

Judith Stander-Dulisch

# **Glaubenskrisen, Neue Religionen und der Papst**

Religion in »Stern« und »Spiegel«  
von 1960 bis 2014

**Aus:**

*Judith Stander-Dulisch*

**Glaubenskrisen, Neue Religionen und der Papst**  
Religion in »Stern« und »Spiegel« von 1960 bis 2014

Dezember 2018, 482 S., kart., zahlr. z.T. farb. Abb.

49,99 € (DE), 978-3-8376-4102-8

E-Book:

PDF: 49,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4102-2

Neue Religionen, der Papst im Wandel der Zeit, Spiritualität oder kirchliche Kontroversen: Religion ist auch in Nachrichtenmagazinen wie *Stern* und *Spiegel* fester Teil der Berichterstattung. Die Studie bietet erstmals eine Übersicht der religionsbezogenen Titelthemen dieser Magazine von 1960 bis 2014 und wendet sich der Frage zu, wie sprachliche und bildliche Mittel zur Emotionalisierung und Aufmerksamkeitserregung eingesetzt werden. Vor dem Hintergrund einer sich wandelnden Religionslandschaft zeigt Judith Stander-Dulisch aus religionswissenschaftlicher und linguistischer Perspektive, wie Bewertungen ausgedrückt und Sachverhaltsdeutungen vorgenommen werden.

**Judith Stander-Dulisch**, geb. 1987, lehrt und forscht als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Centrum für Religionswissenschaftliche Studien (CERES) der Ruhr-Universität Bochum. Sie hat am Seminar für Allgemeine Religionswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster promoviert. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören Religion und Medien, Medienlinguistik und Religiöse Gegenwartskultur in Deutschland.

Weiteren Informationen und Bestellung unter:  
[www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4102-8](http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4102-8)

# Inhalt

---

Vorbemerkung | 7

## 1. EINLEITUNG | 9

- 1.1 Fragestellung, Ziel und Relevanz | 9
- 1.2 Forschungsstand | 20
- 1.3 Gliederung | 30
- 1.4 Forschungsdesign und Methodik | 31

## 2. ZUM VERHÄLTNIS VON RELIGION UND MEDIEN | 33

- 2.1 Säkularisierung, Individualisierung, Pluralisierung –  
Zum Formenwandel und Verständnis von Religion | 33
- 2.2 Die Sichtbarkeit von Religion in den Medien | 45
- 2.3 Von der Sichtbarkeit zur Repräsentation | 55

## 3. DISKURS, BILD UND SPRACHE – THEORIEN UND METHODEN | 61

- 3.1 „Fluss von Wissen durch die Zeit“ – Der Diskurs | 61
- 3.2 „Schnelle Schüsse ins Gehirn“ – Text und Bild | 67
- 3.3 Die Macht der Sprache | 74
- 3.4 Methoden auf Makro- und Mikroebene | 83

## 4. VORSTELLUNG DES KORPUS | 95

- 4.1 Theoretische Reflexion | 95
- 4.2 Der *Stern* – Die politische Illustrierte | 108
- 4.3 Der *Spiegel* – Das klassische Nachrichtenmagazin | 110

## 5. MEDIALE REPRÄSENTATIONEN VON RELIGION IN *STERN* UND *SPIEGEL* | 113

- 5.1 Makroebene | 113
  - 5.1.1 Einführung in den Gesamtdiskurs | 113

- 5.1.2 Kirche, Katholizismus, Christentum, Papst, Glaubensfragen | 120
- 5.1.3 NRB, „Sekten“, Spiritualität, Alternative Medizin | 155
- 5.1.4 Religionen, Islam, Judentum, Buddhismus | 180
- 5.1.5 Wissenschaft | 201
- 5.1.6 Zusammenfassung der Ergebnisse | 203

## **5.2 Mikroebene | 207**

- 5.2.1 Von der „Glaubenskrise“ zu „Magievorstellungen“ – Glaubensfragen | 209
- 5.2.2 „Pillen-Papst“, „katholischer Oberbefehlshaber“, „good cop“ – Paul VI., Johannes Paul II., Franziskus und die Sexualmoral | 250
- 5.2.3 Vom „Humbug“ zur „Heilmethode“? – Alternative Medizin | 303
- 5.2.4 Von der „Psychosekte“ zur „Wellness-Religion“ – NRB | 348
- 5.2.5 Die Papstwahlen – Ein Vergleich | 392

## **6. ZUSAMMENFÜHRUNG DER ERGEBNISSE | 409**

- 6.1 Religion in *Stern* und *Spiegel* von 1960 bis 2014 | 409**
- 6.2 Das klassische Nachrichtenmagazin vs. die politische Illustrierte | 415**
- 6.3 Perspektivierungen durch sprachlich-kommunikative und visuelle Mittel und Strategien | 419**
- 6.4 Die Macht der Bilder oder: Interdisziplinäre Bildanalyse | 428**
- 6.5 Medialisierung und Wandel von Religion und Gesellschaft | 432**

## **7. RESÜMEE UND AUSBLICK | 439**

**Literaturverzeichnis | 443**

**Abbildungsverzeichnis | 475**

**Danksagung | 479**

## Vorbemerkung

---

Einerlei ob „Protz-Bischof“ Tebartz van Elst, neueste Erkenntnisse über Meditation oder Berichte über kirchliche Kontroversen – Religion ist gegenwärtig in nahezu allen Massenmedien Teil der Berichterstattung, so auch in Deutschlands größten Nachrichtenmagazinen „stern“ und „DER SPIEGEL“.<sup>1</sup> Doch welche Themen dominieren? Ist es hauptsächlich die katholische Kirche, die im Fokus steht, oder der Islam? Lassen sich auch zunehmend spirituelle Themen finden? Oder waren die alternativen Formen von Religion lediglich ein Modethema der 1970er Jahre? Welche Themen sind überhaupt seit den revolutionären 1960er Jahren aufgetreten? Und wurde das Thema Religion seit den Anschlägen des 11. September 2001 häufiger auf der Titelseite platziert? Die vorliegende Untersuchung bietet eine inhaltliche Übersicht über die religionsbezogenen Titelthemen von Deutschlands größten Nachrichtenmagazinen *Stern* und *Spiegel* in den Jahren 1960 bis 2014. Es wird dargestellt, wann welche Themen sichtbar auf den Titelseiten der Magazine repräsentiert wurden, welche Wandlungsprozesse stattfanden und inwieweit religionssoziologische Befunde eines Formenwandels<sup>2</sup> von Religion wiederzufinden sind.

Wissen über Religion wird in der Gesellschaft zumeist aus Medienangeboten wie etwa den beiden Zeitschriften bezogen. Mediale Repräsentationen<sup>3</sup> können folglich die Wahrnehmung von und das Wissen über Religionen formen. In der Arbeit werden daher anhand detaillierter Feinanalysen die sprachlichen Strukturen ebenso wie die grafische Gestaltung von ausgewählten Artikeln in unterschiedlichen Zeitabschnitten untersucht. Hierbei wird der Frage nachgegangen, wie durch den Einsatz von sprachlichen und visuellen Mitteln Sachverhaltsdeutungen vorge-

---

1 Für einen besseren Lesefluss wird im Folgenden „DER SPIEGEL“ als *Spiegel*, der „stern“ als *Stern* bezeichnet.

2 Als Formenwandel wird die Veränderung von Religion vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Entwicklungen der Moderne verstanden (siehe Kap. 2.1).

3 Im Sinne des Kulturwissenschaftlers Stuart Hall (2003) stellen Repräsentationen Abwesendes vor und (re)produzieren Vorstellungen (siehe Kap. 2.2).

nommen werden. Die vorliegende Untersuchung will somit für diese sprachlichen und visuellen Strukturen sensibilisieren, um deutlich zu machen, wie bestimmte Blickwinkel erzeugt werden und wie sich diese im Laufe der Zeit verändern können – vor allem vor dem Hintergrund einer sich wandelnden Religionslandschaft. Berücksichtigt wird bei der Untersuchung auch die unterschiedliche Ausrichtung der beiden Magazine: Gilt der *Stern* als Unterhaltungsmagazin und politische Illustrierte, wird der *Spiegel* als klassisches Nachrichtenmagazin definiert. Bereits an dieser Stelle sei verraten: Dies schlägt sich auch in den Ergebnissen nieder.

Die Kombination von religionswissenschaftlichen und linguistischen Konzepten und Methoden hat sich dabei als sehr hilfreich und gewinnbringend erwiesen. Die Studie zeichnet sich somit durch den Einbezug eines breiten Zeitraumes bis in die jüngste Gegenwart, einen weiten Religionsbegriff, der etwa auch Spiritualität und Alternative Medizin berücksichtigt, und einen linguistischen Zugang aus, der durch Zeit-Kontrast-Schnitte und Feinanalysen detaillierte (bild-)linguistische Belege für die Zuschreibungen religiöser Sachverhalte liefert.

# 1. Einleitung

---

## 1.1 FRAGESTELLUNG, ZIEL UND RELEVANZ

Die Thematisierung von Religion in den beiden Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* ist kein neues Phänomen: Anfang der 1960er Jahre „erkannte man im Feld der Religion ein zugkräftiges Medienthema[,] [...] schuf daraufhin [...] eigene Kirchen- und Religionsabteilungen“ und stellte „theologisch versierte Redakteure ein.“<sup>1</sup> Waren die Reportagen in den 1950er Jahren noch davon geprägt, kirchenkonform zu berichten und Glaubensinhalte wissenschaftlich zu beweisen,<sup>2</sup> wurden Ende der 1950er, Anfang der 1960er Jahre nun erstmals kirchenkritische, populäre Reportagen zu theologischen oder kirchenpolitischen Kontroversen publiziert.<sup>3</sup> Sie prägten eine Transformation, die als „Aufbruch zu einem kritischen Religionsjournalismus“<sup>4</sup> gesehen wird. Ein Blick auf ausgewählte Titelseiten der beiden Zeitschriften in den 1960er Jahren deutet bereits an, dass die vermehrt kritische Thematisierung von Religion mit einer sich verändernden Religionslandschaft korrelierte (Abb. 1): Hinterfragungen von christlichen Grundsätzen, kirchenpolitischen Entwicklungen, Glaubensumfragen und Glaube und Kirche allgemein sind Themen, die eine Entkessionalisierung andeuten. Lässt man den Blick über die Titelthemen der letzten Jahrzehnte schweifen, rücken auch Themen abseits der christlichen Kirchen auf die Agenda, zum Beispiel, indem der *Stern* das Aufkommen von neuen religiösen Bewegungen thematisiert (Abb. 2).

