

ZWISCHEN EINSCHALTQUOTEN UND KIRCHLICHEM AUFTRAG

Das Engagement der bayerischen Diözesen im privaten Hörfunk

Jubiläen zu feiern ist in Mode gekommen. Darum muß die Jahreszahl, mit der das Bestehen einer Einrichtung gewürdigt wird, gar nicht einmal so hoch sein.

Der Einstieg der bayerischen Diözesen in den privaten Hörfunk jährte sich 1991 zum fünften Mal. Daß diese Tatsache weder durch Veröffentlichungen noch durch Pressemeldungen bedacht wird, wirft ein Licht auf die Situation, in der kirchliche Privatfunkarbeit in der Bundesrepublik Deutschland generell steckt. Denn das fünfjährige Bestehen dieses kirchlichen Engagements ist in der Tat ein denkwürdiges Ereignis, hatten die Kritiker dem Projekt doch von vornherein wenig Chancen auf Dauerhaftigkeit vorausgesagt.

Die Tatsache, daß wöchentlich rund eine Million Menschen in Bayern mit kirchlichen Programmen im Privatfunk erreicht werden¹, das Novum, daß die Kirche erstmals eigengestaltete journalistische und nicht nur verkündigende Beiträge sendet, schließlich die Tatsache, daß in den kirchlichen Redaktionen fortwährend innovative Formen kirchlicher Medienpräsenz entstehen, hätte Theologen und Kommunikationswissenschaftler, Medieninteressierte und kirchliche Öffentlichkeit schon längst zu einer intensiven Beschäftigung mit den kirchlichen Privatfunk-Programmen herausfordern müssen.

Doch die kirchlichen Redakteure arbeiten, was das innerkirchliche Interesse an ihrer Arbeit anbelangt, weitgehend im Verborgenen. Seminare, Tagungen und Publikationen zum Thema beschäftigen sich allenfalls mit den Strukturen dieses Engagements, kaum jedoch mit den Programmformen und Inhalten. Dies muß erstaunen, denn fast überall, zumindest aber in Bayern, hat sich die Struktur und Organisation der kirchlichen Privatfunkarbeit weitgehend konsolidiert.

Organisation und Struktur

In der Tat ist die Entstehung der kirchlichen Privatfunk-Beteiligung interessant. Sie hängt zunächst von den medienrechtlichen Rahmenbedingungen ab, die wegen der medienpolitischen Länderkompetenz entsprechend unterschiedliche kirchliche Mitwirkungsmodelle hervorbrachten.

Bayern entschied sich für den lokalen Hörfunk. Mittlerweile gibt es in mehr als 50 Standorten lokale Hörfunksender, in den Großstädten werben sogar mehrere Stationen um die Gunst der Hörer.

Neben dem lokalen Hörfunk hat sich seit dreieinhalb Jahren ein landesweiter Privatsender etabliert, und erst im vergangenen Jahr gründete sich eine private Gesellschaft, die ein Zulieferprogramm für die Lokalstation (zentrale Belieferung mit Weltnachrichten, Musik- und Informationsprogramm für Zeiten mit geringeren Einschaltquoten) produziert.

Dieser Struktur trägt auch die Kirche in Bayern Rechnung. Das Engagement im lokalen Bereich wird durch die jeweiligen Bistümer wahrgenommen, zur Belieferung der landesweiten Programme wurde von allen sieben Diözesen eine zentrale Redaktion in München eingerichtet.

Die Form der Mitwirkung wird in den Diözesen unterschiedlich wahrgenommen. In fünf der sieben Bistümer ist Kirche als Anbieter gemäß dem bayerischen Medienerprobungs- und Entwicklungsgesetz vertreten. Durch etablierte kirchliche Körperschaften (Verbände, Bildungswerke, Verlage) oder durch eigens gegründete Mediengesellschaften ist die jeweilige Diözese als Anbieter in der Hörfunk-Betriebsgesellschaft beteiligt und kann sich auf diese Weise Sendeplätze sichern. Eine andere Mitwirkungsmöglichkeit wählen die Diözesen Regensburg und München. Sie schlossen auf der Grundlage der medienrechtlich abgesicherten Zulieferung Verträge mit den Sendern und können dadurch eigene Programmteile einbringen. Dieser Weg wurde auch bei den landesweiten Programmen gegangen.

Die medienrechtlichen Einstiege führten in Folge sehr bald zur Gründung eigener diözesaner Hörfunkredaktionen. Mittlerweile besitzt fast jedes Bistum einen oder mehrere festangestellte Redakteure mit eigene Produktionsstudios. Zugeliefert wird annähernd an alle Sender. Nur in einem einzigen Fall tritt dabei Kirche auch im Programm als eigener Anbieter in Erscheinung (Radio K1 der Diözese Eichstätt). In allen anderen Fällen werden Kurzbeiträge in das laufende Programm eines Senders und unter dessen Kennung eingestreut, d. h. die Popularität eines Programmes wird für die Verbreitung der kirchlichen Beiträge bewußt genutzt.

Sendeformen

Abgesehen von den Verkündigungssendungen unterscheidet sich das kirchliche Programm formal kaum von dem des Senders. Hauptform ist das Kurzfeature mit einer durchschnittlichen Länge von zwei bis zweieinhalb Minuten. Durch seinen Wechsel von Zwischenkommentaren und Interviewteilen scheint es wie kaum eine andere Form geeignet zu sein, kirchliche Themen anschaulich zu vermitteln.

Daneben erscheinen Interviews, Nachrichtentexte, Korrespondenten- und Reporterberichte, Umfragen und ähnliches mehr. Selten sind diese Beiträge länger als zwei bis drei Minuten. Je nach Vereinbarung mit dem Sender werden sie floatend in das aktuelle Programm eingestreut oder an festen Sendeplätzen ausgestrahlt. Der Trend geht dabei immer stärker zur Rubrizierung.

Rubriken sind Sendeplätze für Beiträge zu bestimmten Themen oder Zielgruppen. Oft werden diese Rubriken mit einem Titel versehen und mit einem Jingle akkustisch gekennzeichnet. „Wegweiser“ heißt beispielsweise eine Rubrik mit Informationen und Hinweisen aus dem sozialen Bereich. Es gibt Rubriken wie den „Kulturkalender“, „Radio Pulcinella“ (Kinderserie), „Leute – heute“ (Personenporträts). Gelegentlich werden solche Rubriken bereits im Titel als kirchliche gekennzeichnet („Domplatztreff“). In den meisten Fällen er-

fährt der Hörer jedoch nicht, daß eine kirchliche Zulieferung stattfindet, der bekommt lediglich mit, daß ein kirchliches Thema folgt.

Dies gilt auch für kirchliche Magazinsendungen, die von beinahe jeder Kirchenredaktion in Bayern gestaltet werden. „Treffpunkt Kirche“, „Gospelstunde“, „Gutenmorgen Bayern“ – diese Magazine erscheinen immer als Programmteile eines Senders, nie als Außenzulieferung der Kirche. Diese Tatsache ist nicht etwa zufällig, sie ist das Ergebnis von Überlegungen, die in der Funktionsweise der Privatprogramme begründet sind, in der Idee des „Formatradios“.

Formatradio im Privatfunk

Die Idee des „Formatradios“ ist zunächst eine Form der Programmkonzeptionierung. Wie der Name andeutet, wird das Programm formatiert, d. h. strukturell und inhaltlich gestaltet nach bestimmten Grundsätzen. Ziel ist dabei die Optimierung der Einschaltquoten, und dies läßt bereits erkennen, daß „Formatradio“ weniger eine kommunikationswissenschaftliche Schöpfung als vielmehr eine Marktstrategie beinhaltet. Hohe Einschaltquoten garantieren hohe Werbeeinnahmen, aus denen sich der Sender finanziert. Erreicht wird dies grundsätzlich dadurch, daß das Programm den Wünschen und Bedürfnissen einer größtmöglichen Hörschicht angepaßt wird.

Die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, das öffentlich-rechtliche Aufsichtsgremium des Privatfunks in Bayern, hat 1989 in einer repräsentativen Umfrage diese Wünsche und Bedürfnisse ermittelt². Auf Vertreter eines emanzipatorisch und aufklärerisch geprägten Massen-Kommunikationsverständnisses mögen die Ergebnisse ernüchternd wirken, die privaten Programm-Macher jedoch sahen sich bestätigt. Für die große Mehrzahl der Radiohörer ist in erster Linie die Musik wichtig. Erwartet werden außerdem Kurznachrichten und Service-Hinweise wie Wetter- und Verkehrsmeldungen. Bildende oder künstlerische Programmformen wie Diskussionssendungen und Hörspiele werden eher negativ bewertet oder stoßen generell auf Ablehnung.

Für die Formatierung eines Massen-Programms haben diese Daten direkte Auswirkungen. Privatprogramme in Bayern sind Musikprogramme mit starkem Servicecharakter. Der Wortanteil (im Verhältnis zur Musik) liegt bei durchschnittlich 10 – 20 Prozent, verteilt auf kürzere Wortblöcke innerhalb einer Sendestunde. Er konzentriert sich auf Nachrichten, Kurzbeiträge und Moderationen.

Bei der Themenauswahl wird dem Service-Charakter unmittelbar Rechnung getragen. Nicht das kommt ins Programm, was der Redaktion oder einem Redakteur wichtig und interessant erscheint, sondern was von unmittelbarem Nutzen für die Hörer ist und was unterhält. Die Berücksichtigung von Hörerwartungen und -bedürfnissen reicht bis zur Programmformatierung einzelner Tages- und Wochenteile, dem Jahreskreis oder dem Wetter. Im Mittelpunkt steht dabei die Berücksichtigung einer größtmöglichen Zielgruppe: Wer hört wann was und warum!

Kirche im Formatradio

Das Ergebnis der konsequenten Programmformatierung wirkte und wirkt noch immer auf weite Kirchenkreise schockierend. Privatprogramme werden als anspruchslos und verdummend empfunden, es ist von charakterlosem „Musikbrei“ die Rede oder von „Babbelfunk“, und die Kürze der Wortbeiträge erscheint nahezu als aberwitzig. Und in solch einem Programm will sich auch noch die Kirche einbringen!

Diese vernichtende und weitverbreitete Kritik muß genau hinterfragt werden:

1) Die Kürze der Beiträge erscheint nur auf den ersten Blick ungenügend. Gemessen an der Radionutzung erscheint sie als sinnvoll. Massenprogramme werden gehört beim Aufstehen am Morgen, während des Rasierens, im Auto auf dem Weg zur Arbeit, beim Bügeln oder bei der Hausgymnastik, im Büro oder beim Wagenwaschen nach Feierabend. Die bewußte und konzentrierte Wahrnehmung des Programms über einen längeren Zeitraum findet nur bei ganz wenigen Hörern statt und verlagert sich auf bestimmte Tageszeiten.

2) Die Qualität privater Hörfunksender darf nicht am Standard der Bildungsprogramme öffentlich-rechtlicher Anstalten gemessen werden. Letztere sind Spartenprogramme, die nur von wenigen Hörern genutzt werden, auch wenn ihre Daseinsberechtigung durch die Existenz von Massenprogrammen in keinster Weise angezweifelt werden darf.

3) Der pädagogische Nutzen bestimmter Programminhalte erscheint bei aller Einschränkung umso sinnvoller, je mehr Hörer damit erreicht werden. In den Massenprogrammen eröffnet sich damit eine nicht zu vernachlässigende Chance, breite Bevölkerungsschichten anzusprechen. Dies muß jedoch in geeigneter Form geschehen.

4) Auch private Programmveranstalter unterliegen programmrechtlichen Bestimmungen und müssen sozialen, kulturellen und kirchlichen Themen ausreichend Platz gewähren. Die Privatfunklandschaft ist also nicht nur den Marktbedingungen überlassen.

Vor diesem Hintergrund wird ersichtlich, welche Chance sich der Kirche durch eine Beteiligung an den privaten Programmen eröffnet, eine Chance, die die bayerischen Bischöfe und Medienbeauftragten konsequent wahrgenommen haben. Sie ergibt sich zunächst auf der Ebene der Präsenz. Durch das Engagement kommen kirchliche Themen in einer Fülle vor, wie sie sonst längst nicht gewährleistet wäre.

Zweitens wird durch dieses Engagement eine weite Adressatengruppe erreicht. Bei der hohen Reichweite ist mit Sicherheit damit zu rechnen, daß eine große Hörerzahl ein indifferentes oder ablehnendes Verhältnis der Kirche gegenüber hat, eine Personengruppe, die durch kaum ein anderes kirchliches Publikationsorgan erreicht werden kann. Verstärkt wird diese Tatsache gerade durch die oben skizzierte Beiläufigkeit, mit der kirchliche Themen im Musikpro-

gramm erscheinen. Der mehrfach empirisch ermittelte Abschalteneffekt „Kirche“³ ist dann weit weniger gegeben als in ausdrücklich gekennzeichneten kirchlichen Programmen, zumal kirchliche Beiträge bewußt von der Popularität eines Senders profitieren.

Dies kann natürlich nur dann gelingen, wenn sich die kirchliche Privatfunktarbeit konsequent auf die Gesetzmäßigkeiten des Formatradios einstellt. Jeder Versuch eines kirchlichen Verlautbarungsjournalismus, jede Übertragung binnenkirchlicher Kommunikationsstrukturen auf die Privatfunkprogramme wäre von vornherein zum Scheitern verurteilt. Auf der Ebene der formalen und strukturellen Mitwirkung also darf Kirche nicht kontraproduktiv, sondern muß integrativ wirken, um die entsprechende Zielgruppe der Massenprogramme zu erreichen.

Dies gilt natürlich nicht ausnahmslos auch für die Inhalte. Wie in allen Medienbereichen will und kann sich Kirche auch im Privatfunk nicht nach rein marktstrategischen Gesichtspunkten beteiligen. Entscheidend für die Beurteilung des Privatfunkengagements sind die Themen und Inhalte, die durch die Beiträge und mittels der Unterhaltung vermittelt werden.

Themen und Inhalte

Die gelungene Präsentation von Themen spielt im Privatfunk eine entscheidende Rolle. Auch für den kirchlichen Bereich müssen ständig neue und interessante Formen der „Verpackung“ von religiösen Themen gesucht werden (z. B. Einspielung von Musik oder außergewöhnlichen Originaltönen, abwechslungsreiche Schnitte und flotte Zwischentexte). Dabei darf jedoch das Mißverständnis entstehen, als ginge es nur um die Suche nach Effekten und marktschreierischen Präsentationen.

