

Die Religion der Öffentlichkeit: Plädoyer für einen Perspektivwechsel der Kirchen- und Religionsgeschichte

Frank Bösch

Institutionen, Ideen oder Deutungsmuster lassen sich aus unterschiedlichen Perspektiven erforschen. Für gewöhnlich wird vor allem die Perspektive der untersuchten Akteure analysiert. Wer als Historiker über die Sozialdemokratie, das Militär oder die Bildung in einer bestimmten Zeit arbeitet, wertet vornehmlich die Schriften, Dokumente oder Statistiken aus, die die damit verbundenen Organisationen selbst produzierten. Ähnliche Ansätze verfolgte auch die Religions- und Kirchengeschichte lange Zeit, indem sie sich auf Quellen der kirchlichen Institutionen konzentrierte, auf deren Akteure, Texte, Statistiken oder auf die Lebenswelt religiöser Gruppen.

Allerdings erscheint es in modernen Gesellschaften unzureichend, Institutionen oder weltanschauliche Gruppen vornehmlich von ihrer Selbstbeschreibung her zu begreifen. Gerade Beharrungs- oder Wandlungsprozesse sind zu meist auch mit externen Veränderungen und Außendeutungen verbunden. Wer den Wandel der Sozialdemokratie, der Universitäten oder eben der Kirchen erklären will, muss die von außen an sie herangetragenen Erwartungen und Deutungen ebenfalls einbeziehen, da gerade Großorganisationen sich eher durch Außendruck bewegen. In der bisherigen Forschung wurden diese Außeneinflüsse bislang vor allem durch Verweise auf generelle gesellschaftliche Wandlungsprozesse berücksichtigt, die für die jeweiligen Institutionen oder Ideen eine „Herausforderung“ dargestellt hätten. So zählt zu den Leitnarrativen für jede Analyse der Kirchen und Religion der „langen“ 1960er-Jahre der Verweis auf die Individualisierung, Liberalisierung, zunehmende Mobilität und die sich etablierende Dienstleistungsgesellschaft, wodurch die jeweils untersuchten Institutionen zu einer Neupositionierung gezwungen worden seien.

Sozialgeschichtlich mag man diese Prozesse für unbestreitbar halten. Methodisch birgt dies jedoch einige Probleme. So dienen Begriffe wie „Individualisierung“ oder „Liberalisierung“ auch in der Religionsgeschichte etwas zirkelschlussartig zur Begründung jener Phänomene, die empirische Studien jeweils aufzeigen. Es gibt aber vielfältige historische Beispiele dafür, dass scheinbar „objektive“ Außenfaktoren, wie der Wandel der Bildungs- und Berufsstruktur, nicht automatisch die kollektive oder individuelle Sinnbildung ändern müssen und so etwa eine Abkehr von Kirche und Religion fördern.

Um die Geschichte von Institutionen, Ideen oder Deutungsmustern nicht nur inhärent zu schreiben, bieten sich daher Analysen zu Interaktionen mit anderen Feldern an. Neuerdings sind etwa zahlreiche Studien entstanden, die den Wandel des Politischen in den 1960er-Jahren als Ausdruck einer neuen Verflechtung mit einzelnen Wissenschaftsdisziplinen untersuchten.¹ Entsprechend wurde auch der Wandel der Kirchen und der Religion innovativ aus ihrer neuen Beziehung zu den Sozialwissenschaften erklärt, durch die sich Kategorien der (Selbst-)Beschreibung und Kommunikationsformen verändert hätten.²

Diese Interaktion zwischen inneren und äußeren Entwicklungen lässt sich zumindest für moderne Gesellschaften seit dem späten 19. Jahrhundert besonders gut fassen, wenn man die eigenständige Rolle der Öffentlichkeit betrachtet. Auf diese Weise lässt sich recht ergebnisoffen über die jeweiligen Selbstdeutungen hinaus ausmachen, welche Erwartungen in bestimmten Zeitabschnitten an Institutionen oder Ideengebäude gerichtet wurden. Denn es ist zumindest heuristisch anzunehmen, dass sich die Grundüberzeugungen von Institutionen und ihren Akteuren langsamer wandeln als die öffentlichen Deutungen, die jeweils an sie herangetragen werden. Dies spricht dafür, bei der Analyse von Wandlungsprozessen von Außenbeschreibungen auszugehen, um diese dann wiederum in Beziehung zu den Wahrnehmungen und Handlungen der untersuchten Gruppe zu setzen.³

