

Inhalt

1 Einleitung	1
2 Theoretischer Kontext	5
2.1 Überblick über den Forschungsstand:	
Die Medien und die katholische Kirche	5
2.1.1 Studien zur katholischen Medienarbeit	7
2.1.2 Analyse der Berichterstattung in säkularen Medien	12
2.1.3 Befragung von Journalisten zum Thema katholische Kirche	20
2.1.4 Umfragen zur katholischen Kirche in der Bevölkerung	24
2.1.5 Der Kommunikationsstil der Kirche	29
2.1.6 Möglichkeiten und Grenzen kirchlichen Wirkens in und durch die Medien – Die sechs Thesen nach Maximilian Gottschlich	33
2.2 Gesellschaftspolitischer Kontext: Bedeutung des Ländervergleichs	36
2.3 Identifizierung der Forschungslücke und Relevanz der Arbeit	39
2.4 Qualität im Journalismus	41
2.5 Verständigungsorientierte Kommunikation als Qualitätskriterium	48
2.5.1 Die deliberative Demokratietheorie nach Jürgen Habermas	49
2.5.2 Habermas und die Rolle der Religion in der modernen Gesellschaft	52
2.5.3 Theorieperspektive von Kommunikation als Interaktion – Jürgen Habermas und die Theorie des kommunikativen Handelns	58
2.5.4 Journalisten als Diskursanwälte	62
2.6 Annäherung an zentrale kommunikationswissenschaftliche Begriffe	64
2.6.1 Kommunikation, Sprache und Verständigung	64
2.6.2 Sprechakte, kommunikatives und verständigungsorientiertes Handeln, Diskurs	65
2.6.3 Abgrenzung der Begriffe Sprachbarriere, Nichtverstehen und Missverständnis	66
2.6.4 Abgrenzung der Diskursbegriffe	68
2.7 Zwischenbilanz: Diskurs, Verständigung und die religiöse Sprache	70
2.8 Empirische Anwendbarkeit der Diskurstheorie von Habermas	72
2.8.1 Das Konzept der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit nach Roland Burkart	73
2.8.2 Zwischenbilanz – VÖA und die katholische Kirche	76

2.9 Die Kommunikation zwischen Public Relations und dem Journalismus als Qualitätskriterium	77
2.9.1 Öffentlichkeitsarbeit und die Kirche	77
2.9.2 Relationstheorien: Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus	82
2.9.3 Machtverhältnisse zwischen Medien und Öffentlichkeitsarbeit	85
2.10 Der Framing-Ansatz in der Kommunikationswissenschaft	86
2.11 Die Bedeutung des Framing-Ansatzes für den Diskurs und die Verständigung	96
2.12 Zusammenfassung	98
3 Empirische Herangehensweise	101
3.1 Forschungsziele, zentrale Fragestellungen und Annahmen	102
3.2 Methodische Durchführung der Studie	106
3.2.2 Befragung: Art, Stichprobe und Analyse	110
3.2.3 Triangulation vs. mixed-methods	112
3.3 Untersuchungsdesign – Inhaltsanalyse	113
3.3.1 Untersuchungsgegenstand: Zeitungen	114
3.3.2 Untersuchungszeitraum	117
3.3.3 Frage nach der Repräsentativität und die Stichprobenbildung	117
3.3.4 Pretest, Validität und Reliabilität	120
3.3.5 Kategorienentwicklung und Operationalisierung	121
3.4 Datenauswertung der Zeitungsartikel	131
3.4.1 Formale Kategorien	132
3.4.2 Semantische Strukturanalyse der Themen	142
3.4.3 Die Basis-Frames	166
3.4.4 Die kirchenbezogene Tendenz	187
3.4.5 Die Kommunikatoren	202
3.4.6 Der verständigungsorientierte Index (VOI)	219
3.4.7 Zusammenfassung der wichtigsten Zeitungsmerkmale	245
3.4.8 Zusammenfassung der Ergebnisse und Thesenreflexion	256
3.5 Untersuchungsdesign – Experteninterview	268
3.5.1 Auswahl der Experten	268
3.5.2 Durchführung der Experteninterviews	270
3.5.3 Fragestellungen – Leitfaden	270
3.5.4 Herangehensweise bei der Datenauswertung	271

3.6 Datenauswertung der Journalisten	272
3.6.1 Soziodemografische Daten – Berufsbild, Zeitungslinie, Recherche, Frames	272
3.6.2 Die Bedeutung der katholischen Kirche für die Gesellschaft	278
3.6.3 Die Einschätzung der wichtigsten Themen in der Print-berichterstattung im Zeitraum 01.09.2012 bis 01.03.2014	279
3.6.4 Kommunikationsprobleme: Verständnisdefizite, Angst vor den Medien, veraltete Sprache und Zweifelsartikulation	288
3.6.5 Das Selbst- und Fremdbild von PR-Sprechern der Kirche und Journalisten	292
3.6.6 Veränderungswünsche	300
3.7 Zwischenbilanz: Journalisten in Deutschland und Österreich	301
3.8 Datenauswertung der kirchlichen PR-Sprecher	304
3.8.1 Soziodemografische Daten – Konfession, Berufsbild, Frames	304
3.8.2 Die Bedeutung der katholischen Kirche für die Gesellschaft	306
3.8.3 Die Einschätzung der wichtigsten Themen in der Print-berichterstattung im Zeitraum 01.09.2012 bis 01.03.2014	309
3.8.4 Kommunikationsprobleme: Verständnisdefizite, Angst vor den Medien, veraltete Sprache und Zweifelsartikulation	317
3.8.5 Das Selbst- und Fremdbild von PR-Sprechern der Kirche und Journalisten	323
3.8.6 Veränderungswünsche	337
3.9 Zwischenbilanz: PR-Sprecher in Deutschland und Österreich	337
3.10 Zusammenfassung und Thesenreflexion der Befragung	341
4 Resümee	345
Abbildungsverzeichnis	355
Tabellenverzeichnis	357
Formelverzeichnis	360
Literatur- und Quellenverzeichnis	361
Anhang	385