Communicatio Socialis 7 (1974) 3: 197-209
Quelle: www.communicatio-socialis.de

Communicatio Socialis

ZEITSCHRIFT FÜR PUBLIZISTIK IN KIRCHE UND WELT

In Verbindung mit
Michael Schmolke (Salzburg), Karl R. Höller (Aachen)
und Kees Verhaak (Nimwegen)
herausgegeben von
FRANZ-JOSEF EILERS SVD (AACHEN)

7. Jahrgang 1974 | Juli – September | Nr. 3

Pfarrblätter in Österreich — Katholische Publizistik zwischen Postwurf und Sendung

von Maximilian Gottschlich

1. Vorbemerkung

Lange Jahre galt der Frage des eigentlichen Stellenwerts der kirchlichen Publizistik im Prozeß der gesellschaftlichen Kommunikation ein — wenn überhaupt — so doch recht unterdotiertes Engagement. Erst die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio" und im Anschluß daran die immer häufiger auf sie verweisenden Stellungnahmen machten die Reflexion über das Verhältnis Kirche und Massenmedien auch hierzulande zum vorrangigen Gesprächsthema. Während sich also der Prozeß der diesbezüglichen Meinungs- und Erkenntnisbildung, über exklusive Seminare hinausgehend, unter Mitwirkung von Wissenschaft und publizistischer Praxis verstärkt auch innerhalb der gesamten Amtskirche und der Katholiken vollzieht, ist die Kirchenpresse längst auf dem Weg in die Stille eines publizistischen Gettos: die fallenden Auflagenziffern[1] symbolisieren, daß die alten Treuebeziehungen zwischen Kirchenpresse und Kirchenvolk kaum mehr existieren — die lesebequeme Boulevard-Presse, vor allem aber die elektronischen Medien haben es übernommen, die Informationsbedürfnisse der Menschen treffsicherer aufzuspüren und geschickter zu manipulieren als diözesane Kirchenzeitungen.

Zwar wirbt in Österreich eine beeindruckende Vielzahl offizieller und offiziöser Medien um die Gunst des Publikums, doch haben sie es — betrachtet man die publizi-

Dr. Maximilian Gottschlich ist Hochschul-Assistent am Institut für Publizistik an der Universität Wien. Er hat die Ergebnisse einer Aussagenanalyse österreichischer Pfarrblätter als Dissertation unter dem Titel „Katholische Publizistik im sozialen Prozeß der lokalen Gesellschaft — Funktion und Erscheinungsbild österreichischer Pfarrblätter" vorgelegt.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

stische Effizienz — weitgehend ihren weltlichen Konkurrenten überlassen, das Feld der öffentlichen Meinung selbst in Fragen, die Kirche, Religion und Weltanschauung betreffen, zu bearbeiten.

Für die Kirche in Österreich zeichnet sich — die Beschlüsse und Empfehlungen der Sachkommission IV beim Österreichischen Synodalen Vorgang „Kirche und Massenmedien" lassen es hier nicht an Deutlichkeit fehlen — zunehmend die Notwendigkeit ab, sowohl ihr sozial-kommunikatives Verhalten mit den Bedingungen und Erfordernissen der durch die zeitgenössischen Medien hergestellten gesellschaftlichen Kommunikation in Einklang zu bringen als auch daranzugehen, die eigenen, traditionellen Medien auf die aktuelle Situation hin abzustimmen; das bedeutet, deren Funktion und Struktur zu überdenken, um sie — und damit sich selbst — als Faktor im Prozeß der öffentlichen Meinungsbildung konkurrenzfähig zu machen.

2. *Chancen auf dem Kommunikationsmarkt*

In Österreich erscheinen heute annähernd 1500 Publikationen, die sich unter dem Sammelbegriff „Pfarrpresse"[2] subsumieren lassen und deren jährliche Gesamtauflage die Millionengrenze bei weitem übersteigt.

Aus dem Streben nach einer Bestandsaufnahme sowie Neuordnung der kirchlichen Kommunikationskanäle hat die Österreichische Synode mit der Vorlage der Sachkommission IV „Kirche und Massenmedien" und der Arbeit der Katholischen Pressekommission Österreichs begonnen, diesem Detailbereich der publizistischen Aktivitäten der Kirche in vermehrtem Maße Aufmerksamkeit zu schenken.

Daß es für die Kirche durchaus von Relevanz ist, sich neben Spekulationen über ein Satelliten-Weltprogramm aus dem Vatikan und einer künftigen Präsenz auf dem Kassettenmarkt der Pfarrpublizistik in verstärktem Maße anzuwenden, zeigen folgende Überlegungen:

Der nationale Versorgungsbereich der elektronischen Medien und die Entwicklung der Presse zu überregional konzentrierten Informationsträgern haben eine Marktlücke im lokalen Bereich entstehen lassen. Für die Pfarrpresse liegt es nahe, diese Lücke auszufüllen.

Nicht nur das Pfarrblatt (auch) als Lokalblatt, sondern allgemein die soziale Bedeutung des lokalen Raums verweist auf die Möglichkeit, Religion und Kirche erlebbar zu machen: „Religiöses Tun verlangt auch immer den sozialen Bezug. Ein gesellschaftlich losgelöster Glaube setzt einen Intellektualisierungsgrad und eine Abstraktionsfähigkeit voraus, die sicher nicht von der Mehrheit der Gläubigen zu vollziehen sind. Die abstrakte Gläubigkeit ohne Einbettung in eine lokale und soziale Wirklichkeit wird immer nur wenigen möglich sein."[3]

Empirische Ergebnisse lassen den Schluß zu, daß zwischen Integration in die Pfarrgemeinde und Bindung an die Kirche ein direkter Zusammenhang besteht.

