

Kenneth L. Woodward

Religion — gelebt und kritisch betrachtet¹

Die Wirkung des Mediums auf die Botschaft

Da die Herausgeber von CONCILIUM mich gebeten haben persönlich zu sein, werde ich den Schwerpunkt auf den Aspekt der journalistischen Welt legen, den ich am besten kenne: das nationale (in Wirklichkeit das internationale) Nachrichtenmagazin. Obwohl ursprünglich amerikanisch, ist das Nachrichtenmagazin eine inzwischen weithin nachgeahmte Form, um die Nachrichten einer Woche zu verpacken. In gewisser Weise ist es auch ein Seismograph, an dem wir messen können, welche Bedeutung die «kulturelle Elite» einer Gesellschaft oder eines Landes der Religion beimißt.

Mein spezifischerer Auftrag von CONCILIUM ist, die Vor- und Nachteile des Schreibens über Religion in einem säkularen Medium zu kommentieren. Aber — wie ich darlegen werde — die Tatsache, daß ein Magazin in seiner Ausrichtung säkular ist, ist weniger relevant als die Möglichkeiten und Grenzen, die dem Medium selbst innewohnen. Meine Erfahrung als Journalist bestätigt, was Fachleute der «Soziologie des Wissens» seit langem aufgezeigt haben: Erstens, daß Institutionen bestimmte Muster des Verhaltens und der Wahrnehmung begünstigen²; zweitens, daß die Ausübung einer jeglichen Fertigkeit ein bestimmtes Bewußtsein schafft, durch welches sich langfristig eine bestimmte Art und Weise herausbildet, wie der Fachmann die Welt sieht³. Es gibt zum Beispiel Journalisten im Fernsehen oder von Zeitschriften, deren Sinne so durch die Werkzeuge ihres Handwerks geschult sind, daß sie sich visuell vorstellen können, wie eine Story — auch wenn

diese noch im Entstehen ist — auf dem Bildschirm oder auf einer gedruckten Seite aussehen wird.

Das Nachrichtenmagazin ist nun ein Organ, das ein gewisses «handwerkliches Bewußtsein» hervorbringt, das sich sowohl hinsichtlich des Entstehungsprozesses als auch des Produktes von dem der Zeitungen, des Fernsehens und anderer journalistischer Medien unterscheidet. So kann das, was ich als Journalist, der die Welt der Religion behandelt, sage, nur im Kontext der Geschichte und der Entwicklung des Nachrichtenmagazins als besonderem journalistischem Genre verstanden werden.

In meinen optimistischsten Momenten macht es mir Spaß, an den Journalisten des Nachrichtenmagazins als an den armen Vetter des Kulturhistorikers zu denken, in dem Sinne, wie der letztere von dem holländischen Gelehrten Johan Huizinga beschrieben wurde. Er meint, daß die Formen der Vergangenheit Ausformungen eines Geistes sind, die der Kulturhistoriker zu verstehen versucht, indem er sie aus dem «Schlachtgetümmel der Ereignisse selbst heraus betrachtet». Berichtend über und inmitten des «Schlachtgetümmels der Ereignisse», versucht der Journalist auf seine eigene Weise die Formen oder Muster zu unterscheiden, die die Bedeutung dieser Ereignisse am besten erhellen. Ein Hauptunterschied liegt darin, daß er dies unter dem Druck des Redaktionsschlußtermines tut.

Was irgendein Journalist schreibt, wird zum Großteil durch den Druck von Zeit und Raum diktiert. Ein Schreiber für die Associated Press, Reuters oder einen anderen Nachrichtendienst hat mehrmals am Tag einen Redaktionsschluß und ist so durch die Anforderungen dieses strengen Zeitplans gebunden. In einem Bericht der Nachrichtendienste legt man keinen Wert auf den Kontext. Die Tageszeitung folgt einem flexibleren Zeitplan. Der Schwerpunkt einer Tageszeitung sind die «harten» Nachrichten eines Tages, aber umfangreichere Zeitungen schließen längere, stärker durchdachte interpretierende Teile ein, deren Vorbereitung Tage, Wochen oder sogar Monate in Anspruch nehmen kann.

Die Eigenart des Nachrichtenmagazins

Das Nachrichtenmagazin jedoch hat von Beginn seiner Entstehung an das Recht und die Verpflichtung beansprucht, zu interpretieren,

selbst da, wo es berichtet, und zugleich zu unterhalten und zu informieren. Die Unterhaltung, aber sehr oft auch die Interpretation, wird durch die Art und Weise, wie die Geschichte erzählt wird, geliefert. Ferner ist die Länge der meisten Berichte der Nachrichtenmagazine, gemessen an der Fülle von Information, die sie in der Regel zu bieten versuchen, ziemlich kurz. Kurz gesagt, Knappheit ist das unterscheidende Charakteristikum einer Nachrichtenmagazin-Story. Darin besteht die größte Herausforderung dieser literarischen Form, und das bedeutet auch die größte Mühe für den Autor.

Henry Luce, der Mitgründer und erste Herausgeber von «Time», erfand das moderne Nachrichtenmagazin in den zwanziger Jahren. Es ist der Erinnerung wert, daß Luce anfangs intelligente junge Männer von Prestige-Universitäten (hauptsächlich von seiner eigenen «alma mater» Yale) anstellte, nur um das zu bearbeiten, was die Zeitungen in einer Woche berichtet hatten. Nur allmählich entwickelte «Time» sein eigenes weltweites Netz von Reportern, und erst in den siebziger Jahren veröffentlichte es, seiner Konkurrenz «Newsweek» folgend, individuelle Namenszüge, so daß der Leser die AutorInnen identifizieren konnte. So sprach «Time» vierzig Jahre lang mit einer einzigen, allwissenden und häufig anmaßenden Stimme. Wenn man einen «Time»-Bericht las, hätte man niemals gedacht, daß er das Produkt verschiedener menschlicher Hände und Köpfe war.