Mit der Analyse der Öffentlichkeit wird natürlich ebenfalls ein scheinbar abstrakter Zugang gewählt. Unter „Öffentlichkeit“ lässt sich zunächst einmal ein allgemein zugänglicher Kommunikationsraum verstehen, der in modernen Gesellschaften in hohem Maße medial strukturiert ist, sich aber ebenso in Versammlungen oder Begegnungsorten manifestieren kann, die freilich wiederum meist medial durchdrungen sind.⁴ Die Öffentlichkeit lässt sich dabei nicht auf ein Abbild von Realitäten reduzieren, das lediglich eine bestimmte Perspektivierung schafft. Vielmehr ist die Kommunikation von „außen“ nicht

¹ Vgl. etwa Stefan Fisch/Wilfried Rudloff (Hg.), *Experten und Politik. Wissenschaftliche Politikberatung in geschichtlicher Perspektive*, Berlin 2004.

² Benjamin Ziemann, *Katholische Kirche und Sozialwissenschaften 1945–1975*, Göttingen 2007; Pascal Eitler, „Gott ist tot – Gott ist rot“. *Max Horkheimer und die Politisierung der Religion um 1968*, Frankfurt a.M. 2009.

³ Diesen Ansatz verfolgen die von mir geleiteten Teilprojekte der DFG-Forscherguppe „Transformation der Religion in der Moderne“. Vgl. als erste Ergebnisse: Frank Bösch/Lucian Hölscher (Hg.), *Kirche – Medien – Öffentlichkeit. Transformationen kirchlicher Selbst- und Fremddeutungen seit 1945*, Göttingen 2009; Nicolai Hannig, *Die Religion der Öffentlichkeit. Medien, Religion und Kirche in der Bundesrepublik Deutschland*, Göttingen 2010; Benjamin Städter, *Verwandelte Blicke. Massenmediale Bilder von Religion und Kirche in der Bundesrepublik Deutschland (1945–1980)*, erscheint 2011. Laufende Projekte behandeln etwa das Verhältnis von Fernsehen und Religion seit den 1960er-Jahren sowie von Religion, Politik und Öffentlichkeit in den „langen“ 1970er-Jahren.

minder real als die Kommunikation „innen“. Die Reformforderungen oder Deutungen, die von außen etwa an die Kirchen herangetragen werden, mögen aus der jeweiligen Sicht der Amtsträger und Theologen falsch, unqualifiziert oder oft abseitig sein. Dennoch ist diese Außensicht für sich ebenso als legitime historische Äußerung zu analysieren, und ihre Wirkung ist sicher nicht minder relevant. Sie ist zudem kein bloßer „Spiegel“ der Handlungen dieser Institutionen, sondern tritt zugleich mit eigenen Akzenten an sie heran.

Natürlich können Journalisten gläubig oder theologisch geschult sein und umgekehrt Theologen in der kirchenfernen Publizistik wirken. Eine wichtige Forschungsfrage ist es jedoch bereits, den jeweiligen Grad der Trennung oder Überschneidung zwischen diesen Sphären auszumachen sowie das Selbstverständnis ihnen gegenüber.⁵ Ob ein Sprecher zum Feld der „Kirche“ oder der „Massenmedien“ gehört, hängt im Einzelfall ebenfalls von seiner zeitgenössischen Rolle und den Zuschreibungen ihm gegenüber ab. Ein Zeitungsredakteur bei einer nicht-kirchlichen Zeitschrift steht trotz seines etwaigen Theologiestudiums für eine Außendeutung, ebenso der Zeitungsbeitrag eines amtierenden Geistlichen für eine Binnensicht, da ihre jeweilige Position die Spielräume, Wahrnehmung und Interpretation ihres Beitrags prägt. Zudem sorgen bereits die differenten medialen Formate und technischen Grundierungen der jeweiligen Kommunikation dafür, dass Aussagen different sind. Antworten auf die gleiche Frage zum religiösen Glauben fallen etwa unterschiedlich aus, wenn sie mit einem Foto, im Rahmen einer Meinungsumfrage, eines Interviews oder einer Predigt erfolgen.