Format und Inhalt sind nicht zu trennen. Wenn private Massensender zielgruppenorientierte Musikprogramme mit Service- und Unterhaltungscharakter produzieren, dann müssen sich auch die vermittelten Inhalte an diesem Grundsatz messen lassen. Nicht jedes Thema also läßt sich ausnahmslos in das Format eines populären Musiksenders integrieren, und sei es noch so gut verpackt. Ansatzpunkt ist in jedem Fall die alltägliche Erlebniswelt der Hörer. Ihre Ansichten, Erfahrungen und Bedürfnisse gilt es aufzugreifen und zu thematisieren.

Ein breites Themenfeld kommt dabei aus dem sozialen Leben der Kirche selbst. Gerade in Bayern spielen Kirche und Glauben nach wie vor eine gesellschaftsprägende Rolle. Aktionen von Pfarrgruppen und Vereinen, Einrichtungen der sozialen Fürsorge und kirchliche Initiativen, schließlich das Engagement einzelner Christen findet statt und läßt sich jederzeit als Thema in das Programm integrieren. Das gleiche gilt für den Bereich des kirchlichen Brauchtums. Generell läßt sich ein gesteigertes Interesse an traditionell gewachsenen Formen religiösen Lebens feststellen. Dabei gilt es vor allem, den oft verschütteten Hintergrund von nach wie vor lebendigen Brauchtumsformen darzustellen.

Dringt man tiefer in die Thematisierung religiöser Alltagserfahrungen ein, stößt man auf den Bereich der Lebensbewältigung, der unreflektierten Erfahrung existentieller Probleme. Auch dies sind Grundbedürfnisse, deren thematisierung sich der Hörer von den Massenprogrammen erwartet. Mit Unterhaltung kann man diese Fragen nicht beantworten, weshalb viele Sender von sich aus zweifelhafte psychologische Beratungen anbieten oder meinen, in Form von Horoskopen und Auspendeln diese Grundbedürfnisse befriedigen zu können. Vielleicht zeigt dies die allgemeine Hilflosigkeit, mit der die Privatfunkredaktionen den offenkundig vorhandenen Bedürfnissen nach Lebensbewältigung zu begegnen versuchen.

Die christlichen Bildungswerke und Sozialeinrichtungen haben schon längst auf diese Bedürfnisbereiche reagiert: Streßbewältigung in der Familie, Überwindung von Identitätskrisen im Alltag, Hilfe bei Partnerschafts- oder Erziehungsproblemen, Bewältigung der Erfahrungen von Leid und Tod – hier gibt es eine ganze Reihe von Angeboten, die enormen Zulauf finden. Im Bereich des kirchlichen Privatfunkengagements werden solche Themen zunehmend aufgegriffen, wie sich zeigt mit Erfolg. Die Hörerresonanz ist überraschend hoch und überzeugt mittlerweile auch die Privatfunkveranstalter, die sich mit solch problembeladenen Themen in ihrem auf Unterhaltung und Optimismus ausgerichteten Programm zunächst überhaupt nicht anfreunden wollten.

Problematisch bleibt in diesem Bereich die Anonymität und Flüchtigkeit des Mediengeschehens. Fragen der Lebensbewältigung und Sinnsuche lassen sich natürlich in wenigen Minuten nicht erschöpfend behandeln. Dem gegenüber steht die Chance, einem großen Publikum Antwortmodelle auf christlichem Hintergrund vorzustellen und auf Hilfsangebote kompetenter Beratungsstellen zu verweisen.

Verkündigung im Privatfunk

Es gibt eine klassische Form christlicher Verkündigung im Radio, das „Geistliche Wort“. Die Kurzansprache ist beinahe so alt wie der Rundfunk selbst und hat sich, trotz Ironie und empirisch ermittelter Langeweile⁴, über die Zeiten gehalten. Selbst der DDR-Staatsfunk konnte nie auf die Kurz-Andachten verzichten.

Geistliche Worte gibt es, auch ohne medienrechtliche Intervention, in nahezu allen privaten Hörfunksendern Bayerns. „Wort in den Tag“, „Kurz vor sechs“, „Nachgedacht“ – so unterschiedlich die Namen sind, die Konzeption ist immer die gleiche: Ein Autor gestaltet einen Text und trägt ihn selbst vor. Was so einfach klingt, gehört zum Schwierigsten überhaupt, wenn es sinnvoll gemacht werden soll. Der Inhalt muß die Probleme des Hörers aufgreifen, die Lösung darf nicht platt und aufgesetzt wirken, schließlich müssen die Themen aktuell, aber lokal sein, und das an nahezu 365 Tagen im Jahr. Am Ende hat alles keinen Sinn, wenn zum guten Inhalt nicht die geeignete stimmliche Präsentation kommt. Die Texte müssen also überarbeitet, die Autoren geschult werden.

Es ist deshalb nicht verwunderlich, wenn die kirchlichen Privatfunkredakteure an alternativen Formen arbeiten. „Kinder erzählen Geschichten aus der Bibel“, „Menschen berichten, was kirchliche Feiertage für sie bedeuten“, „Kurz Hörspiele zu biblischen und religiösen Fragen“, alle diese Beispiele stellen Versuche dar, die Eintönigkeit des Monologs zu durchbrechen und die nur vermittelte Schilderung von Alltagserfahrungen („Neulich erzählte mir eine junge von ihrem Kummer...“) durch authentische Stimmen zu ersetzen.

Bei Betrachtung all dieser Versuche wird schnell deutlich, daß die Grenze zwischen Verkündigung und journalistischer Darstellung fließend wird. Und dies gilt nicht nur für die klassischen Formen von Verkündigung im Radio.

Das Selbstverständnis kirchlicher Privatfunkarbeit

Der kirchliche Privatfunkredakteur arbeitet zwischen den Fronten. Damit die von ihm vermittelten Inhalte Gehör finden, muß er sich den Regeln des Formatradios anpassen. Auf der anderen Seite handelt er im Auftrag der Kirche. Sein Ziel darf nicht die Jagd nach Einschaltquoten sein, sondern die Vermittlung und Thematisierung von bestimmten Inhalten. Denn er handelt in kirchlichem Auftrag.

In diesem Zusammenhang ist die Frage nach der journalistischen Objektivität dieses kirchlichen Engagements zu stellen.

Zunächst einmal muß festgehalten werden: Die Arbeitsweise der kirchlichen Redakteure ist eine journalistische! Die Recherche und Produktion der Beiträge unterscheidet sich nicht von den Grundsätzen objektiver, journalistischer Berichterstattung. Dazu gehört, daß bei kontroversen Themen beide Seiten zu Wort kommen und auch sogenannte „heiße Eisen“ objektiv und sachgerecht behandelt werden. Der Beweis einer amtskirchlichen Infiltration müßte erst erbracht werden.

Auf der anderen Seite ist nicht zu leugnen, daß die Redakteure im kirchlichen Auftrag handeln, und der Verdacht von versteckter kirchlicher Öffentlichkeits-Arbeit drängt sich verständlicher Weise auf. Vor dem Hintergrund des gewandelten Verständnisses von Medienpastoral und Diakonie relativiert sich jedoch das Negativbild des „bekehrenden und apologetisierenden Kirchenfunkredakteurs“.

Bei diesem kirchlichen Auftrag kann es nur um den Menschen und seine Lebensbewältigung gehen, weshalb diese Form der kirchlichen Medienarbeit mehr als treffend „Engagement“ genannt wird. Der Lebens- und Glaubensvollzug von überzeugenden Christen, die ganze Bandbreite kirchlichen Gemeinde- und Vereinslebens, das von christlicher Überzeugung getragene soziale Engagement soll als Form von Lebensbewältigung dargestellt werden. Und dies kann nur überzeugen, wenn die Darstellung ungeschönt und ehrlich geschieht, mit allen positiven wie negativen Seiten.

So verstanden ist kirchliche Privatfunkarbeit eine Form von investigativem Journalismus, der ja von sich beansprucht, auch für den Menschen und die

Gesellschaft tätig zu sein. Und diese Arbeit steht gerade nicht im Widerspruch zum Formatradio mit seinem zielgruppenorientierten Servicecharakter. Dort, und nur dort, wo die Privatfunkveranstalter die Bedürfnisse ihrer Hörer ernst nehmen, kann kirchliches Engagement eine wertvolle Synthese mit den Programmgrundsätzen eines Senders eingehen.

Wo sich freilich der Anspruch eines Senders in der Unterhaltung erschöpft, muß auch Kirche ihr Engagement überdenken. Die Liste der im bayerischen Privatfunk gesendeten Themen zeigt jedoch, daß die beschriebene Synthese grundsätzlich gelingen kann.

Kirche im Privatfunk – Vier Thesen zur Diskussion

Die oben angesprochenen Probleme sind auch innerhalb des Privatfunkengagements in Bayern längst nicht ausdiskutiert. In Seminaren und in Workshops soll in Zukunft versucht werden, die Hintergründe und Motive der täglichen Radioarbeit zu beleuchten.

Die Redakteure wollen dabei ihre Arbeit bewußt der Kritik von Theologen und Kommunikationswissenschaftlern aussetzen, damit sich der Schwerpunkt der Diskussion von den Strukturen auf die Inhalte verlagern kann. Eine Polarisierung in „kirchenkritische“ öffentlich-rechtliche, und „kirchentreu“ private Kirchenfunkredaktionen, wie sie sich bei der Lektüre einer von Gerhard Schmied jüngst erschienenen Publikation aufdrängt⁵, ist dabei weder zutreffend noch hilfreich.

Als ein Beitrag zur sachgerechten Diskussion des kirchlichen Hörfunkengagements sollen hier vier Thesen formuliert werden:

1) Kirchliches Engagement im privaten Hörfunk erhebt keinen Anspruch auf Ausschließlichkeit. Die Mitwirkung an den privaten Formatprogrammen ermöglicht die Erschließung weiter Adressatenkreise, die bislang durch keine anderen kirchlichen Publikationsorgane erreicht werden können. Ein Aufwiegen dieses Engagements gegen die etablierten kirchlichen Medien oder den Kirchenfunk des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wäre unsachgerecht und nutzlos.

2) Kirchliche Sendungen im Privatfunk dürfen nicht an den Spartenprogrammen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gemessen werden. Gottesdienstübertragungen, theologische Vorträge oder kulturelle Diskussionen würden nicht nur gegen das Programmformat verstoßen, sie würden auch an der Zielgruppe mit ihrer spezifischen Radionutzung vorbeiziehen.

3) Das Privatfunkengagement muß in der kirchlichen Öffentlichkeit mehr Beachtung finden und frei von kulturpessimistischen Vorurteilen diskutiert werden. Allein in Bayern werden rund eine Million Menschen jede Woche durch die Beiträge der kirchlichen Privatfunkredaktionen erreicht. Die polemische Abkanzelung („Babbelfunk“) wäre gegenüber dieser Hörergruppe geradezu unverschämte.

4) Die berechnete Diskussion des kirchlichen Privatfunkengagements darf nicht in Struktur- und Organisationsfragen stecken bleiben, sondern muß vor allem inhaltlich ansetzen. Die Erfahrungen haben leider gezeigt, daß sich viele Kritiker in Lob oder Tadel ergehen, ohne jemals Beiträge und ihr Programm-Umfeld gehört zu haben.

Kirche im Privatfunk – dieses Thema ist längst nicht ausdiskutiert. Die kirchlichen Redakteure zumindest in Bayern erwarten sich von der Theologie und der Kommunikationswissenschaft sachgerechte Hilfe für ihre Arbeit.

Ulrich Harprath, München

Eine ausführliche Dokumentation über das Engagement der katholischen Kirche im bayerischen Privatfunk ist von Dr. Willi Gegenfurtner und Dr. Erich Jooß herausgegeben worden und enthält detaillierte Angaben über Sendeplätze und -zeiten der einzelnen Diözesanredaktionen: „Kirche im privaten Hörfunk“,ewel-Verlag München 1991, ist zu beziehen durch die Münchener katholische Radioredaktion, Tel. 089/263028, zum Preis von 5 Mark.

Anmerkungen:

- 1) vgl. Funkanalyse 91 und Media-Analyse 91; beide repräsentative Umfragen ermitteln die Hörerzahlen für Programme auf die Viertelstunde genau. Dadurch können die Einschaltzahlen einzelner kirchlicher Sendeplätze relativ genau ermittelt und zu einer Reichweite für ganz Bayern addiert werden.
- 2) vgl. Bayerische Landeszentrale für Neue Medien (Hrsg.), „Image und Akzeptanz des Hörfunks in Bayern 1989“, BLM-Schriftenreihe 7a, Seite 65 und 66
- 3) vgl. Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, a.a.O., S. 71
- 4) In Kabarett-Vorfürungen und mittlerweile auch in der Werbung ist die Stilform des „Geistlichen Wortes“ zu einer beliebten Form der Parodie geworden. „Empirisch-physikalisch“ soll das Interesse an monologischen Verkündigungsformen beispielsweise beim Wort zum Sonntag gemessen worden sein, und zwar durch den sprunghaften Anstieg des Wasserverbrauchs in deutschen Haushalten zur Sendezeit. Offenbar nutzen nicht wenige Fernsehzuschauer die Lücke zwischen Sportsendung und Spielfilm zum Besuch der Toilette.
- 5) Gerhard Schmied, „Kanäle Gottes? Katholische Kirche in der Medienzange“, Leske + Budrich, Obladen 1991.

EIN EINZIGARTIGES KONZEPT

Kirchliche Presse in Flandern

In Flandern ist die kirchliche und kirchennahe Presse auf vier Ebenen aktiv. Auf *überdiözesaner* Ebene gibt es zuerst eine eigene Presseagentur C.I.P. Diese bedient alle professionellen Medien, überwiegend aber die Tages- und Wochenpresse. C.I.P. bündelt aber seine Nachrichten auch für "Normal-Verbraucher": die sogenannten C.I.P.-Wochennachrichten. Zweitens erscheint noch immer mit außergewöhnlichem Erfolg das interdiözesane Wochenblatt "Kerk en Leven". Es enthält unter anderem Sonderseiten für diözesane und örtliche Nachrichten. Dieses Blatt ist gemeinsames Eigentum der flämischen Bistümer. Auf *diözesaner* Ebene verfügt jedes Bistum über eine oder mehrere Veröffentlichungen, meistens Monatszeitschriften. In ihrer heutigen Form datieren sie aus der Zeit des Konzils und entwickelten sich von "offiziellen Mitteilungen für die Priester" zu mehr allgemeinen Schriften, und sie werden herausgegeben von den verschiedenen Pressediensten der Bistümer.

