

Religiöse Minderheiten-Mehrheiten-Konstellationen in medialen Kontexten

Anna Neumaier

1 Einleitung

Religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen sind sowohl als Sachverhalt wie auch auf der semantischen Ebene eine vielschichtige Angelegenheit. Im Alltagsgebrauch wird mit den Begriffen von Mehrheit und Minderheit häufig eine quantifizierbare Größe verbunden – etwa, wenn von der »muslimischen Minderheit in Deutschland« als einer der religiösen Gruppen gesprochen wird, die eben nicht die Mehrheit der Bevölkerung stellt. Dabei scheinen die Begriffe häufig für sich zu stehen, und so blendet die umgangssprachliche Verwendung aus, dass »Mehrheit« und »Minderheit« immer schon eine Relation implizieren: Sie meinen (mindestens) ein Gegenüber mit, gegen das sie abgegrenzt werden können. Sie sind zudem häufig keine unschuldigen Begriffe, sondern können auch strategisch eingesetzt werden, und so als Selbst- und Fremdidentifikation Funktionen in einem Argumentationszusammenhang erbringen.

Der vorliegende Aufsatz widmet sich religiösen Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen (MMK) im Kontext gegenwärtiger Medien. Dazu werden im zweiten Abschnitt aus der Perspektive einer religionswissenschaftlichen MMK-Forschung diejenigen Herausforderungen für dieses Forschungsfeld diskutiert, wie sie hier gerade bereits rasch skizziert wurden. Im dritten und vierten Abschnitt soll dann der Blick auf verschiedene mediale Gattungen und Kommunikationskanäle gerichtet werden, um die umgekehrte Perspektive zu ergänzen: Hier soll nicht mehr von den Erkenntnissen der MMK-Forschung auf Konsequenzen für das Forschungsfeld von Medien und Religion geschaut werden, sondern der Blick auf die Eigenlogiken der Medien gerichtet

werden, die prägen, wie sich in ihnen Debatten über religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen ereignen können.

Der vorliegende Text verfolgt damit das Anliegen, den Fokus dieses Bandes auf den Kontext einer gegenwärtigen Medienlandschaft hinzudenken. Diese Medienlandschaft, in der sich öffentliche Diskurse bilden, ist hochdisparat. Die Kultur- und Medienwissenschaften haben vor einigen Jahren den Begriff der Mediatisierung als sensibilisierendes Konzept für gegenwartsadäquate Gesellschaftsanalysen etabliert: Mediatisierung als ein Metaprozess beschreibt in diesem Kontext einen tiefgreifenden Wandel, der Alltag und Sozialbeziehungen durchdringt und so Kultur und Gesellschaft nachhaltig transformiert (Krotz 2007: 11f.). Mediale Kommunikation gilt hier als Vorgang, der grundlegend die Konstitution des Individuums, seine Identität und seinen Zugang zur von ihm konstruierten und interpretierten Welt und Wirklichkeit prägt (ebd.: 17). Auf die letzten Dekaden des 20. Jahrhunderts gewendet, können hiermit gleichermaßen quantitative Aspekte (etwa die ausgeweitete zeitliche und räumliche Verfügbarkeit von Medien sowie die zunehmende Bearbeitung sozialer Praktiken durch Medien) wie qualitative Aspekte (etwa die Folgen all dessen für Gesellschaft und menschliche Praktiken) adressiert werden (Hepp 2021: 21). Einen entscheidenden Entwicklungsschub des Mediatisierungsprozesses stellt dabei die Digitalisierung dar. Dabei ist charakteristisch, dass digitale Medien eben nicht die klassischen Massenmedien verdrängen, sondern sich die Medienlandschaft einerseits ausdifferenziert, andererseits miteinander verflacht – man denke etwa an Tageszeitungen und Rundfunkangebote, die nun selbstverständlich online zu finden sind, ebenso wie zunächst im Internet stattfindende Debatten in die klassischen Medien ausstrahlen können. Diese Verschränkung ebenso wie der Umstand, dass digitale Medien nun über die Kommunikationsvermittlung hinaus selbst Daten erzeugen und weiterverarbeiten, sind Anlässe für die jüngere Diagnose einer »tiefgreifenden Mediatisierung« (ebd.: 22–24). Solche Charakteristika der uns umgebenden Medienlandschaft sind auch bedeutsam dafür, wie und welche Diskurse um religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen geführt werden können. Sie werden daher im vierten Abschnitt vertieft.

2 Religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen: Begriffe, Herausforderungen und erste Konsequenzen für die medienbezogene Forschung

In der religionswissenschaftlichen Forschung zu religiösen Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen liegen vor allem Fallstudien zu konkreten religiösen Gruppen vor, die Charakteristika dieser Gruppen untersuchen oder auf die Kontexte und Konsequenzen blicken, die aus ihrem Status als Mehrheiten oder Minderheiten resultieren (etwa Small/Bowman 2011, van Dommelen et al. 2015, May/Smilde 2015, Catlos 2014, Gupta et al. 2018, Forrest-Bank/Dupper 2016, Christman/Danaci 2012, Fox et al. 2018). Als »religiöse Minderheiten« werden hier in der Regel jene religiös referenzierten Gruppen in einem nationalstaatlichen Kontext bezeichnet, die zahlenmäßig nicht die größte Gruppe ausmachen, und sie können sowohl durch historische Verschiebungen im Verhältnis der gegebenen religiösen Traditionen als auch durch Migration (vgl. auch Nagel in diesem Band) als solche entstanden sein. Eine »religiöse Mehrheit« ist aus dieser Perspektive entweder die religiöse Gruppe, der die Mehrheit der Bevölkerung angehört, oder aber die relativ größte religiöse Gruppe, auch wenn sie insgesamt nicht die absolute Bevölkerungsmehrheit darstellt.

