



Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft

Nationales Forschungsprogramm NFP 58

Summary Sheet 2

IDENTITÄTSKARTE

Rolle der Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen

Leitung

Prof. Dr. Urs Dahinden
Prof. Dr. Vinzenz Wyss

Mitarbeitende

Guido Keel, Carmen Koch

Weitere Informationen:

www.nfp58.ch → Projekte → Religion, Medien und Politik

ÜBERBLICK

Medien und Religionen: auf beiden Seiten Unwissen und Distanz

Journalisten verfügen über lückenhafte Religionskenntnisse und interessieren sich wenig für religiöse Fragen. Zudem betrachten sie Religion als Randthema, wie die im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms 58 (NFP 58) durchgeführte Studie zeigt. Sie schenken religiösen Themen nur Aufmerksamkeit, wenn diese in Verbindung mit einer anderen Thematik stehen. Die Forschungsgruppe empfiehlt den Religionsgemeinschaften, mit den Medien eine Kultur des Dialogs zu etablieren. Den Journalisten rät sie, ihre Kenntnisse über religiöse Themen zu verbessern.

Die im Nationalen Forschungsprogramm 58 (NFP 58) befragten Journalisten waren sich einig: Sie kennen die Religionen schlecht. Dieses Unkenntnis erscheint ihnen jedoch nicht problematisch, da sie sich für religiöse Themen nicht oder nur sehr wenig interessieren. Journalisten bearbeiten religiöse Fragen dann, wenn sie mit einer anderen Thematik gekoppelt sind, wie etwa Politik oder Moral.

Diese Einstellung spiegelt sich in den Schweizer Medien wieder. In den meisten Redaktionen arbeiten keine auf religiöse Themen spezialisierte Journalisten. Religion wird meist dann zum Thema, wenn sie die Ursache für Kriege oder Skandale ist, also mit einem negativen Ereignis in Verbindung steht. Die Missbrauchsfälle in der katholischen Kirche oder die Konflikte im Ausland im Zusammenhang mit dem Islam nehmen in den Medien daher viel Platz ein.

Islam mit der Rolle des Schuldigen assoziiert

Die Medieninhaltsanalyse zeigte, dass die Medien das Christentum normalerweise als Religion darstellen, während sie religiöse Minderheiten eher als politische Organisationen behandeln. Die Analyse der narrativen Muster der untersuchten Artikel zeigt zudem, dass die Medien beispielsweise den Islam mit dem Muster des «Schuldigen», den Protestantismus mit dem der «guten Mutter» oder das Judentum mit dem Muster des «Opfers» assoziieren (siehe Tabelle).

Welche Rolle spielen die Medien im Kulturenkonflikt? Gemäss der Forschungsgruppe kann man nicht sagen, dass die Medien beispielsweise die Ablehnung des Islams in bestimmten gesellschaftlichen Gruppen fördern. Hingegen tun sie auch nichts, um die Toleranz gegenüber den in der Schweiz präsenten Religionsgemeinschaften zu erhöhen.

Zurückhaltung gegenüber den Medien

Das Thema Religion ist ganz einfach zu weit von den Anliegen der Journalisten weg. Die starke Berichterstattung über die Abstimmungskampagne zur Minarettinitiative war gemäss der Forschungsgruppe eine Ausnahme. Die Forschenden haben zudem festgestellt, dass die Religionsgemeinschaften (mit Ausnahme der Landeskirchen) kaum über Kommunikationsstrategien verfügen und deshalb nur sehr selten den Kontakt zu den Medien suchen. Solche Kommunikationsstrategien und Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit wären aber für die Positionierung der Religionsgemeinschaften in den Medien sehr wichtig.

Die Forschungsgruppe hat zwei Serien qualitativer Interviews durchgeführt: eine Serie mit 35 Print-, Radio- und Fernsehjournalisten aus der Romandie und der Deutschschweiz, die andere mit 21 Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Religionsgemeinschaften (Katholiken, Protestanten, Juden, Muslime, Freikirchen, Hindus, Buddhisten und Atheisten) ebenfalls in der West- und der Deutschschweiz. Parallel dazu führten die Forschenden eine über 12 Monate dauernde quantitative Medieninhaltsanalyse von insgesamt 1225 Medienbeiträgen durch. Die Artikel der Printmedien verglichen sie zudem mit der Berichterstattung von vor 10 Jahren.

Narrative Muster und Religionsgemeinschaften

Bei der Analyse der medialen Berichterstattung griffen die Forschenden auf die Theorien der Narrationsforschung zurück. Diese besagt, dass Journalisten narrative Muster gebrauchen und die Akteure in ihren Artikeln bestimmten Stereotypen zuwei-

sen, wie etwa dem Helden, dem Opfer oder dem Bösewicht. Die Forschungsgruppe hat untersucht, wie häufig ein Muster auf die verschiedenen Religionsgemeinschaften angewendet wird:

Religion / Figur	Opfer	Schuldiger	Held	Gute Mutter	Bösewicht	Trickser
Christentum (N=103)	6,8%	15,5%	3,9%	11,7%	2,9%	7,8%
Katholizismus (N=348)	3,7%	20,1%	11,2%	19,0%	6,9%	3,7%
Protestantismus (N=94)	1,1%	8,5%	2,1%	12,8%	4,3%	4,3%
Islam (N=192)	4,2%	26,0%	4,2%	5,7%	19,8%	5,2%
Schiitentum (N=30)	10,0%	13,3%	6,7%	3,3%	30,0%	0,0%
Buddhismus (N=79)	10,1%	10,1%	22,8%	17,7%	0,0%	16,5%
Judentum (N=42)	28,6%	11,9%	4,8%	7,1%	4,8%	7,1%

Handlungsmöglichkeiten für die Zukunft

Um die von der Studie identifizierten Probleme zu beheben, richten die Forschenden des NFP 58 Empfehlungen an die zwei betroffenen Akteure – die Medien und die Religionsgemeinschaften.

Sie raten den Medien, die individuellen Religionskenntnisse der Journalisten zu verbessern. Dazu sollen sie bei der deren Grundausbildung einen Religionsteil einführen.

Die Religionsgemeinschaften sollten ihrerseits eine Dialogkultur mit den Medien aufbauen. Damit dies gelingt, empfehlen die Forschenden, einfache und effiziente Kommunikationsstrukturen einzurichten. So können anschliessend Kommunikationsstrategien für die Medien entwickelt werden.