

moniers, sondern auch vom Mitwirken der gastgebenden Ortskirche. Die Frage, wieviel Mitsprache tatsächlich realisiert wird, kann hier nicht beantwortet werden.

Als Beispiel sei der Gottesdienst in Eschen-Mauren beim Papstbesuch in Liechtenstein am 8. September 1985 genommen, der vom Fernsehen in viele Länder übertragen wurde. Hier bietet sich kein anderes Bild. Die konzelebrierenden Bischöfe und Priester sitzen zwar mit dem Gesicht zum Volk an der Stirnwand, der Papst hat seinen Platz jedoch wieder als „einsame Spitze“ fünf bis sechs Stufen über der Ebene der Konzelebranten. Das übrige Volk Gottes befindet sich auch hier auf einer Ebene viele Stufen unter der Ebene der Hierarchie.

Die hier interpretierten Elemente sind nur ein Teil des visuellen Eindrucks der liturgischen Feiern, die als ganze hier nicht analysiert werden können. Doch macht auch diese sehr fragmentarische Untersuchung nachdenklich, wieweit das hier visualisierte Kirchenverständnis dem des Zweiten Vatikanischen Konzils, dem der Ortskirche und vielleicht auch dem des Papstes persönlich entspricht. Die für die Liturgie des Papstes Verantwortlichen müssen sich bewußt sein, daß die Gestalt dieser Liturgie nicht nebensächlich, sondern selbst Botschaft ist.

Hugo Bogensberger

Das Publikum kirchlicher Medienverbund-Programme

Erfahrungen aus Österreich 1974–1985

Mit „Medienverbund-Programmen“ machte die Kirche in Österreich den Versuch einer breit angelegten Glaubensbildung durch Vortragsreihen in Hörfunk und Fernsehen in Verbindung mit Gesprächsgruppen. Der folgende Bericht informiert über die Erfahrungen.

red

1. Einleitung

Der Österreichische Synodale Vorgang beschloß unter anderem, geeignete Modelle medialer Verkündigung erarbeiten zu las-

sen. Das deutet darauf hin, daß die gegebenen Formen medialer Verkündigung nicht als voll wirksam empfunden wurden und daß sowohl die Synode als auch die Gestalter der medialen Verkündigung sich nicht ganz darüber im klaren waren, welches die Eigenesetzlichkeiten und Besonderheiten dieser Verkündigung sind.

Die Medien können vieles übermitteln. Die Verbreitung von Information bedeutet aber noch nicht, daß damit auch die erwünschte Wirkung erzielt wird; noch weniger sind die Medien in der Lage, Ersatzdienste für unwirksames kirchliches Handeln zu leisten. Man kann von der medialen Verkündigung z. B. nicht erwarten, daß sie unmittelbar zur territorialen oder kategorialen Gemeindebildung führt. Durch die Tätigkeit der Kirche in den Medien können Lernprozesse in Gang gesetzt werden, die bei den Empfängern je nach Nähe oder Distanz zur Kirche entweder zu einer Verstärkung oder zu einer Änderung bestehender Einstellungen führen. Wird eine Information als relevant für bereits vorhandene Lebensumstände oder Ziele betrachtet, kommt es zur Verstärkung der bestehenden Überzeugungen. In einer Situation der Orientierungslosigkeit wird nach neuen Möglichkeiten der Orientierung gesucht. Die größte Chance, aufgenommen zu werden, hat eine Information dann, wenn teilweise Bekanntes, im bisherigen Leben bereits einmal Erfahrenes in der neuen Information auch enthalten ist.

Im Rahmen der Bemühungen medialer Verkündigung wurden in Österreich seit 1974 sogenannte Medienverbund-Programme entwickelt, die zuerst im Hörfunk (1974 und 1977), dann auch im Fernsehen (1980 und 1985) ausgestrahlt wurden. Charakteristisch für solchen „Medien-Verbund“ ist die Verbindung verschiedener Kommunikationsmedien: neben der Ausstrahlung einer Reihe von Hörfunk- oder Fernsehsendungen zu einem größeren Themenkomplex werden Arbeitsbücher, Begleithefte und andere Unterlagen bereitgestellt; in einer Sozialphase werden Gruppengespräche über die Sendungen organisiert. Am Beispiel dieser Medienverbund-Programme sollen im folgenden einige Aspekte medialer Verkündigung und ihrer Wirksamkeit aufgezeigt werden.