Die Funktionsweise der Öffentlichkeit lässt sich nicht normativ als Diskurs um die besseren Argumente begreifen. Bereits eine Reduktion auf textliche Aussagen wäre eine Verkürzung, da Bilder, Grafiken oder körperliche Performanzen, die Film, Fernsehen und Fotografie präsentieren, eine zentrale Rolle spielen. Eher ist von einer „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ zu sprechen, bei der der Wettbewerb über die jeweilige öffentliche Beachtung entscheidend ist.⁶ Themen werden entsprechend nach bestimmten „Nachrichtenwerten“ aufbereitet, die Aufmerksamkeit versprechen (Prominenz, räumliche Nähe, Konfliktorientierung, Überraschung, Erotik u.a.).⁷ Die Themensetzung ist jedoch nicht auf eine kommerzielle Verkaufsorientierung zu reduzieren. Vielmehr wird

⁴ Jörg Requate, Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analysen, in: *Geschichte und Gesellschaft* 25 (1999), S. 5-32; Karl Christian Führer/Knut Hickethier/Axel Schildt, Öffentlichkeit – Medien – Geschichte. Konzepte der modernen Öffentlichkeit und Zugänge zu ihrer Erforschung, in: *Archiv für Sozialgeschichte* 41 (2001), S. 1-38.

⁵ Vgl. auch Thomas Mittmann, Moderne Formen der Kommunikation zwischen „Kirche“ und „Welt“. Der Wandel kirchlicher Selbstentwürfe in der Bundesrepublik in evangelischen und katholischen Akademien, in: Bösch/Hölscher, *Kirche – Medien – Öffentlichkeit* (Anm. 3), S. 216-246.

⁶ Vgl. mit sehr starken Bezug auf die ökonomische Wettbewerbssituation: Georg Franck, *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München 1998.

⁷ Vgl. einführend zuletzt Michaela Maier, *Nachrichtenwerttheorie*, Baden-Baden 2010.

auf dem Medienmarkt jeweils ausgehandelt, welches der zahllosen Deutungsangebote die begehrte Aufmerksamkeit erhält. Zugleich setzten Journalisten gerade im weltanschaulich geprägten deutschen Mediensystem gezielt eigene Akzente, die nicht unbedingt marktkonform waren.

Umgekehrt erschöpft sich eine Analyse der kirchlichen Reaktionen nicht in ihrer Medienpolitik. Zweifelsohne kann man gut ausmachen, wie sich etwa Päpste und der Vatikan seit den 1950er-Jahren systematisch gegenüber den Medien öffneten, wie die kirchliche Medienschulung intensiviert wurde oder etwa die Filmpolitik sich gegenüber den bisherigen Zensurforderungen nach ästhetischen Kriterien professionalisierte.⁸ Die Anpassung dürfte jedoch weiter reichen, da von einer starken Selbstanpassung an die jeweiligen Strukturen der Öffentlichkeit auszugehen ist. Zwar muss man etwa die erste Auslandsreise eines Papstes seit Anfang des 19. Jahrhunderts, diejenige Pauls VI. nach Israel 1964, nicht allein als Antwort auf den Medienwandel verstehen.⁹ Aber die Reise erhielt doch ihre Bedeutung durch die vorherige Mediendebatte über das Verhalten des Vatikans während der NS-Zeit, das neue Auftreten des Papstes vor den Kameras in der Masse und einzelne religiöse Handlungen, die extra für die Kameras vollzogen bzw. wiederholt wurden.