---

1 Hannig 2010, 390. Auch wenn diese Kirchenredaktionen in den 1970er Jahren wieder aufgelöst wurden (vgl. ebd., 19), blieb doch Religion als Thema nach wie vor bestehen.

2 Vgl. ebd., 114. Hannig spricht von „Bestätigungspublizistik“ (ebd., 118) und „Bestätigungsrhetoriken“ (ebd., 161).

3 Vgl. ebd., 390.

4 Vgl. ebd., 109.

Abbildung 1: Titelbilder aus den 1960er Jahren: Stern 38/1962, Spiegel 29/1965, Spiegel 52/1967



Abbildung 2: Titelbilder zu neuen religiösen Bewegungen: Stern 50/1978, Stern 52/1990, Stern 19/1992, Stern 19/1995, Stern 43/2002, Stern 49/2009





Die Beispiele machen zweierlei Aspekte deutlich: Zum einen lassen sich auf den ersten Blick Wandlungsprozesse ablesen. Bereits anhand der ausgewählten Titelseiten spiegelt sich eine Veränderung der Religionslandschaft seit den 1960er Jahren wider, die mit den Konzepten der Entkonfessionalisierung, Entkirchlichung, Säkularisierung, Pluralisierung und Individualisierung umrissen werden kann. Zum anderen zeigt sich dabei, dass bereits mit der Wahl der Ausdrücke in den Überschriften (etwa „falsche Propheten“, „teuflische Macht“, „skrupellose Wunderheiler“, „Wellness-Religionen“) und der Bildgestaltung Bewertungen vorgenommen werden, die das Potenzial besitzen, den Leser<sup>5</sup> zu beeinflussen und Meinungsbilder zu evozieren.

Diese beiden Aspekte greift die vorliegende Studie auf. Sie bietet eine Analyse der inhaltlichen Repräsentation von Titelthemen über Religionen in *Stern* und *Spiegel* in den Jahren 1960 bis 2014 sowie detaillierte, (bild)linguistische Untersuchungen zu unterschiedlichen Thematiken und zu unterschiedlichen Zeitabschnitten anhand ausgewählter Artikel – unter Berücksichtigung von Theorien zum Formenwandel von Religion.

Blickt man zurück in die 1960er Jahre, lassen sich in Westeuropa religiöse Umbrüche und ein religiöser Wandel konstatieren. Säkularisierungstheorien, die ein Verschwinden von Religion und eine Verweltlichung annehmen, wurden in der Wissenschaft bereits in der Nachkriegszeit der 1950er Jahre populär,<sup>6</sup> obwohl derzeit noch eine Stabilität der christlichen Großkirchen zu verzeichnen war.<sup>7</sup> Mit einer massiven Entkirchlichung Mitte der 1960er Jahre wurden diese Theorien weiter geschärft.<sup>8</sup> Zugleich formierten und formieren sich bis heute Modifikationen der Säkularisierungstheorie in Form von Modernetheorien,

[...] die nicht einen Schwund von Religion, sondern vielmehr einen Formenwandel des Religiösen konstatieren, der mit Begriffen wie Individualisierung/Subjektivierung und Pluralisierung von Religion auf den Nenner gebracht wurde.<sup>9</sup>

Sie waren und sind teilweise noch maßgeblich von Thomas Luckmanns Theorie zum Formenwandel beeinflusst, der 1967 in seinem Werk *Die unsichtbare Religion* erklärte, dass nicht eine Säkularisierung stattgefunden habe, sondern eine Privatisierung der Religionsausübung. Diese sei nicht mehr in institutionalisierter Form zu finden, sondern ‚unsichtbar‘ geworden, habe ihre Basis in der Privatsphäre des In-

5 Mit Nennung der männlichen Funktionsbezeichnung ist in diesem Buch, sofern nicht anders gekennzeichnet, immer auch die weibliche Form mitgemeint.

6 Vgl. Tyrell 2014, 53f.

7 Vgl. Gabriel 2009a, 99.

8 Vgl. Ebd., 100.

9 Wilke 2013, 31.

dividuums und demnach den Standort gewechselt.<sup>10</sup> Mit seinem funktionalistischen Religionsbegriff ging er somit entgegen der Säkularisierungsthese von einem Weiterbestehen der Religionen aus.<sup>11</sup>

Diese Überlegungen werden in den heutigen Forschungsdiskurs miteinbezogen, in welchem die 1960er Jahre als entscheidende Umbruchsphase betrachtet werden.<sup>12</sup> Die kulturelle Revolution, der wirtschaftliche Aufschwung, ein neues Freizeitverhalten, neue Kommunikationsformen, innerkirchliche Veränderungen (etwa das Zweite Vatikanum) sowie ein Generationenkonflikt und ein damit verbundener Wertewandel werden als ein Umbruch zum Übergang in eine individuumszentrierte Gesellschaft,<sup>13</sup> eine „Ich-Gesellschaft“<sup>14</sup> gesehen, in der die individuelle Wahl und persönliche Entscheidung zur Norm wird. Dies gilt nicht nur für Beruf, Lebensstil oder Ausübung der sexuellen Orientierung, sondern auch für Religion. War Religion vor den 1960er Jahren ein kollektives Identitätsmerkmal, wird sie nun zur privaten, wählbaren Option unter vielen. Durch die genannten gesellschaftlichen Veränderungen und ihre Folgen, etwa der Kritik an Autoritätsformen jeglicher Art und damit auch an den Kirchen, kam es zur Abwendung von traditioneller Religion und einer Zuwendung zu alternativen Formen.<sup>15</sup>

Beschäftigt man sich heute damit, wo und in welcher Form Religion in Deutschland zu finden ist, lässt sich schnell festhalten, dass das religiöse und spirituelle<sup>16</sup> Angebot immens ist. Selbst innerhalb der traditionellen Kirchen zeigen sich Entwicklungen, die Angebote der Meditation oder Spiritualitäts-Kurse und damit eher weniger traditionelle Angebote umfassen, etwa in konfessionellen Bildungseinrichtungen oder in den Gemeinden selbst. Egal ob Ayurveda, Schamanensitzungen, Meditationsgruppen oder Kartenlegen – es lässt sich eine Vielzahl neuer religiöser Phänomene beobachten.

Sowohl neue religiöse Bewegungen (sog. „Neue Religionen“) und Entwicklungen als auch die „traditionellen“ Religionen (sog. „Weltreligionen“) geraten zunehmend ins Zentrum der Aufmerksamkeit und in die politische<sup>17</sup> und mediale Öffentlichkeit: Debatten um den Islam im Zuge der Flüchtlingspolitik, die Haltung Papst Franziskus' zum Thema Sexualität in der Kirche, religiös motivierte Gewalt, der Körperschaftstatus der Zeugen Jehovas oder neue Erkenntnisse über alternative Heilmethoden lassen sich als neuste Themen der Agenda benennen.

---

10 Vgl. Knoblauch 1991, 7f.

11 Vgl. Wilke 2013, 31.

12 Vgl. Stolz et al. 2014; Knoblauch 2009; Pollack 2013d; Bräunlein 2015.

13 Vgl. Stolz et al. 2014; Großbölting 2013; Knoblauch 2009.

14 Stolz et al. 2014.

15 Vgl. Knoblauch 2009, 39; Stolz et al. 2014, 212; Großbölting 2013, 103.

16 Zur Definition von Spiritualität und Religion siehe Kapitel 2.1.

17 Vgl. Casanova 1994.

In neueren Forschungen wird Religion eine öffentliche Sichtbarkeit, beginnend in den 1960er Jahren, zugeschrieben und die signifikante Rolle der Medien damals wie auch gegenwärtig herausgestellt.<sup>18</sup> Einen Anteil daran haben die Zeitschriften *Stern* und *Spiegel*, die seit den 1960er Jahren eine vermehrte Titelung religiöser Themen aufweisen,<sup>19</sup> sich bis heute unterschiedlichen religiösen Sachverhalten widmen und dabei Wandlungen in der Berichterstattung vollzogen.

Medien funktionieren dabei nicht nur als Spiegel gesellschaftlicher Prozesse,<sup>20</sup> sie prägen durch Kommunikation auch das gesellschaftliche Bild<sup>21</sup> und somit den Diskurs über Religion. So geht etwa der Religionsmonitor 2013, eine Studie der Bertelsmann Stiftung, auf unterschiedliche Wahrnehmungen verschiedener Religionen ein und konstatiert: „Entscheidend für die Einstellung gegenüber einer Religion ist zunächst das Bild, das von ihr in den Medien verbreitet wird.“<sup>22</sup> Die mediale Repräsentation formt folglich die Wahrnehmung von und das Wissen über Religionen.

Wem es beispielsweise gelingt, bestimmte Bezeichnungen und Ausdrucksweisen in Diskursen durchzusetzen oder bestimmten sprachlichen Mustern spezifische Bedeutungsaspekte zuzuschreiben und diese im öffentlichen Bewusstsein zu verankern, der prägt Deutungen von Sachverhalten mit. Sprache erzeugt die fachlichen Gegenstände und Sachverhalte allererst selbst, sprachliche Mittel und Formen konstituieren das Wissen.<sup>23</sup>

Sprache und Bilder spielen dabei eine wichtige Rolle – sie informieren nicht nur, sondern bergen Evaluierungen und lenken auch Meinungsbildungsprozesse. Gerade den beiden Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* kommt dabei eine immense Bedeutung zu. So wird der *Spiegel* als Leitmedium verstanden<sup>24</sup> und titulierte sich selbst als „Deutschland bedeutendstes Nachrichtenmagazin“,<sup>25</sup> während der *Stern* sich als „meistgelesene[s] meinungsbildende[s] Magazin Deutschlands“<sup>26</sup> bezeichnet.