2. Kirchliche Medienverbund-Programme 1974-1985

2.1 Unterschiedliche Reichweite nach Hörfunk und Fernsehen¹

Die Sehbeteiligung bei TV-Studienprogrammen war zunächst deutlich höher als die Hörbeteiligung bei Hörfunk-Studienprogrammen. Der Rückgang 1985 ist mit geringerer Sendungszahl und ungünstigeren Sendezeiten zu erklären, was sich vor allem für die Beteiligung von eher kirchlich Distanzierten negativ auswirkte (vgl. die Tabellen).

Mindestens eine Sendung gehört/gesehen haben von den befragten Österreichern

		(in %)
Hörfunk	Wozu glauben (WzG)	10
	Wem glauben (WmG)	10
TV	Warum Christen glauben (WCG)	36
	Christsein im Alltag (CiA)	16

2.2 Rezeptionsqualität

Die Tatsache des Hörens/Zusehens sagt noch nichts darüber, inwieweit der gebotene Inhalt aufgenommen und verarbeitet wurde. Ein Moment, aus dem sich die Rezeptionsqualität ablesen läßt, ist der *Grad der Aufmerksamkeit* (in %):

Basis: Hörer/Zuseher	WzG	WmG	WCG	CiA
konzentriert verfolgt haben	37	42	52	
mit geteilter Aufmerksamkeit verfolgt haben	30	31	28	
nur nebenher laufen lassen haben	32	27	20	

TV-Seher sind zwar konzentrierter bei der Sache als die Hörfunk-Hörer; in Anbetracht der Bildmächtigkeit des Fernsehens scheint der Unterschied aber eher gering.

Über den Inhalt der Sendung haben sich mit anderen unterhalten oder darüber diskutiert (in %): WzG 38; WmG 32; WCG 42; CiA 46.

Die *Beteiligung an den Gruppengesprächen der Medienverbund-Programme* hat sich von

¹ Vgl. ORF-Studienprogramm „Wozu glauben“ bzw. „Wem glauben“. Ergebnisse einer begleitenden Hörerbefragung, IKS-Bericht 101 u. 128, Wien 1974 u. 1977; ORF-Studienprogramm „Warum Christen glauben“ bzw. „Christsein im Alltag“. Ergebnisse einer begleitenden Seherbefragung, IKS-Bericht 135 u. 153, Wien 1980 u. 1986.

WzG auf WmG und von WmG auf WCG jeweils verdoppelt; von WCG auf CiA ist eine Stagnation eingetreten.

Beteiligung (in %) gemessen an . . .	WzG	WmG	WCG	CiA
den Hörern/ Zusehern	5,0	10	6,0	13,0
der Gesamtheit der Befragten	0,5	1	2,2	2,1

Da es sich dabei hauptsächlich um Personen aus dem kirchennahen Intensivsegment handelt, kann dies eine Ausschöpfung des Potentials bedeuten, falls nicht neue Zielgruppen aus dem kirchenferneren Umfeld zur Teilnahme gewonnen werden.

2.3 Zielgruppen

Kirchliche Studienprogramme im Hörfunk und TV erreichen in erster Linie kirchennahes Publikum.

Hörer-/Seherstruktur nach Kirchengangshäufigkeit (in %)

Basis: Hörer/Zuseher	WzG	WmG	WCG	CiA
Kirchengangshäufigkeit:				
Jeden Sonntag	59	65	43	45
Mind. 1× im Monat	12	14	16	36
Mehrmals im Jahr	17	11	18	
(Fast) nie	10	10	22	17

Bezieht man die Hör-/bzw. Sehbeteiligung nach Kirchengangshäufigkeit auf die Gesamtbevölkerung, ergibt sich folgendes Bild:

Zuseher/Hörer nach Kirchengangshäufigkeit in der Gesamtbevölkerung (in %)

Basis: Hörer/Zuseher	WzG	WmG	WCG	CiA
Kirchengangshäufigkeit:				
Jeden Sonntag	6,0	6,5	15,8	7,5
Mind. 1× im Monat	1,2	1,4	5,8	5,8
Mehrmals im Jahr	1,8	1,1	6,5	
(Fast) nie	1,0	1,0	7,9	2,7
	10,0	10,0	36,0	16,0
Nichthörer/-seher	90,0	90,0	64,0	84,0

Während demnach bei WCG noch 7,9% der Österreicher erreicht wurden, die der Kirche fernstehen, waren es bei CiA nur 2,7%.

Vom Nahe- bzw. Distanzverhältnis zur Kirche hängt auch der Grad der Aufmerksamkeit ab. Am Beispiel der Sendung WCG zeigt sich, daß die Aufmerksamkeit mit abnehmender Kirchengangshäufigkeit der Zuseher ebenfalls abnimmt.

