht es aber, so ist zu vermuten, auch wieder indirekt um Terrorismus und um die Angst vor dem radikalen Islam.

Buddhistische Akteure werden weniger als Opfer, sondern eher als »gute Mutter«, Trickser und Held dargestellt. Als Akteur steht der Dalai Lama klar im Fokus. Dabei wird er praktisch ausschliesslich in seiner Rolle als Anführer von Tibet präsentiert. Über ihn wird etwa als Trickser berichtet, wenn er geschickt und schlau versucht, das mächtige China auszutricksen oder als Held, wenn er sich mutig für eine grosse Sache, nämlich ein freies Tibet einsetzt. Nicht selten wird aber auch seine sanfte, warme Seite, wie er anderen aufopfernd hilft, gezeigt.

Wenn Juden in den Schweizer Medien vorkommen, dann stark in einer Opferrolle. Zum selben Resultat sind bereits Meier, Müller und Eisenegger (2005) gekommen, die in der Berichterstattung Juden häufig in einer Opferrolle dargestellt fanden. Der Nationalsozialismus in Deutschland, insbesondere der Holocaust ist im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Juden noch immer präsent. Zudem werden antisemitische Handlungen und Aussagen immer wieder thematisiert. In der Studie von Meier, Müller und Eisenegger (2005) sind im Zusammenhang mit dem Nahostkonflikt auch negative Bilder jüdischer Akteure festgestellt worden; Sie werden dann als Täter typisiert. In der hier untersuchten Berichterstattung ist diese Seite ebenfalls vorhanden, allerdings sehr marginal.

Bei Sektenanhängern dominiert zwar nicht das narrative Muster Bösewicht, dafür die verwandten Muster des Kriminellen und Schuldigen. Die ersten beiden narrativen Muster sind anzutreffen, wenn etwa die Anführerin von Fiat Lux Steuern hinterzieht, ein Sektenmitglied eine Millionärin erpresst oder die Anführer der von den Medien als »Polygamisten-Sekte« bezeichneten Sekte wegen Kindsmisbrauch verhaftet werden. Gesamthaft wird auch häufig im Zusammenhang mit Sekten von einer anderen, negativen Welt berichtet. An dem Beispiel der Berichterstattung über Sekten kann besonders gut veranschaulicht werden, wie sich die »andere Welt« manifestiert hat. Ein dominantes Thema in Beiträgen über Sekten war die Verhaftung der Mitglieder der »Polygamisten-Sekte« in den USA. Die Sekte lebte auf einem Gehöft hinter hohen Mauern, also in einer abgeschiedenen, ganz eigenen, eben »anderen Welt«. Was hinter diesen Mauern geschah, wurde als für den Durchschnittsmenschen unverständlich, abnormal, gar als unheimlich beschrieben. Die Beiträge fokussierten darauf, dass minderjährige Mädchen nicht nur missbraucht, sondern bewusst geschwängert wurden. Hier wird deutlich, was narrative Muster bzw. Mythen nach Lule (2001) so stark auszeichnet: Nämlich ihre Funktion der Erhaltung von Normen und Werten der Gesellschaft. Indem in dieser Berichterstattung die »Schaugeschichte« so stark und ausführlich dokumentiert wurde, wurde ein Zeichen dafür gesetzt, dass das von den Sektenanhängern an den Tag gelegte Verhalten für den »normalen Bürger«

nicht in Frage kommt und es die Normen der Gesellschaft und Kultur verletzt. Nicht vergessen werden darf, dass auch das narrative Muster des Opfers häufig auf Sektenmitglieder hin angewendet wird. Hier kommt dann die andere Seite zum Zug, also nicht diejenige der Täter, sondern die Seite des/der Missbrauchten. Diese Berichterstattung zeigt, wie Menschen in die Fänge von Sekten geraten und dabei unschuldig zu deren Opfer werden.

Die Anwendung narrativer Muster auf die verschiedenen religiösen Akteure fördert ein Abbild der Werte, Normen und Vorstellung einer Gesellschaft zutage. So wird die kritische Haltung der Schweizer Bevölkerung gegenüber dem Islam, die sich in der Anti-Minarett-Initiative äussert, in der Berichterstattung deutlich. Die vom Üblichen abweichenden Praktiken der Muslime sorgen genauso für Unbehagen, wie die ihnen zugeschriebenen terroristischen (geplanten) Attentate. Die Medien greifen damit eine Grundstimmung in der Bevölkerung auf, womit aber nicht gemeint ist, dass sie direkt Wertungen vornehmen. Genauso wird das Verhalten von Sekten mit Hilfe der narrativen Muster gesellschaftlich verurteilt. Das Opfermuster kann etwa dazu dienen, die Folgen einer Mitgliedschaft in einer Sekte aufzuzeigen. Das narrative Muster des Kriminellen macht deutlich, dass illegales, anderen schadenendes Verhalten bestraft wird und von der Gesellschaft nicht toleriert wird.

Als vorgegriffenes Fazit kann hier von einer Anwendung stark stereotypisierter Bilder gesprochen werden, die sich in den Köpfen manifestiert haben. Dies zeigt sich, wenn etwa Juden noch immer in der Opferrolle thematisiert oder Muslime immer aus negativem Blickwinkel beschrieben werden.

8 Schlussbetrachtungen

Mit einer breit angelegten Inhaltsanalyse wurde in dieser Arbeit das Feld der Religionsberichterstattung aufgerollt. Die anfangs gestellten Forschungsfragen, welche im Kern danach fragten, wie sich die Religionsberichterstattung beschreiben lässt und welche Bilder von einzelnen Religionsgemeinschaften in den Medien vorherrschen, konnten vollumfänglich beantwortet werden. In diesem Schlusskapitel wird nochmals Revue passiert und die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit zusammengefasst. Es folgt dazu erst ein Kapitel 8.1, das eine Zusammenfassung der gesamten Religionsberichterstattung gibt und die verschiedenen Ergebnisse zueinander in Beziehung setzt. Schliesslich werden in Kapitel 8.2 die Ergebnisse nicht nach Untersuchungsfeldern, sondern nach Religionsgemeinschaften zusammengefasst. So lässt sich für jede Religionsgemeinschaft ein Bild nachzeichnen. Es folgt ein Fazit (Kapitel 8.3) dazu. Nach dem Ergebnisüberblick wird die Arbeit als Ganzes kritisch gewürdigt, sprich deren Grenzen und Stärken zur Diskussion dargestellt (Kapitel 8.4). Dabei wird einerseits die Eignung der Theorien (Kapitel 8.4.1), andererseits die methodische Herangehensweise (Kapitel 8.4.2) rückblickend beurteilt. Im abschliessenden Kapitel 8.5 folgt dann noch ein Ausblick auf den Forschungsbedarf.

8.1 Die Religionsberichterstattung

Ziel dieser Arbeit war es, die Bilder die von Religion in den Schweizer Medien herrschen nachzuzeichnen. Das Feld der Religionsberichterstattung ist in der Schweiz noch nahezu unerforscht, hat aber auch weltweit nur wenige empirische Forschungen auf sich vereint. Einzig die Darstellung des Islam in den Medien war gehäuft Gegenstand von Inhaltsanalysen. Die Berichterstattung über andere Religionsgemeinschaften wurde bisher kaum untersucht. Diese Studie, welche Teil des Schweizerischen Nationalfondprojekts 58 »Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft« ist, ist damit die erste, welche die Anstrengung unternommen hat, die gesamte Religionsberichterstattung in der Schweiz unter die Lupe zu nehmen. Nebst einer deskriptiven Beschreibung wurde ferner eine theoretisch angeleitete Auswertung durchgeführt. So wurde auf zwei bewährte publizistik- und medienwissenschaftliche Ansätze, die

Nachrichtenwerttheorie und das Framing, zurückgegriffen. Die Nachrichtenwerttheorie macht Aussagen darüber, welche Faktoren Einfluss darauf haben, ob über ein Ereignis berichtet wird oder nicht. Sie sagt aus, dass das Auftreten gewisser Nachrichtenfaktoren zusammen mit einem Ereignis oder die Möglichkeit einem Ereignis diese Faktoren zuzuschreiben, die Publikationswahrscheinlichkeit erhöht. Sie bieten eine Möglichkeit, die Berichterstattung zu beschreiben. Frames wurden in dieser Arbeit als sozial geteilte Deutungsmuster verstanden, die den Sinnhorizont zu einem Thema erfassen und die Perspektive, mit welcher ein Thema bearbeitet wird, in der Art bestimmen, dass einige Aspekte der wahrgenommenen Realität salienter gemacht werden als andere. Sie setzen sich aus mehreren konsistent miteinander verbundenen Elementen zusammen. Ihre Funktion ist die Strukturierung, Komplexitätsreduzierung sowie die Anleitung der Selektion von Informationen. Sie wurden in dieser Arbeit über ein dimensionsreduzierendes Verfahren mittels Clusteranalyse erfasst, da die Autorin davon ausging, dass sie mehrdimensional und über verschiedene latente Strukturen in der Berichterstattung zu finden sind. Schliesslich wurde mit dem Ansatz der narrativen Muster gearbeitet und somit ein für die Kommunikationswissenschaft neuer Weg beschritten. Narrative Muster sind kulturell entstandene, über Generationen hinweg kommunizierte Geschichten, welche die Grundwerte einer Gesellschaft, ihre Normen und Werte ausdrücken. Angeleitet von Lule (2001) wurde davon ausgegangen, dass diese narrativen Muster in der Berichterstattung immer wieder eingesetzt werden. Theoretisch angeleitet mit einer konfirmatorischen Faktoranalyse bestätigt wurden diese Muster auf Akteurs- und Beitragsebene bestimmt. Um fernerhin dem Religiösen in der Berichterstattung auf die Spur zu kommen, wurden die von Glock (1969) definierten Dimensionen der Religiosität hinzugezogen. Vor diesem Hintergrund wurde ein umfangreiches Codebuch verfasst. Als Analysegegenstand wurden verschiedene Medientypen (Tages-, Wochen-, Gratis- Sonntagszeitungen, Hauptnachrichtensendungen sowie Hintergrundsendungen von Radio und Fernsehen) aus der Region Zürich und der Region Lausanne (ohne elektronische Medien) berücksichtigt. Das Sample enthält Beiträge aus dem Zeitraum vom 7. Dezember 2007 bis 6. Dezember 2008 sowie dem Jahr 1998. Aus forschungsökonomischen Gründen konnte das Jahr 1998 nicht so umfangreich wie 2008 untersucht werden, weshalb nur die auflagestärksten Tageszeitungen (BLICK, TAGES-ANZEIGER, NZZ, LE TEMPS, LE MATIN) ins Sample aufgenommen wurden. Ferner war es aufgrund der aufwändigen Erfassung der elektronischen Medien nicht möglich, diese ebenfalls in der französischsprachigen Schweiz zu

untersuchen. Das Codebuch war in zwei Stufen aufgebaut. Dies liess zu, sowohl Beiträge, in welchen Religion nur nebenbei erwähnt wird, als auch solche, in denen Religion zentral vorkommt, zu untersuchen. Als Religionsberichterstattung (diese wurden auf zweiter Stufe untersucht) wurde definiert, wenn mindestens einer der genannten Punkte zutrif: 1) Hauptakteur ist eine religiöse Person oder 2) mindestens ein Drittel des Artikels bezieht sich auf Religion. Während für Beiträge nur erster Stufe wenige deskriptive Variablen, unter anderem Thema und Rolle der Religion im Beitrag, untersucht wurde, wurden Beiträge auf zweiter Stufe ausführlich analysiert. Insgesamt wurden 4920 Beiträge codiert, 2138 davon sowohl auf erster als auch auf zweiter Stufe. Was hat nun aber die Analyse der Religionsberichterstattung ergeben?

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass das Christentum, hier eigentlich der Katholizismus, sowie der Islam, die Berichterstattung dominieren. Es ist zu vermuten, dass dem Christentum seine historische Tradition in der Schweiz zu Gute kommt. Allerdings erhält der Protestantismus, obwohl etwa gleich mitgliederstark wie der Katholizismus, weniger Beachtung in den Schweizer Medien. Hier wird angenommen, dass dies damit zusammenhängt, dass die Katholiken durch die hierarchischen Strukturen prominente und einflussreiche Persönlichkeiten an der Spitze haben, während die Protestanten keine entsprechenden Repräsentanten ihrer Religion aufweisen können. Zudem haben Katholiken bildlich attraktive Rituale und führen regelmässig Grossereignisse durch, welche die Medienaufmerksamkeit auf sich ziehen. Der Islam erlangt im aktuellen Weltgeschehen und in der Schweiz viel Aufmerksamkeit. Einerseits sind Schiiten und Sunniten Konfliktparteien im nahen und mittleren Osten, insbesondere in Pakistan. Kämpfe, Anschläge, Verhandlungen und Auftritte der Anführer sind damit immer wieder Medienthema. Andererseits werden in den Medien terroristische Attentate mit dem Islam verbunden und die Angst vor dem »fremden Islam« im Westen ist besonders in Europa Thema zahlreicher, insbesondere politischer Auseinandersetzungen. Die Berichterstattung mit und über Religion ist stark vom Themenbereich Politik und Konflikt bestimmt; insbesondere wenn es um den Buddhismus, Islam und das Judentum geht. Auch wenn Religion nicht ein unwichtiges Thema ist, ist es dafür, dass Religion oder Religionsvertreter einen zentralen Teil des Berichts ausmachen, nur sehr marginal vertreten. Das Religiöse selbst, das »religioning« nach Nye (2007) hat selten Relevanz, Dimensionen der Religiosität kommen nur geringfügig vor. Das Religiöse an sich spielt also keine Rolle und ist mehr ein Nebenthema. Am ehesten kommt es in Beiträgen über Sekten oder christliche Religionsgemein-

schaften vor. Religion kann ausserdem in Moraldiskussionen (mit)thematisiert werden. Immerhin gilt Moral als ein Steckenpferd von Religion. Die Medien sind sehr reaktiv und nur selten proaktiv, wenn es um Religion geht. Sie greifen also religiöse Themen nur auf, wenn es ein für sie attraktives Ereignis dazu gibt. Religiöser Glaube und religiöse Praktiken gelten als Privatsache, als etwas, das individuell ist und nicht direkt in die Öffentlichkeit gehört. Einen eigentlichen Religionsjournalismus, der sich auf diese Thematik spezialisiert hat, fachliche Kompetenz aufweist und Religionsthemen auch unabhängig von der Öffentlichkeitsarbeit der Religionsgemeinschaften bearbeitet, ist nur in sehr wenigen Schweizer Medien zu finden. Zu diesen zählen einerseits die öffentlichen Radio- und Fernsehsender, zum anderen einige wenige Qualitätszeitungen. Aber obwohl sie spezialisierte Journalisten oder gar Ressorts haben, bleibt Religion von marginaler Bedeutung. Oft müssen die Religionsthemen bei den öffentlichen Sendern zwei Hürden überwinden: Einerseits müssen sie von den Religionsjournalisten, die unabhängig von einer spezifischen Sendung arbeiten, wahrgenommen und aufgegriffen, andererseits dann auch von den eigentlichen Sendungsmachern akzeptiert und ins Programm aufgenommen werden.

Verschiedene Religionsgemeinschaften werden von den Schweizer Medien unterschiedlich präsentiert. Insbesondere ist eine Teilung entlang der Linie Christentum versus andere Religionsgemeinschaften festzustellen, obwohl natürlich auch zwischen diesen gewisse Unterschiede bestehen. Christliche Religionsgemeinschaften werden häufiger im Zusammenhang mit Religion thematisiert und in ein positiveres Licht gerückt als nicht-christliche Religionsgemeinschaften. Diese werden stärker in einem negativen politisierten Kontext thematisiert, wobei der Buddhismus im Gegensatz zu den anderen Religionsgemeinschaften dann trotzdem einen positiven Anstrich erhält. Im Weiteren lässt sich sagen, dass über christliche Religionsgemeinschaften vielfältiger und differenzierter berichtet wird, als über nicht-christliche Religionsgemeinschaften. Möglicherweise finden sich die Gründe für dieses Phänomen im Stereotypenansatz. Die Mehrheit der Schweizer, zu denen die Autoren der untersuchten Beiträge gehören, sind christlich sozialisiert worden oder zumindest seit der Kindheit mit den Landeskirchen vertraut. Es ist das, was sie kennen. Was einem bekannt ist, sieht man oft viel differenzierter. Menschen, die dem Christentum folgen, gehören zu der gleichen Kultur, der gleichen Gruppe. Alle anderen Religionsgemeinschaften sind noch jung in der Schweiz und viele davon sind erst jüngst durch Migration eingeführt worden. Sie basieren oft auf einem anderen kulturellen Hintergrund, sind den meisten Schweizern fremd und wer-

den dadurch als exotisch wahrgenommen. Ihre Anhänger gehören aus der Sicht des Journalisten somit eher zur »Outgroup«. Gerade dann sind Generalisierungen nicht ungewöhnlich, da den Journalisten das (Detail-) Wissen für eine komplexe Themenbearbeitung fehlt und das »Fremde« pauschal, kategorisiert wahrgenommen wird. So kann hier festgestellt werden, dass von den nicht-christlichen Religionsgemeinschaften ein klar einseitigeres Bild gezeichnet wird als vom Christentum. Besonders deutlich wird es in der Berichterstattung über den Islam, der aufgrund verschiedener Ereignisse in unterschiedlichen Ländern in die Medien kommt. Allerdings sind die schlussendlich vermittelten Bilder immer ähnlich, wobei der »Schweizer Islam« etwas besser wegkommt als der »ausländische Islam«.