Der unpersönliche Stil von «Time» verbarg jedoch die Tatsache, daß Luce einen neuen Zweig journalistischer Arbeit geschaffen hatte. Diejenigen, die über die Ereignisse der Woche berichteten, schrieben nicht die Stories. Und die, die die Stories schrieben, sprachen selten mit den Menschen, über die sie schrieben, noch seltener trafen sie diese. Die Reporter und Autoren mußten ihrerseits zur Kenntnis nehmen, wie ihr Beitrag stark redigiert wurde um eine erstaunliche Uniformität im Stil und Erscheinungsbild zu erzielen. «Time sagt» beschwor ein Bild der Allwissenheit, das eher traditionelle Journalisten, die sowohl berichteten als auch ihre eigenen Artikel schrieben, häufig abfällig als «Gruppenjournalismus» bezeichneten, das aber bei anderen Verlegern genauso häufig Neid auslöste.

Mit seiner wohlbekanntem roten Titelumrandung nahm «Time» einen wahrhaft ehrwürdigen Platz in der amerikanischen Kultur ein. Innen

wurde die gesamte menschliche Lebenswelt ohne jede Variation in Gebiete eingeteilt, deren allgemeine Einwort-Überschriften — «Welt», «Nation», «Wissenschaft», «Religion», «Bücher» und ähnliche — den Eindruck vermittelten, als seien diese Kategorien im Anbeginn der Zeit selbst — was sonst? — diktiert worden. Man gab den Lesern das Gefühl, daß das, was sie in Händen hielten, alles beinhaltete, was sie über das, was in der bekannten journalistischen Welt der vergangenen Woche geschehen war, wissen mußten. Ferner zögerten Luce Autoren und Redakteure nicht, erhabene Wörter und klangvolle Sätze zu verwenden: Die Leser mußten vielleicht von Zeit zu Zeit ein Wörterbuch benutzen, aber dies verstärkte nur den Eindruck, daß sie an einer höheren Sphäre der Einsicht, der Gelehrsamkeit und der Rede teilhatten. Von Anfang an nun präsentierte das Nachrichtenmagazin keine Argumente, die man hätte widerlegen können. Vielmehr wurde das redaktionelle Material derart arrangiert, daß das Argument oder die Ideologie — und in den meisten politischen und anderen Angelegenheiten war «Time» gewöhnlich ideologisch — in der narrativen Präsentation selbst enthalten war. Entweder der Leser akzeptierte den Bericht als Realität oder nicht. In dieser Hinsicht war Luce ein Verleger-Genius, und für die, die die Autorität des Nachrichtenmagazins akzeptierten, war «Time» sowohl Spiegel als auch Licht.

Im Sprachgebrauch entlieh «Time» eine Reihe von Techniken dem Bereich der Literatur — zum Beispiel die Charakterisierung einer Persönlichkeit durch die Hervorhebung der Besonderheiten in Sprache und Kleidung. Dies ist inzwischen in hohem Maße von Journalisten, die in anderen Genres arbeiten, nachgeahmt worden. Eine dieser Techniken unterscheidet das Nachrichtenmagazin weiterhin von anderen Gattungen. Lange bevor zeitgenössische Vertreter einer «narrativen Theologie» die Bedeutung des Erzählens entdeckten, erkannte Luce — vielleicht ist «diktierte» präziser —, daß ein Nachrichtenmagazinartikel die innere Folgerichtigkeit, die Knappheit, den Aufbau und die Auflöschung einer guten Kurzgeschichte haben sollte. (Es sollte erwähnt werden, daß viele der Autoren Luce begabte Stilisten waren, wie zum Beispiel der Lyriker und bedeutende Homer-Übersetzer Robert Fitzgerald, der Romanautor James Agee und der Essayist Dwight McDonald.) Na-

türlich sind die Fakten eines Berichtes, wie die Fakten des Lebens selbst, selten so entgegenkommend. In der Tat lag der Hauptkritikpunkt an der «Time» darin, daß sie niemals zuließ, daß ein widersprechendes Faktum sich dem Erzählen einer guten Story in den Weg stellte. Nichtsdestoweniger ist dies das grundlegende Modell, das man von einem Nachrichtenmagazin erwartet, und es ist die Form, um die Journalisten der Nachrichtenmagazine Woche für Woche ringen.

«Time» war (und ist) eine säkulare Zeitschrift, wie die Ausrichtung deutlich machte. Artikel, die zum Bereich Religion gehörten, wurden in das Teilgebiet mit der entsprechenden Überschrift verwiesen. Das hatte zur Folge, daß religiöse Berichterstattung auf die Aktivitäten von religiösen Institutionen und deren Führer beschränkt wurde. Aber Luce, der Sohn von presbyterianischen Missionaren, war ein religiöser Mensch und nahm den Gegenstand ernst. So behandelte er regelmäßig in besonderer Weise religiöse Fragen, Gedanken und Persönlichkeiten in der Titelgeschichte von «Time».

Dies schloß tadellose, gut recherchierte journalistische Portraits von Theologen wie Reinhold Niebuhr, Paul Tillich und John Courtney Murray ein. Der verlegerischen Entscheidung Luces, einen neuen Evangelisten mit Namen Billy Graham «anzupreisen», wird weithin der Beginn von Grahams Karriere zugeschrieben. In dieser Hinsicht spiegelte die «Time», zumindest in der Berichterstattung im Bereich Religion, die religiöse Landschaft der vierziger, fünfziger und frühen sechziger Jahre recht gut wider. Es ist jedoch eine reizvolle hermeneutische Frage, wie stark die «Time» selbst Wahrnehmungen und Erinnerungen jener Landschaft formte.

