MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit
„Der Papst in den Medien San Franciscos. 
Die Medienberichterstattung über Papst Benedikt XVI. 
und die Imagebildung der Katholischen Kirche in San Francisco“

Verfasser
Hannes Koller, Bakk.

gemeinsam mit
Mag. Katleen Jasmin Luger, Bakk.

angestrebter akademischer Grad
Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Jänner 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt: 066 841
Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Rainer Gries
Für unsere Eltern, das tragende Fundament und die wichtigste Stütze in unserem Leben...
LEGENDE ZUM INHALTSVERZEICHNIS

ROT: Hannes Koller
BLAU: Katleen Luger
SCHWARZ: gemeinsam erarbeitet und verfasst
INHALTSVERZEICHNIS

I. THEORIE

1. PROBLEMSTELLUNG
   1.1 Untersuchungsziel
   1.2 Aktueller Forschungsstand

2. FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN

3. FORSCHUNGSDIMENSIONEN
   3.1 Medienberichterstattung in San Francisco (Luger)
      3.1.1 Theorien zur Medienberichterstattung (Luger)
      3.1.2 Medienberichterstattung in San Francisco (Luger)
      3.1.3 Catholic San Francisco (Luger)
      3.1.4 San Francisco Chronicle (Luger)
   3.2 Papst Benedikt XVI. (Koller)
      3.2.1 Papst Benedikt XVI. und die Katholische Kirche (Koller)
      3.2.2 Mediatisierung der Religion (Koller)
      3.2.3 Nachrichtenwerte katholischer Themen und Glaubensfragen (Koller)
      3.2.4 Personalisierung in den Medien (Koller)
   3.3 Imagekonstruktion in den Medien (Luger)
      3.3.1 Imagebildung versus Imagekonstruktion (Luger)
      3.3.2 Image, Öffentliche Meinung und Medien (Luger)

4. METHODENWAHL

II. EMPIRIE

5. QUANTITATIVE STUDIE ZUR MEDIENBERICHTERSTATTUNG
   5.1 Hypothesenkatalog
   5.2 Untersuchungsdesign der quantitativen Inhaltsanalyse (Luger)
      5.2.1 Konzeptualisierung der quantitativen Inhaltsanalyse (Luger)
      5.2.2 Quantitative Analyseeinheiten (Luger)
      5.2.3 Operationalisierung (Luger)
      5.2.4 Kategoriensystem
   5.3 Quantitative Ergebnisse
6. QUALITATIVE STUDIE ZU DEN BEZUGSQUELLEN UND ZUR IMAGEKONSTRUKTION

6.1 Thesenkatalog.................................................................................................................................77

6.2 Untersuchungsdesign der qualitativen Inhaltsanalyse (Koller) .......................................................81
   6.2.1 Konzeptualisierung der qualitativen Inhaltsanalyse (Koller) ....................................................86
   6.2.2 Qualitative Analyseeinheiten (Koller) ......................................................................................89
   6.2.3 Interviewleitfaden (Koller) .........................................................................................................90
   6.2.4 Transkriptionsregeln................................................................................................................93

6.3 Qualitative Ergebnisse..................................................................................................................95
   6.3.1 Interviewauswertungen.............................................................................................................95
   6.3.2 Ergebnisdarstellung....................................................................................................................110

7. INTERPRETATION DER STUDIEN......................................................................................................129

8. RESÜMEE............................................................................................................................................135

9. AUSBlick.............................................................................................................................................138

ANHANG.................................................................................................................................................140
Quantitative Daten................................................................................................................................140
Qualitative Daten..................................................................................................................................142
   Auswertungen....................................................................................................................................142
   Interviews..........................................................................................................................................157
   Zitate................................................................................................................................................181

LITERATURVERZEICHNIS......................................................................................................................194
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.............................................................................................................202
ZUSAMMENFASSUNG..........................................................................................................................203
ABSTRACT..............................................................................................................................................204
LEBENSLAUF.........................................................................................................................................205
I. THEORIE


1. Problemstellung

In vorliegender Studie wird zum Thema gemacht, wie sich die Kommunikation der Katholischen Kirche als global agierende Institution in heutigen Tagen gestaltet. Ob von der Existenz eines einheitlichen Kommunikationssystems der Katholischen Kirche


Um die Berichterstattung greifbar zu machen muss sich die Studie auf einen Fokus reduzieren, es wird eine spezielle Diözese ausgewählt um deren regionale Strukturen

---


Kritik von liberal-aufgeklärten Stimmen an konservativen Stellungnahmen der Katholischen Kirche erfolgte.\(^3\) Gerade im Hinblick auf wissenschaftliche Fragestellungen bietet sich der Umstand an, das Augenmerk gerade auf die extremen Reibepunkte einer Problemstellung zu legen. Im Falle vorliegender Forschungsarbeit wird insofern der Versuch angestellt, eine Analyse der traditionsbezogenen Sichtweise der Kirche in einem als liberal bekannten und in sozialgesellschaftlichen Fragen weitgehend aufgeklärten Umfeld von San Francisco durchzuführen.


1.1 Untersuchungsziel


---

\(^3\) Ein weiterer Kritikpunkt galt dem Anspruch der Katholischen Kirche als moralischer Instanz, da die Einstellungen der Kirchenmeinung der aufgeklärten und emanzipierten westlichen Gesellschaft als teilweise obsolet beziehungsweise verbesserungs- oder überarbeitungswürdig galten.

1.2 Aktueller Forschungsstand

Im Folgenden werden jene Studien und literarische Publikationen angeführt, die als Grundlage der aktuellen Forschung dienen, und die im Vorfeld die forschungsleitenden Fragestellungen aufbereiten.


dem Jahr 2006 einen Einblick in die Biographien der deutschen Päpste und schildert den Weg von Joseph Ratzinger und seiner Wahl zu Benedikt XVI.\textsuperscript{10} Einen generellen Überblick über den Werdegang von Kardinal Joseph Ratzinger bis hin zu seiner Wahl zum Nachfolger von Papst Johannes Paul II. bietet die Publikation »Papst Benedikt XVI. Ein bewegendes Bildporträt« bringt die Beziehung zwischen dem Papst und der Katholischen Kirche zum Ausdruck und begleitet Kardinal Ratzinger sowohl in Bild als auch im Text auf seinem Weg als Nachfolger auf dem Petristuhl.\textsuperscript{11}

Der Prozess der Informationsvermittlung von Neuigkeiten, die im Zusammenhang mit der Katholischen Kirche stehen, an davon abhängige, kirchliche Medien, wie an davon unabhängige Medien wird in der Studie »Wir sind Papst!« Die römischen Bischöfe als Medienstars? beschrieben.\textsuperscript{12} In Bezug auf die Untersuchung der Bezugsquellen schildert Manfred Steffens in der Publikation »Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen, Redaktionen, Journalisten«, den Kontext der Nachrichtenentstehung. Das Werk umfasst sowohl den journalistischen Stil wie auch wirtschaftliche und technische Rahmenbedingungen sowie die Landschaft der Nachrichtenagenturen und ihre Einbindung in den Prozess der Nachrichtenpublikation im Rahmen eines Trägermediums.\textsuperscript{13}

In der Studie »Faith and the Media, Reflections by Christian Communicators« aus dem Jahr 2010 wird aus der Sicht von Dennis D. Cali das Verhältnis des Vatikan zu Kommunikation und den Medien dargelegt.\textsuperscript{14} Er verdeutlicht, dass die Katholische Kirche wie keine andere religiöse Institution über die letzten achtzig Jahre systematisch über die Medien kommunizierte. Cali arbeitete vier Dimensionen aus den Vatikan Dokumenten heraus, die die Sichtweise des Vatikans auf die Medien veranschaulichen sollen. Die „\textit{Kultivierung der Rechtschaffenheit}“\textsuperscript{15}, wie der erste Schwerpunkt lautet, bezieht sich auf die Kommunikatoren selbst, die sich als moralischer Vermittler im


\textsuperscript{11} Gianni Giansanti/Jeff Israely/Ada Masella, Papst Benedikt XVI. Ein bewegendes Bildporträt, mit Fotos von Gianni Giansanti, Rheda-Wiedenbrück 2006.

\textsuperscript{12} Vgl. Wir sind Papst 2010.


\textsuperscript{15} Im englischen Original lautet die Übersetzung „Cultivation of virtue“. (Cali 2010, S. 9 - 11.)


16 „Centrality of the person“. laut Cali. (Ebend., S. 11 - 12.)
17 Bei Cali heisst es „Unity as moral imperative“. (Ebend., S. 11 - 12.)
18 Cali nennt es „Promotion of human progress“. (Ebend., S. 11 - 12.)
19 Paul A. Soukop, Communications, Culture and Technology. Media, Culture and Catholicism, Kansas City 1996.

Zur literarischen Aufarbeitung der Medienberichterstattung sollen im Zuge der Studie diverse Modelle und theoretische Konstrukte vorgestellt werden, auf welche an geeigneter Stelle der Forschungsarbeit näher Bezug genommen wird. Derart ist die weitn bekannte Theorie des Journalisten als Gatekeeper zu nennen, welche sich mit der Tatsache erklären lässt, dass die Nachrichteninhalte auf Grund der Fülle an bestehenden Informationen vor ihrer Publikation in den Medien einer Selektion durch den Journalisten unterzogen wurden. Diese Selektion erfolgt im Sinne der Theorie von den

---

20 Soukop 1996, S. VII.
22 Die theoretischen Modelle zur Medienberichterstattung werden unter dem Kapitel 3.1 b) Medienberichterstattung allgemein genauer erläutert.
Nachrichtenwertfaktoren anhand spezifischer Merkmale der Information selbst, welche eine Kategorisierung anhand ihres Nachrichtenwertes erfahren, der wiederum mit der Publikationswahrscheinlichkeit in Zusammenhang steht.


2. Forschungsleitende Fragestellungen


2.1 Medienberichterstattung

Im Hinblick auf die Medienberichterstattung stellt sich die Frage nach der Neutralität der Berichterstattung im Hinblick auf die Präsentationsweise von Information über Papst Benedikt XVI. Gibt es beim Vergleich von unterschiedlichen Medien Differenzen in der Berichterstattung über Papst Benedikt XVI., die sich in der Sprache der Informationspräsentation ablesen lässt? Handelt es sich um wertfreie, kritische oder imagebeeinflussende Berichterstattung, sprich lässt sich eine Präsentationsweise der Zeitungsartikel über Papst Benedikt XVI. als neutral, als emotional positiv oder als emotional negativ beurteilen?

2.2 Bezugsquellen

Zeitungsartikels beteiligt? Ferner stellt sich die Frage, ob etwa divergierende Informationswege zweier unterschiedlicher Zeitungen aus San Francisco einen Niederschlag in der Präsentationsweise der Berichterstattung finden.

2.3 Imagekonstruktion
Im Angesicht der vorausgegangenen Fragestellungen eröffnet sich die Perspektive auf die Kommunikation der Katholischen Kirche, respektive auf die offene Frage, ob sich bewusste Strategien zur Verbreitung gezielter Informationen feststellen lassen. Ergreift die Katholische Kirche – in Bezug auf den Status des Papstes als Medienstar und dessen Faktor als Nachrichtenwert – gezielte Maßnahmen zur aktiven Imagekonstruktion in den Medien?

3. Forschungsdimensionen

3.1 Medienberichterstattung in San Francisco

3.1.1 Theorien zur Medienberichterstattung
Im ethisch-moralischen Idealfall wird die freie Medienberichterstattung als wertfreie, neutrale Vermittlung beziehungsweise Publikation von Informationen als Nachrichten beschrieben. Massenmedien werden dahingehend als vierte Gewalt bezeichnet und stellen

25 Bei der Weiterleitung von Informationen über Papst Benedikt XVI., die zumeist aus dem europäischen Rom stammen, handelt es sich um eine die weite räumliche Distanz überwindende und Nationalitäten wie Sprachen übergreifende Informationskette.

Da die Berichterstattung der Medien nicht im Stande ist, die Realität zur Gänze wiederzugeben, muss sie sich eines Auswahlverfahrens bedienen. Um die Komplexität an Impulsen zu filtern, werden aus der Fülle an Informationen die aktuell relevanten - hier spielen politische, gesellschaftliche wie soziale Hintergründe eine maßgebliche Rolle - zu einer medial publizierten Nachricht transformiert. Die Kommunikationswissenschaft befasst sich mit dem Prozess der Nachrichtenauswahl durch menschliche Individuen und analysiert, anhand welcher Kriterien und aus welchem Grund gewisse Themen ausgewählt werden, um den Weg als Nachricht in die Medien zu finden.\(^\text{26}\)


Die für vorliegende Studie wesentlichen kommunikationswissenschaftlichen Theoriemodelle basieren auf der Verbindung von Sprache und Emotion nach Silke Jahr und schließen an die Theorie der Mediengefühlskultur nach Saxer und Märki-Köpp an, die das Verhältnis von Emotionen und medialen Publikationen beleuchtet. Erstere erklärt die theoretische wie praktische Verbindung von deutscher Sprache und Emotion sowie die pragmatische Einordnung von Wörtern und ihren Synonymen in inhaltliche Wortgruppen, welche sich in berichterstattender Hinsicht entweder emotional positiv oder negativ behaftet darstellen können.\(^\text{27}\)


\(^{27}\) Auf beide Theorien, jene der Mediengefühlskultur von Saxer und Märki-Köpp sowie die Verbindung von Sprache und Emotion nach Silke Jahr, wird im Kapitel 5.2 Untersuchungsdesign der quantitativen Inhaltsanalyse unter 5.2.1 Konzeptualisierung der quantitativen Inhaltsanalyse und 5.2.3 Operationalisierung näher eingegangen.


3.1.2 Medienberichterstattung in San Francisco

Das christlich geprägte San Francisco eignet sich als idealer Forschungsboden für vorliegende Fragestellungen, da diese Großstadt mit eigener katholischer Erzdiözese als liberale Hochburg der Vereinigten Staaten von Amerika angesehen wird. Die aufgeklärte Haltung der Bürger zeigt sich in soziokultureller, gesellschaftlicher wie auch in politischer Hinsicht und ist als Ausdruck eines Liberalismus zu verstehen, als Versuch allgemeinhin weit verbreitete Tabus in das soziale Leben zu integrieren, der seinen Niederschlag seit Jahrzehnten auch in der Stadtpolitik findet. Aus diesen Fakten ergibt sich ein Spannungsverhältnis zwischen dem Liberalismus der Bürger San Franciscos und

29 Die in einem Artikel publizierten Informationen nehmen auf Grund von begrenzten Kapazitäten der Zeitung anderen Nachrichten den Platz und werden schon alleine deswegen dank einer persönlichen Einschätzung ausgewählt.

Der Medienberichterstattung über die Katholische Kirche in San Francisco nehmen sich neben kirchennahen beziehungsweise kirchlichen Medien, das heißt Medien, die von der Institution der Katholischen Kirche monetär oder moralisch abhängig sind, auch kirchenunabhängige Medien an. Im Folgenden wird sowohl die kirchliche Zeitung *Catholic San Francisco*, wie auch die unabhängige Zeitung *San Francisco Chronicle* vorgestellt, um die Rahmenbedingungen für einen Vergleich in der Medienberichterstattung auf Grund von nicht neutraler Informationsselektion oder Nachrichtenpräsentation festzusetzen.

Im Hinblick auf religiöse Anliegen ist zu erwähnen, dass sich die Anzahl der religiösen Einwohner San Franciscos auf 35% der Gesamtbevölkerung beläuft.31 Bei einem Anteil von 16% hat die christliche Religion mit Abstand am meisten Anhänger, 120.000, in San Francisco.32

### 3.1.3 Catholic San Francisco


---

31 In San Francisco selbst leben 750.000 Personen; in der gesamten Bay Area, die zur Reichweite der Medien aus San Francisco zählt, leben circa 7,2 Millionen Einwohner.

32 An zweiter Stelle liegen die methodistische Kirche mit 5% und östliche Religionen mit 2%.

von der Erzdiözese eine Katholische Zeitung namens „The Monitor“ publiziert, die 1984 in „San Francisco Catholic“ unbenannt wurde und monatlich erschienen war, jedoch nach 10-jährigem Bestehen wurde das Blatt eingestellt. Nach einigen Jahren der internen Diskussionen innerhalb der Erzdiözese um eine Förderung der externen Kommunikation wurde nach intensiver Planungs- und Entwicklungsphase 1999 der Catholic San Francisco ins Leben gerufen. William J. Levada, der damalige Erzbischof San Franciscos, meinte bei der öffentlichen Bekanntgabe über das zukünftige Erscheinen einer Katholischen Wochenzeitschrift: „This action is inspired by the call of Pope John Paul II. for a greater understanding of our faith and more intense awareness of our communion with Jesus Christ.“ 34


3.1.4 San Francisco Chronicle


34 Del Vecchio 1999.
35 Vgl. Ebend.
wirtschaftlichen, politischen oder technologischen Themen und Neuigkeiten über
Verbrechen, Schulbildung und internationalen Vorfällen weite Themenfelder ab.
Der *SFGate* ist das Online-Portal der Tageszeitung, auf dem Artikel des *San Francisco
Chronicle* veröffentlicht und weitere Features, wie Foto-Galerien, Blogs und Leser-For en
gerätet werden.\(^\text{36}\) 1993 ging *SFGate.com* online und war damit eine der
ersten großen Tageszeitungen mit Website und eigenen Publikationen im Netz. Der *San
Francisco Chronicle* erreicht mit der Online Edition wöchentlich rund 1.7 Millionen
Leser der Bay Area.\(^\text{37}\) Konkrete Unterschiede zwischen der Online Edition *SFGate* und
der Printversion *San Francisco Chronicle* bestehen nicht in der Aufbereitung der Artikel,
sondern in der Auswahl. Lokale Neuigkeiten spielen im Printmedium eine wichtige
Rolle, während in der Online-Version die Seitenbesuche zentral sind um die
Besucherfrequenz der Homepage zu maximieren und eine höhere Leserschaft zu
erreichen; hier wird nur sekundär auf lokale Nachrichten eingegangen.

### 3.2 Papst Benedikt XVI.

#### 3.2.1 Papst Benedikt XVI. und die Katholische Kirche

Die Katholische Kirche umfasst weltweit nicht ganz zwei Milliarden Mitglieder, dazu
noch circa 400.000 Priester und doppelt so viele Ordensleute.\(^\text{38}\) Die Verwendung des
Begriffs Katholische Kirche soll in vorliegender Studie auf die Gesamtheit der römisch-
katholischen Kirche, mit dem Sitz des Kirchenoberhaupts im Kirchenstaat Vatikan,
verweisen. Inwieweit das Kirchenoberhaupt in Belangen der öffentlichen
Kommunikation eine tragende Rolle spielt, ist zwar im Hinblick auf die Popularität und
den Nachrichtenwert des päpstlichen Amtes eindeutig, im Zusammenhang mit der
Struktur des internen Kommunikationsprozesses, der sich auch auf die kirchlichen
Medien auswirkt, jedoch undeutlich erkennbar.

Seit dem Jahr 2005 steht Joseph Ratzinger als Papst Benedikt XVI. an der Spitze der
Katholischen Kirche. Als ein Gelehrten-Papst führt er seine Kirche als Theologe und

\(^{37}\) Vgl. *San Francisco Chronicle*, http://www.hearst.com/newspapers/san-francisco-
chronicle.php, letzter Zugriff am 06. 12. 2012.
Denker. Der Papst sieht sich als Mitarbeiter der Wahrheit und stellt sich gegen den diagnostizierten Relativismus der Gegenwart. Demgegenüber verschließt sich Papst Benedikt XVI. einer zeitgemäßen Öffnung der Katholischen Kirche, er lehnt Reformen ab und scheint der modernen Gesellschaft in eher defensiver Haltung zu begegnen.

„Er ist für viele ein Papst der Gegensätze: Er äußert sich kritisch zum Islam - und führt dennoch den interreligiösen Dialog; er setzt sich für die Seligsprechung des Papstes Pius XII. ein, dem Kritikervorwerfen, er habe zum Holocaust geschwiegen - aber Benedikt XVI. besucht Israel. Auch veröffentlicht der Papst eine von vielen als progressiv bezeichnete Enzyklika - und hat gleichzeitig Sympathien für die traditionelle tridentinische Messe.“


„Da seit dem Konzil die Theologen die Hauptrolle in der Kirche spielten, hielt er es für nötig, dass es auch unter den Bischöfen Theologen gibt, und nahm daher, wenn auch widerwillig, die Berufung zum Erzbischof von München und Freising an.“


---

40 Papst Benedikt XVI. 2012.
41 Jung-Inglessis 2006, S. 68.

Im Rahmen der Forschungsarbeit kann nicht auf spezifische Problemstellungen und auf Kardinal Ratzingers Einstellung zu ihren Inhalten eingegangen werden, vielmehr soll vorliegende Arbeit um die Person und das Image von Herrn Joseph Ratzinger, im Weiteren als Papst Benedikt XVI., handeln.


2002 bietet Joseph Kardinal Ratzinger, wie im Kirchenrecht vorgesehen, zu seinem 75. Geburtstag seinen Rücktritt an. Er selbst äußerte sich dazu, dass er sich nun endlich zurückziehen und sein Lebenswerk fertig schreiben könne, worauf er seit seiner Weihe zum Bischof spekulierte; eine umfassende Theologie für eine neue Zeit, die Fortführung seines liebsten Werkes, der damaligen Publikation >Eschatologie<.\(^\text{47}\)


**Joseph Ratzinger und die Wahl zu Papst Benedikt XVI.**

Im Vorfeld des Konklaves wurde in den Medien heftig diskutiert, wer als Nachfolger von Papst Johannes Paul II. in Frage komme. Das „Time“ Magazin rechnet Joseph Ratzinger

\(^{46}\) Der >Katechismus der Katholischen Kirche< wird auch KKK oder Weltkatechismus genannt.


„Wird Ratzinger der neue Papst? Eine Übergangslösung angesichts seines fortgeschrittenen Alters? Darüber lässt sich zwar trefflich spekulieren, aber es führt zu nichts. So meinen Vatikankenner, das Konklave würde besonders engstirnig handeln, sollte es ausgerechnet den engsten Vertrauten des bisherigen Papstes zum Nachfolger küren.“


Vorgängerpapstes Johannes Paul II. wirkte Benedikt XVI. als zurückhaltender, introvertiert handelnder und theoretisch denkender Nachfolger. Wurde Johannes Paul II. nicht müde sich auf seinen unzähligen Reisen dem Volk der Gläubigen zu nähern, so erscheinen theologische Fragestellungen und eine Auseinandersetzung mit literarischen Werken dem neuen Papst eher gelegen.\(^{51}\)

**Versuch der Imagekorrektur nach der Papstwahl**


Die Zeitung *Die Presse* berichtete folgendermaßen:


solche Andeutungen kann durchaus das Bild vermittelt werden, dass Joseph Ratzinger zum Papst berufen wurde, sozusagen von Gott höchstpersönlich.

\(^{51}\) Vgl. Papst Benedikt XVI. 2012.

locker. Nein, so hatte man sich den gestrengen deutschen "Großinquisitor" nicht vorgestellt.\textsuperscript{53}

Gleich zu Beginn des Pontifikats betonte Benedikt XVI. die Wichtigkeit des interreligiösen Dialogs, denn nur gegenseitiges Verständnis kann eine bessere Zukunft für alle garantieren.


\textsuperscript{54} Vgl. Papst Benedikt XVI. 2012. Inwiefern sich die autonomischen Bestrebungen der Ortskirchen im Hinblick auf die Kommunikation mit regionalen Medien gestalten ist Aufgabe der vorliegenden Studie.

\textsuperscript{55} Vgl. Papst Benedikt XVI. 2012.
Kirche aus, der sich insbesondere der theologisch-moralischen aber auch der sozial-gesellschaftlichen Ansprüche bewusst ist, und es deshalb strategisch nicht verabsäumt mit wichtigen Beratern Absprache zu halten.\textsuperscript{56} Wie sich die Kommunikationsgewohnheiten der Katholischen Kirche gestalten und sich im Hinblick auf die Autonomieforderungen der Ortskirchen entwickeln soll im zweiten empirischen Teil der Studie untersucht werden.

\subsection*{3.2.2 Mediatisierung der Religion}


\textsuperscript{56} Vgl. Ebend.
\textsuperscript{57} Vgl. Hepp/Kröner 2009, S. 30.
\textsuperscript{58} Vgl. Ebend., S. 30.
Kirche weitgehend unabhängig von seiner eigenen Persönlichkeit, obschon eine gegenläufige Tendenz insbesondere seit der Amtszeit des volksnahen Papstes Johannes Paul II. festgestellt werden kann. Der Vertreter Christi auf Erden stellt als Anführer einer Weltreligion eine Medienberühmtheit dar und gilt als ein Aushängeschild des Katholizismus, in kommunikationswissenschaftlicher Hinsicht ist er als ein Markensymbol zu betrachten.\textsuperscript{60}

Die These von Hepp und Krönert legt fest, dass es im Hinblick auf die Katholische Kirche zu einer medialen Inszenierung von Religion kommt. Da sie sich in Zeiten einer globalisierten Welt und mannigfaltigen Anschauungen in Konkurrenz zu anderen religiösen Philosophien abgrenzen muss wird eine mediale Darstellung notwendig, um ein eigenständiges Gedächtnis im Medienbewusstsein bei den Rezipienten zu schaffen.\textsuperscript{61}


\textsuperscript{60} Vgl. Hepp/Krönert 2009, S. 141.
\textsuperscript{61} Vgl. Ebend., S. 141.
persönliche Präsenz von Papst Benedikt XVI. in den sozialen Medien, kann die Tatsache darstellen, dass der Vatikan die Funktionsweise der sozialen Plattformen bereits geschickter einzusetzen weiß, da im Rahmen von sozialen Netzwerken ein personalisierter Zugang das zentrale Kriterium darstellt.\textsuperscript{65}

3.2.3 \textit{Nachrichtenwerte katholischer Themen und Glaubensfragen}

Etliche Studien der Vergangenheit haben gezeigt, dass über Themen die Katholische Kirche betreffend, nicht in gleicher Intensität berichtet wird. Wesentlich seltener werden inhaltliche Fragen zu Glaubenthemen für die Nachrichtenproduktion der Medien auserkoren. Vielmehr tritt die Institution Kirche selbst, sowie deren Repräsentanten und ihre Verlautbarungen und Aussagen hinsichtlich politischer Motivationen oder gesellschaftlicher Belange in den Fokus der Medien.\textsuperscript{66}


\textsuperscript{64} Der erste Tweet von Papst Benedikt XVI. hatte die PR-strategische Meldung zum Inhalt, dass gerade eine neue Website, auf der die wichtigsten Informationen aller vatikanischen Medieninstitutionen zusammengeführt werden, die Seite news.va, gestartet habe. (Vgl. Ebend.)

\textsuperscript{65} Vgl. Ebend.

3.2.4 Personalisierung in den Medien


67 Vgl. Ebend., S. 32
auf die Menschen, nicht nur auf gläubige Christen aus, und wusste die Macht der Medien für seine Anliegen, das bedeutet jene der Katholischen Kirche zu nutzen.68


Die Tendenz zur Personalisierung in den Medien referiert bereits auf die mit der medialen Publikation einhergehende Übermittlung eines spezifischen Images. Hierbei muss, wie im Folgenden Kapitel dargelegt, zwischen der natürlich-organisch gewachsenen und der künstlich-produzierten Bildung eines Images unterschieden werden.

3.3 Imagekonstruktion in den Medien

3.3.1 Imagebildung versus Imagekonstruktion


3.3.2 Image, Öffentliche Meinung und Medien

Der Kommunikationswissenschaftliche Rahmen der vorliegenden Fragestellung besteht darin, dass eine Kommunikation zwischen dem Papst beziehungsweise zwischen Kirchenvertretern und dem Volk fast ausschließlich durch die Medien gegeben ist. Die Medien als Trägersysteme von Information spiegeln jedoch nur ausgewählte Ausschnitte der Realität wider. Sie sind Konstruktoreure einer medialen Realität, während die

70 In diesem Sinne wurde der Mediengebrauch bereits von der Medienutzung unterschieden, siehe Kapitel 1.1 Problemstellung.
Rezipienten wiederum aus diesen Medienwirklichkeiten ihre Rezeptionswirklichkeiten konstruieren.\textsuperscript{71} Nun gibt es Sachverhalte, oder Probleme, die von den Medien zu Themen gemacht werden, indem häufig darüber berichtet wird, oft von diversen Gesichtspunkten aus betrachtet. Diese Präsentation der Meinungen führt zu einer Auswahl von relevanten Meinungen, die von einer Mehrheit der Rezipienten akzeptiert werden und dadurch auch politische Wirkung entfalten können.\textsuperscript{72}

Erst die Existenz der Massenmedien erlaubt das Zustandekommen von öffentlicher Meinung und garantiert gleichzeitig, dass diese auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Zur Absicherung und Orientierung benötigen die subjektiven Wirklichkeiten gewisse Strukturen in einer fortlaufenden Sequenz. Dass bedeutet, dass die öffentliche Meinung oder das Image einer Person oder eines Sachverhaltes nur Konstrukte mit Orientierungsfunktion sind, die dem Rezipienten in der Welt der Medien zur Komplexitätsreduktion dienen sollen.\textsuperscript{73}


Das Image einer Person oder auch eines Unternehmens ist veränderbar und selektiv, dadurch wird häufig versucht das äußere Fremdbild zu instrumentalisieren und zu konstruieren, um es in der Öffentlichkeit wirken zu lassen. Eine gezielte Kommunikationspolitik, wie die kommunikative Strategie der Public Relations, kann dazu beitragen, das Image zu stabilisieren oder gar zu verbessern und nutzt zu diesem Zweck oftmals die Medien um sich an der Gestaltung von Wirklichkeit zu beteiligen.\textsuperscript{74}

\textsuperscript{72} Vgl. Merten 1987, S. 331.
\textsuperscript{73} Vgl. Ebend., S. 332
\textsuperscript{74} Vgl. Ebend., S. 208
der vorliegenden Studie soll überprüft werden, ob die Katholische Kirche für Papst Benedikt XVI. ein Kommunikationsmanagement vorsieht, und wenn ja, inwiefern dieses in die Gestaltung der öffentlichen Meinung eingreift. Das Medienimage des Papstes als führendem Mitglied der kirchlichen Institution gilt in der Berücksichtigung der Personalisierung in den Medien als stellvertretend für das Image der Katholischen Kirche.

4. Methodenwahl

Im Folgenden soll die Darstellung des methodischen Instrumentariums eine Begründung der Entscheidung für die gewählte Methodik der Untersuchungen darstellen, bei welchen sowohl die Methode der quantitativen Inhaltsanalyse zum Einsatz kommt wie auch die Anwendung einer qualitativ forschenden Inhaltsanalyse.


Um die weiteren Fragestellungen nach den Bezugsquellen sowie nach der Imagekonstruktion der Katholischen Kirche in den Medien San Franciscos zu beantworten, wird an zweiter Stelle eine qualitative Untersuchung angeschlossen. Es wird ein Experteninterview mit kirchennahen Personen der Erzdiözese San Francisco
durchgeführt und diese anhand der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet, um in Bezug auf die forschungsleitende Fragestellung zu den Bezugsquellen sowie hinsichtlich der Konstruktion von Image seitens der Katholischen Kirche in San Francisco Anhaltspunkte zu erhalten.


Einen Überblick über die gewählten Instrumentarien zu gewähren und die exakten Methoden der Datenerhebung zu definieren, werden von den folgenden Kapiteln zum Untersuchungsdesign geleistet.\textsuperscript{75}

\begin{flushright}
\textsuperscript{75} Die exakte Darlegung der Methoden zur Datenaufbereitung, sowie zur anschließenden Auswertung erfolgt im Kapitel 4. Methodenwahl sowie im Teil II. Empirie unter 5.2 Untersuchungsdesign der quantitativen Inhaltsanalyse und 6.2 Untersuchungsdesign der qualitativen Inhaltsanalyse.
\end{flushright}
II. EMPIRIE

5. Quantitative Studie zur Medienberichterstattung

Die quantitative Empirie kennzeichnet sich durch ihre hypothesenprüfende, standardisierte, explanative Vorgehensweise aus. Ein vorab formulierter Hypothesenkatalog liefert vermutete Antworten auf die forschungsleitenden Forschungsfragen, um diese im Zuge der folgenden quantitativen Inhaltsanalyse zu falsifizieren oder aber um sie vorläufig zu verifizieren.

5.1 Hypothesenkatalog

Ein Hypothesenkatalog zur quantitativen Untersuchung besitzt eine nur vorläufige Gültigkeit, welche im Anschluss an die quantitativen Forschungsergebnisse vorläufig verifiziert oder falsifiziert werden.

Forschungsleitende Fragestellung I - Berichterstattung


In welcher Art und Weise berichtet das kirchennahe Medium über die Kirche? Erfolgt die Berichterstattung wertfrei, imagebeeinflussend oder kritisch? Das heißt: Rückt die kirchennahe Zeitung Themen über den Papst anhand von emotional positiver Berichterstattung in ein besseres Licht als dies die unabhängige Zeitung tut? Gibt es generell in der Berichterstattung beider Zeitungen über katholische Themen Differenzen festzustellen?
Quantitative Hypothesen

Hypothese 1a) Wenn es sich im Rahmen der Medienberichterstattung um Informationen über Papst Benedikt XVI. handelt, dann werden diese von der kirchennahen Zeitung eher positiv dargestellt als von der kirchenunabhängigen Zeitung.\(^\text{76}\)

Als Begründung der Hypothese wird die Annahme nahegelegt, dass die kirchennahe Zeitung Themen im Zusammenhang mit Papst Benedikt XVI. positiver darstellt, weil sie als ein Sprachrohr der Kirche dient.

Wie berichtet im Vergleich dazu ein unabhängiges Medium in einer liberalen Stadt wie San Francisco im Hinblick auf dieselben Themen?

Hypothese 1b) Wenn es sich im Rahmen der Medienberichterstattung um Informationen über Papst Benedikt XVI. handelt, dann werden diese von der unabhängigen Zeitung eher negativ dargestellt.\(^\text{77}\)

Rechtfertigen soll diese Hypothese die Annahme, die unabhängige Zeitung stelle Themen im Zusammenhang mit Papst Benedikt XVI. eher negativ dar, weil sie kirchliche Themen gezielt polemisch einsetzt um sich auf Grund der liberalen Blattlinie gegen konservative Inhalte der Kirche zu stellen, um die Mehrheit der liberalen Stimmen in San Francisco als Leser zu gewinnen. Vielleicht auch um sich als bewusst kritischer Gegenpart zu konservativen Meinungen zu präsentieren, um an der politischen Diskussion des Landes teilzuhaben. Ebenso kann es sich um das Bestreben handeln, eine Gewinnmaximierung zu erzielen, indem auf Grund der publikumsorientierten Informationsselektion anhand von Nachrichtenwertfaktoren und aufgrund entsprechender Berichterstattung Verkaufszahlen angekurbelt werden.

Hypothese 2) Wenn das kirchlich unabhängige Medium beim Crucial Point „Missbrauchsvorwürfe“ und beim Crucial Point „Homosexualität/Kondomnutzung“ in Zusammenhang mit Stellungnahmen von Papst Benedikt XVI. kritisch und emotional negativ berichtet und wenn das kirchliche Medium beim Crucial Point „Missbrauchsvorwürfe“ kritisch und emotional negativ berichtet, aber in Zusammenhang mit dem Crucial Point „Homosexualität/Kondomnutzung“ emotional positiv, dann kann

\(^{76}\) Eher positiv bedeutet, dass mehr positive als negative Emotionen gewertet werden können.

\(^{77}\) Eher negativ bedeutet, dass mehr negative als positive Emotionen gewertet werden können.
die Berichterstattung des kirchlichen Mediums nicht neutral im Hinblick auf das Ereignis
gewertet werden, sondern erscheint katholischen Werten gegenüber wohlwollend und
imagekonstruierend.

**Hypothese 3)** Wenn es für das kirchlich unabhängige Medium Usus ist, die
Berichterstattung über den Papst emotional positiv zu gestalten, dann kann die
Vermutung angestellt werden, dass es seitens der Katholischen Kirche beziehungsweise
seitens der Erzdiözese San Francisco Bestrebungen gibt, Informationen über den Papst
gezielt zu platzieren beziehungsweise ein Image von Papst Benedikt XVI. in den Medien
to konstruieren.

**5.2 Untersuchungsdesign der quantitativen Inhaltsanalyse**

**5.1 Quantitative Inhaltsanalyse**

Die quantitative Sozialforschung ist ein deduktives Verfahren, dessen Interpretation sich
auf die objektive, das heißt die numerische Codierung und statistische Auswertung von
Merkmalsträgern und deren Verhältnis untereinander bezieht.\(^{78}\)

Die Inhaltsanalyse findet heute im Gegensatz zur ersten Hälfte des 20.Jahrhunderts nicht
nur als Instrument zur Textanalyse Verwendung, sondern auch als schlussfolgernde
Methode, die unter bestimmten Voraussetzungen Rückschlüsse auf andere
Kommunikationsmodelle erlaubt, wie etwa den Kontext, den Textautor oder die Wirkung
auf den Rezipienten. Demnach eignet sich die quantitative Inhaltsanalyse um Auskunft
über die Verteilung von Häufigkeiten zu geben, etwa für eine Auswertung wie sich eine
Berichterstattung über Papst Benedikt XVI. in den Medien San Franciscos darstellt.\(^{79}\)

Im Rahmen der vorliegenden Forschungsarbeit wird eine systematische Untersuchung
sozialer Kommunikationsmedien anhand der quantitativen Auswertung von
Textdokumenten angestrebt. Zur hypothesenprüfenden Inhaltsbeschreibung der
Kommunikationsträger anhand einer numerischen Analyse formaler
Kommunikationsmerkmale und deren statistischer Auswertung bietet sich vorrangig das
nicht-reaktive Verfahren der quantitativen Inhaltsanalyse (Content- Analysis) an, welche

\(^{78}\) Vgl. Heinz-Günter Micheel, Quantitative empirische Sozialforschung, Hrsg. v. Roland
Merten und Cornelia Schwepp, Studienbuch für soziale Berufe - 10, München 2010, S. 24,
29 - 30.

die zu untersuchenden Einheiten nicht eigens und bewusst für den Forschungszweck produziert, sondern auf bereits bestehendes, nicht (vorrangig) zu Analysezwecken geschaffenes Material zurückgreift.

Laut Claudia Wegener wird im Rahmen der Inhaltsanalyse zwischen primärer und sekundärer Anwendung unterschieden. Der Kontrast gründet im Zustandekommen des Analysematerials. Während die primäre Inhaltsanalyse zur Untersuchung von Texten und Inhalten herangezogen wird, deren Entstehung außerhalb des Forschungsprozesses liegen, also ohne Einflussnahme des Forschers zustande gekommen sind, ist bei der sekundären Inhaltsanalyse das zu analysierende Material als Teil des Forschungsprozesses entstanden. Die primäre Inhaltsanalyse konzentriert sich als methodisches Instrument auf die Analyse von Texten, deren Produktion außerhalb des Forschungsprozesses angesiedelt ist. Als sekundäre Anwendung erfolgt die Inhaltsanalyse als Hilfsmittel zur Auswertung von im Rahmen des Forschungsprozesses erhobenem Datenmaterial, etwa für Beobachtungsprotokolle sowie zur Auswertung von transkribierten Gruppendiskussionen, da diese Art der qualitativen Inhaltsanalyse sehr häufig in der Medien- und Kommunikationsforschung seine Anwendung findet. Im Rahmen des quantitativen Untersuchungsdesigns wird die primäre Variante der Inhaltsanalyse herangezogen, um Zeitungsartikel als Medienprodukte, die ohne Einflussnahme der Forscher außerhalb des Forschungskontexts entstanden sind, einer Häufigkeitsanalyse zu unterziehen. Die Produkte von Individuen und ihrem Verhalten als Gegenstand der quantitativen Inhaltsanalyse bezeichnet Heinz-Günter Micheel als „soziale Artefakte“, welche sowohl manifeste wie auch latente Bedeutungen in sich tragen und über die Methodik der Inhaltsanalyse erschlossen werden können. Laut Dietmar Paier gilt die Inhaltsanalyse insofern als ein exploratives Verfahren, als sie insbesondere in der Medien- und Kommunikationsforschung als einem Hauptanwendungsgebiet der quantitativen Inhaltsanalyse darauf abzielt, empirisch gesicherte Schlussfolgerungen hervorzubringen, das heißt aufzuschlüsseln, „wer was zu wem wie oft und mit welcher Wirkung sagt.“ Die statistische Ebene der Datenerhebung übersteigend können im Hinblick auf die Theorie der sozialen Artefakte Rückschlüsse auf die in der Datenebene rückvollziehbare soziale Realität vorgenommen werden. Diese

81 Micheel 2010, S. 98.
Dimension der sozialen Wirklichkeit beinhaltet den Kontext der Entstehung eines sozialen Artefakts, sprich eines Textes durch seinen Produzenten, und gilt daher als Ausgangspunkt der Untersuchung ebenso wie als das Ziel der sich an die statistische Analyse anschließenden interpretatorischen Auswertung.\(^{83}\)

Nun gilt es ein passendes Konstrukt vorzustellen, durch welches konkrete Zeitungsartikel und ihre sprachlichen Merkmale in wissenschaftlich-objektive Kategorien einteilt werden können; dies ist der Zeitpunkt, an dem die bisher recherchierten wissenschaftliche Literatur zum Thema zum Tragen kommt.