Unter Berücksichtigung all dieser Ergebnisse liegt der Schluss nahe, dass christliche Religionen eher als Religionen betrachtet werden. Nicht-christliche Religionen hingegen, die in der Schweiz (noch) nicht traditionell verankert sind, werden eher als politische Akteure dargestellt. Das zeigt sich auch daran, dass bei christlichen Religionen vor allem geistliche Hauptakteure auftreten, bei nicht-christlichen hingegen mehrheitlich nur Mitglieder einer Religion. Einzige Ausnahme bildet der Buddhismus – hier nimmt der Dalai Lama eine alles dominierende Position ein, was sich wiederum mit der Prominenz dieses Akteurs und dem Tibet-China-Konflikt als fast einziges Thema im Zusammenhang mit dem Buddhismus erklären lässt.

8.2 Bilder der einzelnen Religionsgemeinschaften

Bis anhin wurde die Religionsberichterstattung entlang einzelner deskriptiver Variablen und theoretischen Ansätzen ausgewertet. Hier sind nun die einzelnen Ergebnisse nach Religionsgemeinschaft vereint dargestellt, so dass die Hauptfragestellung »Welche Bilder die Medien aus der Region Lausanne und Zürich von einzelnen Religionsgemeinschaften zeichnen« beantwortet wird. Ausgeführt werden die Ergebnisse derjenigen Religionsgemeinschaften, die mit mindestens hundert Beiträgen im Sample vertreten sind und für die somit ein genügend Beiträge für quantitative Analysen vorhanden ist. Dies sind die christlichen Religionsgemeinschaften, der Islam, das Judentum, der Buddhismus und die Sekten.

8.2.1 Christentum

Die verschiedenen Konfessionen (Katholizismus, Protestantismus), genauso wie die Bezeichnungen Christentum oder christlich (ohne eine Konfession zu nennen) werden zwar im Groben tendenziell ähnlich behandelt, aber detaillierter betrachtet und immer wieder in unterschiedlichen Kontexten und Bewertungen verwendet. Deshalb und weil alle drei vergleichsweise ein gewisses Gewicht in der Berichterstattung haben und zu den wichtigsten Gruppierungen in der Schweiz gehören, wurden sie getrennt behandelt.

Das Christentum ist die am häufigsten vorkommende Religionsgemeinschaft in den Medien, wobei sie stark durch den Katholizismus vertreten wird. Der Protestantismus wird kaum beachtet, noch häufiger werden die Begriffe christlich oder Christentum – in dieser Arbeit als Christentum allgemein bezeichnet – verwendet. Diese Ungleichbehandlung von Katholizismus und Protestantismus in den Medien haben bereits Stern (2004) für die Schweizer Zeitungen und Nötzold (2009) für Medien diverser Länder weltweit (ohne Schweiz) festgestellt. Seit 1998 verlieren die christlichen Religionsgemeinschaften inklusive der verschiedenen Konfessionen in der untersuchten Berichterstattung gegenüber 2008 anteilmässig etwas an Bedeutung. Dies könnte allerdings auch darauf zurückgeführt werden, dass der Islam an Bedeutung gewinnt. In dieser Arbeit wurde jeweils der Anteil den eine Religionsgemeinschaft in den Medien einnimmt, berechnet, d.h. ihr Vorkommen ist damit immer relativ zur Häufigkeit des Vorkommens anderer Religionsgemeinschaften. Wie sich herausstellte, erhalten bei gewissen Medien christliche Religionsgemeinschaften proportional mehr Aufmerksamkeit als bei anderen. So erhält der Katholizismus in Hauptnachrichtensendungen und Boulevardzeitungen besonders viel Beachtung, viel mehr als bei anderen Medientypen. Die Medienberichterstattung über christliche Religionsgemeinschaften ist vor allem schweiz- und europazentriert. Aufgrund der Präsidentschaftswahlen in den USA, in welchen Religion immer wieder Haupt- oder Nebenthema war, erhalten auch die USA in der Berichterstattung über das Christentum eine gewisse Relevanz. Religion ist dafür, dass es sich um Berichterstattung handelt, in welcher Religion zentral vorkommt, selten Thema. Beim Christentum kommt es aber vergleichsweise häufig vor – in etwas weniger als der Hälfte der Beiträge. Weitere Themenfelder, die eine gewisse Relevanz haben, aber bereits deutlich weniger häufig vorkommen, sind in Beiträgen über das Christentum allgemein Politik und Kriminalität und bei solchen über den Protestantismus vor allem Politik. Wenn es um den Katholizismus

geht, handeln immerhin rund ein Viertel von Kriminalität. In diesem Zusammenhang werden vor allem die Ereignisse rund um die Fälle der pädophilen Geistlichen thematisiert. Wenn es um leichte Kriminalität geht, wird häufig über Vergehen von geistlichen Personen berichtet, wie beispielsweise dem Diebstahl einer Kollekte oder Geschwindigkeitsübertretungen. Diese Vergehen sind besonders erwähnenswert, weil sie durch eine geistliche Person begangen wurden, also von Personen an welche einen hohen Moralanspruch gestellt wird. Ihr Vergehen wiegt damit schwerer, als wenn es von einer Person aus der Gesellschaft begangen worden wäre.

Die im Vergleich zu anderen Religionsgemeinschaften grössere Relevanz religiöser Aspekte in Beiträgen zu christlichen Religionsgemeinschaften wird neben der häufigeren Verwendung des Themas Religion, bei der Betrachtung religiöser Dimensionen und dem Frameelement »Bezug zu Gott/religiösen Vorstellungen« deutlich. Diese Tendenz bestätigt die Framinganalyse, in welcher in Beiträgen über christliche Religionsgemeinschaften der Religionsframe und der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« am stärksten auftraten. Diesen Frames liegt tendenziell eine neutrale oder positive Ereignisvalenz zugrunde. Das Christentum tritt somit auch eher mit neutralen, vereinzelt sogar positiven Ereignissen als mit negativ-neutralen und noch seltener mit negativen auf. Dies wird überdies darin deutlich, dass negative Nachrichtenfaktoren in der Berichterstattung über das Christentum nicht so ein grosses Gewicht haben. Stattdessen dominieren Prominenz und Einfluss. Die Bedeutung dieser beiden Nachrichtenfaktoren wird auch bei der Betrachtung der Akteure deutlich. Christliche Akteure sind generell Geistliche. Nur wenn keine Konfession genannt wird, sind es vor allem Mitglieder/Anhänger. Eine mächtige Position, wenn man nur die Häufigkeit des Vorkommens betrachtet, nimmt dabei der Papst ein. Seine häufige Präsenz in den Medien bestätigt die zentrale Funktion der Nachrichtenfaktoren Prominenz und Einfluss in der Berichterstattung über den Katholizismus. Der Protestantismus hat keine vergleichbare Führungspersönlichkeit. Wie bereits weiter oben gemutmasst wurde, könnte dies unter anderem ein Grund dafür sein, dass der Protestantismus so wenig Beachtung in den Medien erhält. Wenn er aber vorkommt, sind Prominenz und Einfluss ebenfalls wichtige Nachrichtenfaktoren. Zwei narrative Muster können am ehesten mit dem Christentum verbunden werden, wobei das eher geringe Vorkommen narrativer Muster zu berücksichtigen gilt: es sind dies die »gute Mutter« auf der einen, der Kriminelle auf der anderen Seite.

Grundsätzlich ist in der Berichterstattung über das Christentum eine starke Dominanz des Katholizismus festgestellt worden. Der Protestantismus hingegen erhält kaum Beachtung. Wenn er in den Medien ist, hat er eine tendenziell positiver konnotierte Berichterstattung als der Katholizismus. Diese neutrale oder positive Rahmung des Protestantismus steht im Gegensatz zu den Ergebnissen von Stern (2004), welche im Zusammenhang mit dem Protestantismus Konflikt als wichtiges Element identifizierte.

8.2.2 Islam

Der Islam wird in den Medien häufig nicht weiter differenziert, sondern eben als »der Islam« oder »die Muslime« bezeichnet. Nur im Zusammenhang mit den Konflikten zwischen Schiiten und Sunniten im Nahen und Mittleren Osten werden vereinzelt die Strömungen genannt. Grundsätzlich wird der ausländische Islam, auch dessen verschiedenen Strömungen, immer in derselben Art und Weise dargestellt, weshalb die Zusammenfassung zum Oberbegriff Islam legitim erschien.

Der Islam ist nach dem Christentum, d.h. konkret eigentlich nach dem Katholizismus, die am zweithäufigsten vorkommende Religionsgemeinschaft in den Medien. Gegenüber 1998 hat der Anteil der Berichterstattung über den Islam stark zugenommen. Genauso häufig wie er eine zentrale Rolle in den Medien einnimmt, wird er auch manchmal ganz nebenbei erwähnt, etwa um ein Land zu charakterisieren oder die Religionszugehörigkeit einer Gruppe zu benennen. Am meisten Aufmerksamkeit erhält er in den beiden Hintergrundmedien Wochenzeitingungen und Hintergrundsendungen. Beide Medien, aber insbesondere eine der zwei untersuchten Hintergrundsendungen, legen starkes Gewicht auf Politik, was wiederum stark mit dem Islam verknüpft ist. Insgesamt sind Konflikt, Politik und Terrorismus die zentralen Themen in der Berichterstattung über den Islam, die zusammengerechnet häufiger als religiöse Themen auftreten. Demnach erstaunt das eher geringe Vorkommen der »Dimensionen von Religiosität« oder von einem »Gottbezug/Bezug zu religiösen Vorstellung« nicht. So ist in der Islam-Berichterstattung der areligiöse Frame auch derjenige, der am häufigsten vorkommt. Interessanterweise ist die Themenwelt in der Berichterstattung mit/über den Islam 1998 und 2008 praktisch die gleiche. Dabei konzentriert sie sich insbesondere auf die Ereignisse im Nahen Osten, aber auch der Islam in Europa erhält gewisse Aufmerksamkeit. Die Themen implizieren es bereits: Die Ereignisvalenz ist stark negativ, negativ-neutral belastet – Ereignisse mit positiver Ereignisvalenz sind

nur selten anzutreffen. Über den Islam wird also häufig in einem negativen Kontext berichtet. So sind auch negativ besetzte Nachrichtenfaktoren wie Aggression, Kontroverse oder Schaden in Beiträgen mit/über den Islam häufiger zu finden als andere Nachrichtenfaktoren. Dies gilt vor allem für den »ausländischen Islam« (Ereignisort nicht Schweiz), während der »Schweizer Islam« schon deutlich seltener mit diesen negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren in Verbindung gebracht wird. Die Anwendung der Nachrichtenfaktoren in der Islamberichterstattung ist über die beiden Jahre 1998 und 2008 gesehen relativ konstant, einzig der Nachrichtenfaktor »Kontroverse« hat an Bedeutung gewonnen. Diese Negativität wiederholt sich ebenfalls bei den narrativen Mustern: Der Schuldige, der Kriminelle und die »negative andere Welt« sind dominierende Muster, um Muslime zu beschreiben. Der Islam wird also nicht einfach »nur« in negativen Kontexten präsentiert, sondern die muslimischen Akteure auch in eher negativen Bildern beschrieben. Dies bestätigt sich, betrachtet man die mehrheitlich negativen Attribuierungen. Keine andere Religionsgemeinschaft wird annähernd so intensiv mit negativen Attributen charakterisiert. Eine Ausnahme sind Sektenmitglieder, aber auch dort ist die Attribuierung nicht so negativ wie bei Muslimen. Im Übrigen sind die muslimischen Akteure selten Geistliche, sondern vielmehr Angehörige des Islams, etwa z. B. ganze Gruppen, die vornehmlich politische Positionen beziehen.

So ist alles in allem ein eher düsteres, negativ besetztes Bild des Islams in den Schweizer Medien vorhanden. Das konnten bereits diverse Studien (u. a. Meier/Müller/Eisenegger 2004, Abdel Aziz 2005, Reichmuth 2006, Ettinger/Linards 2009) aufzeigen, die den Islam in den Medien untersucht haben. Nicht vergessen werden darf, dass es sich bei dieser negativen Berichterstattung vor allem um Auslandberichterstattung handelt, welche die gesamte Berichterstattung über/mit dem Islam dominiert. Die Inlandberichterstattung gibt vergleichsweise ein etwas positiveres Bild des Islams ab. Negativ konnotierte Nachrichtenfaktoren, Attribuierungen sowie negativ konnotierte narrative Muster sind in Beiträgen über den »Schweizer Islam« etwas seltener zu finden als in denjenigen über den »ausländischen Islam«. Dies spricht für gewisse Bemühungen der Journalisten in der Schweiz ein differenzierteres Islambild zu präsentieren.

8.2.3 Judentum

Das Judentum erhält in der Medienberichterstattung eher wenig Aufmerksamkeit, aber doch noch mehr als andere sogenannten Weltreligionen wie der Buddhismus oder Hinduismus. Berücksichtigt man die weltweit sehr geringe Population von Juden, kann man sagen, dass sie in den Medien doch eine gewisse Beachtung erhalten im Vergleich zu anderen, grösseren Religionsgemeinschaften. Diese Aufmerksamkeit ist vor allem historisch bedingt. Der Nationalsozialismus in Deutschland und dessen Folgen interessieren 2008 weiterhin. Im Zuge der Nachverhandlungen dieser Ereignisse und der Rolle der Schweizer Banken bezüglich nachrichtenlosen Vermögen und Fonds, erhielt das Judentum 1998 besondere Beachtung. Dies wiederholte sich 2008 nicht im gleichen Ausmass. In diesem Jahr haben die Konflikte im Nahen Osten noch eine gewisse Relevanz. Dementsprechend ist Geschichte ein wichtiges Themenfeld, das aber 2008 gegenüber 1998 an Bedeutung verliert. Weitere Themenfelder sind Religion und Konflikt/Politik, die beide etwa denselben Raum in der Berichterstattung einnehmen. Immerhin einem Fünftel der Beiträge, das ist deutlich mehr als in der Berichterstattung über andere nicht-christliche Religionsgemeinschaften, liegt ein positives Ereignis zugrunde – aber auch fast die Hälfte der berichteten Ereignisse sind negativ, negativ-neutral. Wie angedeutet ist Religion in nur rund einem Viertel Thema, weshalb das geringe Vorkommen von Dimensionen der Religiosität und das starke Auftreten des areligiösen Frames nicht erstaunt.

Interessant ist die Bedeutung des Nachrichtenfaktors Emotionalisierung, der im Zusammenhang mit dem Judentum am häufigsten auftritt. Wenn es also um die Judenverfolgung im nationalsozialistischen Deutschland geht oder um antisemitische Handlungen, kommen schnell Emotionen ins Spiel. Jüdische Akteure werden dabei immer noch häufig in der Opferrolle präsentiert, was die Resultate der Inhaltsanalyse Schweizer Medien von Meier, Müller und Eisenegger (2004) bestätigt. In dieser Hinsicht ist nicht weiter erstaunlich, dass jüdische Geistliche nur marginal vertreten sind und stattdessen Mitglieder/Anhänger/Gläubige als Akteure auftreten.

8.2.4 Buddhismus

Der Buddhismus ist eigentlich kein Thema für die Schweizer Medien. Er hat nur in Form des Dalai Lama und in einigen Fällen der demonstrierenden Mönche aus Tibet und Burma Aufmerksamkeit erhalten. Dies

war 2008 deshalb besonders ausgeprägt, da in China die olympischen Spiele stattfanden. Das tibetische Volk, die Mönche, der Dalai Lama als ihr Vertreter und verschiedene Menschenrechtsaktivisten nutzten diese Plattform für ihre politischen Anliegen. So hat das Themenfeld Religion kaum Bedeutung. Dafür dominiert Konflikt ganz klar, weshalb die Ereignisvalenz dementsprechend negativ ist. Der Frame »politischer Konflikt mit religiösem Akteur« erhält herausragende Bedeutung. Dass Religion in der Berichterstattung über den Buddhismus keine Relevanz hat, stellte bereits Christen (2005) fest. Er untersuchte zwar Beiträge über den Dalai Lama, wie hier aber gezeigt wurde, ist die Berichterstattung über den Dalai Lama mit jener über den Buddhismus gleichzusetzen. Christen konnte zeigen, dass religiöse Aspekte keine Rolle spielen, wenn es in den Schweizer Medien um den Dalai Lama geht und dass vertiefende Artikel über den Buddhismus nicht vorkommen.

Betroffenheit, Prominenz und persönlicher Einfluss sind wichtige Nachrichtenfaktoren. Letztere beide vereint natürlich in erster Linie der Dalai Lama als Repräsentant Tibets in sich. Diese Nachrichtenfaktoren werden noch verstärkt, wenn sich der Dalai Lama mit Staatspräsidenten oder anderen weltweit bekannten Persönlichkeiten trifft. Während der Islam in negativen Kontexten obendrein selber negativ dargestellt wird, ist es beim Buddhismus anders. Zwar taucht er im Zusammenhang mit negativen Kontexten, sprich politischen Konflikten, daraus folgend mit negativen Nachrichtenfaktoren und negativ konnotierten Frames auf. Allerdings die buddhistischen Akteure selber werden fast ausschliesslich positiv dargestellt. Sie kommen nicht nur mit positiven Attributen vor, sondern auch mit positiv konnotierten Mustern wie »gute Mutter«, Held oder Trickser. Die positive Darstellung des Dalai Lama ist nicht überraschend. Bereits Christen (2005) und Tweed (2008) berichten über dessen überaus positive Darstellung.