Die meisten dieser Bistumsblätter erscheinen monatlich und erreichen etwa 2.500 Abonnenten, vor allem Priester und pastorale Mitarbeiter, aber zunehmend auch jene Ordensleute und Laien, die aktiv sind in Pfarr- und Dekanatsteams oder in der kategorialen Seelsorge. In einigen Fällen veröffentlichen auch hauptsächlich kategorial-arbeitende pastorale Dienste und Gruppen auf Bistumsebene noch andere Zeitschriften, diese sind dann vor allem für spezifische Lesergruppen bestimmt. Die *örtliche* Ebene wird erreicht über die "Pfarrnachrichten" in "Kerk en Leven". Im Gegensatz zu anderen Ländern sind eigenständige "Pfarrblätter", die von den einzelnen Pfarrgemeinden herausgegeben werden, in Flandern eine absolute Ausnahme. Tatsächlich arbeitet man überall zusammen mit "Kerk en Leven". In den letzten Jahren stellt man dort in den lokalen Nachrichten einen wachsenden Einfluß der Zusammenarbeit auf Dekanatsebene oder beim Zusammenlegen der Pfarrgemeinden fest.

Auf diesen drei Ebenen wirkt die Institution Kirche. Wir dürfen aber nicht vergessen, daß auf diesen Ebenen *gleichzeitig auch andere Gruppen aktiv sind*, wie z.B. die katholischen Aktionsgruppen, die Ordensgemeinschaften und die "neuen Bewegungen", die jede für sich ein eigenes pastorales Angebot machen und dieses meistens durch eigene Veröffentlichungen verbreiten. Man muß wissen, daß manche dieser Veröffentlichungen leicht die Zahl von 100.000 erreichen.

Der Verfasser, Chefredakteur von "Kerk en Leven", weist darauf hin, daß es auf dem Gebiet der kirchlichen Presse in den drei Benelux-Ländern wenig Gemeinsames gibt; deshalb beschränkt er sich auf die Situation im niederländisch-sprachigen Teil Belgiens, auf Flandern.

C.I.P. und die C.I.P.-Wochennachrichten

Die katholische Presseagentur C.I.P. besteht fast ein halbes Jahrhundert lang. Gegründet im Schoß der "Union Katholische Tagespresse", bekam sie in den letzten Jahren einen kleinen Zuschuß von der Bischofskonferenz. Aber eigentlich gilt dieses Werk als eine typische "Laieninitiative".

Mit der Entwicklung unserer Zeitungen in Richtung auf eine größere Pluralität müßte die Zukunft einer von diesen Zeitungen geführten Presseagentur hoffnungslos erscheinen. Außerdem wurden die Probleme der Agentur noch erschwert durch die für Belgien typische Zweisprachigkeit. 1990 wurde das C.I.P. deshalb umstrukturiert und aufgeteilt in eine niederländisch-sprachige und eine französisch-sprachige Agentur, jede mit eigenem Standort. Die flämische Abteilung wird durch die Bischofskonferenz und durch eine Stiftung finanziert.

C.I.P.-Flandern richtet sich naturgemäß hauptsächlich auf die Verbreitung von Informationen über Kirche und Religion an professionelle Verbraucher: sowohl an die Journalisten der Printmedien als an die der audio-visuellen Medien. Zur Zeit verfügt die Agentur über zwei hauptamtliche Journalisten, was freilich ein absolutes Minimum ist. Für die "römische Berichterstattung" werden sie assistiert von einem Teilzeit-Korrespondenten.

Seit einem Jahr wird neben dem Tagesangebot, das an die Adresse der professionellen Presse geht, auch eine Bündelung des C.I.P.-Angebotes herausgegeben mit dem Namen "C.I.P.-Wochennachrichten". Diese Form findet einen guten Anklang, man überlegt sogar, die Wochennachrichten in der Form eines Magazins anzubieten.

Kerk en Leven: das "Pfarrblatt"

Seit 1941 gibt es in Flandern ein Blatt, das in seiner Art einzigartig ist. Trotz der vielen Namen, unter denen es juristisch veröffentlicht wird, ist es bei dem großen Leserkreis unter einem einzigen Namen bekannt: das "Pfarrblatt". Es verkörpert die Erfolgsstory eines halben Jahrhunderts. Zur Zeit zählt das Blatt etwa 750.000 zahlende Abonnenten (das sind etwa 1,3 Millionen C.I.M.-Leser) und geht per Post in etwa 1/3 aller Briefkästen Flanderns (auf dem Lande sogar in die Hälfte aller Briefkästen). Keine andere abonnierte Zeitschrift erzielt in Belgien eine solch hohe Auflage (es gibt sie nämlich nicht im freien Verkauf). Das Blatt ist nicht nur einzigartig wegen seiner hohen Auflage in einer solch kleinen Region (Flandern zählt höchstens fünf Millionen Einwohner), sondern ebenso wegen seines besonderen redaktionellen Programms: eine Kombination von örtlichen, diözesanen und allgemeinen Nachrichten.

a) Das einzigartige Konzept

Geschichtlich kann man drei *verschiedene Typen von Vorläufern* dieses Blattes unterscheiden. Bereits Ende des vorigen Jahrhunderts wurde hier und da ein mehr oder weniger allgemeines "kirchliches Wochenblatt" in niederländischer Sprache veröffentlicht. Ein typisches Beispiel dafür war das Blatt "Biekorf"

(Bienenkorb) des westflämischen Priesters und Dichters Guido Gezelle. Dieses Blatt veröffentlichte nicht nur brave kirchliche Literatur, sondern auch kämpferische Artikel gegen die damaligen Antiklerikalen. In der Zeitspanne zwischen den beiden Weltkriegen wurden ebenfalls ähnliche "allgemeine" Kirchenzeitungen herausgegeben, zum Beispiel von den Antwerpener Dominikanern Morlion und Smets "De Ster" (Der Stern), den Norbertinern von Averbode "Averbodes Weekblad" (Wochenblatt Averbodens) oder den Assumptionisten (die ihr Blatt nach dem Beispiel ihrer französischen Mitbrüder nannten) "Het Kruis" (Das Kreuz). Auch ein Bistumspriester des Erzbistums Mechelen, Calmeyn, startete damals ein ähnliches Blatt: "Onze Plicht" (Unsere Pflicht). Alle diese Blätter hatten mehr oder weniger das gleiche Ziel: die Verbreitung "guter Lektüre" für katholische Leser (für die Dominikaner bedeutete das vor allem auch eine "anti-sozialistische Lektüre"). Sie wurden alle von der Kirchenzeitung "Kerk en Leven" übernommen.

Außerdem gab es um die Jahrhundertwende eine große Zahl loser kleiner wöchentlicher "Pfarnachrichten", die vorwiegend über das örtliche Pfarrleben berichteten. Außerdem hatte jedes Bistum seine "Monita ad Clerum" mit den offiziellen Mitteilungen der Kurie und den Hirtenbriefen des Diözesan-Bischofs.

Der besondere Charakter des "Pfarrblattes" besteht darin, daß es diese drei Traditionen (allgemeine, diözesane und pfarrliche) in einem Blatt für ein sehr breites Spektrum von Lesern bündeln konnte. Auf Weltebene ist uns kein einziges anderes Beispiel bekannt, in dem diese dreigliedrige Art so stark ausgebaut ist.

b) Die Anfangsperiode

Bereits 1937 hatte sich einer der Antwerpener Dominikaner, Pater Frans Janssens, teils aus ideologischen Gründen von der Mitarbeit an "De Ster" zurückgezogen. Er teilte nicht die akzentuierte "antikommunistische" Einstellung und gründete zusammen mit einigen angesehenen jungen Intellektuellen ein "Aktionskomitee für Gott". Anfangs arbeitete diese Gruppe als eine Art Besinnungs- und Gesprächsrunde, aber nach der Invasion der deutschen Truppen beschloß die Gruppe 1941, eine besondere Glaubensbegleitung für die Katholiken Flanderns in dieser schweren Kriegszeit durchzuführen. Wegen der deutschen Besatzung wurde das "Aktionskomitee" umgetauft in das neutralere klingende "Studienzentrum für Seelsorge und Verkündigung". Und vom Februar 1941 an gab dieses Zentrum "Die Stimme aus dem Vaterhaus" (De Stem uit 't Vaderhuis) heraus. Dieses vier Seiten umfassende Kirchenblatt erschien anfangs in einer Auflage von 18.000 Exemplaren und wurde vierzehntägig in etwa zwanzig Pfarren vertrieben. Von Anfang an war eine Seite für die Pfarnachrichten einer jeden Pfarrgemeinde bestimmt, die das Blatt abonniert hatten. Dies erwies sich sofort als ein Volltreffer, vor allem weil viele der vorgenannten örtlichen Pfarrblättchen wegen der Kriegssituation nicht weiter erscheinen konnten oder durften.

Bereits im damaligen Titel spielte ein wenig Ambivalenz mit: Man konnte diesen Titel nicht nur als "Nachrichten aus der Kirche", sondern auch als "Nach-

richten von Zuhause", als "Nachrichten aus meiner Pfarrgemeinde" verstehen. Das letztere bot einen besonderen Anreiz zum Kauf, weil viele Pfarrgemeinden dieses Blatt auch an die in Deutschland zur Arbeit gezwungenen Flamen und auch an die mehr freiwilligen flämischen Ostfrontkämpfer verschickten. In beiden Fällen erhielten sie Nachrichten "von Zuhause". Bereits 1942 wurden 25.000 bis 30.000 Exemplare an diese im Ausland lebenden Leser verschickt!

Nach dem Krieg wurde inhaltlich die "vorteilhafte Kombination" von Pfarr- und allgemeinen Nachrichten beibehalten. Immer mehr Pfarrgemeinden schlossen sich diesem Programm an, das eine große Flexibilität der Arbeitsmethode erforderte (und immer noch erfordert). 1946 wurde der allgemeine Titel "Stimme aus dem Vaterhaus" (De stem uit 't Vaderhuis) umbenannt in "Kirchliches Leben" (Kerkelijk Leven), das ursprüngliche Konzept aber wurde beibehalten. Anfangs konnte eine Pfarrgemeinde ihre eigene Ausgabe fast ganz à la carte zusammenstellen: die Seitenzahl, die Zeitspanne des Erscheinens und die Anzahl der eigenen Pfarrnachrichten.

c) Standardisierung des Pfarrteiles

Erst seit den sechziger Jahren, nachdem belgische Bistümer 1959 die Verwaltung des "Studienzentrums" (Studiecentrum) und die damit verbundene Druckerei und den Verlag Halewijn von den Dominikanern übernommen hatten, wurde dieser Wildwuchs etwas gestutzt. Die Bistümer stellten neben den finanziellen Mitteln auch den neuen Direktor, Domkapitular R. Roelandts, der sofort systematisch eine "Standardisierung" des Blattes durchführte. Er legte Erscheinungsweise und Umfang einheitlich fest: Von 1965 an erhielten die Abonnenten in allen Pfarrgemeinden wöchentlich eine Ausgabe des "Kirchlichen Lebens" (Kerkelijk Leven) mit 12 Seiten. In dieser Seitenzahl, die allmählich vergrößert wurde, behielten und behalten die Pfarrgemeinden bis heute weiterhin die Freiheit, eine oder mehrere Seiten Lokalnachrichten zu veröffentlichen und frei zu redigieren. Zur Zeit werden Beiträge gedruckt, die aus mehr als 1950 verschiedenen Pfarrgemeinden zugeschickt werden.

Das bedeutet, daß fast alle Pfarrgemeinden in Flandern mitarbeiten. Weil einige dieser Pfarrgemeinden aus pastoralen Gründen zusammenarbeiten, werden insgesamt mehr als 1200 verschiedene Ausgaben gedruckt (d.h. mehr als 1200 mal muß der Druckvorgang gestoppt werden, um neue Pfarrseiten einzulegen!).

d) Die "Diözesan-Seiten"

Wenn auch die Seite (oder Seiten) für die Pfarrgemeinde das "Aushängeschild" des Blattes ist, dürfen doch die zwei anderen Säulen, auf denen die Kirchenzeitung ruht, nicht vergessen werden.

1953 wurde eine "Diözesan-Rubrik" eingeführt. Man ging davon aus, daß die Bistümer mehr und andere Nachrichten als die trockenen "Monita ad clericum" zu veröffentlichen hatten. Seit das Blatt 1959 "interdiözesanes Eigentum" wurde, ist die "Diözesan-Rubrik" als eine ständige Seite im Blatt eingerichtet worden. Da in der Folgezeit überall auch diözesane Pressedienste gegründet

wurden, ist den Leitern dieser Dienste spontan auch die Gestaltung der diözesanen Rubrik in "Kirche und Leben" anvertraut worden. Ein großer Vorteil dieser Lösung besteht darin, daß die Bistümer auf diese Weise einen kostensparenden und direkten Kommunikationsweg zu einem sehr großen Publikum haben: Pro Bistum kann man die Zahl der wöchentlichen Leser auf mindestens 200.000 schätzen.

Im Laufe der Zeit wurden einige Nachteile aus dem Weg geräumt: Die frühere fast ausschließlich an den Klerus gerichteten Monita erreichen fast in allen Bistümern ein größeres Publikum. Weil aber die diözesanen Pressedienste sowohl für die Herausgabe ihres diözesanen Monatsblattes wie für die wöchentliche Doppelseite in "Kirche und Leben" verantwortlich sind, müssen sie oft einen gleichen Basisartikel für beide Publikationen schreiben.

Ein weiteres Problem ist technischer Art: An sich ist es bereits schwierig, ein Wochenblatt mit über 1900 verschiedenen Pfarrseiten herauszugeben; viel schwieriger wird es noch, jede dieser verschiedenen Pfarr-Ausgaben zusätzlich an eine der fünf Bistumsausgaben anzukoppeln. Doch auch das funktioniert.

e) Der eigene redaktionelle Beitrag

Das einzigartige "Kirche und Leben"-Programm umfaßt neben den Diözesan- und Pfarrseiten auch eigenes redaktionelles Material. Jährlich werden insgesamt 24 Wochenausgaben mit 24 Seiten und weitere 24 Wochenausgaben mit 16 Seiten gedruckt. Nach Abzug der Pfarr- und Diözesan-Seiten sowie der Anzeigen bleibt meistens noch die Hälfte jedes Heftes für die eigene Wochenblattredaktion übrig. Diese Redaktion besteht heute aus einem Hauptredakteur, drei Vollzeitredakteuren, einem Teilzeitredakteur und einer Sekretärin.