Ausgehend von diesen Beobachtungen sind daher zwei Fragenkomplexe von Interesse:

---

18 Vgl. z.B. Knoblauch 2009; Gärtner et al. 2012; Hannig/Städter 2007; Bösch/Hölscher 2009a, 2009b.

19 Vgl. Hannig/Städter 2007.

20 Vgl. Luhmann 2009.

21 Vgl. Jäger 2012.

22 Pollack/Müller 2013, 38.

23 Felder 2009, 11.

24 Vgl. Meyn/Tonnemacher 2012, 79.

25 *Spiegel* Webseite.

26 *Stern*-Profil 2015, 2.

- 1) Welche religiösen Themen werden in *Stern* und *Spiegel* von 1960 bis 2014 auf den Titelseiten repräsentiert? Welche Wandlungsprozesse lassen sich anhand der Titelblätter ablesen?

Diskurse üben Macht aus, sie transportieren Wissen, welches gleichzeitig die Basis für individuelles und kollektives Handeln und die Konstruktion und Konstitution von Wirklichkeit ist.<sup>27</sup> Der Wissenskanon wird dabei durch die sprachlichen und visuellen Mittel erst geformt. Diese können eingeeengte Blickwinkel und Wertungen hervorrufen, die zu Perspektivierungen des Sachverhalts führen und Meinungsbilder etablieren können. Monika Schwarz-Friesel und Jehuda Reinharz sprechen dabei von der Macht der Sprache:<sup>28</sup> „Sprache [...] hat stets die Wirkungskraft, das Bewusstsein und die Einstellungen der Rezipienten maßgeblich zu beeinflussen. In dieser Einflussnahme liegt das Machtpotenzial von Sprache.“<sup>29</sup>

Aus diesen Ausführungen leitet sich der zweite Fragenkomplex ab:

- 2) Wie wird durch visuelle und sprachlich-kommunikative Mittel Wirklichkeit innerhalb von Artikeln konstruiert? Durch welche Mittel und Strategien werden Bewertungen ausgedrückt und wie werden dadurch Evaluierungen über Religion konstruiert? Welche Perspektivierungen lassen sich in unterschiedlichen Zeitabschnitten finden?

Wird somit zunächst dargelegt, welche Titelthemen zum Thema Religion in *Stern* und *Spiegel* im Zeitraum von 1960 bis 2014 auftreten (WAS wird repräsentiert?), zeigen anschließende detaillierte Mikroanalysen einzelner Titelgeschichten (Artikel), mit welchen sprachlichen und visuellen Mitteln ausgewählte Themen aufbereitet sind und wie die beiden Zeitschriften in unterschiedlichen Zeitabschnitten bestimmte Perspektivierungen über diese Themen durch Sprache und Bilder hervorbringen (WIE werden die Themen repräsentiert? WIE wandelt sich die Repräsentation?).

Der Studie liegen somit drei Ziele zu Grunde:

- (1) Zunächst liegen die Erforschung religiöser Themen der neueren Vergangenheit und ihre Ausdifferenzierung in der Gegenwart im Interessenfokus. Der ausgewählte Bereich von 1960 bis 2014 ist von besonderem Interesse, da sich

---

27 Vgl. Jäger 2012, 73.

28 Für die vorliegende Arbeit sollen darunter Text und Bild verstanden werden, siehe dazu auch Kapitel 2.3.

29 Schwarz-Friesel/Reinharz 2013, 44.

in diesem Zeitraum erhebliche Differenzen in den Einstellungen zu und Einschätzungen von religiösen Themen zeigen. Die gewählten Zeitschriften nehmen dabei einen hohen Stellenwert ein, da sie als Spiegel des zeit- und gesellschaftstypischen Zustands der jeweiligen Denkstruktur und gesellschaftlichen Sichtweise fungieren. Ein erstes Ziel ist demnach die Herausarbeitung der thematisch unterschiedlichen Diskursstränge des Gesamtdiskurses Religion auf den Titelseiten sowie ihrer Ausdifferenzierung im Laufe der Zeit. Dabei wird überprüft, inwieweit religionssoziologische Befunde wiederzufinden sind. Zugleich sind die Zeitschriften jedoch Diskursakteure und können Meinungsbilder über Religion auch hervorbringen. Daraus ergibt sich das zweite Ziel.

- (2) Als zweites Ziel wird offengelegt, welche Strategien sich bedient wird, um den Blickwinkel des Lesers zu lenken und damit eine Haltung des Lesers zu evozieren. Dafür werden sprachlich-kommunikative Mittel (Argumentationen, Lexik, Metaphorik sowie Emotionalisierungsstrategien), aber auch die grafische Gestaltung ausgewählter Artikel zu bestimmten Themenkomplexen aus verschiedenen Jahrzehnten analysiert. Zeitschriften bieten den Anspruch der Orientierung. Im Zuge dessen sind sie gezwungen, Wertungen vorzunehmen. Artikel sind grundsätzlich subjektiv geprägt und geben bestimmte Haltungen und Blickwinkel vor, auch wenn dies nicht immer offensichtlich ist und stellenweise erst implizit erkenntlich wird, sodass eine subtile Beeinflussung möglich ist. Wie Strategien der Pressesprache dabei instruieren und Perspektivierungen und Evaluierungen zu unterschiedlichen Themen evoziert werden, ist demnach ein weiteres Ziel. Die Studie soll demnach für diese sprachlichen und visuellen Strukturen sensibilisieren, um deutlich zu machen, mit welchen Sprachstrukturen hinsichtlich Religion bestimmte Blickwinkel dargelegt werden und wie sich diese im Laufe der Zeit verändern können.
- (3) Als drittes Ziel wird ein Vergleich der beiden ausgewählten Zeitschriften, *Stern* und *Spiegel*, gezogen. Ist der *Stern* mit seiner Gründung 1948 zunächst „ein Klatsch- und Unterhaltungsblatt, ohne politischen Anspruch“,<sup>30</sup> änderte Gründer Henri Nannen mit den Jahren das Profil zu einer um einiges seriöser wirkenden „politische[n] Illustrierte[n]“. <sup>31</sup> Der *Spiegel* hingegen zeichnete sein Profil selbst von vornherein als politisches Magazin. Fällt diese Ausrichtung auch hinsichtlich religiöser Themen ins Gewicht? Gibt es andere Themenschwerpunkte auf den Titelseiten? Werden die Themen unterschiedlich fokussiert und behandelt oder zeigen sich gleiche Haltungen?

---

30 Schneider 2000, 24.

31 Ebd., 26.

In ihrer Konzeption möchte die Studie einen Beitrag zur Schließung von Desideraten in den Disziplinen der Religionswissenschaft und der Linguistik leisten. Im Zeitalter der digitalen Medien sind Zeitschriften ein marginal behandeltes Forschungsthema auf Seiten der Religionswissenschaft. Auch die aufmerksamkeitssteigernde Aufbereitung, also die textuelle und visuelle Gestaltung religiöser Themen, wurde bisher nicht bzw. nur geringfügig untersucht. In der Linguistik dagegen ist ein Forschungsdesiderat zum Feld „Sprache und Religion“ zu verzeichnen. Ausgehend von der jeweiligen Disziplin werden die Desiderate hier kurz vorgestellt, um den eigenen Ansatz darzulegen: eine Kombination religionswissenschaftlicher und linguistischer Analyse und damit einen interdisziplinären Ansatz.

### **Religionswissenschaft**

Oliver Krüger (2012) gibt in seiner Monographie *Die mediale Religion. Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung* einen umfassenden Forschungsüberblick zur religionswissenschaftlichen Forschung zum Themenkomplex Religion und Medien (siehe dazu auch Forschungsstand Kap. 1.4). Dabei legt er nicht nur dar, dass sich das Forschungsfeld in der Religionswissenschaft erst im vergangenen Jahrzehnt etablierte,<sup>32</sup> sondern auch, dass gerade populäre Zeitschriften (siehe zur Definition von ‚Zeitschrift‘ Kap. 4.1) bisher keine größere Beachtung fanden.<sup>33</sup> Daran hat sich auch in den letzten Jahren nichts geändert.<sup>34</sup> Krüger fasst zusammen: „*Summa summarum* ergibt sich für das Feld der Publizistik mit fließenden Übergängen die Frage, wie [...] über Religionen in der spezialisierten Religionspublizistik und im weiteren Markt der Zeitschriften und Zeitungen berichtet wird.“<sup>35</sup> Krüger verweist in diesem Zusammenhang auf das Potenzial der Medienwissenschaft, indem er darlegt, dass das Desiderat „mit den bereits erprobten, medienwissenschaftlichen Verfahren der Bild- und Textanalyse [...] [bearbeitet werden kann] [...]. Die besondere Stärke des religionswissenschaftlichen Beitrags liegt in der historischen und kulturvergleichenden Dimension.“<sup>36</sup> Da auch die Medienlinguistik<sup>37</sup> sich mit Bild- und

---

32 Im Gegensatz zu den Vereinigten Staaten durch Hoover, siehe z.B. Hoover/Lundby 1997a; Hoover 1998.

33 Vgl. Krüger 2012, 229.

34 Selbst international ist das Interesse an Zeitschriften rar. Vermutlich lässt sich dies mit dem in den letzten Jahren aufkommenden Forschungsfeld zu digitalen Medien bzw. Social Media erklären, in dem sich mit Facebook, Twitter, Blogs usw. auseinandergesetzt wird: „Während vor allem in den 1960/70er Jahren erste historische Studien entstanden, kamen in den letzten Jahren insbesondere aktuelle Bestandsaufnahmen zur medialen Rolle der Religion im Internetzeitalter auf“ (Bösch 2015, 286).