8.2.5 Sekten/Okkultismus

Obwohl der Begriff Sekten immer wieder kritisiert wird, ist er regelmässig in Gebrauch, auch in den Schweizer Medien. Deshalb und aufgrund der Ausführungen von Schmid (1995, vgl. dazu Kapitel 2.3) erschien dessen Anwendung auch hier legitim. Verschiedene sektiererische Gruppierungen haben einzeln kein Gewicht in den Medien, zusammen genommen erhalten sie aber gewisse Bedeutung. Die Analyse der einzelnen Variablen bestätigte, dass diese einzelnen Gruppen in derselben Art und Weise dargestellt wurden, so dass eine Zusammenfassung nicht nur theoretisch, sondern genauso analytisch Sinn machte.

Wenn Sekten in den Medien sind, dann vor allem prominent. Sie sind selten Nebenthema und stehen oft im Zentrum der Berichterstattung. Dabei handelt es sich hauptsächlich um eine Kriminalitätsberichterstattung. Obwohl Religion hier als Thema wenig Relevanz hat, kommt sehr häufig mindestens eine Dimension der Religiosität vor. In diesen Fällen werden beispielsweise umstrittene oder gar als kriminell betrachtete Ideologien und Praktiken von Sekten diskutiert. Sekten sind fast immer mit konfliktierenden Werten und Normen in den Medien. Es überrascht deshalb nicht, dass vor allem der Frame »Moraldiskussion mit Religionsbezug« auftritt. Sekten polarisieren. So weist die Berichterstattung über Sekten überdurchschnittlich viele Nachrichtenfaktoren auf. Es findet häufig eine Personalisierung statt, vermutlich wenn etwas aus dem Leben geschädigter Personen erzählt wird. Ein weiterer Nachrichtenfaktor als Folge von Kriminalität ist Misserfolg/Schaden und natürlich Kriminalität selbst. Das »Kriminelle« wird ebenfalls in der Beschreibung der Akteure sichtbar – Kriminelle und Schuldige sind die am häufigsten angewendeten Muster. Damit manifestiert sich in der Darstellung von Sekten »Kriminalität« als wichtige Grösse.

8.3 Fazit

Gründe für die Nicht-Thematisierung von Religion, Religiosität können, wie bereits oben diskutiert wurde (vgl. Kapitel 7.5.4), auf die Prozesse der Privatisierung, Individualisierung und Dualisierung zurückgeführt werden. Religion wird von den Journalisten als heikles Thema betrachtet, weil man dabei in die Privatsphäre der Menschen eindringt und persönliche Gefühle und Werte verletzen kann. Sie steht nicht so zur öffentlichen Debatte wie etwa Politik. Religion ist Glaubenssache. Religionsgemeinschaften schaffen es also vor allem mit Konflikten und negativ konnotierten Ereignissen in die Medien. Die positiven Seiten fehlen. Sind die guten, friedlichen, unpolitischen Seiten von Religion einfach für Medien nicht interessant, nicht »newsworthy« genug? Würde dies zutreffen, dann hätten Religionsgemeinschaften kaum eine Chance, mit positiven, religiösen Themen in die Medien zu kommen. Vielleicht verfolgen gerade deshalb gewisse Gruppierungen eine Abschottungsstrategie vom öffentlichen Diskurs, weil sie eigentlich nur verlieren können. Es könnte hier die Diskussion aufgegriffen werden, ob es für die Religionsgemeinschaften überhaupt erstrebenswert ist, in die Medien zu kommen. Sind die Religionsgemeinschaften auf die Öffentlichkeit angewiesen, ist die Öffentlichkeit auf Informationen über die Religionsgemeinschaften, Religion in den öffentlichen Medien angewiesen? In-

wiefern decken religionseigene Medien den Bedarf? Aus der Sicht der Öffentlichkeit müsste ein Interesse da sein, über Religion informiert zu werden. Immerhin ist sie ein wichtiger Teil der Gesellschaft und prägt deren Werte und Normen entscheidend mit. Neue Religionen in der Schweiz können die kulturelle Landschaft beeinflussen, verändern oder auch kontroverse Diskussionen auslösen. Für viele Immigranten ist Religion ein charakterisierendes Element, das die Lebensgestaltung sehr stark beeinflusst. Gerade wenn es um Integrationsbemühungen von Muslimen in der Schweiz geht, haben die Medien die Funktion, die Öffentlichkeit aufzuklären und das Potential Dialoge auszulösen und Ängste zu diskutieren. Sie können die Gesellschaft mit dem Fremden, Exotischen vertraut machen. Dies könnte dazu führen, dass negativ verankerte Stereotypen sich langsam lockern und der persönliche Kontakt nicht mehr so gescheut wird. Es müsste daher im Interesse der Öffentlichkeit, der Religionsgemeinschaften und damit auch der Medien sein, Religion zu thematisieren und einen Blick hinter die Kulissen zu werfen, damit Vorurteile abgebaut und Grenzen überwunden werden können. Ein Hemmgrund für die Nichtthematization von Religion könnte die Angst der Journalisten sein, Religionsgemeinschaften in Missionierungsabsichten zu unterstützen. Wenn es um Religion geht, agieren die Medien vor allem reaktiv, während die meisten Religionsgemeinschaften keine aktiven Informationszulieferer sind. Dies schliesst eine positiv geartete Berichterstattung weitgehend aus. Religionsgemeinschaften müssen versuchen, ihre »Hauptkompetenz« mehr in die Medien einzubringen, also unter anderem die Sinnstiftung und das Vermitteln von Orientierung.

8.4 Grenzen und Stärken der Arbeit

Im Folgenden werden die Grenzen und Stärken dieser Arbeit diskutiert. Ein wichtiger Teil davon sind die angewandten Theorien. Mit ihnen und deren empirischen Umsetzung steht und fällt ein Grossteil der Arbeit. Deshalb wird zuerst auf die Eignung der Theorien eingegangen (Kapitel 8.4.1) und dann in einem zweiten Teil Stärken und Schwächen des empirischen Designs diskutiert (Kapitel 8.4.2).

8.4.1 Eignung der Theorien

Haben sich die verwendeten Theorien bewährt? Inwiefern haben sie geholfen das Bild von Religionsgemeinschaft zu charakterisieren? Dies soll hier angefangen bei den Nachrichtenfaktoren kurz evaluiert werden.

Nachrichtenfaktoren

Hierzu gilt es vorab zu sagen, dass in dieser Arbeit nicht angestrebt wurde, die Nachrichtenwerthypothese zu testen. Vielmehr wurden die Nachrichtenfaktoren erhoben, um die Berichterstattung zu charakterisieren. Wie festgestellt wurde, dominieren einige Nachrichtenfaktoren die gesamte Religionsberichterstattung, praktisch unabhängig von der darin vorkommenden Religionsgemeinschaft oder vom Medientyp. Dies ist bereits ein interessantes Ergebnis. Um aber die Berichterstattung unterschiedlicher Religionsgemeinschaften charakterisieren zu können, ist es wichtig, Unterschiede in der Häufigkeit der Anwendung aller anderen Nachrichtenfaktoren zu betrachten. Wenn beispielsweise zusammen mit einer Religionsgemeinschaft immer negativ konnotierte Nachrichtenfaktoren auftreten, könnte das richtungsweisend für die Charakterisierung dieser Beiträge sein. Was dies aber bereits etwas impliziert und schon von Fretwurst (2008) und Maier et al (2006) festgestellt wurde, ist, dass die Nachrichtenfaktoren in Bündeln auftreten. Insbesondere die verschiedenen Nähe-Faktoren bedingen sich häufig gegenseitig. Ferner sind die negativ konnotierten Nachrichtenfaktoren Aggression, Schaden/Misserfolg und Kriminalität zusammen aufzufinden. Allerdings ist fraglich, ob es Sinn macht, die Nachrichtenfaktoren von Anfang an in Bündeln zu behandeln. Einerseits sind die in Bündeln auftretenden Faktoren innerhalb doch nicht gänzlich voneinander abhängig: So kann beispielsweise Kriminalität vorkommen, ohne dass dann zwingend Aggression vorhanden ist. Andererseits haben sich in den verschiedenen Faktorenanalysen, je nachdem ob auf Ausland- oder Inlandberichterstattung oder auf verschiedene Religionsgemeinschaften angewendet, unterschiedliche Bündel herausgebildet. Das spricht dafür, die Nachrichtenfaktoren immer noch separat zu erheben. Bei der Analyse und Interpretation darf aber das Faktum, dass je nach Beitrag gewisse Nachrichtenfaktoren sich bedingen, nicht vergessen werden.

Was die spezifischen Nachrichtenfaktoren betrifft, wäre es bei Prominenz und persönlichem Einfluss interessant gewesen, zu erfahren, auf wen sich diese beziehen. Bringen religiöse Akteure diese Eigenschaft mit sich oder sind es nicht-religiöse Akteure? Wer ist es also, der den Beitrag

grundsätzlich für die Medien interessant macht? Je nachdem wirkt das ein ganz anderes Bild auf Religionsgemeinschaften.

Grundsätzlich hat sich die Anwendung der Nachrichtenfaktoren bewährt, um ein Puzzleteil zur Erfassung des Gesamtbildes von Religionsgemeinschaften zu erhalten. Alleinstehend ohne Ergänzung durch andere Theorien und deskriptive Variablen hätten sie aber nicht genügend Darstellungs- und Erklärungskraft aufgewiesen, da sie eben nur eine Perspektive aufzeigen.

Framing

Mit der Erfassung der Frames über die Clusteranalyse konnten latente Strukturen manifest gemacht und Zusammenhänge aufgezeigt werden. Es liessen sich klare Muster identifizieren, mit denen die Berichterstattung gerahmt wird und die wiederum Hinweise darauf geben, aus welcher Warte Religionen betrachtet werden.

Allerdings ist der Begriff bzw. der theoretische Ansatz des Framings schwammig. Das Thema ist ein stark konstituierendes Element der jeweiligen Cluster, das ferner andere Frameelemente beeinflusst. Matthes (2009) hat bereits argumentiert, dass Frames oft mit Themen gleichgesetzt werden. Er selbst hat zwar Frames nicht allein über Themen definiert, aber auch bei ihm ist das Thema ein stark framekonstituierendes Element. Wenn er, aber auch Matthes/Kohring (2002) und Dahinden (2006), Frames erfasst, werden schlussendlich eigentlich Argumentationen bzw. Themenfelder im Spezifischen bestimmt, die zusammen mit Akteuren und Bewertungen ein Netz aufspannen. Dies gilt gleichfalls für diese Arbeit. Schliesslich zeigt aber die alleinige Themenanalyse nur Tendenzen auf, die sich erst durch die Framinganalyse manifestieren.

Das induktiv-dimensionsreduzierende Verfahren erwies sich als sinnvoll, gerade weil vom Gegenstand Religion und dessen Repräsentation in den Medien noch wenig Wissen vorhanden ist. So konnten erst die latenten Strukturen in Form von Frames aufgedeckt werden. Die in der Clusteranalyse gewählten Inputvariablen erwiesen sich als sinnvoll und aussagekräftig, wobei noch etwas deutlichere Cluster und damit Frames wünschenswert gewesen wären. Das heisst konkret, dass die Clusteranalyse noch etwas optimaler hätte ausfallen dürfen. Die der Clusteranalyse zugefügten Basisframeelemente erwiesen sich als hilfreich. Einige davon sind zwar sehr nahe am Thema anzusiedeln, aber dennoch sind sie zumindest ein Stückweit themenunabhängig, d.h. sie können zusammen mit verschiedenen Themen auftreten. Sie boten für die Analyse eine weitere, bereichernde Perspektive.

In dieser Studie liess sich bestätigen, dass Frames sich nicht nur in Streitthemen konstituieren, sondern generell in der Berichterstattung gefunden werden können. Sie sind ein weiteres Puzzleteil, das dazu beiträgt, ein Bild von der Berichterstattung über verschiedene Religionsgemeinschaften zu erhalten. Wie die Nachrichtenfaktorenanalyse, ist auch die Framinganalyse sehr wertvoll dafür. Allein angewendet würde sie aber nur ein unvollständiges Bild abliefern.

Narrative Muster

Ein weiteres Puzzle-Teil um das Bild von Religionsgemeinschaften nachzeichnen zu können, war die Erfassung narrativer Muster. Narrationen und Mythen sind zwar so alt wie die Menschheit selber, in der Kommunikationswissenschaft aber empirisch bisher nicht angewandt wurden. Hier wurde versucht, narrative Muster, welche Lule (2001) unter dem Begriff Mastermythen abgehandelt hat, in den Beiträgen zu suchen. Durch die Vorabdefinition der Muster muss natürlich mit dem Nachteil umgegangen werden, dass Lücken entstehen können. Die Liste möglicher narrativer Muster ist nicht abschliessend und wird von aussen auferlegt. Sie können also nicht die ganze Berichterstattung abdecken. Trotzdem überzeugte die Aussage- und Darstellungskraft. Eine Schwierigkeit ist, dass die narrativen Muster nicht alle auf der gleichen Ebene angesiedelt sind: Einige sind akteursabhängig (ein Akteur = ein Fall), andere auf Beitragsebene (ein Beitrag = ein Fall) angesiedelt. Dies ist eine unterschiedliche Ausgangslage, die Einfluss auf das Ergebnis hat.

Das Thema hat natürlich Einfluss auf die Verwendung narrativer Muster. Allerdings erscheint die »grosse Flut« viel stärker themenabhängig zu sein als alle anderen. Der Einsatz dieses Musters setzt ein grosses Unglück voraus, während andere wie z. B. »die andere Welt« in viel mehr verschiedenen Kontexten und Ereignissen denkbar ist.

Es hätte den Rahmen dieser Arbeit gesprengt, die narrativen Muster auch für nicht-religiöse Akteure zu bestimmen, was für die Überprüfung der Abdeckungskraft der narrativen Muster wichtig gewesen wäre. In der derzeitigen Phase, muss gesagt werden, dass in vielen Beiträgen keines der narrativen Muster bei religiösen Akteuren gefunden werden konnte. Es wäre deshalb sinnvoll, den Rahmen noch grösser zu spannen. Möglicherweise sind die narrativen Muster erst über ganze Kommunikationsereignisse manifest zu finden und in den einzelnen Beiträgen nur angedeutet. Dabei müsste man sich allerdings mit dem Problem auseinandersetzen, wo ein Ereignis genau anfängt und wo es aufhört. Dies wäre sicherlich eine grosse Herausforderung. Ferner muss die Möglichkeit in Betracht gezogen werden, dass die narrativen Muster in

den Beiträgen nur latent vorhanden sind und erst in den Köpfen der Menschen aktiviert werden.

Schlussendlich waren die narrativen Muster eine Bereicherung. Sie wurden in immerhin über der Hälfte der Beiträge gefunden und konnten Tendenzen aufzeigen. Während Nachrichtenfaktoren und Frames den Blick auf das gesamte Setting erlauben, können mit den narrativen Mustern die Religionsgemeinschaften genauer charakterisiert und ihre Rolle beschrieben werden. Sie ermöglichen also eine Konkretisierung des Bildes. Wie schon bei der Diskussion der Nachrichtenfaktoren und der Frames, muss auch hier gesagt werden, dass die narrativen Muster ihre Stärke erst im Zusammenspiel mit anderen theoretischen und deskriptiven Erhebung entfalten. Die alleinige Anwendung würde Wissenslücken hinterlassen.

In der Diskussion um Narrativität im Journalismus wurde bereits die Behauptung aufgeworfen, dass Narration im Journalismus mit »soft news« oder Boulevardjournalismus gleichzusetzen sei. Dem wurde in den theoretischen Ausführungen widersprochen. Es wird davon ausgegangen, dass Narration und Information nicht unbedingt Gegensätze sein müssen. Vielmehr kann Narration ein Instrument sein, um Komplexität zu reduzieren und verschiedene konfliktierende Systeme zu vernetzen. Schliesslich gelten Mythen als Geschichten, die sich immer wieder in allen Kontexten wiederholen und über welche die Werte einer Gesellschaft weiter gegeben werden. Damit müssten sie sich theoretisch in allen Beiträgen unabhängig vom Medientyp manifestieren. Hier liess sich allerdings feststellen, dass Boulevard- und Gratiszeitungen, welche sich auch eher dem Boulevardgenre zuordnen lassen, narrative Muster klar häufiger einsetzen. Was heisst das nun? Liegt das an der Art und Weise wie die narrativen Muster erfasst wurden oder ist der Einsatz narrativer Muster vor allem ein Instrument von Boulevardmedien? Oder sind narrative Muster in Qualitätszeitungen einfach subtiler verankert, in Boulevardmedien manifest? Die Gründe dafür lassen sie hier nicht eruieren. Dafür müssten weitere Untersuchungen auch in anderen Themenfeldern unternommen werden. Was sich jedoch sagen lässt, ist, dass die Textlänge nicht direkt mit der Verwendung narrative Muster zu tun hat. In längeren Texten wurde nicht häufiger ein narratives Muster gefunden als in kürzeren.

Dimensionen nach Glock

Aus der Religionswissenschaft wurde das Modell von Glock (1969) entlehnt, um ergründen zu können, inwiefern Dimensionen der Religiosität eine Rolle spielen. Es konnte gut für die Codierung übernommen

werden und war schlussendlich ein hilfreiches Instrument. Das Modell von Smart (1996) bot für diese Arbeit keine Ergänzungen, die einen Mehrwert geliefert hätten. Es interessierte vor allem, ob das Religiöse, das »religioning« in den Medien vorkommt. Dafür helfen die materiellen und organisationalen Dimensionen, die bei Smart im Vergleich zu Glocks Ansatz zusätzlich vorkommen, nicht weiter. Sie erfassen Religion auf der Oberfläche, aber nicht das Religiöse selbst. Diese Dimensionen werden vor allem bei einer Analyse der Bildebene interessant.