Über die Zielgruppe, an die sich die Redaktion vorwiegend wenden soll, ist im Laufe der letzten 50 Jahre viel diskutiert worden. Tatsächlich erreicht das Blatt in der Praxis vorwiegend die Christen, die sich noch einigermaßen mit der Kirche und besonders mit der örtlichen Gemeinschaft verbunden wissen. Aber von Anfang an gab es auch den Verkündigungsauftrag, der die fernstehenden Katholiken einschließt. Doch das ist ein sehr schwieriges Unterfangen. Der große zahlenmäßige Erfolg als spezifisches "Pfarrblatt" ist in anderer Richtung ein Hindernis: Für die Pfarrgemeinden ist es ein Verkaufsargument, daß der Leser auf der Pfarrseite über alles, was sich in der eigenen Pfarrgemeinde abspielt, informiert wird; aber gerade dies erschwert es, auch die zu erreichen, die dem kirchlichen Leben fernstehen.

Deshalb kann man bis heute nicht behaupten, daß das "Pfarrblatt" mit seiner christlichen Botschaft das Herz einer säkularisierten Welt erreicht. Andererseits steht fest, daß die Leserschaft nicht identisch ist mit der Zahl der sonntäglichen Gottesdienstbesuchen. Manchmal bedeutet das Abonnement von "Kirche und Leben" für viele Leser symbolisch, daß sie sich - trotz geringer kirchlicher Praxis - doch noch mit der Kirche verbunden fühlen.

In diesem Sinne ist die Namensänderung des Blattes unmittelbar nach dem Konzil bahnbrechend gewesen. Nach dem Krieg wurde, wie bereits er-

wähnt, der Name "Stimme aus dem Vaterhaus" ersetzt durch "Kirchliches Leben". Dieser Titel deutete die Absicht der damaligen Redaktion an: Berichterstattung über das kirchliche Leben, ein Gedanke, der an das anschloß, was Michiel van der Plas einmal "das reiche römische Leben" nannte. Nach dem Zweiten Vatikanischen Konzil führte die Theologie der "Öffnung zur Welt" zur letzten Umbenennung des Pfarrblattes zu dem heutigen Titel "Kirche und Leben". Das Blatt will nicht nur über die Kirche in die Welt hinein berichten, sondern auch seine Leser über alles unterrichten, was sich in Kirche und Welt ereignet. Ein Name mit Programm!

Trotz der Tatsache, daß "Kirche und Leben" wohl kaum atheistische Humanisten erreicht, muß man doch feststellen, daß das Blatt einen besonderen Verkündigungsauftrag bei den "Rand"- und "Post-Christen" wahrnimmt. In diesem Sinne wirkt die Redaktion mit am großen Konzept der "Neu-Evangelisierung" ("Kirche und Leben" übersetzt dies mit "Von-neuem-evangelisieren"). Nach einer Periode der postkonziliaren Verwirrung, in der es für viele Christen schwer war, im öffentlichen Leben und im intellektuellen Streitgespräch einen eigenen Beitrag zu leisten, ist jetzt wieder Raum für ein offenes Bekenntnis "der Hoffnung, die in uns lebt".

Viel Schutt wurde beiseite geschaffen: Junge Menschen haben die beklemmenden Unfreiheiten des vorkonziliaren Zeitalters nicht mehr am eigenen Leib erfahren und stehen in mancher Hinsicht der "Frohen Botschaft des Evangeliums" unbefangener gegenüber als die Generation, die in der Kirche (noch) das Sagen hat und die durch Wunden und Frustrationen skeptischer oder zumindest unsicherer geworden ist. Das Hauptproblem, mit dem die Redaktion sich konfrontiert sieht, ist die Ambivalenz in der kirchlichen Gesellschaft selbst.

Die Aufgabe eines jeden, sicherlich eines jeden kirchlichen Journalisten, besteht darin, die Zeitfragen der Leser an die Öffentlichkeit zu bringen, selbst wenn diese denjenigen, die den Umschwung nach dem Konzil miterlebt haben, zu "negativ" oder zu "religiös" erscheinen. Die Kirche kann nur von neuem erfolgreich mit zeigerechten Antworten in die Öffentlichkeit treten als Einheit des Volkes Gottes mit seinen Hirten. "Kirche und Leben" möchte dies getreu widerspiegeln. Nur wenn es diese "Offenheit" gibt, gibt es auch eine Zukunft für eine kirchliche Presse in Flandern.

Jo Cornille, Antwerpen

MEDIENWISSENSCHAFTLICHE UND KÜNSTLERISCHE STUDIENANGEBOTE IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Ein Überblick¹

1. Medienwissenschaftliche Studiengänge

Legt man als Kriterien für die Etablierung einer wissenschaftlichen Disziplin ihre wissenschaftstheoretische und institutionelle Unabhängigkeit zugrunde, so existiert 'Medienwissenschaft' als eigenständiges wissenschaftliches Fach noch immer nicht an bundesdeutschen Hochschulen (an keiner bundesdeutschen Hochschule gibt es z. B. einen eigenen Fachbereich 'Medienwissenschaft'²). Wenn hier dennoch von medienwissenschaftlichen Studienangeboten die Rede ist, so sind damit vor allem jene überwiegend in den letzten drei Jahren neu eingeführten Studiengänge gemeint, in denen die Auseinandersetzung mit technischen Medien den zentralen Inhalt von Lehre und Forschung bildet.

Hochschulgebundene Journalistenausbildung und Studiengänge der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Bis zu Beginn der 80er Jahre fand die Beschäftigung mit Erscheinungsweisen der Medien und den von ihnen initiierten Kommunikationsprozessen vor allem im Rahmen der hochschulgebundenen Journalistenausbildung sowie in publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen statt. Formal lassen sich diese Studiengänge in vier Gruppen einteilen:

- die mit dem Diplom abschließenden Vollstudiengänge Journalistik (Universität München, Universität Dortmund und Universität Eichstätt);
- die ein abgeschlossenes Hochschulstudium voraussetzenden Journalistik-Aufbaustudiengänge (Universität Stuttgart-Hohenheim, Universität Mainz und Hochschule für Musik und Theater Hannover);
- die Journalistik-Nebenfachstudiengänge (Universität Hamburg, Universität Bamberg, Universität Gießen, Deutsche Sporthochschule Köln und Universität Trier);
- die in der Regel mit dem M.A. abschließenden Studiengänge der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (freie Universität Berlin, Universität Mainz, Universität München, Universität Münster, Universität Augsburg, Universität Bochum, Universität Göttingen und Universität Erlangen-Nürnberg).

Entsprechend ihrer Berufsfeldorientierung bilden die Journalistik-Voll- und Aufbaustudiengänge hauptsächlich (aber nicht ausschließlich) für Tätigkeiten in den tagesaktuellen Massenmedien aus. Wenn auch in den einzelnen Studiengängen unterschiedlich gewichtet, so nimmt doch bei ihnen die praxisorientierte Vermittlung von handwerklich-technischen Fertigkeiten einen besonderen Schwerpunkt ein. Daneben beinhaltet das Studium aber auch Lehrveranstaltungen u. a. zu Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft und -forschung sowie zu Medienrecht, -geschichte und -politik. Für die Zulassung

zum Journalistik-Vollstudium ist die Hospitation bei einer Medieninstitution oder das Voluntärspraktikum bei einem Zeitschriftenverlag obligatorisch.

Auch in den Journalistik-Nebenfach- und Teilzeitstudiengängen steht die Vermittlung journalistischer Fachkompetenz im Vordergrund. Die Ausbildung versteht sich aber eher als Spezialisierung einer von den Studenten/innen im Hauptstudium zu erwerbenden Qualifikation. So bildet z. B. die Sporthochschule Köln zum Sport-Fachjournalisten aus, und am Fachbereich Geschichtswissenschaften der Universität Gießen ist es möglich, als Studienschwerpunkt Fachjournalismus Geschichte zu wählen. Weniger berufsfeldorientiert, dagegen überwiegend auf die Vermittlung wissenschaftlicher Methoden und Theorien ausgerichtet, sind die Studiengänge der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Wo dennoch eine stärkere berufsvorbereitende Ausbildung angestrebt wird, wie z. B. in Münster, orientiert sich diese nicht nur am Beruf des Journalisten, sondern am gesamten Spektrum der Kommunikationsberufe (z. B. angewandte Kommunikationsforschung oder Öffentlichkeitsarbeit). So wird etwa in der entsprechenden Studienordnung der Universität Münster als Ziel des Studiengangs Kommunikationswissenschaft „die Ausbildung für eine selbstständige, theoretisch reflektierte Tätigkeit in einem Kommunikationsberuf“ genannt.

Theater-, Film- und Fernschwissenschaft

Um die Vermittlung eines umfassenden historisch-kritischen Verständnisses der Medien sind die Studiengänge der Theater-, Film- und Fernschwissenschaft (M.A.) an den Universitäten Köln und Bochum bemüht, zu denen 1982 das gleiche Studium als Nebenfachstudiengang an der Universität Frankfurt hinzugekommen ist³. Zentrale Inhalte dieser Studiengänge bilden die systematische Betrachtung von Drama, Theater, Film und Fernsehen, die Rezeption von Drama, Theater, Film und Fernsehen im geisteswissenschaftlichen und sozialen Kontext und die Dramen-, Theater-, Film- und Fernsehgeschichte. Darüberhinaus wird aber auch von den Studenten/innen die Aneignung medienpraktischer Kenntnisse, beispielsweise in der dramaturgischen und inszenatorischen Arbeit sowie in der Funktionsweise der Film- und Fernsehtechnik verlangt.

Medienpädagogische Zusatz- und Aufbaustudiengänge

Aufgrund der expansiven Medienentwicklung in den letzten Jahren und der damit einhergehenden, gesteigerten kulturellen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Relevanz der Medien kamen in den 80er Jahren neben den bisher erwähnten Studienangeboten neue hinzu, die aus ganz unterschiedlicher Perspektive den veränderten Bedingungen der Medienproduktion und -kommunikation Rechnung zu tragen versuchen.

So ist z. B. vor allem in Süddeutschland die erziehungswissenschaftliche und Lehramtsausbildung zwischen 1981 und 1986 um medienpädagogische und -didaktische Zusatz- und Aufbaustudiengänge erweitert worden. Studenten/innen können heute an der Universität Augsburg, der PH Neidelsberg, der PH Ludwigsburg, der PH Schwäbisch Gmünd und an der PH Karlsruhe in einem zweisemestrigen, studienbegleitenden Erweiterungsstudiengang (der ca. 20 Se-

mesterwochenstunden umfaßt) sich eine medienpädagogische Zusatzqualifikation erwerben. Desweiteren bieten die PH Freiburg und die Erziehungswissenschaftliche Hochschule Rheinland-Pfalz postgraduale, medienpädagogische Aufbaustudiengänge an. Beispielhaft Auskunft über das Ziel dieser Zusatz- und Aufbaustudiengänge gibt folgendes Zitat aus der entsprechenden Studien- und Prüfungsordnung der PH Ludwigsburg: „Durch das Erweiterungsstudium Medienpädagogik soll der Student in die Lage versetzt werden, im Unterricht und in außerschulischen Berufsfeldern Einsichten in die traditionellen und neuen Medien und ihre Wirkungsweisen zu vermitteln. Er soll auf der Grundlage verfassungsmäßig vorgegebener Wertmaßstäbe und Normen zu einer sachgerechten, kritischen und konstruktiven Diskussion der Medieninhalte befähigt werden. Außerdem soll er die verschiedenen Möglichkeiten eines produktiven Umgangs mit Techniken und Inhalten beherrschen“. Aus dieser Zielsetzung abgeleitet, werden in der gleichen Prüfungsordnung die vier zentralen Studieninhalte genannt: 1. Analyse und pädagogische Bewertung der aktuellen Mediensituation, 2. Kenntnis von Medientheorien und Möglichkeiten ihrer unterrichtlichen Umsetzung, 3. Fähigkeiten und Fertigkeiten im Gebrauch und in der Herstellung von Medien und 4. Lehren und Lernen mit Unterrichtsmedien.

Sozusagen im Gegenzug zum Ausbau medienpädagogischer Studienangebote in Süddeutschland ist 1990 an der Universität München ein Lehrstuhl für Medienpädagogik ersatzlos gestrichen worden.

Medienwissenschaftliche Aufbau- und Zusatzstudiengänge/Medienwissenschaft als Nebenfach

Aber nicht nur in erziehungswissenschaftlichen Fachbereichen ist die Notwendigkeit medienpraktischer und -wissenschaftlicher Zusatzqualifikationen erkannt und das Studienangebot entsprechend erweitert worden.

Zur Erlangung einer solchen können an der Universität Trier seit 1985 Studenten/innen eines sprach- oder literaturwissenschaftlichen Studiums das Begleitstudium (14 SWS) Medienkommunikation belegen.

Ein explizit 'medienwissenschaftliches' Aufbaustudium wird 1984 zum ersten Mal an einer deutschen Universität in Marburg angeboten. Nach Abschluß des viersemestrigen Studiums erhalten die Absolventen ein Zertifikat (eine Diplom-Prüfungsordnung liegt seit einigen Jahren dem HMWK zur Genehmigung vor). Seit 1984 ist es in Marburg ebenfalls möglich, 'Medienwissenschaft' als Nebenfach im M.A.-Studiengang 'Neuere deutsche Literatur und Medien' zu studieren. Ebenfalls im Rahmen des Magister-Studiums kann auch ab WS 1989/90 an der Universität Düsseldorf 'Medienwissenschaft' als Nebenfach studiert werden. Zum Ausbildungsziel dieses Studienfaches heißt es: „Das Studium will vorbereiten auf eine Tätigkeit in Institutionen, Verbänden und Betrieben, bei der die Organisation interner und externer Kommunikation und die Planung und Durchführung des Medieneinsatzes im Vordergrund stehen“ (aus der Studienordnung). Die Studieninhalte bilden die Schwerpunkte: Medien-, Zeichen- und Kommunikationstheorie; Medienproduktion und Medienanalyse; Medien und Gesellschaft, Mediengeschichte; Medien und Individuum sowie Medientechnik

und Kommunikationspraxis. Angeboten werden die Lehrveranstaltungen gemeinsam von allen Fachbereichen der Philosophischen Fakultät der Universität Düsseldorf.

In dem seit 1985 eingerichteten Magister-Studiengang 'Angewandte Kulturwissenschaften' an der Universität Lüneburg kann das Fach 'Medien und Öffentlichkeit' ebenfalls als Nebenfach belegt werden, und an der Universität Hildesheim bildet 'Medienwissenschaft' einen wichtigen Teilbereich im Studiengang 'Kulturpädagogik'.

Seit 1986 bietet die Technische Universität Berlin erprobungshalber einen Aufbaustudiengang zum „Diplom-Medienberater“ an, der sich hauptsächlich an Studenten der Ingenieurwissenschaften wendet und für einen Beruf qualifizieren will, dessen Tätigkeiten im Schnittpunkt von Technik, Medien und Kultur liegen (wie z. B. der des technischen Redakteurs).