Die Berücksichtigung dieser Außendeutungen erscheint auf den ersten Blick vor allem relevant, um Rückkopplungseffekte zu den „eigentlichen“ Institutionen, Ideen und Akteuren auszumachen. Insbesondere Historiker interessieren sich bei der Analyse von Medien und Öffentlichkeit primär für deren Wirkungen, weniger für die Medienöffentlichkeit selbst. In diesem Sinne wäre also etwa zu fragen, welche Impulse aus der Medienöffentlichkeit für die Reform der Kirchen, den Wandel ihres Selbstverständnisses oder die Veränderung der Glaubensauffassung auszumachen sind. Da sich Aussagen von Institutionen und Medien oft nur indirekt aufeinander beziehen, ist häufig weniger von Kausalitäten als von Korrelationen und Reaktionen auszugehen. Medienwirkungen entstehen eher mittelbar aus einer breiten Kommunikation über ein Thema.¹⁰

Zugleich soll hier aber dafür plädiert werden, diese jeweilige öffentliche Ebene jenseits der Institutionen für sich ernstzunehmen und als etwas Eigenes zu fassen, das selbst eine Bedeutung und Forschungsrelevanz hat. So ist die „Religion der Öffentlichkeit“ religionsgeschichtlich ein relevanter Untersuchungs-

⁸ Vgl. zu derartigen Ansätzen etwa Christian Kuchler, *Kirche und Kino. Katholische Filmarbeit in Bayern (1945–1965)*, Paderborn 2006; Matthias von Gersdorff, *Der Einfluß von Film und Fernsehen auf den Menschen. Die Lehre der Päpste von Pius XI. bis Johannes Paul II.*, Frankfurt a.M. 1997.

⁹ Vgl. Thomas Brechenmacher, Der Dichter als Fallensteller: Hochhuths „Stellvertreter“ und die Ohnmacht des Faktischen – Versuch über die Mechanismen einer Geschichtsdebatte, in: Michael Wolffsohn/Thomas Brechenmacher (Hg.), *Geschichte als Falle. Deutschland und die jüdische Welt*, Neuried 2001, S. 217–257.

¹⁰ Heinz Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, 2 Bde., Konstanz 2004.

bereich, da sie trotz ihrer Abweichung von theologischen Vorstellungen nicht minder „real“ oder „richtig“ ist. Gerade wenn man Religion nicht mit den Kirchen gleichsetzen möchte, dann findet sich hier ein eigenständiges Überzeugungssystem, das ins religiöse Feld wirken kann, aber nicht muss.¹¹ Diese Deutungen müssen nicht unbedingt auf Spiritualität oder alternative Religionsformen bezogen sein, auch wenn diese erst durch ihre starke mediale Repräsentanz an Bedeutung gewonnen.¹²

Die Berücksichtigung öffentlicher Deutungen ist insofern mehr als ein Anhängsel zur vermeintlich „realen“ Kirchen- und Religionsgeschichte; vielmehr können so auch wissenschaftliche Grundsatzdebatten eine andere Akzentuierung erhalten. Dies gilt bereits für die vielfältige Auseinandersetzung darüber, was jeweils unter Religion zu verstehen sei. Substantielle Religionsbegriffe, die den Glauben an einer transzendenten Wirklichkeit oder organisierten Glaubenssystemen festmachen, stehen dabei bekanntlich funktionalen, breiten Religionsbegriffen gegenüber, die im weitesten Sinne Formen menschlicher Sinnbildung einschließen.¹³ Geht man hingegen von der zeitgenössischen öffentlichen Bedeutung und Eingrenzung der Religion aus, lassen sich historisch fundierte Antworten gewinnen, die zeitgenössische Einschätzungen darüber, was als Religion zu gelten habe, in den Vordergrund rücken. Auf diese Weise lässt sich etwa in den 1970er-Jahren ein Auseinanderdriften der vorher noch recht synonym benutzten Begriffe „Kirche“ und „Religion“ ausmachen. Zugleich unterstützten die Medien einen kirchennahen engen Religionsbegriff durch die Ausgrenzung alternativer Gruppen, die sie als geschäftsorientierte Sekten bezeichneten.¹⁴ Insofern ist es schwierig zu behaupten, dass „jeder für sich allein“ entscheidet, was Religion sei, oder dass die Medienöffentlichkeit ein entgrenztes Religionsverständnis aufkommen ließ.¹⁵ Denn auch die Position, dass jeder individuell über den Religionsbegriff entscheiden könne, ist erst auf ihre öffentliche Konstruktion hin zu überprüfen.