**5.2.1 Konzeptualisierung der quantitativen Inhaltsanalyse**

Die Theorie der Mediengefühlskultur versucht die verschiedenen Sichtweisen auf Emotionen aus kommunikationswissenschaftlicher, psychologischer und soziologischer Perspektive miteinander zu vereinen. Es wird dabei von einem Problemlösungspotenzial ausgegangen, dass sich auf medialer, auf emotionaler und auch auf journalistischer Ebene finden lässt.


---

\(^{83}\) Die Kommunikationssituation und der soziale Hintergrund des Produzenten verstehen sich ebenso als Kontext zur Hervorbringung eines Textes wie die zu erreichende Zielgruppe beziehungsweise die Adressaten des Dokuments. (Vgl. Paier 2010, S. 30.)

„Eine Theorie der Mediengefühlskultur ermöglicht es, die vereinten Forschungserkenntnisse in einen massenmedialen Zusammenhang zu stellen, so wird es möglich medial codierte Emotionen für empirische Studien greifbar zu machen, und Bedeutungszusammenhänge der Emotionssysteme für das Mediensystem beschreiben zu können.“

Dies legt nahe, die verwendete Sprache mittels des Untersuchungsschemas `Emotion´ zu kategorisieren, wobei sich diese Theorie durch ihre Verbindung von Sprache und Emotion hervorragend als Rahmensystem eignet, um unsere eigene Forschungsleitende Fragestellung zu beantworten - in wie fern die Medien San Franciscos Inhalte über Papst Benedikt XVI. emotionalisieren. Im Folgenden soll erläutert werden, wie Sprache zu forschungswissenschaftlichen Zwecken eingeteilt werden kann und wie im Konkreten sprachliche Ausdrücke als numerische Nennung gewertet werden können. Um die Gestaltung einer Nachricht, also in unserem Falle eines Artikels, auf der formalen Ebene untersuchen zu können, wird ein Regelsystem zur Codierung benötigt, wie eine konkrete Wertung der Wörter auszusehen hat, um zu einer sinnvollen und aussagekräftigen Ergebnissituation zu gelangen.

5.2.2 Quantitative Analyseeinheiten

Definition der Grundgesamtheit

Um den Blick des Journalisten und in weiterer Folge die Meinungen der Medien einzufangen, die sie (in der Rolle der Gatekeeper des Informationssystems) gestalten, soll im Hinblick auf die für die Beantwortung der Fragestellung gewichtige Klassifizierung der Textart das Augenmerk auf schriftlich vorliegende Zeitungsartikel von Medien aus San Francisco gelegt werden, die sich mit dem Thema Papst Benedikt XVI. auseinandersetzen. Eine Vollerhebung aller Artikel zu Papst Benedikt XVI., die in den Medien San Franciscos publiziert wurden, kann im Rahmen der Studie auf Grund des technischen wie zeitlichen Aufwandes nicht geleistet werden. In der Absicht eine vergleichende Erhebung durchzuführen, welche Aufschluss über die Berichterstattung im Rahmen von kirchennahen und andererseits im Rahmen von kirchenunabhängigen

85 Ebend. S. 267.

Stichprobenziehung und Untersuchungszeitraum
Neben der Definition der Grundgesamtheit ist es notwendig auf die Auswahl der Stichprobe zu verweisen: im Rahmen der vorliegenden quantitativen Studie wird keine Vollerhebung durchgeführt, vielmehr soll eine Stichprobenauswahl für ein repräsentatives Ergebnis Sorge tragen.87
Da eine regelmäßige Berichterstattung über den Papst weder in einem unabhängigen noch in einem kirchlichen Medium voraussetzbar sind, bietet sich als Auswahlverfahren an, von der herkömmlichen Zufallsstichprobe abzuweichen um eine ebenso zufallsgesteuerte Klumpenstichprobe, im Zuge des sogenannten Cluster-Verfahrens, zu ziehen. Dabei werden die als Klumpen beziehungsweise Cluster bezeichneten und aus der

---

86 Im Unterschied zu Ex-post-facto-Designs, bei denen die tatsächliche Merkmalsausprägung erst durch die Untersuchung bekannt wird und die Zuweisung zu Vergleichsgruppen anhand statistischer Verfahren vorgenommen wird. (Vgl. Paier 2010, S.33 – 35.)


---

88 Paier 2010, S. 86.
die Emotionalisierung der ausformulierten Zeitungsberichte zulassen, über einen längeren Zeitraum hinweg sicherzustellen.

5.2.3 Operationalisierung

Im folgenden Kapitel kommt es, wie Micheel formulierte, zur "Übersetzung von theoretischen Konzepten in empirische Messinstrumente"\(^{89}\). Die Umsetzung theoretischer Konzeptionen in praktische Messanweisungen erfolgt in vorliegendem Zusammenhang anhand eines konkreten Schemas um gewisse Sachverhalte, die durch einen Begriff bezeichnet werden, numerisch messbar zu machen und im Zuge der Messung festzuhalten.\(^{90}\) Die im aktuellen Forschungsstand grob skizzierten Theorie-Konzeptionen müssen spezifiziert und genauer definiert werden. Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei der Konzeptspezifizierung - im Gegensatz zu einer Realdefinition, die das Wesen der zu definierenden Begrifflichkeit einfangen und die der empirischen Realität entsprechen muss - um eine Nominaldefinition handelt, die zwar so präzise wie möglich ausfallen sollte, nichtsdestoweniger jedoch willkürlich bleiben muss, da es kein objektives Kriterium gibt, welche der zahlreichen Realdefinitionen für eine Spezifikation besser oder weniger gut geeignet ist; ohnehin ist für die weitere Vorgehensweise der Operationalisierung weniger eine exakte Definition als vielmehr die Möglichkeit der praktischen Umsetzung, das heißt die Messung, von höherer Relevanz.\(^{91}\)

Um die Operationalisierung so präzise wie möglich zu gestalten, stützen wir uns auf eine kommunikationswissenschaftliche Theorie von Silke Jahr, welche die verbale Sprache in Zusammenhang mit Emotionen behandelt, da hier auch die Theorie der Medien-Gefühlskultur ansetzt, die eine interdisziplinäre Verschmelzung von Emotionen aus kommunikationswissenschaftlicher, psychologischer und soziologischer Sicht zu leisten im Stande ist. Reale wie medial vermittelte Emotionen funktionieren über ein Erregungspotential, das von den Medien gezielt eingesetzt werden kann, um die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu steigern oder zu binden.\(^{92}\)

In der vorliegenden Arbeit soll nicht die diskursive Seite, das Interesse des Empfängers beziehungsweise des zeitungslesenden Rezipienten untersucht werden, vielmehr soll die

\(^{89}\) Micheel 2010, S. 39.

\(^{90}\) Vgl. Ebend. S. 39.

\(^{91}\) Vgl. Ebend. S. 38.

Seite des Senders beziehungsweise der informationspublizierenden Zeitungen untersucht werden. Wie die Darstellung eines spezifischen Themas im Rahmen der Medienberichterstattung erfolgt, soll im Vergleich zweier Zeitungen ebenso herausgefunden werden, wie die Antwort auf die Fragestellung, welche Unterschiede sich in den Medien San Francisicos (im San Francisco Chronicle und dem Catholic San Francisco) hinsichtlich der Aufbereitung eines kirchenspezifischen Themas feststellen lassen. Um diese Fragen im Rahmen einer quantitativen Erhebung ermitteln zu können, bedarf es im Hinblick auf die Analyse von schriftlichen Medien einer Klassifizierung des sprachlichen Ausdrucks.

Emotionen werden sehr häufig durch Gestik, Mimik, Körperhaltung und Stimme ausgedrückt und verstärkt. Da diese Komponenten im Print-Journalismus wegfällt, geht es darum zu klären, welche sprachstilistischen Mittel eingesetzt werden, um Emotion auszudrücken und wie sich jene messen lassen. Zur Klärung der verschiedenen Dimensionen des Theoriekonstrukts beziehungsweise zur Darstellung der sprachlichen Dimensionen, an Hand derer Emotionen ausgedrückt werden können, reduzierte Silke Jahr die Möglichkeiten des Ausdrucks auf drei semantische Ebenen, die als syntaktische, lexikalische und textuelle Dimension klassifiziert werden können.93

In der syntaktischen Dimension wird versucht einen emotionalen Gehalt der Sprache im Rahmen ihres grammaticalischen Aufbaus festzustellen. Eine quantitative Erfassung der emotionalen Aufladung der Syntax steht nicht im Sinne der Arbeit, auch wenn die Meinungen in der fachspezifischen Literatur über die Wichtigkeit der Erfassung dieser sprachlichen Dimension divergieren. In vorliegender Studie soll angenommen werden, dass der grammaticalische Aufbau eines Satzes wenig mit dem emotionalen Gehalt einer Aussage zu tun hat; daher wird die syntaktische Ebene eines Textes als nicht erhebungswürdig betrachtet.

Viel wichtiger ist hingegen der pragmatische Sinn, die Aussage eines Textes, das heißt die Frage, wie der Inhalt des Mediums präsentiert wird. Jahr erläutert in diesem Sinne die lexikalische Ebene eines Textes, das heißt welche Wörter im Rahmen eines Textes im speziellen benutzt werden. Dieser Dimension wird eine zentrale Rolle zugesprochen, da hierbei im Vordergrund steht den emotionalen Aspekt von Begriffen zu erfassen. Anhand

93 Ob eine Reduktion der sprachlichen Mittel auf drei Dimensionen alle emotionsauslösenden Komponenten hinreichend abdeckt, wird in der wissenschaftlichen Literatur kontrovers diskutiert. Da eine geeignetere Vorgehensweise jedoch nicht bekannt ist, dient aus Gründen der Durchführbarkeit und im Hinblick auf die Setzung des Forschungsziels die von Silke Jahr entwickelte Methodik als Vorlage.


Äquivalente Merkmalsträger mit gleichen Ausprägungen erhalten identische Zahlenzuschreibungen. Nichtäquivalente Merkmalsträger mit verschiedenen Merkmalsausprägungen erhalten verschiedene Zahlenzuschreibungen. Im Rahmen der Klassifikation erfolgt die Zuordnung der Zahlen völlig beliebig. „Jeder Merkmalsträger gehört genau einer Klasse an.“

Vom Messniveau hängt ab, welche statistischen Verfahren zum Einsatz kommen können, je höher das Messniveau, desto mehr mathematische Verfahren kommen zur Verwendung.

---

100 Micheel 2010, S. 41.
101 Ebend., S. 41.
5.2.4 Kategoriensystem

Die Operationalisierung beginnt mit exakten Anweisungen zum Messen von Indikatoren, welche sich als empirisch beobachtbare und somit numerisch messbare Sachverhalte darstellen. Anhand der Ausprägung der Indikatoren gelangt man zu den merkmalstragenden Variablen. Zur zielführenden Vorgehensweise wird im Folgenden die Zuteilung von quantitativ messbaren Indikatoren zu ihren Merkmalsträgern erfolgen, das heißt eine Einteilung deutscher Wörter, die eine emotionale Reaktion evozieren. Die merkmalstragende Variable muss sowohl disjunkt sein, das heißt die Variablen dürfen sich nicht gegenseitig überlappen, und darüber hinaus eine erschöpfende Größe darstellen, das heißt alle möglichen Ausprägungen des Merkmals abdecken.\(^\text{103}\)

In der empirischen Sozialforschung sind Messanweisungen „die Regeln für die Zuweisung von Zahlen/Codes zu den Ausprägungen der Variablen“\(^\text{104}\). Die Datenerhebung anhand dieser Variablen wird als das Messen von sozialen Sachverhalten verstanden.\(^\text{105}\)

Zur Festlegung der Analyse- beziehungsweise der Zähleinheiten der Merkmalsträger werden bei Micheel diverse Elemente miteinbezogen: „Wörter (insgesamt oder (wohl eher) bestimmte) [sic!], Wortbestandteile, Wortgruppen, Wortkombinationen, Sätze, Absätze, Seiten, Artikel, Überschriften, Schlagzeilen…“\(^\text{106}\). Als Kategorien werden die Merkmale selbst bezeichnet, als Unterkategorien versteht man die Ausprägungen der Merkmale. Die Erstellung eines Kategoriensystems ist ein sehr wesentlicher Bestandteil der qualitativen Inhaltsanalyse. Micheel schlägt daher vor, „die gleichen Regeln wie bei der Konstruktion von Fragen“\(^\text{107}\) zu verwenden und verweist zugleich darauf, dass es sich bei Kategorien um Indikatoren für verschiedene Dimensionen eines theoretischen Begriffs handelt, das heißt um Merkmale, die mit Hilfe von Variablen angezeigt werden und sich deshalb „auf eine Bedeutungsdimension beziehen sowie disjunkt, erschöpfend und präzise sein“\(^\text{108}\) müssen.

\(^{103}\) Vgl. Micheel 2010, S. 25.
\(^{104}\) Vgl. Ebend., S. 40.
\(^{105}\) Vgl. Ebend., S. 41.
\(^{106}\) Ebend., S.99.
\(^{107}\) Ebend., S.99.
\(^{108}\) Ebend., S.99.

Im Rahmen der Kategorisierung der Gefühlsarten wird eine genaue Zuteilung der Merkmalsträger und ihrer Indikatoren aufgelistet.


a) Definition der Kategorien


Nachdem die Emotionen in zehn Basisemotionen - genauer in fünf positive und fünf negative Basisemotionen - unterteilt wurden, müssen diese näher definiert werden und ihnen einzelne Indikatoren zugewiesen werden. Den zu definierenden Merkmalsträgern werden Indikatoren zugeordnet, wie Beate Wilms es ausdrückt: „Aufgelistet werden Worte und Wendungen, die entweder direkt auf Emotionen verweisen oder im Zusammenhang mit ihrem Kontext als Verweise auf Emotionen zu erkennen sind.“


b) Adaption der Kategorien

Die Vielzahl mittels Sprache übertragener Emotionen wurde auf zehn Basisemotionen reduziert und in fünf eher positiv und in fünf eher negativ zu bewertende Gefühle

---


Wie sich die Indikatoren für die Emotionen im Englischen gestalten, soll mit Hilfe eines englischen Thesaurus festgelegt werden. Die Definitionen der einzelnen Emotionen und deren Indikatoren wurden aus dem Deutschen übernommen und lediglich die deutschen Indikatoren ins Englische übersetzt, um sozusagen das Netz für die Untersuchung festzulegen. Die Definition der jeweiligen Emotionen wurde aus der deutschsprachigen Literatur entnommen. Da die Studie im Gegensatz zum englischsprachigen Analysematerial der deutschen Sprache verhaftet ist, erscheint eine Übersetzung der Definitionen als überflüssig, im Kontrast zu den Indikatoren, welche als englischer Thesaurus einen konkreten Anhalt für die Auswertung der englischen Zeitungsartikel bieten.
c) Kategorienkatalog

Abneigung/Ekel – denial/disgust

**Definition:** Die körperliche Befindlichkeit von Abneigung und Ekel wird durch ein allgemeines Unwohlsein bestimmt. Auslöser für die Emotionen sind meist das Überschreiten von individuellen oder kollektiven Normsetzungen.\(^\text{114}\)

**Indikatoren für Abneigung/Ekel:** Feindschaft, Hass, Vorurteil, Abscheu, Antipathie, Aversion, Ekel, Grausen, Groll, Widerstreben, Widerwille, ekeltartig, empörend, entsetzlich, grauslich, sonderbar, übel, unausstehlich, unbeliebt, unheimlich, widerlich, widerwertig, meiden, scheuen, etwas satt haben, nicht mögen, Dorn im Auge, schlechten Eindruck machen, abstoßen, missfallen;\(^\text{115}\)

**Indikatoren für denial/disgust:** animosity, refusal, decline, antagonism, hatred, enmity, ill-will, hate, odium, prejudice, bias, antipathy, dislike, aversion, horror, dread, anger, animus, bad blood, dispute, jib, go against, unwillingness, abysmal, abominable, sin, terrible, outrageous, scandalous, dire, dodgy, insufferable, intolerably, evil, ill, unpopular, in the doghouse, obnoxious, unpopular, eerie, sinister, avoid, dislike, disrelish, to be anathema to someone, bad impression, displease, caustic;

Angst - fear

**Definition:** Zentral bei dieser Emotion ist die Einschätzung einer Bedrohung oder Gefahr auf der einen Seite und auf der anderen Seite die Einschätzung der Ungewissheit über das weitere Geschehen. Im Extremfall kann Angst zu Panik führen, bei der jede Handlungskontrolle blockiert ist. Durch Angst können auch weitere Emotionen wie Aggression ausgelöst werden.\(^\text{116}\)

**Indikatoren für Angst:** einschüchtern, erbleichen, sich gruseln, scheuen, Blut schwitzen, die Nerven verlieren, den Atem anhalten, kein Auge zutun können;\(^\text{117}\)

---

\(^\text{114}\) Ebend., S. 100.
Aberglaube, Alarm, Angstschweiß, Bammel, Bedenken, Befangenheit, Befürchtung, Beklemmung, Bestürzung, Entsetzen, Fassungslosigkeit, Feigheit, Gänsehaut, Gefahr, Gespenst, Gewaltanwendung, grässlich, Grauen, haarsträubend, jagen, kopflos, leichenblass, Mangel an Selbstvertrauen, misstrauisch, mutlos, Panik, Phobie, Schauder, scheu, Schiss, schlucken, Schreckensbild, Terror, Unruhe, versteinert dastehen, zittern; 118

**Indikatoren für fear:** anxiety, frighten, awe, blanch, turn pale, shiver, blood – sweating, lose someone’s nerve, hold someone’s breath, alarm, alert, superstition, cold sweat, doubt, jitters, misgiving, oppression, panic, horrified, consternation, cowardice, goose bumps, danger, hazard, threat, spook, bloodcurdling, terror, hunt, chase, headless, cadaverous, deathly, pale, lack of confidence, distrustful, discouraging, panic, phobia, execration, awe, timidity, dread, shiver, scare, terror, bullying, riot, disturbance, terrifying, petrified, tremble, unbending, inflexible, rigid, inquisitor, ferocity, venom, fright;

**Ärger - anger**

**Definition:** „Bei Wut überwiegt die affektive Erregung, der Wille zum Gegenschlag gegen die Gefährdung der Selbstverhaltung oder eines Machtanspruchs des Subjekts. Hinter Zorn hingegen steht eine moralische Entrüstung, eine Empörung über die Verletzung von für wertvoll gehaltene Normen.“ 119

**Indikatoren für Ärger:** Belästigung, Empörung, Gereiztheit, Jähzorn, Rage, Streit, Entrüstung; 120 Aggressivität, Ärger, Argwohn, beleidigen, Bitterkeit, Bösartigkeit, Bosheit, Empfindlichkeit, empören, Entrüstung, Erbitterung, erzürnen, Feindschaft, Frustration, Grimm, Groll, Hass, Missmut, schikanieren, schmähen, Unmut, Verdacht, Verdruss, Verletzlichkeit, Verstimmung, Zerstörungswut, Rot sehen, vor Wut kochen, seinem Ärger Luft machen; 121

118 Vgl. Dornseiff 2004, S. 188.
Indikatoren für * anger*: trouble, worry, annoyance, harassment, disgust, indignation, petulance, irascibility, rage, dispute, outrage, aggressiveness, aggravation, distrust, affront, insult, bitterness, malignity, cursedness, sensitiveness, insurrection, enrage, ment, wrath, antagonism, frustration, fierceness, resentment, hate, displeasure, harassment, revile, suspicion, disappointment, violability, huff, destructiveness, betrayal, accusation, criticism;

**Trauer - sorrow**

**Definition**: Unter Trauer versteht man seelische Schmerzen, die bis hin zum psychisch-physischen Gefühl des Verlustes reichen können. Sinn- und Machtlosigkeit gehen mit diesem Verlust einher.\(^{122}\)

**Indikatoren für Trauer**: Bedrücktheit, Bekümmertheit, Betrübtheit, Kummer, Wehmut, Qual;\(^{123}\) Bedauern, Depression, Freudlosigkeit, Frust, Frustration, Gram, Grab, Hoffnungslosigkeit, Jammer, Klage, Leidensweg, Melancholie, Pein, Pessimismus, Schmerz, Tod, Trostlosigkeit, Trübsinn, Überdruss, Unglück, Unheil, Unlust, Verzweiflung, Blutendes Herz, Zerrisses Herz;\(^{124}\)

**Indikatoren für sorrow**: grievousness, dejection, worriedness, heartsickness, grief, melancholy, distress, regret, depression, joylessness, exasperation, frustration, mourning, grave, despair, hopelessness, misery, lamentation, ordeal, dumpishness, anguish, pain, pessimism, hurt, ache, death, desolation, gloom, weariness, misfortune, calamity, reluctance, desperation, to lacerate the heart, acardiac;

**Neid - envy**

**Definition**: Unter Neid ist ein negativer emotionaler Zustand zu verstehen, der durch das Streben etwas zu besitzen, das ein anderer besitzt, geprägt ist. Neid ist also meist gegen einen anderen Menschen gerichtet und somit eine soziale Emotion.\(^{125}\)

---

\(^{122}\) Wilms 1994, S. 104.
\(^{124}\) Vgl. Dornseiff 2004, S. 175.
\(^{125}\) Ulrich/Mayring 1992, S. 158.
Indikatoren für Neid: Argwohn, Begierde, Eifersucht, Konkurrent, Konkurrenzdenken, Missgunst, misstrauisch, Nebenbuhler, Neider, Rivalität, Undankbarkeit, ungerecht; 126

Indikatoren für envy: Distrust, suspicion, cupidity, jealousy, competition, competitiveness, enviousness, skeptical, rival, grudger, ingratitude, ungratefulness, unfairness;

Freude/Glück – joy/pleasure

Definition: „Freude wird als warmes, angenehmes, offenes Wohlbefinden erlebt. Sie ist vital, will jubeln, stellt ein Höhepunkterlebnis dar. Man fühlt sich sorgenfrei, leicht, entspannt, man fühlt sich verbunden mit dem Gegenstand der Freude.“127

Indikatoren für Freude/Glück: Segen, Begeisterung, Jubel, Lebenslust, Triumph, Unterhaltung,128 Ausgelassenheit, Befriedigung, Beglückung, Belustigung, Ekstase, Enthusiasmus, Entzückung, ergötzen, Euphorie, Frohlocken, Hochgefühl, lustig, schwelgen, Seligkeit, Vergnügen, Verzückung, Wohlgfühl, Wonne;129

Indikatoren für joy/pleasure: blessing, mercy, boon, enthusiasm, ardor, elation, exaltation, jubilance, love of life, lust for life, triumph, victory, amusement; friskiness, hilarity, satisfaction, fulfillment, happiness, merrymaking, ecstasy, delight, delectation, euphoria, bask, bliss, relaxation, rapture, well-being, blissfulness, gratefulness, gracious, affectionate;

Liebe - love

Definition: Liebe ist eine zwischenmenschlich bindende Emotion, die neben Wohlbefinden und Selbstachtung auch auf die Gesundheit wirkt. Der Unterschied in der Zuneigung besteht darin, dass man sie sympathisch finden kann, ohne diese zu lieben.130

127 Ulrich/Mayring 1992, S. 162.
130 Ulrich/Mayring 1992, S. 139 - 142.
Indikatoren für Liebe: Anerkennung, Anhänglichkeit, Anziehung, Betörung, Bewunderung, Charme, entzückend, faszinierend, Flirt, Freundschaft, Gönner, Hingebung, Liaison, Liebelei, locken, Lust, nett, populär, reizend, Schwärmerei, süß, Sympathie, Techtelmechtel, verehrt, Verlangen, verlockend, Vertrauen, Zuneigung, Süßholzraspeln. 131

Indikatoren für love: admission, acceptation, devotedness, adherence, adduction, attraction, captivating, enchanting, admiration, charm, congeniality, lovesome, fascinating, flirt, friendship, amity, benefactor, favorer, liaison, dalliance, allure, lust, nice, cute, popular, sweet, sympathy, honored, venerated, craving, faith, affection, fondness, sweet-talk, cordial;

Interesse/Neugier – curiosity/interest

Definition: Interesse ist eine positive Emotion, die sich mit anderen vermischen kann um eine bewusste Zuwendung zum Neuen, Unbekannten zu beschreiben. Auch die Neugier wird als eine Art gesteigertes Interesse betrachtet.132

Indikatoren für Interesse/Neugier: interessiert, neugierig, gefesselt, engagiert, Achtsamkeit, Aufmerksamkeit, aufhorchen, Augenmerk, Beachtung, Eifer, erwartungsvoll, Gespanntheit, fesseln, Forschertrieb, fieberhaft, Neugier, Sensationslust, Tatendrang, Ungeduld, Wissbegier, Wissensdrang, Wissensdurst, in seinen Bann ziehen;133

Indikatoren für curiosity/interest: interested, nosey, dedicated, attentiveness, care, attention, advertence, attentive, alacrity, expectant, tautness, fevered, sensationalism, drive, eagerness, thirst for knowledge;

132 Izard 1981, S. 243
**Mitgefühl - compassion**

**Definition:** Mitgefühl ist auf der einen Seite eine positive Emotion, da sie mit Zuneigung verbunden sein kann. Es kann aber andererseits auch aus einem neutralen Verpflichtungsgefühl heraus entstehen. Dadurch können Identifikationsprozesse ausgelöst und Handlungsprozesse initiiert werden. Diese Emotion hat einen sehr stark autogenen Charakter - soll bedeuten, dass einem eine Person in kürzester Zeit sympathisch oder unsympathisch erscheint - und kann sich zusätzlich gegen Entscheidungen des Verstandes richten.¹³⁴

**Indikatoren für Mitgefühl:** Anteilnahme, Einfühlungsvermögen, Herzlichkeit, Mitleid, Rücksicht, Sympathie, Taktgefühl, Teilnahme, Verständnis;¹³⁵ Bedauern, Beileid, Besänftigung, beweinen, Gratulation, Humanität, Menschlichkeit, mitfühlen, Rührung, Sentimentalität, Vergebung, Verzeihung, armer Teufel, armer Tropf, Gnade erweisen, Herz haben, Mut zusprechen;¹³⁶

**Indikatoren für compassion:** solicitousness, empathy, intuition, cordiality, charity, consideration, discretion, participation, understanding, condolence, mitigation, congratulation, humanity, humanness, heart-warming, moving, sentimentality, forgiveness, cononation, poor devil, poor wretch, grace, heart of gold, comfort;

**Hoffnung/Sehnsucht - hope**

**Definition:** Besonders in Situationen, die zentrale Ziele Lebensplanung gefährden, steht Hoffnung für eine positive Zukunftsvorstellung. Hoffnung kann sich auf persönlichen Leistungssituationen wie den Erfolg beschränken. Aber auch globale und positive Zukunftsvorstellungen können im Mittelpunkt der Emotion stehen, wobei Sehnsucht als der Ausdruck des Strebens nach dieser Zukunftsvorstellung bezeichnet werden kann. Dadurch ist die Emotion Sehnsucht nicht rein negativ zu betrachten, sondern auch mit dem positiven Gefühl der Hoffnung zu verknüpfen.¹³⁷

**Indikatoren für Hoffnung/Sehnsucht:** Ausweg, Drang, Fernweh, Heimweh, Glaube, Lichtblick, Optimismus, Zukunftsglaube, Zuversicht; \(^{138}\) Chance, Erfolgsaussichten, Erwartung, glänzende Aussichten, gute Aussichten, Hoffnung, Illusion, optimistisch, Tagtraum, Utopie, Versprechung, viel versprechend, verheißungsvoll, Wunschtraum, Wunschvorstellung, Zukunftsmusik, Zuversicht; in Aussicht stehen; \(^{139}\)

**Indikatoren für hope:** resort, way out, nostalgia, credence, belief, optimism, reliance Chance, opportunity, prospects, expectation, promising, illusion, daydream, perspective;

d) Codierbogen

Einer jeden Kategorie und Unterkategorie werden numerische, sich voneinander unterscheidende Codes zugewiesen, die in einem „Codesystem“\(^{140}\), dem Codierbogen, aufgeschlüsselt werden. Die Variable bezeichnet den numerischen Wert für die verschiedenen Untersuchungskategorien, die im Rahmen des Inhalts der Variable inhaltlich angeführt werden. Die Spalte für den Code ist mit numerischen Werten belegt, welche eine anschließende statistische Auswertung ermöglichen.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Variable</th>
<th>Inhalt der Variable</th>
<th>Codes</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Zeitungsorgan</td>
<td>/</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>San Francisco Chronicle</strong></td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Catholic San Francisco</strong></td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Erscheinungsdatum</td>
<td>TTMMJJJJ</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Wortanzahlanzahl</td>
<td>01-999</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Gefühlsthematisierung</td>
<td>Häufigkeit</td>
</tr>
<tr>
<td>Abneigung/Ekel – denial/disgust</td>
<td>Häufigkeit</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Angst - fear</td>
<td>Häufigkeit</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ärger - anger</td>
<td>Häufigkeit</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Trauer - sorrow</td>
<td>Häufigkeit</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Neid - envy</td>
<td>Häufigkeit</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

\(^{140}\) Micheel 2010, S. 100.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Gefühl/Empfindung</th>
<th>Häufigkeit</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Freude/Glück – joy/pleasure</td>
<td>Häufigkeit</td>
</tr>
<tr>
<td>Liebe - love</td>
<td>Häufigkeit</td>
</tr>
<tr>
<td>Interesse/Neugier – interest/curiosity</td>
<td>Häufigkeit</td>
</tr>
<tr>
<td>Mitgefühl - compassion</td>
<td>Häufigkeit</td>
</tr>
<tr>
<td>Hoffnung/Sehnsucht - hope</td>
<td>Häufigkeit</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Sarkasmus - Sarcasm</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Crucial Point</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Anmerkungen zu den einzelnen Variablen:**

**Variable 1:** Als erster Schritt wird das Medium identifiziert, welches den Artikel publiziert.

**Variable 2:** Zwecks der besseren Übersicht wird das Datum eines jeden Artikels eingetragen.

**Variable 3:** Hier wird ausschließlich die Anzahl der Wörter im Artikel, inklusive Überschrift und Untertitel gezählt. Auch Zahlen werden als Wort erfasst und gezählt.

**Variable 4:** Gezählt werden einzelne Gefühle als semantische Einheit und durch die Indikatoren werden sie zugewiesen. Die einzelnen Zähleinheiten zu jeweils einer Gefühlsart werden pro Artikel als Summe codiert.

**Variable 5:** Zusätzlich zu den Emotionen als Merkmalsträger, wird die Sprachfigur „Sarkasmus“ gewertet, um den Gesamteindruck über die einzelnen Berichterstattungen der jeweiligen Zeitung abzurunden. Sarkasmus ist in der Regel mit Hohn und Spott verbunden, kann also durchaus als negative Sprachfigur gewertet werden und hat in einer rein objektiven Berichterstattung nichts verloren.

**Variable 6:** Die letzte Variable dient dazu, den jeweils untersuchten Artikel einem der Crucial Points als den relevanten Zeiträumen für die Analyse, nämlich „Amtsantritt“, „Missbrauchsvorfälle“ oder Aussagen von Papst Benedikt XVI. die „Homosexualität/Kondomnutzung“ betreffend, eindeutig zuzuordnen, um die Berichterstattungen zu den jeweiligen Themen im Zusammenhang mit Papst Benedikt
XVI. in der Auswertung vergleichen zu können und um mögliche Unterschiede beziehungsweise Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung herauszuarbeiten.

Die beiden Zeitungen unterscheiden sich formal in deren Betitelung der Seitenrubriken und da diese für vorliegende Untersuchung zu vernachlässigten sind, wurde auf eine genauere Unterteilung der Artikel in unterschiedlichen Rubriken verzichtet.

e) Codierregeln


Regel 2: Wird in einer Textstelle nach allgemeinem Verständnis, ein Gefühl durch ein Synonym ausgedrückt, welches sich nicht in der Synonymliste befindet, so kann das Gefühl codiert werden, wenn der nicht aufgelistete Begriff durch einen Aufgelisteten, ohne Sinnentfremdung des Satzes, ersetzt werden kann.


Regel 5: Ableitungen einer Emotion werden zur vom Sinn her passenden Gefühlsart gezählt. So wird zum Beispiel „angstfrei“ nicht unter der Kategorie Angst codiert sondern zu Hoffnung/Sehnsucht gezählt.
5.3 Quantitative Ergebnisse

Bevor die Medienvertreter aus San Francisco und ein Mitarbeiter der dortigen Erzdiözese zum Experteninterview gebeten werden, soll eine Analyse der Medienberichterstattung Aufschluss über die sprachliche Präsentation von Information über Papst Benedikt XVI. bringen. In welcher Form die emotionale Aufbereitung der über den Papst generierten Information im Rahmen eines Zeitungsartikels des jeweiligen Mediums erfolgt, erschließt sich durch die quantitative Analyse der Zeitungsartikel.


Zur konkreten statistischen Auswertung wurde ein Datenaufbereitungsprogramm als quantitatives Analyseinstrument herangezogen, die Statistik- und Analysesoftware SPSS, welche in der empirischen Sozialwissenschaft ein bewährtes Hilfsmittel zur Datenaufbereitung und –auswertung darstellt, siehe Tabelle 1 und 2 im Anhang.


Zur deskriptiven und interpretativen Ergebnisdarstellung der quantitativen Analyse werden die Auswertungen der Zeitungsanalyse vorgestellt, um im selben Zuge die vorläufigen Hypothesen zu überprüfen, die im Kapitel 5.1 *Hypothesenkatalog* im Zusammenhang mit der Fragestellung um die Berichterstattung in den Medien San Franciscos über Papst Benedikt XVI. erstellt wurden.


Als Erläuterung der Tabelle 2 sei erwähnt, dass eine Codierung des Variablenlabels angegeben ist, welche die vorkommenden Emotionen eindeutig in sowohl positive wie auch negative Emotionen aufteilt. Um zu einem generellen Analyseergebnis zu gelangen, dass sich nicht auf spezifische Gefühle beschränkt, sondern eine generelle Einschätzung der emotionalen Wertung in der Berichterstattung San Franciscos über Papst Benedikt XVI. leisten soll, wird das Hauptaugenmerk der Forschung im Endeffekt auf der emotional positiven beziehungsweise negativen Konnotation der Berichterstattung gelegt. Darüber hinaus ist zu betonen, dass innerhalb der zehn Basismotionen keine weitere Abstufung oder Wertung erfolgt; eine bipolaré Zuordnung der zehn grundsätzlichen Emotionen zu positiv und negativ muss im Sinne einer Reduktion von Komplexität im
Rahmen der Forschung als solches recht radikal erfolgen. Die Studie lehnt sich bei dieser Lösung an Saxer und Märki-Koepp an, die dieses Modell bereits erfolgreich wissenschaftlich praktiziert haben.

Wie die Auswertung der Analyse zur Medienberichterstattung belegt, wurde vom *San Francisco Chronicle* wesentlich häufiger mit negativ behafteten Emotionen berichtet, als dies im *Catholic San Francisco* der Fall war.


In den insgesamt 24 Artikeln des *San Francisco Chronicle* konnte insgesamt 69-mal eine negative Emotion gewertet werden, wohingegen nur 14 als positiv beurteilt wurden. Beim *Catholic San Francisco* fielen die Artikel wie angenommen wesentlich positiver aus, hier kommen auf 25 Artikel 69 positive Emotionen und 41 negative Bewertungen, siehe Diagramm 1 und 2, sowie Tabelle 3 im Anhang.

Interessant erschien auch die Tatsache, dass im *San Francisco Chronicle* 20-mal die Sprachfigur „Sarkasmus“ gewertet wurde, wohingegen der *Catholic San Francisco* gänzlich auf diese journalistische Präsentationsform verzichtet hat.
Hypothese 1a) Wenn es sich im Rahmen der Medienberichterstattung um Informationen über Papst Benedikt XVI. handelt, dann werden diese von der kirchennahen Zeitung eher positiv dargestellt als von der kirchenunabhängigen Zeitung.\textsuperscript{141}


Hypothese 1b) Wenn es sich im Rahmen der Medienberichterstattung um Informationen über Papst Benedikt XVI. handelt, dann werden diese von der unabhängigen Zeitung eher negativ dargestellt.\textsuperscript{142}

Rechtfertigen soll diese Hypothese die Annahme, die unabhängige Zeitung stelle Themen im Zusammenhang mit Papst Benedikt XVI. eher negativ dar, weil sie kirchliche Themen gezielt polemisch einsetzt um sich auf Grund der liberalen Blatlinie gegen konservative Inhalte der Kirche zu stellen, um die Mehrheit der liberalen Stimmen in San Francisco als Leser zu gewinnen. Vielleicht auch um sich als bewusst kritischer Gegenpart zu konservativen Meinungen zu präsentieren, um an der politischen Diskussion des Landes teilzuhaben. Ebenso kann es sich um das Bestreben handeln, eine Gewinnmaximierung zu erzielen, indem auf Grund der publikumsorientierten Informationsselektion anhand von Nachrichtenwertfaktoren und aufgrund entsprechender Berichterstattung Verkaufszahlen angekurbelt werden.

Die angeführten Gründe müssen erst durch die Experteninterviews mit den verantwortlichen Medienvertretern vor Ort überprüft werden, die quantitative Untersuchung hat jedoch belegt, dass der \textit{San Francisco Chronicle} eindeutig negativ und

\textsuperscript{141} Eher positiv bedeutet, dass mehr positive als negative Emotionen gewertet werden können.

\textsuperscript{142} Eher negativ bedeutet, dass mehr negative als positive Emotionen gewertet werden können.

**Hypothese 2)** Wenn das kirchlich unabhängige Medium beim Crucial Point „Missbrauchsvorwürfe“ und beim Crucial Point „Homosexualität/Kondomnutzung“ in Zusammenhang mit Stellungnahmen von Papst Benedikt XVI. kritisch und emotional negativ berichtet und wenn das kirchliche Medium beim Crucial Point „Missbrauchsvorwürfe“ kritisch und emotional negativ berichtet, aber in Zusammenhang mit dem Crucial Point „Homosexualität/Kondomnutzung“ emotional positiv, dann kann die Berichterstattung des kirchlichen Mediums nicht neutral im Hinblick auf das Ereignis gewertet werden, sondern erscheint katholischen Werten gegenüber wohlwollend und imagekonstruierend.

Wie die Diagramme 1 und 2 zeigen, beschränken sich beim *Catholic San Francisco* die negativen Emotionen hauptsächlich auf Ablehnung, Ärger und Trauer, und die positiven Gefühle auf Freude, Liebe und Hoffnung. Demzufolge kommen sowohl Angst, Neid, Interesse und Mitgefühl seltener als die anderen codierten Emotionen vor. Das Vorkommen der negativen Emotionen bei *San Francisco Chronicle* und *Catholic San Francisco* verhielt sich ähnlich, das heißt dass Abneigung, Ärger und Trauer als auftretende Gefühle vermehrt gewertet werden konnten, im Gegensatz zum *Catholic San Francisco* spielte aber auch Angst eine entscheidende Rolle in der Berichterstattung des *San Francisco Chronicle*, immerhin konnte sie im selben Medium nach der Emotion Abneigung am zweit häufigsten gewertet werden. Auch Sarkasmus konnte ausschließlich im kirchenunabhängigen Medium gewertet werden und zeigt deutlich die Differenzen der beiden Berichterstattungsweisen. Die Sprachfigur „Sarkasmus“, die zwar nicht als Emotion erachtet werden kann, jedoch durchaus negativ behaftet ist, da sie Spott, Hohn und das nicht ernstnehmen von Ansichten oder Problemen mit sich bringt, wird ausschließlich vom kirchenunabhängigen Medium verwendet, um vom Papst getätigte Aussagen über konservative Ansichten zu Sexualität oder „verspätete“ gezogene Konsequenzen für Missbrauchstäter ins lächerliche zu ziehen.
Interessanterweise konnten die beiden Kategorien Angst und Sarkasmus im *San Francisco Chronicle* im Zusammenhang mit dem Crucial Point „Amtsantritt“ mit 8-mal und 10-mal am häufigsten gewertet werden, was mit der negativen Auslegung der Wahl des konservativen Joseph Ratzingers zum Papst zu tun hat, siehe Diagramm 3 und 4, sowie Tabelle 4 im Anhang. Dennoch zeigten sich bei diesem Thema mehr positive Emotionen in der Berichterstattung des *San Francisco Chronicle* als bei den anderen Themen.