Deutlich weniger finden sich Reflexionen über das Konstrukt religiöser Mehrheiten, Minderheiten, oder Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen (Müller 2010: 8, auch für einen detaillierten Forschungsstand zu religiösen Minoritäten aus anderen Disziplinen). Dabei weisen die bisher angeführten Beispiele auf ganz verschiedenen Ebenen auf einige Herausforderungen sowie die Notwendigkeit hin, sie zu problematisieren. Daher sollen in diesem Abschnitt vier Herausforderungen gebündelt und schon einmal in Kürze auf medienbezogene Forschung hin weitergedacht werden.

Erstens: Die Begriffe von Mehrheiten und Minderheiten suggerieren Eindeutigkeit, halten diese aber nicht ein. Selbst wenn sie auf Quantitäten referenzieren, muss ein Bezugsmaßstab oder ein Bezugsraum mitgenannt werden. Die Begriffe funktionieren mithin letztlich nur relational: Dass eine Gruppe eine Mehrheit oder Minderheit darstellt, gilt nur unter Bezug auf mindestens eine andere Größe, sei es eine andere Gruppe oder eine Grundgesamtheit. Weltecke plädiert daher dafür, religiöse Mehrheiten und Minderheiten zusammen zu erforschen, sie seien »notwendig miteinander verzahnt, sie bedingen sich gegenseitig« (Weltecke 2015: 19), und befürwortet damit einen verflechtungsgeschichtlichen Ansatz. Je nach konkretem Untersuchungsbeispiel kann für eine sinnvolle Bearbeitung in diesem Sinne auch der Blick auf komplexere

Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen mehrerer Gruppen oder aber auch vielfältige Minderheiten-Minderheiten-Konstellationen erforderlich sein, etwa, wenn sehr charakteristische Verschachtelungen mehrerer Mehrheiten und Minderheiten das Feld prägen (vgl. Wilkens auch in diesem Band). Schließlich macht es aber auch Sinn, die Begriffe der Mehrheit und Minderheit nicht auf eine zahlenmäßige Quantifizierung engzuführen. Vielmehr können sich in solchen Konstellationen auch anderweitige Dominanzverhältnisse zeigen – etwa im Falle machtvoller Minderheiten, die nicht zuletzt die Religionsgeschichte immer wieder prägen (Weltecke 2015: 16f.). Blickt man auf mediale Diskurse, ist beispielsweise zu fragen, wie und wann hier Charakterisierungen als Mehr- oder Minderheit eingesetzt werden, inwiefern der Referenzrahmen dafür ebenso wie die dazu in Beziehung stehenden anderen Mehr- oder Minderheiten explizit benannt werden, und ob gerade die quantifizierenden Charakterisierungen anderweitige Machtverhältnisse möglicherweise verschleiern.

Eine zweite Herausforderung aus religionswissenschaftlicher Perspektive ist die diskursive Ebene der Begrifflichkeiten. Die Begriffe »Mehrheit« und »Minderheit« verschränken – ähnlich wie andere Begriffe des religionswissenschaftlichen Fachdiskurses, etwa der der Pluralität – wissenschaftliche und nicht-wissenschaftliche Diskursebenen miteinander und bringen daher verschiedene Bedeutungsüberschüsse mit sich. So ruft der Minderheiten-Begriff etwa Diskurse um Migration und Integration, aber auch Schutzbedürftigkeit auf, während der Mehrheitsbegriff auf Diskurse um Demokratie und Meinungsmacht verweist. In Bezug auf die Arbeit zu Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen in medialen Diskursen bedeutet dies naheliegenderweise, zunächst ins Auge zu fassen, inwiefern die Begriffe im jeweiligen Kontext eine semantische Überlast zu tragen haben, welche Diskurse sie implizit aufrufen oder in welchem Feld sie sich diesbezüglich bewegen, und ob damit jeweils eine abwertende oder legitimierende Komponente einhergeht.

Eine dritte Herausforderung liegt in der Berücksichtigung des damit verknüpften Umstandes, dass die Identifikation als Mehrheit oder Minderheit stets entweder eine Selbst- oder eine Fremdzuschreibung darstellt, und dabei mit jeweils verschiedenen Anliegen einhergehen kann. Mehrheiten, Minderheiten und Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen werden auf diese Weise, so lässt es sich zugespitzt formulieren, gemacht. In der Verbindung mit dem zuvor genannten Aspekt bedeutet dies, dass sie uns immer als hergestellte Größen begegnen, die unter bestimmbar-kulturhistorischen, sozialen, politischen und rechtlichen Bedingungen von verschiedenen kon-

kreten und abstrakten Akteuren aufgerufen werden. Abgrenzungen sowie Identifikationen bzw. das Entstehen von Allianzen und Schulterschlüssen können Teil dieser Fremd- und Selbstbeschreibungen sein. Insbesondere die Selbstidentifikation – beispielsweise als religiöse Minderheit – kann zudem Teil einer kollektiven Identitätsarbeit darstellen (Weltecke 2015). Den Blick auf mediale Diskurse über Mehrheiten, Minderheiten und ihre Konstellationen schärft darum die Anfrage, ob diese Bezeichnungen als Selbst- oder Fremdbeschreibung eingesetzt werden und inwiefern hiermit letztlich strategische Wirkmächtigkeit verbunden ist: Etwa in der Auf- oder Abwertung bestimmter Ansprüche oder in der Selbstverortung, beispielsweise durch die Zuordnung oder Abgrenzung zu spezifischen anderen Gruppen.

Eine letzte Herausforderung schließlich liegt spezifischer in der Charakterisierung einer *religiösen* Mehr- oder Minderheit. Ein genauerer Blick zeigt, dass eine Einordnung als religiöse Mehr- oder Minderheit häufig nur einen Teil eines deutlich komplexeren Identitätsdiskurses aufdeckt, in dem auch andere Bezüge wie solche auf Kultur, Ethnie, Gender oder Milieuzugehörigkeit zusammenfließen und untrennbar miteinander verbunden sind (vgl. auch Wilkens in diesem Band). Im Blick auf Selbst- wie Fremdzuschreibungen hilft also die Einnahme einer intersektionalen Perspektive, um verschiedene Zuschreibungsfacetten zu identifizieren, und auch hier fließen möglicherweise fassbare Kriterien und diskursiv konstruierte Zuschreibungen zusammen (u.a. Meer 2008). Im Falle etwa der Verflechtung von Migration und Religion führt dies zu einer »Religionisierung« im öffentlichen Bewusstsein« (Bochinger 2015: 43). Bochinger weist außerdem darauf hin, dass ein Hauptproblem der gegenwärtigen Rezeption religiöser Minderheiten im öffentlichen Diskurs darin bestehe, dass sie »aufgrund dieser Zuschreibung tendenziell zu einheitlich und zu statisch wahrgenommen werden« (ebd.: 44). Beide Diagnosen sind fraglos in zahllosen Fällen in der medialen Verhandlung religiöser Mehr- und Minderheiten in massenmedialen Diskursen nachzuweisen (s.u.).