Deshalb reicht es nicht aus, ein Nachrichtenmagazin als «säkular» zu klassifizieren, nur weil es nicht unter religiöser Schirmherrschaft publiziert wird. Worauf es ankommt, sind — wie ich vorgeschlagen habe — die gültigen Annahmen über die Bedeutung der Religion im menschlichen Leben. Wie die intellektuelle Klasse allgemein (und Akademiker im Besonderen) neigen Redakteure von Nachrichtenmagazinen dazu, religiöse Gedanken und ein religiöses Selbstverständnis für das öffentliche Leben als im wesentlichen peripher zu betrachten. Sie neigen auch dazu, die außerordentliche Verschiedenartigkeit der Religion in den Vereinigten Staaten nicht

wahrzunehmen. Historisch gesehen war Amerika die Geburtsstätte vieler neuer Religionen, wie auch Heimat für viele verpflanzte und umgeformte Traditionen von außerhalb. Tatsächlich sind der Pluralismus und der Prozeß ständiger Veränderung der amerikanischen Religion — so verwirrend für Journalisten — die Hauptschwierigkeit für Redakteure, wenn sie versuchen zu entscheiden, wie viel Aufmerksamkeit sie der Religion widmen sollten.

Meine Aufgabe als festangestellter «Experte» eines Nachrichtenmagazins für Religion liegt darin zu erkennen, wann und wie die Religion in der Art und Weise wie Menschen denken, fühlen und handeln — als einzelne und als Gruppen — einen Unterschied macht. Und dann muß ich meine Kollegen davon überzeugen, daß diese Unterschiede es wert sind, daß man darüber berichtet. Die wichtigsten Artikel im Bereich Religion handeln deshalb selten allein über Religion, sondern fast immer genauso auch über etwas anderes: Pädagogik, Bildung, Wissenschaft, internationale Angelegenheiten. Das thematische Feld ist so weit und vielfältig wie die menschliche Erfahrung selbst. Ich verstehe es so: Auf der einen Seite ist mein Gebiet die Kultur der Religion, und auf der anderen Seite die Beziehung zwischen Religion und der weitergefaßten, säkularen «Überkultur». Was für mich deshalb Bedeutung hat, ist der Wert, den Redakteure der Religion beimessen, gemessen an zwei Kriterien: dem Raum, der regelmäßig religiösen Themen und Institutionen gewidmet wird, und dem Ausmaß, in dem religiöse Sichtweisen bei der Präsentation von öffentlichen Angelegenheiten, Ereignissen und Kontroversen eines Nachrichtenmagazins mit berücksichtigt werden.

«Newsweek» hat, um die Wahrheit zu sagen, Religion nie so ernst genommen wie Luce «Time». Bevor ich im Jahre 1964 zu «Newsweek» kam, wurde das Gebiet Religion vom Redakteur des Bereiches Pädagogik — einer Frau — betreut. Zu der Zeit war dies ein sicheres Zeichen dafür, daß dieses Thema geringgeschätzt wurde. Aber während des Zweiten Vatikanischen Konzils gab es Nachrichten, die internationale Konsequenzen hatten, und daher waren die Herausgeber von «Newsweek» froh, einen Katholiken als Redakteur für Religion einzustellen. Bei meinem Vorstellungsgespräch stellte mir der Chefredakteur von «Newsweek», ein

«lauer» Episkopaler, nur eine professionell scharfsinnige Frage: ob ich, so wollte er wissen, fair mit den Konservativen des Konzils umgehen könnte. Er erkannte natürlich, was viele Leser immer noch nicht wissen: daß nämlich die Kontroverse das Wesentliche dessen ist, was ein Journalist als Nachricht betrachtet. Sowohl Progressive als auch Konservative in Rom kamen an den Punkt, daß sie dies erkannten; deshalb setzten beide Seiten alles daran, die Medienpräsentation des Dramas, das das Zweite Vatikanum darstellte, zu bestimmen. Unglücklicherweise bedeutet die Umkehrung dieses Grundsatzes, daß die «Guten Nachrichten» — das gute, was Menschen tun, eingeschlossen — selten Schlagzeilen machen. Es ist deshalb nicht überraschend, daß konservative Institutionen wie der Vatikan von Natur aus der Presse überdrüssig sind.

*Vor- und Nachteile des Schreibens über Religion
in einem säkularen Magazin*

Es hat eine Reihe von Vor- und Nachteilen, wenn man für eine Zeitschrift mit allgemeinen Interessen über Religion schreibt. Der Hauptvorteil ist, daß ein Nachrichtenmagazin ein größeres und unterschiedlicheres Publikum anspricht, als eine religiöse Zeitschrift anzuziehen hoffen könnte. Wir haben — so meine ich — Massennachrichtenmedien, weil wir keine öffentlichen Plätze, keine Bürgerversammlungen, ja keine Cafés mehr haben. Wir sind eine Öffentlichkeit aufgrund der Massenmedien. Und jeder, der diese Öffentlichkeit ansprechen will, muß darauf vorbereitet sein, gewisse linguistische und andere spezifische Grenzen zu akzeptieren. Theologen und Philosophen wissen ebenso wie Ärzte und Naturwissenschaftler, daß sie Nuancen wie auch Fachsprache opfern müssen, wenn sie mit dem größeren Publikum, das Massenmedien bieten, kommunizieren wollen. In ähnlicher Weise müssen Journalisten, die sich innerhalb der Massenmedien spezialisieren (wie es die meisten heutzutage tun), die Kunst beherrschen, die Sprache und Komplexitäten von Fachleuten in annehmbare öffentliche Abhandlungen zu übersetzen. Tatsächlich ist das Finden passender Wörter, Bilder und Analogien, um dem Laienleser komplizierte Gedanken zu übermitteln, die Haupt- und Routineherausforderung, der ein solcher Journalist begegnet.

