

Helmut Rolfs

Zu diesem Heft

Mit dem Heft 1/1997 beginnt der 30. Jahrgang von *Communicatio Socialis*. Wir haben dieses Datum zum Anlaß genommen, unseren Lesern *Communicatio Socialis* in einer veränderten Heftgestaltung zu präsentieren. In der Redaktion, mit dem Verlag und mit den Herausgebern haben wir lange über die neue Heftgestaltung diskutiert. Bekanntlich läßt sich über Geschmacksfragen endlos streiten. Das haben auch unsere internen Diskussionen gezeigt. Wir hoffen dennoch, daß wir unseren Lesern mit diesem Heft zugleich eine ‚verbesserte‘ Form der Heftgestaltung vorlegen können.

Der erste Beitrag von *Alexander Mereien* und *Andreas Hörmann* über ‚Säkularisierung und Kirchenwerbung‘ greift eine Fragestellung auf, die bereits im Mittelpunkt des Heftes 3/1995 gestanden hat. Daß die öffentliche Bedeutung der Kirchen in unserer Gesellschaft kontinuierlich abnimmt, ist eine Tatsache. Immer häufiger versuchen die Kirchen auf diesen Säkularisierungstrend mit Werbekampagnen zu reagieren. Vor diesem Hintergrund fragen die Autoren, ob kirchliche Werbemaßnahmen theologisch und publizistisch überhaupt sinnvoll sind.

Im zweiten Beitrag dieses Heftes stellt *Bernhard Pörksen* in der Form eines ‚Wissenschaftsinterviews‘ die Einsichten und Ansichten von *Siegfried J. Schmidt* vor, der zu den wichtigsten konstruktivistischen Autoren und Stichwortgebern der Gegenwart gehört.

Im Berichtsteil informiert *Antonius Liedhegener* über die Ergebnisse einer gemeinsamen Tagung der katholischen Akademie Schwerte, der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und der Medienwerkstatt des Bildungswerkes der Erzdiözese Köln zum Thema „Katholische Filmarbeit in Deutschland seit den Anfängen des Films“ vom 19./20. Juni 1996.

Bernhard Mathieu erläutert, warum nach 50 Jahren die Aachener Volkszeitung in Aachener Zeitung umbenannt wurde und welche programmatischen Gründe für den Verzicht auf den bisherigen Untertitel ‚Demokratisch, Christlich, Unabhängig‘ maßgeblich waren.

Michael Albus analysiert die Bedeutung von Familienserien im Fernsehen und macht darauf aufmerksam, daß sich in diesen Serien eine Art ‚Medienreligion‘ herausbildet, die sich allerdings nicht mehr im herkömmlichen Sinne kirchlich artikuliert.

Der Berichtsteil wird abgeschlossen mit der Zusammenfassung eines Beitrags aus der Vierteljahresschrift ‚Communication Research Trends‘

des ‚Center for the Study of Communication and Culture‘ an der St. Louis Universität (USA) zur Frage nach Qualität in Fernsehprogrammen.

Die US-amerikanische Bischofskonferenz hat im November 1996 Richtlinien für die Fernsehübertragung von Gottesdiensten erlassen, die im Anschluß an den Berichtsteil dokumentiert werden.

Auf einer Konferenz in Tagaytay City auf den Philippinen im Juli 1996 haben Verantwortliche für soziale Kommunikation der asiatischen Bischofskonferenz ein kirchliches Medienprogramm für Asien skizziert. *Communicatio Socialis* dokumentiert die von den Konferenzteilnehmern beschlossenen zehn Punkte dieses Medienprogramms.