3 Religion und religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen in Massenmedien

Die vier zuletzt genannten Aspekte – Relationalität, diskursive Vorprägung des Feldes, Eigenlogiken von Selbst- und Fremdbeschreibungen sowie intersektionale Vielschichtigkeit von Mehrheiten- und Minderheiten-Konstellationen – stellen insbesondere mit Blick auf massenmediale Berichterstattung

über religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen sensibilisierende Perspektivierungen dar. Im vergangenen Jahrhundert haben die massenmedialen Diskurse über Religion das Bild religiöser Mehrheiten, Minderheiten und Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen entscheidend geprägt. Dabei weisen diese Diskurse besondere Ausgangsvoraussetzungen auf: Massenmedien wie Tageszeitungen, Radio- und Fernsehdienste zeichnen sich erstens durch eine klare top-down-Kommunikation aus, da die Sender- und Empfänger-Rollen eindeutig zugewiesen sind und in der Regel auch keinen dialogischen Kommunikationsfluss erlauben. Dazu trägt auch bei, dass die Kommunikation zweitens indirekt ist, indem Ort und Zeit von Produktion und Rezeption nicht identisch sein müssen. Sie richtet sich drittens an ein disperses Publikum, das einander nicht kennt (Maletzke 1998). Massenmediale Diskurse sind viertens eng restringiert in ihrer Zugänglichkeit: Inhalte, die in ihnen publiziert werden, sind Regeln der Programmgestaltung unterworfen, sind Eigenproduktionen oder durchlaufen eine entsprechende interne Kontrolle, je nach Feld sind auch Beiräte oder andere Gremien relevant für die generelle Ausrichtung der jeweiligen Einrichtung (s. als Überblick Seufert/Gundlach 2017). Generell lässt sich die Kommunikationskonstellation damit zugespitzt als eine (weitgehende) Einbahnstraßen-Kommunikation von einer (in Bezug auf mediale Diskurse) machtvollen quantitativen Minderheit an eine machtlose quantitative Mehrheit charakterisieren. Dabei ist die betreffende Minderheit der Medienschaffenden natürlich in der Regel keine religiös homogene, fällt also in dieser Hinsicht nicht in das Feld der hier fokussierten Gegenstände.

Die Bedeutung von Massenmedien geht dabei über ihre grundsätzlichen kommunikativen Eigenschaften hinaus. Journalismus und Massenmedien haben auch einen öffentlichen Auftrag, sie sind breiten Bevölkerungsschichten zugänglich und gelten als »vierte Gewalt«, die in demokratischen Gesellschaften das politische System überwacht. Gleichzeitig unterliegen sie wirtschaftlichen Interessen oder zumindest der Notwendigkeit einer hinreichenden Rezeption. Im Gegensatz zu fiktionalen Erzählungen, die ebenfalls über Massenmedien vermittelt werden, aber hier ausgeblendet werden sollen, erhebt massenmediale Berichterstattung zudem in den meisten Fällen einen Anspruch auf Faktizität und Neutralität. Bereits durch den Zwang zur Selektion und die wahrgenommene Wichtigkeit der Themensetzungen, aber natürlich auch durch die Art der Darstellung wirkt sie dennoch stark an der Arbeit an gesellschaftlichen Selbstverständnissen ebenso wie an der Definition des politischen Gestaltungsspielraumes mit (Brosius/Esser 1995: 32f.).

Wie kommt massenmediale Kommunikation diesem Auftrag im Hinblick auf unser Feld der Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen nach? Eine Reihe von Studien beleuchtet die Darstellung »ethnischer Minderheiten« in der Presse und zeigt als verbreiteten Befund, dass über diese Gruppen häufiger als über »Deutsche« negativ berichtet wird, und zentrale Aspekte der Berichterstattung Kriminalität, »Überfremdung« sowie durch »Ausländer« anfallende Kosten sind, wohingegen positive Berichterstattung weitgehend fehlt (Müller 2005: 101). Dabei werden sowohl bestimmte Statusgruppen (z.B. Asylbewerber*innen) als auch bestimmte Herkunftsgruppen (bspw. aus der außereuropäischen »Dritten Welt«, der Türkei und dem »Balkan«) jeweils negativer beurteilt als andere Subgruppen ethnischer Minderheiten (ebd). Gleichzeitig sind ethnische Minderheiten gerade aus den typischen Einwanderungsländern in der Medienproduktion unterrepräsentiert und zudem vermutlich mit geringeren redaktionellen oder programmgestalterischen Befugnissen ausgestattet (Müller 2010: 232). Und während Massenmedien so grundsätzlich eine gesellschaftliche Integrationsfunktion übernehmen sollen, kann in solchen Konstellationen eher von einer segregierenden Wirkung ausgegangen werden, die Stereotypen Vorschub leistet und soziale Diskriminierung begünstigt (Bonfadelli 2007: 104).