Anlaß, die Situation der Pfarrpresse nicht nur neu zu überdenken, sondern das diesbezügliche Denken auch in konkrete Programme des Handelns aller Beteiligten münden zu lassen, geben die Ergebnisse einer empirischen Analyse österreichischer Pfarrblätter, die am Institut für Publizistik der Universität Wien durchgeführt wurde.[4]

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Grundlage der Untersuchung bildete eine über das gesamte österreichische Bundesgebiet gestreute Stichprobe. Mit Hilfe einer modifizierten qualitativ-quantitativen Technik der Aussagenanalyse wurden sämtliche Aussagen der das Untersuchungsmaterial bildenden Pfarrblätter[5] auf ihre verschiedenen inhaltlichen Qualitäten hin überprüft, wobei als relevante Dimensionen

Thematik der Aussage[6],
Tendenz der Ausage,
journalistische Gestaltung der Aussage

festgelegt wurden.[7]

3. Empirischer Befund — die Publizistik der Lokalkirche

3.1. Das thematische Angebot

In überwiegendem Maße beziehen sich die Themen der österreichischen Pfarrblätter auf die Organisation des Pfarrlebens (26,6 %)[8], wobei Mitteilungen und Kurznachrichten die gebräuchlichsten Formen der Aufarbeitung dessen sind, was in der Pfarre geschieht. Im inhaltlichen Angebot steht die Darstellung des Kirchenjahres an zweiter Stelle (23,9 %), gefolgt von der Pfarrchronik (14,9 %) und Informationen, die sich auf den lokalen Umraum beziehen (9,5 %).

8 % der Texte setzen sich mit Glaubensfragen auseinander, nur 2 % aller analysierten Aussagen werden der Erörterung menschlicher Problemsituationen gewidmet.

Gesellschaftspolitische Fragen im Zusammenhang mit der Position der Kirche bzw. des Katholiken in der Gesellschaft finden im redaktionellen Konzept der österreichischen Pfarrpresse kaum Beachtung (0,6 % bzw. 5,8 %).

Publizistisches Engagement zur religiösen Aktivierung der Fernstehenden bzw. zur Werbung für das Pfarrleben ist praktisch nicht erkennbar (je 0,2 %).

Aus dem Grad der Häufigkeit des Vorkommens der einzelnen Themenkreise läßt sich die potentielle Wirkrichtung des Pfarrblatts innerhalb der Rezipientenschaft „Pfarrangehörige" thesenartig folgendermaßen beschreiben:

Das Pfarrblatt ist von seinem Themenangebot her nur auf das Intensivsegment der Pfarre gerichtet.

Da es sich inhaltlich vorwiegend auf die Organisation der Pfarrgemeinschaft bezieht und dabei die Aktualität der gesellschaftlichen Realität, wie sie sich generell, aber auch im lokalen Raum darstellt, kaum beachtet, fehlt die Bezugsebene zu jenen, die sich nicht als Mitglied dieser Pfarrgemeinschaft verstehen.

Die österreichischen Pfarrblätter gehen kaum auf die Problemstellungen im psychischen Bereich der angesprochenen Leser ein — die soziale Erfahrung des Pfarrers findet also nicht ihre publizistische Verwertung. Damit wird auf die Möglichkeit verzichtet, die große Masse jener Getauften zu erreichen, die indifferent der Kirche und der Religion gegenüber eingestellt sind, die auf Grund ihrer persönlichen Probleme keinen Zugang zu dem von der Kirche angebotenen Glauben als Hilfe zur Überwindung dieser Probleme gefunden haben.

Aber auch für die Gemeinschaft der Aktiven innerhalb des Intensivsegments — also die vermutlich treuesten Pfarrblattkonsumenten — erfüllt die Pfarrpublizistik in

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ihrer gegenwärtigen thematischen Struktur kaum die Funktionen, den religiösen Lernprozeß anzuregen bzw. weiterzuführen und zur Bildung eines gesellschaftlichen Selbst- bzw. Rollenverständnisses als praktizierende Katholiken beizutragen.

3.2. Tendenz und journalistische Gestaltung

Die ergänzende Analyse der Aussagetendenz — die Beurteilung also, auf welche Art und Weise ein Thema behandelt wird[9] — bekräftigt die Annahme, daß das österreichische Pfarrblatt in der Mehrzahl seiner Erscheinungsformen kaum eine auf echtes Leserinteresse abgestimmte Publizistik betreibt: entsprechend seinem Mitteilungscharakter prägt die Mehrzahl der Ausagen eine sachlich-informative Tendenz (47,7 %), während in nur 5 % der Texte eine solidarische Grundstimmung erkennbar ist.

Im Vergleich zur sachlich-informativen Tendenz weisen die untersuchten Pfarrblatt-Texte geringen Appellcharakter auf (9,2 %), zu einem verhältnismäßig geringen Prozentsatz sind sie kontemplativ (11,8 %).

Die Form der Kurznachricht (24,0 %) und des längeren Statements[10] (19,5 %) prägt das Gesicht der Pfarrblätter. Journalistische Aussageformen wie Kommentar und Glosse finden selten Anwendung (5,5 % bzw. 4,0 %), die Reportage wird für die Gestaltung von Pfarraussagen nur vereinzelt angewendet (4,9 %), ständige Rubriken fast überhaupt nicht (0,5 %).

Als bemerkenswerteste Ergebnisse der Zuordnung von Thematik, Tendenz und Aussagegestaltung lassen sich festhalten: Die Thematik ‚Pfarrleben' bzw. ‚Pfarrorganisation' — Spitzenreiter im thematischen Angebot — wird fast ausschließlich sachlich-informativ (92,3 % aller Aussagen in dieser Themenkategorie) dargestellt. In nur 3,4 % der hier einzuordnenden Inhalte konnte eine solidarische Tendenz festgestellt werden, also jene Grundstimmung, von der anzunehmen ist, daß sie gerade in Zusammenhang mit dem Thema Pfarrleben als intendierte Werthaltung „mitkommuniziert" wird.