35 Krüger 2012, 232.

36 Krüger 2012, 232.

Textanalysen in den Medien beschäftigt,<sup>38</sup> ergibt sich eine gute interdisziplinäre Verknüpfung zwischen der Religionswissenschaft und der Linguistik. In seiner Abhandlung macht Krüger auf ein weiteres Forschungsdesiderat aufmerksam:

Wie bereiten Medien im Bemühen um die Aufmerksamkeit der Quote religiöse Sujets ‚medienkonform‘ – also in der Linie eines bestimmten Senders oder einer Zeitschrift – auf? Dass hier gegenüber der wissenschaftlichen Darstellung stets eine Vereinfachung und aufmerksamkeitsfördernde Dramatisierung stattfindet, wird wohl kaum bestritten werden können. Die genaue Aufschlüsselung von Selektionen, Personalisierungen und Emotionalisierungen im Produktionsverlauf religiöser Themen in den Medien ist bisher jedoch noch ein Forschungsdesiderat.<sup>39</sup>

Genau dies bezweckt die vorliegende Studie zu *Stern* und *Spiegel*. Im Hinblick auf den Produktionsverlauf werden die textuelle und visuelle Gestaltung analysiert. Die Studie zeichnet sich dabei durch die Verknüpfung mit linguistischen Theorien und Methoden aus, die bisher in der Forschung bei diesem Thema noch nicht angewandt wurden. Die wenigen vorausgehenden Studien beschäftigen sich mit Inhaltsanalysen, die sich jedoch nahezu kaum oder nur am Rande mit der sprachlichen und visuellen Gestaltung auseinandersetzen, deren Untersuchung viel Potenzial bietet. Die Linguistik offeriert dafür das passende Instrumentarium. Dass sich jedoch auch die Linguistik bisher kaum mit religiöser Gegenwartskultur und deren Sprache in den Medien auseinandersetzt, klingt bereits in Frank Böschs Artikel *Medien und Religion im 20. Jahrhundert* an. Ebenso wie Krüger registriert er ein verstärktes Interesse an der Bedeutung von Medien im letzten Jahrzehnt und legt dar: „Neben der Geschichtswissenschaft, der Theologie und den Religionswissenschaften arbeiten hierzu auch einzelne Soziologen, Kunsthistoriker, Film- und Medien- und Kommunikationswissenschaftler.“<sup>40</sup> Das Fehlen der Germanistik bzw. Linguistik lässt ein Forschungsdesiderat vermuten. Ein Blick auf die Forschungslage der Linguistik bestätigt dies.

## Linguistik

„Der linguistische Forschungsstand zum Thema ‚Sprache und Religion‘ weist im Vergleich zu anderen Disziplinen [...] deutliche Lücken auf“<sup>41</sup>, konstatieren Alexander Lasch und Wolf-Andreas Liebert (2015) in ihrem linguistischen For-

---

37 Siehe zur Einführung in das Forschungsfeld der Medienlinguistik Stöckl 2012 und Perrin 2006.

38 Vgl. Perrin 2006, 116f.; siehe auch Stöckl 2012, 18f.

39 Krüger 2012, 454.

40 Bösch 2015, 286.

41 Lasch/Liebert 2015, 475.

schungsüberblick zu *Sprache und Religion*. So beschäftigen sich bisherige Studien zumeist mit der Sprachgeschichte: dem Zusammenhang zwischen Sprache und Konfession,<sup>42</sup> der ‚religiösen Sprache‘ sowie dem Christentum und insbesondere mit der Lutherbibel und den Wechselwirkungen zwischen dieser und der Alltagssprache.<sup>43</sup>

‚Sprache und Religion‘, das bedeutet in der Linguistik in erster Linie die Würdigung sprachhistorisch relevanter Texte und Textverbände, wie etwa Bibelübersetzungen, Evangelienharmonien oder Zaubersprüche, wie sie für das Althochdeutsche und Altniederdeutsche typisch sind, religiös motivierte Dichtung und Traktatliteratur aus mittelhochdeutscher Zeit oder die Bedeutung der Schriften Martin Luthers für die Herausbildung eines überregionalen Standards im Frühneuhochdeutschen.<sup>44</sup>

Lasch und Liebert stellen weiter fest, dass insbesondere Studien abseits des Christentums, „etwa zu populären Religionen oder den Bereichen von Spiritualität und Esoterik [...] in der Linguistik ein Desideratum dar[stellen].“<sup>45</sup> Auch zu Religion und Sprache in einzelnen Textsorten lassen sich nur vereinzelt Studien finden und ebenso sind Studien, die den Zusammenhang zwischen Text und Bild betrachten, rar, so Lasch/Liebert.<sup>46</sup> Ausgehend von diesem Stand der Forschung<sup>47</sup> heben

---

42 Siehe zum Beispiel Balbach 2014, Macha 2014, Macha et al. 2012.

43 Vgl. Lasch/Liebert 2015, 475f.

44 Lasch/Liebert 2015, 476.

45 Ebd., 475.

46 Vgl. ebd., 477.

47 Lasch und Liebert wollen diese Lücke schließen. Ihr 2017 herausgegebenes Handbuch *Sprache und Religion* soll „den ersten umfassenden Versuch dar[stellen], linguistische Forschung zum Thema Religion zu versammeln und zu fokussieren“ (Lasch/Liebert 2017a, Klappentext). Dabei schlagen sie vor, eine neue Teildisziplin der Linguistik zu begründen, die Religionslinguistik (vgl. Liebert 2017, 29-30). Neben systematischen Darstellungen stellen sie unter anderem einen nach Schlüsselwörtern gegliederten Teil vor, der etwa Begriffe wie Transzendenz, das Unsagbare, Charisma, Verehrung oder Vergegenwärtigung enthält. Zudem legt das Handbuch einen vierten Teil mit dem Titel „Repräsentationsformen religiöser Wissensbestände in ausgewählten Darstellungsmodi und -medien“ dar. Hierbei werden jedoch lediglich die Predigt, Bibelillustrationen sowie das Buch als Metapher betrachtet. Lasch und Liebert weisen in Bezug zu diesem Teil in ihrer Einführung darauf hin, dass „die hier versammelten Beiträge [...] exemplarisch für ein breites, erst noch auszumessendes Themenfeld [stehen]. So fehlen bspw. Repräsentationsformen in den Neuen Medien, die eine zentrale Rolle einnehmen“ (Lasch/Liebert 2017b, 2). In Anbetracht der genannten Untersuchungsgegenstände (Predigt, Bibel-



Liebert und Lasch in ihrem Artikel die Notwendigkeit einer Verknüpfung mit anderen Disziplinen hervor: „Daher ist die gegenwärtige linguistische Forschung in großem Maße auf die Beiträge anderer Disziplinen angewiesen.“<sup>48</sup> Sie betonen die Fruchtbarkeit etwa der Religionssoziologie, indem sie auf Knoblauch (2009) und Bochsinger et al. (2009) verweisen,<sup>49</sup> deren Studien in Kapitel 2.1 einbezogen werden.

Die vorliegende Arbeit ist somit interdisziplinär angelegt: Die Kombination der Disziplinen Religionswissenschaft und Germanistik bietet eine ideale Verknüpfung der Konzepte und Methoden und bringt Inhalt und Form in Verbindung. So bietet die Linguistik die methodischen Instrumente und Konzepte, um religionswissenschaftliche bzw. religionssoziologische sowie linguistische Aussagen treffen zu können. Von ihrem Ursprung her ist die Verknüpfung zwischen der Linguistik und der Religionswissenschaft bereits sehr eng, ist letztere doch aus ersterer entstanden: „Vergleichende Religionswissenschaft ist ein Kind der Vergleichenden Sprachwissenschaft.“<sup>50</sup> Annette Wilke schreibt dazu, dass „gerade die Philologie eine der zentralen ‚Wurzeln‘ des Faches darstellt.“<sup>51</sup> So war es der deutsche Sprachwissenschaftler Max Müller, der in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erstmals heilige Texte Asiens übersetzte, für Europa fassbar machte und sogar einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen sprachlichen und religiösen Strukturen sah; er gilt daher als „Vater der Religionswissenschaft“.<sup>52</sup> Systematisch-theoretisch ordnet sich die Studie einerseits in die religionswissenschaftliche Subdisziplin der Religionssoziologie ein, da Moderne- und Individualisierungstheorien als theoretisches Grundgerüst dienen. Andererseits ist die Studie aufgrund der linguistischen Analyse der Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* in der Medienlinguistik verankert. Mit diesem interdisziplinären Ansatz liefert die vorliegende Studie nicht nur einen Beitrag zur Aufarbeitung der religiösen Zeitgeschichte, sie setzt sich auch mit der religiösen Gegenwartskultur auseinander und betrachtet vergleichend Diskurse über Religion von den 1960er Jahren bis ins Jahr 2014 aus religionswissenschaftlicher und linguistischer Sicht.

---

illustrationen) fehlen neben neuen Medien auch rezente Massenmedien, wie Zeitschriften und somit *Stern* und *Spiegel*.

48 Lasch/Liebert 2015, 476.

49 Vgl. ebd.

50 Krüger 2012, 183.

51 Wilke 2012, 324.

52 Ebd., 324.

## 1.2 FORSCHUNGSSTAND

### Religion und Medien

In seinem guten religionswissenschaftlichen Forschungsüberblick über den Bereich „Religion und Medien“ hat Krüger Forschungsprojekte und Publikationen gebündelt<sup>53</sup> und kommt zu dem Schluss, dass der „Befund [...] mehr als ernüchternd“<sup>54</sup> sei. Auch Tim Karis (2013) spricht von einer „recht jung[en]“ wissenschaftlichen Auseinandersetzung und erklärt, dass sich das Forschungsfeld Religion und Medien „derzeit noch in einer Phase der Konsolidierung“<sup>55</sup> befindet.<sup>56</sup> Ist erst in jüngster Zeit im deutschsprachigen Raum Interesse am Forschungsfeld zu registrieren, steht dies im Gegensatz zur internationalen Forschung, vor allem im englischsprachigen und skandinavischen Raum, wo sich ein eigenständiges Forschungsfeld zu Medien, Religion und Kultur etablierte.<sup>57</sup> Seit einiger Zeit lassen sich aber auch in Deutschland Sammelbände zum Verhältnis von Religion und Medien finden,<sup>58</sup> in denen Beiträge vereint sind, die etwa durch den Tod Johannes Paul II., den Weltjugendtag sowie die Kontroverse um die Mohammedkarikaturen angeregt wurden. Es erschienen zudem Publikationen zu Film und Fernsehen<sup>59</sup> sowie zum Radio<sup>60</sup> und auch zur Mediation. In den letzten Jahren finden sich vor allem Forschungen, die sich mit Religion und digitalen Medien, also dem Internet allgemein oder Facebook, Twitter, Blogs usw. beschäftigten, nicht nur international,<sup>61</sup> sondern auch im

---

53 Vgl. Krüger 2012, 32-42.

54 Ebd., 40.

55 Karis 2013, 17.

56 Noch 2009 postuliert Mohr: „Das Themenfeld ‚Religion und Medien‘ ist Gegenstand einer Teildisziplin der Religionswissenschaft, die es derzeit so noch nicht gibt“ (Mohr 2009, 159). Einen religionswissenschaftlichen Überblick über die Verflechtung von Religion, Medien und Öffentlichkeit und die verschiedenen Forschungsfelder gibt Neumaier 2018.

