

Helmuth Rolfs

## Zu diesem Heft

Angesichts stetig sinkender Mitgliedszahlen in den offiziellen Kirchen und eines gleichzeitig wachsenden Interesses an religiösen Themen wird in der westlichen Gesellschaft der Trend zu autonomer Sinnsuche – auch über massenmediale Angebote – immer größer. Im Horizont dieser Feststellung erläutert *Marianne Skarics* in ihrem Aufsatz „Popularkino als Ersatzkirche? Überlegungen zur partiellen Funktionsäquivalenz von Kirche und Kino“ ihre These, nach der vor allem der Popularfilm unverkennbar Funktionen traditioneller Religionen übernimmt und in unserer Gesellschaft damit gewissermaßen als eine Art Substitut fungiert. Die Autorin ist der Auffassung, dass die Kirchen ihre kritisch-negative Haltung zum Hollywood-Mainstream-Film überdenken sollten, da in den Erzählungen dieser populären Filme die Sehnsucht der Menschen nach Antworten auf so genannte letzte Fragen angesprochen würde, die in der Verkündigung der Kirchen als solche kaum berücksichtigt werde.

*Stefan Weber* vertritt in seinem Aufsatz „Optionen einer konstruktivistischen Medienethik angesichts des aktuellen Trash-Fernsehens“ die Meinung, dass das neuerdings wieder erwachte Interesse an Medienethik ursächlich mit einer fortschreitenden Trivialisierung der Massenmedien, und hier allen voran des Fernsehens zusammenhängt. Für den medienethischen Diskurs schlägt er vor, die Medienangebote mit einer „konstruktivistischen Brille“ als Entzauberungsprogramm für die Medienrezeption zu lesen. Seine Überlegungen münden in der Forderung, Konstruktivismus und kritische Theorie zu einer neuartigen Medienethik zu verschränken. Allerdings schätzt er die Chancen dieses Programms auch zu realisieren, in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft nicht sehr hoch ein.

Sämtliche Berichte dieses Heftes lassen sich schwerpunktmäßig dem Thema der journalistischen Aus- und Weiterbildung zuordnen. *Gabriele Goberbauer-Marchner* skizziert „Anforderungen an die journalistische Weiterbildung“ angesichts rasanter Veränderungen im gesamten Medienbereich. Was heute noch als Norm gilt, kann sich, so die Autorin, morgen schon als veraltet erweisen.

Auch kirchlich getragene Programme zur Journalistenausbildung müssen sich dieser Herausforderung stellen. Zwei Institutionen kirchlicher Journalistenausbildung aus dem deutschsprachigen Bereich werden in den beiden nachfolgenden Berichten kurz vorgestellt: das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) aus Deutschland und die Katholische Medien Akademie (KMA) aus Österreich. Der gegenwärtige

Leiter des ifp, *Roger Gerhardy*, stellt die grundlegenden Ausbildungsziele des ifp unter den Leitgedanken „Als faire Partner im Wettstreit der Ideen“. *Paul Hefelle* erläutert das Ausbildungsprogramm der KMA, das unter dem selbst gewählten Motto steht „Wir machen aus Talenten Profis“. Beide Institutionen können inzwischen auf eine beachtliche Zahl von Absolventen zurückblicken. Die meisten von ihnen arbeiten in verschiedenen Medienbereichen und nicht wenige haben eine beachtliche Berufskarriere vorzuweisen.

Ein „Ehemaliger“ des ifp, *Hanspeter Oschwald*, bis vor kurzem noch Ressortleiter Ausland des Magazins FOCUS und jetzt stellvertretender Chefredakteur des neu gegründeten Frauenmagazins VIVIAN, erzählt von seinen Erfahrungen als katholisch geprägter Journalist und charakterisiert seine spezifisch journalistische Berufsidentität in diesem Zusammenhang durch den Satz „Verkündigen wollte ich nie“.

Zwei weitere Berichte lenken den Blick nach Mittel- und Osteuropa. *Andrea Sofie Jannusch* berichtet über die nach dem Zusammenbruch des Kommunismus sich entwickelnden journalistischen Ausbildungsinstitutionen in Polen, in der Tschechischen Republik und in Baronowici in Belarus. *Laszlo Lukacs* erörtert die spezifischen Erfahrungen und Probleme kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit in Ungarn und steckt damit gleichzeitig einen Rahmen ab, an dem sich journalistische Aus- und Weiterbildungsprogramme der ungarischen Kirche kritisch orientieren müssten.

Der den Berichtsteil abschließende Artikel von *Steffen W. Hillebrecht* über „Nachwuchsförderung für kaufmännische Führungskräfte in kirchlichen Medienunternehmen“ ergänzt den bisherigen Themenschwerpunkt der Berichte, insofern er die Notwendigkeit aufzeigt, neben der journalistischen Aus- und Weiterbildung auch für die Anwärter und Anwärterinnen von Managementpositionen in kirchlichen Medienunternehmen qualifizierte Ausbildungsangebote vorzuhalten. Wie ein solches Angebot aussieht, schildert Hillebrecht am Beispiel des MDG-Trainee-programms.

*Papst Johannes Paul II.* hat am 1. März 2002 vor der Vollversammlung des Päpstlichen Rates für die Sozialen Kommunikationsmittel eine Ansprache gehalten, die in diesem Heft dokumentiert wird. Auch die Rede, die *Kardinal Karl Lehmann* anlässlich der Verleihung des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises am 13. März 2002 in Mainz gehalten hat, ist in diesem Heft nachzulesen.