**Diagramm 3, Summe der einzelnen Emotionen (inkl. Sarkasmus) beim San Francisco Chronicle**

Im *Catholic San Francisco* wurden beim Crucial Point „Amtsantritt“ am meisten positive Emotionen nachgewiesen; die Verwendung von positiven Emotionen in der Berichterstattung des *Catholic San Francisco* hat während des Analysezeitraums beziehungsweise anlässlich der Crucial Points „Missbrauchsvorwürfe“ und „Homosexualität/Kondomnutzung“ nachgelassen.

Demgegenüber steht die Berichterstattung des kirchlichen Mediums im Zusammenhang mit dem Crucial Point „Homosexualität/Kondomnutzung“, während dessen eine negativ konnotierte Berichterstattung seitens des kirchlichen Mediums fast zur Gänze unterblieben ist, wohingegen das kirchlich unabhängige Medium verstärkt negative Emotionen zum Einsatz brachte, siehe Diagramm 3 und 4, sowie Tabelle 4 im Anhang.

Diagramm 4, Summe der einzelnen Emotionen (inkl. Sarkasmus) beim Catholic San Francisco
kontroversen Thema im Gegensatz zur unabhängigen Zeitung so gut wie nicht kritisch berichtet wurde.

**Hypothese 3)** Wenn es für das kirchlich unabhängige Medium *Usus* ist, die Berichterstattung über den Papst emotional positiv zu gestalten, dann kann die Vermutung angestellt werden, dass es seitens der Katholischen Kirche beziehungsweise seitens der Erzdiözese San Francisco Bestrebungen gibt, Informationen über den Papst gezielt zu platzieren beziehungsweise ein Image von Papst Benedikt XVI. in den Medien zu konstruieren.

Da das kirchlich unabhängige Medium nicht emotional positiv über den Papst berichtet, muss die Hypothese 3) falsifiziert werden. Ob es nun PR-Konzepte auf Seiten des Vatikans oder auf lokaler Ebene gibt, wird im Anschluss in der qualitativen Untersuchung analysiert. Im Hinblick auf die unausgewogene sowie negative Berichterstattung des *San Francisco Chronicle* liegt jedoch die Vermutung nahe, dass keine Imagestrategien der Katholischen Kirche für Papst Benedikt XVI. durchgesetzt werden, um sich in kirchenunabhängigen Medien in einem besseren Licht zu präsentieren. Falls es entgegengesetzt der Annahmen in der Erzdiözese San Francisco eine Stelle gibt, die sich um eine positive Imagepositionierung des Papstes bemüht, so greift diese beim *San Francisco Chronicle* nicht.

**Probleme bei der Forschungstätigkeit**

Leichte Probleme ergaben sich beim Auswerten der Zeitungsartikel nach Emotionen, da es in manchen Fällen das Vorkommnis gab, dass ein Indikator gefunden wird, der eindeutig einer Gefühlsthematisierung zugeordnet werden kann, wohingegen der Inhalt, der Sinn des Satzes, und dessen Aussage jedoch einen anderen Kontext suggerieren. So soll als Beispiel ein Satz angeführt werden: „Der Papst ist verärgert über die Missbrauchsvorfälle.“ „Verärgert“ gilt im Rahmen der numerischen Auswertung als Indikator für die Emotion „Ärger/Wut“, welche als negative Gefühlsthematisierung gewertet wird, die Aussage bezieht sich jedoch auf den Papst selbst, der seiner Empörung über die Missbrauchsvorfälle zum Ausdruck bringt, evoziert aber nicht zwingend ein negatives Bild über Papst Benedikt XVI. für die Rezipienten. Da keine Aussage eines Journalisten über den Papst getätigt wurde, sondern ein Zitat von Benedikt XVI. wiedergegeben wurde, der negativ über Missbrauchsvorfälle spricht und diese verurteilt, kann dies als positive Reaktion aufgefasst werden, weil es sich um die Verurteilung einer

6. Qualitative Studie zu den Bezugsquellen und zur Imagekonstruktion

6.1 Thesenkatalog

Nachdem die forschungsleitende Fragestellung nach der Emotionalität der Medienberichterstattung in San Francisco über Papst Benedikt XVI. auf Grund der quantitativen Auswertung von Zeitungsartikeln erfolgt ist, wendet sich der Thesenkatalog der qualitativen Studie als abrundendes Instrumentarium offenen Fragen beziehungsweise Fragen zu, die mitunter erst durch die Auswertung der Zeitungsartikel aufgeworfen wurden. Im Folgenden werden die Thesen zu den Bezugsquellen und zur Imagekonstruktion vorgestellt.

Forschungsleitende Fragestellung II – Bezugsquellen

Nimmt die Informationsvermittlung Einfluss auf die Berichterstattung über Papst Benedikt XVI. in den beiden bereits quantitativ untersuchten Printmedien San Franciscos?

Wie funktioniert der Informationsübertragungsprozess, der bei tatsächlichen Ereignissen rund um den Papst der Katholischen Kirche beginnt und bis hin zu den Journalisten reicht, die einen Zeitungsartikel für ihr Medium verfassen und die Information somit zu einer publizierten Nachricht werden lassen? Wie sieht die Struktur der
Informationsübertragung speziell in San Francisco aus? Wo beziehungsweise bei wem beginnt der Informationsübertragungsprozess? Wer entscheidet innerhalb und außerhalb der Ortskirche welche Fakten ans Tageslicht dringen? Gibt es dafür ein kirchennahes Pressebüro, oder externe unabhängige Presseagenturen, die Informationen sammeln und als Vermittlerstellen hin zu den Medien auftreten?


Welche Medien gibt es, die von der Ortskirche San Francisco herausgegeben werden? In wie fern können die diversen kirchennahen Medien (Radio, Zeitung) als unabhängige, objektive Instanzen betrachtet werden, wenn es um Kritik und Pressefreiheit geht?

Wie weit kann dem kirchlich unabhängigen Medium nachgewiesen werden, dass eine neutrale Berichterstattung und ein objektives Nachzeichnen der Geschehnisse verwirklicht werden? Gibt es im Rahmen der Berichterstattung in San Franciscos unabhängigen Medien eventuell bewusste, liberale Gegentendenzen zu den eher konservativen Stellungnahmen der Katholischen Kirche und dem Oberhaupt Papst Benedikt XVI.?

Auf Grund dieser Fragestellungen wurden vorläufige Thesen entwickelt, die im Folgenden vorgestellt und anschließend durch die Experteninterviews im qualitativen Teil der Untersuchung überprüft werden sollen.

Qualitative Thesen zu den Bezugsquellen

Auf Grund der Differenz in der Emotionalität der Berichterstattung ist fraglich, ob sich der Informationsbeschaffungsprozess beziehungsweise die verwendeten Bezugsquellen und deren aufbereitete Informationen über Papst Benedikt XVI. auf die Art der Berichterstattung auswirkt. Falls nicht, liegt die Ursache für eine unterschiedlich emotional aufgeladene Berichterstattung in der journalistischen Aufbereitung der Information und somit an der Abweichung von neutraler Berichterstattung.
These 1) Das kirchennahe und das kirchlich unabhängige Medium haben unterschiedliche Bezugsquellen beziehungsweise einen unterschiedlichen Zugang zu Informationen über Papst Benedikt XVI., dieser Umstand nimmt Einfluss auf die Medienberichterstattung, da in der kirchlich unabhängigen Zeitung ein schlechterer Zugang zu Informationen über Papst Benedikt XVI. herrscht.

Als Begründung für die Annahme dienten die quantitativen Untersuchungsergebnisse, welche darlegten, dass sich die Medienberichterstattung der beiden Analysemedien durch die Verwendung von Emotion in der Sprache voneinander abgrenzte. Dadurch kann in Folge angenommen werden, dass hinter der Präsentationsweise der Information durch den jeweiligen Journalisten als Gatekeeper für das publizierende Medium eine spezifische Motivation zum Verfassen eines Artikels besteht. Neben den journalistischen Absichten treten ferner die Bezugsquellen als mögliche Beeinflussung der Berichterstattung ans Licht.

These 2a) Die Erzdiözese San Francisco und der Kirchenstaat Vatikan nehmen Einfluss auf die Medienberichterstattung der kirchlichen Zeitung.

Ein Argument für diese Annahme soll die Überlegung darstellen, dass das kirchliche Medium dem finanziellen Diktat der Erzdiözese von San Francisco erliegt und somit auch im Einfluss des Papstes der Katholischen Kirche steht. Wenn eine kirchliche Zeitung in einem liberalen Klima, wie jenem von San Francisco im Vergleich zur unabhängigen Zeitung nicht kritisch, das heißt emotional positiv berichtet, kann angenommen werden, dass sich die Subventionierung des kirchlichen Mediums mit Mitteln der Katholischen Kirche auf die Berichterstattung auswirkt.

These 2b) Die Diskrepanz zwischen religiös-konservativen und säkular-liberalen Faktoren nimmt Einfluss auf die Medienberichterstattung der kirchlich unabhängigen Zeitung.

Die These erklärend soll die Annahme erläutert werden, dass für den San Francisco Chronicle liberale Ansichten ein zentrales Element der Blattlinie darstellen und sich somit eventuell negativ auf Berichterstattung über konservative Ansichten auswirken könnte, bedenkt man die Stellungnahmen Papst Benedikt XVI. zu Homosexualität, Gleichgeschlechtlichen Ehe, Kondомнutzung und Aids.
**These 3)** *Die kirchennahe Zeitung, der Catholic San Francisco, wird zwar aus kirchlichen Mitteln gespeist, agiert jedoch bis zu einem gewissen Grad als objektives, moralisch eigenständiges Medium.*


**Forschungsleitende Fragestellung III – Imagekonstruktion**


**Qualitative Thesen zur Imagekonstruktion**

Wenn das kirchenunabhängige Medium deutlich negativer über Themen Papst Benedikt XVI. betreffend berichtet als das kirchliche Medium, kann angenommen werden, dass es keine PR- beziehungsweise Image-Konzepte, weder auf Seiten des Vatikans noch auf lokaler Ebene gibt, um aktiv das Bild des Papstes und damit der Katholischen Kirche in der öffentlichen Meinung positiv zu beeinflussen.

**These 4a)** *Es wird von Seiten der Katholischen Kirche nicht aktiv versucht Kommunikationsstrategien zur Imagekonstruktion von Papst Benedikt XVI. einzusetzen. In der Erzdiözese San Francisco gibt es keinen Zuständigen, der mit den Medien San Franciscos in Kontakt tritt, um die Positionierung des Images von Papst Benedikt XVI. zu beeinflussen.*

**These 4b) Es gibt eine Kommunikationsstelle der Erzdiözese San Francisco, die sich nicht für das Image des Papstes, jedoch für das Image der Katholischen Kirche beziehungsweise der Erzdiözese San Francisco einsetzt und sich dafür engagiert, die Katholische Botschaft zu verbreiten.**

**These 5) Es gibt keine kirchliche oder externe Kommunikationsstelle, um in Krisensituationen kurzfristig auf medialer Ebene zu reagieren um das Image des Papstes und somit der Katholischen Kirche in der öffentlichen Meinung positiv zu beeinflussen.**

### 6.2 Untersuchungsdesign der qualitativen Inhaltsanalyse

Es ist das Ziel der qualitativen Sozialforschung, das Fokussieren auf bestimmte Fälle einzurichten, um den spezifischen Hintergrund und die Perspektive eines Subjekts im Zuge einer induktiven Vorgehensweise objektiv nachzuzeichnen. Um zur Förderung der hypothesengenerierenden Arbeitsweise genauere Informationen von Befragungspersonen als Experten auf ihrem Gebiet zu erlangen erscheint es sinnvoll, ein Experteninterview als Erhebungsinstrument heranzuziehen. Die durchzuführenden Interviews werden ungestützt geführt, das heißt ohne einen fix strukturierten Leitfragebogen vollzogen, wohingegen für die Interviewsituation ein flexibler Frage-Leitfaden als Gerüst und Stütze für die Gespräche mit den Experten herangezogen wird. Die sehr offene Arbeitsweise im Rahmen der qualitativen Erhebung wurde bewusst gewählt, um eine Offenheit des Erhebungsinstruments zu gewährleisten und um eine gewisse Freiheit im Hinblick auf die Richtung der Informationsgewinnung zu ermöglichen und näher auf Aussagen und Einstellungen der regional Verantwortlichen einzugehen. Mit Hilfe des Experteninterviews werden im Rahmen der Untersuchung vertiefte Ergebnisse über

---

143 Vgl. Wir sind Papst 2010.
Motive und Merkmale der Medienberichterstattung über Papst Benedikt XVI. in San Francisco gewonnen.

Die Methoden zur Datenerhebung, zur Datenaufbereitung sowie zur deren Auswertung müssen erst exakt definiert werden, daher erfolgt im Folgenden die theoretische Fundierung der gewählten Methodik. Die Qualitative Inhaltsanalyse ist konstitutives Element der Medien- und Kommunikationsforschung und findet Verwendung bei unterschiedlichen theoretischen Zugangsweisen. Das qualitative Verfahren erlaubt es, einen Untersuchungsgegenstand je nach Erkenntnisinteresse aus diversen Blickwinkeln wissenschaftlich fundiert und in Folge methodisch reflektiert genau dort zu beleuchten, wo wie im Falle der vorliegenden Studie die bereits durchgeführte statistische Auswertung der quantitativen Analyse eine inhaltliche Abrundung erfahren soll. „Die Qualitative Inhaltsanalyse will dabei die methodische Systematik der quantitativen Inhaltsanalyse beibehalten und damit die qualitativ ten Schritte der Textinterpretation ausarbeiten, ohne in vorschnelle Quantifizierungen zu verfallen“ \(^{144}\), so Mayring und Hurst. Die qualitative Inhaltsanalyse erlaubt es, so Baur und Lamnek, ein Phänomen in seiner gesamten Komplexität, in allen Dimensionen zu erfassen und somit im Forschungskontext generierte Texte genau zu untersuchen um Zusammenhänge, Beweggründe, Ursachen und deren Wirkungen besser zu erkennen und zu verstehen.\(^{145}\)

Im Rahmen vorliegender Forschungsarbeit wurde bereits die primäre Variante der Inhaltsanalyse herangezogen, indem Zeitungsartikel als Medienprodukte, die ohne Einflussnahme der Forscher außerhalb des Forschungskontexts entstanden sind, einer Häufigkeitsanalyse unterzogen wurden. Im zweiten Teil der Studie steht die sekundäre Anwendung der Inhaltsanalyse im Vordergrund, bei der das Analysematerial erst im Forschungsprozess kreiert werden muss, um eine methodische Auswertung der Experteninterviews vorzunehmen.

Die Überlegungen zur Methodik beziehen sich auf die Durchführung der qualitativen Erhebung mit Hilfe von Interviews. In Folge der Transkription der einzelnen Gespräche ist das Auswertungsmaterial eindeutig definiert und in einer objektiven Weise

\(^{144}\) Mayring/Hurst 2005, S. 436.


147 Weitere Ausführungen zu den Regeln der Transkription, siehe Kapitel 6.2.4 Transkriptionsregeln.

Auf Grund dieser ständigen Reflexivität, sollten die Erhebungsmethoden sehr offen gewählt werden, wobei der Leitfaden der Interviews dermaßen strukturiert ist, dass dem Befragten genug Platz geboten wird um über für ihn wichtig erscheinende Dinge zu sprechen. Den Forschern wird die Möglichkeit eingeräumt während des Interviews gegebenenfalls auf einen unvorhergesehenen Gesprächsverlauf reagieren zu können beziehungsweise Maßnahmen zu ergreifen um die Befragungsstrategie zu ändern oder die Gesprächsatmosphäre zu lockern. Dies stellt auch einen deutlichen Unterschied zu quantitativen Befragungen dar, bei denen Abweichungen zum festgelegten Forschungsinstrumentarium zwecks Reliabilität nicht möglich sind. Durch die freie Herangehensweise der Forscher bei einer qualitativen Befragung muss darauf geachtet werden, dass das ganze Vorgehen detailliert offen gelegt wird, damit die

Intersubjektivität gegeben wird. Ein Faktor den Lamnek als Explikation bezeichnet, welchen er neben der Flexibilität für den qualitativten Forschungsprozess als wichtig erachtet.


„Gerade in den Punkten Offenheit, Kommunikativität und Flexibilität bestehen graduelle Differenzen zwischen den verschiedenen Formen qualitativer Interviews - mit z.T. entscheidenden Konsequenzen für ihre Nutzbarkeit im Rahmen kommunikationswissenschaftlicher Forschung.“\footnote{Ebend., S. 258.}

Kommunikative Phänomene mit zu erwartender hoher Komplexität oder Zusammenhänge, die von den Befragten als Experten auf ihrem jeweiligen Wissensgebiet erklärt werden sollen, sind Realitätsbereiche, die sich mit qualitativen Methoden sehr gut untersuchen lassen. In der Kommunikationswissenschaft herrscht noch immer eine gewisse Zurückhaltung vor Verwendung dieser Methode, da sie oftmals als ein zu „weiches“ Verfahren kritisiert wurde, das ungeeignet sei zuverlässige Aussagen über die Wirklichkeit zu ermitteln.\footnote{Vgl. Ebend., S. 257.} Dabei sind es häufig qualitative Untersuchungen die „hard facts“ herausarbeiten und ebenso zuverlässige Aussagen treffen können wie quantitative
Erhebungen. Auf Grund der Gegensätzlichkeit lassen sich die beiden Methoden hervorragend miteinander kombinieren.


6.2.1 Konzeptualisierung der qualitativen Inhaltsanalyse

Expertinterviews

Die qualitative Analyse wird in vorliegender Studie anhand der Methodik eines Experteninterviews durchgeführt, welches sich als Ergänzung zu anderen qualitativen oder quantitativen Methoden eignet, da es den untersuchten Realitätsbereich noch abrundet. „Im Experteninterview tritt die Person des Experten in ihrer biographischen Motiviertheit in den Hintergrund, stattdessen interessiert der in einen Funktionskontext eingebundene Akteur.“


wohl seine Glaubwürdigkeit und somit das Vertrauen des Interviewten einbüßen kann, was sich wiederum als eine gehemmte Informationsübertragung seitens des Interviewten auswirken kann und sich negativ auf die Datenmenge niederschlägt. Trotz kleiner Gemeinsamkeiten mit dem problemzentrierten Interview, entfernt sich das Experteninterview am weitesten von den Prinzipien der Sozialforschung, da es sich nur sekundär auf das individuelle Relevanzsystem des Befragten konzentriert.\textsuperscript{159} Experteninterviews sind aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht in der Kommunikatorforschung besonders fruchtbar und werden daher häufig in der empirischen Sozialforschung eingesetzt. Dennoch sind sie methodisch umstritten, da man es mit einer hoch selektiven Stichprobe zu tun hat, die zweckorientiert gezogen wird. Verhält es sich jedoch wie im Falle der vorliegenden Fragestellungen, so können nur spezifische Personen Lösungsansätze liefern, die anhand von Interviews in Erfahrung gebracht werden müssen.\textsuperscript{160} Es wird der Wissensvorsprung der Experten in diesem Bereich genutzt, um mehr über das von der forschungsleitenden Fragestellung abhängige Themengebiet zu erfahren; die Experten fungieren dabei als Sachverständige und können gewisse Ereignisse und Hintergründe näher beleuchten, einschätzen und aufklären.\textsuperscript{161}

Im Vorfeld der Untersuchung müssen jene Personen ausfindig gemacht werden, die in den Kommunikationsprozess (der Katholischen Kirche in San Francisco) eingebunden sind und einen privilegierten Zugang zu Informationen haben.

Im Hinblick auf die Interviewsituation konzentrieren sich Experteninterviews im Allgemeinen hauptsächlich auf einen bestimmten Gesprächsgegenstand, auf ein Thema zu dem der Befragte eine Expertise abgeben kann. Da in der vorliegenden Arbeit drei Experten zu einem bestimmten Themenbereich befragt wurden, erwies es sich als hilfreich eine Teilstandardisierung des Fragekomplexes im Vorfeld durchzuführen, um anschließend die Interviews und bestimmte Antworten besser miteinander vergleichen zu können.

Für die Befragungssituation selbst gilt es die geschlechtliche Rollenverteilung vorteilhaft zu nutzen, indem der Einfluss der Geschlechterrollen möglichst gering gehalten wird. Auf Grund des Versuches den Interviewer als neutrales Instrument zur Sicherung des Untersuchungsfortgangs einzusetzen, muss die dem Interviewer oder der Interviewerin

\textsuperscript{159} Vgl. Keuneke 2005, S. 262.

\textsuperscript{160} Um an diese Informationen zu gelangen ist es unumgänglich Experteninterviews mit den Medienakteuren in San Francisco zu führen.

\textsuperscript{161} Vgl. Ebend., S. 262.

Während der Befragung sollten geschlossene Fragen vermieden werden, vielmehr wird versucht direkte oder indirekte Fragen, sowie Assoziations- und Suggestivfragen zu formulieren, die den Interviewpartner zum Gespräch anregen um den Rahmen der Ergebnisse nicht durch gezielte Fragen abzustecken, sondern um dem Interviewten als Analyseperson Raum zu lassen, die Richtung der Informationsvermittlung festzulegen. Anschließend werden die Interviews nach bestimmten Regeln transkribiert und ausgewertet, abrundend mit den Ergebnissen der quantitativen Datenanalyse abgeglichen und schließlich in einer gemeinsamen Interpretation der quantitativen wie der qualitativen Analyseergebnisse zusammengeführt. Konvergenzen aber auch Kongruenzen der Ergebnisse tragen in dieser Hinsicht zur Validierung des Datenmaterials bei. 

Nachdem eine Transkription der durchgeführten Interviews (mit Hilfe der Transkriptionssoftware F4) erfolgt ist, wird mit der Datenerkundung begonnen. Die aufgezeichneten Gespräche werden gelesen und mit Anmerkungen und Notizen für die Forscher und den weiteren Untersuchungsverlauf ergänzt. Im nächsten Schritt werden Kategorien erstellt, anhand derer die transkribierten Interviews ausgewertet werden in dem die passenden Aussagen den entsprechenden Kategorien beziehungsweise Codes zugeordnet werden. Als Basis für die Kategorienbildung wurden die forschungsleitenden Fragestellungen und in weiterer Folge der Interviewleitfaden herangezogen, da sie den Ansprüchen der Forschungsziele gerecht werden und auf das gesammelte Datenmaterial praktikabel anwendbar sind. Die Codierung der Gespräche erfolgt getrennt und wird von jedem der beiden Forscher einzeln durchgeführt. Anschließend werden die zugeordneten Textpassagen miteinander verglichen und bestehende Diskrepanzen zu einer gemeinsamen Codierungsvariante konvergiert. Diese

---


Art der Vorgehensweise garantiert eine hohe Güte der Codezuordnungen und ist sehr effizient in der Durchführung.

Anhand der forschungsleitenden Fragestellungen und dem dazugehörigen Thesenkatalog der qualitativen Untersuchung, können nun Aussagen miteinander verglichen und zur Ergebnisdarstellung und Interpretation herangezogen werden. Dieser Schritt soll der Auswertung der Thesen und ihrer vorläufigen Verifizierung beziehungsweise der Falsifizierung dienen.

6.2.2 Qualitative Analyseeinheiten


Ein Stellvertreter für die Medienberichterstattung in einer kirchlich unabhängig agierenden Zeitung kann Aufschluss über Unterschiede in den Bezugsquellen der Informationen zu Papst Benedikt XVI. zu Tage treten lassen, welche sich eventuell in der Berichterstattung niederschlagen. Aus diesen Gründen werden drei Experten zu einem Interview gebeten, dessen Auswertung anhand der Inhaltsanalyse erfolgen wird, um die Messergebnisse der Medienberichterstattung über Papst Benedikt XVI. und die damit aufgeworfenen Fragen in qualitativer Weise abzurunden.

Für vorliegende Fragestellungen zu den Bezugsquellen und der Imagekonstruktion im Hinblick auf Papst Benedikt XVI. wurden drei Experten ausgewählt und interviewt. Das zur Datenerhebung unumgängliche Fixieren der zu befragenden kirchennahen und kirchennahabhängigen Personen erfolgte anhand rationaler Überlegungen. Diese Experten sollen die Hintergründe des Kommunikationsprozesses der Katholischen Kirche näher beleuchten und klären, wie die jeweiligen Zeitungen an Informationen zum Thema Papst Benedikt XVI. gelangen und wie die Informationen anschließend in der Medienberichterstattung aufbereitet werden.

Als Vertreter der Erzdiözese San Francisco konnten wir Herrn George Wesolek, Director of the Office of Public Policy and Social Concern for the Archdiocese San Francisco, das

6.2.3 Interviewleitfaden

**Leitfadeninterview**

Anders als häufig in der Literatur dargestellt, dienten in vorliegender Arbeit die im Vorfeld angefertigten Leitfragen lediglich als flexibles Gerüst, um Struktur und Orientierung im Interview wahren zu können. Außerdem wird dadurch die Vergleichbarkeit der Analyse bei der Auswertung gewährleistet und sichergestellt, dass sich alle Experten zu den gleichen, für die Analyse relevanten Themen äußern. Der Interviewleitfaden wurde aus dem zuvor generierten Erkenntnisinteresse beziehungsweise den Forschungsfragen abgeleitet. Um im Gespräch nicht sprichwörtlich den Faden zu verlieren und um für das Interview Themenschwerpunkte zu setzen, wurde der Leitfaden herangezogen um die Thematik einzuzgrenzen und die interessierenden Themenkomplexe vorzugeben.\(^{164}\)

Des Weiteren wurden grundsätzliche, allgemeine Fragen eher an den Beginn des Interviews gestellt, um im Verlauf des Gesprächs mehr spezielle, häufig auf den jeweiligen Interviewpartner und dessen Aufgabenbereich zugeschnittene, Formulierungen zu wählen. Doch wie schon erwähnt, dienten den Forschern die Leitfragen lediglich als

---


**Leitfaden für die Experteninterviews**

**San Francisco Chronicle**

**Grundsatzfragen**

- Woher beziehen Sie die Informationen über kirchliche respektive päpstliche Themen?
- Wer entscheidet über die Inhalte, die der *San Francisco Chronicle* veröffentlicht?
- Wie schätzen Sie die generelle Lage der Katholischen Kirche in San Francisco und in den dortigen Medien ein?

**Spezielle Fragen**

- Glauben Sie, dass der Vatikan bestimmte Kommunikationsstrategien heranzieht um das Image von Papst Benedikt XVI. in der öffentlichen Meinung positiv zu beeinflussen?
- Wie schätzen Sie die Berichterstattung der Medien auf Themen den Papst betreffend in San Francisco ein?
- Wie kommuniziert nach Ihrem Kenntnisstand die Erzdiözese mit den Medien?

**Catholic San Francisco**

**Grundsatzfragen**

- Woher beziehen Sie die Informationen über kirchliche respektive päpstliche Themen?
- Wer entscheidet über die Inhalte, die der *Catholic San Francisco* veröffentlicht?
- Wie schätzen Sie die generelle Lage der Katholischen Kirche in San Francisco und in den dortigen Medien ein?
**Spezielle Fragen**

- Glauben Sie, dass der Vatikan bestimmte Kommunikationsstrategien heranzieht um das Image von Papst Benedikt XVI. in der öffentlichen Meinung positiv zu beeinflussen?
- In wie fern besteht in kommunikativen Angelegenheiten eine Rücksprache mit dem Vatikan?
- Welche Verbindung zur Erzdiözese besteht bei der Zeitung? Kann unabhängig berichtet werden?
- Wie verläuft die Kommunikation zwischen Erzdiözese und Medien?
- Werden Neue Medien (Facebook, Twitter, etc.) in den Kommunikationsprozess eingebunden oder auf andere Weise gefördert?
- Wie schätzen Sie die Berichterstattung der Medien auf Themen den Papst betreffend in San Francisco ein?

**Erzdiözese San Francisco**

**Grundsatzfragen**

- Erläutern sie bitte kurz ihren Aufgabenbereich in der Diözese!
- Wie schätzen Sie die generelle Lage der Katholischen Kirche in San Francisco und in den dortigen Medien ein?

**Spezielle Fragen**

- Glauben Sie, dass der Vatikan bestimmte Kommunikationsstrategien heranzieht um das Image von Papst Benedikt XVI. in der öffentlichen Meinung positiv zu beeinflussen?
- Werden Schritte von der Erzdiözese eingeleitet, um die Berichterstattung in den Medien San Franciscos zu beeinflussen?
- In wie fern besteht in kommunikativen Angelegenheiten eine Rücksprache mit dem Vatikan?
- Welche Verbindung hat die Erzdiözese zur Zeitung?
- Wie verläuft die Kommunikation zwischen Erzdiözese und Medien?
- Werden Neue Medien (Facebook, Twitter, etc.) in den Kommunikationsprozess eingebunden oder auf andere Weise gefördert?
- Wie schätzen Sie die Berichterstattung der Medien auf Themen den Papst betreffend in San Francisco ein?
6.2.4 Transkriptionsregeln

Um festzuschreiben, wie eine Untersuchung des gesprochenen Wortes stattfinden kann, soll die Definition von Transkription nach Norbert Dittmar im Folgenden näher betrachtet werden:

„Der Terminus Transkription (lat. transcribere – überschreiben, umschreiben) bezieht sich auf die Wiedergabe eines gesprochenen Diskurses in einem situativen Kontext mit Hilfe alphabetischer Schriftsätze und anderer, auf kommunikatives Verhalten verweisende Symbole. Auf Grund der altbekannten Tatsache „verba volant, scripta manent“ („Wörter sind flüchtig, Geschriebenes bleibt.“) besteht die bleibende ‘Verdauerung’ der flüchtigen Rede in ihrer schriftlichen Repräsentation.“\(^{165}\)


---


1. Es wird wörtlich transkribiert, also nicht lautsprachlich oder zusammenfassend. Vorhandene Dialekte werden nicht mit transkribiert.
2. Ausschließlich bei den ins Deutsch übersetzten Interviews werden Sprache und Interpunktion leicht geglättet, d.h. an das Schriftdeutsch angenähert. Das bedeutet, dass aus dem Englischen transkribierte, verbale Pausenfüller wie zum Beispiel: ahm, äh, etc. nicht ins Deutsche übertragen werden.
3. Deutlich längere Pausen werden durch Auslassungspunkte (…) markiert.
5. Zustimmende beziehungsweise bestätigende Lautäußerungen der Interviewer werden nicht mit transkribiert, sofern sie den Redefluss der befragten Person nicht unterbrechen.
7. Lautäußerungen der befragten Person, die die Aussage unterstützen oder verdeutlichen (etwa lachen oder seufzen), werden vor der betreffenden Aussage in Klammern vermerkt.
8. Nicht verständliche Worte oder Satzteile werden entsprechend notiert. (incomprehensible)

Über die aufgelisteten Regeln hinaus ist zu erwähnen, dass in der Transkription der qualitativen Daten, welche im Anhang im Kapitel Qualitative Daten unter Interviews vollständig aufgelistet sind, jeder Sprecherwechsel durch eine Leerzeile zwischen den Sprechern formal deutlich gemacht wird, um die Lesbarkeit zu verbessern.
6.3 Qualitative Ergebnisse


Zur Transkription der Interviewzitate ist im Vorhinein zu erklären, dass eine Übersetzung des englischen Interviews in die deutsche Sprache aufliegt, um die nahtlose Kommunikationsebene der Forschung sicher zu stellen. Das Originalzitat in englischer Sprache findet sich in der jeweiligen Fußnote der deutschen Übersetzung.

6.3.1 Interviewauswertungen

a) George Wesolek Interview

Das erste Experteninterview wurde am 02.09.2011 mit George Wesolek, dem Direktor des Departments of Communications der Erzdiözese San Francisco geführt, welcher sich um die Öffentlichkeitsarbeit wie um soziale Angelegenheiten gleichermaßen kümmert, wie er für die Kommunikation der Erzdiözese von San Francisco im Allgemeinen zuständiger Leiter ist. Wir besuchten ihn zu einem Gespräch in seinen Büroräumlichkeiten, in der Erzdiözese von San Francisco. Herr Wesolek arbeitet im Communications Office167, dem Kommunikationsbüro der Erzdiözese San Francisco, am One Peter Yorke Way, wie im Hinblick auf ein anderes Experteninterview noch von Relevanz sein wird.168 Der Empfang war sehr herzlich und Herr Wesolek nahm sich reichlich Zeit für die Beantwortung unserer Fragen. Er schien gleichzeitig sehr interessiert an dem Diskurs der dadurch angeregt wurde wobei er persönliche Erlebnisse, Ansichten und eigene Meinungen zum Ausdruck brachte, welche aufschlussreich für die Ergebnisse des Experteninterviews waren. Zu Beginn des Interviews gab er einen kurzen Überblick über seinen Aufgabenbereich und erwähnte, dass er momentan an der Umgestaltung der Website arbeitet, um interaktiv über Social Media besser

---

167 Archdiocese San Francisco, Communications Office, One Peter Yorke Way, San Francisco 94109.
kommunizieren zu können, da erkannt wurde, dass die jüngere Generation vermehrt über soziale Netzwerke auf Informationen zugreift.

„Wir versuchen herauszufinden wie wir in dem Strom mitschwimmen können, wie wir beginnen können effizient zu kommunizieren durch das [soziale Medien wie Facebook, Twitter, Anmerk. d. A.].“\(^{169}\)

Des Weiteren schilderte Herr Wesolek den Nachrichtenwert in der heutigen, schnelllebigen Zeit und darüber, dass der Catholic San Francisco dadurch einen Nachteil gegenüber den Tageszeitungen erfahren muss, da er nur wöchentlich erscheint. Auch die interne Kommunikation soll durch Social Media verbessert werden, um über diverse Medienkanäle besser miteinander zu kommunizieren.

„Die Medien rufen bei mir an und fragen um meinen Kommentar, obwohl ich keine Stellungnahme abgeben kann bis ich mit dem Bischof und mit dem Vikar der Geistlichen gesprochen habe…und das braucht Zeit; sie müssen ausarbeiten, was die Fakten sind.“\(^{170}\)

Auch über unterschiedliche Distributionskanäle wurde gesprochen, und Herr Wesolek legt bei seinen Bemühungen das Hauptaugenmerk auf die Jugend, welche ganz eigene, neue Wege sucht um Informationen zu erhalten. Gerade diese würden sich gut dazu eignen, die junge Generation der Digital Natives auf die Katholische Kirche aufmerksam zu machen, daran müsse noch gearbeitet werden.

„Meine Stellung in all dem ist, dass jüngere Leute Kommunikation gänzlich differenziert sehen. Wir – wir meint die Kirche - haben das bisher noch nicht verstanden und wir müssen herausfinden wie wir das in einem angemessenen Weg tun können und das macht für junge Leute Sinn.“\(^{171}\)

\(^{169}\) So we´re trying to figure out how we can get in to that stream and how we can, ah ah begin to effectible communicate through that." (Interview mit George Wesolek, 02. 09. 2011, #00:02:49#.)

\(^{170}\) „...so the media is calling me and they’re saying what´s your comment, well I can’t make a comment until I talk with the bishop and talk with the vicar for clergy ... and that takes time (laughing) they have to work this out, you know, what are the facts...“ (Ebend., #00:11:13-2#.)

\(^{171}\) „So, my point in all that is that the way younger people receive communication is totally different, we have not yet understood that, we meaning the church and we need to find out
Ferner soll vom Direktor des Department of Communications in Erfahrung gebracht werden, wie es sich mit dem Verhältnis der Diözese San Francisco zu dem Vatikan verhält. Besteht im Hinblick auf die Kommunikation der Katholischen Kirche als einem Global Player ein zentralistisches Weisungsverhältnis der Diözesen, das dem Papst als dem Oberhaupt der Katholischen Kirche Folge leistet, oder sind die Diözesen der Welt dezentralistisch organisiert und bestimmen die Kommunikation mit der Öffentlichkeit gänzlich selbst.

Anhand des Interviews wurde bestätigt, dass der Glaube an ein zentralistisch geführtes System der Katholischen Kirche weit verbreitet sei, sich wie eine Art Mythologie durch die langjährige Geschichte und auch durch die Medien evoziert sich in den Köpfen der Menschen manifestierte. Herr Wesolek versicherte, dass dieser Glaube nicht den Tatsachen entspricht. Jede Diözese ist eine juristische Person, was von den Führungspersonen im Vatikan formuliert wird, muss nicht notwendigerweise bis zu jeder Pfarrgemeinde durchdringen. Die Diözesen sind angewiesen die Botschaften aus dem Vatikan und insbesondere jene von der höchsten Stelle, Papst Benedikt XVI., bis an die einzelnen Pfarrmitglieder weiterzuleiten; ob diese Informationsvermittlung auch tatsächlich stattfindet entscheidet letztlich jede Diözese respektive jeder Bischof und Pfarrer selbst.

„Unsere Pfarre ist ein juridisches Individuum, überall, jede Pfarre, jede Diözese ist ein juridisches Individuum et cetera, Da ist ein großer Bereich an Dingen, die von der oberen Etage gesagt werden, die eventuell bis auf den Grund durchsickern, oder auch nicht. Das hängt vom Gatekeeper ab, alles hängt in gewisser Weise von allen möglichen Faktoren ab und letztlich von den Angelegenheiten, die in der Diözese geschehen; was will der Erzbischof oder der Bischof kommunizieren, jedoch sogar falls er es kommuniziert, will vielleicht der Pastor es nicht kommunizieren.“

172 „...well our parish is a juridic person, everywhere, each parish, each diocese is a juridic person et cetera, so there’s a great deal of things that can be said from the top that may come down to the bottom and may not, you know. It depends on the gatekeeper... it depends on all kinds of factors, it depends, ultimately in terms on what happens at the diocese, what do the Archbishop or bishop wants to communicate, but even if he communicates it, the pastor, the pastor may not want to communicate."


„Ich stimme dem zu, denn ich bin sicherlich gegen die Todesstrafe. Nun, will man diesen Standpunkt genug vertreten, ist man passioniert genug, dass man dies den Leuten auch kommunizieren will? Wir halten nämlich gerade eine Initiative über den staatlichen Wahlgang am Laufen; will man nun raus gehen und den Pastoren erzählen, sie sollen den Leuten sagen, dass sie diese Angelegenheit wirklich ernst nehmen müssen und daher gegen die Todesstrafe stimmen sollen. Das ist eine völlig neue Ebene. Und es bedeutet, dass man eine Menge mit Leuten reden muss, man muss einen Konsens über die Streitfrage erreichen, man muss Energie und Leidenschaft für die Problemstellung aufbringen, weil ich glaube auch der Bischof könnte sagen, dass er gegen die Todesstrafe eintrete, aber ich glaube nicht, dass die Problemstellung wichtig genug ist, um sie zu all den Leuten rauszusenden.“

---

173 „I agree with that position, I mean of course I am against the death penalty, now, do you agree with it enough, are you passionate about it that you would like to communicate this to people, because we have an initiative on the state ballot coming on; do you wanna go out now and tell your pastors to tell your people that they really must take this seriously and voting against the death penalty. That’s a whole new level. And it means you have to do a lot of talking with people, you have to, you have to form consensus about the issue, you have to ah raise energy and passion about the issue, because, you know, the bishop might say, yes of course I’m against the death penalty, but I don’t think it’s an important enough issue to send out to all the people.” (Ebend., #00:20:41-7#.)
Auf die Frage hin ob es Kommunikationsstrategien der Katholischen Kirche gibt meinte Herr Wesolek, dass er dies stark bezweifle, da die Kommunikatoren des Papstes und der Anliegen der Kirche, jene Personen rund um Lombardi im Vatikan seiner Meinung nach keine gute Arbeit leisten würden, da sie nur reaktiv handeln würden, das heißt dass auf Ereignisse, die in den Medien im Zusammenhang mit der Kirche auftreten, bloß reagiert würde und nicht gezielte und aktive Kommunikation betrieben werde.