Nur 10,3 % der Aussagen zum Themenbereich Pfarrleben werden als Bericht, kaum 1 % als Fotoreportage angeboten. Das Pfarrleben findet demnach vorwiegend in den möglichen Formen der Kurzdarstellung seinen „publizistischen" Niederschlag. Vorwiegend als längeres Statement („gedruckte Predigt") wird das Kirchenjahr behandelt; die dominierenden Tendenzen sind hier mit fast gleicher Häufigkeit interpretierend (35,1 %) und kontemplativ (32,1 %).

Die Analyse der publizistischen Qualität österreichischer Pfarrblätter zeigt also zweierlei:

daß die Pfarrblattredakteure in viel zu geringem Maße auf die religiösen Randschichten Bedacht nehmen und kaum versuchen, Leseinteresse zu wecken,

daß das Pfarrblatt aber auch selten auf der Basis einer tragfähigen Leser-Blatt-Bindung (Amtscharakter!) im Sinne einer auf emotionaler Befriedigung basierenden Identifikationsmöglichkeit zur Aktivierung von Pfarrgemeinschaft unter den praktizierenden Katholiken dienstbar gemacht wird.

Es verdichtet sich die Vermutung, daß selbst jene Pfarrblattinhalte, die vorwiegend für das Intensivsegment der Pfarrangehörigen dargestellt werden — und bei der vorliegenden Untersuchung in der Verteilung der Themenbereiche auch eine dominierende Position einnehmen — ins Leere gehen, publizistisch funktionslos sind,

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wenn man als publizistische Funktionen[11] jene Leistungen des Pfarrblatts versteht, die

die Integration des Intensivsegments der Pfarre fördern (Ausbildung von Strukturen zur Erhaltung der Gemeinschaft),

für die Gemeinschaft dieses Intensivsegments bzw. für den gemeinsamen christlichen Glauben als Gemeinschaftsgrund bei den Fernstehenden werben.

Es ist die Frage zu stellen, ob die Lokalkirche mit Mitteilungsblättern, mit einer an alle Haushalte einer Pfarre adressierten Duplikation ihres Informationskastens dieser Aufgabe entspricht.

4. Pfarrpresse — Requisit in der Medienlandschaft?

Wo liegt der produktspezifische Stellenwert des Pfarrblatts, von dem aus sich die Fragen nach der publizistischen Effektivität erst bestimmen? Das Pfarrblatt kann als lokales Kommunikationsmedium angesehen werden, dessen Funktionsbereich dort ansetzt, „wo die primitivste Form der Kommunikation, die mündliche Mitteilung und das Gerücht, nicht mehr ausreicht".[12] Die spezifische Position eines solchen Mediums der Lokalkommunikation liegt „zwischen der direkten face-to-face-Kommunikation einerseits und der massenmedialen Kommunikation andererseits".[13] Der Unterschied zwischen Pfarrblatt und Lokalzeitung ist darin zu sehen, daß die publizistischen Leistungen des Pfarrblatts nicht ausschließlich der Integration in die territoriale Sozialstruktur dienen, sondern zugleich auch der Integration in das kirchlich-religiöse System, repräsentiert durch die Lokalkirche.

Es kann davon ausgegangen werden, daß religiöse Sozialisation[14] — definierbar als Internalisierungsvorgang zur sinnbewußten Orientierung von Verhaltensweisen gegenüber dem Übernatürlichen — neben Familie und Schule auch durch Integration in die lokale Pfarrgemeinde geschieht. Die Artikulation der für die lokale Gesellschaft „relevanten Belange"[15], also die Beteiligung des Mediums Pfarrblatt an der Herstellung örtlicher Öffentlichkeit[16] kann als eine Phase jenes Integrationsprozesses angesehen werden, der sich letztlich als „brüderliche Gemeinde", als „Gemeinschaft im Glauben" realisiert.

Entsprechend der publizistischen Stellung des Pfarrblatts zwischen face-to-face-Kommunikation und Massenkommunikation lassen sich nur bedingt Vergleiche mit den Gesetzmäßigkeiten und Strukturen der interpersonalen Kommunikation ziehen. Das persönliche Gespräch etwa, als bedeutsamer Faktor der Gemeinschaftsbildung, begründet eine andere Art von Sozietät als dies durch die „technische Veranstaltung" von „Kommunikation" durch die Medien der Fall ist. Während bei der interpersonalen Interaktion im günstigen Fall „Gemeinschaft passieren" kann durch Kommunikation[17] „als wechselseitigem Geschehen"[18] zwischen Individuen, also auf gegenseitigem unmittelbar überprüfbarem Verstehen beruht, fehlt bei der durch Medien vermittelten Kommunikation diese „soziale Dimension der Information"[19], eben die direkte Kommunikation, die zwischen zwei oder mehreren Partnern stattfindet.

Die Reflexionen zum Thema Pfarrblatt als einem „Mittel der Begegnung"[20], als „Blatt der Gemeinde für die Gemeinde"[21] — der Katalog diesbezüglicher Attribute ließe sich noch weiter fortführen — haben neben dem Engagement, neue Wege zu zeitbeständigen pastoralen Zielen zu zeigen, vor allem eines gemeinsam: das Postulat der Kommunikation und der Information als deren konstitutive Elemente.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die Selbstverständlichkeit, mit der die Begriffe Information und Kommunikation bisweilen als Synonyme gebraucht, kaum aber auf ihre Bedeutung für das konkrete Problem hinterfragt werden, muß den mit der Herausgabe eines Pfarrblatts Betrauten zur Annahme führen, mehr Information würde automatisch zu besserer Kommunikation beitragen und diese werde stärkere Integration in die christliche Gemeinschaft bewirken.

Zumindest von der Quantität her gesehen, besteht, wie die empirische Analyse zeigt, kein Mangel an Informationen über das Pfarrgeschehen, dennoch gibt es kaum jenen oft zitierten Informationsfluß zwischen den durch das Medium Pfarrblatt verbundenen Beziehungspartnern; das Pfarrblatt ist hierzulande noch weit davon entfernt, „Instrument der Kommunikation"[22] zu sein.