Zu den zentralen, mit dem Religionsbegriff verbundenen Diskussionspunkten gehört die Auseinandersetzung über die Frage, in welchem Maße man von

¹¹ Dies ist nicht mit dem Konzept der Medienreligion zu verwechseln, die implizite Bezüge und Ähnlichkeiten zu religiösen Ritualen und Sinnbildungen in den Medien, insbesondere im Fernsehen ausmacht; vgl. zu diesem Ansatz Günter Thomas (Hg.), *Religiöse Funktionen des Fernsehens? Medien-, kultur- und religionswissenschaftliche Perspektiven*, Opladen 2000; Thomas Böhm, *Religion durch Medien – Kirche in den Medien und die „Medienreligion“*, Stuttgart 2005.

¹² So die Perspektive in dem ansonsten methodisch anregenden Buch von Hubert Knoblauch, *Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft*, Frankfurt a.M. 2009.

¹³ Vgl. zur Debatte über den Religionsbegriff etwa Detlef Pollack, Was ist Religion? Probleme der Definition, in: *Zeitschrift für Religionswissenschaft* 3 (1995), S. 163-190.

¹⁴ Hannig, *Religion der Öffentlichkeit* (Anm. 3), S. 358-386.

¹⁵ So die sehr weite Fassung des Begriffs von Winfried Gebhardt, Die Transformation der Religion. Signaturen der religiösen Gegenwartskultur, in: *Salzburger Theologische Zeitschrift* 11 (2007), S. 4-19, hier S. 7.

einer Säkularisierung sprechen kann. Rein statistisch überzeugen zunächst die Befunde, dass „alternative“ Formen der Religion nicht annähernd die Austritte aus den Kirchen aufwiegen.¹⁶ Dies ändert sich jedoch, wenn man die öffentliche Präsenz der Religion und ihre mediale Reaktualisierbarkeit einbezieht. Auch wenn die „Wiederkehr der Götter“ aus der quantitativen Beteiligung an religiösen Praktiken nicht nachweisbar ist, unterstreicht die wachsende Präsenz der Religion in der (Medien-)Öffentlichkeit, dass die Gegenwart nicht so säkular ist, wie die Säkularisierungsthese suggeriert. Wenn etwa ein Fernsehkomiker wie Hape Kerkeling millionenfach ein Buch über eine religiöse Selbstfindung auf einem Pilgerweg verkaufen kann („Ich bin dann mal weg“) und damit Pilgerreisen zum Massenphänomen werden, ist dies symptomatisch für ein großes öffentliches Interesse an der Religion, das weitgehend ohne Kirchen und Theologen auskommt.

Insofern sind Medien nicht allein als Agenten einer Modernisierung zu sehen, die quasi teleologisch die Säkularisierung fördern. Natürlich führte die Medialisierung der Gesellschaft dazu, dass sich die Freizeitgestaltung von den Kirchen ablöste und andere Deutungshorizonte die tägliche Wahrnehmung bestimmten. Und natürlich mussten und müssen die Kirchen wie andere Großorganisationen auch regelmäßig pauschale Medienkritik ertragen, die ihre Reputation mindert und Austritte fördert. Die öffentliche Thematisierung des sexuellen Missbrauchs in katholischen Schulen gab 2010 ein erneutes Beispiel dafür. Dennoch wäre es falsch, die Expansion der Massenmedien automatisch mit negativen Images oder Niedergangsinterpretationen zu verbinden. Vielmehr sind ebenso historische Phasen auszumachen, in denen die „Religion der Öffentlichkeit“ die Kirchen stützte, wie beispielsweise in den 1950er-Jahren. Indem die Medien in dieser Zeit etwa mit scheinbar wissenschaftlich grundierten Reportagen archäologische Beweise für die Wahrheit der Bibel präsentierten, förderten sie die Akzeptanz der Kirchen.¹⁷ Und die jüngste Renaissance der Religion sowohl bei der christlichen Eventkultur in Europa als auch beim Wiedererstarken der Evangelikalen in den USA ist in hohem Maße medial geprägt, ebenso teilweise auch die Mobilisierung des Islams im Nahen Osten.¹⁸ Diese Entwicklung nur als medial bedingtes „Strohfeuer“ zu fassen würde zu kurz greifen.