In Hinsicht auf religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen lässt sich eine ähnliche Lage nachzeichnen. Diese wird möglicherweise zusätzlich durch die Tatsache verschärft, dass im deutschsprachigen Raum eine spezifische Mehrheiten-Minderheiten-Konstellations so prägend ist, dass ein Großteil der Berichterstattung der letzten Dekaden implizit auf sie rekurriert: Hier gilt das Christentum als die Mehrheitsreligion¹, andere religiöse Traditionen als Minderheiten – darunter der Islam als die größte Minderheit und manchmal – wie Herr Tur Tur, der Scheinriese aus Michael Endes »Jim Knopf«, der aus der Ferne riesig erscheint, bei näherer Betrachtung aber immer kleiner wird, – als so große Minderheit, dass sie zur überwältigenden Gefahr zu werden scheint. Die Thematisierung des Islam in etablierten massenmedialen TV- (Karis 2013, Jecker 2011) oder Printkanälen (Kalwa 2013, Halm 2006, Röder 2007, Shooman 2010) ist bereits gut untersucht. Hier werden in der Regel Bilder des Islam verhandelt, die mit Diskursen um Fremdheit (Röder 2007, Wellgraf 2008, Shoo-

1 Mit dem Jahr 2022 ist gleichwohl erstmals in der bundesdeutschen Geschichte nur noch weniger als die Hälfte der Deutschen Mitglied in der EKD oder der Katholischen Kirche (vgl. <https://fowid.de/meldung/kirchenmitglieder-49-7-prozent>, zuletzt abgerufen am 18.08.2023).

man 2010) oder sogar Konflikt und Gefahr verknüpft sind (Halm 2006, Favre 2011). Häufig wird der Islam dabei zumindest implizit insofern als eine kulturelle Minderheit charakterisiert, als dass gleichzeitig seine vermeintlich von der Mehrheitsgesellschaft abweichenden Normen in den Mittelpunkt gerückt werden – etwa in Bezug auf Geschlecht, Körperlichkeit, Trennung von Religion und Staat sowie Relevanz der Religion für die Lebensführung insgesamt.

Die genaue Beschaffenheit der »Mehrheit Christentum« kann in diesen Diskursen je nach Kontext unterschiedliche Formen implizieren: Als werteprägende religiöse Tradition, gern im Verbund mit dem Verweis auf die »jüdisch-christliche« Prägung des Landes, oder als stärker säkularitätstaugliche, wenig intensive religiöse Beschichtung der allgemeinen gesellschaftlichen Verfasstheit. Die Berichterstattung über das Christentum, soweit sie untersucht ist, ist deutlich positiver als über den Islam (Koch 2012: 314), gleichwohl natürlich gerade in den letzten Jahren und insbesondere in Bezug auf den Katholizismus Berichterstattung über sexualisierte Gewalt und deren fehlende Aufarbeitung durchaus präsent ist. Andere Religionen, etwa jüdische und buddhistische Traditionen, erhalten im Vergleich zu christlichen und muslimischen Traditionen kaum Aufmerksamkeit (ebd.). Schließlich zeigt sich, dass in Bezug auf verschiedene religiöse Traditionen auch in anderer Hinsicht unterschiedlich berichtet wird: Die Berichterstattung über christliche Traditionen erfolgt meist mit einem tatsächlich religionsbezogenen Fokus, während der Islam häufiger im Rahmen von Diskursen über politische Fragen thematisiert wird (Koch 2009: 368). Dort, wo Massenmedien ihre Zugänglichkeit etwas erweitern und etwa muslimische Akteur*innen als Repräsentat*innen in ihre Berichterstattung integrieren, können diese sich zwar über Differenzdarstellungen ausweisen – etwa als »fortschrittlich« oder »moderat« –, die zugrunde liegenden Differenzkategorien bleiben so aber letztlich intakt (Aeschbach 2024).

Während die vorgestellten Studien erneut gegebene Entitäten als Mehrheiten und/oder Minderheiten untersuchen, greifen auch hier die vier Herausforderungen, die im Abschnitt zuvor benannt wurden, teilweise auf besonders dringliche Weise: Erstens ist der massenmedialen Kommunikation ein Machtgefälle inhärent, das die Kommunikationsstruktur ebenso wie die Inhalte betrifft. Aeschbach (2024) beschreibt massenmediale Diskurse als »vermachtetes Bedingungsgefüge«, das durch strukturelle Ein- und Ausschlüsse nur gewisse Differenzdarstellungen zulässt, und gleichzeitig diese Diskurslinien als hegemonial verfestigt (ebd.). Was als »Minderheit« bezeichnet wird, ist hier in aller Regel keine Selbstbeschreibung, sondern eine Fremdzuschrei-

bung an bestimmte ethnische oder religiöse Gruppen. Der Referenzrahmen wird dabei häufig nicht expliziert, sondern im Aufgriff schon etablierter Diskursnarrative – etwa dem »christlich-jüdischen Abendland« – aktualisiert, aber auch fortgeschrieben. Gerade in der journalistischen Berichterstattung in Presse, Radio und Fernsehen, die sich der Neutralität verschrieben hat, entsteht so eine gewisse Fallhöhe zwischen diesem Neutralitätsanspruch und den dennoch prägenden Eigenlogiken der medialen Funktionsweisen und unterliegenden Diskurse. Dazu trägt auch bei, dass in den meisten journalistischen Gattungen der Massenmedien notgedrungen Komplexität reduziert werden muss, mithin das spezifisch Konstellationsartige der fokussierten religiösen Mehrheiten und Minderheiten kaum differenziert betrachtet werden kann. Die explizite Verwendung der Begriffe »Mehrheit« und »Minderheit« kann dabei rein quantifizierend gemeint sein, aber auch gezielt oder unbeabsichtigt einen Bedeutungsüberschuss in einen knappen Bericht einbringen. Dabei ist nicht grundsätzlich zu unterstellen, dass in journalistischer Berichterstattung strategische Interessen mit dem Aufruf dieser Begriffe verbunden sind, häufiger gilt wohl, dass sie einfach als Chiffren auf das größere Alltagsverständnis der Rezipient*innen Bezug nehmen. Zu berücksichtigen ist dennoch die von Bochsinger bereits angesprochene Gefahr einer »Religionisierung« in der Berichterstattung, wenn eben andere, eigentlich intersektional verschränkte Eigenschaften ausgeblendet werden und die Darstellung auf die (auch unterstellte) Religiosität einer Gruppe enggeführt wird. An anderer Stelle wiederum werden interferierende Kategorien zugelassen, um Binnendifferenzierungen innerhalb von Minderheitenerzählungen zu stereotypisieren – etwa in der Darstellung muslimischer Männer als »dogmatisch« oder »frauenfeindlich«, während muslimische Frauen als potentiell akzeptabler positioniert werden (Aeschbach 2024). Das weist schließlich auch noch einmal darauf hin, dass die mediale Berichterstattung immer in Bezug zur Rezipient*innenschaft zu sehen ist: Adressiert wird hier in aller Regel ein Publikum, das als der quantitativen Mehrheit zugehörig identifiziert und dessen Perspektive eingenommen und dupliziert wird. Die subjektifizierten »Minderheiten« werden in dieser Konstellation teils in eine Allianz integriert (vgl. erneut das Narrativ des »christlich-jüdischen Kulturkreises«), teils ausgegrenzt (etwa zur Abgrenzung von islamischen Traditionen), teils werden die beschriebenen Gruppen in sich segregiert, um Anteile davon (etwa feministische Musliminnen) einer Allianz einzuverleiben.