Auf die Diskussionsbereitschaft, einen weiteren Indikator der Rezeptionsqualität, wirkt sich die Kirchnähe/-ferne noch stärker aus. Bezüglich der Sendung CiA konnte festgestellt werden, daß sich 62% der dominikanten Zuseher über den Inhalt der Sendung mit anderen unterhalten oder diskutiert haben, während dies bei den zusehenden Nichtkirchgängern nur bei etwa einem Viertel (26%) der Fall war.

Die Hauptzielgruppe dieser kirchlichen Studienprogramme stellen ohne Zweifel die kirchennahen Zuseher dar. Die Rezeption durch kirchenferne Hörer-/Zuseherkreise muß als sehr bedingt angesehen werden².

3. Abschließende Überlegungen

Die Veranstalter der Medienverbund-Programme legen Wert darauf, daß diese Programme eine große Breitenwirkung erreichen und nicht als Minderheitenprogramme eingestuft werden. Dies scheint deshalb so zu sein, weil der Umfang der Teilnahme mit der Öffentlichkeitswirksamkeit von Religion und Kirche in Beziehung gesehen wird und auch durch Erreichen dieses Zieles die staatliche Förderungswürdigkeit eher gegeben ist. Im Vergleich zu anderen Medienverbund-Programmen des ORF ist der Umfang der Teilnahme sicherlich bemerkenswert. Allerdings wird die breite Beteiligung durch ein Sehen/Hören nur einer Sendung definiert.

Der Serieneffekt, gemessen an der Zahl derer, die alle oder zumindest die meisten Folgen einer Serie gesehen bzw. gehört haben, ist viel geringer. Bei den TV-Programmen zeigt sich, daß der Primäreffekt der Ausstrahlung über das Medium selbst zu einem guten Teil nur (mehr) der Bekanntmachung der Sendereihe dient. Die Nutzung folgt

² Die unterschiedlichen Themenpräferenzen zwischen kirchennahen und kirchenfernen Zuhörern/-sehern zeigte auch eine Untersuchung zur Fünfminutensendung „Einfach zum Nachdenken“. Vgl. dazu auch den Beitrag von Jockwig.

dann vielfach über Videocassetten bei Einzelpersonen und in Gruppenveranstaltungen. Dies ist ein allgemeiner Trend der Fernsehnutzung. Kritisch muß vielleicht angemerkt werden, daß die relativ große Breitenwirkung dieser Programme auf eine konzentrierte Indienstnahme der Organisationskraft kirchlicher Bildungswerke zurückzuführen ist; ein Umstand, der gleichzeitig bedeutet, daß diese in ihrer Eigentätigkeit für geraume Zeit behindert sind.

Die der Kirche Nahestehenden sind zwar durch die Tatsache, daß die Fragen des Glaubens solcher Art in der Öffentlichkeit präsent werden, ermutigt; andererseits wird aber doch über die Tätigkeit der Kirche in den Massenmedien keine Evangelisierung der Distanzierten bewirkt. Ein weiteres Problem ergibt sich aus dem Dilemma, daß die Kirche bzw. die Gestalter solcher Sendungen, wenn sie eine maximale Breitenwirkung erreichen wollen, in eher bekannter Weise und in bekannten Formen Fragen des Glaubens und der Religion behandeln bzw. darstellen. So wird es möglich, bei vorhandenen Vorstellungen anzuknüpfen und die diesbezüglichen Überzeugungen weiter zu verstärken. Dadurch werden aber gewisse Vorstellungen zu diesen Fragen festgeschrieben, die gerade nicht geeignet sind, Zugang zu Religion und Glaubensfragen für Menschen zu erschließen bzw. offenzuhalten, wenn im Zuge des kulturellen und sozialen Wandels traditionelle Religion an Plausibilität und damit an lebensgestaltender Kraft verliert. Verstärkt wird auf diese Weise der Eindruck, daß es sich bei Religion um ein kategoriales Subsystem, getrennt von den Lebensbereichen, handelt.

Werden andererseits neue Versuche unternommen – wie z. B. in dem Studienprogramm „Christsein im Alltag“ –, Religion über Themen des Alltagshandelns in den Lebenszusammenhang zu bringen, hat ein beträchtlicher Teil der Rezipienten das Problem, solche Inhalte als mit dem christlichen Glauben zusammenhängend zu erkennen. Darüber hinaus besteht auch noch das Problem für erzählerische, personbezogene Darstellungen, die künstlerische Mächtigkeit einer modernen religiösen Bildwelt für Film und Fernsehen zu entwickeln.