Gesamt

Die verschiedenen angewandten Theorien haben sich optimal ergänzt und je ein Puzzelstein dazu beigetragen, um das Bild von der Medienberichterstattung über Religion, Religionsgemeinschaften zu erfassen. Genauso wichtig um den Rahmen zu setzen, waren die deskriptiven Variablen. Gerade wenn ein Feld neu erkundet wird, geben sie hilfreiche Hinweise darauf, wie es konstruiert ist. Das Bild von Religion in den Medien konnte mit dieser Inhaltsanalyse natürlich nicht komplett wiedergegeben werden, aber mit der Kombination der Theorien und deskriptiven Variablen wurde das Optimale herausgeholt.

8.4.2 Grenzen und Stärken des empirischen Designs

Die vorliegende Studie ist sehr breit angelegt und das Codebuch war sehr umfangreich. Das ist als Stärke wie gleichwohl als Schwäche der Arbeit zu beurteilen. Einerseits konnte das Bild von Religionsgemeinschaften damit durch verschiedene Zugänge erforscht werden, was ermöglichte, die Religionsberichterstattung ausführlich abzubilden. Es wurden nicht nur deskriptive Variablen angewendet, wie in vielen vorangegangenen Studien zu Religion in den Medien, sondern auch eine starke theoretische Orientierung gewählt. Das erwies sich als optimale Ergänzung. Ferner besteht in dieser sehr umfangreichen Erfassung von Religion in den Medien die Gefahr, sich zu verlieren und zwar darin, viele Bereiche zu analysieren, aber von denen nur die Oberfläche anzukratzen zu können. Es ist in dieser Arbeit zwar durchaus gelungen, in die Tiefe zu gehen, allerdings konnten viele Detailanalysen nicht vorgenommen werden, da sie den Rahmen der Arbeit gesprengt hätte. So wäre es zum Beispiel interessant gewesen, nicht nur Ausland- und Inlandberichterstattung an der Oberfläche anzuschauen, sondern auf Themen und dann auf Religionsgemeinschaften herunter zu brechen. Gleichermassen hat die Untersuchung aller möglichen Religionsgemein-

schaften die Analyse in der Ausführlichkeit gehemmt. Wäre nur eine oder zwei untersucht worden, hätte dies detaillierter getan werden können. Allerdings erwies sich eben genau dieses Vorgehen als Bereicherung. Zum einen wurde erstmals die Religion in den Medien gesamthaft untersucht. Bisherige Untersuchungen haben sich fast ausschliesslich auf den Islam in den Medien konzentriert. Zum anderen war gerade der Vergleich der Darstellung unterschiedlicher Religionsgemeinschaften interessant. Nur in der direkten Gegenüberstellung konnten die Resultate überhaupt eingeschätzt und gewichtet werden. So ist beispielsweise die Ereignisvalenz in der Berichterstattung über Religion generell negativ, allerdings in Beiträgen über gewisse Religionsgemeinschaften deutlich häufiger negativ als in solchen über andere. Erst der Vergleich lässt zu, das Bild zu konkretisieren und zu interpretieren.

Schliesslich ist der Jahresvergleich kritisch zu betrachten. Aus ökonomischen Gründen konnte 1998 nur ein Teil der Medien untersucht werden, welche 2008 erhoben wurden. Ausserdem sind es nur zwei Messzeiträume. Um Veränderungen über die Zeit aufzeigen zu können, wäre die Erhebung von mehreren Zeiträumen über eine längere Spanne nötig. Hier können nur punktuelle Unterschiede aufgezeigt werden.

Beim Sampling wurde eine von verschiedenen Methoden gewählt: Da das Codebuch in zwei Stufen unterteilt war, waren die Hauptbeiträge, also diejenigen, in welchen es zentral um Religion geht, nicht gleichmässig über verschiedene Medientypen verteilt und es musste eine Gewichtung vorgenommen werden. Der Vorteil darin, dass jeder x-te Beitrag gezogen wurde, lag darin, dass das Sample ein verkleinertes Abbild der Berichterstattung war, also auch aufzeigte, wenn zu gewissen Zeiten Religion häufiger oder seltener Thema war. Allerdings ist dieses Vorgehen sehr aufwändig, da die Datenbank für das ganze Jahr durchgesucht und geprüft werden muss. Bei den elektronischen Medien war es gar nötig alle Beiträge durchzuhören. Durch das Verfahren der Auswahl jedes x-ten Beitrages kommt es dazu, dass die verschiedenen Religionsgemeinschaften ihrem Vorkommen entsprechend im Sample abgebildet sind. Das hat allerdings den Nachteil, dass gewisse so selten auftreten, dass keine genaueren statistischen Analysen aufgrund der zu geringen Fallzahlen gemacht werden können.

Ein kritischer Punkt ist das Sampling mit einer Stichwortliste. Einerseits besteht die Gefahr, dass diese trotz vieler Pretests und Analysen unvollständig ist. Zum anderen können nur Beiträge gefunden werden, in welchen religiöse Wörter manifest sind. Religion ist oft schwammig und latent vorhanden und es ist eine Frage der Definition, wie man Religion eingrenzt. Hier wurde entschieden, dass Religion in Form reli-

göser Wörter manifest vorkommen muss, damit es für alle Rezipienten gleichermassen als Religion erkannt wird oder zumindest werden könnte. Im Weiteren besteht eine Problematik in der Auswahl derjenigen Beiträge, in welchen Religion dominant ist. Es gab keine sinnvolle Möglichkeit, eindeutige Kriterien dafür zu bestimmen, wann Religion in den Beiträgen zentral vorkommt. Es wurde aber versucht, sich dem so gut wie möglich anzunähern, indem konkrete Anweisungen gegeben wurden. Dadurch, dass die erste Stufe nur von zwei Codiererinnen erfasst wurde, die eng zusammen arbeiteten, ist ausserdem garantiert, dass die Auswahl immer gleich erfolgte. Arbeitet man mit quantitativen Inhaltsanalysen ist man immer auf die Mitarbeit von Codierern und Codiererinnen angewiesen. Je mehr Leute daran arbeiten, desto grösser ist die Gefahr, dass uneinheitlich codiert wird. Hier wurden aber gute, zufriedenstellende Intercoderreliabilitäten erreicht. Obwohl das SPSS-Datenfile ausführlich geprüft wurde, konnten erst im Laufe der Auswertung eine Inkonsistenz in der Codierung einer studentischen Mitarbeiterin im zweiten Teil des Codebuchs festgestellt werden. Diese Fälle mussten ausgeschlossen werden.

Wie schon diskutiert wurde, sind die angewendeten Medientypologien kritisch zu bewerten. Es wurden Kriterien auf verschiedenen Ebenen angewendet, wobei davon ausgegangen wurde, dass das jeweils angewendete Kriterium dasjenige ist, dass das Medium am stärksten charakterisiert. Trotzdem wäre es für die Medienforschung hilfreich, wenn es eine Typisierung der Medienlandschaft Schweiz gäbe. Im Weiteren muss berücksichtigt werden, dass in der französischsprachigen Schweiz aufgrund ökonomischer Gründe keinen elektronischen Medien untersucht wurden.

Fazit: Mehrwert der vorliegenden Arbeit

Der Mehrwert dieser Studie ist damit auf verschiedenen Ebenen angesiedelt. Es handelt sich, soweit bekannt, um die erste publizistik- und medienwissenschaftliche Arbeit, die Religion als Gesamtes ausführlich in den Schweizer Nachrichtenmedien untersucht hat. Im Gegensatz zu Themenfeldern wie Politik oder Sport wurde Religion bisher kaum Aufmerksamkeit geschenkt. Frühere Studien haben nur einzelne Religionsgemeinschaften, höchstens zwei untersucht. Dabei stand vor allem der Islam als Analysegegenstand im Vordergrund. In dieser Untersuchung ist die ganze Religionsberichterstattung analysiert worden. Diese gesamtheitliche Erfassung ermöglichte es, die Berichterstattung für einzelne Religionsgemeinschaften in Relation zueinander zu stellen. Erst dadurch lässt sich einschätzen, ob einzelne Dimensionen vorkommen

oder nicht. Im Gegensatz zu bisherigen Studien, beschränkt sich die vorliegende nicht nur auf Tageszeitungen. Das hier erhobene Sample ist viel breiter angelegt. Es berücksichtigt einerseits verschiedenste Printmedientypen: von Tages-, über Wochen-, Sonntags-, bis hin zu Gratiszeitungen. Ausserdem wurden Informationssendungen im Fernsehen und Radio analysiert. Nebst dem Vergleich unterschiedlicher Medientypen ist ferner eine Gegenüberstellung der Berichterstattung von Welsch- und Deutschschweizer Medien unternommen worden. Schliesslich liess sich durch einen Vergleich der Jahre 1998 und 2008 feststellen, ob sich die Religionsberichterstattung der beiden Jahre unterscheidet. Aber nicht nur das Sample ist breit ausgelegt. Ebenfalls wurde ein sehr ausführliches Codebuch verwendet, um ein möglichst umfassendes Bild der Religionsberichterstattung aus mehreren Perspektiven zu erhalten. Im Gegensatz zu bisherigen Studien wurde nebst den deskriptiven ebenfalls starkes Gewicht auf theoriegeleitete Variablen gelegt. Dazu wurden die publizistik- und medienwissenschaftlich bewährten Ansätze der Nachrichtenwerttheorie und des Framing hinzugezogen. Zudem wurde mit dem Ansatz der Narration gearbeitet. Wie sich herausstellte, erwies sich die Kombination dieser drei Ansätze zusammen mit den deskriptiven Variablen als optimal. Mit dem Ansatz der narrativen Muster wurde theoretisch ein neuer Weg beschritten. Die Ergebnisse sprechen dafür, diesen weiter zu verfolgen, zeigen aber auch, dass noch Weiterentwicklung nötig ist. Narration ist in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ein vernachlässigter Ansatz und bisher entweder nur in Aufsätzen diskutiert oder dann lediglich aus der Perspektive der Wirkung empirisch angewendet worden. Es bietet sich also noch ein breites Untersuchungsfeld an, in welchem diese Studie einen der ersten Schritte unternommen hat.

8.5 Ausblick

Das Feld der Religionskommunikation ist generell, aber speziell auch in der Schweiz ein bisher noch vernachlässigtes Forschungsgebiet. Durch das Schweizerische Nationalfondprojekt 58 »Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft« wurde in der Sektion »Religion, Medien, Politik« das Thema Religion in den Medien grossflächig aufgegriffen. Vorher wurden nur einzelne Religionsgemeinschaften, insbesondere der Islam, in den Medien untersucht. Diese Studie ist also eine der ersten zu verstehen, die Religion in Schweizer Nachrichtenmedien gesamthaft und breit untersucht hat. Damit wurde erstmals das Feld abgesteckt. Es bleibt also noch viel Forschungsbedarf auf verschiedenen Ebenen.

Inhaltsanalytisch bieten sich in den verschiedenen Bereichen detaillierte Analysen an. Grundsätzlich wäre es interessant, in der Analyse von Beiträgen pro Religionsgemeinschaft noch mehr ins Detail gehen zu können. Dafür müsste das Sample auf wenige Religionsgemeinschaften reduziert werden. Um die jeweiligen Ergebnisse einordnen zu können, wird hier aber dafür plädiert, die Darstellung mindestens zweier Religionsgemeinschaften miteinander zu vergleichen. Erst dadurch lassen sich die Ergebnisse gewichten. Dabei könnte vor allem auch die Ausland- und Inlandberichterstattung intensiver verglichen und danach gefragt werden, inwiefern die Auslandberichterstattung über eine Religionsgemeinschaft das Bild dieser in der Schweiz mitprägt? Schliesslich wäre es von Interesse, die Religionsberichterstattung in einem grösseren Kontext zu betrachten und mit der Berichterstattung über andere Themenfelder zu unterscheiden. In dieser Arbeit konnten die Bilder nicht genauer untersucht werden, da sie in den zur Verfügung gestandenen Datenbanken nicht vorhanden waren. Bilder sind ein elementarer Teil der Berichterstattung und gerade bei Religion ist Symbolik ein wichtiges Element. Hierbei ist sicherlich weiterer Forschungsbedarf gegeben. Ferner wurden in der vorliegenden Dissertation nur Nachrichtenprogramme bzw. allgemeine Hintergrundsendungen untersucht. Es gibt aber durchaus religionspezifische Angebote, wie etwa im Schweizer Fernsehen die »Sternstunde Religion« oder religionseigene Medien. Welche Rolle spielen diese im ganzen Medienangebot und inwiefern prägen sie da Bild von Religionsgemeinschaften mit?

Schliesslich können sich Forscher fragen: Was löst die Religionsberichterstattung bei den Rezipienten aus? Gerade interessant könnte sein, wie in der Schweiz noch »fremde« Religionsgemeinschaften durch Rezipienten wahrgenommen werden. Übernehmen sie die Bilder aus den Medien? Hat die negative Valenz der Berichterstattung einen Einfluss auf die Wahrnehmung?

Auf theoretischer Ebene braucht das Feld Religion in den Medien noch mehr Forschung dazu, inwiefern Religion erhoben werden kann und welche Religionskonzepte helfen könnten, um die Berichterstattung zu untersuchen. Dafür würde sich eine Zusammenarbeit von Publizistik-/Kommunikations- mit Religionswissenschaftler anbieten. Auf kommunikationswissenschaftlicher Ebene ist es nötig, das Konzept der narrativen Muster auszuweiten, zu verfeinern und dessen Anwendung auf verschiedenen Ebenen auszutesten. So könnte die Untersuchung ganzer Kommunikationsereignisse die Forschung möglicherweise weiter bringen. Zudem braucht es in diesem Feld tieferegehende Analysen, welche Muster sich finden lassen und sich eignen. Im vorliegenden Falle

wurde eine deduktive Vorgehensweise mit induktiver Überprüfung gewählt, möglicherweise würde aber ein gänzlich induktiver Ansatz dem Datenmaterial besser gerecht werden. Dabei ist der Gefahr zu entgegenen, narrative Muster mit Frames gleichzusetzen. Ebenfalls liesse sich ergründen, ob nicht ein qualitatives Vorgehen Narrationen sinnvoller erfassen kann.

Mit dieser Arbeit bzw. dem ganzen Forschungsprogramm des Schweizerischen Nationalfondprojekts 58 wurde ein wichtiger Beitrag zur Ergründung von Religion in den Medien geleistet. Die Berichterstattung diverser Schweizer Medien wurde erstmals gesamtheitlich hinsichtlich Religion untersucht und es konnte aufgezeigt werden, welche Bilder von einzelnen Religionsgemeinschaften in den Medien gezeichnet werden. Das in dieser Arbeit gesetzte Ziel wurde somit erreicht. Durch die Kombination von deskriptiven und theoretischen Variablen wurde das Feld breit abgesteckt und verschiedene Perspektiven aufgezeigt. Es ist nun relevant, dass dieses Forschungsfeld nicht aus dem Blickfeld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft verloren geht. Religion ist noch immer ein zentrales Element der Gesellschaft, möglicherweise – das wird erst die Zeit zeigen – gewinnt sie sogar wieder an Bedeutung. Damit ist sie auch aus den Medien nicht wegzudenken. Gerade durch Migrationsbewegungen wird die Bevölkerung weltweit kulturell vermischt und Religion ist dabei ein zentraler Faktor. Die Medien können hier dazu beitragen, die Verständigung zwischen den Kulturen zu fördern und aus dem Fremden etwas Vertrautereres zu machen. Dies würde auch zu starke, negative Stereotypisierungen vorbeugen.