Am Fachbereich Literatur- und Sprachwissenschaft der Universität Essen ist 1990 der mit einem Zertifikat abschließende Zusatzstudiengang 'Literaturvermittlung und Medienpraxis' eingerichtet worden. Der Studiengang reagiert auf die Praxisferne der traditionellen philologischen Hochschulausbildung und möchte seine Studenten näher an die Berufspraxis – wie z. B. die des Kulturjournalisten oder die des Verlagslektors – heranführen. Neben Kompetenzen zum Übersetzen fremdsprachiger Texte und der Befähigung zur schriftlichen Artikulation, möchte der Studiengang auch medienpraktische Fähigkeiten und Kenntnisse über die Geschichte und Organisation von Medieninstitutionen vermitteln.

Ganz explizit um die Vermittlung medienpraktischer Fertigkeiten für Geisteswissenschaftler geht es in dem viersemestrigen Aufbaustudiengang 'Medienwissenschaft – Medienpraxis' an der Universität Tübingen, der den Abschluß 'Dipl.-Medienpraktiker' vergibt. In einer Selbstdarstellung ist über diesen Studiengang zu lesen: „Nicht nur über Medien reden, sondern Texte schreiben, Filme machen, Beiträge produzieren. So lautet die Grundidee für den Aufbaustudiengang 'Medienwissenschaft – Medienpraxis'. Denn nur ein Ausbildungskonzept, das konsequent auf die Praxis ausgerichtet ist und das die Praxis von Anfang an in die Ausbildung einbezieht, kann die gestellte Aufgabe erfüllen und Studentinnen und Studenten mit einem geisteswissenschaftlichen Studienabschluß den Einstieg in einen Medienberuf erleichtern“. Entsprechend diesem Ausbildungsziel gliedern sich die Studieninhalte folgendermaßen: Medienproduktion/Medienpraxis (30 SWS), Medienforschung/Medienanalyse (24 SWS), Medientechnik/Medienorganisation (14 SWS) und Grundlagen der Medienwissenschaft (8 SWS)⁴.

Grundständige medienwissenschaftliche Studiengänge

Seit WS 1990/91 hat die Fachhochschule Furtwangen den in der Bundesrepublik bisher einmaligen Studiengang 'Medieninformatik' eingerichtet (Abschluß: 'Dipl.-Medieninformatiker'). Den Schwerpunkt des Studiums bildet die computergesteuerte Verknüpfung von Daten, Bildern, Tönen und Texten. Ge-

lehrt werden sollen gleichermaßen mathematisch-technische sowie gestalterisch-kreative Fähigkeiten. Als Berufsfelder für die Absolventen werden genannt: Werbeagenturen, Öffentlichkeitsabteilungen in Unternehmen, AV-Studios, Abteilungen für Büro und Telekommunikation sowie Multi-Media-Anwendungsprogrammierung⁵.

Ebenfalls seit dem WS 1990/91 ist an der Hochschule für Musik und Theater Hannover der Studiengang „Medienmanagement – Angewandte Medienwissenschaften“ (Abschluß: 'Dipl.-Medienwissenschaftler') eingerichtet worden, der sowohl als achtsemestriges Grundstudium als auch als viersemestriges Aufbaustudium belegt werden kann. Über die durch den Studiengang vermittelte Qualifikation ist in einer Selbstdarstellung zulesen: „'Medienmanagement' umfaßt die Konzeption, Planung, Organisation und Verwaltung öffentlicher Kommunikation und ihrer Medien auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse. Sammlung, Aufbereitung und Umsetzung dieser Erkenntnisse sind die zentralen Aufgaben akademisch ausgebildeter Mitarbeiter im Medienmanagement“. Als mögliche Berufsfelder der Absolventen werden genannt: Studien- und Projektleiter in der Medienmarktforschung, Studien- und Projektleiter in Medienforschungsabteilungen sowie Organisation, Management und Verwaltung in Medienbetrieben und Kommunikationsabteilungen.

Auch an der durch ihre medienwissenschaftliche Forschung bereits ausgewiesenen Universität Gesamthochschule Siegen⁶ wurde zum WS 1990/91 ein grundständiger, fünfjähriger Modell-Studiengang 'Medienplanung, -Entwicklung und Beratung' mit dem Abschluß 'Dipl.-Medienwirt' eingerichtet, der aus Mitteln des Bundes und Landes finanziert wird. Der Schwerpunkt dieser Ausbildung liegt auf der Qualifizierung der Studenten/innen für planungsbezogene Tätigkeiten im Bereich Printmedien und audiovisuelle Medien; ebenso wird ihre Befähigung zur Konzeption und Planung von Medienprodukten und -serien unter ökonomischen und ästhetischen Gesichtspunkten angestrebt. Zur Begründung dieser Zielsetzung heißt es: „Innovativ ist diese Zielsetzung in zweierlei Hinsicht: Zum einen unterscheidet die Betonung der Planungskompetenz und der *konzeptionellen Leistung bezogen auf die serielle Struktur* (wie Mehrteiler, Reihen, Folgen) diesen Studiengang von anderen eingeführten, die sich entweder auf die wissenschaftliche Analyse beschränken oder aber auf die Gestaltung des einzelnen Produktes richten. Zum anderen werden hier die ästhetische und die ökonomische Seite der Produktionsplanung zusammengeführt, die ansonsten auf unterschiedliche Studiengänge in verschiedenen Fachbereichen verteilt sind. Diese beiden innovativen Verschiebungen in der Zielsetzung entsprechen jedoch den erforderlichen beruflichen Qualifikationen voraussichtlich besser als die traditionellen Alternativen ...“⁷

Auch in den neuen Bundesländern sind vermutlich⁸ seit dem Wintersemester 1991/92 auch medienwissenschaftliche Studiengänge angeboten worden. So betreibt an der Universität Leipzig der früher in München lehrende Kommunikationswissenschaftler Karl Friedrich Reimers die Gründung eines Fachbereichs für Kommunikations- und Medienwissenschaften, der damit der erste seiner Art an einer deutschen Hochschule wäre. In diesem sollen die beiden Studiengänge Medienwissenschaft (M.A.) und Dipl.-Journalistik ange-

boten werden. Ebenso wurde an der Martin-Luther-Universität in Halle der Studiengang 'Angewandte Medienwissenschaft' in diesem Semester zum ersten Mal angeboten⁹.

Geplante medienwissenschaftliche Studiengänge

Neben den erwähnten und bereits eingerichteten Studiengängen befinden sich weitere in der Vorbereitung. So hat der Fachbereich Bibliothek und Information an der Fachhochschule Hamburg den Studiengang 'Mediendokumentation' (Abschluß: 'Dipl.-Mediendokumentator/in') beantragt. In Schleswig-Holstein werden Überlegungen angestellt, die Fachhochschule Kiel zur Kunsthochschule des Landes auszubauen. In diesem Zusammenhang wird derzeit auch die Einführung medienwissenschaftlicher Studiengänge diskutiert. Ebenfalls noch in der Planungsphase befindet sich am Fachbereich Sprach- und Literaturwissenschaft der Universität Gesamthochschule Paderborn die Einführung des Faches 'Medienwissenschaft' als Nebenfach der Magisterstudiengänge. Auch der Fachbereich Gestaltung an der Fachhochschule Aachen plant die Einführung eines entsprechenden Studienangebotes. Schon seit geraumer Zeit existieren an der Hochschule für Film und Fernsehen in München Überlegungen, dem Film- und Fernsehstudium ein medienwissenschaftliches Anschluß-/Aufbaustudium folgen zu lassen (Abschluß: M.A. oder Diplom).

2. Medienkünstlerische Studiengänge

Hochschulen für Film und Fernsehen

Die Hochschule für Film und Fernsehen in München und die Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin, mittlerweile beide schon ca. 20 Jahre alt, waren die ersten Ausbildungsmöglichkeiten in der BRD zum Erlernen des praktischen Umganges mit dem Medium Film. Die Ausbildung ist hier stark auf den Film hin ausgerichtet, obwohl in der neuesten Zeit auch hier, im Zuge der allgemeinen Medienentwicklung, Überlegungen angestellt werden, den Schwerpunkt der Ausbildung in Richtung Video und Computer zu verlagern. Hier werden aber z. Z. noch Studenten auf die traditionellen Filmberufe hin ausgebildet wie Regisseur, Kameramann, Cutter, Drehbuchautor etc.

Bedingt durch die jüngere politische Entwicklung ist nun auch die traditionsreiche Filmhochschule in Potsdam-Neubabelsberg hinzugekommen, welche ebenfalls eine Veränderung ihrer Ausbildungsmöglichkeiten in Richtung auf Fernsehen, Video und Computer anstrebt¹⁰.

Das Institut für Film, Theater und Musiktheater der Universität Hamburg bietet ab April 1992 unter der Leitung von Hark Bohm einen Aufbaustudiengang „Drehbuch und Regie für Spielfilm“ an. Abschließend ist noch auf die Neugründung der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg hinzuweisen, die ihren Betrieb im Herbst 1991 aufnahm. Ausgebildet werden hier Regisseure, Drehbuchautoren, Produzenten und Kameramänner sowohl in einem achtsemestrigen, grundständigen als auch in einem postgradualen (Weiterbildungs-) Studiengang mit außergewöhnlich großem Praxisanteil für die Arbeitsbereiche

Werbefilm, Industriefilm, wissenschaft. Film, Computeranimation, Musikfilm, Trickfilm.

Künstlerische Studienangebote Neue Medien

Von den 40 Studienmöglichkeiten, die Ingo Petzke in seiner Studie „Film und Video an Kunst-, Fach- und Gesamtschulen“ (hg. v. Bundesministerium f. Bildung u. Wissenschaft 1986) anführt, bleiben bei genauerer Betrachtung nicht viele ernst zu nehmende Ausbildungsangebote übrig. Wie Petzke anführt, steht ein Teil dieser Studienangebote nur auf dem Papier, andere sind personell und infrastrukturell so schlecht ausgestattet, daß von einem grundlegenden Studium nicht die Rede sein kann, und selbst die etablierten Studiengänge klagen über ungenügende finanzielle und technische Ausstattung. Auch scheinen die zuständigen Ministerien als auch viele Hochschulen die aktuelle Entwicklung zu verschlafen. Dies gilt besonders auch für Kunstakademien und künstlerische und gestalterische Fachbereiche, die in jenen Regionen liegen, welche bisher als Medienswerpunkte in der BRD galten (München, Berlin, Hamburg). Gerade bei den Neuen Medien scheinen sich überraschend schnell jene Hochschulen zu profilieren, die bisher abseits der kulturellen Zentren lagen (Braunschweig, Karlsruhe, Ludwigsburg, Hannover).

Nahezu übereinstimmend ist festzustellen, daß neueingeführte Medienstudiengänge meist nicht mehr nur von einem Fachbereich alleine, sondern interdisziplinär durchgeführt werden. Nicht zuletzt dürfte dies auch mit dem großen finanziellen Aufwand zusammenhängen, der für eine angemessene technische Ausstattung im Video- und Computerbereich notwendig ist. Medienzentren sind meist von mehreren Fachbereichen oder auch Hochschulen als GmbHs oder Institute organisiert.

Das älteste medienkünstlerische Studienangebot in der BRD besteht an der Kunstakademie Düsseldorf, wo seit Anfang der 70er Jahre mit der Berufung von Nam June Paik (auf eine Professur für Bildhauerei) die Möglichkeit der künstlerischen Auseinandersetzung mit dem Medium Video besteht. 1976 wurde hier eine Videowerkstatt als Zentrale Einrichtung für alle Studierenden der Akademie eingerichtet. Das Studium schließt mit einer künstlerischen Abschlußprüfung ab; es besteht die Möglichkeit der Ernennung zum Meisterschüler. In der Folgezeit wurden an zahlreichen Akademien in der BRD Videoklassen eingerichtet. In den letzten Jahren haben sich mehrere Hochschulen explizit in Richtung Neue Medien hin orientiert.

Die Gesamthochschulen in Essen und Wuppertal bieten beide etwa seit zwei Jahren einen integrierten Diplomstudiengang Kommunikationsdesign an. Hier werden in einem achtsemestrigen Studium die Studenten an die Lösung traditioneller Designaufgaben mit den neuen Technologien (Video, Computer) herangeführt.

Die neugegründete Kunsthochschule für Medien Köln hat seit Okt. 1990 einen Studiengang Audiovisuelle Medien eingerichtet. Die noch im Aufbau be-

findliche Hochschule bietet in der ersten Aufbauphase ab dem WS 90/91 einen Zusatz- und weiterqualifizierenden Studiengang an, der in einer zweiten Aufbauphase auch um ein Haupt- und Grundstudium (Diplom) erweitert werden soll (voraussichtl. ab 1995). Studienschwerpunkte sind Fernsehen/Film, Mediengestaltung und Medienkunst. Die KMH begreift sich als Hochschule für alle audiovisuellen Medien. Im Gegensatz zu den Film- und Fernsehhochschulen in Berlin und München kommt in Forschung und Lehre die künstlerische Auseinandersetzung mit der modernen Daten- und Informationstechnologie (mit dem Ziel ihrer kulturellen Integration) eine besondere Bedeutung zu. Beabsichtigt ist eine Ausbildung, die es den Studenten erlaubt, möglichst flexibel auf die wechselnden Anforderungen der Berufspraxis zu reagieren. Forschungsziel ist die Verknüpfung von Kunst, Gestaltung und Wissenschaft. Angeboten wird auch ab Januar 1992 ein internationales Studienprogramm, das mit dem „Master of Arts in Image Synthesis and Computeranimation“ (M.A.-ISCA) abschließt. Kooperiert wird hierbei mit folgenden Hochschulen: Middlesex Polytechnic (London), University of the Balearic Islands (Palma), Hogeschool voor de Kunsten (Utrecht) und dem Centre national de la Bande Dessinée et de l'Image (Angoulême). Die Studenten werden hierbei durch das Erasmus-Programm gefördert.

Das 1990 neu gegründete Institut für neue Medien an der Städelschule in Frankfurt (Dir. Peter Weibel) begreift sich zunächst noch als Ausbildungs-„Versuch“ mit den Studienschwerpunkten Medienkunst und -gestaltung (Computer, Video) und Medienwissenschaft, -geschichte und -theorie. Hier sollen Künstler und Studenten in postgradualen Studiengängen eine Weiterqualifizierung im Bereich elektronischer und digitaler Medien erhalten. Aufgabe des Institutes ist die Schaffung künstlerisch-technischer Berufe im Bereich Neue Medien (ein Indiz dafür, wie unkonkret dieses neue Berufsfeld noch ist). Es sollen Künstler ausgebildet werden, die mit den Problemen der telematischen Kultur vertraut sind. Ziel der Forschung ist „die interdisziplinäre Verbindung der Ebenen von technischem Fortschritt, sozialer Veränderung und künstlerischer (kultureller) Reflexion“. Neben der Ausbildungs- und Forschungstätigkeit des Institutes veranstaltet es regelmäßig Symposien und Fachtagungen, mit denen ein wichtiger Beitrag geliefert werden soll, zu einem, dem aktuellen Stand der von Technologie durchdrungenen Kultur angemessenen, öffentlichen Bewußtsein zu gelangen.