57 Vgl. Hoover 1998; Hoover/Lundby 1997a, 1997b; Schofield/Hoover 1997; Hoover 2006; Hjarvard 2008; Mitchell/Gower 2012; Knott et al. 2013; Lövheim 2013, 2014. So ist hier etwa auch die „International Society for Religion, Media and Culture“ zu nennen, die alle zwei Jahre tagt.

58 Vgl. Malik et al. 2007; Sieprath 2009a; Beinhauer-Köhler/Pezzoli-Olgiati 2010; Mohn/Mohr 2012.

59 Vgl. Medienprojekt Tübingen Religionswissenschaft 1994; Karis 2013; Jecker 2011a; Hafez/Richter 2007.

60 Vgl. Tworuschka 2007.

61 Vgl. Campbell 2010, 2013.

deutschsprachigen Raum.<sup>62</sup> Untersuchungsschwerpunkte sind dabei nicht nur das Vorkommen von Religion in neuen Medien, sondern etwa auch der Umgang einzelner Religionen und Gläubiger mit der rezenten Medienvielfalt oder die Transformation religiöser Autoritäten.

In den Disziplinen sind die Zugänge zum Forschungsfeld inzwischen breit gefächert. In der Religionswissenschaft bzw. Religionssoziologie ist nicht nur Hubert Knoblauch zu nennen, der mit seiner *Populären Religion* (2009) die Transformation von Religion in der Gesellschaft unter dem Einfluss von Medien betrachtet.<sup>63</sup> Als „grundlegende Perspektiven religionswissenschaftlicher Forschung“<sup>64</sup> zum System der Medien bezeichnet Krüger den Aufsatz von Heinz-Peter Katlewski und die empirische Studie von Christel Gärtner et al.<sup>65</sup> Katlewski zeigt anhand von Fallbeispielen die massenmedialen Eigenlogiken auf, in dem er, orientiert an Niklas Luhmann, die Aufmerksamkeitsregeln illustriert und darlegt, wann ein Thema an Aufmerksamkeit gewinnt, etwa durch Brisanz, Prominenz, Bedrohung oder Emotionen.<sup>66</sup> Christel Gärtner, Karl Gabriel und Hans-Richard Reuter befragten in ihrer Studie *Religion bei Meinungsmachern* (2012) 18 Elitejournalisten aus 14 überregionalen Medien, darunter Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Wochenmagazine, öffentlich-rechtliche sowie private Fernsehsender, nach ihren Auswahlkriterien für die Berichterstattung von religiösen Themen sowie ihrem Religionsverständnis und ihrer Wahrnehmung und Deutung einer neuen Sichtbarkeit von Religion. Die von ihnen befragten „Meinungsmacher“ teilen die Wahrnehmung einer Sichtbarkeit von Religion und postulieren eine Rückkehr der Religion in die Öffentlichkeit, die vor allem mit politischen Konflikten und religiös motivierter Gewalt einhergehe, als Zäsur werden die Attentate des 11. September 2001 hervorgehoben. Zudem werden die Kirchen als Faktor des öffentlichen Lebens und das Christentum als Bestandteil der abendländischen Kultur angesehen, über das es zu berichten gilt, auch in Abgrenzung zum Islam. Der Islam tritt ebenfalls als Faktor hervor, der durch Migration und allein als fremde Religion an Interesse gewinnt. Ein wachsendes Interesse wird auch durch das Interesse an Events und Inszenierungen, auch innerhalb der Religion begründet.<sup>67</sup> Der 11. September 2001 macht sich auch im Material der vorliegenden Studie bemerkbar, es wird sich jedoch zeigen, dass es nicht ausschließlich Konflikte und Events sind, die ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken. Zu-

---

62 Vgl. Ahn 2007; Radde-Antweiler 2008; Miczek 2013; Futterlieb 2009; Engelmann et al. 2010; Neumaier 2016.

63 Vgl. Knoblauch 2009.

64 Krüger 2012, 232.

65 Katlewski 2008; Gärtner et al. 2012; siehe auch Gärtner 2008, 2009, 2014.

66 Vgl. Katlewski 2008.

67 Vgl. Gärtner et al. 2012, 260f.

sammenfassend stellen insbesondere die Studien von Gärtner et al. und Knoblauch eine fruchtbare Grundlage für die vorliegende Arbeit dar.<sup>68</sup>

In der Theologie sind Studien zu verzeichnen, die sich aus theologischer Perspektive mit der Darstellung von Religion, insbesondere der Kirche in den Medien beschäftigen.<sup>69</sup> Zudem besteht die These einer Medienreligion,<sup>70</sup> bei der den Medien selbst eine religiöse bzw. sinnstiftende Funktion zugeschrieben wird, hierbei sind jedoch nicht nur rein theologische Ansätze zu erkennen.<sup>71</sup>

Außerhalb der Religionswissenschaft bzw. der Religionssoziologie und der Theologie lassen sich in der Kommunikationswissenschaft Zugänge zum Forschungsfeld finden, auch wenn es diesbezüglich „kein ausgebautes Forschungsgebiet“<sup>72</sup> gibt, so Carmen Koch. Die Zugänge beschäftigen sich mit der Medialisierung bzw. Mediatisierung (siehe Kap. 2.2) ebenso wie der Eventisierung von Religion,<sup>73</sup> hierzu zählen auch interdisziplinäre Beiträge (an denen Religionswissenschaftler beteiligt waren).<sup>74</sup> Meist sind die Forschungen inhaltsanalytisch angelegt.<sup>75</sup>

Anna-Maria Schielicke untersucht in ihrer Studie *Rückkehr der Religion in den öffentlichen Raum?* (2014) die Jahrgänge 1993, 1997, 2001, 2005 und 2009 der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* und *Süddeutschen Zeitung* und kommt zu dem Schluss, dass keine Rückkehr der Religion in der Öffentlichkeit zu verzeichnen sei, da Religion nie ganz verschwunden sei. „Der aktuelle Befund einer Rückkehr der Religion ist somit eher ein Bedeutungszuwachs und kein Rückgewinn an Bedeutung.“<sup>76</sup> Sie bezieht sich in ihrer Studie jedoch hauptsächlich auf die beiden Großkirchen und das Christentum.<sup>77</sup> Neue religiöse Bewegungen oder auch Spiritualität bezieht sie nicht ein, da sie diesen Formen Breite und Einfluss abspricht.<sup>78</sup> Dabei berücksichtigt sie jedoch auch den Formenwandel für ihre Untersuchung nicht, was hinsichtlich ihrer grundlegenden Fragestellung, „ob Religion in den öffentlichen Raum zurückkehrt“<sup>79</sup> als äußerst fragwürdig erscheint. Zumal gerade den neuen Formen eine mediale Präsenz zugesprochen wird.<sup>80</sup> Es ist daher davon auszugehen,

---

68 Vgl. Gärtner et al. 2012; Knoblauch 2009.

69 Vgl. Dörger 1973; Beck 1994; Hasse 2010.

70 Vgl. Albrecht 1993.

71 Vgl. Friedrichs/Vogt 1996a; Thomas 2000; Felsmann 2006.

72 Koch 2012, 10.

73 Vgl. Hepp/Krönert 2009; Hepp/Krönert 2010; Klenk 2008.

74 Etwa Gebhardt et al. 2007.

75 Vgl. z.B. Schielicke 2014.

76 Ebd., 175.

77 Vgl. ebd., 83.

78 Vgl. ebd.

79 Ebd., 175.

80 Vgl. Pollack 2007, 174f.; Knoblauch 2009, 270.

dass andere Ergebnisse generiert würden, wenn Lexeme wie etwa Spiritualität und Glaube als Zugriffskriterien miteinbezogen würden. Eine Überprüfung des gleichen Korpus (*Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*) unter Einbezug dieser Überlegungen wäre daher durchaus lohnenswert.

Weitere Studien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft betreffen sehr oft den Islam.<sup>81</sup> So betont Constanze Jecker, dass „in der Medien- und Kommunikationswissenschaft vergleichsweise wenig Interesse an der massenmedialen (Re-)Präsentation – jenseits des Islams – besteht.“<sup>82</sup> Als größtes inhaltsanalytisches Projekt zum Thema Religion in den Medien lässt sich auf das Schweizer Forschungsprojekt der Kommunikationswissenschaftler Urs Dahinden, Carmen Koch, Vinzenz Wyss und Guido Keel verweisen, welche Leitfadeninterviews mit Journalisten und Inhaltsanalysen von elf Schweizer Medien vornahmen.<sup>83</sup>

Seitens der Geschichtswissenschaft sind es vor allem Publikationen der Bochumer Forschergruppe „Transformation der Religion in der Moderne“, die medien- und religionsgeschichtliche Zugänge zum Feld darlegen.<sup>84</sup> Für die vorliegende Arbeit sind dabei insbesondere zwei Studien grundlegend, die einen umfassenden Blick über den Wandel von Religion in den Medien geben und ebenfalls die beiden Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* mit einbeziehen. Es handelt sich um Nicolai Hannigs Studie *Die Religion der Öffentlichkeit* (2010) und Benjamin Städters Arbeit *Verwandelte Blicke* (2011). Hannig betrachtet in seiner Dissertation aus einer zeithistorischen Perspektive die Transformation von Religion und Kirche in der Öffentlichkeit von 1945 bis 1980 anhand von Rundfunk- und Fernsehbeiträgen, sowie diverser Zeitschriften.<sup>85</sup> Städter nimmt visuelle Darstellungen von Kirche und Religion im Zeitraum von 1945 bis 1980 in den Blick und untersucht wiederkehrende Bildmuster sowie zeittypische Vorstellungen von Religion und ihren Wandel auf Grundlage von Pressefotografien und Filmen.<sup>86</sup> Mit ihren Konzeptionen beziehen beide Studien populäre Zeitschriften, darunter auch *Stern* und *Spiegel*, mit ein. Zudem sind sie zeithistorisch angelegt und legen gelungene Analysen der journalistischen Entwicklung der Religionsthematik in populären Zeitschriften von 1945 bis 1980 vor. Sie konzentrieren sich jedoch nur marginal auf die sprachliche Gestaltung und ziehen *Stern* und *Spiegel* dabei nur exemplarisch heran. Werden die Studien von Hannig und Städter zwar als Grundlage und zur Kontextualisierung genutzt,