In dieser Hinsicht erinnere ich mich an ein lustiges, aber bezeichnendes frühes Erlebnis. Einer meiner ersten Artikel, die ich für «Newsweek» schrieb, benannte die Moral- und anderen Theologen, die von Papst Paul VI. in die Kommission berufen worden waren, um ihn zum Thema Empfängnisverhütung zu beraten. Es war, so dachte ich, ein offener und ehrlicher Bericht. Doch im Redaktionsprozeß nahm der Chefredakteur von «Newsweek» Anstoß an dem Begriff «Moral»-Theologe, und er ordnete an, daß das näher bestimmende Adjektiv weggelassen werden sollte. Allmählich wurde mir seine Begründung deutlich: Da einige der Theologen nicht als Moralthologen bezeichnet wurden, dachte der Redakteur, die Leser würden daraus schließen — wie er es getan hatte —, daß jeder, der nicht so genannt worden war, in Wirklichkeit ein *unmoralischer* Theologe sei. Er wollte mich wissen lassen, daß es nicht das Aufgabengebiet eines Nachrichtenmagazins sei zu entscheiden, welche Theologen moralisch sind und welche nicht.

Ein stärker typisches und bedeutenderes Beispiel wird durch eine Titelstory, die ich im Jahre 1970 schrieb, illustriert. Am 4. Juli jenes Jahres leitete Billy Graham einen «Ehre Amerika»-Tag am Washington-Denkmal, ein Ereignis, das einen guten «Aufhänger» für eine biographische Skizze über Graham ergab. Dieser war während der ersten Amtszeit seines Freundes Richard M. Nixon zu neuen Höhen des Einflusses gelangt. Um Grahams Bedeutung für die amerikanische Kultur an jenem Punkt seiner Karriere zu interpretieren, machte ich beträchtlichen Gebrauch von dem damals neuen Aufsatz des Soziologen Robert Bellah über die «Civil Religion»⁴. Um in den Artikel einzuführen, benutzte ich ein Zitat aus Rousseaus «Der Gesellschaftsvertrag». Das interpretierende Thema war, daß die Art von generalisiertem und patriotischem Christentum, das Graham predigte, unter Nixon Amerikas «Civil Religion» geworden war. Ein Unterthema war, daß Graham selbst in seiner Auffassung des Christentums politischen Vorstellungen ergeben war. So schloß der Artikel mit dem Nachsinnen Grahams über die «Belohnungen», die er im Himmel erwartete: «Und jede von ihnen muß eine gewaltige Krone — oder vielleicht ein zu regierender Planet sein.»

Ein anderer, häufig übersehener Vorteil der säkularen Medien liegt darin, daß ein Autor, der

für eine Sektion wie Religion verantwortlich ist, von einem Netzwerk von Büros versorgt wird, an deren Korrespondenten er sich für die Berichterstattung wenden kann. So wurden in der «Newsweek»-Titelgeschichte im vergangenen Jahr über persönliches Gebet — «Talking to God» — Unterlagen von Korrespondenten aus verschiedenen Regionen der Vereinigten Staaten, die Befragungen über Gebetsgewohnheiten durchgeführt hatten, nutzbar gemacht. In ähnlicher Weise wertete ich Informationssammlungen von Korrespondenten in Rom und Paris im Jahre 1992 für einen Artikel über das Opus Dei aus. Umgekehrt schlagen Korrespondenten der Büros den Redakteuren in New York regelmäßig mögliche Berichte vor, unter anderem solche über Religion. Auf diese Weise können Redakteure sowohl nationale als auch internationale Trends überblicken.

Eine dritte Quelle, die Nachrichtenmagazine häufig benutzen, ist die Meinungsumfrage. Übrigens war «Newsweek» die erste Organisation (religiöse Organisationen eingeschlossen), die den Auftrag für eine Umfrage unter amerikanischen Katholiken über ihre Einstellung zu ihrer Kirche erteilte. Dies geschah im Jahre 1967, gerade nach dem Konzil, und die Ergebnisse wurden in eine Titelgeschichte, die ich schrieb, eingeflochten: «Wie US-Katholiken ihre Kirche sehen.»

Ein vierter Vorteil liegt darin, daß ich als «Newsweek»-Redakteur für Religion automatisch die Referenzen besitze, um persönlich wirklich jeden zu interviewen, den ich möchte. Zusätzlich versorgt «Newsweek» mich mit Abonnements von fast zwanzig Zeitschriften (einige von ihnen sind wissenschaftlich, andere, wie zum Beispiel konfessionelle Zeitungen, eher volksnah), was mich in die Lage versetzt, Schritt zu halten mit dem, was gesagt und gedacht wird. Kurz gesagt, ein Nachrichtenmagazin ermöglicht es und erwartet von mir, auf der Höhe dessen zu sein, was in der Welt der Religion passiert. Als Folge davon lerne ich ständig dazu. Dies gilt auch für andere Fachleute der Zeitschrift. Der springende Punkt ist, daß «Newsweek» in einer Woche insgesamt bei weitem mehr Information aufnimmt als veröffentlicht.

Es sollte erwähnt werden, daß die Journalisten die für Nachrichtenmagazine schreiben (wie alle anderen auch), stark von der Meinung von Fachleuten abhängig sind. Fachleute wissen das.