An der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig ist 1990 das aus der Filmklasse hervorgegangene Institut für Medienwissenschaft und Film (IMF) als Zentrale Einrichtung gegründet worden. Bereits 1986 wurde dort ebenfalls das Institut für Visualisierungsforschung und Computergrafik (IVC) gegründet. Die HBK-Braunschweig verfügt somit sowohl über eine sehr gute film- und videotechnische Ausstattung als auch über ein breit gefächertes Angebot an Computerausbildungsmöglichkeiten mit zahlreichen Schnittstellen von analogen und digitalen Bildverarbeitungssystemen. Der Medienausbildung wird hier im Gegensatz zu anderen Kunstakademien ein ausgesprochen hoher Stellenwert zuerkannt. Studienschwerpunkte sind: Film, Video, Fernsehen, Computergrafik, -animation, Medienwissenschaft, Kommunikationsforschung und Medienpädagogik. Neu hinzugekommen sind mittlerweile auch Multi Media und Holografie. In Diplomstudiengängen werden die Studienfächer Freie Kunst, Industrie-, Grafik Design angeboten. Ebenso ist es möglich, „Magister in Kunst

und Design“ und Kunstpädagogik als wissenschaftliche Studiengänge zu belegen (mit Promotion und Habilitation). Ein erwähnenswerter Aspekt scheint auch die Möglichkeit zu sein, daß Absolventen der künstlerischen Studienfächer eine Magisterprüfung machen können, ohne zusätzliche Leistungen im wissenschaftlichen Bereich erbracht zu haben (gleichzeitig besteht natürlich ein grundständiger, rein wissenschaftlicher Magisterstudiengang).

Alle oben beschriebenen Studienangebote befinden sich nach eigenen Angaben im Versuchs-, Aufbau- oder Erprobungsstadium.

Geplante Medienhochschulen

Momentan befinden sich folgende Medienhochschulen in der Planung: zum einen das Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe und eine noch nicht näher benannte Medienakademie in Hannover.

In Karlsruhe sind Diplomstudiengänge in den Fächern Produkt Design, Grafik Design, Medienkunst, Bühnenbild, Ausstellungsdesign und Kunstwissenschaft/Enviroment (MA) geplant. Mögliche Arbeitsbereiche sind: 1. Bild (Computeranimation, Holografie, Video), 2. Musik (Digitale Klangsynthese, Elektroakustische Aufführungen u. ä.), 3. Medien für den Bürger (Öffentlichkeitsarbeit, Ausstellungen; Offene Werkstätten, Medienmuseum). Lehr- und Forschungsziel des Zentrums ist die Verbindung der klassischen Künste mit der modernen Medientechnologie (man sieht sich in der Tradition von Bauhaus und HFG-Ulm). Vor dem Hintergrund einer durch die Anwendung der Medientechnologie bestimmten künstlerischen Avantgarde, sollen die verschiedenen „Expertenkulturen“ integriert und zusammengefaßt werden.

In Hannover plant ein kooperativer Verbund von Hochschule für Musik und Theater, FH und Universität die Gründung einer „Medienakademie Hannover“ (in der Organisationsform einer GmbH), an der interdisziplinäre Medienstudienangebote eingerichtet werden sollen. Über das mögliche Ausbildungsprofil dieser Einrichtung ist in einem Papier aus dem Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur zu lesen (10.12.1990): „Nach dem Urteil der Sachverständigen aus der Medienbranche hat sich keine der bisherigen Gründungsinitiativen (z. B. Köln und Karlsruhe) angemessen mit der Verknüpfung der künstlerischen Ausdrucksmöglichkeiten der neuen Medientechnologie mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Medienproduktion auseinandergesetzt. Die spezifische Chance für die Einrichtung neuer medienbezogener Studienangebote in Hannover besteht in eben dieser Verknüpfung von künstlerischen, medientechnologischen und wirtschaftlichen Kompetenzen in Anlehnung an die sich herausbildenden Berufsbilder der Medienpraxis“. Ähnlich wie in Karlsruhe der Bereich „Medien für den Bürger“ soll der Medienakademie ein Medienhaus angegliedert werden, welches den Künstlern und Absolventen als kostengünstige Produktionsstätte (ähnlich wie z. B. das Filmbüro Hamburg) zur Verfügung steht. Diese beiden für Konzeptionen von Medienzentren in der BRD bisher wohl einzigartigen Aspekte sind auf Initiativen der jeweiligen Städte zurückzuführen, die sich von der Öffnung der institutionalisierten Medienbereiche eine kulturelle Belebung ihrer Region versprechen.

Private Medienschulen

Zusätzlich zu den öffentlich-rechtlich organisierten Medienhochschulen treten in allerneuester Zeit auch private auf wirtschaftlicher Basis aufgebaute Medienschulen hinzu, die in ihren Lehrinhalten sehr stark auf kommerzielle Anwendbarkeit hauptsächlich im elektronischen Unterhaltungsbereich hin ausgerichtet sind.

Burkhard Hofmann, Kassel

Anmerkungen:

- 1 Der vorliegende Bericht basiert auf der Grundlage einer Anfrage bei ca. 80 Hochschulen. In ihr wurde um Auskunft zu medienwissenschaftlichen Studiengängen und deren Berufsfeldorientierung ebenso gebeten, wie um Angaben über die personelle und technische Ausstattung dieser Studiengänge und den weiteren Berufsweg ihrer Absolventen.
Desweiteren wurde auf folgende Literatur zurückgegriffen:
 - Hochschul-Rektoren-Konferenz (Hg.), Verzeichnis über Studienmöglichkeiten und Zulassungsbeschränkungen für Studienanfänger an den Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland 1991/92 (St. 15.07.1991).
 - Petzke, Ingo; Film und Video an Kunst-, Fach- und Gesamthochschulen. Eine komparative Studie zur Ausbildungssituation in der BRD, Bonn 1986.
 - Hochschule für Bildende Künste Braunschweig u. a. (Hg.), Medien in Forschung und Lehre an Niedersächsischen Hochschulen und Institutionen, Braunschweig 1986.
 - Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (Hg.); Film und Fernsehen in Forschung und Lehre, Braunschweig 1990.
 - Kinder- und Jugendfilmzentrum (Hg.), Video-Szene, Remscheid 1991.
 - Breunig, Christian (Hg.), Studienführer Publizistik, Journalistik, Kommunikation, München 1989.
 - Weichler, Kurt; Arbeitsfeld Medien. Der Schlüssel zu den kommunikativen Berufen, Hamburg 1988.
 - Weischenberg, Siegfried (Hg.), Journalismus und Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienberufe, Opladen 1990.
 - Jahrgänge 1990 und 1991 der Zeitschriften: Der Journalist, epd-Film, film-dienst, Filmecho, Medien-Bulletin, Medien praktisch, Medium und Zeitungs-Dokumentation Bildungswesen.
- 2 Soweit uns bekannt ist, befindet sich allerdings an der Universität Leipzig ein entsprechender Fachbereich in der Gründungsphase.
- 3 Die eher historisch-theoretische Orientierung dieser Studiengänge hat allerdings zur Folge, daß die Berufsperspektiven ihrer Absolventen äußerst gering sind.
- 4 Im Produktionsbereich Hörfunk und Video/Fernsehen verfügt die Medienabteilung der Universität Tübingen über eine umfassende technische Ausstattung von professionellem Zuschnitt sowie über einen gehobenen Ansprüchen gerecht werdenden Computer-Pool.
- 5 Auch die den Studenten/innen zur Verfügung stehende technische Ausstattung dürfte in der Bundesrepublik nahezu einmalig sein: „Im AV-Medienzentrum mit mehreren Ton- und Videostudios sowie dem Studio für Computergrafik und -animation steht die Produktion audiovisueller Medien im Mittelpunkt. Studenten erhalten hier Einblick in die modernste Digitaltechnik bei der Video- und Audioproduktion. In einem weiteren Gebäude sind die Medienlabors untergebracht: Hier finden sich die Labors für Publishing und Präsentation, für Interaktive Medien und Multi-Media sowie für Büro- und Telekommunikation. Gearbeitet wird mit MS-DOS Computern, Macintosh, NeXT- sowie grafischen 'High-End' UNIX-Workstations. Die Studios/La-

bors sind vernetzt und haben Zugang zu externen Kommunikationsdiensten“ (Info-Broschüre, FH Furtwangen). Weitere Investitionen (in Höhe von 7 Mio. DM) für das AV-Studio, ein Telekom-Labor, Computergrafik und interaktive Medien sind geplant bzw. schon getätigt.

- 6 Seit 1986 ist dort der DFG-Sonderforschungsbereich 240 „Geschichte, Ästhetik und Pragmatik der Bildschirmmedien in der Bundesrepublik Deutschland“ angesiedelt.
- 7 Diese Begründung des Studiengang-Profiles enthält sehr deutlich zwei Argumentationsweisen, die exemplarisch für die bisher beschriebenen, neu eingerichteten medienwissenschaftlichen Studienangebote sind. Zu ihrer Legitimation beziehen sie sich zum einen auf den gegenwärtigen Stand oder die antizipierte Entwicklung der Medienlandschaft, um die daraus abzuleitenden, veränderten Berufsqualifikationen zum Ausbildungsziel des einzuführenden Studienangebotes zu machen. Zum anderen setzt man das eigene Studienangebot mit bereits an anderen Hochschulen bestehenden mit der Absicht in Beziehung, aus den dadurch erkennbar werdenden Defiziten das Innovationspotential für den neu einzurichtenden Studiengang zu gewinnen.
- 8 Genauere Angaben können leider nicht gemacht haben, da unsere Anfrage bei den angeschriebenen Universitäten bisher ohne Antwort geblieben ist.
- 9 Dies zumindest wurde in einem Artikel der „Neuen Zeit“ vom 07.04.1991 berichtet.
- 10 Seit 1988 kann man auch die Film- und Fernsehschule Bozen hinzuzählen, die in diesem Jahr vor dem Hintergrund der Öffnung des europäischen Binnenmarktes 1992 auch Studenten/innen aus der Bundesrepublik zulässt. Voraussetzung für das Studium sind allerdings sehr gute Kenntnisse sowohl der italienischen als auch der deutschen Sprache.

NORDAMERIKA

USA

Im US-Fernsehen kommt die *religiöse Dimension* im Alltagsleben der Amerikaner kaum vor. Dies hat die Amerikanische Familien-Vereinigung (AFV) in einer Untersuchung herausgefunden. Der Vorsitzende der Organisation, der methodistische Pfarrer Donald Wildmon, sprach von einer "Zensur" der Fernsehmacher, die alles Religiöse ausblendeten oder lächerlich machten, obwohl es zum normalen Leben der meisten Bürger gehöre. Die Studie von Kommunikationswissenschaftlern und Psychologen untersuchte 100 Unterhaltungsprogramme in der Hauptsendezeit.

LATEINAMERIKA

DOMINIKANISCHE REPUBLIK

Der Präsident der Dominikanischen Republik, Joaquin Balaguer, hat einen *katholischen Sender in seinem Land schließen lassen*, der hauptsächlich in das Nachbarland Haiti ausstrahlte. Der 85jährige Balaguer hatte nach Informationen aus kirchlichen Kreisen in der Karibik das Verbot bereits mit Wirkung zum 15. Februar 1992 angeordnet, weil der Sender in kreolischer Sprache die Sache des gestürzten Präsidenten des Nachbarlandes, Jean-Bertrand Aristide, unterstützte. Balaguer hat sich mehrfach kritisch über Aristide geäußert. In Haiti selbst sind seit dem Sturz des demokratisch gewählten Staatsoberhauptes mehrere Radiostationen zum Schweigen gebracht und zahlreiche Journalisten verhaftet oder getötet worden.

MEXIKO

Die katholische Kirche nutzt die neuen Spielräume der Religionsfreiheit in der mexikanischen Verfas-

sung *zum Aufbau eigener Medien* und zur Stellungnahme zu politischen Themen. In der Millionenstadt Monterrey im mexikanischen Bundesstaat Nueva Leon wurde in einem Festakt die erste größere katholische Zeitschrift des Landes gegründet. Das Blatt trägt den Namen "Proyeccion 2.000" (Plan 2.000) und soll nach den Worten des Erzbischofs von Monterrey, Adolfo Suarez Rivera, den Anspruch der Kirche auf Mitwirkung in den Massenmedien des Landes betonen.

VENEZUELA

In Lateinamerika wurden im vergangenen Jahr *25 Journalisten ermordet*. Davon seien zehn Morde in Kolumbien und sieben in Peru geschehen, erklärte die Internationale Journalistenföderation in Caracas.

AFRIKA

ÄGYPTEN

In Kairo ist ein neues Magazin in arabischer Sprache mit dem Titel "*Al Khrma*" (Die Weinrebe) erschienen. Es wird gemeinsam herausgegeben von der orthodoxen Kirche der Kopten, der katholischen und den evangelikalischen Kirchen.

GHANA

Die Regierung von Ghana hat das jahrelange Verbot der Zeitung "*Catholic Standard*" aufgehoben. Das von der Bischofskonferenz des Landes herausgegebene Blatt hatte 1985 auf behördliche Anordnung sein Erscheinen einstellen müssen, weil es die Regierung kritisiert hatte. Wiederholt hatten die Bischöfe gegen das Verbot protestiert.

ZAIRE

Die katholische Jugendbewegung Constellation gibt in Zaire seit September 1991 die Zeitschrift "*Constel tribune*" wieder heraus. Unter dem selben Namen erschien eine Zeitschrift bis 1973. Sie wurde damals zusammen mit anderen Zeitschriften von der Regierung verboten.

SAMBIA

Das katholische Sekretariat Sambias hat in der Hauptstadt Lusaka die "*Yatsani-Studios*" für Audio- und Videoproduktionen eingerichtet. Es ist das erste Mal, daß damit am Ort produzierte Programme vom nationalen Fernsehen Sambias übertragen werden können. Die Produktionen behandeln pastorale, erzieherische und Entwicklungs-Themen.