---

81 Vgl. z.B. Hafez 2002a, 2002b, 2010, 2013a; Hafez/Schmidt 2015; Hafez/Richter 2007; Karis 2013.

82 Jecker 2011b, 8.

83 Vgl. Dahinden 2009; Koch 2009, 2012; Dahinden/Koch 2011; Wyss/Keel 2009.

84 Vgl. Hannig 2009, 2011; Hannig/Städter 2007; Bösch/Hölscher 2009a, Bösch 2015, siehe auch Ziemann 2006.

85 Vgl. Hannig 2010.

86 Vgl. Städter 2011.

geht die vorliegende Studie darüber hinaus, da sie den Zeitraum von 1980 bis 2014 miteinbezieht, sich umfassend den beiden ausgewählten Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* und dabei vor allem der sprachlichen sowie visuellen Gestaltung widmet.

Zudem kommt populären Zeitschriften in der Religionswissenschaft ansonsten nur marginale Bedeutung zu.<sup>87</sup> Dies ist auch in der englischsprachigen Forschung der Fall. Es gibt zwar Studien zur Presse allgemein,<sup>88</sup> doch lassen sich lediglich vereinzelte Studien zu Religion und Zeitschriften bzw. Magazinen anführen, zum Beispiel Ann Kristin Gresaker, welche inhaltsanalytisch die Repräsentation von Religion in nordischen Lifestyle-Magazinen aus den Jahren 1988, 1998 und 2008 untersucht. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass das Christentum sowie astrologische Themen in allen Jahren stark vertreten sind, jedoch mit der Zeit abnehmen. Ausgenommen sind dabei die schwedischen Magazine, die einen Zuwachs der Darstellung des lutherischen Christentums verzeichnen. Allen ist zudem ein Zuwachs von spirituellen Themen gemein. Auffällig ist andererseits die geringe Präsenz von Islam und anderen „Weltreligionen“.<sup>89</sup> Damit unterscheiden sich die Ergebnisse zum vorliegenden untersuchten Material, da etwa das lutherische Christentum nur äußerst marginal auf den Titelseiten verhandelt wird, dagegen dem Islam viel Platz eingeräumt wird, wie sich zeigen wird.

Die Studie von Roderick P. Hart, Kathleen J. Turner und Ralph E. Knupp untersuchte das *Time Magazine* im Zeitraum von 1947 bis 1976 in Form einer Inhaltsanalyse. Als Ergebnisse halten sie u. a. fest, dass Religion vor allem auf institutioneller Ebene verhandelt wird und es vor allem Konflikte sind, die die Berichterstattung prägen, dabei sind es besonders innerkirchliche Konflikte der katholischen Kirche, die mit den Jahren zunehmen. Den Schwerpunkt des Katholizismus begründen sie u. a. damit, dass Religion wie jedes andere Thema verhandelt wird und mit dem Katholizismus besonderes Potenzial zum Entertainment einhergeht.<sup>90</sup> Ein Blick auf das in der vorliegenden Studie untersuchte Material zeigt, dass kritische Themen über das Christentum und die Kirche insbesondere die 1960er und 1970er Jahre dominieren und dann in den 1990er Jahren wieder verstärkt auftreten. Die Studie wird zeigen, dass es in den 1960er und 1970er Jahren somit die kulturellen und religiösen Umbrüche sind, die zu einer Thematisierung führen. Das Argument des Entertainments kann jedoch insofern gestützt werden, da es in den 1990er und 2000er Jahren vor allem Moral- und Normverstöße in der katholischen Kirche sind, die die Themenagenda dominieren.

---

87 Vgl. Krüger 2012, 231; siehe Kap 1.1.

88 Vgl. Knott et al. 2013.

89 Vgl. Gresaker 2013, 74f.

90 Vgl. Hart/Turner/Knupp 1981.

## Religion und populäre Zeitschriften;<sup>91</sup> Religion in *Stern* und *Spiegel*

Publikationen zu populären Zeitschriften und Religion sind äußerst rar. Hinsichtlich rezenter Studien sind es lediglich die beiden Publikationen von Hannig und Städter,<sup>92</sup> die diese einbeziehen. Ferner ist der Sammelband von Michael Vogt und Lutz Friedrichs anzuführen,<sup>93</sup> der kleine Analysen zu unterschiedlichen populären Zeitschriften wie *Bravo*, *Brigitte*, *Spiegel*<sup>94</sup> und anderen vereint. Bereits hier wird das Potenzial einzelner Analysen deutlich, etwa wenn Vogt Bedrohungssemantiken in der Berichterstattung zum Islam herausarbeitet.<sup>95</sup> In ihrem Sammelband geht es neben der Darstellung jedoch vor allem um die These einer Übernahme von religiösen Funktionen durch die Zeitschriften selbst, davon grenzt sich die vorliegende Arbeit ab. Friedrichs und Vogt weisen dabei auch auf die Definition des Religionsbegriffs und die daraus resultierenden unterschiedlichen Ergebnisse der Studien hin.<sup>96</sup> Für die hier vorliegende Studie wurde ein weiter Religionsbegriff genutzt, der nicht nur die klassischen, institutionellen Religionen, sondern etwa auch moderne, institutionsungebundene Religiosität mit einbezieht (siehe dazu Kap. 2.1 und Kap. 4.1). Damit wird die mediale Repräsentation und nicht die sinnstiftende Funktion untersucht.

Betrachtet man weitere Publikationen, welche das Thema Religion in populären Zeitschriften untersuchen, lässt sich etwa aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive und damit inhaltsanalytisch angelegt Cosima Liviana Krögers Studie *Nachrichten vom Glauben. Religion in Spiegel und Focus* anführen, sie untersucht jedoch nur einen kurzen Zeitraum (2000 und 2006). Durch einen Vergleich der Titelseiten von *Focus* und *Spiegel* aus den Jahren 2000 und 2006 geht sie von einer Rückkehr der Religion aus.<sup>97</sup> Sie bezieht sich dabei in ihrer Studie auf die „fünf Weltreligionen“<sup>98</sup> sowie „verschiedene Sekten, hauptsächlich Scientology und Zeugen Jehovas, und unterschiedliche esoterische Strömungen“<sup>99</sup>. Aufgrund der undifferenzierten Darlegung des Religionsverständnisses, des Religionsbegriffs und einer pejorativen Abgrenzung des „Sekten“-Begriffs kommt es zudem auch zu unterschiedlichen Erhebungszahlen im Vergleich zur vorliegenden Studie. So wurden etwa spirituelle Themen oder Themen aus dem Bereich der alternativen Medizin bei

---

91 Religiöse Zeitschriften, d.h. konfessionelle, spirituelle oder astrologische Zeitschriften, wurden nicht berücksichtigt. Siehe dazu Krüger 2012, 222ff.

92 Vgl. Hannig 2010; Städter 2011.

93 Vgl. Friedrichs/Vogt 1996a.

94 Vgl. Klinkhammer 1996, Sommer 1996; Vogt 1996.

95 Vgl. Vogt 1996.

96 Vgl. Friedrichs/Vogt 1996b, 304.

97 Vgl. Kröger 2008, 118.

98 Ebd., 7.

99 Ebd., 28.

Kröger nicht miteinbezogen (sie lässt z.B. die Titelgeschichte „Sanfte Heilkunst aus Fernost. Zwischen Meditation, Akupunktur und Hightech“ *Spiegel* 18/2000 außen vor).

Andere Publikationen, religionswissenschaftlich oder kommunikationswissenschaftlich, betreffen thematisch vor allem den Islam<sup>100</sup> oder das Judentum.<sup>101</sup> Auch theologische Studien sind zu verzeichnen,<sup>102</sup> die jedoch teilweise bereits aufgrund ihrer theologischen Sichtweise und einem entsprechend enger gefassten, kirchlich orientierten Religionsbegriff andere Ergebnisse generieren. So heißt Hans Joachim Dörger's Studie zwar *Religion als Thema in SPIEGEL, ZEIT und STERN*, er thematisiert darin jedoch lediglich die Darstellung von Kirche und Christentum.<sup>103</sup> Zumeist beschäftigen sich die Studien auch mehr mit dem „Was“ als mit dem „Wie“.

Wie bereits dargelegt liegen zum Forschungsbereich „Religion und Sprache“ aus linguistischer Perspektive vor allem sprachhistorische Untersuchungen vor.<sup>104</sup> Gleichwohl lassen sich vereinzelte linguistische Studien zur Darstellung von religiösen Themen in Zeitschriften und dabei explizit in *Stern* und/oder *Spiegel* finden, etwa zum Islam,<sup>105</sup> zum Judentum<sup>106</sup> oder zu den sogenannten Sekten.<sup>107</sup> Dabei ist es lediglich eine linguistische Studie, die neben sprachlichen Untersuchungen ebenfalls Bilder mit einbezieht. Diese Arbeit von Sabine Schiffer mit dem Titel *Die Darstellung des Islams in der Presse. Sprache, Bilder, Suggestionen* stellt in ihrem Umfang und ihrer Konzeption eine umfassende linguistische Analyse zum medialen Islambild dar. Durch ihr Korpus, bestehend aus Tageszeitungen und Zeitschriften aus den Jahren 1988 bis 2002, darunter auch *Stern* und *Spiegel*, zeigt sie, dass eine negative Repräsentation des Islam in der Presse nicht erst seit 9/11 zu verzeichnen ist.<sup>108</sup> Im Fokus liegt dabei die Aufdeckung von Stereotypisierungen durch Montage-techniken, jedoch nicht die Untersuchung eines Wandels der medialen Repräsentation in ausgewählten Zeitschriften, wie es in der vorliegenden Studie der Fall ist.

