

»Gemalte« Medienöffentlichkeit?

Was »Religion« und »Medien« aneinander kritisieren (sollten)

Florian Höhne

1. Medien als Ort der Religionskritik

Medienethisch lässt sich das Thema dieses Forums zuspitzen auf die Frage: Sind Medien ein guter Ort für Religionskritik? Um diese Frage zu adressieren, will ich hier im Wechselverhältnis von Medien und Religion nach Motiven der Kritik suchen. Dazu beginne ich mit einem satirisch-kritischem Ausdruck der Verwunderung, aber nicht über die Religion, sondern über die Massenmedien: »Es ist schon erstaunlich, dass jeden Tag genau so viel passiert, wie in eine Zeitung passt«, so Karl Valentin.

Zeitungen und andere Massenmedien können nicht alles zeigen, sondern müssen auswählen.¹ Was uns Medien zeigen, ist nicht nur selektiv. Es ist auch elaborativ.² Medien inszenieren Wirklichkeit. Die Ge-

1 Vgl. *Walter Lippmann*, *Public Opinion*, New York 1965, 214; *Winfried Schulz*, *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*, Freiburg i. Br./München ²1990, 8 f.; *Michaela Maier et al.*, *Nachrichtenwerttheorie*, Baden-Baden 2010, 13–18. Für diese wie für sämtliche im ersten Abschnitt dieses Beitrags zitierte Literatur vgl. schon ausführlich: *Florian Höhne*, *Einer und alle. Personalisierung in den Medien als Herausforderung für eine Öffentliche Theologie der Kirche*, Leipzig 2015, 234–247.

2 Zu dem Begriffspaar Selektion und Elaboration (vor allem in seiner Relevanz für Rezeptionsprozesse) vgl. u. a. *Werner Früh/Klaus Schönbach*, *Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen*, in: *Publizistik* 27 (1982), 74–88, 79; *Werner Früh*, *Medienwirkungen: das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*, Opladen 1991, 43, *Christiane Eilders*, *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*, Opladen 1997, 76, 85.

sprache einer Anne-Will-Sendung etwa würden ohne das Medium Fernsehen nie zustande kommen.³

Warum spielt nun Religionskritik eine Rolle in dem selektiven und elaborativen Wirklichkeitsbild, das Fernsehen, Presse und Internet uns zeigen? Allgemeiner: Nach welchen medieninternen Kriterien konstruieren Medien dieses Bild von Wirklichkeit? Dies hat die sogenannte Nachrichtenwerttheorie ausführlicher etwa seit den 1960er Jahren untersucht.⁴ Ein Ereignis – oder genauer eine Ereignismeldung – findet danach dann je sicherer und je mehr mediale und publikale Aufmerksamkeit⁵, desto deutlicher und intensiver sie bestimmte Merkmale aufweist, die »Nachrichtenfaktoren« genannt werden⁶. Diese Faktoren ergeben sich – so eine Theorie – aus der Orientierung der Medien am unterstellten Publikumsinteresse⁷ und lassen sich von daher auch auf das Internet beziehen. Sie wurden in Katalogen zusammengestellt und empirisch überprüft. Ich referiere den Katalog von Niklas Luhmanns:⁸

- Danach berichten Medien erstens über *Neues und Überraschendes*. Nicht »Gestern wieder kein Störfall in Biblis« ist eine Meldung. Das Gegenteil wäre eine.⁹
- Zweitens, schreibt Luhmann: »Bevorzugt werden *Konflikte*. Konflikte haben als Themen den Vorteil, auf eine selbsterzeugte Unge-
wißheit anzuspieren. Sie vertagen die erlösende Information über Gewinner und Verlierer mit dem Hinweis auf Zukunft. Das erzeugt

3 Zu Ereignissen, die für und wegen Medien inszeniert werden vgl. etwa *Winfried Schulz*, Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, Wiesbaden³2011, 35.

4 Zu Anfängen, Geschichte, Methode, theoretischen Grundannahmen, weiterer Literatur und zum Folgenden vgl. *Maier*, Nachrichtenwerttheorie (s. Anm. 1); *Höhne*, Einer (s. Anm. 1), 234–247.

5 Vgl. zur Verbindung mit dem Aufmerksamkeitsthema auch: *Jürgen Gerhards*, Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch, in: *Friedhelm Neidhardt* (Hg.), Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen, Opladen 1994, 77–105, 91 f.

6 Vgl. *Maier*, Nachrichtenwerttheorie (s. Anm. 1), 18.

7 Vgl. *Einar Østgaard*, Factors Influencing the Flow of News, in: *Journal of Peace Research* (1965), 39–63, 45 f., 52 f.

8 Für das Folgende vgl. *Niklas Luhmann*, Die Realität der Massenmedien, Opladen²1996, 58–72.

9 Beispiel und Zitat stammen aus: *Gerhards*, Öffentlichkeit (s. Anm. 5), 91. Gerhards übernimmt die Beispiele von Erbring.