„Ja, das ist das Problem. Auf irgendeine Art hätte die Kommunikationsstelle vom Vatikan genug wissen müssen, um fähig zu sein die Nachricht in den Diözesen anzukündigen. (...) Aber sie sind nicht so durchdacht, ich meine Lombardi und diese Gruppe - und wie ihr es aufzeigt, ihre Art Neuigkeiten handzuhaben ist, ich glaube Lombardi würde wahrscheinlich sagen: es passiert und dann finde ich es heraus. (lachend) Eine Menge Leute haben gesagt, dass sie sich verändern müssten...“

Als Gründe führte Herr Wesolek die Reaktivität des Vatikanischen Pressebüros an: „...das Vatikanische Pressebüro. Die ganze Zeit reagieren sie vielmehr auf Dinge die passieren, als eine Nachricht vorzubereiten und proaktiv zu sein. Das ist ein sehr, sehr großes Problem.“

Herr Wesolek bemerkte jedoch weiter, dass das selbe Problem auch in der Erzdiözese San Francisco herrsche. Es benötige zu viel Zeit, zu viele Schritte seien derzeit noch von Nöten, um verantwortungsbewusst und wahrheitsgetreu Neuigkeiten zu veröffentlichen, zu bestätigen oder zu widerlegen.

„Wir können nicht schnell genug reagieren, weil wir durch verschiedene Levels laufen müssen, um sicher zu gehen, dass die Nachricht konform geht, dass der richtige Sprecher

„…die Katholische Kirche ist eine counterkulturelle Gruppe; wegen der meisten der Fragestellungen die wir im Besonderen vertreten, Stellungnahmen beispielsweise zu Abtreibung, Euthanasie, Gleichgeschlechtlichen Ehe, Sexualität sind wir in San Francisco gänzlich in der Minderheit.“ 177

„Ich glaube ihr wisst es gibt verschiedene Dimensionen; wir haben eine große Homosexuelligengemeinschaft hier und ihr wahres Gefühl ist, den Papst als Feind zu

---

176 „We cannot react quickly enough, because we have to, we have to go through different levels, you know, to make sure that the message is consistent, and, ah, the right spokesperson is giving it, et cetera. So, communication is a very difficult thing for us (laughing).“ (Ebend., #00:26:01#.)

177 „…the Catholic church is a, ah, a counter-cultural group, because most of the issues that we hold particular, you know positions on, for example abortion, ah euthanasia, ah same-sex marriage, ah sexuality, we’re totally in a minority in San Francisco.” (Ebend., #00:29:20#.) Der Begriff Counterkultur lehnt sich an die counterculture der englischen Sprache an und verweist auf eine Kultur mit Lebensstilen und Werten, die der bestehenden, gängigen Kultur gegenübersteht.

100
b) Vlae Kershner Interview


178 „Well, I think you know there are different levels; we have a large homosexual community here and...the real feeling from them is that the pope is an enemy. because of the statements about sexuality and homosexuality, et cetera et cetera. He is not a very popular (laughing) popular person...“ (Ebend., #00:43:12#.)

179 „...but if you, if you go out into our neighborhoods in our parishes and talk with, you know, just, I call them regular people, there’s still a tremendous respect for the pope and the office of the pope and you know this people just would be thrilled to even be in a, in a you know, have him here and would be in a crowd of ten thousand people looking at him, let alone shaking his hand. I mean so there is still that admiration and that loyalty, ah that runs very deep.“ (Ebend., #00:43:24#.)
Herausgeber einer weltlichen Tageszeitung, deren Hauptaugenmerk auf regionalen Entwicklungen und globalen Themen liegt.

Zu Beginn des Interviews gab Vlae Kershner einen kurzen Einblick in seine Tätigkeit als Editor des SFGate und bot einen Überblick über die Unterschiede des Printmediums, dem San Francisco Chronicle und der Online Edition des Chronicle, dem SFGate und über die allgemeine Informationsgewinnung von Nachrichten aus aller Welt.

„Ja wisst ihr, wir sind eine lokale Zeitung, wir haben keine Reporter in Europa. Wir hatten zu einer gewissen Zeit einen Auslandsservice und erhielten einige Artikel, aber zurzeit haben wir das nicht wirklich. Wir verwenden hauptsächlich AP copies, da sind für gewöhnlich Agence France-Presseschreiber und all diese Dinge.“

Die französische Agence France-Presse (AFP) zählt zu den ältesten internationalen Nachrichtenagenturen, mit „AP copies“ meinte Herr Kershner Pressemeldungen der Nachrichtenagentur Associated Press. Weiters beschrieb Herr Kershner die Bay Area als nicht besonders religiös, sondern formulierte es viel eher als „Zentrum des Ethnizismus“:

„….im Generellen tendiert unsere Gegend dazu teilweise nicht religiös zu sein, in Wahrheit ist es ein Zentrum des Ethnizismus...San Francisco ist ein Ort der nichtchristliche Religionen und nicht religiöse Leute anzieht. Als Ergebnis herrscht unter den Leuten ein halbwegs negatives Gefühl im Hinblick auf die Kirche und da gibt es ein negatives Gefühl gegenüber der Kirche wegen der sexuellen Missbrauchskandale in den Vereinigten Staaten; ich weiß nicht wie die Situation in Deutschland aussieht, aber die Kirche hat einen sehr schlechten Ruf hier in der Gegend.“

__180__ „Well, we don’t have, I mean, we don’t have, you know we are a local newspaper, we don’t have reporters in Europe. Ah, we, ah at one time we did have a foreign service and got some articles, but we don’t really have now. We’re primarily using AP copies, there is occasionally Agence France press writers and all that things.” (Interview Kershner, 04.09.2011, #00:04:33-2#.)


__182__ „….in general our area tends to be not a particularly religious, in fact it’s kind of a center of ethnicism ... San Francisco is, it’s not ah (...), it’s a place where non christian religions and non religious people kind of gravitate. So as a result, there is a (...) ahm, there is some, among those people there’s quite a negative feeling about the church and there’s also a negative feeling about the church because of the sexual abuse scandals in the United States,
Die Frage, ob die Katholische Kirche eine Art Krisenmanagement betreiben würde, belächelte der Herausgeber des SFGate:

„Ja ich denke sie müssen handeln, ich meine, die erste Lektion des Krisenmanagements ist, dass du es offen zugeben musst, wenn du eine Krise hast, und ich glaube die Kirche hat das umfassend gemacht, aber es existieren noch immer eine Menge an harten Gefühlen und so hat die Kirche keine sehr gute Reputation zur Zeit unter, ich würde sagen, sehr vielen unserer Leser.“  

Herr Kershner bestätigte nochmals, dass unter seinen Leser die Kirche keinen guten Ruf genießen würde. Dieser schlechte Ruf rühre von der schleppenden Reaktion der Kirche auf die Missbrauchsvorfälle, den augenscheinlichen Widerwillen das Problem anzupacken und aus der Welt zu schaffen.

„Ja wir hatten einige sehr bekannte Fälle in Nordkalifornien, wo es den Anschein hatte, die Erzdiözese würde die Angelegenheit von einer Person zur nächsten verschieben ohne sich jemals mit dem Problem auseinanderzusetzen. Ich glaube das ist wahrscheinlich das, was die Leute am meisten verärgert hat.“

Papst Benedikt XVI. spiele nach Vlae Kershners Meinung keine wesentliche Rolle für die Berichterstattung in San Francisco, im Unterschied zu seinem Vorgänger Papst Johannes Paul II.

„…wenn der vorherige Papst zu Besuch kam und er sah sehr gut aus, also er war groß/er mochte es sehr gerne, es war großartig als er auf Besuch war. Die höchste Auflagewoche in der Geschichte der Zeitung war die Woche als Johannes Paul II. im Jahr 1987 zu

I don’t know what’s the situation is in Germany, but the church has very bad reputation around here." (Ebend., #00:08:09-1#.)

183 „Well I think they have to deal, I mean, the first lesson of crisis management is when you have a crisis you have to acknowledge it openly, and I guess the church has been doing that more, but you know there’s still a lot of hard feelings and so the church does not have a very good reputation right now I would say among a lot of our readers." (Ebend., #00:08:40-7#.)

184 „Well we had some pretty well known cases in Northern California where it seemed like the Arch Diocese just sort of move the person around from one place to another, you know without ever dealing with the problem. So I think that was probably what have annoyed people the most." (Ebend., #00:11:54#.)
Besuch war. Zugleich war er ein einzigartiger Papst; dieser Papst hat nicht dieselbe Starpower wie Johannes Paul II. Zu einem anderen Zeitpunkt hatten wir eine Berichterstattung über den Papst als wir gerade verbunden waren, als er auf twitter postete, denn twitter ist ein lokales Unternehmen für uns und die Leute sind verstärkt an Sozialen Medien interessiert. Das war tatsächlich eines jener Ereignisse im Zusammenhang mit dem Papst, das eine hohe Berichterstattung erfahren hatte.

Da die Menschen in San Francisco sehr vertraut mit sozialen Netzwerken seien, gebe es in der Bay Area auch viel Berichterstattung über die Anmeldung des Papstes bei Twitter, doch der San Francisco Chronicle verfasste keinen Artikel über dieses Event.

Dass die Berichterstattung seiner Zeitung über Papst Benedikt XVI. zu der vom Catholic San Francisco variiert, ist sich Herr Kershner sicher. Er traut den Mitarbeitern des Catholic San Francisco zu, die Berichterstattung über kirchliche Themen qualitativ besser zu ermitteln und zu verfassen, doch ist er sich im Klaren darüber, dass die Beschreibung als neutrale Zeitung nicht mehr auf den Catholic San Francisco zutrifft, da dieser versuchen muss die Positionen der Kirche zu repräsentieren.

„Oh ich bin mir sicher, dass es das tut. Ich bin sicher, dass ihre Leute einen besseren Job bei der Berichterstattung davon machen als wir, das ist nicht unser hauptsächlicher Fokus.“ 186

Zum Abschluss des Interviews erläuterte Vlae Kershner noch die Situation der Kirche in San Francisco. Obwohl die kulturellen Hintergründe der Menschen in San Francisco sowie der gesamten Bay Area nicht diverser sein könnten und San Francisco in den Staaten als Hochburg für liberales, anti-konservatives Denken gilt, wurde der als doktrinär-konservativ bekannte William Joseph Levada Erzbischof von San Francisco und erfreute sich regionaler Beliebtheit sowie er als enorm wichtig für die Kurie galt.

185 „...when the previous pope visited and he was very well liked, you know, he was huge when he visited. The highest circulation week in the history of this newspaper was the week that John Paul II. visited in 1987, But he was kind of a unique pope too, right, I mean this pope doesn’t have, quite have of that same star power than John Paul II. had. Another time that we had coverage of the pope that we did that we was just wired when he went on twitter, because Twitter is a local company for us and people are very in the social media here. So that was actually one of the events he did, that got a lot of coverage." (Ebend., #00:11:00-7#.)

186 „Oh I’m sure it does. I’m sure it does. I’m sure their, their people do a better job covering it than we do, it’s not our primary focus.“ (Ebend., #00:09:21-9#.)
"Ich glaube unser früherer Erzbischof war Levada, der für die Kurie sehr wichtig war. Ich verstehe nicht wirklich wie, aber er war tatsächlich San Franciscos Erzbischof und er war so doktrinär-konservativ, dass es konträr zu dem meisten steht, was San Francisco ist. Das ist eine eigenartige Situation."

---

c) Interview Del Vecchio


Im Rahmen der Interviewsituation kam es zu einem sehr entspannten und aufschlussreichen Gespräch. Herr del Vecchio nahm sich ausführlich Zeit, jegliche Fragen ausführlich zu beantworten und über die Anstöße seitens der Interviewer zu reflektieren.


Des weiteren schilderte Herr Vecchio:

---

187 „I guess our previous Arch Bishop was Levada (William Joseph, Anm. d. A.), who was like really important in the Curia, I don’t quite understand how, but, you know and he was actually San Francisco’s Arch Bishop, and he was so doctrinally conservative that you know it’s very much contrary to the most of what San Francisco is. It’s kind of an odd situation.“ (Ebend., #00:12:39-8#.)

188 „The facts would be the same, but the Empathy would be different and the point would be different.” (Interview Del Vecchio 07.09.2011, #00:03:30#.)

Doch auch hier wird versucht, wie uns später im Verlauf des Interviews erläutert wurde, neue und jüngere Leser anzusprechen, praktisch potentielle Käufer zu erreichen.

„...wir wollen Leute ansprechen, die keine Abonnenten sind weil sie keine Kirchenmitglieder sind und die die Zeitung sehen und sie als attraktiv und nützlich erachten."  

Der Herausgeber teilte mit, dass er an einem neuen Design für den Catholic San Francisco arbeite. Größere Überschriften, größere Bilder, ein zierlicheres Logo und überhaupt müsse alles auf den ersten Blick ansprechend wirken. Denn auch hier wurde erkannt, dass sich die Informationsrezeption ständig verändere, mit starker Tendenz zur Vereinfachung. Wenn die Information nicht innerhalb von 15 Sekunden beim Rezipienten angekommen ist, ist sie verloren.

„....jemand gab uns früher vielleicht zwei Minuten um einen Beitrag zu lesen und heute sind es vielleicht fünfzehn Sekunden; und wenn die Informationen nicht innerhalb der 

189 „...you´re ah communicating some value that the church teaches and believes in. Ah that could be gospel value, ah you know ahm, love your neighbor, forgive everyone, ah don´t get mad at people, give yourself a break, give others a break, [...] but we [...] illustrate these values in practice, in action. But we´re not preaching to people, we´re not giving them a program or symbols, we´re giving them facts. The actual experience but why we are telling the story is to communicate something about the church about the faith." (Ebend., #00:03:15#.)

190 „...we would like people who get that paper who see that paper, who are not subscribers, because they´re not belong to the church, find it attractive and useful...” (Ebend., #00:47:01#.)
fünfzehn Sekunden beim Leser angekommen sind, dann gehen diese komplett verloren.“191

Dass der Editor unabhängig von der Erzdiözese oder gar vom Vatikan ist, wurde uns abermals bestätigt. Er entscheidet über den verfassten Inhalt und veröffentlicht was er als richtig erachtet. Obwohl Herr del Vecchio zugestand, dass er nachgeben würde, wenn es sich um eine Bitte von „oben“ handle, diesen oder jenen Artikel nicht zur drucken, falls dafür konkrete Gründe vorliegen. Zugleich versicherte Herr del Vecchio, dass diese Art der Vorgehensweise äußerst selten vorkomme, ganz im Gegensatz zu anderen Zeitungen.

„Wenn er meint, dass das die Dinge kompliziert machen würde für ihn, dann würde ich die Geschichte natürlich nicht drucken […] Hier gibt es weniger unerwünschte Einmischung als ich in säkularen Zeitungen gesehen habe, wo die Herausgeber immer sagen, sorry, du kannst die Story nicht drucken, weil da etwas über meinen Freund drinnen steht oder weil es einen Werbekunden angreifen würde. Tatsächlich gibt’s hier davon weniger.“192

Auf die Frage, wie wichtig der Papst für ihn als Thema eines neuen Artikel sei, meinte Herr del Vecchio, dass er Benedikt XVI. für einen tollen Wissenschaftler, Theologen, Bischof, Pastor, Lehrer und auch für den „Major Newsmaster“ halte. Dies bedeutet, dass der Papst für die Berichte des Catholic San Francisco eine wichtige Komponente darstellt, sowie auch versucht wird, die positiven Seiten des Papstes zu vermitteln; dennoch spielen alltägliche Menschen in der Berichterstattung für den Herausgeber Del Vecchio die zentrale Rolle.

„Ich denke er ist ein sehr reifer Mann und das mag ich; deshalb versuche ich diese Seite von ihm in der Zeitung zu zeigen, aber ich mag es nicht zu viel von (unverständlich) und Bilder von (unverständlich), Roben und diese Sachen. Es ist ein bisschen langweilig und bringt die Leute dazu zu viel über die Hierarchie der Kirche zu denken oder meinen die

191 „...somebody might giving us two minutes before to read a story and now it might be fifteen seconds, and if we don’t catch em in the fifteen seconds we lose em completely.” (Ebend., #00:46:50#.)

192 „If he ordered to say that this is; would make things difficult for me of course I wouldn’t run it. [...]There is less meddling here than I’ve seen in secular papers where the publishers always are saying you can’t run that story ’cause it’s about my friend or that would defend an advertiser. There’s actually less of that here.” (Ebend., #00:10:16#.)
Zeitung sei von der Hierarchie herausgegeben oder wird von ihr überprüft. Also versuche ich „durchschnittliche“ Leute auf der Titelseite zu haben.“ 193

Es wird versucht, den Papst nicht zur zentralen Figur zu erheben, da dies das Bild der Katholischen Kirche als zentralistisch organisiert, was sie nicht ist, in der Öffentlichkeit nur fördert.

„Ich mag nicht dieses „Papst hier, Papst da - Blatt“ sein, weil dann jeder denkt der Papst ist die Kirche (lacht) er ist nicht die Kirche, er ist wirklich, der erste unter vielen glaube ich würden sie das nennen. [...] er ist getaufter Katholik und ich habe die gleichen Kompetenzen wie er in gewisser Weise.“ 194


„Ja, jede Diözese betreibt ihre eigene Politik, so ah Rom und der Papst geben Anleitung und vielleicht beschränkte technische Unterstützung und sie würden sagen, schaut her, wir denken das ist wichtig: Ich weiß und sie würden es den Bischöfen vorschlagen und wir, wir gehen diese Richtung aber sie meinen nicht ihr müsst uns folgen, aber wir mögen das, es ist wichtig und ah dann greifen das manche Bischöfe auf wenn sie es nicht schon unabhängig davon getan haben.“ 196

193 „I think he’s a very mature man and I like that and I try to show that side in the paper, ah but I don’t really like to show a lot of (incomprehensible) and pictures of you know (incomprehensible), robes and the stuff, it’s kind of boring and it makes people kind of think, think of the hierarchy too much, or think that the paper is edited by the hierarchy or ah or reviewed by the hierarchy, so I try to have regular people on the front page." (Ebend., #00:19:45#.)

194 „I don’t want to be you know pope this, pope that, I mean, ‘cause you know, and then everybody thinks the pope is the church (laughing) he is not the church, he is just the, he is really, the first among many I guess would you call it, [...] he is a baptized catholic and I have the same responsibilities as he does in a way.’ (Ebend., #00:19:00#.)

195 „Oh sure. Well the church is organized by dioceses, and each diocese is an independent corporation, that's something that people don’t understand. And the pope is not the king. The church is actually (...) ah ah, not centralized." (Ebend., #00:25:37#.)

196 „Yeah, every diocese has its own policies, so, ah Rome and the pope give guidance and maybe some limited technical support and they would say look, this is, we think this is important and, so I know, and they, they recommend it to the bishops, we, we ´re going this direction, they don’t say you need to follow us, but we like this, it's important, and ah, then some bishops would pick up on that, if they haven't already done so independently...” (Ebend., #00:36:41#.)
Rick del Vecchio kritisierte zwar, dass der Vatikan besser kommunizieren sollte, besonders in Krisenzeiten der Katholischen Kirche, doch strich er positiv hervor, dass der Vatikan schon einiges unternimmt um in den Medien präsenter zu wirken und Rezipienten auf unterschiedlichen Kommunikationsebenen zu erreichen. Gleichzeitig müsste aber dringend die institutionelle Struktur im Vatikan gerändert werden um zeitgemäß auf Krisensituation zu reagieren.

Doch der Editor betonte auch, dass die Katholische Kirche eine jahrtausende alte Institution ist und durchaus positiv gesprochen, vorsichtig den Neuerungen der Zeit gegenübersteht. Er stellte die Frage in den Raum, ob es unbedingt angemessen sei jemanden zu verurteilen, weil eine E-Mail nach zwei Tagen noch nicht beantwortet wurde.

„… sie haben nicht wirklich die institutionelle Struktur um so zu antworten und zu reagieren wie es die weltliche Welt und das moderne Tempo erwarten würden […] beantworte meine Email, was ist los mit dir? Wenn du nicht antwortest musst du etwas zu verbergen haben. Ist das angemessen? Ich bin nicht, ich bin nicht sicher ob es das ist.“

Und weiter führte Del Vecchio aus: „Die Kirche ist fast 2000 Jahre alt und sie mussten viel durchmachen und es ist nicht so das alle ganz aufgeregt sind wegen einer Krise die gerade passiert; da gab es weitaus schlimmere.“

Doch es werden auch schon neue Distributionskanäle vom Vatikan gesucht und auch in der Erzdiözese von San Francisco wird versucht das Internet verstärkt in den Kommunikationsprozess einzubauen.

„… jetzt haben wir einen neuen Kommunikationsdirektor, George Wesolek, sie haben ihn vielleicht schon getroffen und er arbeitet an einer neuen Strategie um eine Webseite für die Erzdiözese zu entwerfen und haben ah, soziale Medien, Multimedia, Video, Audio,…“

---

197 „… they don’t really have the institutional structure to respond in a way that the secular world would demand and the modern tempo would demand […] return my e-mail, what’s the matter with you, you must be hiding something. Well, is that reasonable? I’m not, I’m not sure it is.” (Ebend., #00:28:03#.)

198 „The church is nearly 2000 years old and they went through a lot and it’s not like they go and get all excited about one crisis happening there were a lot bigger ones.” (Ebend., #00:27:46#.)
ahm, Blogs und alles… dann haben wir den Inhalt generiert, der über diesen Kanal kommen soll, manches kommt von mir, ah und manches aus anderen Quellen die es gibt oder die teilweise noch entwickelt werden; also wir kommen dort hin, wir sind noch hinten nach, hinter anderen Diözesen in den Vereinigten Staaten. Ah, und, aber sie haben entschieden dass sie das nachholen wollen.“ 199

6.3.2 Ergebnisdarstellung

Im Folgenden sollen nun jene Faktoren aus den Interviews extrahiert werden, die zur Beantwortung der einzelnen Thesen dienlich erscheinen und damit zu einer Vervollständigung des Bildes von Papst Benedikt XVI. in den Medien in San Francisco beitragen soll.

Im Vorhinein der deskriptiven und interpretativen Ergebnisdarstellung zur qualitativen Analyse ist zu betonen, dass die Interviews mit den Experten George Wesolek, Vlae Kershner und Rick del Vecchio, nicht von einer singulären Person geführt wurden, sondern ebenso im Forscherteam erfolgten, wie die Auswertung der Interviews. Die Zusammenarbeit im Team ermöglicht einen neutralisierenden Einfluss auf Einschätzungen des forschenden Subjekts, um eine höchst mögliche Objektivität der Analyse zu gewährleisten.

Norman Denzin zu Folge besteht das soziale Leben nur aus Interpretationen und in weiterer Folge beruhe auch jede interpretative Forschung auf der Biographie des Forschers. Es fließe immer eine subjektive Interpretation in die objektiv zu haltende Forscherarbeit mit ein. 200

Um die Neutralität der Forschung zu gewährleisten und die persönliche Prädisposition des einzelnen Forschers zu reduzieren, wurde auf die Auswertungsmethode im Forscherteam zurückgegriffen. Da die Messwerte bei einer Forschung immer unabhängig von den Messenden sein sollten, werden die Auswertungsschritte zum Zweck der

199 „...now we have a new Communication director, George Wesolek, you may have met him, and he’s working on a new strategy to ah build a new website for the Archdiocese and have ah, social media, you know, multimedia, video, audio, ahm, blogs, everything on that ... then we have content generated to go through this channels, some that would come from me, ah some that would come from other sources that are here or that would partly still to be developed, so we’re getting there, we’re behind, we’re behind other dioceses in the United States. Ah, and, but they have decided that they wanna catch up.” (Ebend., #00:36:41#.)

200 Norman K. Denzin, Qualitative Inquiry under fire. Toward a new paradigm dialogue. Walnut Creek (CA) 2009, S. 108.

Bezugsquellen
Im Vorfeld wurden die Thesen im Rahmen ihrer forschungsleitenden Fragestellungen vorgestellt. Der erste Teil der qualitativen Thesen befasst sich mit der Informationsvermittlung in Zusammenhang mit Themen Papst Benedikt XVI. betreffend. Es stellt sich die Frage, wie sich die Bezugsquellen für Information über Papst Benedikt XVI. gestalten, das bedeutet woher die beiden untersuchten Medien Informationen erhalten um sie im Rahmen der Medienberichterstattung zu verarbeiten. Es wird angenommen, dass die Experten über interne Kommunikationsstrukturen, über Informationsbeschaffung und -aufbereitung und über intentionelles Gebaren der Berichterstattung des jeweiligen Mediums Auskunft liefern können. Zu diesem Zweck werden die ausgewerteten Experteninterviews nach Aussagen durchforstet, die die jeweiligen Thesen bestätigen oder wiederlegen, und wenn möglich die einzelnen Aussagen untereinander verglichen, um ein möglichst getreues Abbild der realen Tatbestände wiederzugeben.

201 Die Auswertung der Experteninterviews wurde nach Udo Kuckartz, Thorsten Dresing, Stefan Rädiker und Claus Stefer im Kapitel 5.3 Qualitative Ergebnisse dargestellt. (Vgl. Kuckartz/Dresing/Rädiker/u.a. 2008.)
These 1) Das kirchennahe und das kirchlich unabhängige Medium haben unterschiedliche Bezugsquellen beziehungsweise einen unterschiedlichen Zugang zu Informationen über Papst Benedikt XVI., dieser Umstand nimmt Einfluss auf die Medienberichterstattung, da in der kirchlich unabhängigen Zeitung ein schlechterer Zugang zu Informationen über Papst Benedikt XVI. herrscht.

Die quantitative Untersuchung hat gezeigt, dass die Art der Berichterstattung im Vergleich zweier Printmedien aus San Francisco kaum unterschiedlicher sein könnte. Während der San Francisco Chronicle sarkastisch, kritisch und mit vielen negativ konnotierten Wörtern berichtet, verzichtete der Catholic San Francisco komplett auf sarkastische Sprachfiguren, berichtete durchaus auch kritisch, verwendete jedoch wesentlich mehr positive Emotionen. Dieses Ergebnis führte zur Formulierung der These 1). Die Experteninterviews haben ergeben, dass der Catholic San Francisco als Lokalzeitung keine Reporter in Europa engagiert, auch wenn die Zeitung zu einer gewissen Zeit auf die Nutzung eines Auslandsservices zurückgegriffen hat. Aktuell werde laut Herrn Kershner „AP copies“ verwendet, wobei es sich um Pressemeldungen der Nachrichtenagentur Associated Press handelt, die sich wiederum in europäischen Belangen etwa auf die Agence France-Presseagentur stützen, die zu den ältesten internationalen Nachrichtenagenturen zählt.


---


203 „Well, we don’t have, I mean, we don’t have, you know we are a local newspaper, we don’t have reporters in Europe. Ah, we, ah at one time we did have a foreign service and got some articles, but we don’t really have now. We’re primarily using AP copies, there is occasionally Agence France press writers and all that things."

204 „Oh, I get it from radio, or i get if from the Associated Press, occasionally I get it from the Catholic news service here in the United States, or Vatican news service, ah, [...] but the secular press would do the same thing.“ (Interview Wesolek 2011, #00:37:58#.)

Auch Herr Kershner, der Editor des SFGate, der Online-Ausgabe des San Francisco Chronicle, meinte als Experte dazu, dass er sich sicher sei, dass die Leute vom Catholic San Francisco einen besseren Job als jene vom San Francisco Chronicle machen würden, die Berichterstattung zu Papst Benedikt XVI. abzuliefern.²⁰⁵

Herr del Vecchio, der Editor des Catholic San Francisco, bestätigte uns, dass die meisten Informationen, die außerhalb San Franciscos entstehen, vom Catholic News Service stammen.

„Um eure Frage zu beantworten, der Catholic News Service ist unsere Quelle für die meisten Dinge, die sich außerhalb dieser Gegend ereignen und falls ich einmal nicht glücklich bin über ihr Angebot, oder ich mehr will, dann benutze ich andere Quellen.“²⁰⁶

Falls die Zufriedenheit mit diesen Informationen als zu gering eingestuft wird oder man mehr wissen möchte, ändern die Journalisten ihre Bezugsquellen, beziehen Informationen beispielsweise vom Radio Vatikan. Des Weiteren zeichnete Herr del Vecchio einen groben Überblick über die Informationsaufbereitung des Vatikans, gab aber gleichzeitig zu verstehen, dass die regionale Grenzen überschreitende Recherche von Themen im Zusammenhang mit der Katholischen Kirche viel Zeit in Anspruch nehme, für die der Etat nicht zur Verfügung stehe.

„C-Net ist eine wichtige Newsorganisation in Rom, und dann gibt es noch die Katholische Nachrichtenagentur, die etwas evangelisch orientiert ist, dann gibt es nationale katholische Reporter in den Staaten, da ist ein Religion News Service, der ein neuerliches, auf Mitgliedschaft basierendes aber mehr liberales, säkulares Service

²⁰⁵ „I´m sure their, their people do a better job covering it [Berichterstattung über Papst Benedikt XVI., Anm. d. A.] than we do ...“ (Interview Kershner 2011, #00:09:21#.)

²⁰⁶ „To answer your questions, the Catholic news service is our resource for most things that happen outside this area and if I´m not happy with their giving, or I want more, I´ll go to other sources.“ (Interview Del Vecchio 2011, #00:14:21#.)
„Darstellt, und ich schaue auf all diese Quellen wenn ich Zeit habe; ich habe nicht wirklich viel Zeit.“ 207


Die qualitative Analyse konnte zeigen, dass das kirchennahe Medium zwar etwas detailreicher recherchiert als das kirchenunabhängige Medium, prinzipiell kann aber kein unterschiedlicher Zugang zu Informationen über Papst Benedikt XVI. festgestellt werden konnte. Wenn eine Informationsvermittlung variiert, dann nur im Hinblick auf die verwendeten Nachrichtenagenturen, welche als informationsvermittelnde Bezugsquellen für die Medienberichterstattung herangezogen werden.

Die These 1) kann auf Grund der vorläufigen Ergebnisse wiederlegt werden, da die verantwortlichen Medienakteure im Wesentlichen die gleichen Informationsbezugsquellen skizzierten. Dennoch konnte die quantitative Inhaltsanalyse zeigen, dass die Form der Berichterstattung zwischen den jeweiligen Medien variiert. Es gilt nun herauszufinden, wodurch diese Differenz gefördert wird, da die Ursache offensichtlich nicht in der Informationsbeschaffung verankert liegt. Im Hinblick auf die

207 „C-Net, is an independent news organisation in Rome, ah there’s Catholic News Agency, there are kind of evangelical oriented, there’s national catholic reporter here in the states, there’s a Religion News Service, which is another subscription base which service is more liberal, more secular, ah and I look at all these things if I have time, I don’t really have a lot of time.“ (Ebend., #00:13:57#.)

208 „Oh, I get it from radio, or i get if from the Associated Press, occasionally I get it from the Catholic news service here in the United States, or Vatican news service, ah, [...] but the secular press would do the same thing.“ (Interview Wesolek 2011, #00:37:58#.)
zweite These, müssen mit Hilfe der Experteninterviews die möglichen Gründe für die divergierende Berichterstattung gefunden werden.

**These 2a)** *Die Erzdiözese San Francisco und der Kirchenstaat Vatikan nehmen Einfluss auf die Medienberichterstattung der kirchlichen Zeitung.*

Die beiden verantwortlichen Medienakteure des *Catholic San Francisco*, George Wesolek und Rick del Vecchio negierten den Einfluss der Erzdiözese von San Francisco auf die Berichterstattung und klärten über die dezentralistische Struktur der innerkatholischen Zuständigkeitsbereiche auf. Herr Wesolek meinte, dass jede Diözese eine juristische Person sei und etwas vom Vatikan Formuliertes muss nicht automatisch bis nach unten in die Diözesen und einzelnen Pfarren vordringen beziehungsweise von den Verantwortlichen der jeweiligen Diözese als erstrebenswert erachtet werden und daher eine Umsetzung erfahren.\(^{209}\)

Zwar werden die Botschaften, die der Papst als Oberhaupt der Katholischen Kirche, an seine Gemeinde ausspricht, im Rahmen eines hierarchischen Systems bis in die Diözesen und ihre Pfarren geleitet, ob eine Weiterleitung der Information auch tatsächlich zustande kommt, entscheidet der jeweilige Informationsvermittler selbst. Dadurch werden die einzelnen Vermittlerstellen zu Entscheidungsträgern, welche gegebenenfalls eine Weitergabe von Information unsanktioniert gänzlich unterlassen können. Ebenso bestätigte Rick del Vecchio die Aussage von George Wesolek, dem Direktor des Kommunikationsbüros der Katholischen Kirche in San Francisco, dass es sich bei der Erzdiözese San Francisco um eine regional organisierte Gemeinde handle:

„*Ja, jede Diözese betreibt ihre eigene Politik, so ah Rom und der Papst geben Anleitung und vielleicht beschränkte technische Unterstützung [...] sie [der Papst und der Vatikan, Anm. d. A.] meinen nicht, ihr müsst uns folgen; aber wir mögen das, es ist wichtig und* \(^{209}\) 

\(^{209}\)*....well our parish is a juridic person everywhere, each parish, each diocese is a juridic person et cetera, so there’s a great deal of things that can be said from the top that may come down to the bottom and may not, you know. It depends on the gatekeeper... it depends on all kinds of factors, it depends, ultimately in terms on what happens at the diocese, what do the Archbishop or bishop wants to communicate, but even if he communicates it, the pastor, the pastor may not want to communicate." (Interview Wesolek 2011, #00:17:21-5#.)
dann greifen das manche Bischöfe auf, wenn sie es nicht schon unabhängig davon getan haben."210


„Wenn er meint, dass das die Dinge kompliziert machen würde für ihn [den Erzbischof, Anm. d. A.], dann würde ich die Geschichte natürlich nicht drucken […] Hier gibt es weniger unerwünschte Einmischung als ich in säkularen Zeitchungen gesehen habe, wo die Herausgeber immer sagen, sorry, du kannst die Story nicht drucken, weil da etwas über meinen Freund drinnen steht oder weil es einen Werbekunden angreifen würde. Tatsächlich gibt's hier davon weniger.“212

Der Einfluss der Katholischen Kirche auf die Berichterstattung im Catholic San Francisco hält sich gering, wie beide Experten bestätigten. Ein Faktum, das eventuell anhand der Unabhängigkeit zur Erzdiözese zu erklären ist. Dadurch konnten in der

210 „Yeah, every diocese has its own policies, so, ah Rome and the pope give guidance and maybe some limited technical support and they would say look, this is, we think this is important and, so I know, and they, they recommend it to the bishops, we, we’re going this direction, they don’t say you need to follow us, but we like this, it’s important, and ah, then some bishops would pick up on that, if they haven’t already done so independently…” (Interview Del Vecchio 2011, #00:36:41#.)

211 „No, none, zero, zero. Because, I won’t let em.“ (Ebend., #00:06:58#.)

212 „If he ordered to say that this is; would make things difficult for me of course I wouldn’t run it. […]There is less meddling here than I’ve seen in secular papers where the publishers always are saying you can’t run that story ‘cause it’s about my friend or that would defend an advertiser. There’s actually less of that here.” (Ebend., #00:10:16#.)
quantitativen Analyse über die Medienberichterstattung im *Catholic San Francisco* auch durchaus negative Emotionen und kritische Stimmen gemessen werden. Da sich die Zeitung aus Werbeeinnahmen speist und nur zu einem gewissen Teil von der Erzdiözese finanziert wird, ist es mit großer Wahrscheinlichkeit gegeben, dass der *Catholic San Francisco* unabhängiger und kritischer berichten kann.

Während manche kirchennahe Zeitungen in den Vereinigten Staaten von ihrer Diözese finanziell unabhängig sind, da sie ihr über ihr eigenes Betriebseinkommen verfügen, gibt es auf der anderen Seite auch Zeitungen, die alleine durch ihre Diözese finanziert werden und somit in ein monetäres wie moralisches Abhängigkeitsverhältnis treten. Beim *Catholic San Francisco* handelt es sich um eine Mischform. „Wir sind eine Art Hybrid“\(^{213}\), erklärte Rick del Vecchio im Hinblick auf die Finanzierung des *Catholic San Francisco* und die Abhängigkeit zur Katholischen Kirche Erzdiözese San Francisco.

Im Hinblick auf die These 2a) muss wiederlegt werden, dass die Bezugsquellen von Informationen über Papst Benedikt XVI. für die Art der Medienberichterstattung als ausschlaggebend angesehen werden können.

**These 2b)** *Die Diskrepanz zwischen religiös-konservativen und säkular-liberalen Faktoren nimmt Einfluss auf die Medienberichterstattung der kirchlich unabhängigen Zeitung.*

Es hat sich nicht bewahrheitet, dass das kirchliche Medium weitaus besser informiert ist, da es ein erhöhtes Angebot an Informationen aus kirchlichen Reihen zur Verfügung hätte. Die Verbindung des *Catholic San Francisco* zur regionalen Ortskirche, der Diözese San Francisco, steht nicht mit einer besseren Informationslage über Papst Benedikt XVI. in Zusammenhang.

Die Informationsquellen beider Medien sind für kircheninterne wie kirchenexterne Recherchetätige gleichsam zugänglich. Mit Sicherheit wirkt sich der Zugang zu Informationsquellen über Papst Benedikt XVI. in der Medienberichterstattung der beiden Zeitungen insofern aus, als die thematisch-inhaltliche Dimension der Linie des kirchlichen Mediums näher steht und daher von einer prof더eren Kenntnis kircheninterner wie kirchenexterner Thematiken ausgegangen werden kann, wie dies im Hinblick auf den erweiterten Katalog an Nachrichtenagenturen zu Katholischen Themen,

\(^{213}\) „So we’re kind of a hybrid.“ (Ebend., #00:53:45#.)
wie ihn der Catholic San Francisco im Vergleich zum San Francisco Chronicle verwendet, anzunehmen ist.

Vlae Kershner, der Herausgeber der Onlineausgabe des San Francisco Chronicle, des SFGate, gab uns zu verstehen, dass unter den Leuten in San Francisco eine negative Stimmung über die Katholische Kirche herrsche, und dass die Kirche einen schlechten Ruf genieße.

Als Ergebnis herrscht unter den Leuten ein halbwegs negatives Gefühl im Hinblick auf die Kirche und da gibt es ein negatives Gefühl gegenüber der Kirche wegen der sexuellen Missbrauchsskandale in den Vereinigten Staaten [...] die Kirche hat einen sehr schlechten Ruf hier in der Gegend.“


Aus diesen Aussagen kann geschlossen werden, dass Herr Kershner und der San Francisco Chronicle darauf bedacht sind, im Rahmen der kirchlich unabhängigen Zeitung vielerlei regionale und internationale Themen zu berichten, also auf den Nachrichtenwert der Berichterstattung großen Wert zu legen. Aus diesem Grund müssen Meldungen über den Papst immer einen gewissen Nachrichtenwert mit sich bringen, wenn sich dieser nicht bereits aus der Popularität oder der religiösen Nähe speist. Wie sich gezeigt hat, stellte die Medienberichterstattung über Papst Benedikt XVI. als neuem Mitglied auf Twitter insbesondere für das technologie- und mediensversierte San Francisco mit dem als für global technologieführend bekannten Umland des Silicon Valley ein berichtenswertes Ereignis mit hohem Nachrichtenwert dar.

214 „...in general our area tends to be not a particularly religious, in fact it’s kind of a center of ethicism ... San Francisco is, it’s not ah (...), it’s a place where non christian religions and non religious people kind of gravitate. So as a result, there is a (...) ahm, there is some, among those people there’s quite a negative feeling about the church and there’s also a negative feeling about the church because of the sexual abuse scandals in the United States, I don’t know what’s the situation is in Germany, but the church has very bad reputation around here.“ (Interview Kershner 2011, #00:08:09-1#.)
Aus diesen Aussagen kann geschlossen werden, dass säkular-liberale Faktoren Einfluss auf die Berichterstattung nehmen. Zum einen, um in einer säkularen Medienlandschaft Bestand haben zu können und zum anderen vielleicht auch, um religiöse Werte vor einem rational-aufgeklärten Hintergrund zu präsentieren.

These 3) Die kirchennahe Zeitung, der Catholic San Francisco, wird zwar aus kirchlichen Mitteln gespeist, agiert jedoch bis zu einem gewissen Grad als objektives, moralisch eigenständiges Medium.

In wie weit es dem Catholic San Francisco möglich ist, eigenständig zu handeln und vor allem unabhängig zu berichten, soll im Folgenden geklärt werden. Es interessiert, inwiefern es der Zeitung von Seiten der Katholischen Kirche erlaubt ist, kritisch über den Papst zu berichten.