5. *Schlagwort „Information"*

Die Informationen, vor allem also Sachdaten zum Pfarrgeschehen, sind sicher eine notwendige, aber, wie sich zeigt, noch keine hinreichende Bedingung, Pfarrbewußtsein und in weiterer Folge Pfarrgemeinschaft durch Kommunikation zu initiieren bzw. zu vertiefen: Eine differenzierte Betrachtungsweise dessen, was Information eigentlich bedeutet, scheint notwendig.

Informationen sind Daten, die geeignet sind, Unsicherheit beim Rezipienten zu reduzieren.[23] Information *selbst* ist Reduktion von Unsicherheit auf Seite des Aussageempfängers als Ergebnis eines Informationsprozesses. Information setzt demnach einen Zustand des Nichtwissens und das Bedürfnis voraus, dieses Nichtwissen zu beseitigen.

Sachbezogenes Beispiel: wenn sich jemand über die Beginnzeiten bestimmter Veranstaltungen in der Pfarre „informieren" möchte, also das Bedürfnis entwickelt hat, diese Veranstaltungen eventuell auch zu besuchen, wird eine diesbezügliche Mitteilung für ihn Information im Sinne obiger Definition sein. Für den Leser, der nicht das Bedürfnis hat, diese Veranstaltung zu besuchen, wird die entsprechende Aussage keine Information, sondern nur eine Ansammlung von Daten darstellen, die zwar seinen Wissensstand erhöhen können, aber jene für die Informationssituation charakteristische Reduktion von Unsicherheit nicht leisten: es fehlt die Voraussetzung — das entsprechende Bedürfnis.

Offensichtlich gewinnen solche Daten als Aussagen nur dann den Charakter einer Information, wenn sie eine für das Individuum „unmittelbar verwertbare Richtlinie für das Erleben und Handeln darstellen".[24] Wer also das Pfarrblatt und nicht etwa die Tageszeitung als Medium für potentielle Information heranzieht, der tut dies auf Grund seiner speziellen Motivation.

Allgemein: wenn das Bedürfnis vorhanden ist, von der Kirche bestimmte Antworten auf bestimmte Fragen zu erhalten, werden die entsprechenden Aussagen Information bedeuten können. Dies setzt u. a. aber voraus, daß die Kirche konsequent bestrebt sein müßte, die Bedürfnislage derjenigen Menschen, die sie ansprechen möchte, zu erfassen, damit sie nicht auf „Fragen antwortet, die niemand gestellt hat".[25]

Diesen Gesichtspunkt gilt es auch für die Pfarrpresse zu beachten und ihr Informationsangebot an neuen Maßstäben zu orientieren. Ein Leser, der sich mit der Pfarre als Gemeinschaft von Gleichgesinnten nicht identifizieren kann oder will

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

(und das ist die Mehrheit derer, die ein Pfarrblatt frei Haus geliefert bekommen), wird von Informationen zur Pfarrorganisation, zum Pfarrleben unberührt bleiben, weil sie für ihn — mangels Identifikationsmöglichkeit — persönlich keine Information sind und dementsprechend auch keine Reaktion auslösen. Das Informationsbedürfnis der weitgestreuten Rezipientenschaft (= Pfarrangehörige) wird sich eher auf jene Bereiche erstrecken, die von den Massenmedien in der Regel nicht abgedeckt werden können, nämlich u. a. auf die unmittelbare Sphäre ihres territorial begrenzten Lebensbereiches.

Im Sinne einer redaktionellen Neukonzeption der Pfarrpublizistik scheint es auch sinnvoll, die Bereiche, zu denen das Pfarrblatt sachlich-informativ oder wertend Stellung nehmen will, klar voneinander getrennt zu halten. Ein Informationsmix von „wichtigen Ereignissen des Pfarrlebens, die alle Menschen interessieren wie ... Restaurierungen, Neueinführungen im Bereich des Religionsunterrichts ..."[26] zeugt von einer eher naiven Überschätzung der publizistischen Wirkkraft solcher Informationen. Denn was hier — sichtlich in Verkennung der Situation pfarrlichen Desinteresses — vorausgesetzt wird, sind gerade jene positiven Einstellungen auf Seite der Rezipienten, die zu erzeugen die Pfarrpublizistik sich (als eine Möglichkeit unter anderen) bemüht bzw. bemühen sollte.

Es ist anzunehmen, daß der Informationsfluß, den es zwischen Pfarrblattredakteur (Pfarrer) und Leser via Medium Pfarrblatt herzustellen gilt, kaum durch Informationen aus dem unmittelbaren Pfarrbereich in Gang gebracht werden kann: „Der Leser muß vom Inhalt her angesprochen werden, was aber nur dann der Fall sein kann, wenn er sich mit dem Inhalt identifizieren kann ... daher gilt es weniger, die Pfarrgemeinde darzustellen und die pfarrinternen Ereignisse zu schildern, als vielmehr auf die Psyche des Lesers einzugehen durch Behandlung von Lebensfragen ..."[27]

6. Kommunikation — Resultat oder Bedingung?

Die Informationen, die das Pfarrblatt anbietet, werden vor allem für die in die Pfarrgemeinschaft integrierten Gemeindemitglieder, die sich informieren wollen, Orientierungshilfe leisten. Ob sie gleichzeitig auch verstärkte Kommunikation im Sinne einer verstärkten Interaktion zwischen den am Prozeß Beteiligten bewirken, ist jedoch mehr als fraglich.

