

Citation style

Lepp, Claudia: review of: Nicolai Hannig, Die Religion der Öffentlichkeit. Kirche, Religion und Medien in der Bundesrepublik 1945-1980, Göttingen: Wallstein, 2010, in: Archiv für Sozialgeschichte, 2011, 08_09, DOI: 10.15463/rec.1189721185, downloaded from recensio.net

First published: <http://library.fes.de/pdf-files/afs/81280.pdf>



copyright

This article may be downloaded and/or used within the private copying exemption. Any further use without permission of the rights owner shall be subject to legal licences (§§ 44a-63a UrhG / German Copyright Act).

Nicolai Hannig, Die Religion der Öffentlichkeit. Kirche, Religion und Medien in der Bundesrepublik 1945–1980 (Geschichte der Religion in der Neuzeit, Bd. 3), Wallstein Verlag, Göttingen 2010, 454 S., geb., 39,90 €.

Religion ist nichts Statisches, sie verändert stetig ihr Erscheinungsbild. Auch gibt es immer wieder Zeiten dynamisierten Wandels, Phasen mit „Religion im Umbruch“ (Thomas Nipperdey). Bei diesen Veränderungen können (Massen-)Medien eine wichtige Rolle spielen – man denke nur an die Bedeutung der Flugschriften für die Reformation.

Auch die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts war in Westeuropa eine Phase beschleunigten religiösen Wandels, wovon auch Westdeutschland nicht ausgenommen war. Wie aber sah nun in dieser Transformationsphase das Verhältnis von religiösem Wandel und Medien aus? Und wie verhielten sich religiöser, medialer und allgemeiner gesellschaftlicher Wandel zueinander?

Nicolai Hannig beschäftigt sich in seiner kulturgeschichtlichen Dissertation mit den Transformationsprozessen christlicher Religion in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei legt er seinen Focus auf die „Religion der Öffentlichkeit“, das heißt auf die „medienöffentliche Deutungskultur von Religion“ (S. 9) und deren Veränderungen. Er geht davon aus, dass die „Medialisierung der Religion“ (Frank Bösch) in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nicht nur ein Ausdruck der Veränderungen des religiösen Felds war, sondern zugleich selbst ein konstitutives Element dieser Transformationen (S. 11). Die moderne Mediengesellschaft entwickelte eine eigene Religion der Öffentlichkeit. Anhand säkularer und kirchlicher Medienerzeugnisse sowie Quellenmaterial aus Presse-, Rundfunk- und Kirchenarchiven analysiert Hannig detailliert Diskurse, Akteure und Strukturen im Zuge dieses Prozesses.

In seiner methodischen Herangehensweise unterscheidet der Autor zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmungen, das heißt er analysiert kirchliche Selbst- und journalistische Fremdbeschreibungen sowie deren sich wandelnde Grenzziehungen. Dabei nimmt er auch das öffentliche und redaktionsinterne Aushandeln von „Sagbarkeitsregeln“ (S. 13) in den Blick. Journalistische Argumentationsstrategien hinsichtlich Religion und Kirche untersucht Hannig nach Inklusions- und Exklusionsmodellen. Aus der Quellensichtung ergab sich für ihn noch ein vierter Zugriff: Die Frage nach den journalistischen Vorstellungen von Transzendenz und ihrer Bedeutung für die Definition von Religion.

In den Beziehungen zwischen Medienöffentlichkeit und religiösem Feld arbeitet Hannig in seiner Arbeit grob vier Phasen heraus: Erstens eine Phase enger Verzahnung zwischen Kirche und Medienöffentlichkeit von der unmittelbaren Nachkriegszeit bis Ende der 1950er Jahre. Sie ist geprägt von einer Wiederbelebung des Religiösen, von einer intensiven kirchlichen Einflussnahme beim Aufbau des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und bei dessen Programmgestaltung sowie von einer journalistischen Beglaubigung des Religiösen. Parallel dazu erfolgt die Etablierung eines Religionsjournalismus, der gegen Ende des Jahrzehnts aber zunehmend eigenständiger und kritischer wird. Die 1960er Jahre können dann als eine zweite und dritte, kirchenkritische Phase gelten, in der die Massenmedien (Presse, Hörfunk, Fernsehen) den Kirchen verstärkt politische und moralische Deutungskompetenz entzogen. Die medialen Debatten über die Bekenntnisschule, das Verhältnis von Kirche und Nationalsozialismus sowie die Sexualmoral sind hierfür augenfällige Beispiele. Zielscheibe der Kritik war vor allem die katholische Kirche. Während die Medien die Kirchen zunehmend exkludierten, verfolgten die Kirchen zur gleichen Zeit Inklusionsstrategien. Sie öffneten sich gegenüber der Gesellschaft, verorteten sich zunehmend in ihr und nicht mehr im Gegenüber zu ihr. Reformerschen Strömungen innerhalb und am Rande der Kirche begegneten hingegen kritische Journalisten mit einem eher konservativen Verständnis der Kirche als Heils- und Verkündigungsanstalt. Neue politische Theologien wurden von

ihnen wegen ihrer tatsächlichen oder vermeintlichen Marginalisierung der Transzendenz scharf kritisiert. Generell erreichte die öffentliche Präsenz von Kirche und Religion in den 1960er Jahren ihren Höhepunkt. In einer vierten Phase von 1972/73 bis zu Beginn der 1980er Jahre dominierte die Pluralisierung des religiösen Felds, der die Medien Vorschub leisteten. Während der 1970er Jahre – einem Jahrzehnt, das durch Verunsicherung und Individualität geprägt wurde, – gewann Spiritualität für die Massenmedien an Attraktivität. Zunächst rückten die schwärmerischen, charismatischen und orthodoxen Ränder des Christentums ins mediale Interesse. Dann kamen die spektakulären, exotischen Facetten alternativreligiöser Bewegungen in den Fokus. Mit ihren „Gefahren- und Aufklärungsrhetoriken“ (S. 376) gegenüber den außerkirchlichen religiösen Bewegungen der 1970er Jahre gingen jedoch Medien- und Kirchenvertreter im Sektendiskurs konform; den beiden christlichen Großkirchen wurde hier eine Expertenrolle eingeräumt. Sowohl bei der Bewertung politisierter reformtheologischer Bewegungen als auch bei der des alternativreligiösen Spektrums orientierten sich die Medien an traditionalistischen Deutungsangeboten der Kirchen. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass die Kirchen generell in dieser Phase nachhaltig an medialer Präsenz einbüßten.

Nikolai Hannig zeigt in seiner quellengesättigten und theoretisch reflektierten Studie sehr eindrücklich die Zusammenhänge von Medialisierung und religiösem Formwandel in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, die sich nicht mit dem Paradigma „Säkularisierung“ fassen lassen. Und auch die Privatisierungsthese gerät bei einer Analyse der Medialisierung der Religion ins Wanken: Aus Privatisierungsformen werden medial angeleitete und damit manierierte Individualisierungen. Somit regen Hannigs Befunde zu weiterer Diskussion an.

Claudia Lepp, München

Zitierempfehlung:

Claudia Lepp: Rezension von: Nicolai Hannig, Die Religion der Öffentlichkeit. Kirche, Religion und Medien in der Bundesrepublik 1945–1980 (Geschichte der Religion in der Neuzeit, Bd. 3), Wallstein Verlag, Göttingen 2010, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 52, 2012, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81280>> [22.9.2011].