

**Christian Klenk: Ein deutscher Papst wird Medienstar.
Benedikt XVI. und der Kölner Weltjugendtag in der Presse**

Münster: Lit 2008 (Reihe Religion – Medien – Kommunikation, Bd. 4),
244 S., ISBN 978-3-8258- 0930-0, € 19,90

Aus Anlass des Kölner Weltjugendtages 2005 und des damit verbundenen ersten Besuches von Papst Benedikt XVI. in seinem Heimatland standen religiöse und kirchliche Themen einige Wochen lang im Mittelpunkt massenmedialer Berichterstattung. Der Diplom-Journalist Christian Klenk untersucht in seiner Abschlussarbeit, in welchem Umfang, anhand welcher Inhalte und mit welchen Wertungen regionale und überregionale Tages- und Wochenzeitungen über dieses Großereignis informiert haben. Er nimmt hierzu – nach einigen historischen Ausführungen zum Verhältnis zwischen Kirche und Medien sowie einer kurzen Darstellung von Selbstverständnis und Zielsetzung des Weltjugendtages – eine gründliche Inhaltsanalyse ausgewählter Publikationen über den Zeitraum von einem Monat

vor. Im Anhang dieser (verständlich geschriebenen und ansprechend gestalteten) Arbeit ist das Codebuch dokumentiert; darüber hinaus finden sich ausführliche Leitfadeninterviews mit zwei Presseverantwortlichen des Weltjugendtages sowie einigen zuständigen Zeitungsedakteuren.

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass insbesondere der Eventcharakter des Weltjugendtages von der Presse dargestellt und auf diese Weise zugleich verstärkt worden ist. Den größten Raum nahmen das fröhliche Zusammentreffen von jungen Menschen aus aller Welt sowie das sympathische Auftreten des neuen Papstes ein. Auch wurde die Veranstaltung häufig zum Anlass genommen, über das ambivalente Verhältnis der deutschen Bevölkerung zu Religion und Kirche insgesamt sowie über umstrittene kirchenpolitische Themen wie Ökumene oder Sexualität zu reflektieren. Hingegen spielten die auf dem Weltjugendtag selbst behandelten theologischen Inhalte kaum eine Rolle. Dies zeigt sich anschaulich daran, dass von den durch das Veranstaltungskomitee formulierten Kernintentionen des Weltjugendtages in den Zeitungsartikeln die soziale Dimension viel stärker kommuniziert wurde als die religiöse. Spaß, Feier und Gemeinschaft standen gegenüber Bekenntnis, Gebet und Verkündigung deutlich im Vordergrund.

Hieraus lässt sich wohl folgern, dass die katholische Kirche von der deutschen Presse vor allem als wichtiger gesellschaftlicher Akteur wahrgenommen wird, dem es immer noch hervorragend gelingt, seine Anhänger in der Öffentlichkeit zu mobilisieren und sich selbst als bedeutsame Institution zu inszenieren. Was Religion und Spiritualität jedoch in ihrem Wesen ausmacht, lässt sich mit herkömmlichen journalistischen Mitteln offensichtlich kaum transportieren. Somit kann das optimistische Fazit des Verfassers selbst, es sei durch den Weltjugendtag gelungen, christliche Glaubensinhalte in den säkularen Medien zu vermitteln, durchaus angezweifelt werden.

Lars Klinnert (Iserlohn)