Versteht man mit H. Reimann Kommunikation als „vollzogene, also abgeschlossene Bedeutungsvermittlung zwischen Menschen"[28], so kann behauptet werden, daß das „wesentliche Charakteristikum menschlicher Kommunikation nicht die Übermittlung von Daten an jemanden, der diese noch nicht kennt, sondern primär die Identität der Bedeutungspotentiale der am Kommunikationsakt beteiligten Partner darstellt"[29]. Das heißt aber, daß Kommunikation nicht mit der Quantität der (durch die Pfarrblätter multiplizierten) Informationen ansteigt, sondern daß Kommunikation nur dann vorhanden ist, wenn gemeinsames Einverständnis zwischen den kirchlichen Kommunikatoren und ihren Rezipienten über den gemeinten Sinn der Aussage herrscht.[30] Beispiele für „wirkungslose" Vermittlungsprozesse finden sich gerade im kirchlichen Bereich häufig. Die Informationen sind für die Mehrzahl jener, an die sie gerichtet sind, deswegen nicht verwertbar, weil keine Gebrauchsanweisung, wie diese Informationen zu verstehen seien, mitkommuniziert wird. Die Informationen werden meist anders verstanden als sie gemeint sind, weniger in Bezug auf ihren materiellen Inhalt (Kommunikationsgegenstand), sondern was ihre Bedeutungs-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dimension betrifft. Die Kommunikationsbarrieren im Bereich der kirchlich-religiösen Kommunikation dürften zum Großteil auf diesen Mangel zurückzuführen sein.

Wie Watzlawick[31] nachgewiesen hat, ist für erfolgreiche Kommunikation prinzipielles Einverständnis sowohl über Inhalts- als auch Beziehungsaspekt der Information zwischen den Kommunikationspartnern notwendig. „Der Inhaltsaspekt vermittelt die ‚Daten', der Beziehungsaspekt weist an, wie diese Daten aufzufassen sind."[32]

Besonders für die religiösen Randschichten, für die kirchlich-religiöse Mitteilungen in ebensolchem Maße Information (im ursprünglichen Sinn des Wortes) sein sollen, mag zwar bei ausreichendem Genuß des Religionsunterrichtes ihr jeweiliger Inhaltsaspekt einsichtig sein, ihr Beziehungsaspekt wird ihnen in vielen Fällen aber weitestgehend verborgen bleiben.[33]

Dieser Gesichtspunkt gewinnt gerade für die vorwiegend expressive Kommunikation, „bei der Vorstellungs-, Wert- und Gefühlsinhalte ausgetauscht werden"[34], an Bedeutung:

„Kommunikationsschranken ergeben sich vor allem aus dem Fehlen eines gemeinsamen Bezugssystems des Verstehens. Für normative soziale Gruppen, wie die Kirche, liegt hier das eigentliche Problem. Bei überwiegend expressiven Kommunikationen sind die Schwierigkeiten besonders groß angesichts der in unserer Gesellschaft vorfindlichen Fülle der unverbundenen Wissensformen und der wechselnden Hierarchie von Wissensarten, der Vielfalt der Wortbedeutungen, der Denkmodelle, Abstraktionsstufen und Überzeugungen religiöser, quasireligiöser und nichtreligiöser Art. In unserer Kultur ... ist es äußerst schwierig, Kommunikationen über immaterielle (intangible objects) und nicht standardisierte Gegebenheiten (nonstandardized objects) zu unterhalten."[35]

Womit, um ein gängiges Beispiel zu nennen, die kommerzielle Werbung längst erfolgreich arbeitet, gehört bislang noch nicht zum allgemeinen Instrumentarium kirchlichen Kommunikationsverhaltens. Es geht um die Schaffung von Kategorien, die es erst ermöglichen, daß die vom Kommunikator intendierte Bedeutungsdimension der jeweiligen Aussage[36], aus der Antizipation des subjektiven Interesses des angesprochenen Rezipienten „mitkommuniziert" wird.

Ziel der publizistischen Aktivitäten der Kirche müßte es also sein, zunächst einmal Übereinstimmung herzustellen über das "semantic environment of terms", die gemeinsame Bedeutungsdimension potentieller Kommunikationsinhalte.

In der Folge geht es dann — wobei sich ein weiterer Aspekt der Problematik kirchlich-religiöser Kommunikation ergibt — um die Nutzbarmachung der Information für den Rezipienten, denn: "... they must get something from the manipulator if he is to get something from them"[37]. Das gilt für den Pfarrblattredakteur genauso wie für den Werbemann.

Daher werden weder Informationen, deren Gebrauchswert für den einzelnen Leser uneinsichtig bleibt, noch solche Informationen, bei denen verabsäumt wird, zugleich darzustellen, wie sie zu verstehen seien, noch gar der traditionelle „Informations-Service" pfarramtlicher Ankündigungen, Kommunikation im Sinne eines wechselseitigen Informationsflusses bewirken können.

7. Pfarrblatt — Forum einer kommunikativen Kirche

Wie sich also zeigt, reicht es nicht aus, Kommunikation als conditio sine qua non gerade für das Problem der Integration in die Pfarrgemeinschaft zu postulieren,

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

es reicht auch nicht aus, auf die Frage, wie Kommunikation herzustellen sei, wie man zum Dialog gelangen könne, mit dem nicht weiter hinterfragten Postulat der Information zu antworten.

Wenn das kommunikative Manko der Kirche, ihr Imageverlust und die sich zunehmend weitende Distanz der Menschen zur Kirche und zur Religion als Informationsproblem gesehen werden[38], dann scheint es auch notwendig, sich um die Klärung dieses Problems zu bemühen, also zu erkennen, wo das Bedeutungspotential der Kirche über mögliche Themen des Dialogs mit dem ihrer Umwelt nicht ausreichend übereinstimmt.

Eine aktive Mitgliedschaft in der Kirche setzt heute Argumente voraus, Argumente, die der Leser, Hörer oder Seher auf Grund seiner persönlichen Entscheidung zur Umweltorientierung heranziehen kann. Dies würde allerdings voraussetzen, daß die Kirche die in der Gesellschaft zu bestimmten Themen vorhandenen Bedeutungsdimensionen zur Kenntnis nimmt und bei der Gestaltung „ihrer" Aussagen berücksichtigt, um dem gerade durch die Massenmedien geprägten Begriffs- und Problemverständnis ihres Publikums zu entsprechen.