---

100 Vgl. Vogt 1996; Kliche et al. 1999; Thofern 1998; Hafez 2002a, 2002b; Röder 2007; Piasecki 2008; Brema 2010; Maier/Balz 2010; Hoffmann 2004; Hottinger 1995.

101 Vgl. Jäger/Jäger 2003; Behrens 2003; Schapira/Hafner 2010; Halbinger 2010.

102 Vgl. Metz 1971; Dörger 1973; Beck 1994; Hasse 2010.

103 Vgl. Dörger 1973. Arbeiten mit Nutzung eines engen Religionsbegriffs gibt es heute noch. Dies zeigt etwa die Arbeit von Schielicke, die in ihrer Studie *Rückkehr der Religion im öffentlichen Raum?* unter Religion lediglich das Christentum und die beiden Großkirchen fasst und betrachtet (Schielicke 2014).

104 Vgl. z.B. Balbach 2014; Macha 2014; Macha et al. 2012.

105 Vgl. Schiffer 2005; Massud 2011; Jäger/Jäger 2007; Kalwa 2013, Vogt 1996.

106 Vgl. Schwarz-Friesel/Reinharz 2013; Schwarz-Friesel 2013b; Beyer 2013.

107 Vgl. Hindelang 1996, 2005; Saborowski 1995.

108 Vgl. Schiffer 2005.



Ein weiteres Desiderat findet sich in den Feinanalysen. So sind bezüglich der Sektenthematik vereinzelt Studien zu populären Zeitschriften erschienen,<sup>109</sup> ebenso wie zur Papstrepräsentation<sup>110</sup> oder zu Glaubensfragen<sup>111</sup> (wenn auch nicht aus linguistischer Perspektive), auf die ebenfalls zurückgegriffen wird. Es existiert jedoch bisher keine Publikation zur Medienrepräsentation von Alternativer Medizin.

Mit ihrer individuellen Konzeption bietet die vorliegende Studie eine Analyse der inhaltlichen Repräsentation von Titelthemen über Religionen in *Stern* und *Spiegel* in den Jahren 1960 bis 2014 sowie detaillierte, (bild)linguistische Untersuchungen zu unterschiedlichen Thematiken und zu unterschiedlichen Zeitabschnitten anhand ausgewählter Artikel – unter Berücksichtigung von Theorien zum Formenwandel von Religion. Für eine religionshistorische Fundierung und Kontextualisierung der Arbeit wurde zudem auf Thomas Großbölting (2013), Thomas Mittmann (2015) und Peter J. Bräunlein (2015) zurückgegriffen.

Aufbauend auf diesen Forschungsstand und aus den vorherigen Überlegungen lassen sich folgende Annahmen als zentrale Ausgangspunkte aufstellen: Es ist zu erwarten, dass sich der Formenwandel von Religion auch sichtbar in der medialen Repräsentation der Titelseiten von *Stern* und *Spiegel* im Zeitraum von 1960 bis 2014 zeigt. Auf Grundlage der bereits erhobenen Daten in vorausgehenden Studien ist davon auszugehen, dass bei den Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* vermehrt das Thema Religion nach 1979 auftritt und insbesondere der Islam im Zusammenhang mit der Iranischen Revolution sowie nach den Anschlägen des 11. September 2001.<sup>112</sup> Aufgrund vorausgehender Studien ist ein hohes Aufkommen von christlichen Themen zu erwarten.<sup>113</sup> Ferner kann angenommen werden, dass seit den 1970er Jahren zunehmend Themen aufkommen, die Spiritualität und neue religiöse Bewegungen betreffen.<sup>114</sup> Gerade aufgrund dessen ist ein weit gefasster Religionsbegriff für die vorliegende Arbeit sinnvoll (siehe Kap. 2.1).

Zudem wird davon ausgegangen, dass sich *Stern* und *Spiegel* aufgrund ihrer unterschiedlichen Ausrichtung als „politische Illustrierte“ und als „klassisches Nachrichtenmagazin“ auch in ihren Themenschwerpunkten und damit ihren Titelthemen ebenso unterscheiden wie in der sprachlichen Darstellung. Bei beiden ist jedoch anzunehmen, dass insbesondere in der Weihnachtszeit vermehrt religiöse Themen auftreten.<sup>115</sup> In Anbetracht der These, dass Religion in den Medien vor allem im Zu-

---

109 Vgl. Hindelang 1996; 2005.

110 Vgl. Radde-Antweiler 2015; Klenk 2008, 2014.

111 Vgl. Hannig 2009, 2011.

112 Vgl. z.B. Gärtner et al. 2012, 259; Gärtner 2008, 100; Knoblauch 2009, 10; Schiffer 2005.

113 Vgl. z.B. Gärtner et al. 2012, 87; siehe auch Gärtner 2014.

114 Vgl. z.B. Hannig 2010, 358f.

115 Vgl. z.B. Gärtner et al. 2012, 119; Städter 2011, 367-368; Kröger 2008, 115.

sammenhang mit Konflikten auftritt,<sup>116</sup> scheint vieles darauf hinzuweisen, dass das Genre der Zeitschrift mehr Raum für religiöse Themen auch unabhängig von Konflikten zulässt, im Gegensatz etwa zur Zeitung.

Des Weiteren geht die Studie davon aus, dass sich die Leitmedien und meinungsbildenden Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* sprachliche und visuelle Strategien zu Nutze machen, um Perspektivierungen zu evozieren und somit eine subtile Bewusstseinslenkung des Rezipienten möglich ist. Bereits bei vorhergehenden eigenen Analysen im Rahmen einer Bachelor- und einer Masterarbeit konnte herausgearbeitet und belegt werden, dass sich die Pressesprache bestimmter Strategien, etwa der Emotionalisierung, bedient, um solch eine subtile Beeinflussung vorzunehmen.<sup>117</sup> Vereinzelt zeigen dies auch andere Studien zu Gefahren- und Kriminalitätsrhetoriken in Bezug zu sogenannten Sekten,<sup>118</sup> vor allem jedoch hinsichtlich des Islams, der als Bedrohung skizziert wird.<sup>119</sup> Der Arbeit liegt die Hypothese zu Grunde, dass diese Perspektivierungen, bedingt durch den Formenwandel des Religiösen, zu unterschiedlichen Zeitpunkten unterschiedlich ausfallen und konzipiert sind.

Welchen Mehrwert bietet die Studie somit in Anbetracht der vorausgegangenen Studien? Bereits in ihrer Anlage hinsichtlich des abgesteckten *Zeit- und Untersuchungsrahmens* unterscheidet sich die Studie von anderen. Die vorausgehenden Arbeiten sind meist breit angelegt und beziehen sich auf mehrere Medien, in denen Zeitschriften nur einen Teil darstellen, oder auf mehrere Zeitschriften, in denen *Spiegel* und *Stern* nur zwei Magazine unter vielen sind und nur exemplarisch herangezogen werden.<sup>120</sup> Zwar lassen sich auch Studien finden, die sich explizit auf *Stern* und *Spiegel* oder eine der beiden Zeitschriften, zumeist den *Spiegel*, stützen, diese untersuchen dann jedoch lediglich einen kleinen Zeitraum.<sup>121</sup> Zudem finden sich zwar einige Studien in den 2000er Jahren, die letzten zehn Jahre (2004 bis 2014) fanden jedoch kaum Berücksichtigung (vermutlich aufgrund des Forschungsinteresses an den digitalen Medien) und wenn, dann nur mit einem thematischen Fokus, etwa der Papstrepräsentation.<sup>122</sup> Häufig ist es der *Spiegel*, der als Untersuchungsobjekt herangezogen wird, der *Stern* wird zumeist eher in breit angelegten Studien mit einbezogen, detaillierte Analysen der Zeitschrift sind rar.

---

116 Vgl. z.B. Gärtner et al. 2012, 43f.; Hafez 2013b; Hafez/Schmidt 2015, 23.

117 Vgl. Stander 2010, 2013. Die Ergebnisse der Arbeiten fließen in die vorliegende Arbeit in erweiterter Form mit ein, siehe v. a. Kapitel 5.2.4.

118 Vgl. Hannig 2010, 376.

119 Vgl. z.B. Vogt 1996, 286f.; Thofern 1998, 101f.; Schiffer 2005, 79; Massud 2011, 73.

120 Siehe z.B. Hannig 2010; Städter 2011.

121 Vgl. z.B. Kröger 2008.

122 Vgl. z.B. Radde-Antweiler 2015; Klenk 2014.

Die vorliegende Studie fokussiert die beiden Magazine *Stern* und *Spiegel*, betrachtet die Titelthemen dieser in einem breiten Zeitrahmen von 54 Jahren und bezieht dabei insbesondere auch die letzten zehn Jahre mit ein, in denen die Ausformung spiritueller Themen besonders ersichtlich ist. Im Gegensatz zu vorherigen Studien ist es somit möglich, die thematischen Wandlungen der Titelgeschichten bis in die neuste Gegenwart, das Jahr 2014, unter Berücksichtigung des Formenwandels von Religion zu untersuchen.

Des Weiteren nutzt die vorliegende Arbeit einen *weiten Religionsbegriff*, der nicht nur die klassischen materiellen, institutionellen Religionen miteinbezieht, sondern auch moderne, institutionsungebundene Religiosität vereint. Vorherige Studien konzentrierten sich zumeist auf einen eng gefassten, und somit institutionellen Religionsbegriff, sodass häufig die beiden Großkirchen, das Christentum und die sogenannten „Weltreligionen“ in den Forschungsmittelpunkt rücken.<sup>123</sup> Durch einen weiten Religionsbegriff werden auch Themen in den Blick genommen, die durch einen eng gefassten Religionsbegriff vernachlässigt und demnach noch nicht untersucht wurden, z.B. die mediale Repräsentation von moderner Spiritualität und Alternativer Medizin. Dies erscheint gerade vor dem Hintergrund eines Formenwandels von Religion zu individuumszentrierten Sinnstiftungskonzepten unabdingbar.