George Wesolek meinte als Antwort auf diese Frage, dass sich das Hauptaugenmerk auch beim Catholic San Francisco prinzipiell immer um die Aufmerksamkeit der Leser drehe. Da es sich nicht um eine Zeitung handle, die nur die Meinung der Kirche vertritt, sondern dass es sich um ein Nachrichteninstrument handle, das zuweilen die Meinung von vielen zum Ausdruck bringt; mit dieser Gratwanderung müsse man jedoch vorsichtig sein. Die prinzielle Vorgangsweise bei der Informationsbeschaffung im Rahmen der Bezugsquellen unterscheidet sich dabei nicht von der der kirchenunabhängigen Zeitung, dem San Francisco Chronicle. Inwieweit eine Abhängigkeit des Mediums zur Kirche bestehe, beantwortete Herr Wesolek folgendermaßen:

„Offenkundig werden wir immer etwas zweigleisig dastehen, unsere Meinung muss durch die Linse der Katholischen Kirche und des Glaubens präsentiert werden. In diesem Sinn sind wir keine objektive Zeitung oder Newsletter, aber ich glaube die meisten säkularen Organe wie der Chronicle sind nicht objektiv."

215 „Yeah, well, that’s always attention, ah, the, ahm we try, there is a level of tension when we print, because we’re not a newsletter that is only ah, expressing the opinion of the church, but we are a news instrument, that expresses many opinions sometimes. But we, we have to be very careful with that.” (Interview Wesolek 2011, #00:27:54#.)

216 „Exactly, yeah, so obviously we’re going to be tilted, our bias is going to be to present this through the lens of the Catholic Church and faith. So in that sense we’re not an objective ah newspaper or newsletter, but I hold that most secular organs like the Chronicle is not an objective.” (Ebend., #00:27:56-8#.)
Herr Wesolek gesteht für die Medienberichterstattung des Catholic San Francisco ein, dass sich die Katholische Kirche in erster Linie keine massenwirksamen Maßnahmen setze, sondern sich vor allem der moralischen Richtlinie verpflichtet sieht.

„...die Katholische Kirche ist eine counterkulturelle Gruppe; wegen der meisten der Fragestellungen die wir im Besonderen vertreten, Stellungnahmen beispielsweise zu Abtreibung, Euthanasie, Gleichgeschlechtlichen Ehe, Sexualität sind wir in San Francisco gänzlich in der Minderheit.“

Rick del Vecchio berichtete über den Nachrichtenentstehungsprozess, dass er und sein Mitarbeiterteam des Catholic San Francisco „...die Nachrichten berichten, Recherche vornehmen, Interviews durchführen, die Fakten und die Kontakte klar bekommen, genauso wie dies in den säkularen Medien der Fall ist. Wir haben dieselben Standards, wir sollten. Also ich meine ich dränge meine Mitarbeiter um sicherzugehen, dass sie einen hohen professionellen Standard an den Tag legen und das ist den Fakten und dem Kontext treu zu sein.“

Abrundend kann festgestellt werden, dass die kirchennähe Zeitung, der Catholic San Francisco, zwar aus kirchlichen Mitteln gespeist wird, jedoch versucht bis zu einem gewissen Grad als objektives, moralisch eigenständiges Medium zu agieren. Wie weit diese Reibestelle als unabhängiger Beobachter und objektiver Berichterstatter seine Funktion übernimmt, lässt sich wiederum anhand quantitativer Ergebnisse darlegen. Die Häufigkeit der Berichterstattung über Papst Benedikt XVI. im Catholic San Francisco im Vergleich zum San Francisco Chronicle ist aussagekräftig gegenüber der Annahme, dass die formale Vorgehensweise der Berichterstattung zwar säkularen Ansprüchen genügen mag, dass eine moralisch-ethische Verpflichtung gegenüber katholischen Werten das berichterstattende Bild jedoch stets verzerrt. Eine derartige Verzerrung ist nicht als negativ zu beurteilen, zumal sich das Wissen darum als hilfreiche Information im

217 „...the Catholic church is a, ah, a counter-cultural group, because most of the issues that we hold particular, you know positions on, for example abortion, ah euthanasia, ah same-sex marriage, ah sexuality, we’re totally in a minority in San Francisco.” (Ebend., #00:29:20#.)

218 „Ah we report the news, we ah do research, we do interviews, we get our facts straight and get the contacts straight, same as ah (...) would be the case in secular media. We have the same standards, ah we should. Ah I mean I push my staff to make sure that they have a high professional standard and that is, yeah, you’re faithful to the facts and the context.” (Interview Del Vecchio 2011, #00:02:10-3#.)
kritischen Leseprozess der Zeitung anbietet und insbesondere, da laut Denzin die Tendenz zur „Forscher-Bias“, zur Beeinflussung des Inhalts durch die Prädposition des Forschers, des Recherchetätigen oder des Informationsdarstellenden stets als gegeben angenommen werden muss. Immer fließe dabei etwas von den subjektiven Vorstellungen in die objektive Interpretation mit ein.219

**Imagekonstruktion**


„Also, für den Vatikan ist viel zu tun um besser kommunizieren zu können, aber ich muss sagen, dass sie viel an Neuigkeiten rausgeben. Ich weiß was sie jeden Tag tun und sie versuchen die Neuigkeiten zu verbreiten um für die Öffentlichkeit sichtbarer zu sein, aber ich glaube im Hinblick auf die Komplexität, Konflikt und Krise ist es schwer für sie zu reagieren. Sie haben nicht wirklich die institutionellen Strukturen um in einem für die säkulare Welt und dem modernen Tempo angemessenen Weg zu antworten.“220

---


220 „So, for the Vatican is a lot of work to do to communicate better, but I have to say they put out a lot of news now, at least, ah the, I can, I know what they’re doing every day and they’re trying to disseminate the news and be more visible, but I think it’s in terms of complexity and conflict and crisis that it’s difficult for them to respond, they don’t really have the institutional structure to respond in a way that the secular world would demand and the modern tempo would demand...“ (Interview Del Vecchio 2011, #00:27:46-3#.)
Bezeichnend ist, dass Rick del Vecchio in distanzierter Weise von der Katholischen Kirche im Vatikan und deren Kommunikation berichtet. Die Kommunikation in der Diözese San Francisco scheint ein von der Katholischen Kirche im Vatikan gänzlich unabhängiges Organ zu sein. Diese auf dezentralistischen Tendenzen beruhende Unabhängigkeit der Ortskirche San Francisco vom Kirchenstaat Vatikan konnte bereits in These 2a) belegt werden. Dennoch scheint auch die Kommunikation innerhalb der Diözese San Francisco nur sehr schleppend zu funktionieren:

„Ich würde es toll finden einen Prozess oder eine Struktur zu haben, so dass wir uns jede Woche zusammensetzen und eine Problemstellung finden, mit der wir uns auseinandersetzen. Und im Hinblick auf die Nachricht funktioniert es nicht in der Art und Weise wie wir uns das vorstellen, noch dazu bleibt keine Zeit es zu verändern. Manchmal machen wir das, für gewöhnlich wenn uns ein Thema überwältigt, dann setzen wir uns zusammen und überlegen wie unsere Botschaft lauten soll, wie wir sie angehen, wie wir diese Nachricht publizieren, wer der Nachrichtensprecher sein wird, mit wem wir darüber reden wollen.“


„Die Medien rufen bei mir an und fragen um meinen Kommentar, obwohl ich keine Stellungnahme abgeben kann bis ich mit dem Bischof und mit dem Vikar der Geistlichen

221 „I’d love to find a process or structure where we would sit down every week and say okay here are the issues we need to deal with. And, you know, let’s talk about the message, it doesn’t work that way we want it to [laughing], and there’s no time to do that. Sometimes we do, if its, usually it’s an issue that hits us, then we sit down and we’ll say okay, we better, what’s our message, how do we, how do we craft this message, who’s gonna be the spokesperson, ah, who do we want to talk about this.” (Interview Wesolek 2011, #00:22:26-3#.)
gesprochen habe...und das braucht Zeit; sie müssen das ausarbeiten, was die Fakten sind.”

Auf eine die reaktionäre und passive Situation des Kommunikationsbüros der Erzdiözese zum Ausdruck bringende Erzählung hin, dass der San Francisco Chronicle Reporter zur Erzdiözese schicken würde, um wegen eines Berichts über ein (meist regionales) katholisches Thema zu fragen, stellte sich die neuerliche Frage, ob es bereits vorgekommen sei, dass Herr Wesolek einen derart über die Erzdiözese kommunizierten Bericht – hierunter sind insbesondere regionale Themen innerhalb der Katholischen Kirche gemeint und nicht Berichte über den Papst oder den Vatikanstaat - im San Francisco Chronicle lese und im Vergleich zu dem, was er dem Reporter gesagt habe, nicht mit dem Inhalt einverstanden sei.

“Ja, meistens. Die Geschichte ist vom Unterhaltungswert getrieben und die Neuigkeiten, von denen der San Francisco Chronicle einen hohen Nachrichtenwert zuspricht [...] Eine Angelegenheit vor drei Monaten, und ich gebe nicht den Medien die Schuld für das, so sind Nachrichten, sie wollen es nehmen. Daher sind wir dazu angetrieben dem zu folgen, sie fragen mich um einen Kommentar und wie es mit ihm weitergeht et cetera.”


222 “...so the media is calling me and they´re saying what´s your comment, well I can´t make a comment until I talk with the bishop and talk with the vicar for clergy ... and that takes time (laughing) they have to work this out, you know, what are the facts...” (Ebend., #00:11:13-2#.)

223 Interviewer 2: „The San Francisco Chronicle for example, there come reporters to you and ask about a story and it happens sometimes that you read the story, and you, you disagree with that what you told him.” (Ebend., #00:31:42-6#.)

224 „Most of the time (...) (laughing) [...] ...the story is driven by the entertainment value and the news where the value that the, you know, Chronicle think it would be [...] an issue about three months ago, I mean it became an issue, and ah, and I am not blaming the media for this, I mean, you know, that´s news, so they, you know, they wanna take it. So, we’re driven to [11: By the news value,], to follow that, because, that’s where they are, they’re asking me for comment, you know and what’s gonna happen to him et cetera et cetera.” (Ebend., #00:31:42-6#.)
Es kann die These 4a) wiederlegt werden, dass in San Francisco aktiv versucht wird Kommunikationsstrategien zur Imagekonstruktion von Papst Benedikt XVI. einzusetzen. Demgegenüber muss der Schluss gezogen werden, dass die Kommunikation der Katholischen Kirche nicht über ein zentralistisches Informationssystem abläuft, sondern dass die einzelnen Diözesen der global angesiedelten Katholischen Kirche im Hinblick auf die Kommunikation mit der Öffentlichkeit anhand von Massenmedien autark agieren.

In diesem Sinne kann von der Erzdiözese San Francisco behauptet werden, dass es sich in Belangen der Kommunikation um eine sehr moderne und vorwärtsgewandte Ortskirche handelt. Insbesondere die von der Erzdiözese verwendeten Kommunikationskanäle erscheinen fortschrittlich, ein Umstand, der sich eventuell der geografischen Lage im Zentrum der technologie- und medienversierten Bay Area verdankt.225 Das Klischee einer veralteten und trägen Kommunikationsweise der Katholischen Kirche lässt sich im Hinblick auf die fortschrittlichen Kommunikationskanäle der Erzdiözese San Francisco nicht aufrechterhalten.


Erzdiözese San Francisco mündet, lässt sich mit der Aussagen der interviewten Experten darlegen.


Öffentlichkeitsarbeit und zur gezielten Konstruktion eines positiven Bildes in der Öffentlichkeit anhand der optimalen Repräsentation der Institution in den Medien, die nicht nur über die Zuständigkeit von Herrn Wesolek im Bereich öffentliche und soziale Angelegenheiten reicht, sondern auch über die Medienberichterstattung des Catholic San Francisco, der für ein positives Bild der christlichen Botschaft und bis zu einem gewissen Grad auch der Katholischen Kirche zu sorgen hat, bis hin zu ästhetischen Optimierungsversuchen der Zeitung zur Erhöhung der Leserschaft. Der passive Umgang mit Medien als einem reaktiven Kommunikationsvorgang changiert in die aktive Nutzung der Medien als Plattformen für die Imagekonstruktion.

Herr Wesolek schilderte seinen Tätigkeitsbereich als Manager aller Kommunikationsaktivitäten der Erzdiözese und von seinem Zuständigkeitsbereich für die auch digital verbreitete Zeitung Catholic San Francisco:


Bis zu einem gewissen Grad kann eine öffentlichkeitsbewusste Vorgehensweise bei der Erzdiözese San Francisco festgestellt werden. Diese nutzt in gewisser Weise Medien - ob Printmedium, Newsletter, oder Twitter - als Kommunikationskanäle für kirchliche Nachrichten und sucht gezielt nach Distributionskanälen für eine größtmögliche Verbreitung ihrer Botschaft(en).

Wie verhält sich die Verantwortlichkeit der Erzdiözese San Francisco, wenn es sich um eine Krisensituation der Katholischen Kirche handelt?

These 5) Es gibt keine kirchliche oder externe Kommunikationsstelle, um in Krisensituationen kurzfristig auf medialer Ebene zu reagieren um das Image des Papstes und somit der Katholischen Kirche in der öffentlichen Meinung positiv zu beeinflussen.

226 „So, I have a dual role, one is to handle all of the communications activities of the arch diocese, so the paper is part of that and the social publisher. [...] One of the things I’m working out now is to, is to redesign all of our technology and all of our websites, so that we are integrated, ah interactive with each other and make more use of social media.” (Ebend., #00:02:12-2#.)
Die Experten haben in den Interviews angegeben, und stimmten darin auch in ihren Aussagen überein, dass die Katholische Kirche so etwas wie Krisenmanagement nicht betreibt und die Zuständigen für Kommunikation im Vatikan aktiver mit den Medien und durch sie mit der Öffentlichkeit kommunizieren müssten. Herr Wesolek schilderte in Bezug darauf: „…das Vatikanische Pressebüro, die ganze Zeit reagieren sie vielmehr auf Dinge die passieren, als eine Nachricht vorzubereiten und proaktiv zu sein. Das ist ein sehr, sehr großes Problem.“


Rick del Vecchio meinte dazu: „Wenn ein Priester ein Kind begrabscht, dann ist das sein Problem, es ist nicht Roms Problem. Wenn er es vermasselt hat, dann ist es sein Problem und er muss auch die Konsequenzen tragen.“

Der Herausgeber des Catholic San Francisco gab aber zusätzlich zu bedenken, dass die Kirche eine fast zweitausend Jahre alte Institution sei, die sehr vorsichtig und sehr bedachtsam im Hinblick auf Veränderung reagiere. Außerdem gab es in all der Zeit weitaus schlimmere Krisen und der Vatikan sieht sich nicht genötigt zu jeder negativen Meldung im Zusammenhang mit Papst und Kirche Stellung zu beziehen. Herr del Vecchio sieht etwas Gutes in der steifen Haltung der Katholischen Kirche in Bezug auf

---

227 „…the Vatican press office, you know, they’re reacting all the time to what's happening, rather than preparing a message and being proactive. So that’s a very, very big problem.” (Ebend., #00:25:38-0#.)

228 „Well, this is the problem. Somehow in the communications from the Vatican they should have known enough to be able to announce that message (…) but they are not that sophisticated, I mean Lombardi and that group, and as you point it out their way of handling news is, I think Lombardi probably says, you know, it happens and then I find out about it (laughing) … a lot of people have said that they need to change…” (Ebend., #00:24:14#.)

229 „…if ah, a priest ah gropes a kid, well that’s his problem, that’s not Rome’s problem. If he messes it up it’s his problem, and ah, he has to pay the price for that.” (Interview Del Vecchio 2011, #00:28:04#.)
Veränderung. Die Institution hat sich über die Jahre gewisse moralische Grundsätze zu eigen gemacht und hält auch nun an diesen fest.²³⁰

Durch die Unabhängigkeit der Diözesen vom Vatikan werden regionale Angelegenheiten auch regional abgewickelt und es wird nicht von Rom in den Kommunikationsprozess eingegriffen. Auf der anderen Seite bitten die Diözesen den Vatikan auch nicht um eine Stellungnahme oder gar um Rat.

„Wenn ein Missbrauchsvorfall hier vorkommt, ein Priester wird wegen Missbrauch angeklagt, dann wird das hier gehandhabt, gehandhabt oder falsch gehandhabt, aber hier. Man ruft nicht in Rom an und fragt was sie dort davon halten.“ ²³¹


²³⁰ „The church is nearly 2000 years old and they went through a lot and it’s not like they go and get all excited about one crisis happening there were a lot bigger ones.” (Interview Del Vecchio 2011, #00:27:46#.) „The Vatican, the church ah is very cautious about change, and very deliberate about change. I think that’s one of the good things about it, because they’ve already settled a lot of things over the years...” (Ebd., #00:27:51#.)

²³¹ „So when an abuse case happens here the priest is accused of abuse that’s handled here, handled or mishandled here. You don’t call Rome and say what do you think about it.” (Ebd., #00:25:37#.)

²³² „Well I think they have to deal, I mean, the first lesson of crisis management is when you have a crisis you have to acknowledge it openly, and I guess the church has been doing that more, but you know there’s still a lot of hard feelings and so the church does not have a very good reputation right now I would say among a lot of our readers.” (Kershner Interview 2011, #00:08:40-7#.)
„Wir können nicht schnell genug reagieren, weil wir durch verschiedene Levels laufen müssen, um sicher zu gehen, dass die Nachricht konform geht, dass der richtige Sprecher sie gibt, et cetera. Man sieht, Kommunikation ist ein sehr schwieriges Ding für uns. (lachend)“

7. Interpretation der Studien

Im Folgenden wird eine Zusammenführung der Untersuchungsergebnisse beider Studien geleistet. Es wird sowohl eine interpretative Beschreibung der quantitativen Auswertung und der statistischen Daten, wie auch der qualitativen Analyse mit den interpretativen Daten erfolgen, um ein konkretes Bild zur Fragestellung „Der Papst in den Medien San Franciscos. Die Medienberichterstattung über Papst Benedikt XVI. und die Imagebildung der Katholischen Kirche in San Francisco“ zu zeichnen.

Medienberichterstattung

233 „We cannot react quickly enough, because we have to, we have to go through different levels, you know, to make sure that the message is consistent, and, ah, the right spokesperson is giving it, et cetera. So, communication is a very difficult thing for us (laughing).“ (Interview Wesolek 2011, #00:26:01#.)
von Emotionen im kirchlichen Medium kann die Vermutung angestellt werden, dass das kirchliche und das kirchlich unabhängige Medium dem Thema Missbrauch als generell gesellschaftlich zu verurteilendem Phänomen abgeneigt gegenüber stehen, bei gesellschaftlichen Tabu-Themen und konservativen Werten wie „Homosexualität/Kondomnutzung“ berichtet das kirchliche Medium hingegen eher positiv, das kirchlich unabhängige jedoch kritisch, emotional negativ und sarkastisch.

Als Ursache für die leichte Tendenz zu einer emotional positiven Berichterstattung des Catholic San Francisco wurde die Finanzierung aus kirchlichen Mitteln angenommen und damit verbunden der moralische Einfluss der Diözese beziehungsweise der Katholischen Kirche auf die Berichterstattung.


Als Auffälligkeit ließ sich in der Auswertung der Berichterstattung beider Medien wahrnehmen, dass insbesondere im Rahmen von konservativen Themen die Ansichten der Katholischen Kirche vom *San Francisco Chronicle* mittels sarkastischer Sprachfiguren zum Teil ins Lächerliche gezogen wurden.

Demgegenüber sticht ebenso die Häufigkeit von positiven Emotionen in der Berichterstattung des kirchlichen Mediums *Catholic San Francisco* ins Auge. Die Haftung an einer emotional positiven Darstellungsweise auch bei negativen Themen, zeugt von einer Informationspräsentation abseits von neutraler Berichterstattung. Im Hinblick auf die quantitativen Ergebnisse sind an diesem Punkt wiederum die kritischen Bestrebungen des *Catholic San Francisco* zu nennen, welche in Belangen der Berichterstattung nicht auf eine totalitäre Abhängigkeit zur Katholischen Kirche schließen lassen.

**Bezugsquellen**

Die Studie konnte belegen, dass die Bezugsquellen für Informationen über Papst Benedikt XVI. für beide Medien nahezu dieselben darstellen. Die Bezugsquellen gestalten sich im Hinblick auf Information über Papst Benedikt XVI. im kirchlichen Medium wie im kirchlich unabhängigen Medium insofern nahezu identisch, als sich die Berichterstattung beider Zeitungen aus den Ressourcen von kirchenexternen

**Imagekonstruktion**


234 Der Catholic San Francisco benutzt ebenso wie der San Francisco Chronicle die Associated Press, darüber hinaus jedoch noch den Katholischen und den Vatikanischen Nachrichtendienst.

235 Relativ selten gibt es das Vorkommnis, dass sich Journalisten anderer Medien meist aus der Umgebung San Franciscos um genauere Informationen bei der Erzdiözese San Francisco bemühen.

132

Als Direktor des Kommunikationsbüros und Zuständiger für die Kommunikation der Katholischen Kirche San Franciscos mit der Öffentlichkeit ist sich George Wesolek darüber im Klaren, dass vor allem junge Generationen nach immer neuen, der Zeit angemessenen Distributionskanälen zur Informationsrezeption streben und es daher als ein Unumgängliches erscheint, nicht mit der Tendenz der fortschreitenden Mediatisierung mitzuhalten. Das Kommunikationsbüro der Katholischen Kirche in San Francisco will die Diözese über die neuen Kanäle präsent sein lassen, deshalb bekommt die Erzdiözese San Francisco eine neue Website und deshalb wird an der Nutzung neuer Medien gearbeitet, um die christliche Botschaft einer immer größeren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.


Die Analyse konnte zeigen, dass die interne Kommunikation der Diözese von San Francisco nur schleppend funktioniert und bestimmte institutionelle Strukturen es unmöglich machen, in angemessener Weise und in zügigem Tempo, öffentlich auf kritische Meldungen zu reagieren oder gar eine Imagebeeinflussung von Papst Benedikt XVI. als Oberhaupt der Katholischen Kirche oder eine Art der Krisenkommunikation voranzutreiben. Als institutionelle Strukturen, die es unmöglich machen angemessen
medial zu kommunizieren und aus einer kommunikativen Reaktionshaltung herauszukommen, ist jener langwierige Prozess anzuführen, den George Wesolek, der Direktor des Kommunikationsbüros der Erzdiözese San Francisco, erwähnte, nämlich die Bestätigung beziehungsweise Absegnung der in die Öffentlichkeit getragenen Informationen innerhalb der Erzdiözese.


8. Resümee


---

237 Laut Deg „...ist dringend dazu zu raten, auf den Meinungsbildungsprozess Einfluss zu nehmen, ansonsten wird man schnell Spielball der Medien und verschlimmert unter Umständen die ganze Sache.“ (Ebend., S. 199.)


Da die Berichterstattung des San Francisco Chronicle im Hinblick auf Themen über Papst Benedikt XVI. verstärkt mit negativen Emotionen und Sarkasmus aufgeladen ist, wurde die Vermutung angestellt, dass bestimmte Faktoren wie die liberale Blattlinie den

„Schenk mir, o Gott, Verstand, der dich erkennt, Eifer, der dich sucht, Weisheit, die dich findet, einen Wandel, der dir gefällt, Beharrlichkeit, die gläubig dich erwartet, Vertrauen, das am Ende dich umfängt. – Dazu erbitte ich euch und euren Familien Gottes reichen Segen.“\(^{239}\)


9. Ausblick

Im Hinblick auf das Image von Papst Benedikt XVI. in den Medien San Franciscos ist zu erwähnen, dass das Thema Papst Benedikt XVI. insbesondere auf Grund der großen geographischen Distanz zu seinem Amtssitz im Vatikan und der kontroversiellen Meinungslage vor allem im Hinblick auf die mitgliederreiche Homosexuellengemeinschaft in San Francisco eine geringere Bedeutung für die Katholische Kirche in San Francisco aufweist. Wichtiger als eine Zugehörigkeit zum Kirchenstaat in Rom erschien hingegen die regionale, dezentralistische Unabhängigkeit, welche die Erzdiözese San Francisco insbesondere auf Grund des hohen, eigenständigen Levels an Kommunikationskanälen – Printmedium, Newsletter, Homepage, Twitter,

Als Alternative erweckt die vorgenommene Forschungsarbeit den Anschein, dass es für ein umfassendes Bild von Papst Benedikt XVI. von Interesse ist, eine ähnliche Erhebung zur Medienberichterstattung über diesen Papst in einer anderen Diözese durchzuführen. Um einen höchstmöglichen Kontrast zur vorliegenden Studie zu erzielen, bieten sich Ortskirchen an, die vor einem besonders katholischen beziehungsweise konservativen gesellschaftlichen Hintergrund agieren beziehungsweise die von als konservativ bekannten Würdenträgern geführt werden, da sich die Frage stellt, ob das Thema Papst Benedikt XVI. je nach Meinungslage der Gesellschaft divergierend präsentiert wird. Im Speziellen stellt sich die Frage, ob von kirchenunabhängigen Medien in einem konservativen Umfeld auch konservativer berichtet wird, als dies am liberalen Bespiel von San Francisco zu sehen ist.

Anhang

Quantitative Daten

Tabelle 1, *SPSS - Datenansicht*
<table>
<thead>
<tr>
<th>Name</th>
<th>Typ</th>
<th>Spaltenformat</th>
<th>Dezimalstellen</th>
<th>Variablenlabel</th>
<th>Wertetabelle</th>
<th>Fehlende Werte</th>
<th>Spalten</th>
<th>Ausrichtung</th>
<th>Maßeneinheit</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zeitungsorgan</td>
<td>String</td>
<td>6</td>
<td>3</td>
<td>Erscheinungmedium</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>16</td>
<td>Mittl.</td>
<td>Nominal</td>
</tr>
<tr>
<td>Datum</td>
<td>Datum</td>
<td>10</td>
<td>2</td>
<td>Erscheinungsdatum</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>10</td>
<td>Mittl.</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Wortanzahl</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Artikellänge</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Mittl.</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Abneigung</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Negative Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Links</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Angst</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Negative Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Links</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Ärger</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Negative Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Links</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Trauer</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Neid</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Freude</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Liebe</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Interesse</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Machtlauf</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Hoffnung</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Positive Emotion</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>Stabilität</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Sprachfigur</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Rechts</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
<tr>
<td>CrucialPoint</td>
<td>Numerisch</td>
<td>9</td>
<td>3</td>
<td>Kategorie des Artikels</td>
<td>Kein</td>
<td>Kein</td>
<td>9</td>
<td>Mittl.</td>
<td>Metrisch</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tabelle 2, SPSS-Variablenansicht**

**Tabelle 3, Summe aller gewerteten Emotionen**

**Tabelle 4, Summe der einzelnen Emotionen nach Crucial Points**
Qualitative Daten

Auswertungen

Auswertungen George Wesolek

Aufgabenbereich

My title is director of communications, ah and public policy and social concerns. So, I have a dual role, one is to handle all of the communications activities of the arch diocese ...One of the things I’m working out now is to, is to redesign all of our technology and all of our websites, so that we are integrated, ah interactive with each other and make more use of social media. So we’re going to, we’re beginning to do the research and spend quite a bit of money actually to do that, so that we would redefine how we communicate if you will, ah in terms of today (ha) which is very different to this.

...not just in religious media, but also in secular media people don’t read unless they’re of an certain age (haha), you know most people will, like my young adult children, you know get lots of their information here, or in Facebook, or blogs, or you know, whatever. So we’re trying to figure out how we can get in to that stream and how we can, ah ah begin to effective communicate through that...

Effektiv Kommunizieren? Von Zeitung auch auf andere Medien?

Yes, that’s part of the reason. It’s that ah, nobody knows, but I mean I think it’s rather obvious, since most secular newspapers are losing readership, that ah, the Chronicle lost 16% last year, they lose 10 to 15% each year as they go, ah they are in trouble (laughing)

I mean our mission is to communicate, ah, news about the church, ah, news that would interest people how are looking at (incomprehensible) of their catholic faith, ah I think foundationally we’re trying to communicate the mission of the church which is you know the message of Christ. So all of that is layered in our communications afford and ah, some, some dioceses and some priests do not take the same, ahm, will not take the same standards as we do with their papers, so for example some will do a monthly, because it’s very difficult financially and they will do ah catechesis, sad news, you know ah, news you, in order to do news you have to do at least weekly, even that’s difficult, you know because news is going so fast, so you know obviously you have to do it daily, you have do something, so we do weekly which even that puts it at this disadvantage, because you know if something’s happens you know one day and three days it’s not news anymore, it’s something else ... but we have reporters now who are working in the communities and bringing local news to the foreground, and I think that is really going to help us because that
becomes more important to young families, to parishioners who are not in the 50 older, in the demographic, we’re still learning, and we’re still trying to figure out all of it, it’s an evolving story as it goes. So ah, we do all the media relationships, so ah, any time there is any news here ah, for example our Archbishop had a heart problem just recently, so we would prepare the media release for that, I would take the questions for media about that, we would, you know trying to get them as much information as they need about the story, ahm, a lot of times that’s electronic today and electronic is totally different as you know from written,

in three hours it’s not news anymore, ..something else takes its place, and we’re not equipped frankly to handle the news at that fast pace, because not every issue, but some issues, ah, if somebody calls me and said what is your comment about we had an issue of sexual abuse of a priest down in the southern part diocese, and so the media is calling me and they’re saying what’s your comment, well I can’t make a comment until I talk with the bishop and talk with the vicar for clergy ... and that takes time (laughing) they have to work this out, you know, what are the facts, so we’re not as well equipped as...

Andere Distributionskanäle?
we have radio, and so we produce radio program for an hour each week, for a local station and then we have a couple of radio programs in Spanish, that we also do, we have a TV program that we produce on air...
...those kinds of media too, but those are limited for us, because the time you get on a secular station is very, you know, it´s five in the morning, it´s five thirty, you know it´s like (laughing) but we still do that. We are very interested in doing more in radio

Unterschiedliche Generationen
So, my point in all that is that the way younger people receive communication is totally different, we have not yet understood that, we meaning the church and we need to find out how to do that in a way that is appropriate and that makes sense you know to young people, so.

Nähe zum Vatikan?
You know, one of the mythologies, or one of the, ah, myths ah that people have when they look at the Catholic Church is that they think of it as a monolithic corporation, that’s very hierarchical, so the information comes from the top and goes immediately down to everybody at the base. And ah, ah, so that the pope says something then boom boom boom everybody does is. That’s just not true (laughing), you know. It’s, we are very very diverse and we are very, ahm, how I wanna say it, we are not hierarchical, our
structure canon law sets a church structures in a way that there are distinct in fact they call em juridic persons, well our parish is a juridic person everywhere, each parish, each diocese is a juridic person et cetera, so there’s a great deal of things that can be said from the top that may come down to the bottom and may not, you know. It depends on the gatekeeper, it depends on, usually they all go to the bishop, or the conference of bishops...
...and then they’ll come to the parishes and then to the people through the priests and the parishes.
...it depends on all kinds of factors, it depends, ultimately in terms on what happens at the diocese, what do the Archbishop or bishop wants to communicate, but even if he communicates it, the pastor, the pastor may not want to communicate.

People don’t understand that, you know, like I had people coming to me and say, ah, you know, we really need to work on this death penalty thing, which we, you know we oppose the death penalty, and so they say just say the Archbishop to write a letter to all the pastors, read it to the people and then they all vote, you know, against the death penalty. And I say, it doesn’t work so, you know, that’s absolutely not the way it works, you know.
You have to persuade the the pastors, the bishop, everyone to say, okay, do you agree with this position, and they say, yes I agree with that position, I mean of course I am against the death penalty, now, do you agree with it enough, are you passionate about it that you would like to communicate this to people, because we have an initiative on the state ballot coming on; do you wanna go out now and tell your pastors to tell your people that they really must take this seriously and voting against the death penalty. That’s a whole new level. And it means you have to do a lot of talking with people, you have to, you have to form consensus about the issue, you have to ah raise energy and passion about the issue, because, you know, the bishop might say, yes of course I’m against the death penalty, but I don’t think it’s an important enough issue to send out to all the people.

Verantwortlich für Inhalt?
Theoretically it’s the Archbishop, who’s the general publisher, the publisher. [I1, I2: Mhm.] The way it really works though is that (...) and then it’s me. Okay. So then I have responsibility for the content, but the way I work is to say to Rick, who you gonna meet with tomorrow, ah, Rick you’re the editor, you know, I do not like to micromanage, you know, you are the professional, ah, basically he determines the content, now every once in a while he (incomprehensible) me and say, what do you think about this, you know is this too sensitive, but, most of the time he, you know, he puts the content.
Qualität der Kommunikation innerhalb der Diözese?

I’d love to find a process or structure where we would sit down every week and say okay here are the issues we need to deal with. And, you know, let’s talk about the message, it doesn’t work that way we want it to (laughing), and there’s no time to do that. Sometimes we do, if its, usually it’s an issue that hits us, then we sit down and we’ll say okay, we better, what’s our message, how do we, how do we craft this message, who’s gonna be the spokesperson, ah, who do we want to talk about this, okay, let’s say...

But it’s, it’s not, then, it’s not about the pope, right? It’s only about…

Well, very rarely, you know the pope for us is like, ah, is a very important figure obviously. So, the pope’s speech at Regensburg, okay. The Islamic issue, you know. Huge it became a huge, a huge issue, and no one, no one that I knew of, even thought that that was even a possibility, you know. And actually the point that the pope is making wasn’t the one that the media picked up. He was making a totally different point. Well, this is the problem. Somehow in the communications from the Vatican they should have known enough to be able to nuance that message into for see, that somebody was gonna pick up this fifteen century Byzantium, kings or who or whatever that was and possibly interpret it in a different way and be ready for that, but they are not that sophisticated, I mean Lombardi and that group, and as you point it out their way of handling news is, I think Lombardi probably says, you know, it happens and then I find out about it(laughing) [I1: Yeah, yeah that’s the way it is.] Yeah, yeah, and it’s very unfortunate, and a lot of people have said that they need to change, they’re...

Grund für Vatikans langsame Kommunikation?

Well it’s also just simply the flow of information They’re still thinking in a very, ah, ah, I don’t know, eighteenth century, (I1: a hierarchical way) maybe, kind of ah, way of processing information, ...the Vatican press office, you know, they’re reacting all the time to what’s happening, rather than preparing a message and being proactive. So that’s a very, very big problem. And on another level I think we have gone I was explaining that we have the same problem here. We cannot react quickly enough, because we have to, we have to go through different levels, you know, to make sure that the message is consistent, and, ah, the right spokesperson is giving it, et cetera. So, communication is a very difficult thing for us (laughing), ah...

Kann der Catholic San Francisco kritisch berichten?

Yeah, well, that’s always attention, ah, the, ahm we try, there is a level of tension when we print, because we’re not a newsletter that is only ah, expressing the
opinion of the church, but we are a news instrument, that expresses many opinions sometimes. But we, we have to be very careful with that.

#00:27:56-8# I1: You’re still founded by the Archdiocese, right? W: Exactly, yeah, so obviously we’re going to be tilted, our bias is going to be to present this through the lens of the Catholic Church and faith. So in that sense we’re not an objective ah newspaper or newsletter, ah, but I hold that most secular ah organs like the Chronicle is not an objective. I don’t think the New York times is, I don’t think, you know I think journalism has taken a move, you know, it’s become very partisan ah (...) ah in the electronic media for example you’ve got MSNBC which is very ah left and then you’ve got Fox news which is very right (laughing) you know, and they, they are very biased in their presentation of the news, it’s not really news, it’s more commentary, you know it’s opinion, they take a fact and then they explain it from their point of view, and I think, ah editorially I know the Chronicle does it, they do it by the way, they put articles in the paper, they do it by the way they headline, so, in our culture today in San Francisco, we are a (...) we the church, the Catholic church is a, ah, a counter-cultural group, because most of the issues that we hold particular, you know positions on, for example abortion, ah euthanasia, ah same-sex marriage, ah sexuality, we’re totally in a minority in San Francisco.

There, there are different levels of San Francisco, you have what I call (incomprehensible) called the chattering class which is the, the elite ... The media follows that, okay. ...there’s a huge group of those in San Francisco who are not, their opinions are not reflected in the San Francisco Chronicle, at all. You know. So, that is a reality; I think the New York times does that on a national level, they express this kind of the chattering class, and I read it every day, because it’s very important (laughing) you know, to get that information. [I1: To know that, mhm. I2: Mhm.] But it’s not an expression of what I would call the ah the base, you know the foundation of regular people. So, ahm, you know, that is a problem we have in communications in general I think, so my point in all that was the true journalism I don’t think is practiced very much.

San Francisco Chronicle möchte eine Story von Erzdiözese – wie wird diese übernommen?

#00:31:42-6# I2: The San Francisco Chronicle for example, there come reporters to you and ask about a story [W: Oh, yeah!] and it happens sometimes that you read the story, and you, you disagree with that what you told him. W: Most of the time (...) (laughing). [I1 (laughing), I2: Really, really?] Yeah. Well, I give you, I give an example, ...last year they had a procession that went from South San Francisco to the Cathedral: 6 miles long, 20.000 people, the police shut down the streets, you know, people were coming with their banners and they had music, you know et cetera, and ah, down at the Civic Centre there were a hundred people
protesting, I don’t know what, something, there is, somebody’s always protesting against something in San Francisco. And, what made the news (laughing), [I1: The protesting.] the hundred people. No mention, nothing about 20.000 people walking through the streets...

You know, so, you know, that, the story is driven not by necessarily the value of the incident of the story, the story is driven by the entertainment value and the news where the value that the, you know, Chronicle think it would be.

an issue about three months ago, I mean it became an issue, and ah, and I am not blaming the media for this, I mean, you know, that’s news, so they, you know, they wanna take it. So, we’re driven to [I1: By the news value.], to follow that, because, that’s where they are, they’re asking me for comment, you know and what’s gonna happen to him et cetera et cetera. And, I can’t stop and say, well, what about the 99% of the other?! You know, well what about the fact that this is an allegation and he might be innocent?!

...know, shutting down the streets, et cetera et cetera, not a, not a word, and so, that is the cultural phenomenon that we live in. And, ah, ah, I’m not complaining about, I’m just saying that that’s the reality.

**Exkurs: Missbrauchsvorfälle**

...sexual abuse issue by priests. Well, even though, even though, you know, the abusers make up probably less than 1% of all abusers, ah, and there are more people who abuse in other categories like teachers et cetera, and and the problem, the thing we find out is that this is a problem in society in general, sexual abuse. And it’s, it’s a very severe problem, but because the Church is the Church it becomes the, you know, that’s where you gonna go with this story, because it’s sexy and its, you know, it’s ah, you’re gonna show the hypocrisy, you know, et cetera et cetera. And for us that is very difficult, because 99% of the priests are not abusers. And yet they are painted with that brush, and so it’s very difficult for them to wear color outside...

**Verhältnis von San Francisco Chronicle und Diözese bzw. Papst und Diözese in Medien**

#00:37:48-3# That’s the reality, so, most of, because of that (bezieht sich auf die Feier von Guadalupe) most of our relationship with the media, the secular media especially is very, ah, reactive. You know, they bring us the topic and we say, you know, something. So it’s very difficult. So as to your question about the pope, it would be very rare that they would come to us and ask us a question about the pope most of those stories that we get of the ah, Associated Press, or writers or something like that and then they would play the story. Occasionally they may ask us a question about that, but ahm, that’s almost like a, a communication piece that has a life on its own, that does not relate to the local diocese.
Now, I was here in 1978 when Pope John Paul came to visit, totally different story. I mean
the media was everywhere, I was commentating on a TV-channel that was here, there, I
mean, it was just mass of attention on the pope, and then we of course became a part of the
story, because we were the local diocese, the local church, but normally, when the pope is in
the Vatican it is very different.

Woher stammen die Informationen und wo liegen die Unterschiede in der
Berichterstattung im Vergleich zum San Francisco Chronicle?
Oh I get it from radio, or I get it from the Associated press, occasionally I might get it from
the Catholic news service here in the United States, or Vatican news service, ah, and then we
would say, well this is, this is a good, shall, you know, print this while we did this, see,
because, you know, we think if that’s an interesting story about the pope going back to
Germany, and how is he gonna to be received and you know, et cetera et cetera, so, so, but
the secular press would do the same thing, so, ah another example I can give you that, that
were, there was a play between the international Vatican and local, is the, the ah, world
youth day, world youth convention in Madrid. We sent, I don’t know, over two hundred
young people, there were one and a half million to two million young people that were
present, okay. Most of the stories that were coming from the secular press started with the
one thousand protestors in the square and then they would point to, you know, this masses
of people waving flags, et cetera and they would say oh. and then the pope is coming; they
didn’t mention the number, they didn’t mention the fact that most of this people were
absolutely excited and (incomprehensible) and, you know, being there with the pope, our
two hundred people came back, they were just, you know, this is a magnificent experience,
you know, and so we reported at it locally, but secular the secular press..[II: Just as news
values.] Yeah, it was, it was, the only thing what was news was the protest. It wasn’t, it
wasn’t the event, it wasn’t what was happening at the event, so, you know, that we, we do
that all of the time, so our way of capturing what happened at the event is to talk with our
local people when they come back or while they are there, and to, to get their story, and
then we print that or we put that on radio, or whatever. but we would also try and find a
local angle...