Für die publizistische Praxis würde dies bedeuten, weniger fertige Formen „richtigen" Verhaltens plakativ darzustellen, sondern die aktuellen Probleme, derer sich eine wachsende Vielzahl kritischer Stellungnahmen aus dem weltlichen Bereich erfolgreich annimmt, aus christlicher Sicht zu analysieren, das Pro und Contra bestimmter Verhaltensweisen — auch der eigenen — offen abzuwägen und öffentlich Stellung zu beziehen. Ein so verstandenes Bewußtsein dessen, was Information in der Praxis seitens der Kirche bedeutet, weiß sich dem Ziel verpflichtet, dem einzelnen Medienkonsumenten die Komplexität der Beziehungen seiner Existenz, sowohl horizontal — in seinem Verhältnis zu seinen Mitmenschen, als auch vertikal — in seinem Verhältnis zu Gott — möglichst transparent zu machen.

Das Bemühen um ein geweitetes Verständnis der Eigengesetzlichkeit der Massenmedien, das sich im Verhalten der Kirchenführung zu manifestieren beginnt, ist sicherlich ein erster Schritt hin zum Fernziel einer im öffentlichen Bewußtsein verankerten Kirche; aus diesem Verständnis müßte sich aber auch zum einen eine Reorganisation des innerkirchlichen Kommunikationsflusses ergeben, zum anderen müßten sich diese Einsichten auch bis zum Ortspfarrer durchsprechen. Gerade für ihn — am direktesten konfrontiert mit der sich rasch wandelnden Umwelt der Kirche, müßten diese Einsichten als konkrete Programme kommunikativen Agierens praktikabel gemacht werden.

So „... ist die Form einer überzeugungsstarken Weltbeschreibung — es gibt den Gott, es gibt ein Leben nach dem Tod, der Christus ist geboren — nicht instruktiv genug. Die Implikation, daß daraufhin nicht mehr beliebig gehandelt werden kann, muß herausgeholt und nicht die Form einer allgemein verbindlichen Moral bloß verkündet und eventuell sanktioniert, sondern in Regeln des amtlichen Vorgehens umgearbeitet werden mit dem Ergebnis, daß Erfolge und Mißerfolge sichtbar, diskutierbar, kontrollierbar werden ..., es kommt darauf an, daß hinreichende Kriterien richtigen Verhaltens artikuliert sind und daß diese Kriterien positiv, vorläufig, variabel, lernbereit angenommen werden ... eine lernende Kirche ist eine Organisation, die ihre Programme anhand ihrer Erfahrung ändern kann."[39]

Diese Forderung nach einem sich an der Umwelt flexibel konditionierenden Programm kommunikativen Verhaltens einer im Prinzip „kommunikativen Kirche"[40]

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ist als Grundlage zur entsprechenden Bewußtseinsbildung für die kirchlichen Funktionsträger im Prozeß der Massenkommunikation anzusehen.

„Man könnte sich, um nur ein Beispiel zu geben, ein Rahmenprogramm denken, das dem Geistlichen aufgibt, dem Menschen zu helfen, sich selbst eine nachhaltige Antwort auf die Frage, wer bin ich, zu geben, und dies durch Konfrontierung mit Gott (und nicht z. B. durch Vermittlung einer Chance, Geld zu verdienen) zu erreichen."[41]

Wenn das öffentliche Reden der Kirche verbindliches Reden sein will, mit der Absicht, durch eine Neuformulierung der einmal in die geschichtliche Realität eingetretenen Heilsbotschaft Orientierungshilfe zu leisten, dann ist der eigentliche Anspruch, der an eine Neukonzeption des Mediums Pfarrblatt zu stellen ist, zunächst ein Anspruch, der an die Revitalisierung des kommunikativen Bewußtseins des publizistisch tätigen Klerus gerichtet werden muß. Um als Medium im sozialen Prozeß der lokalen Gesellschaft wirksam zu werden, um sich also, neben anderen Medien, an der Herstellung lokaler Öffentlichkeit zu beteiligen, wird allein mit dem Angebot an „Mitteilungen aus der Pfarrkanzlei", wie es das derzeitige Erscheinungsbild österreichischer Pfarrblätter prägt, kaum das Auslangen gefunden werden, wird eine hektographierte 4-Seiten-Publizistik kaum das nötige Gewicht auf die sensible Waage eines verwöhnten Publikums bringen können.

Am Beginn der notwendigen Investitionen, nicht zuletzt auch finanzieller Art, steht daher die Forderung nach einer spezifischen Aus- bzw. Fortbildung für Pfarrblattredakteure. Aus dem empirischen Befund des publizistischen Erscheinungsbildes österreichischer Pfarrblätter lassen sich grundlegende Anhaltspunkte gewinnen, in welchen Bereichen publizistischen Arbeitens ein solches Ausbildungsprogramm schwerpunktmäßig anzusetzen hätte.[42]

Die naheliegenden Fragen nach dem „Handwerkszeug" journalistischer Fertigkeiten bei der Informationsbeschaffung, Informationsbearbeitung und Informationspublizierung werden dabei in Zusammenhang mit der grundlegenden Auseinandersetzung und Instruktion über den publizistischen Funktionsbereich des Mediums Pfarrblatt zu stellen sein. Zum einen wird also der Pfarrblattredakteur berücksichtigen müssen, „was möglichst viele Menschen, die in das System ‚Lokales' integriert sind, als Mitglieder dieses Systems betrifft und angeht"[43], zum anderen wird es darum gehen, seine soziale Erfahrung als Pfarrer oder Laie „umzusetzen"; das heißt, im Aufzeigen gerade von Problemlösungen im psychischen Bereich die Pfarrpresse als Alternative zu den säkularen Lebenshilfeaktionen (Illustrierte) zu profilieren.