Literatur

- Abdel Aziz, Amira (2005): Das Bild des Islam und seiner Akteure in der Deutschschweizer Presse. Eine Inhaltsanalyse von BLICK, TAGES-ANZEIGER, NZZ. Lizentiatsarbeit. Betreut von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli. Zürich.
- Abelman, Robert (Hrsg.) (1990): Religious television. Controversies and conclusions. Norwood.
- Abrams, Dominic (Hrsg.) (1999): Social identity and social cognition. 1. publ. Oxford: Blackwell.
- Agha, Olfat Hassan (2000): Islamic Fundamentalism and its Image in the Western Media: Alternative Views. In: Hafez, Kai (Hrsg.) Islam and the west in the mass media. Fragmented images in a globalizing world. Cresskill, NJ, S. 219–233.
- Allen, Robert Clyde (Hrsg.) (1997): Channels of discourse, reassembled. Television and contemporary criticism. Chapel Hill.
- Allport, Gordon W (1971): Die Natur des Vorurteils. Köln.
- Anderson, John Robert (2001): Kognitive Psychologie. Heidelberg.
- Andrews, Molly (Hrsg.) (2000): The uses of narrative. Explorations in sociology, psychology, and cultural studies. New Brunswick, NJ.
- Appiah, Osei (2008): Stereotyping and the Media. In: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): The International encyclopedia of communication. Oxford, Onlineausgabe.
- Armstrong, G. Blake/Neuendorf, Kimberly/Brentar, James (1992): TV entertainment, news, and racial perceptions of college students. In: Journal of Communication 42, S. 153–174.
- Asanger, Roland/Wenninger, Gerd (Hrsg.) (1992): Handwörterbuch der Psychologie. Weinheim.
- Ashmore, Richard D (Hrsg.) (1986): The social psychology of female-male relations. A critical analysis of central concepts. Orlando.
- Ashmore, Richard D/Del Boca, Frances K. (1981): Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping. In: Hamilton, David L (Hrsg.): Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior. Hillsdale, S. 1–35.
- Assmann, Jan/Sundermeier, Theo (Hrsg.) (1994): Der Islam in den Medien. Gütersloh.
- Ates, Seref (2006): Das Islambild in den Medien nach dem 11. September 2001. In: Butterwegge, Christoph/Hentges, Gudrun (Hrsg.): Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung. Wiesbaden, S. 151–170.
- Augoustinos, Martha/Walker, Iain (1995): Social cognition. An integrated introduction. London.
- Awass, Omer (1996): The Representation of Islam in the American Media. In: Hamard Islamicus XIX, H. 3, S. 87–102.
- Bacher, Johann (2002): Cluster Analysis. Script. Nuremberg. In: <http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de/archiv/koeln/script/script.pdf> (24.06.2010)

- Backhaus, Klaus/Erichson, Bern/Plinke, Wulff (2006) *Multivariate Analysemethoden: eine anwendungsorientierte Einführung*. Berlin.
- Bal, Mieke (1997): *Narratology. Introduction to the theory of narrative*. Toronto.
- Bantimaroudis, Philemon (2007): *Media Framing of Religious Minorities in Greece. The Case of the Protestants*. In: *Journal of Media and Religion* 6, H. 3, S. 219–235.
- Banton, Michael (Hrsg.) (1966): *Anthropological approaches to the study of religion*. London.
- Barkin, Steve M. (1984): *The Journalist as Storyteller. An Interdisciplinary Perspective*. In: *American Journalism* 1, H. 2, S. 27–33.
- Barnett, George A/Boster, Franklin J. (Hrsg.) (1997): *Progress in Communication Science*. Greenwich.
- Bassewitz, Susanne (1990): *Stereotype und Massenmedien. Zum Deutschlandbild in französischen Tageszeitungen*. Wiesbaden.
- Baumann, Martin/Stolz, Jörg (2007): *Religiöse Vielfalt in der Schweiz. Zahlen, Fakten, Trends*. In: Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.): *Eine Schweiz - viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens*. Bielefeld, S. 39–66.
- Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.) (2007b): *Eine Schweiz - viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens*. Bielefeld.
- Bausinger, Hermann (1988): *Stereotypie und Wirklichkeit*. In: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache*. Berlin, S. 157–170.
- Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (1990): *Das ganz normale Chaos der Liebe*. Frankfurt.
- Bell, Allan (1999): *News Stories As Narratives*. In: Jaworski, Adam/Coupland, Nikolas (Hrsg.): *The Discourse Reader*. London: Routledge, S. 236–251.
- Benz, Wolfgang (Hrsg.) (2009): *Islamfeindschaft und ihr Kontext. Dokumentation der Konferenz »Feindbild Muslim - Feindbild Jude«*. Berlin.
- Berger, Arthur Asa (1997): *Narratives in popular culture, media, and everyday life*. Thousand Oaks.
- Bilandzic, Helena/Kinnebrock, Susanne (2006): *Persuasive Wirkung narrativer Unterhaltungsangebote. Theoretische Überlegungen zum Einfluss von Narrativität auf Transportation*. In: Wirth, Werner/Schramm, Holger/Gehrau, Volker (Hrsg.): *Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung*. Köln, S. 102–126.
- Bird, Elisabeth (1990): *Storytelling on the Far Side. Journalism and the Weekly*. In: *Critical Studies in Mass Communication* 7, S. 377–389.
- Bird, Elisabeth/Dardenne, Robert (1990): *Myth, Chronicle, and Story. Exploring the Narrative Qualities of News*. In: Carey, James W. (Hrsg.): *Media, myths and narratives. Television and the press*. Newbury Park, Calif., S. 67–86.
- Bonfadelli, Heinz/Dahinden, Urs (Hrsg.) (2002): *Gentechnologie in der öffentlichen Kontroverse. Eine sozialwissenschaftliche Analyse*. Zürich.
- Bonfadelli, Heinz/Meier, Werner A. (Hrsg.) (1993): *Krieg, Aids, Katastrophen. Gegenwartsprobleme als Herausforderung für die Publizistikwissenschaft*. Festschrift für Ulrich Saxer. Konstanz.
- Boorstin, Daniel (1987): *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York.
- Bovay, Claude (2004): *Religionslandschaft in der Schweiz. Eidgenössische Volkszählung 2000*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.

- Braungart, Richard G./Braungart, Margaret (Hrsg.) (1987): *Research in political sociology. A research annual.* Greenwich.
- Breen, Michael J. (2001): *Media Coverage of Religious Groups.* In: Thierstein, Joel/Kamalipour, Yahya (Hrsg.): *Religion, Law and Freedom. A global perspective.* New York.
- Brewer, William F./Lichtenstein, Edward H. (1982): *Stories are to entertain. A structural-affect theory of stories.* In: *Journal of Pragmatics*, H. 6, S. 473–486.
- Brigham, John C. (1971): *Ethnic stereotypes.* In: *Psychological Bulletin* 76, S. 15–38.
- Brosius, Hans-Bern/Eps, Peter (1993): *Verändern Schlüsselereignisse journalistische Selektionskriterien? Framing am Beispiel der Berichterstattung über die Anschläge gegen Ausländer und Asylanten.* In: *Rundfunk und Fernsehen* 41, H. 4, S. 512–530.
- Brosius, Hans-Bernd (1991): *Schema-Theorie: ein Ansatz in der Wirkungsfor-*
schung? In: *Publizistik* 36, H. 3, S. 285–297.
- Brown, Roger (1965): *Social psychology.* London.
- Brown, Rupert/Hewstone, Miles (Hrsg.) (2001): *Blackwell Handbook of Social Psychology.* Malden.
- Bruns, Thomas/Marcinkowski, Frank (1997): *Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie.* Opladen.
- Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hrsg.) (1994): *Perspectives on media effects.* Hillsdale.
- Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter (Hrsg.) (2003): *Qualität im Journalismus. Grundlagen - Dimensionen - Praxismodelle.* Wiesbaden.
- Buddenbaum, Judith M. (1986): *An Analysis of Religion News Coverage in three Major Newspapers.* In: *Journalism Quarterly* 63, S. 600–606.
- Buddenbaum, Judith M. (1990): *Religion News Coverage in Commercial Network Newscasts.* In: Abelman, Robert (Hrsg.): *Religious television. Controversies and conclusions.* Norwood, NJ, S. 249–263.
- Buddenbaum, Judith M.: *Journal of Media and Religion.* Routledge. In: <http://www.informaworld.com/smpp/finterface?content=a785036144&rt=0&format=pdf>, (29.05.2009).
- Bunzl, John/Senfft, Alexandra (Hrsg.) (2008): *Zwischen Antisemitismus und Islamophobie. Vorurteile und Projektionen in Europa und Nahost.* Hamburg.
- Callaghan, Karen/Schnell, Frauke (2001): *Assessing the Democratic Debate. How the News Media Frame Elite Policy Discourse.* In: *Political Communication* 18, S. 183–212.
- Campbell, Joseph/Moyers, Bill D./Flowers, Betty S. (1991): *The power of myth.* New York.
- Campiche, Roland J (2004): *Die zwei Gesichter der Religion. Faszination und Entzauberung.* Zürich.
- Campiche, Roland J. (1997): *Le traitement du religieux par les médias.* In: *Études Théologiques et Religieuses*, H. 1, S. 267–279.
- Cappella, Joseph N/Jamieson, Kathleen Hall (1997): *Spiral of cynicism. The press and the public good.* New York u. a.
- Carey, James W. (Hrsg.) (1990): *Media, myths and narratives. Television and the press.* Newbury Park, Calif.
- Casanova, José (1994): *Public Religions in the Modern World.* Chicago.

- Casanova, José (2008): Public Religions Revisited. In: De Vries, Hent (Hrsg.): Religion: Beyond the Concept. Bronx, S. 101–119.
- Chen, Chiung Hwang (2005): Framing Falun Gong: Xinhua news agency's coverage of the new religious movement in China. In: Asian Journal of Communication 15, H. 1, S. 16–36.
- Christen, Simon Peter (2005): Der Dalai Lama in der Deutschschweizer Tagespresse. Eine Inhaltsanalyse von BLICK, NZZ und TAGES-ANZEIGER. Lizentiatsarbeit. Betreut von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli. Zürich.
- Christians, Clifford G./Ferré, John P./Fackler, P. Mark (1993): Good news. Social ethics and the press. New York.
- Cialdini, Robert B./Kallgren, Carl A./Reno, Raymond R. (1991): A focus theory of normative conduct. A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human conduct. In: Advances in Experimental Social Psychology, H. 24, S. 201–234.
- Clarke, Peter Bernard (Hrsg.) (2009): The Oxford handbook of the sociology of religion. Oxford.
- Cleve, Gabriele/Jäger, Siegfried (Hrsg.) (1997): Wissenschaft, Macht, Politik. Interventionen in aktuelle gesellschaftliche Diskurse ; Siegfried Jäger zum 60. Geburtstag. Münster.
- Cohen, Stanley/Young, Jock (1981): The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media. London.
- Corner, John (1999): Critical Ideas in Television Studies. Oxford, New York.
- Couldry, Nick. (1999): Disrupting the media frame at Greenham Common: a new chapter in the history of mediations? In: Media, Culture and Society 21, H. 3, S. 337–358.
- Crigler, Ann N (Hrsg.) (1996): The psychology of political communication. Ann Arbor.
- Cuddy, Amy J./Fiske, Susan. T./Glick, Peter (2007): The BIAS map. Behaviors from intergroup affect and stereotypes. In: Journal of Personality and Social Psychology 92, S. 631–648.
- Curran, James/Gurevitch, Michael (Hrsg.) (1991): Mass Media and Society. London: Edward Arnold.
- D'Angelo, Paul (2002): News framing as a multi-paradigmatic research program. A response to Entman. In: Journal of Communication 52, H. 4, S. 890–918.
- d'Haenens, Leen/Bink, Susan (2006): Islam in the Dutch press. With special attention to the Algemeen Dagblad. In: Media Culture and Society 29, H. 1, S. 135–149.
- d'Haenens, Leen/Verelst, Chantal (2002): Portrayal of Indonesia's Reform in the Dutch Print Media. In: International Communication Gazette 64, H. 2, S. 183–197.
- Dahinden, Urs (2006): Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation. Konstanz.
- Dahinden, Urs/Koch, Carmen (21.07.2009): Religion and Media. Worlds apart or cooperative partners? Präsentation an der Jahrestagung IAMCR«. Mexico City, Mexico.
- Dahinden, Urs/Koch, Carmen/Wyss, Vinzenz et al. (2010): Schlussbericht »Zusammenprall der Kulturen oder Förderung des Dialogs?«. Studie des Schweizeri-

- schen Nationalfonds. In: http://www.nfp58.ch/files/downloads/Schlussbericht_Dahinden_ohne_Titelseite.pdf, (04.05.2010).
- Dahinden, Urs/Wyss, Vinzenz (2009): Spezialisierung Journalismus: Allgemeiner Trend? Herausforderungen durch das Thema Religion. In: Dernbach, Beatrice/Quandt, Thorsten (Hrsg.): Spezialisierung im Journalismus. Wiesbaden, S. 123–135.
- Dahlgren, Peter (1991): Introduction. In: Dahlgren, Peter/Sparks, Colin (Hrsg.): *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London/New York, S. 1–23.
- Dahlgren, Peter/Sparks, Colin (Hrsg.) (1991b): *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London/New York.
- Daiber, Karl-Fritz (1987): Religion and Popular Media Religion et médias populaires. In: *Social Compass* 34, H. 5.
- Dart, John (1990): Religion News in the Secular Press. Moving Beyond Naivete. In: Hubbard, Benjamin Jerome (Hrsg.): *Reporting religion. Facts & faith*. Sonoma, Calif, S. 36–46.
- Dart, John (1997): Covering Conventional and Unconventional Religion: A Reporter's View. In: *Review of Religious Research, Special Issue: Mass Media and Unconventional Religion* 39, H. 2, S. 144–152.
- Deutsch-Islamischen Institut für Wissenschaftliche und Kulturelle Zusammenarbeit (2001): *Islam in Deutschland. Berichterstattung in den Printmedien. Jahresbericht 2001*.
- Devitt, James (1995): Framing Gender on the Campaign Trail. Female Gubernatorial Candidates and the Press. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 79, H. 2, S. 445–463.
- DeVrees, Claes/Peter, Jochen/Semetko, Holli A. (2001): Framing Politics at the Launch of the the Euro. A Cross-National Comparative Study of Frames in the News. In: *Political Communication*, H. 18, S. 107–122.
- Diehlmann, Nicole (2003): Journalisten und Fernsehnachrichten. In: Ruhrmann, Georg/Woelke, Jens/Maier, Michaela/Diehlmann, Nicole (Hrsg.): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen, S. 99–144.
- Dimitrova, Daniela V./Lee Kaid, Lynda/Williams, Andrew Paul et al. (2005): War on the Web. The Immediate News Framing of Gulf War II. In: *The Harvard International Journal of Press/Politics* 10, H. 1, S. 22–44.
- Donsbach, Wolfgang (Hrsg.) (2007): *The international encyclopedia of communication*. Malden, Mass.
- Döveling, Katrin (2007): Feeling is believing. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Trauer um Papst Johannes Paul II. In: Malik, Jamal/Rüpke, Jörg/Wobbe, Theresa (Hrsg.): *Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internet-ritual*. Münster, S.73–92.
- Dovidio, John F (Hrsg.) (1986): *Prejudice, discrimination, and racism*. Orlando.
- Dovidio, John F/Glick, Peter Samuel/Rudman, Laurie A (Hrsg.) (2005): *On the nature of prejudice. Fifty years after Allport*. Malden.
- Droogers, André (2009): Defining Religion. A Social Science Approach. In: Clarke, Peter Bernard (Hrsg.): *The Oxford handbook of the sociology of religion*. Oxford, S. 263–279.

- Drummond, Lee (1984): Movies and myth: Theoretical skirmishes. In: *American Journal of Semiotics* 3, H. 2, S. 1–32.
- Dubach, Alfred/Campiche, Roland J (2003): Jede(r) ein Sonderfall? Religion in der Schweiz. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. Basel.
- Durant, John/Bauer, Martin W./Gaskell, Georg (1998): *Biotechnology in the public sphere*. London.
- Durkheim, Emile (1976): *The elementary forms of religious life*. English Translation. London.
- Eilders, Christiane (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen.
- Eilders, Christiane/Wirth, Werner (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum. Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. In: *Publizistik* 44, H. 1, S. 35–57.
- Ekström, Mats (2000): Information, storytelling and attractions. TV journalism in three modes of communication. In: *Media Culture and Society* 22, H. 4, S. 465–592.
- Eliade, Mircea (1958): *Patterns in Comparative Religion*. New York.
- Eliade, Mircea (1998): *Mythen und Mythologien*. In: Golowin, Sergius/Eliade, Mircea/Campbell, Joseph (Hrsg.): *Die grossen Mythen der Menschheit*. Basel.
- Eliot, Alexander (1990): *The Universal Myths. Heroes, Gods, Tricksters and Others*. New York.
- Emmerich, Andreas (1984): *Nachrichtenfaktoren: Die Bausteine der Sensationen*. Saarbrücken.
- Entman, Robert M. (1993): Framing. Toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication* 43, H. 3, S. 51–58.
- Entman, Robert M./Matthes, Jörg/Pellicano, Lynn (2009): Nature, Sources, and Effects of News Framing. In: Wahl-Jorgensen, Karin/Hanitzsch, Thomas (Hrsg.): *The handbook of journalism studies*. New York, S. 175–190.
- Esser, Frank/D'Angelo, Paul (2003): Framing the Press and Publicity Process. A Content Analysis of Meta-Coverage in Campaign 2000 Network News. In: *American Behavioral Scientist* 46, H. 5, S. 617–641.
- Ettinger, Patrik/Udris, Linards (2009): Islam as a Threat? Problematisation of Muslims in the Mass Media and Effects on the Political System. In: Marsden, Lee/Savigny, Heather (Hrsg.): *Media, religion, and conflict*. Surrey, S. 59–79.
- Evans, Sacha/Kolmer, Christian/Schatz Roland (2008): Media Coverage. In: Tranchet, Nancy/Rienstra Dianna (Hrsg.): *Islam and the West. Annual Report on the State of Dialogue*. Geneva, S. 102–121.
- Fiedler, Klaus/Bless, Heribert (2003): Soziale Kognition. In: Stroebe, Wolfgang/Klaus, Jonas/Hewstone, Miles (Hrsg.): *Sozialpsychologie*. Heidelberg, S. 125–164.
- Fisher, Walter R. (1984): Narration as a human communication paradigm. The case of public moral argument. In: *Communication Monographs*, H. 51, S. 1–22.
- Fisher, Walter R. (1985): The narrative paradigm. In the beginning. In: *Journal of Communication* 35, H. 4, S. 74–89.
- Fog, Klaus/Budtz, Christian/Yakaboylu, Baris (2005): *Storytelling. Branding in Practice*. Berlin, Heidelberg.