ASIEN

INDIEN

Der Erzbischof von Kalkutta, Henry D'Souza, hat als Herausgeber der ältesten katholischen Zeitung in Indien, dem 1893 gegründeten Herald, den *Chefredakteur Pater C.M.B. Paul* SDB entlassen, nachdem dieser einen Artikel über die Laien veröffentlicht hat, der nicht die Billigung des Erzbischofs fand. Sein Vorgänger, der Jesuitenpater Horac Rosario, war vor drei Jahren nach 32jähriger Tätigkeit für die Zeitung ebenfalls vom Erzbischof entlassen worden. Die säkulare Tageszeitung "India today" bezeichnet diesen Vorgang als "einen Versuch", die katholische Presse zu gängeln.

Der südasiatische religiöse *Nachrichtendienst SAR-News* hat seine Büros von Delhi nach Bombay verlegt. Der Pressedienst besteht seit 1919.

23 junge Journalisten des Netzwerkes der UCIP, die aus 22 Ländern aller Kontinente kamen, haben 30 Tage lang an der "*Winter-Universität 1991*" der UCIP teilgenommen. Die Tagung begann in Bombay und schloß eine 10-tägige Reise nach Pakistan ein. In Kalkutta wurden die Teilnehmer von Mutter Theresa empfangen.

JAPAN

Die vier Evangelien sind in Japan erstmals auf einer "*Compact Disc*" (CD) gespeichert erschienen. Wie die Japanische Bibelgesellschaft mitteilte, wurde als Grundlage für diese weltweit einzigartige Form der Verbreitung der Heiligen Schrift der Text aus der von protestantischen und katholischen Wissenschaftlern 1987 gemeinsam erstellten japanischen Übersetzung gewählt. Die CD wird dabei als computerlesbares Speichermedium für Daten genutzt. Die neue Bibelübersetzung war bereits in gedruckter Form ein ungewöhnlicher Verkaufsschlager in dem ostasiatischen Land: In fünf Jahren wurden knapp eine Million Bibeln verkauft.

THAILAND

Das Hauptbüro des Nachrichtendienstes *UCA-News* ist von Hongkong nach Bangkok verlegt worden. Ein Teil der Mitarbeiter der Agentur verbleibt jedoch in Hongkong.

EUROPA

BELGIEN

Unter dem Namen "*Ökumenische Neuigkeiten*" ist in Belgien die erste Nummer einer neuen Zeitschrift erschienen. Das Vierteljahresblatt wird gemeinsam von der römisch-katholischen, der anglikanischen, der

vereinigten protestantischen und der orthodoxen Kirche Belgiens getragen und in französischer sowie in niederländischer Sprache herausgegeben. Hervorgegangen ist die neue Zeitschrift aus einem in Lüttich erscheinenden ökumenischen Informationsblatt und den 1989 eingestellten niederländischen "Ökumenischen Nachrichten".

CSFR

In Mähren entsteht ein katholischer *Kirchensender*. Auf Initiative der Brünner Diözese wurde in der mährischen Hauptstadt die Stiftung "Radio Proglas" gegründet. Dabei handelt es sich um einen neuen katholischen Rundfunksender, der mit Unterstützung anderer mährischer und böhmischer Diözesen entstehen soll. Das Rundfunkstudio wird in Brünn beheimatet sein. Gleichzeitig wird eine Filiale für die Erzdiözese Olmütz in Hostyn errichtet.

DEUTSCHLAND

Die geplanten Gebührenanhebungen im Postzeitungsdienst werden von der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP) abgelehnt. Die beabsichtigte Strukturveränderung, mit der die Post bis 1997 eine vollständige Kostendeckung in diesem Bereich erlangen wolle, gefährde die im Grundgesetz garantierte Pressevielfalt in hohem Maße, heißt es in einer AKP-Erklärung. Der Postzeitungsdienst sei geschaffen worden, um durch eine günstige Versandform jedermann jederzeit den uneingeschränkten Zugang zu Presseprodukten zu ermöglichen. Mit dem Postzeitungsdienst trage der Staat seinen Teil zur Sicherung der Pressevielfalt bei. Die geplanten Gebührenanhebungen, die nach Schätzungen der AKP bis zu 240 Prozent betragen sollen, könnten von den Zeitschriften der katholischen

Verlage nicht auf die Bezieher abgewälzt werden.

Der Vorstand des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik hat beschlossen, den *Studien-gang Öffentlichkeitsarbeit* mit Wirkung vom 1. Januar 1992 an in ein Regelangebot zu überführen. Der Studiengang wurde als Pilotprojekt vom Medienfonds der EKD gefördert und richtet sich als zweijähriges Fernlernangebot an kirchliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich für eine Tätigkeit im Bereich Presse-, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit qualifizieren wollen.

Das "BDKJ-Journal" erscheint seit Januar 1992 in Düsseldorf als Informationsdienst der Bundesstelle des Bundes der Deutschen Katholischen Jugend. Mit verbessertem Konzept löst das "Journal" nach 45 Jahren den bisherigen 14tägigen Informationsdienst (I-Dienst) des BDKJ-Bundesvorstandes ab. Das "Journal" kommt nur noch einmal im Monat, der Seitenumfang entspricht dem von zwei bisherigen I-Diensten.

"Publik Forum", 14tägig erscheinende "Zeitung für kritische Christen", bestand im Januar 1992 20 Jahre. Die erste Ausgabe des Blattes erschien im Januar 1972, nachdem im Herbst 1970 die deutschen Bischöfe die Finanzierung der 1968 gegründeten Wochenzeitung "Publik" aus kirchlichen Mitteln gestoppt und damit das Ende dieser Schrift besiegelt hatten. Daraufhin gründete sich eine "Leserinitiative Publik". "Publik-Forum" finanziert sich nach Angaben des Verlages bis heute allein aus Geldern der Leserschaft. Die verkaufte Auflage des überwiegend im Abonnement vertriebenen Blattes liegt nach Angaben der Redaktion derzeit bei 28.700.

Die Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse (AKP), das Heinrich-Jansen-Cron-Werk und das Bundespresseamt haben einen "*Nord-Süd-Freundschafts-Preis*" für junge Journalisten aus Afrika, Asien, Lateinamerika und Ozeanien ausgeschrieben. Ziel dieses Journalistenpreises ist es, Freundschaft, Gerechtigkeit und Solidarität zwischen den Völkern der nördlichen und der südlichen Welt Hälfte zu stärken. Die drei Hauptpreisträger erhalten ein Diplom und werden unter anderem im Herbst 1992 zu einer zehntägigen Informationsreise nach Deutschland eingeladen.

Eine umfangreiche *Informationsschrift über die katholische Kirche in Mecklenburg* ist in Osnabrück erschienen. Herausgeber sind das Bischöfliche Generalvikariat, der Priester- und der Pastoralrat der Diözese, zu der das Bischöfliche Amt Schwerin kirchenrechtlich gehört. Die mehr als hundert Seiten umfassende Schrift informiert unter anderem über die Geschichte der katholischen Kirche in Mecklenburg, die Seelsorge sowie über katholische Gruppen und Verbände. Außerdem werden Begegnungen zwischen Katholiken aus dem West- und aus dem Ostteil des Bistums geschildert.

Der erste *Ausbildungskurs für Journalisten* der Katholischen Medien-Akademie (KMA) in den neuen Bundesländern begann im Februar 1992 in Leipzig. Wie der Studienleiter des Kurses, Pater Gerhard Eberts, mitteilte, nehmen an der vom Arbeitsamt geförderten Umschulung 17 katholische, evangelische und konfessionslose Frauen und Männer aus Ostdeutschland teil. Bei dem einjährigen Lehrgang wechseln sich vier mehrwöchige Kompaktseminare in Leipzig und Hospitanzen bei verschiedenen

Tageszeitungen ab, erklärte Eberts. Organisation und Referentenauswahl sind in Zusammenarbeit mit dem Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (München) und dem katholischen St. Benno-Verlag (Leipzig) vorgenommen worden. Für die Schulung hat die KMA eigens eine Außenstelle in Leipzig eingerichtet.

Mit "*Lesekoffern*" will die "Stiftung Lesen" Jugendliche über Fremdenfeindlichkeit aufklären. Die ersten zehn Koffer mit Büchern über Ausländer in Deutschland und fremde Kulturen überreichte die in Mainz ansässige Stiftung im März 1992 dem Ausländerbeauftragten der Stadt Weimar. Sie sollen an Schulen und Jugendeinrichtungen in Thüringen ausgeliehen werden. Einen zweiten Satz der Bücherpakete werde die Ausländerbeauftragte von Rheinland-Pfalz erhalten.

Die *Herder-Buchgemeinde* feierte im April 1992 ihr 40jähriges Bestehen. Dem Freiburger Buchklub gehören nach eigenen Angaben rund 60.000 Leser an. Schwerpunkt des Buchprogramms ist Literatur zu Glaubens- und Lebensfragen. Die Herder-Buchgemeinde gibt die vierteljährlich erscheinende Mitgliederzeitschrift "Lesen und hören" heraus, die ihren Lesern eine Auswahl von mehr als 700 Titeln präsentiert, die zu Vorzugspreisen bestellt werden können. Außerdem bietet der Buchklub "Lebenshilfe-Seminare" zur Bewältigung des Alltags an.

Winfried Henze, Wolfgang Lechner, David Elmer und Ursula Kals wurden mit dem *Katholischen Journalistenpreis 1992* ausgezeichnet. Wie die Jury mitteilte, wurde der mit 16.000 Mark dotierte Hauptpreis auf zwei eingereichte Beiträge aufgeteilt. Henze wurde für seinen Artikel "Der

Rausch der Conquistadoren und der Traum vom Friedensreich" ausgezeichnet, der in der Kirchenzeitung für das Bistum Hildesheim erschienen ist. Die beiden anderen Preisträger sind Wolfgang Lechner und der in der Schweiz lebende Fotograf David Elmer, die für ihre im Zeit-Magazin erschienene Reportage "Die Kinder von Bethlehem" geehrt werden. Der mit 4.000 Mark dotierte Preis für junge Autoren wurde Frau Kals für ihren Beitrag "Ich habe Sehnsucht nach Luft und Lachen" zuerkannt. Diese Reportage über das Anne-Frank-Museum in Amsterdam wurde in der Kirchenzeitung für das Bistum Aachen abgedruckt. Eine lobende Erwähnung sprach die Jury für die "Weltbild"-Serie "Sagen Sie mal, Herr Abt..." von Albert Herchenbach und Roland Krabbe aus. Nach Angaben der Jury waren insgesamt 82 Arbeiten eingereicht worden, darunter zwei Fernseh- und 16 Hörfunkbeiträge.

Die katholische "St. Benno Buch- und Zeitschriftenverlagsgesellschaft mbH" hat ihre *erste Buchhandlung* in den neuen Bundesländern eröffnet. In der "St. Benno Dombuchhandlung" in Erfurt wird auf 200 Quadratmetern ein Vollsortiment angeboten, wobei Religion, Theologie und religiöse Kunst einen Schwerpunkt bilden.

In der Sparte "Spielserien und Mehrteiler" wurde die von der katholischen Fernsehproduktionsgesellschaft Tellux-Film in München für den Bayerischen Rundfunk produzierte Serie "Löwengrube" mit dem *Grimme-Preis* in Gold ausgezeichnet. Für die Produktion wurden der Autor der Serie, Willy Purucker, ihr Regisseur Rainer Wolffhardt, die Hauptdarstellerin Christine Neubauer und der Haupt-

darsteller Jörg Hube geehrt. Die Reihe schildert den Lebensweg der Familie Grandauer von 1897 bis in die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg.

ENGLAND

Als Teil der Überprüfung ihrer Ressourcen plant die BBC, verschiedene *Programmteile aus London heraus* zu verlagern. Großer Streit entstand dabei wegen der Entscheidung, die Abteilung "Religion" von BBC-TV bis April 1993 von London nach Manchester umziehen zu lassen. Die Verlagerung der Abteilung "Religion" nach Manchester wird als Mindereinstufung dieses Programmbereichs verstanden. Es gab, bevor die Umzugspläne verkündet wurden, keine Gespräche mit den Kirchen. Der katholische Erzbischof von Westminster, Kardinal Hume, der anglikanische Erzbischof von Canterbury und der Großrabbiner von England haben einmütig ihre Besorgnis über die Auswirkungen dieser Maßnahme für die religiösen Sendungen der BBC geäußert. Es wird vermutet, daß auch die kirchlichen Hörfunkprogramme der BBC aus London heraus verlagert werden.

FRANKREICH

Seinen *Fastenbirtenbrief* hat der Bischof von Angers, Jean Orchamp, seinen Gläubigen als Video-Kassette angeboten. Unter dem Motto "Jesus kennt euch!" lädt der Bischof im ersten Teil anhand von Kunstwerken zur Bibel dazu ein, Jesus zu entdecken. Im zweiten Teil berichten Christen von heute, Erwachsene und Kinder, was Jesus für sie bedeutet.

Weltweit sind nach Angaben der französischen Presseorganisation Reporters Sans Frontières (RSF - Reporter ohne Grenzen) derzeit *108 Journalisten in Haft*, davon ein Vier-

tel in der Volksrepublik China. In einer Übersicht zum Jahresende 1991 schlüsselte RSF auf, daß von den 108 inhaftierten Journalisten 26 in China, neun in Israel und jeweils acht im Irak und in Syrien sowie auf den Malediven einsäßen. Zu den Ländern, die immer noch strenge Einschränkungen der Pressefreiheit praktizierten, gehörten Saudi-Arabien, Libyen, Syrien, Nordkorea, Kuba und Dschibuti.

ITALIEN

Auf Videokassetten können die Italiener in mehreren Folgen Filme über die unterschiedlichsten Aspekte des Lebens und Wirkens von Papst Johannes Paul II. erwerben und auf dem heimischen Bildschirm ansehen. Als typisch italienische Form der medien-gerechten Vermarktung erscheint die Papst-Biographie in wöchentlichen Fortsetzungen; die Videobänder und die dazugehörigen Zeitschriften sind an zahlreichen Kiosken in ganz Italien erhältlich. Der Mailänder Verlag Fab-bri teilte mit, es gebe bisher noch keine Pläne, eine deutsche Ausgabe herauszubringen. In Italien sind 60 Nummern der Zeitschrift sowie zehn Videokassetten über das Pontifikat von Johannes Paul II. geplant. Autor ist der italienische christdemokratische Europaabgeordnete und Fernsehjournalist Alberto Micheli.