4 Religion und religiöse Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen in sozialen Medien

Die massenmedial vermittelten Bilder prägen auch im Bereich der religionsbezogenen Kommunikation die Einstellungen der Rezipient*innen gegenüber »fremden Religionen«. Aber auch die betreffenden Subjekte, etwa muslimische Migrant*innen, werden alltäglich mit ihnen konfrontiert (Spielhaus 2010). Sie geraten dabei in eine Position, in der sie sich zu den dort formulierten Narrativen, den damit in Gang gesetzten Othering-Prozessen sowie den implizit vermittelten Anforderungen einer gelungenen Assimilation aufgrund der spezifischen Kommunikationskonstellation nur reaktiv verhalten können. Seit einigen Jahren haben die massenmedialen Diskurse allerdings für die Konstruktion von Welten und Weltdeutungen an Bedeutung verloren und digitale, insbesondere soziale Medien an Relevanz gewonnen. Soziale Medien umfassen dabei eine Vielzahl von unterschiedlichen Subkategorien, und können etwa in Plattformen (wie Foren, Soziale Netzwerke und Kreativplattformen, die aber ineinander übergehen), Personal-Publishing-Dienste (wie Blogs, Microbloggingdienste und Podcasts), Messenger und Chats sowie Wikis unterschieden werden (Taddicken/Schmidt 2022: 7ff.) Ihre Nutzung zieht sich bereits seit Jahren über alle Altersklassen und Milieus, auch wenn die Nutzung spezifischer Angebote – ebenso wie bei den Massenmedien – natürlich in Abhängigkeit von einigen demografischen Faktoren variiert (u.a. ARD/ZDF-Onlinestudie 2022, JIM-Studie 2022). Inwiefern soziale Medien einen den klassischen Massenmedien vergleichbaren öffentlichen Raum darstellen, eine Privatsphäre der Nutzer*innen simulieren oder noch differenzierter betrachtet werden müssen, hängt stark vom verwendeten Öffentlichkeitsbegriff ab; gleichzeitig transformieren diese Medien Öffentlichkeit (Schmidt/Taddicken 2022; Neumaier 2016). Unbestritten ist zudem, dass der sich dort formierende Austausch gesellschaftliche und politische Sprengkraft haben kann (vgl. etwa stark onlinebasierte Bewegungen wie #metoo und #blacklivesmatter ebenso wie die Rolle sozialer Medien in revolutionären Bewegungen wie dem »Arabischen Frühling« oder den Protesten im Iran 2022).

Unter den Plattformen, an die man beim Stichwort »Social Media« vielleicht als erstes denkt, sind die in Deutschland meistgenutzten Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok und X (ehemals Twitter, ARD/ZDF-Onlinestudie 2022). Solche Plattformen sind mit klassischen Massenmedien durchaus verflochten, etwa durch Online-Präsenzen der Massenmedien auf eigenen Webseiten und der Möglichkeit zum Austausch in Kommentarspalten

und ähnlichem oder durch die Dissemination ihrer Inhalte und Formate auf unabhängigen Social-Media-Plattformen. Umgekehrt werden Inhalte und Haltungen, die in sozialen Medien viral gehen, auch von Offline-Medien aufgegriffen und weiterbearbeitet.

Im Vergleich mit massenmedialen Diskursen weisen solche Social-Media-Plattformen entscheidende Unterschiede in der Strukturierung von Kommunikation auf: Erstens bieten sie aufgrund der niedrigen Einstiegshürden und der vergleichsweise geringeren institutionellen Kontrolle ihren Nutzer*innen neue Möglichkeiten, sich aktiv als Medienproduzent*innen zu betätigen, Inhalte zu generieren und anderen Nutzer*innen zugänglich zu machen (u.a. Peterson 2016). Zweitens erlauben sie in der Regel einen Austausch vieler über die kommunizierten Inhalte. Schließlich können über diese Anwendungen soziale Beziehungen geknüpft oder aufrechterhalten werden (Taddicken/Schmidt 2022: 4).

Diese beiden Unterschiede – »participating und generating« (ebd.: 7) – sind damit charakteristisch abgrenzend zum Feld der klassischen Massenmedien. Sie sind auch entscheidend für die hier vorliegende Frage nach der Darstellung von religiösen Minderheiten-Mehrheiten-Konstellationen. Im Vergleich zu Massenmedien, die jeweils nur eine finite Anzahl an Inhalten und Interpretationsvarianten transportieren und »in diesen dabei sehr spezifische Identitätsdarstellungen konstituier[en] und (re)produzier[en]« (Aeschbach 2024: 250), erlauben soziale Medien eine deutlich größere Varianz an Erzählungen über Mehrheiten, Minderheiten und ihre Konstellationen. Dies bedeutet in einer ersten Hinsicht, dass hier verstärkt Raum ist für abweichende Erzählungen und alternative Diskurse über individuelle und kollektive religiöse Identität(en). Zugehörigkeit erfolgt nicht nur als Fremd-, sondern auch als Selbstzuschreibung und kann mit dem entsprechenden strategischen oder sublimen Interesse an der Zuordnung zu bestimmten Gruppen, dem Aufbau von Allianzen und Abgrenzungen sowie dem Verschieben von gerade jenen Diskursen, die offline die Debatte prägen, verbunden sein.