- Franzosi, Roberto (1998): Narrative Analysis – or why (and how) sociologists should be interested in narrative. In: *Annual Review of Sociology* 24, S. 517–544.
- Fretwurst, Benjamin (2008): Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie. Konstanz.
- Friedrichs, Jürgen (Hrsg.) (1998): Die Individualisierungsthese. Opladen.
- Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz.
- Galtung, Johan/Ruge, Mari (1965): The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. In: *Journal of Peace Research*, H. 2, S. 64–91.
- Gamson, William A./Modigliani, Andre (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power. A constructionist approach. In: *American Journal of Sociology* 95, S. 1–37.
- Gamson, William A./Modigliani, Andre (1987): The changing culture of affirmative action. In: Braungart, Richard G/Braungart, Margaret (Hrsg.): *Research in political sociology. A research annual*. Greenwich, S. 137–177.
- Gärtner, Christel (2009): Die Rolle der Medien bei der Rückkehr der Religion. Die habituellen Voraussetzungen für die Wahrnehmung und Deutung religiöser Ereignisse bei journalistischen »Meinungsmachern«. In: Sieprath, Maud E. (Hrsg.): *Religion und Massenmedien*. Berlin, S. 67–97.
- Geiger, Daniel (2005): The Dark Side of Narrations. Narrations as Paradox Genres. In: Schreyögg, Georg/Koch, Jochen (Hrsg.): *Knowledge Management and Narratives. Organizational Effectiveness Through Storytelling*. Berlin, S. 195–214.
- Gerbner, Georg/Gross, Larry (1976): Living with television. The Violence Profile. In: *Journal of Communication* 26, S. 172–199.
- Gerbner, George/Gross, Larry P/Melody, William H. (Hrsg.) (1973): *Communications technology and social policy. Understanding the new 'Cultural revolution'*. New York.
- Geybels, Hans/Mels, Sara/Walrave, Michel (Hrsg.) (2009): *Faith and media. Analysis of faith and media: representation and communication*. Bruxelles.
- Gilbert, Daniel T/Fiske, Susan T/Lindzey, Gardner (Hrsg.) (1998): *The handbook of social psychology. Volume II*. New York:
- Gilens, Martin (1996): Race and poverty in America. Public misperceptions and the American news media. In: *Public Opinion Quarterly* 60, S. 525–542.
- Giordano, Christian (2005): Kulturelle Gruppenstereotype und -vorurteile. Eine kritische Betrachtung aus ethnologischer und soziologischer Sicht. In: Rusterholz, Peter/Moser, Rupert (Hrsg.): *Wie verstehen wir Fremdes?* Bern, S. 173–194.
- Glick, Peter (2002): Sacrificial lambs dressed in wolves' clothing. Envious prejudice, ideology and the scapegoating of the Jews. In: Newman, Leonard S/Erber, Ralph (Hrsg.): *Understanding genocide. The social psychology of the Holocaust*. Oxford, S. 113–142.
- Glick, Peter. (2005): Choice of scapegoats. In: Dovidio, John F/Glick, Peter Samuel/Rudman, Laurie A (Hrsg.): *On the nature of prejudice. Fifty years after Allport*. Malden, S. 244–261.
- Glock, Charles Y. (1969): Über die Dimensionen der Religiosität. In: Matthes, Joachim/Glock, Charles Y. (Hrsg.): *Kirche und Gesellschaft. Einführung in die Religionssoziologie II*. Reinbek bei Hamburg, S. 150–168.

- Golowin, Sergius/Eliade, Mircea/Campbell, Joseph (Hrsg.) (1998): Die grossen Mythen der Menschheit. Basel.
- Görke, Alexander/Kohring, Matthias/Ruhrmann, Georg (2000): Gentechnologie in der Presse. Eine internationale Langzeitanalyse von 1973 bis 1996. In: *Publizistik* 45, H. 1, S. 20–37.
- Gormly, Eric (2004): Peering Beneath the Veil: An Ethnographic Content Analysis of Islam as Portrayed on The 700 Club Following the September 11th Attacks. In: *Journal of Media and Religion* 3, H. 4, S. 219–238.
- Graber, Doris (1984): *Processing the news*. New York.
- Hafez, Kai (2000): The Middle East and Islam in Western Mass Media. Towards a Comprehensive Theory of Foreign Reporting. In: Hafez, Kai (Hrsg.): *Islam and the west in the mass media. Fragmented images in a globalizing world*. Cresskill, NJ, S. 27–65.
- Hafez, Kai (2002a): *Das Nahost- und Islambild der deutschen überregionalen Presse*. Baden-Baden.
- Hafez, Kai (2002b): *Die Politische Dimension der Auslandberichterstattung. Theoretische Grundlagen*. Band 1. Baden-Baden.
- Hafez, Kai (Hrsg.) (2000b): *Islam and the west in the mass media. Fragmented images in a globalizing world*. Cresskill, NJ.
- Haigh, Michel M./Pfau, Michael/Danesi, Jamie et al. (2006): A Comparison of Embedded and Nonembedded Print Coverage of the U.S. Invasion and Occupation of Iraq. In: *The Harvard International Journal of Press/Politics* 11, H. 1, S. 81–96.
- Hall, Stuart (1984): The narrative construction of reality. An Interview with Stuart Hall. In: *Southern Review* 17, H. 1, S. 3–17.
- Hamilton, David L (Hrsg.) (1981): *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior*. Hillsdale, NJ.
- Hamilton, David L/Gifford, Robert (2000): Illusory Correlation in Interpersonal Perception. A Cognitive Basis of Stereotypic Judgments. In: Stangor, Charles (Hrsg.): *Stereotypes and prejudice. Essential readings*. Philadelphia, S. 161–171.
- Hands, Stephen/Everitt, Brian (1987): A Monte Carlo study of the recovery of cluster structure in binary data by hierarchical clustering techniques. *Multivariate Behavioral Research*.
- Hart, Roderick P./Turner, Kathleen J./Knupp, Ralph E. (1980): Religion and the Rhetoric of the Mass Media. In: *Review of Religious Research* 21, H. 3, S. 256–275.
- Hemels, Joan (2009): Faith and Journalism under Strain. Some Observations with Relation to Printed Media in the Netherlands. In: Geybels, Hans/Mels, Sara/Walrave, Michel (Hrsg.): *Faith and media. Analysis of faith and media: representation and communication*. Bruxelles, S. 105–134.
- Henau, Ernest (2009): Church and Media. Two Worlds? In: Geybels, Hans/Mels, Sara/Walrave, Michel (Hrsg.): *Faith and media. Analysis of faith and media: representation and communication*. Bruxelles, S. 53–69.
- Hertl, M. (1996): Keine Orientierung an der Kirchenpresse. Zur Stellung der Kirche innerhalb des Mediensystems. In: *Communicatio Socialis*, H. 29, S. 340–348.
- Hertog, James K./McLeod, Douglas M. (2001): A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. In: Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, Au-

- gust (Hrsg.): *Framing Public Life. Perspectives on Our Understanding of the Social World*. Mahwah; New Jersey; London, S. 139–161.
- Hickethier, Knut (1997): *Das Erzählen der Welt in den Fernsehnachrichten. Überlegungen zu einer Narrationstheorie der Nachricht*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 45, H. 1, S. 5–18.
- Hickethier, Knut (1998): *Narrative Navigation durchs Weltgeschehen. Erzählstrukturen in Fernsehnachrichten*. In: Kamps, Klaus (Hrsg.): *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen*. Opladen, S. 185–2002.
- Hinton, Perry Roy (2000): *Stereotypes, cognition, and culture*. Hove.
- Hjarvard, Stig (2009a): *Introduction. The mediatization of religion: enchantment, media and popular culture*. In: Petersen, Anders Klostergaard (Hrsg.): *Northern lights on the Dead Sea scrolls. Proceedings of the Nordic Qumran network 2003–2006*. Leiden, S. 3–8.
- Hjarvard, Stig (2009b): *The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change*. In: Petersen, Anders Klostergaard (Hrsg.): *Northern lights on the Dead Sea scrolls*. Leiden, S. 9–26.
- Höfner, Charlotte (2003): *Sind Nachrichtenfaktoren Unterhaltungsfaktoren? Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren auf den wahrgenommenen Unterhaltungswert und die wahrgenommene Informationsqualität von politischen Zeitungsmeldungen*. München.
- Holm, Kurt (1976): *Die Gültigkeit sozialwissenschaftlichen Messen*. In: Holm Kurt (Hrsg.). *Die Befragung* 4. München.
- Hoover, Stewart M. (1998): *Religion in the News. Faith and Journalism in American Public Discourse*. California.
- Hoover, Stewart M. (2003): *Religion, Media and Identity. Theory and Method in Audience Research on Religion and Media*. In: Mitchell, Jolyon/Marriage, Sophia (Hrsg.): *Mediating Religion. Conversations in Media, Religion and Culture*. London, S. 2–19.
- Hoover, Stewart M. (2009): *Religion and the Media*. In: Clarke, Peter Bernard (Hrsg.): *The Oxford handbook of the sociology of religion*. Oxford, S. 688–704.
- Hubbard, Benjamin Jerome (Hrsg.) (1990): *Reporting religion. Facts & faith*. Sonoma, Calif.
- Huber, Stefan (2003): *Zentralität und Inhalt. Ein neues multidimensionales Messmodell der Religiosität*. Opladen.
- Huinink, Johannes/Wagner, Michael (1998): *Individualisierung und die Pluralisierung der Lebensformen*. In: Friedrichs, Jürgen (Hrsg.): *Die Individualisierungsthese*. Opladen, S. 85–106.
- Husain, Zohair/Rosenbaum, David M. (2004): *Perceiving Islam. The Causes and Consequences of Islamophobia in the Western Media*. In: Saha, Santosh C. (Hrsg.): *Religious fundamentalism in the contemporary world. Critical social and political issues*. Lanham, S. 171–206.
- Hussain, Mustafa (2000): *Islam, Media and Minorities in Denmark*. In: *Current Sociology* 48, H. 4, S. 95–116. In: <http://csi.sagepub.com/cgi/content/abstract/48/4/95> (5.2.2010).
- Hynes, William J./Doty, William G. (1993): *Mythical Trickster Figures. Contours, Context, and Criticisms*. Tuscaloosa.

- Ibrahim, Dina (2010): The Framing of Islam on Network News Following the September 11th Attacks. In: *The International Communication Gazette* 72, H. 111–125.
- Igartua, Juan-José/Cheng, Lifan/Muñiz, Carlos (2005): Framing Latin America in the Spanish press: A cooled down friendship between two fraternal lands. In: *Communications* 30, H. 3, S. 359–372.
- Imhof, Kurt/Ettinger, Patrik (2007): Religionen in der medienvermittelten Öffentlichkeit in der Schweiz. In: Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.): *Eine Schweiz – viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens*. Bielefeld, S. 285–300.
- Iyengar, Shanto (1989): How citizens think about national issues. A matter of responsibility. In: *American Journal of Political Science* 33, H. 4, S. 878–900.
- Iyengar, Shanto (1991): *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago.
- Iyengar, Shanto/Adam Simon (1993): News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. In: *Communication Research* 20, H. 3, S. 365–383.
- Jäger, Margarete/Cleve, Gabriele (2003): *Medienbild Israel. Zwischen Solidarität und Antisemitismus*. Münster.
- Jagodzinski, Wolfgang/Klein, Markus (1998): Individualisierungskonzepte aus individualistischer Perspektive. In: Friedrichs, Jürgen (Hrsg.): *Die Individualisierungsthese*. Opladen, S. 13–31.
- Jensen, Jeppe Sinding (Hrsg.) (2009): *Myths and mythologies. A reader*. London.
- Jensen, Michael C. (1983): *The sorry state of news reporting and why it won't be changed*. Speech to New York State Publishers Association. Rochester, New York.
- Johnson-Cartee, Karen S. (2005): *News narratives and news framing. Constructing political reality*. Oxford.
- Jussim, Lee/Cain, Thomas R./Crawford, Jarret T. et al. (2009): The Unbearable Accuracy of Stereotypes. In: Nelson, Todd D. (Hrsg.): *Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination*. New York, S. 199–227.
- Karim, Karim H. (2006): American Media's Coverage of Muslims: the Historical Roots of Contemporary Portrayals. In: Poole, Elizabeth/Richardson, John E. (Hrsg.): *Muslims and the news media*. London, S. 116–127.
- Kaufmann, Franz-Xaver (1989): *Religion und Modernität. Sozialwissenschaftliche Perspektiven*. Tübingen.
- Kelly, Christine/Zak, Michele (1999): Narrativity and Professional Communication. Folktales and Community Meaning. In: *Journal Of Business And Technical Communication* 13, H. 3, S. 297–317.
- Kepplinger, Hans Mathias (1989): Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: *Politik und Zeitgeschichte*, H. 15, S. 3–16.
- Kepplinger, Hans Mathias (1998): Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In: Holtz-Bacha, Christina/Scherer, Helmut/Waldmann, Norbert (Hrsg.): *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie wir darin leben*. Opladen, S. 19–38.
- Kepplinger, Hans Mathias/Bastian, Rouwen (2000): Der prognostische Gehalt der Nachrichtenwert-Theorie. In: *Publizistik* 45, S. 462–475.

- Kepplinger, Hans Mathias/Ehmig, Sabine (2006): Predicting news decisions. An empirical test of the two-component theory of news selection. In: *Communications* 31, S. 25–43.
- Kerr, Peter A. (2003): The Framing of Fundamentalist Christians. *Network Television News, 1980–2000*. In: *Journal of Media and Religion* 2, H. 4, S. 203–235.
- Kerr, Peter A./Moy, Patricia (2002): Newspaper coverage of fundamentalist Christians: 1980–2000. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 79, S. 54–73.
- Kim, Jae-On/Nie, Norman/Sidney, Verba (1977): A Note on Factor Analyzing Dichotomous Variables: The Case of Political Participation. In: *Political Methodology*, H. 4, S. 73–103.
- Knobloch, Silvia/Patzig, Grit/Mende, Anna-Maria et al. (2004): Affective News. Effects of Discourse Structure in Narratives on Suspense, Curiosity, and Enjoyment While Reading News and Novels. In: *Communication Research*, H. 31, S. 259–287.
- Koch, Carmen (9.01.2010): The Islam and the media. How journalists think about Islam and how they report on it. Presentation at »Islam and Media Conference«. Boulder, USA.
- Koch, Tom (1990): *The news as myth. Fact and context in journalism*. New York/London.
- Kohring, Matthias (2004): Journalismus als soziales System. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 185–200.
- Kohring, Matthias (2006): Öffentlichkeit als Funktionssystem der modernen Gesellschaft. Zur Motivationskraft der Mehrsystemzugehörigkeit. In: Ziemann, Andreas (Hrsg.): *Medien der Gesellschaft - Gesellschaft der Medien*. Konstanz, S. 161–182.
- Kohring, Matthias/Matthes, Jörg (2002): The face(t)s of biotech in the nineties. How German press framed modern biotechnology. In: *Public Understanding of Science* 11, H. 2, S. 143–154.
- Kolmer, Christian (2009): How Religious Leaders are Framed in International Media. In: Macdonald-Radcliff, Allstair/Schatz, Roland (Hrsg.): *Annual Dialogue Report on Religion and Values 2009*. Zürich, S. 186–196.
- Krüger, Udo Michael (2001): *Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991–2000*. Baden-Baden.
- Krüger, Udo Michael (2004): Spartenstruktur und Informationsprofile im deutschen Fernsehangebot. In: *Media Perspektiven* 5/2004, S. 194 - 207.
- Krüggeler, Michael (2001): Deinstitutionalisierung der Kirchenreligion. In: Schweizerisches Pastoralsoziologisches Institut (Hrsg.): *Religiöse Orientierung in der Schweiz. Religion und Lebenswerte in der Schweiz*. Zürich.
- Kruse, Corwin R. (2001): The Movement and the Media. Framing the Debate Over Animal Experimentation. In: *Political Communication*, H. 18, S. 67–87.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2001): *Publizistik. Ein Studienhandbuch*. Köln.
- Kunda, Ziva/Spencer, Steven J. (2003): When do stereotypes come to mind and when do they color judgment? A goal-based theoretical framework for stereotype activation and application. In: *Psychological Bulletin* 129, S. 522–544.

- Kupfer, Claude/Weingarten, Ralph (1999): Zwischen Ausgrenzung und Integration, Geschichte und Gegenwart der Jüdinnen und Juden in der Schweiz. Zürich.
- Kurzke, Daniela (2009): Medialisierung des Dalai Lama. Vom Bauernjungen zum buddhistischen Superstar. Eine kurze Übersicht. In: Sieprath, Maud E (Hrsg.): Religion und Massenmedien. Berlin, S. 231–247.
- Laskowski, Antje (2009): Der Karrikaturenstreit - eine global gesteuerte Empörung. In: Sieprath, Maud E (Hrsg.): Religion und Massenmedien. Berlin, S. 33–65.
- Lasorsa, Dominic (2008): Stereotypes. In: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): The International encyclopedia of communication. Oxford, Onlineausgabe.
- Lemieux, Raymond (1987): Charisme, mass-media et religion populaire Le voyage du Pape au Canada. In: Social Compass 34, H. 1, S. 11–31.
- Leonarz, Martina (2006): Gentechnik im Fernsehen. Eine Framing-Analyse. Konstanz.
- Lepore, Lorella/Brown, Roger (1997): Category and stereotypie activation. Is prejudice inevitable? In: Journal of Personality and Social Psychology 72, S. 275–287.
- Lester, Paul Martin/Ross, Susan Dente (2003): Images that injure: An Introduction. In: Lester, Paul Martin/Ross, Susan Dente (Hrsg.): Images that injure. Pictorial stereotypes in the media. Westport, S. 1–4.
- Lewis, Justin/Mason, Paul/Moore, Kerry (2009): 'Islamic Terrorism' and the Repression of the Political. In: Marsden, Lee/Savigny, Heather (Hrsg.): Media, religion, and conflict. Surrey, S. 17–37.
- Linn, Travis (1996): Media methods that lead to stereotypes. In: Lester, Paul Martin (Hrsg.): Images that injure. Pictorial stereotypes in the media. Westport, S. 15–20.
- Linville, Patricia W./Fischer, Gregory W./Salovey, Peter (1989): Perceived distribution of the characteristics of in-group and out-group members. Empirical evidence and a computer simulation. In: Journal of Personality and Social Psychology 38, S. 165–188.
- Lipner, Julius (2006): A Remaking of Hinduism? or, Taking the Mickey Out of Valmiki. In: Vries, Hent de (Hrsg.): Religion and media. Stanford, Calif., S. 320–338.
- Lippmann, Walter (1922): Public Opinion. New York.
- Lou Coleman, Cynthia/Dysart, Erin V. (2005): Framing of Kennewick Man against the Backdrop of a Scientific and Cultural Controversy. In: Science Communication 27, H. 1, S. 3–26.
- Luckmann, Thomas (2002): Die religiöse Situation in Europa. In: Luckmann, Thomas/Knoblauch, Hubert (Hrsg.): Wissen und Gesellschaft. Ausgewählte Aufsätze 1981 - 2002. Konstanz, S. 131–137.
- Luckmann, Thomas/Knoblauch, Hubert (1991): Die unsichtbare Religion. Frankfurt am Main.
- Lule, Jack (2001): Daily news, eternal stories. The mythological role of journalism. The mythological role of journalism. New York.
- Lundby, Knut (1989): Religion and the Media in the Nordic Countries. In: Social Compass 37, H. 1, S. 179–186.
- Lünenborg, Margreth (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft; ein Entwurf. Wiesbaden.

