

„Das 21. Jahrhundert wird ein Zeitalter der Religion. Gott kehrt zurück, und zwar mit Macht – im doppelten Sinn des Wortes. Nicht nur als philosophische Überzeugung oder spirituelle Kraft. Er kommt mitten hinein in den politischen Raum. [...] Wir gehen vom postmodernen ins neoreligiöse Zeitalter.“ (Weimer 2006: 7).

Angesichts des immensen Zulaufs gerade zu fundamentalistischen christlichen und muslimischen Strömungen, den vielfältigen Debatten um Religion in der Politik und der zunehmend öffentlich zur Schau gestellten Religiosität der Bevölkerung möchte man Weimer zustimmen. Auf der anderen Seite wird nach wie vor mit dem Säkularisierungsparadigma ein Verschwinden der Religion in modernen Gesellschaften postuliert. Bisher wurde sich diesem Spannungsfeld aus unterschiedlichen Fachperspektiven genähert. Die Politikwissenschaft befasste sich vornehmlich mit dem Verhältnis von Demokratie und Religion und den Staat-Kirche-Verhältnissen. Die Soziologie widmete sich vor allem der Frage, welche Leistungen Religion, Glaube, Kirche und Spiritualität für das Individuum und die Gesellschaft erbringen kann. Die medienwissenschaftlichen Disziplinen konzentrierten sich meist unabhängig von derlei Überlegungen mit der medialen Darstellung von Religion. Dies geschah allerdings meist in Einzelfallstudien und eher unsystematisch. Die Forschung in all diesen Disziplinen orientierte sich vornehmlich an aktuellen Themen und Ereignissen. So dominierte in den letzten Jahren beispielsweise die Beschäftigung mit dem Islam. Eine umfassende Bestandsaufnahme des Mediendiskurses im Bereich Religion fehlt. Dieser Befund gilt nicht nur für den deutschen Raum, sondern (mit Ausnahme der Schweiz und den USA) auch international. Vorliegende Arbeit setzt sich als Ziel, die verschiedenen Sichtweisen zusammenzuführen, um zu einer geschlossenen Darstellung des Feldes zu gelangen. Dies selbstverständlich um den Preis, dass nicht jeder Be-

reich – Politik, Gesellschaft, Medien – vollumfassend dargestellt werden kann. Zentrale Argumentationen und Konzepte werden jedoch im Überblick dokumentiert und aufeinander bezogen. Die grundlegende Frage ist, ob Religion in den öffentlichen Raum zurückkehrt.

Am Anfang der Arbeit steht eine auf das Anliegen der Studie fokussierte Religionsdefinition, sowie die Darstellung der zentralen Annahmen des Säkularisierungsparadigmas, welches quasi die Nullhypothese zur Rückkehr der Religion ist. An das Säkularisierungsparadigma angelehnt, strukturieren sich die nachfolgenden Kapitel. Zunächst soll das Verhältnis von Politik und Religion geklärt werden. Im Zentrum steht hier welche Beziehungen aktuell zwischen den beiden Sphären bestehen und warum sie nicht – wie im Säkularisierungsparadigma postuliert – getrennt gedacht werden können (und auch nicht müssen). Das Kapitel Religion und Gesellschaft konzentriert sich auf aktuelle Werttreiber für die Religiosität in der Bevölkerung. Der Hauptteil der Arbeit widmet sich einer Bestandsaufnahme des medialen Diskurses zum Thema Religion in Deutschland. Grundlage hierfür ist eine quantitative Inhaltsanalyse zweier Leitmedien Deutschlands. Über einen Zeitraum von 16 Jahren soll die allgemeine Entwicklung des Mediendiskurses zum Thema Religion nachvollzogen werden. Zentrale Fragestellung ist, ob sich eine Rückkehr der Religion – ausgehend von den Befunden für Politik und Gesellschaft – auch in den Medien beobachten lässt. Die Leitmedien stehen hierbei stellvertretend für die mögliche Bandbreite des öffentlichen Diskurses. In der abschließenden Diskussion sollen die Befunde aus allen drei Bereichen zusammengeführt und in eine geschlossene Betrachtung des Feldes überführt werden.

Rückkehr der Religion in den öffentlichen Raum?
Kirche und Religion in der deutschen Tagespresse von
1993 bis 2009

Schielicke, A.-M.

2014, X, 192 S. 14 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05184-6