Erstmals haben die Abteilungen für Kommunikation und Medien der Päpstlichen Universität Gregoriana und der Päpstlichen Universität Salesiana in Rom gemeinsam eine *Praxis-Woche* mit dem Thema "Audiovisuelle Gruppenmedien für religiöse Erziehung und kirchliche Bildungsarbeit" durchgeführt. An dem Seminar, das im Februar 1992 stattgefunden hat, nahmen 60 Studenten und drei Beobachter aus insgesamt 22 Ländern

aller Kontinente teil. Es handelte sich um Weltpriester, Ordensleute und Laien, die bereits einen abgeschlossenen Studiengang nachweisen konnten und sich nunmehr einer dreijährigen Spezialausbildung unterziehen, um als Kommunikatoren und Medienfachleute im kirchlichen Medienbereich tätig zu werden.

LITAUEN

"Aggressives Verhalten" von Sekten und einen *schleppend verlaufenden Wiederaufbau* kirchlicher Dienste in Litauen hat der Weihbischof von Kaunas, der Jesuit Sigitas Tamkevicius, beklagt. Der Geistliche erklärte, nach 50 Jahren staatlich verordnetem Atheismus stünden viele Menschen auch nach dem Sturz des kommunistischen Systems der Religion gleichgültig gegenüber. Probleme habe die katholische Kirche vor allem mit dem Priestermangel. Zudem fehlten weiter Laien für den Religionsunterricht. Papiermangel und gestiegene Lohnkosten erschwerten den Aufbau einer katholischen Presse.

NIEDERLANDE

In dem niederländischen Bistum Haarlem soll demnächst aus Protest gegen die Bistumszeitung "Samen Kerk" ein *Konkurrenzblatt* erscheinen, das mehr die offizielle Lehre der Kirche vertritt. So soll etwa der Ortsbischof eine monatliche Kolumne in dem unter dem Titel "De Apostel" geplanten Kirchenblatt erhalten. Der Chefredakteur in spe, van den Aardweg-Hissink, wirft der bestehenden Diözesenzeitung vor, sie vertrete nur "subjektive Meinungen" und werde von einem Großteil der Leser nicht mehr angenommen. "De Apostel" soll sich zunächst aus Spenden und später durch den Abonnementspreis finanzieren können.

POLEN

Eine *katholische Presseagentur für Polen* soll mit finanzieller Starthilfe der US-Bischöfe ermöglicht und nach dem Vorbild von Catholic News Service (CNS) aufgebaut werden. Sie soll nicht parteiisch, aber vollständig und fair über die Aktivitäten der Kirche berichten. Die Agentur soll von einem Laien geleitet werden und unabhängig, aber verbunden mit der kirchlichen Hierarchie arbeiten. Über ganz Polen soll ein Korrespondentennetz aufgebaut werden; die Zentrale soll von Warschau aus die gut drei Dutzend katholischen Presseorgane sowie die über 200 säkularen Presseorgane im Land beliefern. Nachrichten, Berichte von Korrespondenten, Reportagen und Artikel aus Polen, aber auch - durch Nutzung von CNS-Material - aus dem Ausland sollen verbreitet werden.

Das polnische Parlament, der Sejm, lehnte im Oktober 1991 das *Projekt eines neuen Rundfunkgesetzes* ab, nachdem es vorher vom Senat um die Bemerkung ergänzt worden war, der öffentlich-rechtliche Rundfunk soll "in seinem Programm die universalen Prinzipien der Ethik in Verbindung mit dem christlichen Wertsystem respektieren". Das Fehlen eines neuen Rundfunkgesetzes hemmt die Lizenzvergabe an neue kommerzielle Programmanbieter. Nur einige kommerzielle Anbieter verfügen heute über eine befristete Sendungserlaubnis. Es liegen zur Zeit 120 Anträge von potenziellen Fernsehprogramm-Anbietern und etwa 800 von Hörfunkprogramm-Anbietern vor. Bisher wurden lediglich 12 Programmlicenzen an katholische Anbieter verteilt, denn in Zukunft sollen in 12 Diözesen katholische Hörfunkprogramme gesendet werden. Das geschah aufgrund des Gesetzes über die Beziehungen zwi-

schen dem Staat und der katholischen Kirche vom 17. Mai 1989. So gibt es u.a. das Radio "AS" in Stettin, das "Radio Maria" in Thorn und "Radio Legnica" in Liegnitz.

Im Dezember 1991 wurde in Tschenstochau der *"Katholische Journalistenverband"* gegründet. An der Wahlversammlung nahm Bischof Adam Lepa teil, der Vorsitzende der Kommission des Polnischen Episkopats für die Angelegenheit der Medien. Dieser Verband will sich um die Mitgliedschaft in der Weltunion der Katholischen Presse (UCIP) bewerben. Zum Vorsitzenden wurde Maciej Letowski von der katholischen Wochenzeitung "Lad" (Warschau) gewählt. Die Wahlversammlung verabschiedete eine Erklärung, in der über die "beunruhigenden Erscheinungen in den Medien der sozialen Kommunikation" und über die "Bedrohung" der katholischen Presse durch die säkulare Presse in Polen die Rede ist.

UNGARN

In der südungarischen Stadt Pecs (Fünfkirchen) ist eine ökumenisch-ungarisch-christliche *Medienstiftung* "Quelle" gegründet worden. Dies berichtet das ungarische katholische Wochenblatt "Uj Ember" ("Der neue Mensch"). Die Medienstiftung verfolge das Ziel, die christlichen moralischen Werte und die Botschaft der Heiligen Schrift in audiovisueller Form an das breite Publikum der sich erneuernden ungarischen Gesellschaft zu vermitteln, schreibt das Blatt. Die Stiftung wolle mit allen christlichen Kirchen eng zusammenarbeiten und deren Fachleute zu Rate ziehen. Zu dem Kuratorium gehören u.a. der ungarische reformierte Bischof Elemer Kocsis und der Rektor der katholischen theologischen Fakultät von Fünfkirchen, Endre Ban.

VATIKAN

Im Vatikan ist am 17. März 1992 eine neue *Medien-Pastoralinstruktion "Aetatis novae"* veröffentlicht worden. Der Präsident der Päpstlichen Medienkommission, Erzbischof J.P. Foley, bezeichnete das Dokument als "Supplementum" zur Pastoralinstruktion "Communio et progressio" und als ein "Arbeitsinstrument" für praktische Maßnahmen im Bereich der "Kommunikation als Weg zur Gemeinschaft". Im Anhang werden "Richtlinien für die Ausarbeitung von Pastoralplänen" gegeben.

Papst Johannes Paul II. hat eine wahrheitsgetreue Darstellung der katholischen Kirche in den Massenmedien als wichtige Herausforderung für die Kirche bezeichnet. Die *kreative Nutzung der Medien* sei nicht nur für ein tieferes Verständnis des Glaubens bei den Christen wichtig, sondern auch für die Evangelisierung der Nichtglaubenden, sagte der Papst vor den Mitgliedern der Vollversammlung des Päpstlichen Medienrates im März 1992. Auch müsse die Kirche vor allem die Christen zu einem "intelligenten Gebrauch" der Massenmedien erziehen. Zugleich würdigte Johannes Paul II. das vom Medienrat veröffentlichte Dokument "Aetatis novae" als "reif und ausführliche Reflexion" über die kirchlichen Möglichkeiten im Bereich der Medien. Insbesondere unterstützte er die Forderung des Papiers, daß über die Erstellung von lokalen Medien-Pastoralplänen hinaus die Kommunikation Teil jedes seelsorgerischen Plans sein müsse. Notwendig sei auch die Ausbildung junger Leute zu Medienfachleuten, die nicht nur technische Kenntnisse hätten, sondern auch "spirituelle und intellektuelle Experten" seien.

Papst Johannes Paul II. hat eine stärkere Präsenz der Kirche in den

Massenmedien gefordert und an alle katholischen Organisationen appelliert, in diesem Sinne enger zusammenzuarbeiten. In seinem *Schreiben zum Welttag der sozialen Kommunikationsmittel*, der am 31. Mai begangen wird, bekräftigt Johannes Paul II. das "Recht und die Pflicht" der Kirche, die Botschaft Christi allen Menschen zugänglich zu machen. Auch müßten die Kommunikationsmittel den Glauben und das christliche Leben wahrheitsgemäß widerspiegeln.

Die Medien führen in der katholischen Kirche nach Ansicht von Kurienkardinal Andrzej Maria Deskur immer noch ein "*Aschenbrödel-dasein*". Dies sei zu bedauern, sagte Deskur in einem Interview mit der KNA in Rom. Der Kardinal erklärte, grundsätzlich befürworte er eine Bischofssynode zum Thema Massenmedien wie auch die Zulassung von Journalisten zu den Bischofssynoden. Allerdings schränkte er ein, daß eine eventuelle Teilnahme der Presse an den Synoden die Bischöfe vielleicht daran hindern könnte, "so frei zu sprechen, wie sie eigentlich gern wollten".

PERSONALIEN

Alessandro Banfi, bislang Vize-Direktor der italienischen katholischen Wochenzeitschrift "Il Sabato", ist neuer Chefredakteur der Zeitschrift, die der Bewegung "Comunione e liberazione" nahesteht. Er ist damit Nachfolger von Paolo Liguori, der die Leitung des Blattes 1989 übernommen hatte und im März 1992 in Rom seinen Rücktritt bekanntgab.

Kardinal Andrea Maria Deskur, aus Polen stammender emeritierter Vorsitzender der Päpstlichen Medienkommission, ist von der Päpstlichen Theologischen Akademie in Kra-

kau mit dem Ehrendoktor der Theologie ausgezeichnet worden.

Andre Heiderscheid, Direktor der in Luxemburg erscheinenden Tageszeitung "Luxemburger Wort", ist der "Europäische Preis für die Schreibende Presse 1991" zuerkannt worden. Kanonikus Heiderscheid wurde die vom Europäischen Ehrensenat verliehene Auszeichnung Anfang Februar 1992 bei einer Sitzung des Senats in Antwerpen überreicht.

Reinhard Hentschel, Studentenfarrer und Bischofsvikar in Magdeburg, ist neuer Leiter der Presse- und Medienstelle im Bischöflichen Amt Magdeburg. Gleichzeitig hat ihn Bischof Leopold Nowak zum Beauftragten des Bischöflichen Amtes für Rundfunk und Fernsehen beim Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) Landesfunkhaus Magdeburg ernannt.

Robert Himmrich, zuletzt Mitarbeiter in der Fernseh-Kirchenredaktion des Südwestfunks Baden-Baden, übernahm am 1. April 1992 die Chefredaktion der deutschsprachigen Wochenausgabe der Vatikan-Zeitung "L'Osservatore Romano". Er tritt die Nachfolge von Karlheinz Schuh an, der eine neue Aufgabe in Deutschland übernimmt.

Marion Krüger, Ressortleiterin für den Bistumsteil der Bamberger Kirchenzeitung, hat im Frühjahr 1992 die Leitung des "Heinrichsblatts" übernommen. Sie ist in der Geschichte der deutschen Bistumspresse die erste Chefredakteurin.

Carl-Heinz Pierk, seit 1968 Redakteur der "Deutschen Tagespost" und seit 1986 zur Chefredaktion gehörend, wird neuer Chefredakteur des Blattes. Pierk ist in diesem Amt Nach-

folger von Harald Vocke, der 1981 von der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" zunächst als Chefkorrespondent zur "Deutschen Tagespost" kam und 1986 als Nachfolger von Ferdinand Römer deren Chefredakteur wurde. Vocke scheidet aus Altersgründen aus, bleibt dem Blatt aber als Verlagsleiter und einer der Geschäftsführer des Verlages Johann Wilhelm Naumann verbunden.

Max Rößler, katholischer Publizist und Priester, ist im Februar 1992 im Alter von 81 Jahren in seiner Heimatstadt Würzburg gestorben. Von 1952 bis 1954 war Rößler Hauptschriftleiter des wieder zugelassenen "Fränkischen Volksblattes" in Würzburg. Danach übernahm er bis 1968 das Amt des Rundfunk- und Fernsehbeauftragten der bayerischen Bischöfe.

Walter Schaffelhofer, Geschäftsführer und Verlagsleiter der in Wien erscheinenden katholischen Wochenzeitung "Die Furchen", ist seit dem 1. März 1992 neuer Generalsekretär des Verbandes Österreichischer Zeitungsherausgeber und Zeitungsverleger (VÖZ). Die Nachfolge Schaffelhofers als Geschäftsführer der Wochenzeitung übernimmt zunächst Bernhard Sassmann, der Sohn des Generaldirektors des Grazer "Styria"-Verlages, Hanns Sassmann.

Eugen Schwarz, bisher Chefredakteur der in Augsburg erscheinenden Zeitschrift "Weltbild", wechselt Mitte 1992 zum in München ansässigen Burda-Verlag. Er tritt nach eigenen Angaben als Ressortchef "Deutsche Politik" und gleichzeitig als stellvertretender Chefredakteur in die Redaktion eines noch in der Entwicklung befindlichen neuen Wochenmagazins des Burda-Verlages ein.

Schwarz war seit 1983 Chefredakteur der 14tägig erscheinenden Zeitschrift "Weltbild".

Dr. Konrad Simons, Aachen, wurde vom französischen Kulturminister Jack Lang zum "Chevalier de l'Ordre des Arts et des Lettres" ernannt. Simons erhielt die Auszeichnung "für Kunst und Literatur" u.a. für seine Buchtitel "Die älteste Tochter" über die deutsch-französische Publizistentreffen, "Freunde" über Klub-Jumelagen und "Der spielende Mensch" über Jugendaustausch sowie für Tätigkeiten in UCIP-Gremien.

Norbert Simon, Leiter des Berliner Verlags Duncker und Humbolt, ist von Papst Johannes Paul II. mit dem Komturkreuz des Gregoriusordens geehrt worden. In dem fast 200 Jahre alten Verlag erscheinen u.a. die Reihen "Soziale Orientierung - Veröffentlichungen der wissenschaftlichen Kommission der Katholischen Sozialwissenschaftlichen Zentralstelle Mönchengladbach" und "Sozialwissenschaftliche Abhandlungen der Görres-Gesellschaft" sowie das "Handbuch des Staatskirchenrechts" und eine Sammlung "Konkordate und Kirchenverträge in der BRD".

German Vogelsang, Geschäftsführender Verleger der Zeitung "Der neue Tag" in Weiden, ist von Papst Johannes Paul II. mit dem Gregoriusorden ausgezeichnet worden. Der Redaktionsleiter des "Neuen Tag", Gustav Kaiser, und der Redakteur, Franz Witt, erhielten den päpstlichen Silvesterorden.

Heinrich Wurstbauer, langjähriger Chefredakteur des "Regensburger Bistumsblattes", vollendete am 21. Januar 1992 sein 65. Lebensjahr und trat in den Ruhestand. Zu seinem

Nachfolger bestellte Bischof Manfred Müller den bisherigen stellvertretenden Chefredakteur, *Klaus Christian Reiter*.