Weitere Grundsatzdebatten, die stärker unter Einbezug der „Religion der Öffentlichkeit“ zu diskutieren wären, ranken sich um die These von der Individualisierung der Religion und der „Unsichtbaren Religion“. So wurde das Bekenntnis zu individuellen Religionsvorstellungen einerseits von den Medien

¹⁶ Vgl. Detlef Pollack, *Säkularisierung – ein moderner Mythos? Studien zum religiösen Wandel in Deutschland*, Tübingen 2003. Siehe auch Pollacks Beitrag in diesem Heft.

¹⁷ Hannig, *Religion der Öffentlichkeit* (Anm. 3), S. 77-102.

¹⁸ Vgl. mit Blick auf den Weltjugendtag Andreas Hepp/Veronika Krönert, *Medien, Event und Religion. Die Mediatisierung des Religiösen*, Wiesbaden 2009.

gefördert, etwa durch Formate wie Interviews, Reportagen oder Meinungsumfragen, die individuelle Deutungen aufbrachten, die oft stark von den Amtskirchen abwichen. Andererseits nahm diese öffentliche Typisierung dem scheinbar Individuellen wiederum das Einmalige und gab ihm eine gemeinsame Gestalt. Ebenfalls in Interaktion mit der Medienöffentlichkeit lassen sich Begriffe wie „Krise“ oder „Reform“ überdenken, die für die 1960er-Jahre vielfältig debattiert wurden. Die Mediengesellschaft machte die Religion nicht „unsichtbar“, sondern vielleicht sogar sichtbarer als vorher. Hier zeichnet sich ein generelles eigentümliches Spannungsverhältnis ab: Während die Kirchen zeitgleich versuchten, das Religiöse „unsichtbarer“ zu machen, indem sie soziale Hilfeleistungen in den Vordergrund stellten, gewannen sie gerade dadurch öffentlich an Sichtbarkeit.

Derartige Forschungen stehen noch am Anfang, obgleich sich insbesondere die Praktische Theologie seit den 1980er-Jahren gegenwartsnah mit der wachsenden Bedeutung der Medien für die kirchliche Arbeit auseinandergesetzt hat. In künftigen zeithistorischen Arbeiten dürften etwa Studien zur jeweiligen Bedeutung des Fernsehens neue Ergebnisse dazu bringen, wie bisherige Denksysteme und Großorganisationen wie Religion und Kirchen durch anders strukturierte Deutungsangebote herausgefordert wurden.¹⁹ Denn es ist sicher kein Zufall, dass gerade in den 1960er-Jahren, als sich in der westlichen Welt das Fernsehen flächendeckend verbreitete, zeitgleich überall relativ ähnliche Wandlungsprozesse auftraten. Für die Analyse von Interaktionen zwischen öffentlichen Wahrnehmungen und kirchlichen Reaktionen dürften allerdings weiterhin Printmedien eine Schlüsselrolle spielen. Denn ähnlich wie Politiker oder Professoren begannen auch Geistliche ihren Tag recht profan mit der Zeitungslektüre, die dadurch ihre tägliche Weltsicht mit prägte. Die den Medien zugeschriebene Wirkung dürfte dabei oft die eigentliche Wirkung ausgelöst haben: Die Annahme, dass Medien den Glauben und Handlungen verändern, führt häufig zu tatsächlich damit verbundenen Handlungen, die jeweils als Teil der Religionsgeschichte zu untersuchen wären.

Prof. Dr. Frank Bösch, Justus-Liebig-Universität Gießen, Historisches Institut, Otto-Behaghel-Str. 10 E, D-35394 Gießen, E-Mail: frank.boesch@geschichte.uni-giessen.de

¹⁹ Bislang wurde lediglich die kirchliche Selbstdarstellung genauer aufgearbeitet; vgl. etwa Ruth Ayaß, *Das Wort zum Sonntag. Fallstudie einer kirchlichen Sendereihe*, Stuttgart 1997. Als Fallstudien zur Darstellung von Geistlichen in fiktionalen Serien vgl. Elisabeth Hurth, *Der kanalisierte Glaube: Wie das Medium Fernsehen Religion und Kirche in Szene setzt*, Nürnberg 2006; Böhm, *Religion durch Medien* (Anm. 11), S. 107-142.