Zudem ist die Studie durch ihre linguistische Perspektive geprägt, somit geht sie über rein inhaltsanalytische Studien hinaus.<sup>124</sup> Bestimmten religiösen Sachverhalten werden im Forschungsdiskurs häufig bestimmte Zuschreibungen zugeordnet (z.B. Gefahren- und Kriminalitätsrhetorik bei Sekten, Krisensemantik bei den Großkirchen, Wellnesscodes bei Spiritualität). Detaillierte linguistische Belege und wie sich diese im Laufe der Zeit gewandelt haben, gibt es, abgesehen von denen zum Islam, nicht. Diese *detaillierten linguistischen Belege* liefert daher die vorliegende Arbeit. Anhand von Zeit-Kontrast-Schnitten und Feinanalysen wird gezeigt, wie durch visuelle und sprachliche Mittel zu unterschiedlichen Zeitpunkten Wirklichkeiten und Wertungen gegenüber religiösen Sachverhalten konstruiert und Bedeutungszuschreibungen konstituiert werden.

---

123 Vgl. z.B. Kröger 2008; Koch 2012; Schielicke 2014.

124 Schiffer betont in ihrer linguistischen Arbeit, dass die „reine Inhaltsanalyse [...] niemals [aus]reicht, um das Bedeutungspotenzials eines Beitrags zu erfassen“ (Schiffer 2005, 227).

### 1.3 GLIEDERUNG

Das vorliegende einführende Kapitel (Kap. 1) schließt mit dem Forschungsdesign und der methodischen Einbettung der Arbeit ab. Im anschließenden Kapitel (Kap. 2) werden die Forschungsfragen vor dem Hintergrund sozialwissenschaftlicher Theorien betrachtet und der Religions- und Repräsentationsbegriff definiert. Dabei wird davon ausgegangen, dass Medien nicht nur Realität konstruieren, sondern Diskurse auch hervorbringen, als Strukturierer wirken und Meinung evozieren. Das Wissen von Religion und Meinung über Religion ist in starkem Maße durch ihre mediale Repräsentation geprägt. Repräsentation wird nicht als reine Widerspiegelung, sondern als Wirklichkeitskonstruktion verstanden, welche die Bedeutung von Religion durch Diskurse, Bilder und Sprache prägt, damit wissenskonstituierend ist und gleichzeitig Meinungen und Perspektivierungen hervorbringen kann. Um die medialen Repräsentationen zu analysieren, wird ein linguistisches Instrumentarium genutzt, das im dritten Kapitel (Kap. 3) theoretisch und methodisch fundiert wird. Hierbei wird nicht nur ein diskursiver Ansatz modelliert, es werden zudem Konzeptionen der Bildlinguistik und der Pressesprache, insbesondere der Emotionalisierung als persuasive Strategie, einbezogen. Auf Grundlage dessen wird ein Drei-Schritt-Modell erstellt, welches als Analyseinstrument fungiert. Auf dieser theoretischen und methodischen Einbettung basierend erfolgt die Vorstellung des Datenmaterials (Kap. 4). Das fünfte Kapitel (Kap. 5) stellt den Hauptteil dar, bestehend aus einer Makro- und einer Mikroebene. Auf der Makroebene erfolgt die Einführung in den Gesamtdiskurs Religion auf den Titelseiten von *Stern* und *Spiegel*, danach wird die Aufschlüsselung dieses Gesamtdiskurses analysiert, in dem die einzelnen Diskursstränge und ihr zeitliches Vorkommen vorgestellt werden. Auf der Mikroebene werden ausgewählte Artikel zu unterschiedlichen Themen mit Hilfe des Drei-Schritt-Modells in Form von Feinanalysen untersucht. Durch eine genaue Aufschlüsselung der unterschiedlichen Personalisierungen und Emotionalisierungen in der Berichterstattung über Religion wird das von Krüger aufgestellte Desiderat (vgl. Kap. 1.1, S. 17) erfüllt. Die Magazine verstehen sich jedoch als Konkurrenz und titeln somit wöchentlich nicht mit gleichen Themen. Um *Stern* und *Spiegel* in Titulierung und sprachlich-visueller Konzeption zu vergleichen und Unterschiede aufzuzeigen, wurden zuzüglich zu den vorherigen Feinanalysen die Papstwahlen als Ereignis und vergleichendes Element herangezogen. Das übergreifende abschließende Kapitel (Kap. 6) führt die gewonnenen Ergebnisse zusammen und bezieht diese auf den theoretisch-systematischen Bezugsrahmen.

## 1.4 FORSCHUNGSDESIGN UND METHODIK

Zu Analyse Zwecken wird das erhobene Korpus in eine Makroebene sowie eine Mikroebene untergliedert. Die Makroebene widmet sich der Frage, welche Titelthemen wann repräsentiert werden, das heißt, wie Religion thematisch aufgenommen wird. Sie enthält alle Titelseiten von 1960 bis 2014, die sich mit Religion beschäftigten (zur Auswahl und zur Einschränkung des Zeitraums siehe Kap. 4.1). Beide Magazine verstehen ihre Titelseite als „Visitenkarte“. Ihr kommt als Charakteristikum der jeweiligen Zeitschrift eine besonders hohe Relevanz zu, nicht zuletzt da Titelseite und Titelgeschichte großen Einfluss auf die Verkaufszahlen der Zeitschriften haben (siehe dazu ausführlich Kap. 4.1). In Anlehnung an Siegfried Jägers Konzeption der Kritischen Diskursanalyse (2004), die durch Konzeptionen der Linguistischen Diskursanalyse modifiziert wird (siehe Kap. 3.4), wird damit der Gesamtdiskurs Religion auf den Titelseiten *Stern* und *Spiegel* betrachtet und in seine thematisch unterschiedlichen Diskursstränge aufgeschlüsselt. Anders als Jägers Konzeption, die eine metasprachliche Kategorisierung der Ober- und Unterthemen vorsieht, wird jedoch objektsprachlich und aus dem Material heraus vorgegangen. Zur Aufschlüsselung dient dafür das Werkzeug des objektsprachlichen „Kodierens“ aus dem Instrumentarium der *Grounded Theory* (siehe Kap. 3.4). Während die Makroebene somit den Gesamtdiskurs von Religion mit all seinen Diskurssträngen in den Blick nimmt, werden auf der Mikroebene detailliert die Sprache und die Sprach-Bild-Bezüge einzelner Titelgeschichten untersucht, um der Frage nachzugehen, wie ausgewählte Themen repräsentiert werden. Vor dem Hintergrund der religionssoziologischen Annahme einer Veränderung von Religion in der Moderne wird dargelegt, wie durch visuelle und sprachlich-kommunikative Mittel Perspektivierungen und Meinungen in unterschiedlichen Zeitfenstern evoziert werden. Anhand von Zeit- und Kontrastlinien werden Schnitte gesetzt, um jeweils drei Artikel, sogenannte Diskursfragmente (siehe dazu Kap. 3.1) eines Diskursstrangs, auszuwählen, an denen ein Wandel und ein Kontrast deutlich werden.

Die Diskursstränge werden durch die Analyse auf der Makroebene ermittelt. Da sich beim *Spiegel* ein Themenschwerpunkt im Papsttum sowie im Christentum und in Glaubensfragen abzeichnet, werden Artikel in Form von Titelgeschichten aus dem Diskursstrang „Papst“, nämlich Papst und Sexualität, aus den Jahren 1968, 1990 und 2014 ausgewählt. Ebenso werden drei Artikel zu Glaubensfragen der Jahre 1967, 1992 und 2013 analysiert. Beim *Stern* dagegen ist ein Themenschwerpunkt zu Spiritualität und neuen religiösen Bewegungen erkenntlich, sodass drei Artikel zu Alternativer Medizin aus den Jahren 1991, 2004 und 2014, ebenso wie zu neuen religiösen Bewegungen aus den Jahren 1995, 2002 und 2009 entnommen und analysiert werden. Da die Magazine konkurrieren und keine gleichen Themen herausbringen, werden 1978, 2005 und 2013 die Papstwahlen als Ereignis herangezogen,

um einen Vergleich der beiden Magazine in Titulung und sprachlich-visueller Konzeption heranzuziehen.

Die Artikel werden mit Hilfe eines modifizierten Forschungsdesigns (siehe Kap. 3.4), in Form von Feinanalysen untersucht. Das Analyseverfahren wird dabei individuell auf die Fragestellung angepasst, indem es sich an den Kriterien der Feinanalyse Jägers bedient, diese modifiziert und erweitert. Dazu zählen nicht nur Konzeptionen nach Spieß zur Lexik und Metaphorik (2012), sondern auch Theorien aus der Bildlinguistik nach Stöckl (2004) sowie Emotionalisierungsstrategien nach Schwarz-Friesel (2013a) (zur Theorie und Methode siehe Kap. 3.1 bis 3.4).

Hinsichtlich der Fragestellung ergibt sich für die Feinanalyse der einzelnen Artikel somit ein eigenständiges Analyseschema; das Drei-Schritt-Modell: (siehe dazu auch Kap. 3.4): (1) Institutioneller Rahmen, (2) Text-Oberfläche und (3) Sprachlich-rhetorische Mittel. Unter (1) werden die Kontextualisierung und der Autor betrachtet. Punkt (2) fasst nicht nur Sinneinheiten und die Argumentation zusammen, sondern betrachtet ebenso das Titelbild sowie die grafische Gestaltung des einzelnen Artikels unter Einbezug von Konzepten der Bildlinguistik. Unter dem dritten Punkt (3) werden unter Einbezug von Spieß' und Schwarz-Friesels Überlegungen die Lexik, Metaphorik sowie Emotionalisierungsstrategien betrachtet. Alle Artikel werden diesem Analyseschema unterzogen und ebenso in ihrer Ergebnispräsentation aufgeschlüsselt, da anhand dieser Ebenenschichtung die subtilen, aber auch expliziten Perspektivierungen besonders ersichtlich werden. Alle drei Artikel eines Diskursstranges werden abschließend in Form einer Zusammenfassung vergleichend betrachtet.