- Luther, Catherine A./Miller, Mark M. (2005): Framing the 2003 U.S.-Iraq War Demonstrations: An Analysis of News and Partisan Texts. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 82, H. 1, S. 78–96.
- Maass, Anne/Arcuri, Luciano (1996): Language and Stereotyping. In: Macrae, C. Neil/Stangor, Charles/Hewstone, Miles (Hrsg.): *Stereotypes and stereotyping*. New York.
- Macdonald-Radcliff, Allstair/Schatz, Roland (Hrsg.) (2009): *Annual Dialogue Report on Religion and Values 2009*. Zürich.
- Machhill, Marcel/Köhler, Sebastian/Waldhauser, Markus (2006): Narrative Fernsehrichten. Ein Experiment zur Innovation journalistischer Darstellungsformen. In: *Publizistik* 51, H. 4, S. 479–497.
- Machhill, Marcel/Köhler, Sebastian/Waldhauser, Markus (2007): The Use of Narrative Structures in Television News. An Experiment in Innovative Forms of Journalistic Presentation. In: *European Journal of Communication* 22, H. 2, S. 185–205.
- Mackie, Diane M/Hamilton, David L./Susskind, Joshua et al. (1996): Social Psychological Foundations of Stereotype Formation. In: Macrae, C. Neil/Stangor, Charles/Hewstone, Miles (Hrsg.): *Stereotypes and stereotyping*. New York, S. 41–78.
- Macrae, C. Neil/Stangor, Charles/Hewstone, Miles (Hrsg.) (1996): *Stereotypes and stereotyping*. New York.
- Maier, Michaela (2003): *Analysendeutscher Fernsehrichten 1992–2001*. In: Ruhrmann, Georg/Woelke, Jens/Maier, Michaela/Diehlmann, Nicole (Hrsg.): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen, S. 61–98.
- Maier, Michaela (2003a): *Nachrichtenfaktoren – Stand der Forschung*. In: Ruhrmann, Georg et al.: *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen, S. 27–50.
- Maier, Michaela/Ruhrmann, Georg/Klietsch, Kathrin (2006): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 1992 – 2004*. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). In: http://www.lfm-nrw.de/downloads/nachrichtenanalyse_1992-2000.pdf (1.12.2009).
- Maletzke, Gerhard (1996): *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen.
- Malik, Jamal/Rüpke, Jörg/Wobbe, Theresa (Hrsg.) (2007): *Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internetritual*. Münster.
- Manning, Peter (2006): *Australians Imagining Islam*. In: Poole, Elizabeth/Richardson, John E. (Hrsg.): *Muslims and the news media*. London, S. 128–141.
- Marsden, Lee/Savigny, Heather (Hrsg.) (2009): *Media, religion, and conflict*. Surrey.
- Martin, Justin D./Trammell, Kaye D./Landers, Daphne et al. (2006): *Journalism and the Debate Over Origins. Newspaper Coverage of Intelligent Design*. In: *Journal of Media and Religion* 5, H. 1, S. 49–61.
- Martin, Warren S./Fruchter, Benjamin/Mathis, William J. (1974): *An Investigation of the Effect of the Number of Scale Intervals on Principal Components Analysis*. In: *Educational and Psychological Measurement*, H. 34, S. 537–545.

- Martinez, Matias/Scheffel, Michael (2003): Einführung in die Erzähltheorie. München.
- Matsumoto, David Ricky/Juang, Linda (2000): Culture and psychology. People around the world. Belmont, Calif.
- Matthes, Joachim/Glock, Charles Y. (Hrsg.) (1969): Kirche und Gesellschaft. Einführung in die Religionssoziologie II. Reinbek bei Hamburg.
- Matthes, Jörg (2008): Medien-Frames inhaltsanalytisch(bee)greifen. Eine Analyse von 135 nationalen und internationalen Fachzeitschriftenaufsätzen, 1990–2005. In: Matthes, Jörg/Wirth, Werner/Daschmann, Gregor/Fahr, Andreas (Hrsg.): Die Brücke zwischen Theorie und Empirie. Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Köln, S. 157–177.
- Matthes, Jörg (2009): Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten. Baden-Baden.
- Matthes, Jörg/Kohring, Matthias (2008): The Content Analysis of Media Frames. Toward Improving Reliability and Validity. In: Journal of Communication 58, S. 258–279.
- Matthes, Jörg/Wirth, Werner/Daschmann, Gregor, et al. (Hrsg.) (2008): Die Brücke zwischen Theorie und Empirie. Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Köln.
- Mazza Moneta, Elisabetta (2000): Deutsche und Italiener. Der Einfluss von Stereotype auf interkulturelle Kommunikation: Deutsche und italienische Selbst- und Fremdbilder und ihre Wirkung auf die Wahrnehmung von Italienern in Deutschland. Frankfurt am Main.
- McComas, Katherine/Shanahan, James (1999): Telling Stories About Global Climate Change. Measuring the Impact of Narratives on Issue Cycles. In: Communication Research 26, H. 1, S. 30–57.
- McCombs, Maxwell/Ghanem, Salma (2001): The Convergence of Agenda Setting and Framing. In: Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, August (Hrsg.): Framing Public Life. Perspectives on Our Understanding of the Social World. Mahwah; New Jersey; London, S. 67–81.
- McDonald, Ian R./Lawrence, Regina G. (2004): Filling the 24 x 7 News Hole. Television News Coverage Following September 11. In: American Behavioral Scientist 48, H. 3, S. 327–340.
- McDonnell, Jim (2003): Desperately Seeking Credibility. English Catholics, the News Media and the Church. In: Mitchell, Jolyon/Marriage, Sophia (Hrsg.): Mediating Religion. Conversations in Media, Religion and Culture. London, S. 33–43.
- Mead, Georg Herbert (1925–1926): The nature of aesthetic experience. In: International Journal of Ethics, H. 36, S. 382–393.
- Meier, Daniel (2005): Zwischen Faszination und Befremdlichkeit. die Wahrnehmung des orthodoxen Christentums in der deutschen Presse. In: Communicatio Socialis 38, H. 1, S. 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. Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft, Universität Zürich.
- Melischek, Gabriele/Rosengren, Karl Erik/Stappers, James (Hrsg.) (1984): Cultural indicators. An international symposium. Wien.

- Meyer, Birgit/Moors, Annelies (Hrsg.) (2006): Religion, media, and the public sphere. Bloomington.
- Midgley, Mary (2004): The myths we live by. London.
- Miller, Mark M. (1997): Frame Mapping and Analysis of News Coverage of Contentious Issues. In: *Social Science Computer Review* 15, H. 4, S. 367–378.
- Miller, Mark M./Riechert Parnell, Bonnie (2001): The Spiral of Opportunity and Frame Resonance. Mapping the Issue Cycle in News and Public Discourse. In: Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, August (Hrsg.): *Framing Public Life. Perspectives on Our Understanding of the Social World*. Mahwah; New Jersey; London, S. 107–121.
- Mitchell, Jolyon/Marriage, Sophia (Hrsg.) (2003): *Mediating Religion. Conversations in Media, Religion and Culture*. London.
- Moore, Rick Clifton (2003): Religion and Topoi in the News. An Analysis of the “Unsecular Media” Hypothesis. In: *Journal of Media and Religion* 2, H. 1, S. 49–64.
- Morey, Leslie C., Blashfield, Roger K./Skinner, Harvey A. (1983): A comparison of cluster analysis techniques within a sequential validation framework. *Multivariate Behavioral Research* 18, S. 309–329.
- Morgan, David (Hrsg.) (2008): *Key words in religion, media, and culture*. New York.
- Moscovici, Serge/Hewstone, Miles (1983): Social representations and social explanation: from the naïve' to the amateur' scientist'. In: Hewstone, Miles (Hrsg.): *Attribution theory. Social and functional extensions*. Oxford.
- Murphy, Priscilla/Maynard, Michael (2000): Framing the Genetic Testing Issue. Discourse and Cultural Clashes Among Policy Communities. In: *Science Communication* 22, H. 2, S. 133–153.
- Nafroth, Katja (2002): *Zur Konstruktion von Nationenbildern in der Auslandberichterstattung. Das Japanbild der deutschen Medien im Wandel*. Münster.
- Nelson, Thomas E./Willey, Elaine A. (2001): Issue Frames that Strike a Value Balance. A Political Psychology Perspective. In: Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, August (Hrsg.): *Framing Public Life. Perspectives on Our Understanding of the Social World*. Mahwah; New Jersey; London, S. 245–266.
- Nelson, Todd D. (Hrsg.) (2009): *Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination*. New York.
- Nelson, Todd D (2006): *The psychology of prejudice*. Boston.
- Nelson, Todd D. (2002): *The psychology of prejudice*. Boston.
- Neuhold, Leopold (2000): *Religion und katholische Soziallehre im Wandel vor allem der Werte. Erscheinungsbilder und Chancen*. Hamburg.
- Nisbet, Matthew C./Brossard, Dominique/Kroepsch, Adrienne (2003): Framing Science. The Stem Cell Controversy in an Age of Press/Politics. In: *The Harvard International Journal of Press/Politics* 8, H. 2, S. 36–70.
- Norris, Pippa/Inglehart, Ronald: *Sacred and Secular (2004): Religion and Politics Worldwide*. New York.
- Nötzold, Katharina (2009): Media Image and People’s Perception of Religion. In: Macdonald-Radcliff, Allstair/Schatz, Roland (Hrsg.): *Annual Dialogue Report on Religion and Values 2009*. Zürich, S. 160–185.
- Nye, Malory (2007): *Religion. The basics*. London, E-Book.

- o.A. (2010): Religion. In: Britannica Book of the Year, 2008. Retrieved April 6, 2010, from Encyclopædia Britannica Online. In: <http://search.eb.com/eb/article-9439181> (01.03.2010).
- O'Mahony, Patrick/Schäfer, Mike S. (2005): The 'Book of Life' in the Press. Comparing German and Irish Media Discourse on Human genome research. In: *Social Studies of Science* 35, H. 1, S. 99–130.
- Oakes, Penelope J./Haslam, S. Alexander/Turner, John C. (1994): *Stereotyping and social reality*. Oxford.
- Oertel, Ferdinand (2002): USA: Kirche kein Medienthema mehr? In: *Communicatio Socialis*, H. 35, S. 53–58.
- Operario, Don/Fiske, Susan T (2001): Content, Structures, Processes and Content. In: Brown, Rupert/Hewstone, Miles (Hrsg.): *Blackwell Handbook of Social Psychology*. 1. publ. Malden, S. 22–44.
- Östgaard, Einar (1965): Factors influencing the flow of news. In: *Journal of Peace Research* 2, H. 1, S. 39–63.
- Park, Berndatette/Judd, Charles M. (1990): Measures and models of perceived group variability. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 59, S. 173–191.
- Park, Jowon (2002): How US television networks cover Korea and Japan. Contrasts in coverage. In: *Asian Journal of Communication* 12, H. 1, S. 1–24.
- Peffley, Mark/Shields, Todd/Williams, Bruce (1996): The intersection of race and crime in television news stories. An experimental study. In: *Political Communication*, H. 13, S. 309–327.
- Peter, Jochen (2002): Medien-Priming - Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. In: *Publizistik* 47, H. 1, S. 21–44.
- Peters, Hans Peter (1994): Wissenschaftliche Experten in der öffentlichen Kommunikation über Technik, Umwelt und Risiken. In: Friedrichs, Jürgen/Lepsius, Rainer M./Neidhart, Friedhelm (Hrsg.): *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Sonderheft 34: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung, S. 162–190.
- Petersen, Anders Klostergaard (Hrsg.) (2009): *Northern lights on the Dead Sea scrolls*. Proceedings of the Nordic Qumran network 2003 - 2006. Leiden.
- Pfau, Michael/Haigh, Michel/Gettle, Mitchell et al. (2004): Embedding journalists in military combat units: Impact on newspaper story frames and tone. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81, H. 1, S. 74–88.
- Pietilä, Veikko (1992): Beyond the News Story. News as Discursive Composition. In: *European Journal of Communication* 7, H. 1, S. 37–67.
- Piga, Andrea/Bucher, Priska (2008): Der öffentlich-rechtliche und private Rundfunk: Programmanalysen und Perspektiven der Medienschaffenden. Anhang. In: Bonfadelli, Heinz (Projektleitung). *Migration, Medien und Integration*. Der Integrationsbeitrag des öffentlich-rechtlichen, kommerziellen und komplementären Rundfunks in der Schweiz. Forschungsbericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM. Universität Zürich.
- Pinn, Irmgard (1997): Muslimische Migranten und Migrantinnen in deutschen Medien. 'Gastarbeiter' kamen - Muslime und Musliminnen blieben. In: Cleve, Gabriele/Jäger, Siegfried (Hrsg.): *Wissenschaft, Macht, Politik*. Interventionen in aktuelle gesellschaftliche Diskurse ; Siegfried Jäger zum 60. Geburtstag. Münster, S. 215–234.

- Pollack, Detlef/Pickel, Gert (2003): Deinstitutionalisierung des Religiösen und religiöse Individualisierung in Ost- und Westdeutschland. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 55, H. 3, S. 447–474.
- Pollock, John C/Piccillo Christine/Leopardi, Dana et al. (2005): Nationwide Newspaper Coverage of Islam Post-September 11. A Community Structure Approach. In: *Communication Research Reports* 22, H. 1, S. 15–27.
- 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, NJ, S. 157–179.
- Poole, Elizabeth (2006): The Effects of September 11 and the War in Iraq on British Newspaper Coverage. In: Poole, Elizabeth/Richardson, John E. (Hrsg.): *Muslims and the news media*. London, S. 89–102.
- Poole, Elizabeth/Richardson, John E. (Hrsg.) (2006b): *Muslims and the news media*. London.
- Poya, Abbas (Hrsg.) (2008): *Das Unbehagen in der Islamwissenschaft. Ein klassisches Fach im Scheinwerferlicht der Politik und der Medien*. Bielefeld.
- Preul, Reiner/Schmidt-Rost, Reinhard (Hrsg.) (2000): *Kirche und Medien*. Gütersloh.
- Radin, Paul (1955): *The Trickster. A Study in American Indian Mythology*. New York.
- Reese, Stephen (2001): Framing public life. A bridging model for media research. In: Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, August (Hrsg.): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Erlbaum, S. 7–31.
- Reese, Stephen D. (Hrsg.) (2003): *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah NJ.
- Reese, Stephen/Buckalew, Bob (1995): The Militarism of Local Television. The Routine Framing of the Persian Gulf War. In: *Critical Studies in Mass Communication*, H. 12, S. 40–59.
- Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, August (Hrsg.) (2001): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Erlbaum.
- Reichmuth, Stéphanie (2006): *Die Darstellung des Islams in der Deutschschweizer Presse. Eine Inhaltsanalyse zur Vielfalt der Berichterstattung über den Islam in der Neuen Zürcher Zeitung, im Tagesanzeiger und im BLICK*. Lizentiatsarbeit. Betreut von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli. Zürich.
- Reid, Pamela T. (1979): Racial stereotyping on television. A comparison of the behavior of both Black and White television characters. In: *Journal of Applied Psychology* 64, S. 465–471.
- Richardson, James T./van Driel, Barend (1997): Journalists' Attitudes toward New Religious Movements. In: *Review of Religious Research* 39, H. 2, S. 116–136.
- Richardson, John E. (2006): Who Gets to Speak? A Study of Sources in the Broad-sheet Press. In: Poole, Elizabeth/Richardson, John E. (Hrsg.): *Muslims and the news media*. London, S. 103–115.
- Röder, Maria (2007): *Haremsdame, Opfer oder Extremistin? Muslimische Frauen im Nachrichtenmagazin Der Spiegel*. Jena.
- Roeh, Itzhak (1989): Journalism as Storytelling, Coverage as Narrative. In: *American Behavioral Scientist* 33, S. 162–168.