Deshalb lassen sich viele bereitwillig auf recherchierende Journalisten ein. Aber dieser Prozeß kann mißbraucht werden. Ein Autor kann, wenn er will, nur die Fachleute zitieren, mit denen er oder sie sowieso schon übereinstimmt. In ähnlicher Weise haben Fachleute (besonders Theologen) gelernt, daß sie die öffentliche Meinung durch die Massenmedien formen können, indem sie definieren, wie Ereignisse verstanden werden sollen. Ein klassischer Fall dafür trat im Jahre 1979 auf, als die katholischen Bischöfe Lateinamerikas in Puebla (Mexiko) zusammenkamen. Die Presse war von der Teilnahme an ihren Beratungen ausgeschlossen; dies galt auch für die meisten progressiven Theologen, die sich um den Ort des Geschehens drängten. Als jedoch die Dokumente der Bischöfe veröffentlicht wurden, wurden sie sofort für die Presse von genau denselben Theologen bei Pressekonferenzen interpretiert. Das Ergebnis davon war, daß das, was die Bischöfe sagten, durch einen Filter der Interpretation Progressiver hindurchging, ehe die Nachrichten die Öffentlichkeit erreichten.

Die Nachteile des Berichtens über Religion in einem Nachrichtenmagazin sind genauso real, aber nicht so leicht zu erklären. Zuerst ist den meisten Lesern nicht klar, daß Journalisten bei Zeitungen, aber besonders bei Nachrichtenmagazinen untereinander um Raum konkurrieren müssen. Es ist ein Null-Summen-Spiel, da jede Woche nur eine begrenzte Anzahl Spalten für redaktionelles Material zur Verfügung steht. Und dieser Raum wird in gewisser Hinsicht durch die Anzahl der verkauften Werbeseiten beeinflusst, da die Werbeseiten die redaktionellen Seiten «tragen». Die Schiedsrichter auf diesem internen redaktionellen «Marktplatz» sind die Redakteure, deren «Nachrichtenurteil» bestimmt, welche Artikel gedruckt werden. Das System arbeitet wie folgt. Als Redakteur für Religion schlage ich einem übergeordneten Redakteur, der noch für mehrere andere Spezialgebiete verantwortlich ist, eine oder mehrere Geschichten vor. Er entscheidet dann, welcher der Artikel der «stärkste» Kandidat für die Ausgabe jener Woche ist. Er oder sie präsentiert dann einer Redaktionskonferenz, zu der alle leitenden und geschäftsführenden Redakteure gehören, eine Liste. Die Artikel, die in der Ausgabe jener Woche erscheinen, sind die, welche ein aktuelles Ereignis behandeln. Dies ist natürlich auch die Art

und Weise, wie Fernsehen, Radio und Zeitungen arbeiten.

In Anbetracht der Wettbewerbsnatur dieses inneren Marktes sollte es klar sein, daß es auf die Frage, wie man darüber entscheidet, über welche Ereignisse man berichtet oder welche Artikel man schreibt, keine kurze oder sogar klar gegliederte und verständliche Antwort gibt. Die Autoren sind der Gnade der Redakteure ausgeliefert, und die Redakteure streiten häufig miteinander herum. Was ich sagen will, ist, daß das System der Artikelauswahl weitaus willkürlicher ist, als professionelle Journalisten im allgemeinen zugeben mögen. Man braucht kein großes Nachrichtenurteilsvermögen, um zu entscheiden, was in nationalen und Weltangelegenheiten wichtig ist: Über einige Ereignisse *muß* berichtet werden, und die einzige Frage ist, wieviel Raum man der einzelnen Geschichte gibt. Aber die Redakteure von Nachrichtenmagazinen betrachten jede Ausgabe als «Paket», und mit der Entscheidung, welche der miteinander konkurrierenden Geschichten gedruckt werden, streben sie eine Mischung von Artikeln an, die ein verschiedenartiges Publikum anspricht. Zusätzlich bestimmt immer mehr die Qualität der Bilder, die zur Illustration von Artikeln zur Verfügung stehen, mit (wie es auch im Fernsehen der Fall ist), welche Geschichten veröffentlicht werden und in welcher Länge.

Von allen Entscheidungen, die Redakteure treffen, ist die Auswahl, welche Geschichte im Titel behandelt werden soll, die wichtigste. Ein Grund dafür ist wirtschaftlicher Natur: Obwohl der Verkauf an Zeitungsständen nur ungefähr jeweils 10 Prozent des Verkaufs der Ausgaben ausmacht, bietet doch dieser Verkauf — eher als die Auflagenhöhe — den primären Maßstab, an dem Professionelle, die Anzeigen aufgeben, die relative Vitalität von konkurrierenden Zeitschriften messen. Ein Nachrichtenmagazin, das als redaktionell «heiß» angesehen wird, zieht den Werbedollar an, auch wenn es vielleicht eine kleinere Auflage hat. Der andere Grund ist redaktionell: Wie die Auswahl dessen, was auf die Titelseite einer Zeitung kommt, so ist jede Titelgeschichte eine Aussage über die Fähigkeit des Nachrichtenmagazins, zu unterscheiden, was am bedeutsamsten, neu oder wichtig ist. Sie ist, kurz gesagt, ein Beweis des redaktionellen Scharfblicks dieses Magazins.