Ein Beispiel dafür sind Accounts, die abweichende Religiosität im Rahmen großer und von außen manchmal monolithisch erscheinender religiöser Traditionen sichtbar machen. Dies können etwa Accounts wie das »feministische Andachtskollektiv« sein, das auf Instagram und X feministische, queere, non-binäre und weitere sonst häufig unsichtbare Facetten von christlicher Religiosität nicht nur als individuelle Eigenschaft, sondern als theologisch relevante Positionierung sichtbar macht. Solche Accounts können sowohl binnenreligiöse Kommunikation betreiben als auch sich an ein breiteres, nicht-religiöses

Publikum richten, und es gibt sie selbstverständlich auch in anderen religiösen Traditionen. Sie gehen dort weit über die vielzitierten Beispiele muslimischer Bloggerinnen hinaus, und stellen ganz unterschiedliche Anfragen aus unterschiedlichen Positionen sowohl an die eigene religiöse Tradition als auch an die säkulare Grundfolie, auf der die Social-Media-Plattformen grundsätzlich agieren. Eigen ist ihnen in aller Regel, dass hier auch Komplexität in der Zusammenschichtung von religiösen und gesellschaftspolitischen Standpunkten sichtbar wird, die in sozialen Medien erst den typisch lebensweltlich relevanten Content für die etwas jüngere Adressat*innenschaft gerade von Instagram und Tiktok erschafft. Das muss dabei nicht immer im engeren Sinne progressiv-liberal sein – die Szenen US-amerikanischer christlicher Mütter oder jüdisch-orthodoxer Paare bieten einen Ausgangspunkt für reichhaltige Recherchen zu anderen Ausdifferenzierungen. Sie machen damit auch deutlich, dass eine individuell relevante Wahrnehmung der eigenen religiösen Identität und Zugehörigkeit sich deutlich kleinteiliger organisieren kann als dies die Diskurse der Massenmedien suggerieren. Dies wird nicht zuletzt auch durch eine Vielzahl von Accounts unterstrichen, in denen Konfessionsgrenzen – und damit häufig die einzige Binnendifferenzierung, die massenmediale Diskurse in religiöse Felder einzuziehen vermögen – wiederum als Unterscheidungskriterium irrelevant werden.

In einer zweiten Hinsicht aber gehen die Konsequenzen dieser medialen Rahmenbedingungen noch weiter: In den sozialen Medien werden damit nicht nur andere Erzählungen sichtbar, vielmehr stellen soziale Medien auch einen Raum dar, in dem Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen entstehen und ausagiert werden können. Accounts, die neue religiöse Vielschichtigkeit insbesondere in der Selbstdefinition sichtbar machen, haben häufig kein Gegenstück jenseits sozialer Medien, und genau darin liegt der Grund, warum sie online entstehen und sich dort auch zu einem kollektiven Geschehen verdichten, sich um einen Account also ein hinreichend großer Kern von Follower*innen gruppiert, die zudem mit dem Account und miteinander auf bedeutsame Weise interagieren. Soziale Medien werden damit für Jugendliche und junge Erwachsene auch als zentraler Bezugspunkt ihrer religiösen Identitätsbildung relevant (Lövheim 2004, 2012). Die Möglichkeit, in neuen Medien selbst zu Produzent*innen medialer Inhalte zu werden, birgt dabei ein noch weitergehendes Potential, religiöse Identität und Wertorientierungen neu darzustellen und zu verhandeln (Johns 2014). Diese Perspektive erscheint besonders relevant aus der Sicht derer, die sich als Angehörige religiöser Minderheiten verstehen, was häufig sowohl die spezifischen Anforderungen einer

migrantischen Identitätsbildung zwischen Religiosität und Säkularität, Aufnahmegesellschaft und Herkunftskultur (Karakaşoğlu/Klinkhammer 2016; Lauser/Weißköppel 2008) umfasst als auch jene Binnendifferenzierungen innerhalb etablierter Traditionen erlaubt, die in massenmedialen Diskursen eben nicht als deviant gekennzeichnet werden, sondern gar nicht erst vorkommen. Dass Social-Media-Plattformen all diesen Nutzer*innen die Möglichkeit bieten, in direkten Austausch miteinander zu treten, befördert das Potential, die Selbstidentifikation im Sinne von Zugehörigkeits- und Abgrenzungsarbeit zu schärfen.

Dies heißt schließlich nicht, dass nicht auch etablierte und offiziell verfasste religiöse Traditionen bzw. ihre anerkannten Vertreter*innen ihre Identifikation als Teil einer spezifisch religiösen oder religiös-säkularen Mehrheiten-Minderheiten-Konstellation in sozialen Medien sichtbar machen können und sichtbar machen, wie man an den zahlreichen Funktionsaccounts auf allen großen Plattformen sieht. Auch hier muss dabei nicht explizit die Selbstzuschreibung als Mehrheit oder Minderheit gewählt werden. Auch spezifische thematische Diskurse – bspw. solche um das Narrativ der »Christenverfolgung« – können letztlich an den Bedeutungsüberschuss des Minderheitenbegriffes anknüpfen und ihn weiter befüllen.

Die eingangs herausgearbeitete Komplexität von Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen wird damit in sozialen Medien überdeutlich. Weniger als in den Massenmedien werden Diskurse vorgeordnet und die Breite möglicher Darstellungen eingeschränkt, vielmehr liegt die überwältigende Vielfalt religiöser Zugehörigkeiten und Selbstidentifikationen chaotisch nebeneinander und nimmt zudem teilweise aufeinander Bezug, so dass Netzwerke von Narrationen entstehen, die sich den Beobachter*innen häufig als Dschungel aus Erzählungen und unklaren Referenzen darbieten. Auch die Relationalität, die eingangs als entscheidendes Charakteristikum von Minderheiten-Mehrheiten-Konstellationen benannt wurde, wird damit unschärfer und vielfältiger.