Anmerkungen:

1. Vgl. dazu Österreichisches Pastoralinstitut (Hrsg.): Synode Österreich, Information über den österr. Synodalen Vorgang, Wien, September 1973, Nr. 5, S. 43.
2. Hierbei handelt es sich um eine Schätzung des Österreichischen Pastoralamtes, allerdings dürften unter diese Zahl auch Mischformen von Pfarrbrief, Vermeldungsblatt und Pfarrblatt im Sinne der Pfarrzeitung fallen.
3. „Mitteilungen des Instituts für kirchliche Sozialforschung" (IKS), Wien 1964, Nr. 3, S. 7.
4. Vgl. dazu Gottschlich, Maximilian: Katholische Publizistik im sozialen Prozeß der lokalen Gesellschaft — Funktion und Erscheinungsbild österreichischer Pfarrblätter, phil. Diss., Wien 1973.
5. Insgesamt wurden 274 Pfarrblätter als Untersuchungsmaterial herangezogen und 1676 Texte analysiert.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6. Entgegen der gebräuchlichen Form der Aussagebeschreibung durch Themenkategorien wie Unterhaltung, Freizeit usw. wurde der Erfassung und Quantifizierung solcher Sachgebiete eine untergeordnete Rolle zuerteilt; vielmehr galt es, eine Qualifizierung des einzelnen Pfarrblatt-Textes durch solche Kategorien vorzunehmen, die auf die spezifische kirchlich-religiöse Kommunikationssituation zugeschnitten, die sozialkommunikative Ebene (Funktionsbereich) der komplexen Aussageeinheit ‚Pfarrblatt' als relevante Bedeutungsdimensionen miterfassen. Das konkrete Thema (der Sachbezug) diente bei der Auswertung als Indikator für die jeweilige Zuordnung der Aussage zu einer der vorgegebenen Themenkategorien. Das Analyseziel war es also, nicht einzelne Sachbezüge von Aussagen unmittelbar und für sich selbst zu quantifizieren, sondern Inhaltsqualitäten ausfindig zu machen, die als aussagetragende Elemente in verschiedenen Sachbereichen verpackt sein konnten. In der Dimension ‚Thematik' ging es also nicht um (mehr oder weniger aktuelle) einzelne Ereignisse, sondern um deren thematische und funktionelle Implikationen.
7. Darüber hinaus wurden noch
   — der Status der Autoren
   — Plazierung der Aussage im Blatt
   — Drucktechnische Hervorhebung der Aussage
   — Herstellungstechnik des Blattes
   — Seitenzahl und
   — Erscheinungsweise
   erfaßt.
8. Vgl. dazu Gottschlich, a.a.O., S. 57 ff.
9. Vgl. dazu a.a.O., S. 79 ff.
10. Unter ‚längere Statements' wurden Aussagen mit einer Länge von mehr als 10 Druckzeilen gezählt.
11. Als Grundfunktion des Pfarrblatts wurde erkannt: Herstellung örtlicher Öffentlichkeit und religiöse Sozialisation (Bildung von Glaubensgemeinschaft).
12. König, René: Grundformen der Gesellschaft: Die Gemeinde, Hamburg 1958, S. 127 ff.
13. Langenbucher, Wolfgang: Der Lokalredakteur als Sozialisator und Sozialisand im Prozeß der Lokalkommunikation, in: Ronneberger, Franz (Hrsg.): Sozialisation durch Massenkommunikation, Stuttgart 1971, S. 151.
14. In Abwandlung der Definition des Begriffs ‚Sozialisation' bei Wurzbacher (vgl. dazu Wurzbacher, G.: Der Mensch als soziales und personales Wesen, Stuttgart 1968, S. 12) läßt sich ‚religiöse Sozialisation' auch definieren als: Führung, Betreuung und Prägung der religiös orientierten Subsysteme der Personalsysteme durch Erwartungen und Kontrollen ihrer Umwelt, wobei primär das religiöse System (in der Ausprägung Lokalkirche) als ‚Sozialisator' und die Personalsysteme als ‚Sozialisanden' verstanden werden können.

    Vgl. dazu die Definition der politischen Sozialisation bei Friedrich, I.: Die politische Kontrollfunktion des Massenkommunikationssystems im Rahmen der in einem demokratisch verfaßten politischen System sich vollziehenden Kontrollprozesses, Diss. Nürnberg 1971, S. 97.
15. Ronneberger, Franz: Organisierte Interessen und öffentliche Meinungsbildung, in: „Soziale Welt", 1964, S. 38.
16. In Anlehnung an Ronneberger und seine Merkmalsbestimmung ‚Herstellung der Öffentlichkeit' als eine der von ihm genannten Funktionen der Massenkommunikationsmittel (Ronneberger, F.: Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel, in: „Publizistik", 9. Jg., 1964, Heft 4, S. 291 ff.) soll hier der Ausdruck ‚Herstellung örtlicher Öffentlichkeit' gebraucht werden. Damit wird auf die publizistische Funktion des Mediums Pfarrblatt verwiesen, sich an der Schaffung jener Öffentlichkeit zu beteiligen, in der und für die die verschiedenen Aktivitäten der (Lokal-)Kirche Relevanz gewinnen sollen. Auf diese Weise beteiligt sich das Pfarrblatt neben anderen Massenkommunikationsmedien (derer sich etwa die politischen, wirtschaftlichen usw. Subsysteme bedienen) in spezifischer Weise an der gesellschaftlichen Willensbildung.
17. Reimann, Horst: Kommunikationssysteme, Tübingen 1968, S. 136 ff.
18. Ronneberger: a.a.O., S. 55.
19. Kreuzer, Clemens: Das Pfarrblatt als gemeindebildende Kraft, in: „Communicatio