Die Auswahl der Themen

Das Ausmaß der Frustration der Autoren steht unverkennbar in direktem Bezug dazu, wie oft ihre Geschichten angenommen oder abgelehnt werden. Folglich steht der zweite Nachteil des Schreibens über Religion für eine säkulare Publikation in Beziehung zum ersten: Man ist vollkommen vom Urteil von Redakteuren abhängig, die vielleicht irgendein Interesse an Religion haben oder aber auch nicht. In dieser Hinsicht gab es einen deutlichen absteigenden Trend bei der Anzahl von sowohl in «Newsweek» als auch in «Time» erscheinenden Artikeln. In den sechziger und siebziger Jahren wurde von mir erwartet, daß ich mich darauf einstelle, einen Artikel von mindestens einer Seite Länge und zwei kürzere zu schreiben. In jenen Tagen erschien die Rubrik Religion durchschnittlich in drei von vier Ausgaben. Zweimal im Jahr produzierten wir Titelgeschichten im Bereich Religion. Heute jedoch erscheint die Sektion Religion kaum mehr als zweimal im Monat, und seit einigen Jahren sind keine Titelgeschichten mehr der Religion gewidmet worden.

Es gibt mehrere Gründe für diesen Trend. Erstens sind Nachrichtenmagazine, um effektiv mit den Veränderungen in Gesellschaft und Kultur umzugehen, zwangsläufig flexibler geworden. Mit der Hinzunahme neuer Sektionen, der Familie und dem Altern gewidmet, um nur zwei zu nennen, gibt es nun mehr Gebiete als redaktionellen Raum, um alle jede Woche unterzubringen. («Time» hat die Konvention von regelmäßig wöchentlichen Nachrichtengebieten, Religion eingeschlossen, tatsächlich aufgegeben.) Zweitens hat sich das Publikum der Nachrichtenmagazine verändert, und mit ihm das ökonomische Umfeld des Veröffentlichens. Die Unmittelbarkeit und das alles durchdringende Element des Fernsehens hat die Nachrichtenmagazine gezwungen, die Geschichten zu kürzen, um sie der reduzierten Konzentrationsspanne ihrer Leser anzupassen, und den Raum, der bildlicher Darstellung gewidmet ist, dramatisch zu vergrößern. Heute ähnelt das Layout der Nachrichtenmagazine mehr dem alten «Life», was im wesentlichen eine Illustrierte war, als der alten «Time». Ich würde zusätzlich argumentieren, daß die Generationen von Zeitschriftenlesern, die jetzt in ihren zwanziger, dreißiger oder sogar vierziger Jahren sind, stark «aliterat» sind: das

heißt sie *können* lesen, aber ziehen es vor, zu schauen. In Fragen der Religion sind sie eher selektiv und weniger in bestimmbar Traditionen verwurzelt; dies allein senkt das Niveau der Vertrautheit mit religiösen Vorstellungen, den ich bei meinen Lesern voraussetzen kann.

Als zum Beispiel Martin Luther King jr. im Jahre 1965 seinen berühmten Bürgerrechtsmarsch nach Selma, Alabama, führte, wurde er von tausenden von Geistlichen und religiösen Führern in einer bedeutenden öffentlichen Demonstration von Religion und Rassen übergreifender Solidarität begleitet. Ich versuchte dies in den Anfangssätzen meines Artikels einzufangen: «Sie kamen wie die Lahmen nach Lourdes — Priester, Nonnen, Pastoren und Rabbis, insgesamt mehrere tausend. Irgendwie spürten sie, daß Gott die Wasser in Selma, Alabama, bewegte.» Heute zweifle ich daran, daß ich die Analogie von Lourdes benutzen könnte, weil so wenige unserer Leser sie kennen.

Aber ich vermute, es gibt einen weiteren und weitaus bedeutenderen Grund, warum über Religion nicht mehr so berichtet wird, wie es einmal der Fall war. Wir wissen aus zahlreichen Studien, daß die, die für die nationalen Medien arbeiten, viel weniger religiös sind als die amerikanische Gesellschaft als ganze. Wir wissen auch, daß die meisten Amerikaner religiös sind, aber daß diese religiösen Überzeugungen im Journalisten-Stand in hohem Maße unterrepräsentiert sind. Mit anderen Worten, wir wissen, daß die Menschen, die die Nachrichten der Fernsehanstalten, unsere landesweiten Zeitungen wie etwa die «New York Times» und die Nachrichtenmagazine produzieren, eine professionelle Elite und eigene Kultur bilden, die bei weitem säkularer ist, als die Kultur ihrer Zuschauer und Leser. Wie ein Auge mit einer abgelösten Netzhaut sehen sie nicht die herausragende Rolle der Religion im amerikanischen Leben — und in vielen Fällen wollen sie sie nicht anerkennen. Zusätzlich glaube ich auch — und hier stehe ich nicht allein —, daß die Redakteure landesweiter Medien dazu neigen, füreinander zu redigieren, das heißt für Redakteure anderer Zeitschriften, die wie sie selbst nicht nur unwissend, sondern häufig ängstlich und ablehnend der Religion gegenüber sind. Selbst in New York ist der Kreis der Zeitschriftenredakteure ziemlich klein; mindestens sieben landesweite

Zeitschriften werden von Personen redigiert, die früher bei «Newsweek» arbeiteten. Ich vermute, wir sind Zeugen der journalistischen Bestätigung der Theorie von der «Zirkulation der Eliten» des Soziologen C. Wright Mills. Wenn man betrachtet, was über Religion veröffentlicht wird, werden bestimmte Muster deutlich. Erstens widmen die amerikanischen Nachrichtenmagazine — wie die Massenmedien überhaupt — den Katholiken weit mehr Aufmerksamkeit, als irgend einer anderen Denomination in der amerikanischen Gesellschaft. Die einzige Konkurrenz zu den Katholiken, was Beachtung angeht, ist die aufkommende evangelikal-fundamentalistische Bewegung, die in den letzten zehn Jahren in der Politik ihre Präsenz spürbar gemacht hat. Beachtung heißt natürlich nicht Bewunderung, und im Fall der Fundamentalisten hat ihr Image als Rückgrat der politisch «religiösen Rechten» sie zum beliebtesten Prügelknaben des Journalismus gemacht.