- Romer, Daniel/Jamieson, Kathleen H./deCoteau, Nicole J. (1998): The treatment of persons of color in local television news. Ethnic blame discourse or realistic group conflict. In: *Communication Research* 25, H. 3, S. 286–305.
- Roth, Andreas. (2004): Das Bild von Religion und Kirche bei ostdeutschen Tageszeitungsredakteuren. In: *Communicatio Socialis* 37, H. 4, S. 329–347.
- Ruhrmann, Georg (2005a): Aktualität und Publizität revisited. Nachrichtenfaktoren und Beachtungsgrad von TV-Meldungen am Beispiel des Themas »Migranten«. In: Scholl, Armin/Westerbarkey, Joachim (Hrsg.): *Kommunikation über Kommunikation. Theorien, Methoden und Praxis*. Wiesbaden, S.67–82.
- Ruhrmann, Georg (2005b): Nachrichtenselektion. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinstüber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hrsg.): *Handbuch Journalismus und Medien*. Bonn/Konstanz, S.317–320.
- Ruhrmann, Georg/Woelke, Jens (2003): Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. In: Ruhrmann, Georg et al. (2003): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen, S.13–26
- Ruhrmann, Georg/Demren, Songül (2000): Wie Medien über Migranten berichten. In: Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden, S. 69–81.
- Ruhrmann, Georg/Göbbel, Roland (2007): Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. Abschlussbericht für netzwerk recherche e.V. In: <http://www.netzwerkrecherche.de/files/nr-studie-nachrichtenfaktoren.pdf> (1.2.2010).
- Ruhrmann, Georg/Woelke, Jens/Maier, Michaela, et al. (Hrsg.) (2003): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen.
- Russ, Gabriele (2004): *Die Kirche der Journalisten*. Münster.
- Ryan, Marie-Laure (2004): *Narrative across media. The languages of storytelling*. Lincoln.
- Saha, Santosh C. (Hrsg.) (2004): *Religious fundamentalism in the contemporary world. Critical social and political issues*. Lanham.
- Said, Edward William (1997): *Covering Islam. How the media and the experts determine how we see the rest of the world*. London.
- Sande, Øystein (1971): The Perception of Foreign News. In: *Journal of Peace Research* 8, H. 3/4, S. 221–237.
- Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.) (2000): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden.
- Schenk, Susan (2009): *Das Islambild im internationalen Fernsehen. Ein Vergleich der Nachrichtensender Al Jazeera English, BBC World und CNN International*. Berlin.
- Scheufele, Bertram (2003): *Frames - Framing - Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden.
- Scheufele, Dietram (1999): Framing as theory of media effects. In: *Journal of Communication* 49, H. 1, S. 103–122.

- Schibilsky, Michael (2000): Kirche in der Mediengesellschaft. In: Preul, Reiner/Schmidt-Rost, Reinhard (Hrsg.): Kirche und Medien. Gütersloh, S. 51–71.
- Schmid, Georg Otto (1995): Was ist eine Sekte? (Evangelische Informationsstelle www.relinfo.ch). In: <http://www.relinfo.ch/sekten/kriterien.html> (01.04.2010).
- Schmid, Georg/Schmid, Georg Otto (2003): Kirchen, Sekten, Religionen. Zürich.
- Schmolke, Michael (2002): Kirchenpresse. In: Publizistik Sonderheft 3, S. 126–146.
- Schmolke, Michael (2005): Die kirchliche Publizistik im jüngeren Strukturwandel der Öffentlichkeit. In: *Communicatio Socialis* 38, H. 2, S. 121–134.
- Schmolke, Michael (1998): Religionskommunikation durch Medien. In: Publizistik. Sonderheft 2. Medien-Kulturkommunikation, S. 199–214.
- Schranz, Mario/Imhof Kurt (2002): Muslime in der Schweiz – Muslime in der öffentlichen Kommunikation. In: Medienheft, S. 1–7.
- Schreyögg, Georg (Hrsg.) (2005): Knowledge management and narratives. Organizational effectiveness through storytelling. Berlin.
- Schröder, Bernd (2009): Zwischen Säkularisierung und Religionsproduktivität der Moderne. Zu Form und Funktion von 'Religion' in der modernen Gesellschaft. In: Schröder, Bernd (Hrsg.): Religion in der modernen Gesellschaft. Überholte Tradition oder wegweisende Orientierung? Leipzig, S. 9–50.
- Schröder, Bernd (Hrsg.) (2009): Religion in der modernen Gesellschaft. Überholte Tradition oder wegweisende Orientierung? Leipzig.
- Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg.
- Schulz, Winfried (1977): Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluss des Nachrichtenangebots. Mainz.
- Schulz, Winfried (2008): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden.
- Schweizerisches Pastoralsoziologisches Institut (Hrsg.) (2001): Religiöse Orientierung in der Schweiz. Religion und Lebenswerte in der Schweiz. Zürich.
- Selucky, Kenneth (27. Aug. - 3. Sept. 1984): News, Narrative and the Quebec Referendum. Paper prepared for the IAMCR Congress. Prague.
- Semetko, Holli A./Valkenburg, Patti M. (2000): Framing European Politics. A Content Analysis of Press and Television News. In: *Journal of Communication* 50, H. 2, S. 93–109.
- Shadid, Wasif/van Koningsveld, Sjoerd (Hrsg.) (2002): Religious Freedom and the Neutrality of the State: The Position of Islam in the European Union.
- Shehata, Adam (2007): Facing the Muhammad Cartoons. Official Dominance and Event-Driven News in Swedish and American Elite Press. In: *The Harvard International Journal of Press/Politics* 12, H. 4, S. 131–153.
- Sheikh, Kashif Z./Price, Vincent/Oshagan et al. (1996): Press Treatment of Islam. What Kind of Picture Do the Media Paint? In: *International Communication Gazette*, H. 56, S. 139–154.
- Shoemaker, Pamela J./Cohen, Akiba A. (2006): News around the world. Content, practitioners, and the public. Oxford.
- Sieprath, Maud E (2009): »Fürchtet euch nicht vor neuen Technologien«. Öffentliches Leiden und Sterben des Medienpapstes. Die Medien als Stimulanzfaktor ei-

- ner kurzfristigen Massenbewegung. In: Sieprath, Maud E (Hrsg.): Religion und Massenmedien. Berlin, S. 11–31.
- Sieprath, Maud E (Hrsg.) (2009b): Religion und Massenmedien. Berlin.
- Simon, Adam/Xenos, Michael (2001): Media framing and effective public deliberation. In: Political Communication 17, H. 4, S. 363–376.
- Six, Bern (1989a): Stereotype in den Medien. In: Groebel, Jo/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): Empirische Medienpsychologie. München, S. 168–178.
- Six, Ulrike (1989b): Medieneinflüsse auf Einstellungen und Vorurteile. In: Groebel, Jo/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): Empirische Medienpsychologie. München, S. 179–195.
- Smart, Ninian (1996): Dimensions of the Sacred. An Anatomy of the World's Beliefs. Berkeley; Los Angeles.
- Smidt, Corwin E./Kellstedt, Lyman A./Guth, James L. (Hrsg.) (2009): The Oxford handbook of religion and American politics. Oxford.
- Smith, Eliot R. (1993): Social identity and social emotions. Toward new conceptualizations of prejudice. In: Mackie, Diane M/Hamilton, David L (Hrsg.): Affect, cognition, and stereotyping. Interactive processes in group perception. San Diego, Calif, S. 297–315.
- Smith, Eliot R. (1999): Affective and cognitive implications of a group becoming part of the self. New models of prejudice and of the self-concept. In: Abrams, Dominic (Hrsg.): Social identity and social cognition. 1. publ. Oxford: Blackwell, S. 183–196.
- Sommer, Carlo M. (1998): Social representations and media communication. In: Flick, Uwe (Hrsg.): The psychology of the social. Cambridge.
- Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg i. B.
- Stangor, Charles (2009): The Study of Stereotyping, Prejudice, and Discrimination Within Social Psychology. A Quick History of Theory and Research. In: Nelson, Todd D. (Hrsg.): Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination. New York, S. 1–22.
- Stangor, Charles (Hrsg.) (2000): Stereotypes and prejudice. Essential readings. Philadelphia.
- Stark, Rodney/Glock, Charles Y. (1968): American Piety. Patterns of religious commitment. Berkeley.
- Steinwede, Dietrich/Först, Dietmar (2004): Die Schöpfungsmythen der Menschheit. Düsseldorf.
- Stern, Deborah (2004): Säkularisierte Bevölkerung – säkularisierte Medien? Über das Bild des Christentums in fünf ausgewählten Tageszeitungen im Vergleich zu religionssoziologischen Befunden. Lizentiatsarbeit. Betreut von Dr. Priska Bucher. Zürich.
- Stolz, Jörg/Baumann, Martin (2007a): Religiöse Vielfalt und moderne Gesellschaft. In: Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.): Eine Schweiz - viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens. Bielefeld, S. 67–86.
- Stolz, Jörg/Baumann, Martin (2007b): Religiöse Vielfalt: Kulturelle, soziale und individuelle Formen. In: Baumann, Martin/Stolz, Jörg (Hrsg.): Eine Schweiz - viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens. Bielefeld, S. 21–38.

- Stout, Daniel A./Buddenbaum, Judith Mitchell (2003): Media, Religion, and »Framing«. In: *Journal of Media and Religion* 2, H. 1, S. 1–3.
- Stout, Daniel A./Buddenbaum, Judith Mitchell (Hrsg.) (1996): *Religion and mass media. Audiences and adaptations*. Thousand Oaks.
- Sundermeier, Theo (2007): *Religion - was ist das? Religionswissenschaft im theologischen Kontext ; ein Studienbuch*. Frankfurt am Main.
- Tajfel, Henri (1969): Cognitive aspects of prejudice. In: *Journal of Social Issues* 25, H. 4, S. 79–97.
- Tankard, James W. (2001): The empirical approach to the study of media framing. In: Reese, Stephen/Gandy, Oscar/Grant, August (Hrsg.): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Erlbaum, S. 95–106.
- Taylor, Mark C./Lopez, Donald S./Masuzawa, Tomoko, et al. (Hrsg.) (2004): *Critical terms for religious studies*. Chicago.
- Thierstein, Joel/Kamalipour, Yahya (Hrsg.) (2001): *Religion, Law and Freedom. A global perspective*. New York.
- Thofern, Detlef (1997): *Darstellungen des Islams in »Der Spiegel«*. Eine inhaltsanalytische Untersuchung über Themen und Bilder der Berichterstattung von 1950 bis 1989. Hamburg.
- Tian, Yan/Stewart, Concetta (2005): Framing the SARS Crisis: A Computer-Assisted Text Analysis of CNN and BBC Online News Reports of SARS. In: *Asian Journal of Communication* 15, H. 3, S. 289–301.
- Tranchet, Nancy/Rienstra Dianna (Hrsg.) (2008): *Islam and the West. Annual Report on the State of Dialogue*. Geneva.
- Trioen, Marit/Temmerman, Martina (2009): Patterns of Inconsistency. Naming and Transitivity in the Coverage of the World Youth Day 2005 in the Flemish Press. In: Geybels, Hans/Mels, Sara/Walrave, Michel (Hrsg.): *Faith and media. Analysis of faith and media: representation and communication*. Bruxelles, S. 71–104.
- Tversky, Amos/Kahneman Daniel (1981): The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. In: *Science* 211, H. 453–458.
- Tweed, Thomas A. (2008): Why are Buddhists so nice? Media Representations of Buddhism and Islam in the United States since 1945. In: *Material Religion* 4, H. 1, S. 91–93.
- Vreese, Claes de/Boomgaarden, Hajo G. (2003): Valenced news frames and public support for the EU. In: *Communications* 28, H. 4, S. 361–381.
- Vries, Hent de (Hrsg.) (2006): *Religion and media*. Stanford.
- Waisbord, Silvio (1997): The Narrative of Exposés in South American Journalism. Telling the Story of Collor in Brazil. In: *Gazette* 59, H. 3, S. 189–203.
- Weimann, Gabriel (2000): *Communicating unreality. Modern media and the reconstruction of reality*. Thousand Oaks, Calif.
- Wessler, Hartmut (1999): *Öffentlichkeit als Prozess. Deutungsstrukturen und Deutungswandel in der deutschen Drogenberichterstattung*. Opladen.
- Whitley, Bernard E./Kite, Mary E. (2010): *The psychology of prejudice and discrimination*. Belmont, Calif.
- Woelke, Jens (2003): Rezeption von Fernsehnachrichten. Befunde zum Nachrichtenwert und zur Relevanz von Nachrichtenfaktoren. In: Ruhrmann, Georg/Woelke, Jens/Maier, Michaela/Diehlmann, Nicole (Hrsg.): *Der Wert von*

- Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. Opladen, S. 163–200.
- Worchel, Stephen/Rothergerber, Hank (1997): Changing the stereotype of the stereotype. In: Spears, Russell (Hrsg.): *The social psychology of stereotyping and group life*. Oxford, S. 72–93.
- Wright, Stuart M. (1997): Media Coverage of Unconventional Religion. Any »Good News« for Minority Faiths? In: *Review of Religious Research* 39, H. 2, S. 101–115.
- Wyer, Robert S. (Hrsg.) (1998): *Stereotype activation and inhibition*. Mahwah, NJ.
- Wyss, Vinzenz (2010): Narration freilegen: Zur Konsequenz der Mehrsystemrelevanz als Leitdifferenz des Qualitätsjournalismus. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation – Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien*. Wiesbaden, noch nicht publiziert, Onlinezugriff:
https://home.zhaw.ch/~wys/ipmz/literatur/Mediensymposium_08_wyss.pdf
(1.6.2010).
- Wyss, Vinzenz/Keel, Guido (2009): Religion surft mit. Journalistische Inszenierungsstrategien zu religiösen Themen. In: *Communicatio Socialis*, H. 42, S. 352–364.
- Yoder-Wise, Patricia S./Kowalski, Karren (2003): The power of storytelling. In: *Nursing Outlook* 51, H. 1, S. 37–42.

UVK: Weiterlesen

Forschungsfeld Kommunikation

Herausgegeben von Walter Hömberg, Heinz Pürer und Roger Blum

Michael Harnischmacher

Journalistenausbildung im Umbruch

Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich
2010, 314 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-86764-266-8

Michel Wenzler

Journalisten und Eliten

Das Entstehen journalistischer Nachrichten über Energie- und Kulturpolitik
2009, 302 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-86764-186-9

Klaus Arnold

Qualitätsjournalismus

Die Zeitung und ihr Publikum
2009, 600 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-86764-141-8

Liane Rothenberger

Von elitär zu populär?

Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte
2008, 470 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-86764-115-9

Andrea Mlitz

Dialogorientierter Journalismus

Leserbriefe in der deutschen Tagespresse
2008, 446 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-86764-050-3

Julia Wippersberg

Prominenz

Entstehung, Erklärungen, Erwartungen
2007, 314 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-86764-006-0

Urs Dahinden

Framing

Eine integrative Theorie der Massenkommunikation
2006, 346 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-89669-576-5

Mirko Marr

Internetzugang und politische Informiertheit

Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft
2005, 256 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-89669-475-1

Klicken + Blättern

Leseprobe und Inhaltsverzeichnis unter

www.uvk.de

Erhältlich auch in Ihrer Buchhandlung.



UVK Verlagsgesellschaft mbH

UVK: Weiterlesen

Forschungsfeld Schweiz

Guido Keel

Journalisten in der Schweiz

Eine Berufsfeldstudie im Zeitverlauf

2011, 324 Seiten

105 s/w Abb., broschiert

ISBN 978-3-86764-332-0

Urs Dahinden, Daniel Süss (Hg.)

Medienrealitäten

2009, 234 Seiten, broschiert

ISBN 978-3-86764-168-5

Constanze Jecker (Hg.)

Religionen im Fernsehen

Analysen und Perspektiven

2011, 216 Seiten

25 s/w Abb., broschiert

ISBN 978-3-86764-245-3

Joachim Trebbe,

Philomen Schönhagen (Hg.)

Fernsehen und Integration

Eine Studie zur sprachregionalen
und ethnischen Repräsentation
in der Schweiz

2008, 202 Seiten

35 s/w Abb., broschiert

ISBN 978-3-86764-109-8

Ulrike Röttger,

Jochen Hoffmann, Otfried Jarren

Public Relations in der Schweiz

Eine empirische Studie zum

Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit

2003, 346 Seiten, 42 Abb. s/w, broschiert

ISBN 978-3-89669-412-6

Jochen Hoffmann,

Adrian Steiner, Otfried Jarren

Politische Kommunikation als Dienstleistung

Public-Affairs-Berater in der Schweiz

2007, 292 Seiten, broschiert

ISBN 978-3-89669-592-5

Alessia C. Neuroni

Was will der Staat im Web?

E-Government-Konzepte in der Schweiz,

Italien und Frankreich im Vergleich

2007, 308 Seiten, broschiert

ISBN 978-3-89669-633-5

Sascha Demarmels

Ja. Nein. Schweiz.

Schweizer Abstimmungsplakate

im 20. Jahrhundert

2009, 300 Seiten, 10 farb. Abb., broschiert

ISBN 978-3-86764-158-6

Klicken + Blättern

Leseprobe und Inhaltsverzeichnis unter

www.uvk.de

Erhältlich auch in Ihrer Buchhandlung.



UVK Verlagsgesellschaft mbH

Kommunikationswissenschaft

Für viele Menschen sind Medien die einzigen Zugänge zu verschiedenen Religionen – Medien wirken also entscheidend mit, welche Bilder von diesen in der Gesellschaft vorherrschen.

Die vorliegende Studie untersucht mit einer breit angelegten quantitativen Inhaltsanalyse, wie die Medien in der Schweiz das Thema Religion behandeln. Vor dem Hintergrund der Stereotypenforschung analysiert sie die Berichterstattung über Religionsgemeinschaften in Presse, Radio und Fernsehen, welche Perspektiven eingenommen werden und wer die Akteure sind. Dabei werden auch die Nachrichtenwerttheorie, der Framingansatz und die Narrationsforschung empirisch angewendet. Deutlich wird in der Analyse, dass sich die Ausrichtung der Berichterstattung insbesondere von christlichen zu nicht-christlichen Religionen unterscheidet.

Carmen Koch ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.



www.uvk.de
UVK Verlagsgesellschaft