Gleichzeitig darf diese Ungeordnetheit, in der sich Inhalte präsentieren, nicht zur Annahme führen, dass es keine impliziten Ordnungs- und Aufbereitungsmechanismen in der Darstellung religiöser Mehrheiten, Minderheiten und ihrer Verhältnisse gäbe: Algorithmen bestimmen auf allen Plattformen mit, welche Inhalte für wen sichtbar werden und damit dürfte auch das algorithmisierte Verständnis von gegebenen Minderheiten-Mehrheiten-Konstellationen eine Rolle spielen – etwa, wenn auf einer Plattform ersichtlich ist, dass User*innen bestimmte Identitätsmerkmale aufweisen, und ihnen dann

vermehrt Inhalte einer Gruppe mit ähnlichen Merkmalen in die Timeline gespielt werden. Hier kommt also ein drittes Verständnis von Mehrheiten und Minderheiten zum Tragen: das der zugrunde liegenden Algorithmen, die zwar spiegeln, was sie selbst von menschlichem Verhalten online gelernt haben, aber dies auf spezifisch angewiesene Art und Weise umsetzen. Schließlich ist beizufügen, dass natürlich nicht nur Algorithmen, sondern auch andere Ordnungsmechanismen wie Sprachgrenzen, Moderationen und von User*innen selbst einstellbare Vorgaben beeinflussen, was in welcher Konstellation sichtbar wird und damit auch das Potential hat, verknüpft zu werden.

5 Eine kurze Zusammenfassung

Die angestellten Überlegungen sollen einige Anregungen geben, wie das Thema des vorliegenden Bandes in das Feld gegenwärtiger medialer Diskurse und deren religionswissenschaftliche Erforschung eingeordnet werden kann. Viele Zugriffe und Perspektiven sind dabei denkbar, hier wurde nun ein Schwerpunkt gewählt, der die Entstehungsbedingungen für Diskurse über bzw. die Verhandlung von Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen in unterschiedlichen Medienlogiken verschiedener Medienlandschaften vorortet. Damit sollte aufgezeigt werden, dass die Verhandlung von Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen je nach medialem Kontext unter ganz unterschiedlichen Rahmenbedingungen erfolgt, und dies in Beziehung zu den vier Herausforderungen gesetzt werden, die anfangs mit Blick auf eine religionswissenschaftliche Auseinandersetzung mit Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen ausgearbeitet wurden. Auf diese Weise wird deutlich, dass in differenten medialen Zusammenhängen a) die Komplexität tatsächlicher Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen unterschiedlich breiten Raum findet bzw. unterschiedlich restringiert in der Vorbereitung einer Erzählung kanalisiert und zugespitzt wird; b) auch Selbstidentifikationen und die mit ihnen verbundenen strategischen Interessen unterschiedlich stark entfaltet werden können; c) gemäß der Option auf zusätzliche Komplexität auch innerhalb oder außerhalb des Markers »Religion« zusätzliche Differenzierungen eingezogen werden können, und d) der Begriff der Mehrheit oder Minderheit mehr oder weniger explizit in Anschlag gebracht bzw. an einem Vorverständnis bestehender Diskurse über spezifische Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen angeknüpft werden kann.

Für diese ersten Beobachtungen wurde eine recht grobe Unterscheidung zwischen Massenmedien und sozialen Medien eingezogen, der vertiefte Blick auf die Komplexität von Mehrheiten und Minderheiten ging zu Lasten der Komplexität von Medienlandschaften. Auch hier finden sich jeweils tiefergehende Funktionszusammenhänge, die in ebensolche Binnendifferenzierungen münden müssten – etwa zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Massenmedien, vor allem aber auch hinsichtlich der großen Bandbreite verschiedener sozialer Medien und der sie bestimmenden Logiken. Schließlich ist dringend jene Komplexität zu berücksichtigen, die sich erst in der Rezeption bzw. Nutzung und Aneignung der Medien entfaltet, und sich daher erst erschließt, wenn die tatsächlichen Deutungen der medialen Diskurse und ihre Konsequenzen etwa für Identifikationsprozesse zum Untersuchungsgegenstand werden. Stichworte wie Algorithmizität, Kommunikationsstrukturen, Machtverhältnisse und Rezeptionsforschung weisen aber den Weg, in Forschungen, die das Feld der Thematisierung von Mehrheiten-Minderheiten-Konstellationen in medialen Diskursen berühren, stärker ins Detail zu gehen.

Literaturverzeichnis

- Aeschbach, M. (2024): *Bilder nationaler Zugehörigkeit. Muslimische Frauen und ›akzeptable Differenz‹ in Deutschschweizer Mediendiskursen*, Bielefeld.
- ARD/ZDF-Onlinestudie (2022): *Grundlagenstudie im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission*. Zugriff unter: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/ARD_ZDF_Onlinestudie_2022_Publikationscharts.pdf
- Bochinger, Chr. (2015): »Religiöse Minderheiten zwischen Selbst- und Fremdbildern«, in: Weltecke et al. (Hg.), *Religiöse Vielfalt und der Umgang mit Minderheiten. Vergangene und gegenwärtige Erfahrungen*, Konstanz, S. 25–56.
- Bonfadelli, H. (2007): »Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien«, in: Bonfadelli/Moser (Hg.), *Medien und Migration*, Wiesbaden, S. 95–118.
- Brosius, H.-B./Esser, Fr. (1995): *Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt*, Wiesbaden.
- Carlos, B. A. (2014): »Ethno-religious minorities«, in: Horden/Kinoshita (Hg.), *A Companion to Mediterranean History*, Chichester, S. 361–377.