Umgekehrt sind die am wenigsten beachteten religiösen Gruppen jene liberal protestantischen Denominationen, die in Lucys Ära noch das religiöse Establishment der Nation bildeten. In dieser Hinsicht würde ich argumentieren, daß der Mangel an Medienbeachtung der den Aktivitäten und Äußerungen dieser «traditionellen» Denominationen zukommt, eine ziemlich genaue Widerspiegelung des geringen Interesses und der geringen Unterstützung dieser Traditionen ist, die sie ihren eigenen kleiner werdenden Mitgliedsgruppen entlocken können. Kurz gesagt, es geht nicht einfach darum, daß die Katholiken und die evangelikalen Protestanten die zwei größten religiösen «Familien» in den Vereinigten Staaten bilden. Noch geht es einfach darum, daß diese zwei Gruppen als politisch mächtig betrachtet werden. (Tatsächlich weiß man indessen, daß Katholiken nicht als Block wählen, zumindest bei nationalen Wahlen.) Vielmehr ziehen sie die Aufmerksamkeit der Medien an, weil jede Gruppe auf ihre eigene Weise charakteristische und klar erkennbare Glaubenssätze, Überzeugungen und Verhaltensmuster manifestiert: Sie treten für etwas ein. Anders ausgedrückt, um als politisch und sozial bedeutsam betrachtet zu werden, muß eine religiöse Gruppe zuerst identifizierbar sein — für die eigenen Mitglieder und für die Öffentlichkeit. Und Identität ist etwas, was die liberalen Denominationen nicht mehr besitzen.

Hat das Nachrichtenmagazin eine Zukunft?

Hinsichtlich der Zukunft des Nachrichtenmagazins als einer journalistischen Institution gibt es von mehreren Seiten Außendruck, der das Genre verwandelt. Erstens ist der Druck ökonomischer Natur. Während der letzten fünf Jahre waren alle internationalen Nachrichtenmedien, sowohl Printmedien als auch das Fernsehen, mit Sitz in den Vereinigten Staaten, gezwungen, ihre Belegschaft zu verkleinern. Dies betraf besonders die Anzahl der Reporter im Außendienst. Viele Zeitungen haben keinen Autor für Religion mehr bzw. keine regelmäßige Sektion Religion. Die meisten amerikanischen Fernsehanstalten haben ihre Büros in Rom und in anderen europäischen Hauptstädten geschlossen. Als Folge davon ist die Fähigkeit, gründlich zu berichten, ernsthaft vermindert worden.

Zweitens ist der Druck kulturell: Heutzutage verfügt kein Nachrichtenmagazin über etwas ähnliches wie die institutionelle Autorität von Luce's *«Time»*. Dies gilt in den Vereinigten Staaten auch für jedes Nachrichtenprogramm im Fernsehen. (In dieser Hinsicht vermute ich, daß die Situation in Europa und Asien anders ist.) Genau wie die rasche Ausbreitung von Kabelkanälen den Einfluß der Fernsehanstalten reduziert hat, so hat das rasche Ausbreiten von Spezialzeitschriften, stark spezialisierten Rundschreiben und ähnlichem, den kulturellen Einfluß von Zeitschriften, die auf das *«Allgemeininteresse»* ausgerichtet waren, geschwächt. In der Tat würde ich zugeben, daß meine frühere Gleichsetzung der Massenmedien mit dem Schaffen von *«Öffentlichkeit»* bald überholt sein wird. So wie die Zeitschrift für das *«Allgemeininteresse»* durch ein *«Büffet»* von Publikationen, die auf spezifische Interessen und Begeisterungen zielen, ersetzt wird, so scheint sich die *«Öffentlichkeit»* in eine Reihe einzelner besonderer Kulturen aufzulösen, ganz ähnlich den Universitäten. Die Wirkung dieses Trends auf das Berichten über Religion in Nachrichtenmagazinen ist schon offenkundig: Immer stärker konzentrieren sich Nachrichtenmagazinartikel über Religion nur auf Themen, Ereignisse und Trends, die weite kulturelle statt nur engbegrenzte (d. h. konfessionelle) Auswirkungen haben.

Drittens ist die amerikanische Gesellschaft so medienbewußt geworden — vor allem durch die

Allgegenwart des Fernsehens —, daß die Trennungslinie zwischen echtem Recherchieren und Berichten von Nachrichten auf der einen Seite und Unterhaltung, Werbung und Public Relations auf der anderen, verschwommen ist. Amerikaner sprechen jetzt gewöhnlich von *«Medienereignissen»*, im Bewußtsein der Tatsache, daß bestimmte Ereignisse nicht stattfinden würden, wenn Journalisten (wieder besonders das Fernsehen) nicht da wären, um sie festzuhalten. Kurz gesagt, wir sind Zeugen des Zuwachses an Pseudoereignissen.

