

## Abstracts

### Deutsch

#### Heinz Pürer: Boom, Krise, Wege aus der Krise

Die deutsche Tagespresse hat in den zurückliegenden zehn Jahren eine bewegte Entwicklung durchgemacht. Auf eine Phase der Stabilisierung (1995 bis 1998) folgte eine Phase des Booms (1999/2000) mit einem ungewöhnlich hohen Anzeigenaufkommen. Die Zeitungsverlage reagierten mit redaktionellen Angebotserweiterungen. Versuche, in Deutschland Gratistageszeitungen zu etablieren, scheiterten jedoch. Die anschließende Phase der wirtschaftlichen Krise (2001 bis 2003) wurde durch einen noch nie da gewesenen Rückgang des Anzeigenaufkommens verursacht, der allgemeine konjunkturelle und (medien-)strukturelle Gründe hatte und selbst große Zeitungsverlage schwer traf. Durch Neugründungen von Zeitungen für jüngere Zielgruppen (Tabloids), durch Zusatzprodukte jenseits der gedruckten Zeitung (wie Buchreihen, CDs, DVDs u. a. m.) und durch Engagements im Postzeitungsdienst versuchen zahlreiche Verlage, Wege aus der Krise zu finden. Der deutsche Tageszeitungsmarkt erweist sich 2005 dennoch als vielfältig. Zu Problemzonen gehören gleichwohl die fortschreitende Pressekonzentration, der instabile Anzeigenmarkt, der rückläufige Lesermarkt sowie die Konkurrenz durch das Internet.

#### Walter Hömberg/Manuel Bödiker: Die Gegenwart der Vergangenheit. Kommunikations- und Medienmuseen in Deutschland

In den letzten Jahrzehnten sind viele Museen neu gegründet worden und die Zahl der Museumsbesucher ist deutlich gestiegen. Der Beitrag gibt erstmalig einen Überblick über jene Museen, die sich auf Kommunikation allgemein oder auf spezielle (Massen-)Medien konzentrieren. Insgesamt konnten in Deutschland 53 solcher Museen ermittelt werden. Durch eine schriftliche Befragung der Museumsleiter wurden die wichtigsten Grunddaten erfasst: Gründungszeitpunkt, Intentionen, thematische Schwerpunkte bei Sammlungen und Dauerausstellungen, Mittel der Darstellung und Dienstleistungen, Anzahl der Exponate, der Mitarbeiter und der Besucher. Die Ergebnisse vermitteln ein differenziertes Bild über einen Museumstyp, der angesichts der zunehmenden Medialisierung der Gesellschaft an Bedeutung gewonnen hat.

Martin Steinseifer: Das Medium ist eine Metabotschaft. Der katholische Weltjugendtag in Köln 2005.

Der Essay untersucht den Weltjugendtag der katholischen Kirche in Köln 2005 und hebt dabei besonders das enge Zusammenspiel von Massenveranstaltung, religiösem Ereignis und Medien-Event hervor. Für alle drei Dimensionen ist die sinnliche Vergegenwärtigung einer Einheit der Welt zentral. Die universelle Einheit der katholischen Kirche wird nicht nur in der globalen Pilgerschaft erfahrbar. Die Kirche wird als Weltkirche sichtbar durch eine globale Live-Übertragung des Ereignisses im Fernsehen. Dabei übernimmt das Medium selbst rituell-religiöse Funktionen. Dementsprechend prägen festliche Stimmung und andächtiges Miterleben das Bild, auf Kosten von fundierten Informationen und Kritik. Gerade aus der perfekten Inszenierung des Ereignisses ergeben sich aber fundamentale Ambivalenzen und Widersprüche. Der Papst ist bejubelter Star und theologischer ›Anti-Star‹ zugleich. Seine Betonung der Eucharistie als zentralem Ritual der Einheit ist durchaus konsequent. Zusammen mit der riesigen Eucharistiefeier wird so aber abschließend auch der Widerspruch deutlich, in den sich die Kirche mit ihrer konfessionell-exklusiven eucharistischen Praxis gegenüber dem ökumenisch-inklusiven Anspruch des Medien-Events begibt.

## Englisch

Heinz Pürer: Boom, Crisis and Ways out of the crisis

In the past ten years, newspapers in Germany experienced a turbulent development. A period of stabilization (1995-1998) was followed by a period of booming (1999-2000) with an extraordinary growth of advertising. The papers reacted with bonus content. Attempts to establish papers free-of-charge (gratis papers) failed. A break-down of advertising orders as never seen before led to a period of economic crisis (2001-2003) due to general economic trends and structural changes in the media. Even large publishing companies were struck by this development and tried to find ways out of the crisis by founding new papers for younger readers (tabloid), by selling other products (book editions, CDs, DVDs and others) and by engaging in postal delivery services. In 2005, the German market for dailies presents itself in many different ways. Fields of problems remain an ongoing concentration of companies, an instable market of advertising, a steady loss of readership and growing competition by the internet.

Walter Hömberg/Manuel Bödiker: The Presence of the Past. Museums of Communication and Media

In the past decades, in Germany many new museums were founded which concentrate on means of communication and are visited by more and more people. In this article the results of a research study show for the first time a variety of those 53 museums dealing with communications in general or in special branches. By a questionnaire, the basic datas were explored concerning their foundation, intentions, main focus of collections and permanent exhibitions, means of presentation and services, number of exhibits, number of employees and of visitors. The answers show a multitude of types of such museums which have achieved great importance in our growing media-society.

Martin Steinseifer: The Media is a Metamessage. The Catholic World Youth Day in Cologne in 2005

The essay explores the Catholic World Youth Day in Cologne 2005, focusing on the close interplay between mass convention, religious event and media event. Central to all three dimensions is the visual realisation and sensuous experience of the world's unity. Not only does global pilgrimage open up the possibility to experience the universal unity of the Catholic church. But its globality becomes visible, as the event is presented in a worldwide live broadcast. Finally, in its coverage the medium itself adopts functions of religious rituals. Correspondingly, a festive mood and devout participation are at the heart of the reports, at the expense of substantial information and critique. But the perfect staging of the event also reveals fundamental ambivalences and contradictions. The pope is the celebrated star and a theological „anti-star“ at the same time. His concentration on the Eucharist as the central ritual of unity is indeed consistent. But in combination with the enormous celebration of the Eucharist it also calls attention to the contradiction that opens up between an eucharistical practice excluding other confessions and the event's claim to include the whole world.