- Christman, A./Danaci, D. (2012): »Direct Democracy and Minority Rights. Direct and Indirect Effects on Religious Minorities in Switzerland«, in *Politics and Religion* 5 (1), S. 133–160.
- Favre, V. (2011): »Resultate der Quantitativen Inhaltsanalyse. Religion(en) in fünf Schweizer Fernsehprogrammen«, in: Jecker (Hg.), *Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven*, Konstanz, S. 65–97.
- Forrest-Bank, Sh. S./Dupper, D. R. (2016): »A qualitative study of coping with religious minority status in public schools«, in: *Children and Youth Services Review* 61, S. 261–270.
- Fox, J. et al. (2018): »New data and measures on societal discrimination and religious minorities«, in: *Interdisciplinary Journal of Research on Religion* 14, S. 1–37.
- Gupta, G. et al. (2018): »Religion, minority status, and trust. Evidence from a field experiment«, in: *Journal of Economic Behavior & Organization* 146, S. 180–205.
- Halm, D. (2006): *Zur Wahrnehmung des Islams und zur sozio-kulturellen Teilhabe der Muslime in Deutschland. Forschungsbericht*. Zugriff unter: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/42866/ssoar-2006-Zur_Wahrnehmung_des_Islams_und.pdf
- Hepp, A. (2021): *Auf dem Weg zur digitalen Gesellschaft. Über die tiefgreifende Mediatisierung in der sozialen Welt*, Köln.
- Jecker, C. (Hg.) (2011): *Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven*, Konstanz.
- JIM-Studie (2022): *Jugend, Information, Medien*. Zugriff unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf
- Johns, A. (2014): »Muslim Young People Online: »Acts of Citizenship« in Socially Networked Spaces«, in: *Social Inclusion* 2 (2), S. 71–82.
- Kalwa, N. (2013): *Das Konzept »Islam«. Eine diskurslinguistische Untersuchung*, Berlin.
- Karakaşoğlu, Y./Klinkhammer, G. (2016): »Religionsverhältnisse«, in: Mecheril (Hg.), *Handbuch Migrationspädagogik*, Weinheim, S. 294–310.
- Karis, T. (2013): *Mediendiskurs Islam*, Wiesbaden.
- Koch, C. (2009): »Das Politische dominiert: Wie Schweizer Medien über Religionen berichten«, in: *Communicatio socialis* 42 (4), S. 365–381.
- Koch, C. (2012): *Religion in den Medien. Eine quantitative Inhaltsanalyse von Medien in der Schweiz*, Konstanz.
- Krotz, Fr. (2007): *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*, Wiesbaden.

- Lauser, A./Weissköppel, C. (Hg.) (2008): *Migration und religiöse Dynamik: Ethnologische Religionsforschung im transnationalen Kontext*, Bielefeld.
- Lövheim, M. (2004): »Young People, Religious Identity, and the Internet«, in: Dawson/Cowan (Hg.), *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, New York, S. 59–73.
- Lövheim, M. (2012): »Religious socialization in a media age«, in: *Nordic Journal of Religion and Society* 25 (2), S. 151–168.
- Maletzke, G. (1998): »Psychologie der Massenkommunikation«, in: Maletzke (Hg.), *Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven*, Opladen, S. 45–48.
- May, M./Smilde, D. (2015): »Minority Participation and Well-Being in Majority Catholic Nations. What Does it Mean to be a Religious Minority?«, in: *Journal of Religion and Health* 55, S. 874–894.
- Meer, N. (2008): »The politics of voluntary and involuntary identities: Are Muslims in Britain an ethnic, racial or religious minority?«, in: *Patterns of Prejudice* 42 (1), S. 61–81.
- Müller, D. (2005): »Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien«, in: Geißler/Pöttker (Hg.), *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*, Bielefeld, S. 83–126.
- Müller, H. (2010): *Religionswissenschaftliche Minoritätenforschung. Zur religionshistorischen Dynamik der Karäer im Osten Europas*, Wiesbaden.
- Neumaier, A. (2016): »Because faith is a personal matter! Aspects of Public and Private in Religious Internet Use«, in: *Journal of Religion in Europe* 9/4, S. 441–462.
- Peterson, Kr. M. (2016): »Beyond fashion tips and hijab tutorials. The aesthetic style of islamic lifestyle videos«, in: *Film Criticism* 40 (2).
- Röder, M. (2007): *Haremsdame, Opfer oder Extremistin? Muslimische Frauen im Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL*, Berlin.
- Schmidt, J.-H./Taddicken, M. (2022): »Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen«, in: Schmidt/Taddicken (Hg.), *Handbuch Soziale Medien*, Wiesbaden, S. 19–34.
- Seufert, W./Gundlach, H. (2017): *Medienregulierung in Deutschland. Ziele, Konzepte, Maßnahmen*, Baden-Baden.
- Shooman, Y. (2010): »Selbst- und Fremdbilder in der medialen Rezeption der Deutschen Islam Konferenz. Eine Fallstudie zu den Tageszeitungen FAZ und DIE WELT«, in: Ucar (Hg.), *Die Rolle der Religion im Integrationsprozess. Die deutsche Islamdebatte*, Frankfurt a.M., S. 247–260.

- Small, J. L./Bowman, N. A. (2011): »Religious commitment, skepticism, and struggle among U.S. college students. The impact of majority/minority religious affiliation and institutional type«, in: *Journal of Scientific Study of Religion* 50 (1), S. 154–174.
- Spielhaus, R. (2010): »Media making Muslims. The construction of a Muslim community in Germany through media debate«, in: *Contemporary Islam* 4 (1), S. 11–27.
- Taddicken, M./Schmidt, J.-H. (2022): »Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien«, in: Schmidt/Taddicken (Hg.), *Handbuch Soziale Medien*, Wiesbaden, S. 3–17.
- Van Dommelen, A. et al. (2015): »Construing multiple in-groups: Assessing social identity inclusiveness and structure in ethnic and religious minority group members. Social identity inclusiveness and structure«, in: *European Journal of Social Psychology* 45, S. 386–399.
- Wellgraf, St. (2008): *Migration und Medien. Wie Fernsehen, Radio und Print auf die Anderen blicken*, Berlin.
- Weltecke, D. (2015): »Einführende Bemerkungen«, in: Weltecke et al. (Hg.), *Religiöse Vielfalt und der Umgang mit Minderheiten. Vergangene und gegenwärtige Erfahrungen*, Konstanz, S. 9–24.