Papst in San Francisco
Well, I think you know there are different levels; we have a large homosexual community
here and, and a lot of (incomprehensible) from them and the real feeling from them is that
the pope is an enemy, because of the statements about sexuality and homosexuality, et
cetera et cetera. He is not a very popular (laughing) popular person, ah, but at a, again,
that’s a, that’s a you know, one level, that’s fairly small, but in this city very important and
very powerful, but if you, if you go out into our neighborhoods in our parishes and talk with, you know, just, I call them regular people, there’s still a tremendous respect for the pope and the office of the pope and you know this people just would be thrilled to even be in a, in a you know, have him here and would be in a crowd of ten thousand people looking at him, let alone shaking his hand. I mean so there is still that admiration and that loyalty, ah that runs very deep.

Auswertungen Vlae Kershner

Aufgabenbereich?
#00:00:37-2# Well the SFGate will look over, I look over what the news stories that are coming from the staff and from the wires and other places. We look over stories and other places on the web an then we decide how to program the homepage based on, you know all the different factors of the stories and photos.

Print und Online?
#00:00:51-5#…the print edition is added primarily ah for local news stories on the front page. Ahm, all stories are about what´s going on in the San Francisco Area and California, California governor (incomprehensible) now, whose eBay’s CU, who’s now going to take over Hewlett-Packard. You know that’s just the Iran and those hikers; they are from University California of Berkley students, so that was a local story. Ahm, we program SFGate differently, we program it primarily for page views to maximize traffic and audience seize and only secondarily for ah local news (...) for news value, where the print edition is added a page primarily for news value.

Woher Informationen über World News stammen
#00:04:33-2#...we don’t have a lot of ah, we don’t have a lot of staff written content on the world, on international things obviously, we are local, a regional paper. #00:03:45-8# Well, we don’t have, I mean, we don’t have, you know we are a local newspaper, we don’t have reporters in Europe. Ah, we, ah at one time we did have a foreign service and got some articles, but we don’t really have now. We’re primarily using AP copies, there is occasionally agence france-press writers and all that things.
#00:08:09-1# ...in general our area tends to be not a particularly religious, in fact it’s kind of a center of ethnicism that’s a reason that Star Trek is set in San Francisco, the movies, you know San Francisco is, it’s not ah (...), it’s a place where non-christian religions and non-religious people kind of gravitate. So as a result, there is a (...) ahm, there is some, among those people there’s quite a negative feeling about the church and there’s also a negative
feeling about the church because of the sexual abuse scandals in the United States, I don’t know what’s the situation is in Germany, but the church has very bad reputation around here...

**Do you have the feeling they’ve got a crisis management or anything that they want to (laughter of B) improve the image of the Pope or the church?**

Well I think they have to deal, I mean, the first lesson of crisis management is when you have a crisis you have to acknowledge it openly, and I guess the church has been doing that more, but you know there´s still a lot of hard feelings and so the church does not have a very good reputation right now I would say among a lot of our readers.

**I1: Hm. And do you think ahm it’s another thing the coverage in the Catholic San Francisco, do you think it varies from the Chronicle or SFGate, because of it is a church newspaper?**

Oh I´m sure it does. I´m sure it does. But ah, you know, there is, there is, right there are catholic publications, they are kind of split into the traditional ones and there are some liberal ones too, you know, (..) but yeah, I mean, we don’t (...), you know, I’m sure their, their people do a better job covering it than we do, it’s not our primary focus.

**I1: But do you think they can as objective as you are as a neutral newspaper?**

No, probably not, no, if you have to represent the Churches position, probably not.

**Papst-Berichterstattung?**

...when the previous pope visited and he was very well liked, you know, he was huge when he visited. The highest circulation week in the history of this newspaper was the week that John Paul II. visited in 1987, But he was kind of a unique pope too, right, I mean this pope doesn´t have, quite have of that same star power than John Paul II. had... ...of the pope that we did that we was just wired when he went on twitter, because Twitter is a local company for us and people are very in the social media here. So that was actually one of the events he did, that got a lot of coverage.

**Kirche modernisieren? Reaktion auf Missbrauchsvorwürfe?**

Well we had some pretty well known cases in Northern California where it seemed like the Arch Diocese just sort of move the person around from one place to
another, you know without ever dealing with the problem. So I think that was probably what have annoyed people the most.

**SF and Letters about gays?**

Well that’s an issue. Ah, that’s an issue you know certainly, I mean that, ah but you know, ah, I guess our previous Arch Bishop was Levada (William Joseph, Anm. I1 & I2), who was like really important in the Curia, I don’t quite understand how, but, you know and he was actually San Francisco’s Arch Bishop, and he was so doctrinally conservative that you know it’s very much (incomprehensible) with what the most of San Francisco is. It’s kind of an odd situation.

**Auswertungen Rick del Vecchio**

**Vergleich der Medienberichterstattung**

#00:03:15# We have the same standards, ah we should. Ah I mean I push my staff to make sure that they have a high professional standard and that is, yeah, you’re faithful to the facts and the context. And you are, ah if there is a conflict you talk to everybody and you try to get the best picture you can. And then you present it clearly, well organized and ah without your opinion being putted there. So that’s the thing that’s different is, (...) you’re ah communicating some value that the church teaches and believes in. Ah that could be gospel value, ah you know ahm, love your neighbor, forgive everyone, ah don’t get mad at people, give yourself a break, give others a break, but the we’re not a (incomprehensible), but we would ah cover stories that would demonstrate or ah, no it’s not symbolic it’s more, which illustrate these values in practice, in action. But we’re not preaching to people, we’re not giving them a program or symbols, we’re giving them facts. The actual experience, but why we are telling the story is to communicate something about the church about the faith. So, if I were the Chronicle I would write, you know: Crime, ah, you know, Murder was in some neighborhood. Ah so that would be news because it’s a murder, and we talk to the victim’s family, that witnesses, the police and it would be a story ........ The facts would be the same, but the emphasis would be different and the point would be different.

**In wie weit greift die Erzdiözese in den Kommunikationsprozess ein?**

#00:06:58-3# No, none, zero, zero. Because I won’t let em and because what would be the point (laughing) why, I mean if you have a newspaper then the editor should be free to do that job without a (...), you know a council of, you know, interceding, manipulating, and saying no don’t do that, ah, so, you know I’m very nice and collegial, but I let them know that I need to be independent, the paper needs to be independent, otherwise I can’t do the
job, that is supposed to do (…), in my, not in my terms, but in terms what a catholic newspaper should be under Vatican II and under any definition what social communication in the church is, you tell the truth, you use your own mind, your own conscience, you tell the truth

Aber..

And now, if he call down and says don’t run that story, I probably wouldn’t but he would give me his reasons, and he would say it in a way that look, yeah, I don’t want to interfere, this is not, it’s premature or you know, it’s awkward if some things are going on and wouldn’t help me… and then once that happens it’s fine. Ah that’s not censorship, that’s prudence, and ah, it’s always done respectfully and, ah he always leaves it up to me as whether I want to run a story or not. If he ordered to say that this is, would make things difficult for me of course I wouldn’t run it.

he would never ask me to do something for very good reasons. That’s not different to any other publication. There is less meddling here than I’ve seen in secular papers where the publishers always are saying you can’t run that story `cause it’s about my friend or that would defend an advertiser. There’s actually less of that here.

Woher genau kommen die Informationen?

we subscribe the catholic news service, that’s a wire service, that comes out a Washington D.C., it’s supported by the U.S. Conference of Catholic Bishops

they have a bureau in Rome they have I think free reporters and one photographer, that stuff

they have special things like scripture reflections and key documents of the church, which you can ah get as a regular member or pay a premium for those things. They are a primary source of news outside this area.

Not our only source, I use Vatican radio too. Ah, but I have to edit it in kind ah, it’s more work for me. I use ah, other Vatican news services, Feed Ace, National News Service, FIDES, that’s a Vatican news organization that covers the missionary world, ah there’s a Vatican information service, there’s a, Vatican has a twitter feed, so we’ll send out little tweets that are usually linked to Vatican radio content.

C-Net, is an independent news organization in Rome, ah there’s Catholic News Agency, there are kind of evangelical oriented, there’s national catholic reporter here in the states, there’s a Religion News Service, which is another subscription base which service is more liberal, more secular, ah and I look at all these things if I have time, I don’t really have a lot of time. To answer your questions, the Catholic news service is our resource for most things that happen outside this area and if I’m not happy with their giving, or I want more, I’ll go to other sources … the catholic news service content like Vatican radio, I might go there and
pick up a quote or something or an extra detail an put it in, if I have time, it takes a lot of work. I can do all this from my desk, just, ah I have a list of sources that I survey all the time. I have my own stuff for local news.

Frage wie wichtig der Papst für einen neuen Artikel ist?

I don’t want to be you know pope this, pope that, I mean, ´cause you know, and then everybody thinks the pope is the church (laughing) he is not the church, he is just the, he is really, the first among many I guess would you call it, although structurally it’s a monarchy but it’s, he is a baptized catholic and I have the same responsibilities as he does in a way.

it could be a like the talky gay(incomprehensible), when he first came to Germany after wherever he was ah, he said I’m here to talk about god or something like that. That’s good, that’s news, and ah, that would be a big headline in the papers this coming week, ah so he is a newsmaker, he is probably the major newsmaker, so we treat him like a major newsmaker, he’s also a scholar, theologian, a bishop, a pastor and teacher and he can bring all these things out, so I think he’s a very good, ah scholar, and his writing is very interesting and very, ah moving I find, he’s very interesting guy ... I think a modern guy in a strange way; he really respects although he’s always preaching against secularism he respects modern thinking for the value that it brings which is not the ultimate value, but it does bring value

I think he’s a very mature man and I like that and I try to show that side in the paper, ah but I don’t really like to show a lot of (incomprehensible) and pictures of you know (incomprehensible), robes and the stuff, it’s kind of boring and it makes people kind of think, think of the hierarchy too much, or think that the paper is edited by the hierarchy or ah or reviewed by the hierarchy, so I try to have regular people on the front page

Is there any crisis management like a normal company?

Oh sure. Well the church is organized by dioceses, and each diocese is an independent corporation, that’s something that people don’t understand. And the pope is not the king. The church is actually (...) ah ah, not centralized.

Vatican’s very small, very few people work there, ah the dioceses are independent corporations. Bishops are the kings of their dioceses, ah the pope doesn’t tell ´em what to do. When they have to follow certain rules they have to report back to Rome in a minute on certain decisions, but the Bishops as the chief pastors are, they have total discretion and that’s (...) that needs to be understood. So when an abuse case happens here the priest is accused of abuse that’s handled here, handled or mishandled here. You don’t call Rome and say what do you think about it.
The church is nearly 2000 years old and they went through a lot and it’s not like they go and get all excited about one crisis happening there were a lot bigger ones. The Vatican, the church ah is very cautious about change, and very deliberate about change. I think that’s one of the good things about it, because they’ve already settled a lot of things over the years, and they know why they’ve settled and they spent a lot of energy, of fighting, a lot of war settling issues and so once things are settled you don’t want to tear them up, so the scale, the sense of time is so different in Rome. if ah, a priest ah gropes a kid, well that’s his problem, that’s not Rome’s problem. If he messes it up it’s his problem, and ah, he has to pay the price for that.

so, for the Vatican is a lot of work to do to communicate better, but I have to say they put out a lot of news now, at least, ah the, I can, I know what they’re doing every day and they’re trying to disseminate the news and be more visible, but I think it’s in terms of complexity and conflict and crisis that it’s difficult for them to respond, they don’t really have the institutional structure to respond in a way that the secular world would demand and the modern tempo would demand, you know, give me an answer now, by (incomprehensible) return my call, I’d called yesterday, return my e-mail, what’s the matter with you, you must be hiding something. Well, is that reasonable? I’m not, I’m not sure it is.

...world youth day was a big deal, and ah, we had two fore pages on the paper on that, and that shows that the church and the pope especially has a good contact with a lot of young adults, who are attracted to ah, the Eucharist or the gospel, whatever it is, that’s calling em to do this and standing at the crowd, I would never do that, standing in a crowd like them for hours, right, I’d have a freak-out, ah, so there’s a lot of ah energy, spiritual energy that’s organized and directive ah towards the, towards the faith and the pope as a symbol, ahm, and, and that’s news, that’s, and that gets covered. Ah, I don’t know if there’s any secular strategy, ahm there’s ah, (...) the publishers here in San Francisco in (incomprehensible) press that they publish the youth, the young adult version of the catechism, called the Youcat, Youcat, which is published for Rome, for the Vatican, and this is a way of ah, to estimating the catechism to young adults in, in ah (incomprehensible) demographic form, in a quicker form, more modern form, ah...

Neue Kanäle? Facebook

#00:34:40-3# Oh yeah, they decided that it’s important ah under Vatican Two, and under the Churches responsibility to spread the good news, to do it, to do it through every channel available, so if it’s Facebook, if it’s whatever ... to get the word out through whatever channel maybe, so that’s the philosophy.

...get on Facebook, Twitter, ah whatever technologies are there or are emerging, you know, I-Pad, ah, Kindle or something like that, whatever channels are there, they’re trying to be
there, and they have decided over the last couple of years, that that would be an important project to do. And here too ah, this Archdiocese has been very slowly adopting technology but we´re going to have a new website with social media on it and for the same reasons, to spread the word in our market.

**Wer fördert es?**

#00:36:41-9# Yeah, every diocese has its own policies, so, ah Rome and the pope give guidance and maybe some limited technical support and they would say look, this is, we think this is important and, so I know, and they, they recommend it to the bishops, we, we´re going this direction, they don´t say you need to follow us, but we like this, it's important, and ah, then some bishops would pick up on that, if they haven’t already done so independently, others would be shy or I don´t if I wanna do that, that’s scary, we have an Archbishop who´s kind of averse to the Internet, ahm afraid of it because he’s been attacked by blogs, ...

now we have a new Communication director, George Wesolek, you may have met him, [I1, I2: Mhm.] and he´s working on a new strategy to ah build a new website for the Archdiocese and have ah, social media, you know, multimedia, video, audio, ahm, blogs, everything on that ... then we have content generated to go through this channels, some that would come from me, ah some that would come from other sources that are here or that would partly still to be developed, so we´re getting there, we´re behind, we´re behind other dioceses in the United States. Ah, and, but they have decided that they wanna catch up.

**Diskussion über den Gebrauch vieler Kanäle um die christliche Botschaft zu verbreiten, aber nicht um sie angemessen zu vermitteln und sich bei Angriffen zu verteidigen**

#00:40:32-9# Well, I think this goes back to that each bishop has its own cane

It would be nice if there was some ah, there was some let’s say, agency, that would provide technical services to all bishops so they can subscribe and pay or something and get ah, get some ah, expertise that would be hard to develop on their own, but that's, Rome doesn’t have the resources to do that. [I1: The financial resources.] No, I mean there are so small, there’s hardly anybody there.

so I think it’s unrealistic to believe that there could be some centralized management, technical, technocracy like you´re subscribing, ah and I don’t think that’s all together bad, because that can cause group thinking, other bad effects, it’s better to let somebody decide on their own...
but to answer your questions about technology we’re catching up here and Rome’s been catching up, we’re ten years behind, or twenty, in terms of marketing it would be nice if we would have better logos, and exciting typography, and what you know...

**Neues Design der Zeitung**

#00:46:20-7# ...ahm, is kind of like, I might not gonna read this, this could be boring, so I might wanna read something else ah, and that’s just too shy and too ah, restrained and yeah, this says: we’re here, we have something to say and this competes to this (throwing something on the table) this is more like the normal church, kind of typography. Just you know...
...that’s why I’m overhauling when I look at the paper. And, ahm, we’re just starting that but it’s going a little more like this (showing another newspaper) bigger headlines, balder ah logo, bigger pictures, everything will be punchier and ah, more visual, and cleaner and there will be a lot of graphics. (browsing in the newspaper) Ah, and my argument to the people here was that we need to, just, ah think about our emotional impact of the book, I mean the visual impact got to work for modern people and a modern tempo and this it’s not gonna really cut it anymore, it’s just too old, and the attitude is old. And, the church is losing ground, so we have to try something new, can’t hurt. And we wanna organize our own information a little better, the stories to be shorter and ah pictures to be bigger and more graphics, more edge, ’cause this will ah, appeal to the younger reader who did not grew up with newspapers and they don’t like reading long blogs of types ... it’s true ah how people use information has changed a lot, so we actually become more abbreviated, get to the point and ah, we’re, as we might had two minutes (...) somebody might giving us two minutes before to read a story and now it might be fifteen seconds, and if we don’t catch em in the fifteen seconds we lose em completely.
Yes, we would like the paper to be seen it is seen, it’s, we have 57.000 copies in hands and they’re passed around, so we would like people who get that paper who see that paper, who are not subscribers, because they’re not belong to the church, find it attractive and useful, not just Oh my god, what is this thing from the church, this is ridiculous. Also we wanna our subscribers to have something fresh, and we know that...

**Finanzierung der Zeitung**

Other, there is different revenue models for diocese and papers, some are totally independent, they have their own revenue source directly, others are totally supported by the Archdiocese, so we’re kind of a hybrid.
Interviews

Interview George Wesolek

W: George Wesolek
I1: Kateleen Luger
I2: Hannes Koller

#00:01:25-5#
I1: Is there any crisis management, if there is any ah is there any strategy or is there any communication; like we study communication science and actually when we went to the Vatican it was like Mr. Lombardo, Mr. Federico Lombardo, was not really like up to date what the Pope actually wants to say and he gave us the feeling from its not, ah they don’t sit together each week, there’s no meeting and they have a plan and they say okay this plan and this plan and in this case we do that and in this case we do that, and yeah it’s our question.

#00:02:02-9#
I2: So yeah, the first question is what are you doing here in this department, what is the function? #00:02:10-0#
W: In general? #00:02:10-7#
I2: Yeah in general.

B: Okay. My title is director of communications, ah and public policy and social concerns. So, I have a dual role, one is to handle all of the communications activities of the arch diocese, so the paper is part of that and the social publisher. Ah, we also have a paper in Spanish, El Dorado may you have seen one though (church bell is ringing) it’s very churchy (I1, I2: laughter) (B gets a call: I wanna call you back later, okay? All right, bye. It’s my daughter.) So ah, there you are those two when you saw the website, ah, we also ah, have multiple websites for different offices here in the building in different ministries. So for example public policy and social concerns which deals with justice and peace and life issues and ah, immigration, reform and ah, affordable housing and community violence et cetera. We have our own website there, and many other offices with different ministries like family life or religious education they have their own websites too. One of the things I’m working out now is to, is to redesign all of our technology and all of our websites, so that we are integrated, ah interactive with each other and make more use of social media. So we’re going to, we’re beginning to do the research and spend quite a bit of money actually to do that, so that we would redefine how we communicate if you will, ah in terms of today (ha) which is very different to this. This goes out to 77. 000 people a week, and it’s mailed directly to their homes. We have a readership obviously that is older, ah because not just in religious media, but also in secular media people don’t read unless they’re of a certain age (haha), you know most people will, like my young adult children, you know get lots of their information here, or in Facebook, or blogs, or you know, whatever. So we’re trying to figure out how we can get in to that stream and how we can, ah ah begin to effectible communicate through that. And then also target a different demographic, because this one is probably you know 15 and up, and ah it’s a very loyal readership, they are very good, ah, but we need to think about 15 to 50 (laughing) and how we do that. So that’s part of the, that’s part of our office function here. Ah, #00:05:32-6#

I1: May I have a little question? You said "to effectively communicate", what do you understand under this expression. Like is to attract more people to also read other stuff, because the newspaper it not modern any more, or?! #00:05:54-2#
W: Yes, that’s part of the reason. It’s that ah, nobody knows, but I mean I think it’s rather obvious, since most secular newspapers are losing readership, that ah, the Chronicle lost 16% last year, they lose 10 to 15% each year as they go, ah they are in trouble (laughing). #00:06:15-6#

I2: And have to expand the online ahm... #00:06:17-4#

They try but that’s difficult, how do you make money online except for advertisers. And they trying to charge people a subscription fee and I’m not gonna pay, you know, I’ll find it in another way and I think most people alike that. So there is a real transition going on in communications in general and ah it’s ah I don’t think people have the answer to it yet how to deal with this, ahm, so we’re in that same position, you know how do we, ah, how do we affectively communicate, by that I mean our mission is to communicate, ah, news about the church, ah, news that would interest people how are looking at (incomprehensible) of their catholic faith, ah I think foundationally we’re trying to communicate the mission of the church which is you know the message of Christ. So all of that is layered in our communications afford and ah, some, some dioceses and some priests do not take the same, ahm, will not take the same standards as we do with their papers, so for example some will do a monthly, because it’s very difficult financially and they will do ah catechesis, sad news, you know ah, news you, in order to do news you have to do at least weekly, even that’s difficult, you know because news is going so fast, so you know obviously you have to do it daily, you have do something, so we do weekly which even that puts it at this disadvantage, because you know if something’s happens you know one day and three days it’s not news anymore, it’s something else, so that’s the difficulty, but we try to make it news, you know, so we have, you know issues that we think would be very important to people, and the other thing we’re trying to do with the paper is to become much more locally oriented, so that we have now a tour reporters record, I’ll tell you more about this, but we have reporters now who are working in the communities and bringing local news to the foreground, and I think that is really going to help us because that becomes more important to young families, to parishioners who are not in the 50 older, in the demographic, we’re still learning, and we’re still trying to figure out all of it, it’s an evolving story as it goes. So ah, we do all the media relationships, so ah, any time there is any news here ah, for example our Archbishop had a heart problem just recently, so we would prepare the media release for that, I would take the questions for media about that, you know trying to get them as much information as they need about the story, ahm, a lot of times that’s electronic today and electronic is totally different as you know from written, because they all call you at 9:30 and say we would like to, we would like ah comment, we wanna do it on air, we will be there in a half hour, so everything is fast, because they have deadlines and what is news for them today in three hours it’s not news anymore, something else takes its place, and we’re not equipped frankly to handle the news at that fast pace, because not every issue, but some issues, ah, if somebody calls me and said what is your comment about we had an issue of sexual abuse of a priest down in the southern part diocese, and so the media is calling me and they’re saying what’s your comment, well I can’t make a comment until I talk with the bishop and talk with the vicar for clergy who you know is in personal; and that takes time (laughing) they have to work this out, you know, what are the facts, you know, they don’t necessarily know what are the facts are yet and there is no comment, you know all of these kinds of things so, so we’re not as well equipped as the governor who has a staff, you know fifteen people and they’re ready to make ah..do you need some water? #00:11:13-2#

I1: (coughing) Ah can I just leave the room for a second? #00:11:14-9#

W: Oh sure, yeah and outside you get some water if you’d like! (...) So it’s very difficult to, ahm, to, for us as church as you will to keep up with the fast pace of the news cycles, which are 24 hours day, and so we, you know, we try, but it’s a different kind of thing for us, so, ah the other part of my job ah, I’m trying to think about the communication pieces that we have, ah oh we have radio, and so we produce radio program for an hour each week, for a
local station and then we have a couple of radio programs in Spanish, that we also do, we have a TV program that we produce on air, ah, and ahm, (incomprehensible) I’m trying to think if there’s anything else (...) but there are those kinds of media too, but those are limited for us, because the time you get on a secular station is very, you know, it’s five in the morning, it’s five thirty, you know it’s like (laughing) but we still do that. We are very interested in doing more in radio, especially with ah Spanish speaking, because ah Spanish speaking are really radio listeners, and we were finding that out, they not gonna read, they gonna listen to radio, so we need to find ways of you know producing more things in radio. You need a glass of water? #00:13:00-7#

I1: Mhm, thank you I have a, ahm ahm coughing, (laughing) sweet, (laughing) it should be better. #00:13:07-8#

W: Good. [I1: Thank you.] So I, [I2: So, you] go ahead. #00:13:10-5#

I2: Now, you.. you do a lot of stuff to reach a younger generation also, and and .. #00:13:15-3#

W: Not as much as we would like. Not as much as we would like. I think that’s the area that we need to, to find ah a path to better communication. [I2: Mhm.] Ah, I think, I mean you know this, it’s just very generational and it’s a big culture shift in terms of communications, so for example my daughter goes to school here and so I pick her up and we drive home together and we drive in together, she’s a senior in high school and I’ll be driving and she’ll be on her phone, she’ll be texting, you know, she doesn’t do it this way (B shows on his phone how his daughter doesn’t do the texting), she does it this way. (B shows on his phone how his daughter does the texting) [I1 and I2 laughing] And ah, one one time we were crossing the bridge and I said to her, I said, Lea, I said, why don’t you just call them, and she looked at me if I was crazy (I1: laughing) and she said, I don’t wanna talk to them. (B, I1, I2 laughing) She said, I just want them to know this little thing, if I call them, she said, we gonna have to talk and we´re gonna have to get into all this things and I don’t wanna waste the time, and ah, well that’s a good point, you know, so but I mean, that whole culture of communication is very different from the way I learned how to communicate, and now I’m learning it, you know, because if I didn’t text here, I wouldn’t communicate with her, you know, so I text her, and now I noticed that I’ve four dollars, I noticed now that when we wanna communicate it’s texting, you know, I would call once in a while, because I wanna talk to them, but if I really wanna communicate something it’s text, okay. So, my point in all that is that the way younger people receive communication is totally different, we have not yet understood that, we meaning the church and we need to find out how to do that in a way that is appropriate and that makes sense you know to young people, so. #00:15:24-9#

I1: A good point is that, ahm, I’m really stunned because when we had been to the Vatican there was nothing ahm you could ah compare to, to a department of communications and science like you have over here. Cause they have a press office and they have information they give to reporters, they, the reporters of different media can come to the press office and get the information like press agency, ahm but they don’t have any press staff who really is like ah; just the spokesman father Lombardi [B: Lombardi, yeah.] but... #00:15:57-2#

W: Well, you know, I don’t know much about that system... (interrupted) #00:16:01-2#

I1: How are you, sorry, how are you ahm related to the Vatican, or how is the Archdiocese, how are you as department related to the Archdiocese and how is the Archdiocese over here related to the Vatican? #00:16:12-9#

W: You know, one of the mythologies, or one of the, ah, myths ah that people have when they look at the Catholic Church is that they think of it as a monolithic corporation, that’s
very hierarchical, so the information comes from the top and goes immediately down to everybody at the base. And ah, ah, so that the pope says something then boom boom boom everybody does is. That’s just not true (laughing), you know. It’s, we are very very diverse and we are very, ahm, how I wanna say it, we are not hierarchical, our structure canon law sets a church structures in a way that there are distinct in fact they call em juridic persons, well our parish is a juridic person everywhere, each parish, each diocese is a juridic person et cetera, so there’s a great deal of things that can be said from the top that may come down to the bottom and may not, you know. #00:17:21-5#

W: It depends on the gatekeeper, it depends on, usually they all go to the bishop, or the conference of bishops and then they’ll come to the parishes and then to the people through the priests and the parishes. #00:17:32-1#

W: Well, where I would be on that chain would be if ah for example something came from the Vatican to my Bishop and he said, no, he could say I don’t particularly wanna transmit this, he is that authority, but if he does he would give it to me and say, ah could you put this into some sort of form that we can send it the pastors and then the next step might even be, could you put it in a form where the pastors would put it in their bulletins that all the people got or even more, could you put it in a flyer that you stick in the bulletin, et cetera. So they’re all, or could you say in a letter to the pastors I would like you to make an announcement from the pope, okay, so there’s all levels, of ways of communicating to the people who are sitting there in the (incomprehensible) and it, there is no one way of doing that, it depends on all kinds of factors, it depends, ultimately in terms on what happens at the diocese, what do the Archbishop or bishop wants to communicate, but even if he communicates it, the pastor, the pastor may not want to communicate. It is not this monolithic doctrine, you know, a constant on top, therefore you have to give it to the people, the church is very diverse. People don’t understand that, you know, like I had people coming to me and say, ah, you know, we really need to work on this death penalty thing, which we, you know we oppose the death penalty, and so they say just say the Archbishop to write a letter to all the pastors, read it to the people and then they all vote, you know, against the death penalty. And I say, it doesn’t work so, you know, that’s absolutely not the way it works, you know. You have to persuade the the pastors, the bishop, everyone to say, okay, do you agree with this position, and they say, yes I agree with that position, I mean of course I am against the death penalty, now, do you agree with it enough, are you passionate about it that you would like to communicate this to people, because we have an initiative on the state ballot coming on; do you wanna go out now and tell your pastors to tell your people that they really must take this seriously and voting against the death penalty. That’s a whole new level. And it means you have to do a lot of talking with people, you have to, you have to form consensus about the issue, you have to ah raise energy and passion about the issue, because, you know, the bishop might say, yes of course I’m against the death penalty, but I don’t think it’s an important enough issue to send out to all the people. #00:20:41-7#

W: Theoretically it’s the Archbishop, who’s the general publisher, the publisher [I1, I2: Mhm.] The way it really works though is that (...) and then it’s me. Okay. So then I have responsibility for the content, but the way I work is to say to Rick, who you gonna meet with
tomorrow, ah, Rick you’re the editor, you know, I do not like to micromanage, you know, you are the professional, ah, basically he determines the content, now every once in a while he (incomprehensible) me and say, what do you think about this, you know is this too sensitive, but, most of the time he, you know, he puts the content. #00:22:03-6#

I2: Do you think that the communication should be better inside the diocese? So if you, if you, you meant before that the media comes to you and asks you about the bishop or something like that, and and and you have to ask him first, so should that be faster and, and or #00:22:26-3#

W: No I would like it to be faster, you know I wish we had a way of responding to issues more quickly, but we’re very, ah multilayered organization, I mean, you know the Archbishop has many many responsibilities, you know the financial, that are personal, that are policy regarding education, on and on and on and on, you know, I mean it’s a huge agenda and so, to, to find a structure, I’d love to find a process or structure where we would sit down every week and say okay here are the issues we need to deal with. And, you know, let’s talk about the message, it doesn’t work that way we want it to (laughing), and there’s no time to do that. Sometimes we do, if its, usually it’s an issue that hits us, then we sit down and we’ll say okay, we better, what’s our message, how do we, how do we craft this message, who’s gonna be the spokesperson, ah, who do we want to talk about this, okay, let’s say... (interrupted) #00:23:37-8#

I2: But it’s, it’s not, then, it’s not about the pope, right? It’s only about #00:23:43-1#

W: Very rarely, you know the pope for us is like, ah, he is a very important figure obviously #00:23:50-3#

I1: That was an, that leads to another question actually... #00:23:53-3#

W: Yeah, he’s a very important figure to us, but it isn’t like ah in we will follow his activities, you know, very much, but usually the secular press picks up the issues around the pope faster than we do, okay. So, the pope’s speech at Regensburg, okay. The Islamic issue, you know. Huge it became a huge, a huge issue, and no one, no one that I knew of, even thought that that was even a possibility, you know. And actually the point that the pope is making wasn’t the one that the media picked up. He was making a totally different point. Well, this is the problem. Somehow in the communications from the Vatican they should have known enough to be able to nuance that message into for see, that somebody was gonna pick up this fifteen century Byzantium, kings or who or whatever that was and possibly interpret it in a different way and be ready for that, but they are not that sophisticated, I mean Lombardi and that group, and as you point it out their way of handling news is, I think Lombardi probably says, you know, it happens and then I find out about it(laughing) [I1: Yeah, yeah that’s the way it is.] Yeah, yeah, and it’s very unfortunate, and a lot of people have said that they need to change, they’re... (interrupted) #00:25:32-7#

I1: Especially because of the second Vatican council. [B: Absolutely.] They want a dialogue and when there is a dialogue they don’t respond, and. #00:25:38-0#

W: Well it’s also just simply the flow of information. They’re still thinking in a very, ah, ah, I don’t know, eighteenth century, (I1: a hierarchical way) maybe, kind of ah, way of processing information, so he writes an (incomprehensible) and then, you know, it gets, you know, two years later, it gets ah translated (laughing) into different languages and then, you know, but today that’s impossible, you know, you know, not only does he not finish the (incomprehensible) before the press are talking about it, ’cause they’re saying he’s writing on the (incomprehensible), they probably says this, by source says, you know, and then, you know, the Vatican press office, you know, they’re reacting all the time to what’s happening, rather than preparing a message and being proactive. So that’s a very, very big problem.
And on another level I think we have gone I was explaining that we have the same problem here. We cannot react quickly enough, because we have to, we have to go through different levels, you know, to make sure that the message is consistent, and, ah, the right spokesperson is giving it, et cetera. So, communication is a very difficult thing for us (laughing), ah...

I1: And could you, could you be critically ahm, about ahm, topics, because normally I would think that the Archbishop is like, conform, with what’s going on in the church and if you are a, like, I think you are reporters or journalist and if you want to just publish the truth, ah, do you have any problems, or troubles ah, don’t know, with being just a speech, ahm...

W: Yeah, well, that’s always attention, ah, the, ahm we try, there is a level of tension when we print, because we’re not a newsletter that is only ah, expressing the opinion of the church, but we are a news instrument, that expresses many opinions sometimes. But we, we have to be very careful with that.

I1: You’re still founded by the Archdiocese, right?

W: Exactly, yeah, so obviously we’re going to be tilted, our bias is going to be to present this through the lens of the Catholic Church and faith. So in that sense we’re not an objective ah newspaper or newsletter, but I hold that most secular organs like the Chronicle is not an objective. [I1: Yeah, definitely. Objective is a (incomprehensible).] I don’t think the New York times is, I don’t think, you know I think journalism has taken a move, you know, it’s become very partisan ah (..) ah in the electronic media for example you’ve got MSNBC which is very ah left and then you’ve got Fox news which is very right (laughing) you know, and they, they are very biased in their presentation of the news, it’s not really news, it’s more commentary, you know it’s opinion, they take a fact and then they explain it from their point of view, and I think, ah editorially I know the Chronicle does it, they do it by the way, they, they put articles in the paper, they do it by the way they headline, so, in our culture today in San Francisco, we are a (..) we the church, the Catholic church is a, ah, a countercultural group, because most of the issues that we hold particular, you know positions on, for example abortion, ah euthanasia, ah same-sex marriage, ah sexuality, we’re totally in a minority in San Francisco, [I1, I2: Mhm.] okay. However, this is, this is my opinion. There, there are different levels of San Francisco, you have what I call (incomprehensible) called the chattering class which is the, the elite, the powerbrokers, the people go to symphony-opera, bored supervisors, (incomprehensible) et cetera et cetera, they are the chattering class up here. The media follows that, okay. At this level there’s a huge group of people who are regular people, who work, these are the people in our parishes, who aren’t blue colored, who are, you know, working as an auto mechanic or drive buses or school teachers or whatever; there’s a huge group of those in San Francisco who are not, their opinions are not reflected in the San Francisco Chronicle, at all. You know. They, they, I mean they’re in two different levels, absolutely. So, that is a reality; I think the New York times does that on a national level, they express this kind of the chattering class, and I read it every day, because it’s very important (laughing) you know, to get that information. [I1: To know that, mhm. I2: Mhm.] But it’s not an expression of what I would call the ah the base, you know the foundation of regular people. So, ahm, you know, that is a problem we have in communications in general I think, so my point in all that was the true journalism I don’t think is practiced very much. Where a journalist comes and says I take that story or that story, I’m gonna present this objectively.

I2: The San Francisco Chronicle for example, there come reporters to you and ask about a story [B: Oh, yeah!] and it happens sometimes that you read the story, and you, you disagree with that what you told him.

W: Most of the time (...) (laughing). [I1 (laughing), I2: Really, really?] Yeah. Well, I give you, I
give an example, you know, one of the very difficult issues that we had to deal with here in the American Church and now worldwide, even in Germany, is the sexual abuse issue by priests. Well, even though, even though, you know, the abusers make up probably less than 1% of all abusers, ah, and there are more people who abuse in other categories like teachers et cetera, and and the problem, the thing we find out is that this is a problem in society in general, sexual abuse. And its, it's a very severe problem, but because the Church is the Church it becomes the, you know, that's where you gonna go with this story, because it's sexy and it's, you know, it's ah, you're gonna show the hypocrisy, you know, et cetera et cetera. And for us that is very difficult, because 99% of the priests are not abusers. And yet they are painted with that brush, and so it's very difficult for them to wear color outside, because you know, people they take the story, they take the nerd. [I1: Really, it's so bad.] et cetera. So, to give an example, last Wednesday there was a group of three people who are ah victims of abuse, who sent out a press release, and said they were gonna do a demonstration in front of the Cathedral. (...) I didn't get the press release (laughing). The media covered this, right, so they go to the three people and they interview them and, you know, somehow that becomes their story, you know, it's not a different story, it's a story that's been going on for a long time, and they don't come to us in this case for, oh yeah, one, one reporter called me and said, you know, did you know about that. And I said, no, I didn't even know about it (laughing). You know, so, you know, that, the story is driven not by necessarily the value of the incident of the story, the story is driven by the entertainment value and the news where the value that the, you know, Chronicle think it would be. And they get a lot of play of sex abuse, so that, you know, if there's any, we had a, an issue about three months ago, I mean it became an issue, and ah, and I am not blaming the media for this, I mean, you know, that's news, so they, you know, they wanna take it. So, we're driven to [I1: By the news value.], to follow that, because, that's where they are, they're asking me for comment, you know and what's gonna happen to him et cetera et cetera. And, I can't stop and say, well, what about the 99% of the other?! You know, well what about the fact that this is an allegation and he might be innocent?! That is that. I mean, you know, so it's, it's very difficult, it's very difficult. The other thing is, I give you another example, this is a true example. (...) Do you know about our lady Guadalupe, ah it's the, it's in Mexico, it's a very important devotion to our blessed mother, and there's, there's a miraculous cloak where there's a picture of her, and ah, anyway, it's a huge devotion in the Latin community, and so, ah, this last year they had a procession that went from South San Francisco to the Cathedral: 6 miles long, 20.000 people, the police shut down the streets, you know, people were coming with their banners and they had music, you know et cetera, and ah, down at the Civic Centre there were a hundred people protesting, I don't know what, something, there is, somebody's always protesting against something in San Francisco. And, what made the news (laughing), [I1: The protesting] the hundred people. No mention, nothing about 20.000 people walking through the streets of, you know, shutting down the streets, et cetera et cetera, not a, not a word, and so, that is the cultural phenomenon that we live in. And, ah, ah, I'm not complaining about, I'm just saying that that's the reality. That's the reality, so, most of, because of that most of our relationship with the media, the secular media especially is very, ah, reactive. You know, they bring us the topic and we say, you know, something. So it's very difficult. So as to your question about the pope, it would be very rare that they would come to us and ask us a question about the pope most of those stories that we get of the ah, Associated Press, or writers or something like that and then they would play the story. Occasionally they may ask us a question about that, but ahm, that's almost like a, a communication piece that has a life on its own, that does not relate to the local diocese. Very rare. Now, I was here in 1978 when pope John Paul came to visit, totally different story. I mean the media was everywhere, I was commenting on a TV-channel that was here, there, I mean, it was just mass of attention on the pope, and then we of course became a part of the story, because we were the local diocese, the local church, but normally, when the pope is in the Vatican it is very different. #00:37:48-3#

I1: So you, excuse me, so you would say you get the information on the pope about the, on the, ah, over the Archbishop, and the internal ahm... (interrupted) #00:37:58-4#
W: Oh I get it from radio, or I get it from the Associated press, occasionally I might get it from the Catholic news service here in the United States, or Vatican news service, ah, and then we would say, well this is, this is a good, shall, you know, print this while we did this, see, because, you know, we think if that’s an interesting story about the pope going back to Germany, and how is he gonna to be received and you know, et cetera et cetera, so, so, but the secular press would do the same thing, so, ah another example I can give you that, that were, there was a play between the international Vatican and local, is the, the ah, world youth day, world youth convention in Madrid. We sent, I don’t know, over two hundred young people, there were one and a half million to two million young people that were present, okay. Most of the stories that were coming from the secular press started with the one thousand protestors in the square and then they would point to, you know, this masses of people waving flags, et cetera and they would say oh. and then the pope is coming; they didn’t mention the number, they didn’t mention the fact that most of this people were absolutely excited and (incomprehensible) and, you know, being there with the pope, our two hundred people came back, they were just, you know, this is a magnificent experience, you know, and so we reported at it locally, but secular the secular press. [I1: Just as news values.] Yeah, it was, it was, the only thing what was news was the protest. It wasn’t, it wasn’t the event, it wasn’t what was happening at the event, so, you know, that we, we do that all of the time, so our way of capturing what happened at the event is to talk with our local people when they come back or while they are there, and to, to get their story, and then we print that or we put that on radio, or whatever.

I1: So you have reporters going to people and talk to them and ah. #00:40:08-6#

W: Ah, no, ah, the, well we do here locally, but in that particular case we would have some one of the young people or couple of young people, you know, tweeting us, and sending us e-mails, so that we would, and then, even a telephone call. So, that case. #00:40:28-3#

I1: So you mix your, your ahm information with ah, you get it from reporters ah, or from ah from press agencies? #00:40:35-9#

W: That’s right [I1: Okay.] That’s right. And the Vatican news you know is important, but it, it isn’t as dynamic as the secular news, and so it’s a different kind of thing. I mean we would, we would, if ah, a press release comes from the Vatican we would of course look at it and say, you know, it’s okay or not, you know, that isn’t gonna make any sense to our readers or listeners here, you know. Ah, if it does, then we will put it in, but we would also try and find a local angle, so, for example if it’s something the pope said something about the famine in east Africa, ah, we would probably cover that, but then we would also try and cover people in our parishes who have projects in Somalia and Kenya, and bring them together. Anyway. #00:41:38-3#

I1: And how do you think ahm, yeah the role of the pope in San Francisco is not that important, because ahm the Catholic Church is a very widespread thing for itself, so the person pope is not, not that ahm present, or? #00:41:54-5#

W: Well, I think you know there are different levels; we have a large homosexual community here and, and a lot of (incomprehensible) from them and the real feeling from them is that the pope is an enemy. [I1: Mr. Ratzinger.] Ah yeah, because of the, because of the statements about sexuality and homosexuality, et cetera et cetera. He is not a very popular (laughing) popular person, ah, but at a, again, that’s a, that’s a you know, one level, that’s fairly small, but in this city very important and very powerful, but if you, if you go out into our neighborhoods in our parishes and talk with, you know, just, I call them regular people, there’s still a tremendous respect for the pope and the office of the pope and you know this people just would be thrilled to even be in a, in a you know, have him here and would be in a crowd of ten thousand people looking at him, let alone shaking his hand. I mean so there is
still that admiration and that loyalty, ah that runs very deep. We have a lot of ethnic communities, ah, over 40% of the Archdiocese, Catholics in Archdiocese are Latino, almost 20% are Filipino, 10% are Vietnamese, Chinese, Pacific Islander, et cetera et cetera, so we are very very diverse. Here we have masses in eighteen different languages every Sunday. Ah, so those ethnic traditions tend to bring a different kind of view of the church and of the pope and it tends to be much more referential towards people and authority than native Americans who lived here for a long time. So.

I2: Mhm. #00:43:59-0#

I1: Okay, whow, it’s a totally difference to Europe, I think, because it would be great to have ah such worshipping ahm in Europe as well, because if you look at the younger generation it’s really a pity what they think about religion, most of the time they don’t think over religious topics anyway and it’s really a pity nowadays. #00:44:22-2#

W: Well, I, you know, I lived in Europe for four years, but this was back in the 60ies, [I1: Where had you been] before? #00:44:28-9#

I1: In which country. #00:44:29-6#

W: Ah, in Rome. #00:44:30-5#

I1: In Rome?! #00:44:31-4#

W: Oh yeah, yeah. And, I absolutely loved it. [I1: Yeah, Rome is one of the.] I absolutely loved it, and I was a student at the Gregorian University at the American College upon on the cenacolo, right, the Vatican is here, and Saint Peters, the cenacolo, the American College and it was wonderful, the problem with me was, ah, when I, this is back in the 60ies, at the end of the Second Vatican Council, the last year, but at the Gregorian at the time they were teaching everything in Latin, [I1: Mhm, and then you...?] and I studied Latin here, but, you know, I went in in this aula and we’re all sitting there and the professor is talking in Latin, and I (laughing) going: what?! You know, and I’m trying, I had no idea ?. [I1 (laughing)] And next to me, now this is no, I don’t mean any inference here, but next to me was a student from the German College, and that’s Austria and Germany, and the reason I knew that is because they wore different colored(incomprehensible) , so we all had different colors, I don’t know if they still do, but the German colors was all red, I mean it was just a read (incomprehensible), we wore black with red, white and blue (laughing), so you knew, you knew the different groups, and the Scots and the Irish in you know they had all a different (incomprehensible) this time, but he was taking notes, this German, (laughing and making the noise of writing something down) and I’m going, I’m looking at him and finally at the end of the class I said, ach I said, I’m so sorry, I just can’t help, but noticed that you were taking notes, furiously, said, why, what would you getting out of that, and he said, ach, he said, it was so boring, he said it was so boring, that he was translating it into Greek. (laughing) [I1 (laughing): Oh god, yeah. I2 (laughing)] And that’s what I knew, that I was going to major and travel. (laughing) So I did a lot of travel. (laughing) [I1, I2 (laughing)] #00:46:35-9#

I1: And, but, then afterwards they changed it, right, after the Council they changed it to Italy or to... #00:46:41-4#

W: Oh actually, the Second year we changed to Italian. Which was good, much better, so I had to learn Italian (...) and ah I think it’s still that now, the basic language there is still Italian and a lot of English, but, ah it’s. #00:46:56-2#

I1: Yeah, it’s much easier than to (...) #00:46:59-7#
W: Well most of the Germans, I found out later, most of the German students and most of the Austrian students, before they come to Rome they get a PhD in something, they get their doctor, so they are way highly more educated then we were when we came in, so. #00:47:18-2#

I1: It´s a difference, for sure. #00:47:18-8#

W: So, they are actually doctors already, and then they complete their theology studies, so. #00:47:25-9#

I1: Yeah, and they are, the education was really hard in Germany I think, with Greek and Latin and all that stuff. #00:47:30-2#

W: Oh yeah, that was very strong. #00:47:32-3#

I1: Mhm, and we were also just a kind of switch ah of the generation, we also had kind of aha, still could, were able to learn Greek, but not all of us, [B: Aha.] it was kind of a switch to, I had Latin for myself for eight years, and, but... #00:47:46-5#

W: Isn´t there now a dual education system, one is more classical and liberal [I1: Yeah.] and then one more practical. #00:47:52-4#

I1 and I2: Mhm. #00:47:53-2#

W: Okay. #00:47:54-1#

I1: More math and biology and chemistry and one is more on the language. #00:47:58-9#

W: Right, yeah. #00:48:00-9#

I2: I had the language, but I could decide between Italian and French [B: Ah.], and I chose French, so I don´t have so much idea of Italian. #00:48:06-7#

I1: You´re mostly can decide to choose. #00:48:08-2#

W: My first summer in ah, in Europe, ah, we were able to leave for the summer and so I went to ah, I went to Luneburg, [I1: Mhm, Luneburg.] to the Getty institute, to learn German, [I1: Yeah?!] oh my god. (laughing) [I1, I2 (laughing)] That was, German for me was very very ... I speak Italian, I speak Spanish, a little bit of Latin, and maybe some Portuguese, I can read French, ah German just threw me, I could, it was, how do you get the verb at the end of a sentence, how do you do that? #00:48:45-3#

I1: Yeah, it´s, ah I´m glad I don´t have to think about it. #00:48:48-3#

I2: Really. #00:48:48-9#

W: Yeah, exactly, you don’t have to think about it. QUESTIONS ARE ENDING HERE BY CHANGING OVER TO PRIVATE TALKING.
Interview Vlae Kershner

K: Vlae Kershner
I1: Kathleen Luger
I2: Hannes Koller

I1: Then we would ask you what’s your field of duty? What is your responsibility over here in the online edition of the SFGate? #00:00:12-6#

K: Well the SFGate will look over, I look over what the news stories that are coming from the staff and from the wires and other places. We look over stories and other places on the web and then we decide how to program the homepage based on, you know all the different factors of the stories and photos. #00:00:37-2#

I1: Mhm. Great. Ah, so the functions of the online edition are mostly the same then in the Chronicle as a printed newspaper. Where are the differences between the print edition and the online edition? Do you see any differences? #00:00:51-5#

K: Ah we added the print edition, the print edition is added primarily for ah (B is rummaging around on the table to show I1 and I2 a printed San Francisco Chronicle) that is yesterdays (...) the print edition is added primarily ah for local news stories on the front page. Ahm, all stories are about what’s going on in the San Francisco Area and California, California governor (incomprehensible) now, who’s eBay’s CU, who’s now going to take over Hewlett-Packard. You know that’s just the Iran and those hikers; they are from University California of Berkley students, so that was a local story. Ahm, we program SFGate differently, we program it primarily for page views to maximize traffic and audience seize and only secondarily for ah local news (...) for news value, where the print edition is added a page primarily for news value. The iPad edition is edited the way the print edition is edited, not the way the SFGate is edited. So ahm, (...) [B doing anything] so you can see here, that it had that Iran hikers story on it and the Whitman story on it in that senses it is very similar as yesterday, is very similar to the print edition, much, and let's see what it has out now, much more than its similar to the SFGate. #00:02:35-1#

I1: Would you think the amount of global and local news varies from online edition to print edition? #00:02:43-8#

K: Yeah ah (..), in the print edition it’s mostly inside the, inside the A section of the newspaper (...) #00:03:06-0#

I: global (..)

K: ...the global stories. In our edition it’s, ah we do have (incomprehensible), sport, national and world news, ahm. #00:03:10-4#

I1: And the stories about the pope would be in which category? #00:03:14-2#

K: Ahm, the pope would be world news. So you would go to news and world and so the top story there is the Palestinian state hood story at the United Nations today. Ah it’s basically a wire fee, we don’t have a lot of ah, we don’t have a lot of staff written content on the world, on international things obviously, we prim, we are local, a regional paper. #00:03:45-8#

I1: Okay, but let’s, in spite of this stay of the world news, because we are interested how you do report on the pope...therefore we would be interested how you get your information, how do you get yourself informed about the pope, or about any occurrences and on goings on the Vatican, so do you have press agencies or do you have reporters? #00:04:09-2#
K: Well, we don’t have, I mean, we don’t have, you know we are a local newspaper, we don’t have reporters in Europe. Ah, we, ah at one time we did have a foreign service and got some articles, but we don’t really have now. We’re primarily using AP copies, there is occasionally agence france-press writers and all that things. #00:04:33-2#

I1: Hm, okay, great. #00:04:37-8#

I2: Yeah, okay, yeah. And how many users per click you’ve got, you know that? #00:04:47-5#

K: How many what? #00:04:48-4#

I2: The ranking for influence, how it does vary? #00:04:53-9#

I1: The influence, the users per click on the SFGate in the internet? #00:04:58-3#

K: Well, we have about on any given day or month, in any given day we have about eight hundred thousand unique users, over a month we have about thirteen million, ah we have about a hundred and thirty million ah clicks pages a month. #00:05:16-4#

I1: And do you think it are mostly local readers, or it is more..do you know your readers, where do they come from? #00:05:24-8#

K: Well, it’s about half are from California and half are from outside California (..) #00:05:33-7#

I1: But still U.S.? #00:05:34-5#

K: Well, no we have probably at least 5 percent international. The primary international readership we have are a people who come to get to us through search engines particularly Google right, our staff is featured on Google news quite frequently and also just sort of some offbeat things. San Francisco is an international city, there are people in many countries who have lived here, who have gone to school here. There are many fans of our sports teams, the 49ers and the Giants, in countries across the world and they come to us. #00:06:12-4#

I1: Okay. And how do you feel about if I ask you in special about the pope in San Francisco, how do you feel in general about the role of the pope or the popes in San Francisco, do you think it’s an important person, because the catholic church or the church in San Francisco is very spread as well, it’s not just the roman-catholic church. Do you think there is a, not just about in respect to newspapers, but do you think is the pope important for San Francisco’s residents? #00:06:46-9#

K: Well, San Francisco was one of the few cities in the West that was at one time (incomprehensible) catholic. Ah, it was founded; primarily this area was settled a great deal by Italians and Portuguese, so we do have and now more recent migration from Mexicans, right, so that is quite a catholic population in this area as some Irish, ah in general our area tends to be not a particularly religious, in fact it’s kind of a center of ethnicism that’s a reason that Star Trek is set in San Francisco, the movies, you know San Francisco is, it’s not a, it’s a place where non-christian religions and non-religious people kind of gravitate. So as a result, there is a (...) ahm, there is some, among those people there’s quite a negative feeling about the church and there’s also a negative feeling about the church because of the sexual abuse scandals in the United States, I don’t know what’s the situation is in Germany, but the church has very bad reputation around here #00:08:09-1#

I2: Do you have the feeling they’ve got a crisis management or anything that they want to
K: Well I think they have to deal, I mean, the first lesson of crisis management is when you have a crisis you have to acknowledge it openly, and I guess the church has been doing that more, but you know there’s still a lot of hard feelings and so the church does not have a very good reputation right now I would say among a lot of our readers.

I1: Hm. And do you think ahm it’s another thing the coverage in the Catholic San Francisco, do you think it varies from the Chronicle or SFGate, because of it is a church newspaper?

K: Oh I’m sure it does. I’m sure it does. But ah, you know, there is, there is, right there are catholic publications, they are kind of split into the traditional ones and there are some liberal ones too, you know, (..) but yeah, I mean, we don’t ca(...), you know, I’m sure their, their people do a better job covering it than we do, it’s not our primary focus.

I1: But do you think they can as objective as you are as a neutral newspaper?

K: No, probably not, no, if you have to represent the Churches position, probably not.

I1: But ahm, we’ve heard that they do not have so many messages on the pope, because they couldn’t report so frequently, they are a weekly newspaper, and they thought on the pope there’s more coverage in the Chronicle or in the SFGate.

K: Well you see it all, but it’s not, we are not or iginating it, right, I mean, so you could go to any cities newspaper web site and probably see 90 percent of the same thing. The only times you know, the pope makes an (incomprehensible) (...)when the previous pope visited and he was very well liked, you know, he was huge when he visited. The highest circulation week in the history of this newspaper was the week that John Paul II. visited in 1987, okay, (interrupted: that’s quite important)so...yeah..But he was kind of a unique pope too, right, I mean this pope doesn’t have, quite have of that same star power than John Paul II. had but, so there is, you know, (..) ah I lost the thread of your question, ahm all, another time that we had coverage of the pope that we did that we was just wired when he went on twitter, because Twitter is a local company for us and people are very in the social media here. So that was actually one of the events he did, that got a lot of coverage.

I1: Okay. So it would be quite, it would have some advantages if they got into the digital business, if they (B laughing) if they would be.. #00:11:13-5# (B interrupting) K:...trying to modernize?! #00:11:13-5#

I2: Yeah, they have to I think in this modern times, (K: Yeah. Mhm.) because in Germany or Austria and I think worldwide it’s the same, the child abuse..the people were not happy that it took such a long time to get response of the pope or any excuse.... #00:11:38-9#

K: Well we had some pretty well known cases in Northern California where it seemed like the Arch Diocese just sort of move the person around from one place to another, you know without ever dealing with the problem. So I think that was probably what have annoyed people the most. #00:11:54-4#

I1: Yeah, possibly the pope, Benedict, is not very popular because of the ah gay problem as well, because of the letters he wrote. #00:12:06-1#

K: Well that’s an issue. Ah, that’s an issue you know certainly, I mean that, ah but you know, ah, I guess our previous Arch Bishop was Levada (William Joseph, Anm. I1 & I2), who was like really important in the Curia, I don’t quite understand how, but, you know and he was
actually San Francisco’s Arch Bishop, and he was so doctrinally conservative that you know it’s very much (incomprehensible) with what the most of San Francisco is. It’s kind of an odd situation. #00:12:39-8#

I1: Okay. Yeah. Our questions are done, thank you very much. #00:12:47-9#

Interview Rick del Vecchio

V: Rick del Vecchio
I1: Kathleen Luger
I2: Hannes Koller

V: without being corny or superficially, it’s real, a lot of smart people in the church are working on these things and have the vocation and do hard work, creative work, some of them die at doing their work, they are very smart, very well organized...

I1: ...the Catholic San Francisco, or .. #00:00:31-4#

V: ah people working for the church anywhere, the good ones or the bad, the ah as good as anybody I’ve ever met in any field, of course you have your range yeah. Good media and bad...the gifted ones, the creative ones, the creations (incomprehensible) ones are really great people, why? They put their lives on the lines sometimes (..) and ah (...) so it’s good to meet this people and to work with them and we have some here too, very good people. Ah Smart people here, as good as any I’ve ever met in any field: academia, then in universities, university of California, media, science, ah seen a lot of things and these people are really good. I didn’t know that this will be the case when I came here, it’s been nice revelation. So in my, my position as writer or editor, I get to be in the center and I kind of pick and choose ah good stories, good people to talk to, good work to highlight. #00:01:45-9#

I1: And when you said, ah you think the positive thing is to promote justice and peace, like together, it’s not like if you are in a, not cynical way of, in an objective newspaper possibly. How do you think that influences the way of writing, because there is a special message you want to...(interrupted) #00:02:10-3#

V: Yeah, yeah, good question, well it doesn’t influence it directly, because ah the procedures are the same. Ah we report the news, we ah do research, we do interviews, we get our facts straight and get the contacts straight, same as ah (...) would be the case in secular media. We have the same standards, ah we should. Ah I mean I push my staff to make sure that they have a high professional standard and that is, yeah, you’re faithful to the facts and the context. And you are, ah if there is a conflict you talk to everybody and you try to get the best picture you can. And then you present it clearly, well organized and ah without your opinion being putted there. So that’s the thing that’s different is, (...) you’re ah communicating some value that the church teaches and believes in. Ah that could be gospel value, ah you know ahm, love your neighbor; forgive everyone, ah don’t get mad at people, give yourself a break, give others a break, but the we’re not (incomprehensible), but we would ah cover stories that would demonstrate or ah, no it’s not symbolic it’s more, which illustrate these values in practice, in action. But we’re not preaching to people, we’re not giving them a program or symbols, we’re giving them facts. The actual experience, but why we are telling the story is to communicate something about the church about the faith. So, if I were the Chronicle I would write, you know: Crime, ah, you know, Murder was in some neighborhood. Ah so that would be news because it’s a murder, and we talk to the victim’s family, that witnesses, the police and it would be a story about a pathology..
(I1: interrupting: news value)
V: about a pathol..(interrupting himself) yeah there wouldn’t be any value beyond there. If I
would cover it here I would look for more, ahm (...) how people are responding to it spiritually, or in sense of community, ah not a (I1: interrupting) social things V: yeah, not that it’s positive, but where is the humanity in the growth, in the creativity in what’s next in how do we move on from here, how could the Church and the Catholic faith help inform the aftermath. The facts would be the same, but the empathy would be different and the point would be different. Ah we wouldn’t say, hey, you know, ah, everything is gonna be fine, just pray. . (incomprehensible) it’s ugly, it’s stupid, it’s bad, it’s bloody, and what we go to do about it in, ah, in terms of practicing faith, in terms of religious values rather than in, you know, let’s send in more police, let’s send you know (...) rather than a secular response than a materialistic response that would be there but that would be subsidy area, so I want to say that we want to cover the facts. Get the facts, right, and then we present it in a way that’s useful and necessary for a catholic paper.

I1: In how far do you depend on the Arch Diocese? #00:06:35-5#

V: Say it again! #00:06:35-9#

I1: How do you pronounce it? #00:06:36-7#

I2: Arch Diocese. #00:06:37-8#

V: Arch Diocese. Yeah, what was the question? #00:06:39-8#

I1: How do you.. #00:06:41-1#

I2: ..belong to the Arch Diocese? #00:06:43-0#

V: Do I belong? #00:06:44-4#

I1: Or I don’t know, does the Catholic San Francisco... #00:06:47-7#

I2: the Department of Communications does it #00:06:49-8#

V: Oh, yeah #00:06:50-6#

I1: How far do they say okay, ah... #00:06:54-1#

V: None, nothing, you mean: Do they interfere? #00:06:57-8#

I1: Yeah. #00:06:58-3#

V: No, none, zero, zero. Because I won’t let em and because what would be the point (laughing) why, I mean if you have a newspaper then the editor should be free to do that job without a (…), you know a council of, you know, interceding, manipulating, and saying no don’t do that, ah, so, you know I’m very nice and collegial, but I let them know that I need to be independent, the paper needs to be independent, otherwise I can’t do the job, that is supposed to do (…), in my, not in my terms, but in terms what a catholic newspaper should be under Vatican II and under any definition what social communication in the church is, you tell the truth, you use your own mind, your own conscience, you tell the truth, ah, not by committee but one person goes out there and sees, and that takes independence and courage, you know, in fidelity with the church, it’s not, I’m not outside I’m an independent operator I’m in fidelity with the faith and with the bishops, and ah, but Vatican II says that any baptized catholic needs to (...) not only be faithful but use their conscience to make the difference, that put’s the ah, task on the individual, no matter how few or how big. I don’t have to wait for the Bishop to tell me what to do. And now, if he call down and says don’t run that story, I probably wouldn’t but he would give me his reasons, and he would say it in
a way that look, yeah, I don’t want to interfere, this is not, it’s premature or you know, it’s awkward if some things are going on and wouldn’t help me. And then once that happens it’s fine. Ah that’s not censorship, that’s prudence, and ah, it’s always done respectfully and, ah he always leaves it up to me as whether I want to run a story or not. If he ordered to say that this is; would make things difficult for me of course I wouldn’t run it. But I would ask him why I really quizzing me or why not, and ah he would never ask me to do something for very good reasons. That’s not different to any other publication. That is less meddling here than I’ve seen in secular papers where the publishers always are saying you can’t run that story ‘cause it’s about my friend or that would defend an advertiser. That’s actually less of that here. #00:10:16-8#

I: And what would you, what would you say about there is no common standard in the Catholic Church, because we had been to the Vatican and ah we saw that the L’Osservatore Romano for example, the newspaper over there is not kind of that what you used to be here, like the Catholic San Francisco. Ah but for example the radio Vaticano, Radio Vaticano, is a very very critical and a very good alternative media. So there is no common, you know, I can’t visit a city and say okay I see it’s a good, a common standard the Catholic Church provides a common (...) I hope you can understand my point. #00:11:07-7 #

V: Yeah, yeah. Ah there’s no common standard, there’s no protocols. #00:11:11-7# I: It’s just on you it’s just your individual task as you said it’s just, it depends on you, that you as a general manager have the good feeling of how to put the catholic message and the facts in a line. #00:11:25-7#

V: Yeah. Exactly. I have to have a good judgment, a good, mean I have to know where I’m standing and I’ve read documents of Vatican too that pertain to my job, that pertain to my field. I’ve read the writings of Pope John Paul II. and Pope Benedict concerning social communications, ah familiar with the Vatican pontifical council for social communications what they say, I’ve met the Archbishop in charge of that, I’ve sat in a room with him, I’m familiar with what the U.S. bishops are saying, I know the conservative and the liberal version of how to approach social communications, but what’s clear is, that it’s vital to do it, and it should be energetic and trained, people trained in the techniques like me should be able to do that work with good judgment, ah there’s nothing in there that says bishops are, ah (...), should ah, regulate all the choices of the editor anymore than they regulate all the choices of the pastor, ah, in terms of liturgy, or ah, managing a parish, or catechists, or school teacher, higher people know their work and you let them do it in good conscience, so I mean, my. I have to be informed, I have to know where I stand, and I have to know why I’m making a choice and if that’s within the framework and I’m very conscious to that every time I make a choice but the range is very broad, and my liberty is wide. #00:13:32-6# I: Where do you get the information about the pope when something happens, ahm, you know, when you talk, ah you said you report about the facts and something. Where do you get the facts from? When something happens about the pope what’s far away or #00:13:50-0# V: Yeah, we subscribe the catholic news service, that’s a wire service, that comes out a Washington D.C., it’s supported by the U.S. Conference of Catholic Bishops and ah we are a, how would you call it, a member of subscriber we pay a fee to them, they distribute news, national, they have a bureau in Rome they have I think three reporters and one photographer, that stuff comes into the, on the street, subscribers go to website and pick the stuff up, they have a photo service that ah distributes photos from every place they have reporters and photographers, they have columns, they have special things like scripture reflections and key documents of the church, which you can ah get as a regular member or pay a premium for those things. Ahm, they are a primary source of news outside this area. Not our only source, I use Vatican radio too. Ah, but I have to edit it in kind ah, it’s more
work for me. I use ah, other Vatican news services, Feed Ace, National News Service, FIDES, that’s a Vatican news organization that covers the missionary world, ah there’s a Vatican information service, there’s a, Vatican has a twitter feed, so we’ll send out little tweets that are usually linked to Vatican radio content. Ah for example the pope is in Germany, I just checked this morning, and there’s, ah I can check right now, there’s a tweet every couple minutes and I, or ah fifteen minutes, or an you know hour, now he’s here, now he’s there and he’s going there and now and now. He quick out and he go to ah Vatican radio and they have ah probably an audio file there. #00:16:21-4#

I2: But it’s good to know.... #00:16:23-1#

I1: ..yeah, that they provide audio files #00:16:24-5#

V: Yeah, so I can keep up to pretty much up to admit it, I don’t know what the pope is doing and what people say about what the pope is doing, through just a regulation church sources that’s a part from independent sources like ah (..), C-Net, is an independent news organization in Rome, ah there’s national catholic reporter here in the states, there’s a Religion News Service, which is another subscription base which service is more liberal, more secular, ah and I look at all these things if I have time, I don’t really have a lot of time. To answer your questions, the Catholic news service is our resource for most things that happen outside this area and if I’m not happy with their giving, or I want more, I’ll go to other sources in (incomprehensible), the catholic news service content like Vatican radio, I might go there and pick up a quote or something or an extra detail an put it in, if I have time, it takes a lot of work. I can do all this from my desk, just, ah I have a list of sources that I survey all the time. I have my own staff for local news. #00:18:07-7#

I1: And with regard to the pope, how important do you think is the pope or how important are the popes for San Francisco, or how important is it for the online edition, because you’re a national, a global media, and yeah the pope is, I don’t know how important he is for the society in San Francisco, because the Christian church is very wide spread, and ahm possibly the pope is not ahm so important like he’s used to be in Europe. So how do you think, how important is the topic pope for you when you’re looking for your next issue. #00:18:46-2#

V: Ah, good question, ah, I (...) if you look through this issue here (showing newspaper on the table) I don’t have the pope in here that much. #00:18:54-8#

I1: We just read one little article about the Germans #00:19:00-1#

V: Yeah, because, I don’t want to be you know pope this, pope that, I mean, ‘cause you know, and then everybody thinks the pope is the church (laughing) he is not the church, he is just the, he is really, the first among many I guess would you call it, although structurally it’s a monarchy but it’s, he is a baptized catholic and I have the same responsibilities as he does in a way, ah, so you don’t wanna put too much in the office, put too much emphasis on the office and (incomprehensible), ah and for me if there is news, if they are doing something newsworthy, it could be a like the (incomprehensible), when he first came to Germany after wherever he was ah, he said I’m here to talk about god or something like that. That’s good, that’s news, and ah, that would be a big headline in the papers this coming week, ah so he is a newsmaker, he is probably the major newsmaker, so we treat him like a major newsmaker, he’s also a scholar, theologian, a bishop, a pastor and teacher and he can bring all these things out, so I think he’s a very good, ah scholar, and his writing is very interesting and very, ah moving I find, he’s very interesting guy, I think he’d be a lot of fun to know, and I think a modern guy in a strange way; he really respects although he’s always preaching against secularism he respects modern thinking for the value that it brings which is not the ultimate value, but it does bring value and he can sit in a room with secular scholars and he
easily hold his own and have a lot of laughs over and you know, saying life is complicated. I think he’s a very mature man and I like that and I try to show that side in the paper, ah but I don’t really like to show a lot of (incomprehensible) and pictures of you know (incomprehensible), robes and the stuff, it’s kind of boring and it makes people kind of think, think of the hierarchy too much, or think that the paper is edited by the hierarchy or ah or reviewed by the hierarchy, so I try to have regular people on the front page like this (showing an issue from the table), there’s little people on it from Sudan. This guy visited, he’s ah (incomprehensible) and patriarch came to town, so he gets on the front page. (showing another newspaper) School kids, catholic school kids... #00:22:26-9#

I2: And are there any differences from the print to the online edition, or? #00:22:36-1#

V: Ah, well we select certain items from print and put em online, and sometimes we publish separate things online, but not that much, we don’t really have the time to do that. Here’s some people and one priest, praying on a place for somebody who got murdered. Starvation in ah, Somalia. (seeking for another issue and showing one) The thing in Norway, the massacre. See there’s no pope here, (looking through the newspapers on the table) the pope would be inside, ahm #00:23:23-4#

I1: And you mentioned the pope as newsmaker is very interesting as well, so do you think there are any strategies of the Archdiocese or the Vatican to promote the pope or to have any.. (interrupted) #00:23:38-7#

I2: ...create any image or something, like because John Paul II. was a media star some kind of that #00:23:48-8#
gleichzeitig mit I1: To create an image within the media?

I2: and like he said pope Benedict is more #00:23:55-2#

I1: ...calmed down #00:23:55-2#

I2: Yeah #00:23:58-0#

V: Yeah #00:24:00-8#

I2: and theologian, the scientist, I don’t know #00:24:03-2#

V: Yeah, theologian. #00:24:05-8#

I2: Yeah, and, yeah, is, so, try, ahm is there, ahm, yeah, do they try to create an image of the pope? #00:24:12-9#

V: The Archdioceses or the paper? #00:24:15-4#

I1: Yeah, our consider was, because normally a company, if there is a crises, actually we started our research in the whole topic, because there were cases of child abuse in Germany, and it was like the society wanted the pope to get an answer why or anything, the pope didn’t answer because there’s still, yeah it’s a bit..(Interrupting) #00:24:37-4#

V: ..investigating? #00:24:39-1#

I1: No, it’s more a regional thing. #00:24:43-4#

V: Oh yeah, yeah. #00:24:43-6#

I1: you know it was kind of difficult so it doesn’t matter for our (research), but because of 
the Second Vatican Council there was like the feeling of we want the dialogue with the pope and there is no dialogue after such cases like child abuse for example. #00:25:00-6#

I2: it’s that they react so slow in this (...) fast time. #00:25:05-1#

I1: And therefore we wanted to know: Is there any crisis management like a normal company, you know, if... #00:25:10-8#

V: Oh sure. #00:25:11-1#

V: ...if there is any incident they have a crisis management. Then we got a visit to the Vatican and we saw they don’t really have a good working communication system, they don’t have a (...) like ah, Lombardi the spokesman is the only who, who responds to the media, but it’s no, yeah no strategy behind it (...) but I want to know: Do you think over here there is a strategy from, in the Arch Diocese possibly? #00:25:37-5#

V: Yeah. Well the church is organized by dioceses, and each diocese is an independent corporation, that’s something that people don’t understand. And the pope is not the king although it’s formulated under monarchy but he doesn’t have the power of a king although he looks like a king and acts like a king and so people think he must be the king but they just picked it up from European history. The church is actually (...) ah ah, not centralized. Vatican’s very small, very few people work there, ah the dioceses are independent corporations. Bishops are the kings of their dioceses, ah the pope doesn’t tell ‘em what to do. When they have to follow certain rules they have to report back to Rome in a minute on certain decisions, but the Bishops as the chief pastors are, they have total discretion and that’s (...) that needs to be understood. So when an abuse case happens here the priest is accused of abuse that’s handled here, handled or mishandled here. You don’t call Rome and say what do you think about it. The priest in San Francisco... #00:27:04-9#

I1: Probably the ocean in between, I don’t know. The ocean is a very broad, I also fell when I’m here the pope doesn’t matter so much, but when I’m back home in Europe, you know, he is very close and I feel like the main father, but it’s normal we understand it’s the archdiocese who has to take care about it and say hey that’s why and we have to lead the investigations and stuff and not the pope. But it’s very difficult and I see (...) (interrupted) #00:27:31-8#

I2: I think the Vatican is so old and we were there last year or something like that and they were (...) it was an isolated city, you know, they don’t care much about what the people say from outside.... #00:27:46-3#

V: The church is nearly 2000 years old and they went through a lot and it’s not like they go and get all excited about one crisis happening there were a lot bigger ones (incomprehensible) so like okay, let’s just take it easy and well, that’s a good spirit, that not all get really excited here, this is, you know, the time is long and we’ve been here for a long time and we don’t, and the Vatican doesn’t operate on a secular (incomprehensible), you know, let’s get a rule done, let’s get the decision made, ah let’s get to court, let’s have the election, lets hire somebody, ah lets hire some... #00:27:31-8#

I2: I think the Vatican is so old and they were (...) it was an isolated city, you know, they don’t care much about what the people say from outside.... #00:27:46-3#
bishops who had (incomprehensible) main responsible and taking care of business, so everything makes him look bad if, ah, we have a lot of bishops who failed to, you know, resign some cases or feel the fully, take the full responsibility for problems that are in their domain and ah they may hide behind Rome, but is that the popes fault? I don't think so. Anymore than (..) #00:30:14-4#

II: ...no, but just the problem is, I think the, the way of, since the second Vatican, Vatican council...[V: Mhm.]....people want to have the dialogue and they think they can have the dialogue with the pope. They, they aren’t on the dialogue with the CEO of their Arch Diocese...[V: Yeah.]....but they think that the pope has to, like ahm, because of ah, on the one hand he says something we should, or the believers should do [V: Mhm.] and on the other hand it’s no, it’s just the dialogue with the Archdiocese. And, and therefore it’s the problem in Europe that the younger generation doesn’t want to, to have any connects with ah, yeah with the religion anymore, [V: (interrupting) Yeah. (incomprehensible)] that’s the problem. [V: you know] (...) (unsureness who’s the one to go on with speaking) Well, we want to know are there any communication strategies ah to, to, [V: Yeah., I2: Yeah, you said before of course there are strategies.] to get the younger generation or to, to.. #00:31:11-2#

V: Sure, yeah, yeah there are. I mean the pope, yeah the Vatican certainly communicate better, it’s been bumbling and fumbling and Lombardi, but he is not even a confident of the pope, he doesn’t even, they don’t tell him anything. [II: No.] So, is like (incomprehensible) ah. The other guy under pope John Paul II. they were, he was in the, in the circle, what’s his name, ah, I forgot his name, (incomprehensible), ah, so, for the Vatican is a lot of work to do to communicate better, but I have to say they put out a lot of news now, at least, ah the, I can, I know what they’re doing every day and they’re trying to disseminate the news and be more visible, but I think it’s in terms of complexity and conflict and crisis that it’s difficult for them to respond, they don’t really have the institutional structure to respond in a way that the secular world would demand and the modern tempo would demand, you know, give me an answer now, why didn’t you return my call, I’d called yesterday, return my e-mail, what’s the matter with you, you must be hiding something. Well, is that reasonable? I’m not, I’m not sure it is. Ah, maybe it’s better to just take it easy. Ahm, but yes, but young people, yes, well, world youth day was a big deal, and ah, we had two fore pages on the paper on that, and that shows that the church and the pope especially has a good contact with a lot of young adults, who are attracted to ah, the Eucharist or the gospel, whatever it is, that's calling em to do this and standing at the crowd, I would never do that, standing in a crowd like them for hours, right, I’d have a freak-out, ah, so there’s a lot of ah energy, spiritual energy that’s organized and directive ah towards the, towards the faith and the pope as a symbol, ahm, and, and, that’s news, that’s, and that gets covered. Ah, I don’t know if there’s any secular strategy, ahm there’s ah, publishers here in San Francisco in (incomprehensible) press that they publish the youth, the young adult version of the catechism, called the Youcat, Youcat, which is published for Rome, for the Vatican, and this is a way of ah, to estimating the catechism to young adults in, in ah more graphic form, in a quicker form, more modern form, ah, (...) #00:34:26-4#

II: And do you attract to respond in ah, modern media, like everyone is on Facebook, or [V: Yeah.] you, you mentioned the Council for Social Communications. [V: Yeah.] Ah, what do they decide, or is there any pope on twitter, or.? #00:34:40-3#

V: Oh yeah, they decided that it’s important ah under Vatican Two, and under the Churches responsibility to spread the good news, to do it, to do it through every channel available, so if it’s Facebook, if it’s whatever, I mean that’s just a mechanism, the need responsibilities to get the word out through whatever channel maybe, so that’s the philosophy. Therefore following from that, they’d then get on Facebook, Twitter, ah whatever technologies are there or are emerging, you know, I-Pad, ah, Kindle or something like that, whatever channels are there, they’re trying to be there, and they have decided over the last couple of years, that that would be an important project to do. And here too ah, this Archdiocese has
been very slowly adopting technology but we’re going to have a new website with social media on it and for the same reasons, to spread the word in our market. To any, to every means available, we’ve got various websites, we’ve got ah, a lot of digital ways to distribute our content, ah, e-mail, pdf, I-Pad, Kindle, Twitter, you know whatever, there’s lot of things and there is more and more coming, so you just say, okay how do we get our message out on this one and on that one, #00:36:30-2#

I1: And who fosters it, is it people like you who say [V: Mhm.] let’s get it up, [V: Yeah.] there’s no department who says, okay this Archdiocese, this Archdiocese [V: No.] gaining more social media, it’s just people like you [V: Exactly.] say, okay lets go,. #00:36:41-9#

V: (interrupting) Yeah, every diocese has its own policies, so, ah Rome and the pope give guidance and maybe some limited technical support and they would say look, this is, we think this is important and, so I know, and they, they recommend it to the bishops, we, we’re going this direction, they don’t say you need to follow us, but we like this, it’s important, and ah, then some bishops would pick up on that, if they haven’t already done so independently, others would be shy or I don’t if I wanna do that, that’s scary, ah, and now here ah, we have an Archbishop who’s kind of averse to the Internet, ahm, afraid of it because he’s been attacked by blogs, [I1: Oh.] yeah, by nasty, by nasty people out there, really crude, nasty people who say they are catholic, but they really badly behaved, and he, he’s kind of a shy guy, he got burned, and ah, he’s not a fighter that he would fight back, I would fight back, but he’s not that way, so, we (incomprehensible) behind here, that’s one reason, ah now we have a new Communication director, George Wesolek, you may have met him, [I1, I2: Mhm.] and he’s working on a new strategy to ah build a new website for the Archdiocese and have ah, social media, you know, multimedia, video, audio, ahm, blogs, everything on that, (incomprehensible) through that so, then we have content generated to go through this channels, some that would come from me, ah some that would come from other sources that are here or that would partly still to be developed, so we’re getting there, we’re behind, we’re behind other dioceses in the United States. Ah, and, but they have decided that they wanna catch up. #00:38:59-7#

I1: And why do you think ah they don’t spend money on, on, because you mentioned, ahm, the Council of Social Media decided to, to use every channel to spread the message [V: Mhm.] Why not use also an communication manager or trainer, to some public relations, you know like to spread the message to be in a don’t know, possibly because it’s a catholic worth of ahm, don’t fostering it, but just spreading it, possibly it’s not ahm, I wonder myself why there is no department like in a normal company, [V: Yeah.] ahm, how, ah to present it in a, in an adequate way. #00:39:45-8#

V: Mean like an advertising or marketing department? #00:39:48-0#

I1: Like a public relations department [V: Yeah.] for the Catholic Church, I wonder myself why nowadays there’s in, in such modern times [V: Good question.] why there’s no, because everybody tries to use every channel to spread the [V: Yeah.] to spread the message, possibly it’s the point spreading and and presenting is another, are two different things, I don’t know. #00:40:07-5#

V: You mean like, sounds like you’re talking of advertisement in a sense? #00:40:11-9#

I1: Advertisement could be a part of what I mean of public relations, it’s just to have a crisis management would be the first point, to have ah, or a global linked system of ah how to work together, you know, that you’re better connected [V: Yeah.] with each Archdiocese, I don’t know, there are lots of. (interrupting) #00:40:32-9#

V: Well, I think this goes back to that each bishop has its own cane, [I1: Okay, mhm.] So it’s hard, it’s very hard to get them to work together, because it’s, the church isn’t build that
way. The chief, each one is the chief shepherd, so, their discretion, their prudence, their sense of their needs, and ah, just overwrite any kind of collegiality on that level, even among the bishops in one state like here (incomprehensible) nation around the world. It would be nice if there was some ah, there was some let’s say, agency, that would provide technical services to all bishops so they can subscribe and pay or something and get ah, get some ah, expertise that would be hard to develop on their own, but that’s, Rome doesn’t have the resources to do that. [I1: The financial resources.] No, I mean there are so small, there’s hardly anybody there. [I2: Mhm.] It just seems big. But when you go inside there’s just a few people and they don’t know really what’s going on, ah I mean [[I1, I2: (laughing)]], and ah, it’s not like ah, a global corporation, ahm, they have people who are catholic who are doing work for bishops and ah we’re just communities around the world, but they are not directly connected to Rome. Connected to their bishop or to their community, which usually is not directed connected to Rome, so. You may not hear everything that’s going on immediately, so I think it’s unrealistic to believe that there could be some centralized management, technical, technocracy like you’re subscribing, ah and I don’t think that’s all together bad, because that can cause group thinking, other bad effects, it’s better to let somebody decide on their own whether it’s good or bad, so you get some bad bad characters and you get some good ones and then you get some great ones, ah rather than have a central (incomprehensible) that’s constantly regulating and observing which would actually undercut the creativity, the courage, is than you know everyone would become mediocre. So the bad would rise, the top would lower, ahm, I actually admire the disorganization in a sense, because it leaves a lot of room for people to think what am I supposed to do here, who am I, what’s my contribution, and so you have to be good follower, good responsible follower, as well as a good responsible leader, both is important. The church by being, ahm scattered ah (...) ah causes, forces people to perform conscientiously or not, without saying, daddy what shall I do, I don’t know what to do, tell me what to do, ah, and although a lot of people think being catholic means to think that totally disagree, it means to be, to me it means that (...) faith is internal and you have a relationship with god and your conscience and you’re a part of the community too, but asking somebody upstairs what to do is wrong and I think it holds the church back ahm, but to answer your questions about technology we’re catching up here and Rome’s been catching up, we’re ten years behind, or twenty, in terms of marketing it would be nice if we would have better logos, and exciting typography, and what you know... #00:44:55-7#

I1, B, I2 (speaking all together - incomprehensible) #00:44:58-0#

I2: That wouldn’t work maybe. #00:44:58-5#

V: Hm? #00:44:59-7#

I2: That wouldn’t work probably. #00:45:00-7#

V: It could. [I2: So for the church.] Yeah, it could. [I2: I don’t think so.] When we redesigned the logo, we designed this logo [I2: Okay.] to get rid of the cross, and it’s more like something you would see in Europe, you know like this (showing something) [I2: Mhm.] it’s a logo and it’s bread and says Catholic San Francisco, and I did that, because I want the paper to stand out of the market. [I1, I2: Mhm.] And I don’t (incomprehensible) with Catholics or with anybody so it has confidence and it looks like: hey, pay attention to me, I have something to say, while this says: G ahm, is kind of like, I might not gonna read this, this could be boring, so I might wanna read something else ah, and that’s just too shy and too ah, restrained and yeah, this says: we’re here, we have something to say and this competes to this (throwing something on the table) this is more like the normal church, kind of typography. Just you know. [I1: Not overwhelming.] #00:46:19-3#

I2: Mhm, but I think that’s what we’ve meant. #00:46:20-7#
B: Yeah, I agree with you, and that’s why I’m overhauling when I look at the paper. And, ahm, we’re just starting that but it’s going a little more like this (showing another newspaper) bigger headlines, balder ah logo, bigger pictures, everything will be punchier and ah, more visual, and cleaner and there will be a lot of graphics. (browsing in the newspaper) Ah, and my argument to the people here was that we need to, just, ah think about our emotional impact of the book, I mean the visual impact got to work for modern people and a modern tempo and this it’s not gonna really cut it anymore, it’s just too old, and the attitude is old. And, the church is losing ground, so we have to try something new, can’t hurt.

I1: So that’s your reason, because the church is losing ground you try for sure, [V: Well it’s part of the] to make it more interesting? #00:47:22-5#

V: It’s part of it, but I mainly wanna make the paper ah, [I1: Mhm - up to date.] Up to date and make sure that it stays round another ten years and it’s a paper has to redesign itself every once in a while, so that’s normal, [I2: Yeah.] normal trading, you know like you’re trading a car, let’s get a new car that works better looks better, so it’s that, mainly it’s that. And we wanna organize our own information a little better, the stories to be shorter and ah pictures to be bigger and more graphics, more edge, ’cause this will ah, appeal to the younger reader who did not grew up with newspapers and they don’t like reading long blogs of types. They like little [I2: (interrupting) The eye catcher.] Yeah, I grew up with newspapers, so I like reading long stories, but I know that my kids don’t, they don’t ah what is this, useless, [I2 (laughing)] ah, and it’s true ah how people use information has changed a lot, so we actually become more abbreviated, get to the point and ah, we’re, as we might had two minutes (...) somebody might giving us two minutes before to read a story and now it might be fifteen seconds, and if we don’t catch em in the fifteen seconds we lose em completely. [I1, I2: Mhm.] And if a long grey stack of type is not gonna appeal to a lot of people anymore. [I1, I2: Mhm.] I still like it. [I1, I2 (laughing)] But ah, I’m an old-school-newspaper reader. #00:49:20-9#

V: And how important are the, is the readership for you, ah, ahm because you said the Catholic San Francisco is sent to every member of the parish [V: Yeah.] Ah, and is available on the free market as well, can you buy it in a.. #00:49:33-5#

V: Yeah, yeah, ah you can subscribe (…) [I1: Then you get it weekly?] well, you can actually buy a copy for a dollar but we have a list of a few hundred paying subscribers, ah and ah we can have more if we went on a (incomprehensible) but it’s ah, the main distribution is to ah people who are registered at the parish, so if you sign in for, you know, if you give money and if you give your name and you get on the raster of the parish. Or if you, ah, ah, you know, your kid is baptized you’re get on the raster of our parish and you get the paper as a service, as a service of the Archdiocese. #00:50:24-1#

I1: So actually the, the coverage, the the, the presentation of the cover would not be that important because it’s no paper which have to [V: Yeah.] succeed on the official market against ah hundreds of other newspapers. [B. Yeah, yeah.] It’s just because of to attract these one who get it, to attract them more into the catholic, ah, that it is more up to date and not that what you said it’s possibly a bit more like ah… #00:50:49-6#

V: Yes, we would like the paper to be seen it is seen, it’s, we have 57.000 copies in hands and they’re passed around, so we would like people who get that paper who see that paper, who are not subscribers, because they’re not belong to the church, find it attractive and useful, not just Oh my god, what is this thing from the church, this is ridiculous. Also we wanna our subscribers to have something fresh, and we know that, you know young couples are coming into the parishes, 28, 32, 35 years old, and if they sign up, we want them to get a paper that looks like the kind of media that they would be attracted to. [I1, I2: Mhm.] And
this isn’t quite there yet. So our contents it’s gonna be largely the same, but a look in the structure and the organizational would be different. It’s not like we gonna start writing things for young people, you know, ah, consumer tips and (laughing) things like that, it’s still gonna be a church newspaper, just like I mentioned catechism, a version, published for young people, the information doesn’t change, but the presentation totally changes and the marketing changes, same thing here, ah, it’s a way to repackage and reorient your content.

I2: And how, how do you get the money, or how do you finance the... #00:52:35-5#

V: (interrupting) Oh, how do we finance it? [I2: Yeah.] It’s half advertising, we have a lot of advertising (showing the advertisement in one issue of the newspapers) it’s a full page here, a little classified ?, this is a lot of money that comes in here. The money from the advertising page in the printing and the distribution to the post office? that’s about 300,000 a year for printing, 300,000 for post office. The advertising brings in about 600,000 so that covers that, so the staff is the rest, it’s about 600,000 to (...) that’s paid by the Archdiocese, so we are employees of the Archdiocese. Other, there is different revenue models for diocese and papers, some are totally independent, they have their own revenue source directly, others are totally supported by the Archdiocese, so we’re kind of a hybrid. #00:53:45-1#

I1, I2: Mhm. #00:53:46-0#

I1: Okay. I2: Okay. #00:53:47-6#

V: Okay? Is that enough? #00:53:48-5#

I1: Yeah, how. I2: Thank you very much. I1: Thank you very much for the information. #00:53:52-1#

V: Sure, I’m glad to help.
Zitate

Zitate George Wesolek

Wesolek-Zitat 1
„So, I have a dual role, one is to handle all of the communications activities of the arch diocese, so the paper is part of that and the social publisher. [...] One of the things I’m working out now is to, is to redesign all of our technology and all of our websites, so that we are integrated, ah interactive with each other and make more use of social media.” 241


Wesolek-Zitat 2
So we’re trying to figure out how we can get in to that stream and how we can begin to effectible communicate through that.” 243

„Wir versuchen herauszufinden wie wir in dem Strom mitschwimmen können, wie wir beginnen können effizient zu kommunizieren durch das [soziale Medien wie Facebook, Twitter, Anmerk. d. A.]." 244

Wesolek-Zitat 3
„...so the media is calling me and they’re saying what’s your comment, well I can’t make a comment until I talk with the bishop and talk with the vicar for clergy ... and that takes time (laughing) they have to work this out, you know, what are the facts..." 245

---

241 Interview Wesolek 2011, #00:02:12-2#.
242 Ebend., #00:02:12-2#.
243 Ebend., #00:02:49#.
244 Ebend., #00:02:49#.
245 Ebend., #00:11:13-2#. 
„Die Medien rufen bei mir an und fragen um meinen Kommentar, obwohl ich keine Stellungnahme abgeben kann bis ich mit dem Bischof und mit dem Vikar der Geistlichen gesprochen habe...und das braucht Zeit; sie müssen ausarbeiten, was die Fakten sind.”

**Wesolek-Zitat 4**

„So, my point in all that is that the way younger people receive communication is totally different, we have not yet understood that, we meaning the church and we need to find out how to do that in a way that is appropriate and that makes sense you know to young people, so."  

„Meine Stellung in all dem ist, dass jüngere Leute Kommunikation gänzlich differenziert sehen. Wir – wir meinen die Kirche – haben das bisher noch nicht verstanden und wir müssen herausfinden wie wir das in einem angemessenen Weg tun können und das macht für junge Leute Sinn.”

**Wesolek-Zitat 5**

„...well our parish is a juridic person everywhere, each parish, each diocese is a juridic person et cetera, so there’s a great deal of things that can be said from the top that may come down to the bottom and may not, you know. It depends on the gatekeeper... it depends on all kinds of factors, it depends, ultimately in terms on what happens at the diocese, what do the Archbishop or bishop wants to communicate, but even if he communicates it, the pastor, the pastor may not want to communicate."  

„Unsere Pfarre ist ein juridisches Individuum, überall, jede Pfarre, jede Diözese ist ein juridisches Individuum et cetera, Da ist ein großer Bereich an Dingen, die von der oberen Etage gesagt werden, die eventuell bis auf den Grund durchsickern, oder auch nicht. Das hängt vom Gatekeeper ab, alles hängt in gewisser Weise von allen möglichen Faktoren ab und letztlich von den Angelegenheiten, die in der Diözese geschehen ab; was will der Erzbischof oder der Bischof kommunizieren, jedoch sogar falls er es kommuniziert, will vielleicht der Pastor es nicht kommunizieren.”

246 Ebend., #00:11:13-2#.  
247 Ebend., #00:15:24-9#.  
248 Ebend., #00:15:24-9#.  
249 Ebend., #00:17:21-5#.  
250 „...well our parish is a juridic person, everywhere, each parish, each diocese is a juridic person et cetera, so there’s a great deal of things that can be said from the top that may come down to the bottom and may not, you know. It depends on the gatekeeper... it depends on all kinds of factors, it depends, ultimately in terms on what happens at the...
Wesolek-Zitat 6

„I agree with that position, I mean of course I am against the death penalty, now, do you agree with it enough, are you passionate about it that you would like to communicate this to people, because we have an initiative on the state ballot coming on; do you wanna go out now and tell your pastors to tell your people that they really must take this seriously and voting against the death penalty. That’s a whole new level. And it means you have to do a lot of talking with people, you have to, you have to form consensus about the issue, you have to ah raise energy and passion about the issue, because, you know, the bishop might say, yes of course I’m against the death penalty, but I don’t think it’s an important enough issue to send out to all the people.” 251

„Ich stimme dem zu, denn ich bin sicherlich gegen die Todesstrafe. Nun, will man diesen Standpunkt genug vertreten, ist man passioniert genug, dass man dies den Leuten auch kommunizieren will? Wir halten nämlich gerade eine Initiative über den staatlichen Wahlgang am Laufen; will man nun raus gehen und den Pastoren erzählen, sie sollen den Leuten sagen, dass sie diese Angelegenheit wirklich ernst nehmen müssen und daher gegen die Todesstrafe stimmen sollen. Das ist eine völlig neue Ebene. Und es bedeutet, dass man eine Menge mit Leuten reden muss, man muss einen Konsens über die Streitfrage erreichen, man muss Energie und Leidenschaft für die Problemstellung aufbringen, weil ich glaube auch der Bischof könnte sagen, dass er gegen die Todesstrafe eintrete, aber ich glaube nicht, dass die Problemstellung wichtig genug ist, um sie zu all den Leuten rauszusenden.” 252

Wesolek-Zitat 7

„Well, this is the problem. Somehow in the communications from the Vatican they should have known enough to be able to announce that message (...) but they are not that sophisticated, I mean Lombardi and that group, and as you point it out their way of handling diocese, what do the Archbishop or bishop wants to communicate, but even if he communicates it, the pastor, the pastor may not want to communicate.” (Ebend., #00:17:21-5#.)

251 Ebend., #00:20:41-7#.

252 „I agree with that position, I mean of course I am against the death penalty, now, do you agree with it enough, are you passionate about it that you would like to communicate this to people, because we have an initiative on the state ballot coming on; do you wanna go out now and tell your pastors to tell your people that they really must take this seriously and voting against the death penalty. That’s a whole new level. And it means you have to do a lot of talking with people, you have to, you have to form consensus about the issue, you have to ah raise energy and passion about the issue, because, you know, the bishop might say, yes of course I’m against the death penalty, but I don’t think it’s an important enough issue to send out to all the people.” (Ebend., #00:20:41-7#.)
news is, I think Lombardi probably says, you know, it happens and then I find out about it (laughing) ... a lot of people have said that they need to change...”

„Ja, das ist das Problem. Auf irgendeine Art hätte die Kommunikationsstelle vom Vatikan genug wissen müssen, um fähig zu sein die Nachricht in den Diözesen anzukündigen. (...) Aber sie sind nicht so durchdacht, ich meine Lombardi und diese Gruppe - und wie ihr es aufzeigt, ihre Art Neuigkeiten handzuhaben ist, ich glaube Lombardi würde wahrscheinlich sagen: es passiert und dann finde ich es heraus. (lachend) Eine Menge Leute haben gesagt, dass sie sich verändern müssten...”

**Wesolek-Zitat 8**

„...the Vatican press office, you know, they’re reacting all the time to what’s happening, rather than preparing a message and being proactive. So that’s a very, very big problem.”

„...das Vatikanische Pressebüro. Die ganze Zeit reagieren sie vielmehr auf Dinge die passieren, als eine Nachricht vorzubereiten und proaktiv zu sein. Das ist ein sehr, sehr großes Problem.”

**Wesolek-Zitat 9**

„We cannot react quickly enough, because we have to, we have to go through different levels, you know, to make sure that the message is consistent, and, ah, the right spokesperson is giving it, et cetera. So, communication is a very difficult thing for us (laughing)."

„Wir können nicht schnell genug reagieren, weil wir durch verschiedene Levels laufen müssen, um sicher zu gehen, dass die Nachricht konform geht, dass der richtige Sprecher sie gibt, et cetera. Man sieht, Kommunikation ist ein sehr schwieriges Ding für uns. (lachend)”

---

253 Ebend., #00:24:14#.

254 Ebend., #00:24:14#.

255 Ebend., #00:25:38-0#.

256 „...the Vatican press office, you know, they’re reacting all the time to what’s happening, rather than preparing a message and being proactive. So that’s a very, very big problem.” (Ebend., #00:25:38-0#.)

257 Ebend., #00:26:01#.

258 Ebend., #00:26:01#. 
**Wesolek-Zitat 10**

„Exactly, yeah, so obviously we’re going to be tilted, our bias is going to be to present this through the lens of the Catholic Church and faith. So in that sense we’re not an objective ah newspaper or newsletter, but I hold that most secular organs like the Chronicle is not an objective.”

**Wesolek-Zitat 11**

„...the Catholic church is a, ah, a counter-cultural group, because most of the issues that we hold particular, you know positions on, for example abortion, ah euthanasia, ah same-sex marriage, ah sexuality, we’re totally in a minority in San Francisco.”

**Wesolek-Zitat 12**

„Well, I think you know there are different levels; we have a large homosexual community here and...the real feeling from them is that the pope is an enemy. because of the statements about sexuality and homosexuality, et cetera et cetera. He is not a very popular (laughing) popular person..."

---

259 Ebend., #00:27:56-8#.

260 „Exactly, yeah, so obviously we’re going to be tilted, our bias is going to be to present this through the lens of the Catholic Church and faith. So in that sense we’re not an objective ah newspaper or newsletter, but I hold that most secular organs like the Chronicle is not an objective.” (Ebend., #00:27:56-8#.)

261 Ebend., #00:29:20#.

262 Ebend., #00:29:20#.

263 Ebend., #00:43:12#. 
„Ich glaube ihr wisst es gibt verschiedene Dimensionen; wir haben eine große Homosexuellengemeinschaft hier und ihr wahres Gefühl ist, den Papst als Feind zu betrachten; auf Grund der Stellungnahme zu Sexualität und Homosexualität, et cetera et cetera. Er ist keine sehr populäre Person (lachend).“264

Wesolek-Zitat 13

„...but if you, if you go out into our neighborhoods in our parishes and talk with, you know, just, I call them regular people, there’s still a tremendous respect for the pope and the office of the pope and you know this people just would be thrilled to even be in a, in a you know, have him here and would be in a crowd of ten thousand people looking at him, let alone shaking his hand. I mean so there is still that admiration and that loyalty, ah that runs very deep."265

„...aber wenn man raus geht in die Nachbarschaft unserer Pfarren und die, ich nenne sie jetzt gewöhnliche Leute als Gesprächspartner hast, dann merkt man, dass noch immer eine gewaltiger Respekt für den Papst und das Büro des Papstes herrscht. Diese Leute würden sich riesig freuen sogar in einer riesigen Menschenmenge von Zehntausenden zu sein, die nur auf den Papst blicken, ganz zu schweigen davon seine Hand zu schütteln. Ich finde dass es noch immer diese Bewunderung und Loyalität gibt, die sehr tief geht."266

Zitate Vlae Kershner

Kershner-Zitat 1

„Well, we don’t have, I mean, we don’t have, you know we are a local newspaper, we don’t have reporters in Europe. Ah, we, ah at one time we did have a foreign service and got some articles, but we don’t really have now. We’re primarily using AP copies, there is occasionally Agence France press writers and all that things."267

„Ja wisst ihr, wir sind eine lokale Zeitung, wir haben keine Reporter in Europa. Wir hatten zu einer gewissen Zeit einen Auslandsservice und erhielten einige Artikel, aber zur Zeit haben wir

264 Ebend., #00:43:12#.
265 Ebend., #00:43:24#.
266 Ebend., #00:43:24#.
267 Interview Kershner 2011, #00:04:33-2#.
„Das nicht wirklich. Wir verwenden hauptsächlich AP copies, da sind für gewöhnlich Agence France-Presseschreiber und all diese Dinge.“268

**Kershner-Zitat 2**

„...in general our area tends to be not a particularly religious, in fact it’s kind of a center of ethicism ... San Francisco is, it’s not ah (...), it’s a place where non christian religions and non religious people kind of gravitate. So as a result, there is a (...) ahm, there is some, among those people there’s quite a negative feeling about the church and there’s also a negative feeling about the church because of the sexual abuse scandals in the United States, I don’t know what’s the situation is in Germany, but the church has very bad reputation around here.“269

„...im Generellen tendiert unsere Gegend dazu teilweise nicht religiös zu sein, in Wahrheit ist es ein Zentrum des Ethnizismus...San Francisco ist ein Ort der nichtchristliche Religionen und nicht religiöse Leute anzieht. Als Ergebnis herrscht unter den Leuten ein halbwegs negatives Gefühl im Hinblick auf die Kirche und da gibt es ein negatives Gefühl gegenüber der Kirche wegen der sexuellen Missbrauchsskandale in den Vereinigten Staaten; ich weiß nicht wie die Situation in Deutschland aussieht, aber die Kirche hat einen sehr schlechten Ruf hier in der Gegend.“270

**Kershner-Zitat 3**

„Well I think they have to deal, I mean, the first lesson of crisis management is when you have a crisis you have to acknowledge it openly, and I guess the church has been doing that more, but you know there’s still a lot of hard feelings and so the church does not have a very good reputation right now I would say among a lot of our readers.”271

„Ja ich denke sie müssen handeln, ich meine, die erste Lektion des Krisenmanagements ist, dass du es offen zugeben musst, wenn du eine Krise hast, und ich glaube die Kirche hat das umfassend gemacht, aber es existieren noch immer eine Menge an harten Gefühlen und so hat


269 Ebend., #00:08:09-1#.

270 Ebend., #00:08:09-1#.

271 Ebend., #00:08:40-7#.
die Kirche keine sehr gute Reputation zur Zeit würde ich, als einer unter vielen Lesern, sagen.”

Kershner-Zitat 4

“Well we had some pretty well known cases in Northern California where it seemed like the Arch Diocese just sort of move the person around from one place to another, you know without ever dealing with the problem. So I think that was probably what have annoyed people the most.”

“Ja wir hatten einige sehr bekannte Fälle in Nordkalifornien, wo es den Anschein hatte, die Erzdiözese würde die Angelegenheit von einer Person zur nächsten verschieben ohne sich jemals mit dem Problem auseinanderzusetzen. Ich glaube das ist wahrscheinlich das, was die Leute am meisten verärgert hat.”

Kershner-Zitat 5

“…when the previous pope visited and he was very well liked, you know, he was huge when he visited. The highest circulation week in the history of this newspaper was the week that John Paul II. visited in 1987, But he was kind of a unique pope too, right, I mean this pope doesn’t have, quite have of that same star power than John Paul II. had. Another time that we had coverage of the pope that we did that we was just wired when he went on twitter, because Twitter is a local company for us and people are very in the social media here. So that was actually one of the events he did, that got a lot of coverage.”

“…wenn der vorherige Papst zu Besuch kam und er sah sehr gut aus, also er war groß/er mochte es sehr gerne, es war großartig als er auf Besuch war. Die höchste Auflagewoche in der Geschichte der Zeitung war die Woche als Johannes Paul II. im Jahr 1987 zu Besuch war. Zugleich war er ein einzigartiger Papst; dieser Papst hat nicht dieselbe starpower wie Johannes Paul II. Zu einem anderen Zeitpunkt hatten wir eine Berichterstattung über den Papst als wir gerade verbunden waren, als er auf twitter postete, denn twitter ist ein lokales Unternehmen für uns und die Leute sind verstärkt an Sozialen Medien interessiert. Das war tatsächlich eines jener Ereignisse im Zusammenhang mit dem Papst, das eine hohe Berichterstattung erfahren hatte.”

272 Ebend., #00:08:40-7#.
273 Ebend., #00:11:54#.
274 Ebend., #00:11:54#.
275 Ebend., #00:11:00-7#.
276 Ebend., #00:11:00-7#. 
Kershner-Zitat 6
„Oh I´m sure it does. I´m sure it does. I´m sure their, their people do a better job covering it than we do, it’s not our primary focus.”\textsuperscript{277}

„Oh ich bin mir sicher, dass es das tut. Ich bin sicher, dass ihre Leute einen besseren Job bei der Berichterstattung davon machen als wir, das ist nicht unser hauptsächlicher Fokus.”\textsuperscript{278}

Kershner-Zitat 7
„I guess our previous Arch Bishop was Levada (William Joseph, Anm. I1 & I2), who was like really important in the Curia, I don’t quite understand how, but, you know and he was actually San Francisco’s Arch Bishop, and he was so doctrinally conservative that you know it’s very much contrary to the most of what San Francisco is. It’s kind of an odd situation.”\textsuperscript{279}

„Ich glaube unser früherer Erzbischof war Levada, der für die Kurie sehr wichtig war. Ich verstehe nicht wirklich wie, aber er war tatsächlich San Franciscos Erzbischof und er war so doktrinär konservativ, dass es konträr zu dem meisten steht, was San Francisco ist. Das ist eine eigenartige Situation.”\textsuperscript{280}

Zitate Rick del Vecchio

Vecchio-Zitat 1
„The facts would be the same, but the Empathy would be different and the point would be different.”\textsuperscript{281}

„Die Fakten sind dieselben, aber die Empathie ist eine andere, und der Punkt ist ein anderer.”\textsuperscript{282}

Vecchio-Zitat 2
„...you´re ah communicating some value that the church teaches and believes in. Ah that could be gospel value, ah you know ahm, love your neighbor, forgive everyone, ah don’t get

\textsuperscript{277} Ebend., #00:09:21-9#.
\textsuperscript{278} Ebend., #00:09:21-9#.
\textsuperscript{279} Ebend., #00:12:39-8#.
\textsuperscript{280} Ebend., #00:12:39-8#.
\textsuperscript{281} Interview Del Vecchio 2011, #00:03:30#.
\textsuperscript{282} Ebend., #00:03:30#.
mad at people, give yourself a break, give others a break, [...] but we [...] illustrate these values in practice, in action. But we’re not preaching to people, we’re not giving them a program or symbols, we’re giving them facts. The actual experience but why we are telling the story is to communicate something about the church about the faith.”

„Man kommuniziert den Wert, den die Kirche lehrt und an den sie glaubt. Das kann das Evangelium sein, oder liebe deinen Nächsten, Vergebung, sei nicht böse zu anderen, gönn dir auch mal eine Pause, gönn anderen mal eine Pause, [...] aber wir [...] zeigen diese Werte in der Praxis, in Aktion. Aber wir predigen nicht zu den Leuten, wir bieten ihnen kein Programm oder Symbole, wir geben ihnen Fakten. Die aktuelle Erfahrung aber warum wir diese oder jene Geschichte präsentieren ist um etwas über die Kirche und über den Glauben zu kommunizieren.“

**Vecchio-Zitat 3**

„...somebody might giving us two minutes before to read a story and now it might be fifteen seconds, and if we don’t catch em in the fifteen seconds we lose em completely.”

„... jemand gab uns früher vielleicht zwei Minuten um einen Beitrag zu lesen und heute sind es vielleicht fünfzehn Sekunden; und wenn die Informationen nicht innerhalb der fünfzehn Sekunden beim Leser angekommen sind, dann gehen diese komplett verloren.”

**Vecchio-Zitat 4**

„...we would like people who get that paper who see that paper, who are not subscribers, because they‘re not belong to the church, find it attractive and useful...”

„...wir wollen Leute ansprechen, die keine Abonnenten sind weil sie keine Kirchenmitglieder sind und die die Zeitung sehen und sie als attraktiv und nützlich erachten.”

**Vecchio-Zitat 5**

„If he ordered to say that this is; would make things difficult for me of course I wouldn’t run it. [...]There is less meddling here than I’ve seen in secular papers where the publishers

---

283 Ebend., #00:03:15#.  
284 Ebend., #00:03:15#.  
285 Ebend., #00:46:50#.  
286 Ebend., #00:46:50#.  
287 Ebend., #00:47:01#.  
288 Ebend., #00:47:01#.
always are saying you can’t run that story `cause it’s about my friend or that would defend an advertiser. There’s actually less of that here.”

“Wenn er meint, dass das die Dinge kompliziert machen würde für ihn, dann würde ich die Geschichte natürlich nicht drucken.”

Vecchio-Zitat 6

„I think he’s a very mature man and I like that and I try to show that side in the paper, ah but I don’t really like to show a lot of (incomprehensible) and pictures of you know (incomprehensible), robes and the stuff, it’s kind of boring and it makes people kind of think, think of the hierarchy too much, or think that the paper is edited by the hierarchy or ah or reviewed by the hierarchy, so I try to have regular people on the front page”

„Ich denke er ist ein sehr reifer Mann und das mag ich; deshalb versuche ich diese Seite von ihm in der Zeitung zu zeigen, aber ich mag es nicht zu viel von (unverständlich) und Bilder von (unverständlich), Roben und diese Sachen. Es ist ein bisschen langweilig und bringt die Leute dazu zu viel über die Hierarchie der Kirche zu denken oder meinen die Zeitung sei von der Hierarchie herausgegeben oder wird von ihr überprüft. Also versuche ich „durchschnittliche“ Leute auf der Titelseite zu haben.”

Vecchio-Zitat 7

„I don’t want to be you know pope this, pope that, I mean, ´cause you know, and then everybody thinks the pope is the church (laughing) he is not the church, he is just the, he is really, the first among many I guess would you call it, [...] he is a baptized catholic and I have the same responsibilities as he does in a way.”

„Ich mag nicht dieses „Papst hier, Papst da - Blatt“ sein, weil dann jeder denkt der Papst ist die Kirche (lacht) er ist nicht die Kirche, er ist wirklich, der erste unter vielen glaube ich würden sie das nennen, [...] er ist getaufter Katholik und ich habe die gleichen Kompetenzen wie er in gewisser Weise.”

289 Ebend., #00:10:16#.
290 Ebend., #00:10:16#.
291 Ebend., #00:19:45#.
292 Ebend., #00:19:45#.
293 Ebend., #00:19:00#.
294 Ebend., #00:19:00#.
**Vecchio-Zitat 8**

„Oh sure. Well the church is organized by dioceses, and each diocese is an independent corporation, that’s something that people don’t understand. And the pope is not the king. The church is actually (...) ah ah, not centralized.” 295


**Vecchio-Zitat 9**

„Yeah, every diocese has its own policies, so, ah Rome and the pope give guidance and maybe some limited technical support and they would say look, this is, we think this is important and, so I know, and they, they recommend it to the bishops, we, we’re going this direction, they don’t say you need to follow us, but we like this, it’s important, and ah, then some bishops would pick up on that, if they haven’t already done so independently [...]” 297

„Ja, jede Diözese betreibt ihre eigene Politik, so ah Rom und der Papst geben Anleitung und vielleicht beschränkte technische Unterstützung und sie würden sagen, schaut her, wir denken das ist wichtig; Ich weiß und sie würden es den Bischöfen vorschlagen und wir, wir gehen diese Richtung aber sie meinen nicht ihr müsst uns folgen, aber wir mögen das, es ist wichtig und ah dann greifen das manche Bischöfe auf wenn sie es nicht schon unabhängig davon getan haben.” 298

**Vecchio-Zitat 10**

„...they don’t really have the institutional structure to respond in a way that the secular world would demand and the modern tempo would demand [...] return my e-mail, what’s the matter with you, you must be hiding something. Well, is that reasonable? I’m not, I’m not sure it is.”299

„...sie haben nicht wirklich die institutionelle Struktur um so zu antworten und zu reagieren wie es die weltliche Welt und das moderne Tempo erwarten würden [...] beantworte meine
Email, was ist los mit dir? Wenn du nicht antwortest musst du etwas zu verbergen haben. Ist das angemessen? Ich bin nicht, ich bin nicht sicher ob es das ist.” 300

Vecchio-Zitat 11

„The church is nearly 2000 years old and they went through a lot and it’s not like they go and get all excited about one crisis happening there were a lot bigger ones.” 301

„Die Kirche ist fast 2000 Jahre alt und sie mussten viel durchmachen und es ist nicht so das alle ganz aufgeregt sind wegen einer Krise die gerade passiert; da gab es weitaus schlimmere.” 302

Vecchio-Zitat 12

„...now we have a new Communication director, George Wesolek, you may have met him, [I1, I2: Mhm.] and he’s working on a new strategy to ah build a new website for the Archdiocese and have ah, social media, you know, multimedia, video, audio, ahm, blogs, everything on that ... then we have content generated to go through this channels, some that would come from me, ah some that would come from other sources that are here or that would partly still to be developed, so we’re getting there, we’re behind, we’re behind other dioceses in the United States. Ah, and, but they have decided that they wanna catch up.” 303

„... jetzt haben wir einen neuen Kommunikationsdirektor, George Wesolek, sie haben ihn vielleicht schon getroffen und er arbeitet an einer neuen Strategie um eine Webseite für die Erzdiözese zu entwerfen und haben ah, soziale Medien, Multimedia, Video, Audio, ahm, Blogs und alles... dann haben wir den Inhalt generiert, der über diesen Kanal kommen soll, manches kommt von mir, ah und manches aus anderen Quellen die es gibt oder die teilweise noch entwickelt werden; also wir kommen dort hin, wir sind noch hinten nach, hinter anderen Diözesen in den Vereinigten Staaten. Ah, und, aber sie haben entschieden dass sie das nachholen wollen.” 304

300 Ebend., #00:28:03#.
301 Ebend., #00:27:46#.
302 Ebend., #00:27:46#.
303 Ebend., #00:36:41#.
304 Ebend., #00:36:41#. 
Literaturverzeichnis

Agence France-Press

Associated Press

Baur/Lamnek 2005

Behnke/Meuser 1999
Cornelia Behnke/Michael Meuser, Geschlechterforschung und qualitative Methoden, Opladen 1999.

Brenneis 2012

Bulitta/Bulitta 2005

Cali 2010

Deg 2012
**Del Vecchio 1999**

**Denzin 2008**
Norman K. Denzin, Qualitative Inquiry under fire. Toward a new paradigm dialogue. Walnut Creek (CA) 2009.

**Die Presse 2005**

**Dittmar 2009**

**Gehlen 2007**

**Giansanti/Israely/Masella 2006**

**Girtler 1984**
Glavanovics 2012

Heinze 2001

Hepp/Kröner 2009

Herrmann 2005
Horst Herrmann, Benedikt XVI. Der neue Papst aus Deutschland, Berlin 2005.

Hoffmann 2005

Froschauer/Lueger 2003

Izard 1981

Jahr 2000
**Jung-Inglessis 2006**

**Keuneke 2005**
Susanne Keuneke, Qualitatives Interview, in: Lothar Mikos/Wegener 2005, S. 254 - 266.

**Klenk 2008**

**Kromrey 2009**

**Kronspiess 2012**

**Kuckartz/Dresing/Rädiker/u.a. 2008**

**Lamnek 1995**

**Lichter-Amundson/Lichter 1991**
Mayring/Hurst 2005

Merten 1987

Micheel 2010

Mikos/Wegener 2005

Neuhaus 1987

Paier 2010

Papst Benedikt XVI. 2012

Papst Benedikt XVI. Generalaudienz 2012
Papst Benedikt XVI. Papstwahl 2007

Radio Vatikan 2012

Ratzinger 2000

Riley/Shaw 1993
Patrick Riley/ Russel Shaw, Anti- Catholicism in the Media. An examination of whether elite news organizations are biased against the Church, Huntington (Indiana) 1993.

San Francisco Archdiocese

San Francisco Chronicle 2012

Saxer/Märki-Koepp 1992

Schmidt 1994
Schulz 1976

SFGate

Spiegel 1961

Soukop 1996
Paul A. Soukop, Communications, Culture and Technology. Media, Culture and Catholicism, Kansas City 1996.

Steffens 1969

Twitter-Account Papst Benedikt XVI

Ulrich/Mayring 1992

Wegener 2005

Wilms 1994
Wir sind Papst 2010

Zenit 2012

Interviews

Interview Kershner 2011
Interview Kershner, 04. 09. 2011, #00:00:01# - #00:04:33-2#.

Interview Wesolek 2011
Interview mit George Wesolek, 02. 09. 2011, #00:00:01# - #00:48:48-9#.

Interview Del Vecchio 2011
Interview Del Vecchio, 07. 09. 2011, #00:00:01# - #00:53:52-1#. 
Abbildungsverzeichnis

Abb.1 Wappen *Cooperatores Veritatis*,

Diagramm 1, Summe aller gewerteten positiven Emotionen
Diagramm 2, Summe aller gewerteten negativen Emotionen
Diagramm 3, Summe der einzelnen Emotionen (inkl. Sarkasmus) beim *San Francisco Chronicle*
Diagramm 4, Summe der einzelnen Emotionen (inkl. Sarkasmus) beim *Catholic San Francisco*
Diagramm 5, Summe negative Emotionen
Diagramm 6, Summe positive Emotionen

Tabelle 1, SPSS - Datenansicht
Tabelle 2, SPSS-Variablenansicht
Tabelle 3, Summe aller gewerteten Emotionen
Tabelle 4, Summe der einzelnen Emotionen nach Crucial Points
Zusammenfassung

„Der Papst in den Medien San Franciscos. Die Medienberichterstattung über Papst Benedikt XVI. und die Imagebildung der Katholischen Kirche in San Francisco“

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Image von Papst Benedikt XVI. am Beispiel der Medienlandschaft von San Francisco, welches durch seine kulturelle Diversität und ausgeprägte Homosexuellen-Szene als Prototyp einer liberal denkenden Stadt angesehen wird.


Darüber hinaus soll anhand einer qualitativen Ergänzung mittels Experteninterviews mit dortigen Medienvertretern und Stellvertretern der Erzdiözese geklärt werden, woher der Journalist in San Francisco Informationen über päpstliche Themen erhält, und ob diese Informationsgewinnung im Hinblick auf die Recherche- und das Informationsmanagement einer unabhängigen Zeitung von einer kirchennahen Zeitung abweicht, ein Umstand, der wiederum eine Rückwirkung auf die Medienberichterstattung erzeugen kann.

Abstract

„The pope in the media of San Francisco. Media coverage of pope Benedict XVI. and the image construction of the Catholic Church in San Francisco”

This study deals with the question of the image of pope Benedict XVI. in the media landscape of San Francisco. Due to the cultural diversity and the distinctive homosexual-scene it could be described as prototype of a liberal city. Aiming to analyze the news coverage about the current pope in San Francisco two print- newspapers were taken to investigate the articles for carried emotions, positive or negative. On the one hand the Catholic San Francisco is partly financed by the Archdiocese, on the other hand the San Francisco Chronicle, which is completely independent of the Catholic Church and the Archdiocese of San Francisco, has been focused.

To complement the study, interviews with experts in public affairs were taken to answer the question, if there are any differences between the two analyzed newspapers in their access to information respectively if the sources of information are varying and if possible differences are causing any effect on the coverage of the paper.

Finally the communication process of the Catholic Church respectively of the Archdiocese of San Francisco is of special interest to the study. The question is going to be answered, if there are any strategies to communicate systematically and actively or if any tendencies can be detected to improve the image of the pope. Is there anybody in the Catholic Church or in the Archdiocese of San Francisco who´s working on the image of Pope Benedict XVI. by creating communication strategies for the Catholic Church aiming to catch up with the rapid flow of communication and the speed of time?
Lebenslauf

Hannes Erich Anton KOLLER

PERSÖNLICHE DATEN
Geboren am 21. November 1983
Geburtsort Wien
Staatsangehörigkeit Österreich
Akadem. Grad Bakk. phil.

SCHULBILDUNG
1990 - 1994 Volksschule Linzerstraße, Wien
1994 - 2003 Bundesrealgymnasium 14, Wien

STUDIUM
Publizistik- und Kommunikation
2005 - 2009 Bakkalaureatsstudium, Universität Wien
2009 - 2012 Masterstudium, Universität Wien

STUDIENSCHWERPUNKTE
- Neue Medien & Social Media
- Werbung & Public Relations
- Marketing

AUSLANDSAUFENTHALTE
Jul. `10 Rom, Vatikan – Forschungsseminar Publizistik- & Kommunikation
Aug. `11 – Nov. `11 San Francisco, CA – Magisterarbeit Publizistik
Lebenslauf
Katleen Jasmin LUGER

PERSÖNLICHE DATEN
Geboren am 15. Februar 1985
Geburtsort Schärding am Inn
Staatsangehörigkeit Österreich
Akadem. Grad Mag. phil., Bakk. phil.

SCHULBILDUNG
1991 – 1995 Volksschule, Schärding
1995 – 2003 Neusprachliches Bundesgymnasium, Schärding

STUDIUM
Okt. ´03 - Jul. ´04 Diplomstudium Kunstgeschichte, Universität Salzburg
Okt. ´04 – Okt. ´12 Diplomstudium Kunstgeschichte, Universität Wien
Okt. ´04 – Jul. ´09 Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Universität Wien
Okt. ´05 – Jul. ´06 Institut für Kulturmanagement, Universität für Musik und Darstellende Kunst, Wien
Okt. ´08 – Jän. ´09 Russisch an der Wirtschaftsuniversität Wien
Okt. ´10 - Masterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Universität Wien
Aug. ´11 – Okt. ´11 Scientific Research, San Francisco, CA

STUDIENSCHWERPUNKTE
• Public Relations & Werbung
• Bildwissenschaften
• Moderne & Zeitgenössische Kunst
• Film, Fotografie, Architektur
• Ausstellungsmanagement