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Socialis" (CS), Jg. 6, 1973, Nr. 3, S. 196.
20. Kreuzer: a.a.O., S. 207.
21. Kreuzer: a.a.O., S. 204.
22. Kreuzer: a.a.O., S. 197.
23. Vgl. dazu Wersig, Gernot: Information — Kommunikation — Dokumentation, München-Pullach und Berlin 1971, S. 74.
24. Semrau, Eugen: Grundlagen eines problemorientierten publizistikwissenschaftlichen Informationssystems, phil. Diss. Wien 1974, S. 13.
25. Saxer, Ulrich: Massenkommunikation als Mittel christlicher Verkündigung, in: C. S., 2. Jg. 1969, Nr. 2, S. 107.
26. Katzböck, Wolfgang: Das Pfarrblatt, in: „Multimedia", Wien 1973, Heft 8, S. 8.
27. Öffentlichkeitsarbeit der Pfarrgemeinde, Verlag Herder, Wien 1973, S. 113.
28. Reimann: a.a.O., S. 74.
29. Semrau, Eugen: Kommunikation und Information als publizistische Grundbegriffe, unveröffentl. Manuskript, Wien, S. 17.
30. Vgl. dazu Watzlawick P./Beavin J./Jackson D.: Menschliche Kommunikation, Bern-Stuttgart 1969.
31. Watzlawick: a.a.O., S. 55.
32. Watzlawick: a.a.O., S. 55.
33. Vgl. dazu Matthes, Joachim: Kirche und Gesellschaft, Hamburg 1968, S. 169.
34. Matthes: a.a.O., S. 169.
35. Matthes: a.a.O., S. 171.
36. Vgl. dazu De Fleur, Melvin: Theories of Mass Communication, New York 1966, S. 87 ff.
37. Dexter, L. A.: People, Society and Masscommunication, New York 1963, S. 89.
38. Kreuzer: a.a.O., S. 195.
39. Luhmann, Niklas: Die Organisierbarkeit von Religion und Kirche, in: Wössner, Jakobus (Hrsg.): Religion im Umbruch, Stuttgart 1972, S. 281.
40. Artus, Helmut: Entwurf einer funktionalen Religionspublizistik, in: C. S., 3. Jg. 1970, Heft 2, S. 116.
41. Luhmann: a.a.O., S. 151.
42. Vgl. dazu Gottschlich: a.a.O., S. 123 ff.
43. Kieslich, Günter: Lokale Kommunikation, in: „Publizistik", 17. Jg. 1972, Heft 1, S. 96.

SUMMARY

The Austrian parish press is almost not suited as means of communication between local church and parish. The reason for this is deficiency in editorial concept. The content of Austrian parish bulletins hardly responds to the information expectations of the parishioners. They mainly give pure dates which seldom contribute to real orientation in day to day life. Because of this parish bulletins are almost unable to establish a communication link between the local church and non-practicing catholics. In order to create a more effective parish press, a new orientation of the editors and those responsible to them seems to be necessary. They need a thorough training in communication theory as well as in practical journalism.

RÉSUMÉ

La presse paroissiale, en Autriche, est à peine capable de fonctionner comme instrument de communication entre l'Eglise locale et la communauté paroissiale. C'est surtout l'insuffisance des concepts rédactionnels qui en est responsable. Les contenus des feuilles paroissiales correspondent à peine aux besoins d'informations des paroissiens. Elles transmettent en

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

majeure partie purement et simplement des données que le receveur ne peut utiliser que rarement pour s'orienter dans son environnement. De là, il est impossible que les feuilles paroissiales réussissent à établir la liaison entre l'Eglise locale et les catholiques non-pratiquants. Une nouvelle orientation de la conscience communicative des rédacteurs de feuilles paroissiales et des responsables écclésiastiques serait nécessaire pour rendre la presse paroissiale plus effective dans le domaine publicistique. La condition primordiale à cela est une formation et une formation complémentaire dans cette direction au cours de laquelle les fondements de la science de la publicistique et de celle de la communication, de même que du travail journalistique devraient être donnés.

RESUMEN

La prensa parroquial austriaca apenas está en condiciones de funcionar como instrumento de comunicación entre la Iglesia local y la comunidad parroquial. Ello se debe sobre todo a deficientes conceptos redaccionales. El contenido de las Hojas Parroquiales apenas corresponde a las necesidades de información de los miembros de la parroquia. En su mayor parte publican simples datos, que solo raras veces pueden servir de orientación a los destinatarios. Por ello las Hojas Parroquiales tampoco pueden lograr el crear comunicación entre la Iglesia local y los católicos no practicantes. Para conseguir una prensa parroquial publicísticamente más efectiva, sería necesaria una nueva mentalidad respecto de la comunicación social en los redactores parroquiales y en los responsables eclesiásticos. Condición previa para ello es una formación y perfeccionamiento que proporcionen las bases de la ciencia publicista y de la comunicación social, así como las del trabajo periodístico.

Glaubwürdigkeit bei anderen: eine kritische Stellungnahme

von Robert W. Kraay

Die Gedanken und Vorschläge, die Wilhelm Gössmann in seinem Beitrag „Der Sprachgebrauch in der Kirche — kritisch"[1] vorlegt, betreffen grundlegende Fragen. Je mehr man sich mit ihnen beschäftigt, desto klarer wird die Bedeutung der Glaubwürdigkeit. Gössmann gebraucht den Begriff Glaubwürdigkeit, um den Sprachgebrauch in der Kirche zu kritisieren. Für ihn entsteht Glaubwürdigkeit nicht aus dem Gebrauch bestimmter „richtiger" Wörter, sondern ist vielmehr gegründet auf persönliche Lebenserfahrung. Eine glaubwürdige Botschaft verbindet persönliche Erfahrung mit klarer sprachlicher Form. Unglaubwürdigkeit kann ihren Grund haben sowohl in der Unfähigkeit, sich auszudrücken, als auch im Mißbrauch sprachlicher Möglichkeiten, der einen falschen Anschein von Glaubwürdigkeit erzeugt.[1*]

Robert W. Kraay hat die School of Journalism der Universität von Iowa absolviert und steht im Begriff, seine Studien mit dem Schwerpunkt ‚religiöse Publizistik' in Europa (Universität Salzburg) fortzusetzen.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1974-3-197, am 28.04.2024, 20:20:20
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb