

Carmen Koch: Religion in den Medien. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Medien in der Schweiz

Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2012, 356 S., ISBN 978-3-86764-342-9, € 49,-

(Zugl. Dissertation an der Universität Zürich 2010)

Insofern Religion die materielle Welt transzendiert, ist sie kaum zu erfassen. Darum befasst sich auch diese kommunikationswissenschaftliche Arbeit weniger mit personenbezogener Religiosität, vielmehr mit dem „Bild von Religionsgemeinschaften in den Medien“ (S.39). Seit dem „fortschrittsbegeisterten“ 19. Jahrhundert hatte man von der Säkularisierungstheorie her auf das Aussterben der Religion gesetzt. Um 1970 hat die Deutsche Gesellschaft für Soziologie ihre Sektion Religionssoziologie aufgelöst, allerdings erneut 1990 als Arbeitsgruppe, 1995 als Sektion eingerichtet (www.sociologie.de). Deren Leiterin Christel Gärtner wird mit *Die Rolle der Medien bei der Rückkehr der Religion* unter „Gärtner (2009)“ (so S.220) zitiert, erstaunlicherweise männlich als „Er“ (S.105), obwohl ihr Vorname „Christel“ unter „Literatur“ korrekt eingetragen ist (S.341).

Wie Constanze Jeckers *Religionen im Fernsehen* (Konstanz 2011, rezensiert in

MEDIENwissenschaft 3/2011, S.387f.) ist Carmen Kochs Dissertation Teil des schweizerischen Forschungsprogramms „Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft“, speziell des Projekts „Massenmedien beim Zusammenprall der Kulturen“ (S.14).

Nach Begriffsklärung und Forschungsstand zu Religion und Medien in den ersten vier Kapiteln generiert Koch im fünften ihre Annahmen in dreizehn Hypothesen, erklärt ihr methodisches Vorgehen im sechsten und präsentiert im zentralen Kapitel sieben (S.173-310) ihre durch über 50 (!) tabellarische Abbildungen begleitete ausführliche „Empirische Analyse mit Hypothesendiskussion“. Ausführlich werden die Ergebnisse sowohl verbal-narrativ als auch in zahlreichen Abbildungen tabellarisch präsentiert. Das auf S.175 erwähnte „Codebuch im Anhang“ fehlt.

Die quantitative Inhaltsanalyse, bezogen auf „fünfundvierzig verschiede-

dene Religionen und Konfessionen“ (S.175), führt Carmen Koch zum Embarrass de richesses: 4920 redaktionelle Beiträge aus vierzehn Zeitungen von 1998 und 2008 aus beiden Sprachräumen (Zürich und Lausanne) und vier Fernsehsendungen (Abbildung 8, S.158) von 2008 aus der Deutschschweiz wurden mit Hilfe eines „sehr ausführlichen Codebuchs“ (S.331) nicht nur nach religionsaffinen Stichwörtern, sondern auch nach Akteuren und ihren Attributen codiert. Hatte Daniel Meier (*Kirche in der Tagespresse*, Erlangen 2006; vgl. *MEDIENwissenschaft* 2/2007, S.190ff.) Akteursmerkmale als jeweils „überwiegend kommunikativ, affektiv, physisch, organisierend“ oder nur „betroffen/passiv“ kategorisiert, differenziert Carmen Koch nach 36 Attributen von „interessant, unterhaltsam“ über „liebervoll“ bis „sieht hin“ (S.281ff.), wobei sie allerdings auch „weiche Kriterien“ (S.156) und (wohl deshalb) „Ermüdungserscheinungen im Codieren“ (S.159) erwähnt. 252 Prozentangaben der den Akteuren der sieben verschiedenen Religionsgemeinschaften vom Christentum über Islam und Juden bis zu Sekten zugeordneten 36 Attribute (vgl. S.281f.) lassen Hunderte vergleichender Kombinationen zu, die natürlich jeweils auslegbar, aber trotz mathematischer Präzision im Einzelfall wenig bedeutsam sind. Zwei Beispiele: Die Prozentangaben für „kritisch“ 15,6%, 15,7% und 15,5% stellen Katholiken, Muslime und Juden quasi auf eine Stufe, während Protestanten mit 13,3% in diesem Fall Außenseiter sind. Katholiken mit 9,1% wären etwa doppelt so „harmonisch, beruhigend“ in den untersuchten Medien dargestellt wie

Protestanten mit 4,5% (S.281).

Carmen Koch erwähnt anderen Studien gegenüber „die Subjektivität des Forschers“ (S.131); es sei „trotz guter InterCoderreliabilität anzuzweifeln, dass Lob oder Kritik wirklich intersubjektiv gemessen werden können.“ (S.133) Bei ihrer eigenen Arbeit „wurden aber gute, zufriedenstellende InterCoderreliabilitäten erreicht“ (S.330). Die angekündigten „Schwächen des empirischen Designs“ (S.323) sind fünf Seiten später (S.328) und im „Inhalt“ lediglich „Grenzen“.

Koch bestätigt in ihrer Arbeit Gärtners Feststellung, die sie zum Verhältnis Journalisten – Religion als erste zitiert: „Religion interessiert vor allem als politischer Faktor oder im Zusammenhang mit Konflikten“ (S.106). Dass Katholizismus und Islam dominieren, entspricht den im dritten Kapitel erläuterten Selektionsentscheidungen in der Nachrichtenwerttheorie: Prominenz und Konflikt. Allerdings erhält der Islam, der als politische Religion gesehen wird, überproportionale Medienaufmerksamkeit. Buddhismus ist für Medien nicht relevant. (Vgl. z.B. S.182, 204) Die Zeitungsberichterstattung vor und nach dem 11. September 2011 ist bis auf den Faktor Politik konstant geblieben.

Die Berichterstattung bildet die Vorstellungen der Bevölkerung ab, was die „Anwendung stark stereotypisierter Bilder“ (S.309) erklärt.

In krassem Gegensatz zur sehr gut angelegten und ausgearbeiteten Dissertation ist bei der Stereotypenforschung derselbe Autor einmal korrekt

als „Nelson (2006:5)“, zweimal seltenerweise als „(Todd 2006:5)“ (S.32) erwähnt. Kann Carmen Koch selbst die Zuordnung des Vornamens dem Leser zugemutet haben? Auch beim kurz erwähnten Bausinger (S.33) trifft der Erscheinungsort „Berlin“ (S.336) nicht zu. Dort ist das *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache* nie erschienen. Haben sich „studentische Mitarbeitende“ (S.7), Codierer oder „andere Projektmitarbeitende“ (S.167) eingemischt?

Spielt das Internet mit?

Die hier präsentierten Fakten unterstützen eine Hauptthese der vom Schweizer Hans Küng gegründeten Stiftung Weltethos: „Kein Weltfriede ohne Religionsfriede“ und flankieren eine Tagung der Universität Paderborn im Heinz Nixdorf Forum Ende Juni 2012 zur „Wirtschaftsethik in den Weltreligionen“.

Ottmar Hertkorn (Paderborn)