Eine Hauptauswirkung dieser Veränderungen auf die Nachrichtenmagazine lag darin, daß den Autoren größere Freiheit gegeben wurde, ihre eigene Meinung zu artikulieren — *«Einstellung»* wird dies genannt — in so ziemlich der selben Art und Weise, wie die *«Time»* von Luce gewöhnlich die Ereignisse, über die sie berichtete, beurteilte. Der Unterschied liegt darin, daß die Autoren dies nun mit ihren eigenen Worten und unter ihrem eigenen Namen tun. So wird nun die alte Autorität der Zeitschrift von individuellen Autoren ausgeübt, deren *«Einstellung»* den Unterschied zwischen Nachrichtenmagazinen zu kennzeichnen tendiert. Mit einem Wort, die Journalisten selbst sind zu Medienereignissen geworden und, vom Fernsehen verleitet, stehen sie unter dem Druck, viel öfter ihren Auftritt anzukündigen als zu berichten. Ein Ergebnis davon ist die Tendenz, daß die Öffentlichkeit von Journalisten mehr erfährt, was diese selbst denken als das, was andere denken. Da die Kultur des Journalismus der Religion allgemein unwissend und häufig feindlich gegenübersteht, ist die Folge all dessen, daß das religiöse Gespräch, sogar über öffentliche Ereignisse, immer mehr in die Privatsphäre religiöser Fachpublikationen und Fernsehprogramme abgedrängt wird. Aber so sehr ich diese Veränderungen bedauere, kann ich auch einige Chancen erkennen. Es treten so viele Verwandlungen in den grundlegenden Einrichtungen und Einstellungen der Nation auf — im Hinblick auf die Familie, Geschlechterbeziehungen, den Erhalt von Gemeinschaften und des Arbeitsplatzes — daß Themen von grundlegendem Interesse fortlaufende Information und Diskussion erfordern. Und in dem Maße, in dem die Religion grundlegende Einstellungen über die menschliche Existenz anspricht und verkörpert, bieten diese Veränderungen neue Chancen, um mit religiösen Standpunkten und

Kritiken Einfluß auf Angelegenheiten zu nehmen, die die Gesellschaft als ganze betreffen. Tatsächlich haben viele neue soziale Bewegungen — der Feminismus und die Schwulenbewegung

sind zwei der nächstliegenden — für viele ihrer Anhänger eine der Religion vergleichbare Funktion übernommen. All dies ist, oder sollte von Vorteil für Journalisten im Bereich Religion sein.

¹ Der Titel im englischen Original lautet «Religion Observed». «To observe» kann im Deutschen sowohl halten, befolgen als auch beobachten bedeuten. Es ist zu vermuten, daß der Autor diese Doppelbedeutung bewußt eingesetzt hat (Anm. d. Übers.).

² Zu Institutionen als Verhaltensmuster vgl.: R.N. Bellah/R. Madsen/W.M. Sullivan/A. Swidler/St.M. Tipton, *The Good Society* (New York 1991).

³ Zum Gedanken des handwerklichen Bewußtseins vgl.: J. Bensman/R. Lilienfeld, *Craft and Consciousness. Occupational Technique and the Development of World Images* (New York 1973).

⁴ Zum Begriff der «Civil Religion» vgl. R. Schieder, *Ci-*

vil Religion. Die religiöse Dimension der politischen Kultur, Gütersloh 1987 (Anm. d. Übers.).

Aus dem Engl. übersetzt von Wolf-Elmar Schmidt M.A.

KENNETH L. WOODWARD

längjähriger Autor des «Newsweek Magazine» (USA), für das er auch seit 1964 als Redakteur der Sektion Religion arbeitete. Er schrieb außerdem Artikel, Essays und Kritiken für «The New York Times», «Commonweal», «America», «Geo» und andere Publikationen. Auf deutsch erschien von ihm: *Die Helfer Gottes. Wie die katholische Kirche ihre Heiligen macht* (München 1991). Anschrift: «Newsweek», 444 Madison Avenue, New York, NY 10022, USA.

Arnd Henze

«Junge, komm runter von der Kanzel!»

Erfahrungen als Theologe im
politisch-säkularen Journalismus

Ich soll in einer Fallstudie darüber nachdenken, wie sich christliche Werte in einem säkularen Medium «verkörpern» lassen. Um es gleich zu sagen: Mir klingt diese Fragestellung zu statisch, zu sehr nach Einbahnstraße: als ginge es nur darum, fertige ethische Maßstäbe gradlinig «anzuwenden». Dabei interessiert mich gerade das Wechselspiel zwischen Glaubens- und Lebenswelt, reizt mich das Säkulare als Herausforderung. Denn es ist die «profane» Welt in ihrer Gebrochenheit und Widersprüchlichkeit, mit der

es der Journalismus zu tun hat und die der Glaube oft nur gegen allen Augenschein als «Gottes gute Schöpfung» wahrnimmt.

Weil ich hier persönliche Erfahrungen reflektieren soll, werde ich mich zunächst an einigen biographischen Stationen entlanghangeln, um dann mein Verständnis von journalistischer Arbeit auf die drei zentralen sozioethischen Themen «Gerechtigkeit, Frieden, Bewahrung der Schöpfung» zu beziehen.

Meine ersten journalistischen Gehversuche reichen zurück in die Schulzeit. Begonnen habe ich bei einer Lokalzeitung, dann — mit 17 Jahren — bei einer populären Jugendsendung im Radio. Es war eine Phase des Ausprobierens — nicht nur, was den Umgang mit Themen und Formen angeht. Als 18jähriger für eine Sendung mit Millionenpublikum zu arbeiten, konfrontierte mich früh mit einer besonderen Gefährdung des Berufs: der Eitelkeit. Mit der öffentlichen Rolle produktiv umzugehen, halte ich bis heute für eine der größten Herausforderungen für Journalisten (ein Problem, das in begrenzter Form übrigens auch für Pfarrer gilt). Stand am Anfang vor allem der Spaß an der Reporter- und Moderatortätigkeit im Vordergrund, gewann die Arbeit an Profil, als ich meinen Zivildienst als Kriegsdienstverweigerer in einem Drogenbe-