

Das Verhältnis der Kirche zu den Medien sowie ihre Position in der Öffentlichkeit ist, wie *Kardinal Karl Lehmann* in seinem Aufsatz „Kirche im öffentlichen Raum. Ihre Gegenwart in den säkularen Medien und in der Kirchenpresse“ ausführt, von zwei Polen bestimmt: einmal von einer allgemeinen Präsenz in den säkularen Medien und zum anderen durch die Präsenz in den kirchlichen Medien. Diese durchaus unterschiedlichen Formen kirchlicher Präsenz dürfen weder als Alternative noch als Konkurrenz begriffen werden. Auf diesem Hintergrund formuliert Lehmann eine Reihe von Anforderungen, die besonders für die Katholische Presse gelten müssen. Sie muss eine sachlich wie fachlich unbestechliche Arbeit leisten, aus dem Glauben Mut zur geistigen Orientierung bieten, Katholizität mit Integrationsfähigkeit verbinden, in allem die missionarische Dimension des Glaubens vergegenwärtigen, und sie muss auf die verschiedenen Zuständigkeiten der unterschiedlichen Kommunikationsebenen achten.

Dass die Kirche sich in unserer Zeit auch des modernen Marketinginstrumentariums bedient, also Werbung und Imagepflege in der Öffentlichkeit betreibt, zeigt *Steffen W. Hillebrecht* an vielen Beispielen in seinem Aufsatz „Das Jahrzehnt der kirchlichen Werbung - Was ist geblieben? Eine Bestandsaufnahme zu neuen Formen der Zielgruppenansprache.“ Ob der Einsatz von Marketinginstrumenten für kirchliches Handeln in der Öffentlichkeit wirklich sinnvoll und zielführend ist, das ist kirchlich nach wie vor umstritten, auch wenn, wie Hillebrecht zeigt, diese einst heftig diskutierte Frage gegenwärtig längst ihre Schärfe verloren hat.

Was lesen eigentlich Pfarrer, Vikare oder andere hauptamtliche, kirchliche Mitarbeiter, woher nehmen sie ihre Informationen über kirchliche Vorgänge, wo liegen ihre Interessensschwerpunkte? Eine verlässliche, durch empirische Forschungen abgestützte Antwort auf diese Frage gibt es nicht. Einen Antworthinweis aber (der hoffentlich nicht repräsentativ für die gesamte Gruppe der Geistlichen sowie pastoralen Mitarbeiter ist!) gibt *Reimar Kremer* mit seiner Untersuchung „Vikare und kirchliche Medien“ zum Leseverhalten von Pfarramtskandidaten einer evangelischen Landeskirche. Danach spiegelt sich die mit Beginn des Vikariats erlebte „kleine kirchliche Welt“ auch in der Mediennutzung der Vikare wider. An der Kirche interessiert die jungen Geistlichen vor allem das, was sich im Umfeld des eigenen Kirchtums abspielt.

Die moderne Medien- und Informationsgesellschaft unserer Tage ist der Kontext der vorausgegangenen drei Aufsätze. Vor welche Herausfor-

derungen journalistisches Arbeiten gestellt ist, wenn es gilt, den christlichen Glauben auch unter diktatorischen Bedingungen öffentlich und mutig zu bekennen, zeigt eindrucksvoll der Aufsatz von *Hajo Goertz* „Es kommt darauf an, nicht die Wahrheit zu vergewaltigen“. Nikolaus Gross als Journalist – Ein moderner Märtyrer“. Goertz beschreibt das journalistische Wirken von Nikolaus Gross, eines Bergmanns, Gewerkschaftssekretärs und Redakteurs, der aufgrund seiner Teilnahme am Kölner Widerstandskreis vor den Volksgerichtshof Roland Freislers kam und daraufhin am 23. Januar 1945 in Berlin Plötzensee hingerichtet wurde. Nikolaus Gross war von 1927–1938 Schriftleiter der Verbandszeitschrift der KAB.

In einer kurzen Notiz am Ende (S. 259) des Heftes 2 wurde ein Bericht über die Veränderung der kirchlichen Medienarbeit in Österreich für dieses Heft angekündigt. *Michael Schmolke* berichtet in seinem Beitrag „Daten und Texte zur Reduzierung der kirchlichen Medienarbeit in Österreich und zum Ende von ‚Multimedia‘“ über diese Veränderungen und dokumentiert dabei wichtige kirchenamtliche Beschlüsse und Maßnahmen, mit denen der Rückzug kirchlicher Medienarbeit in Österreich eingeleitet und vorangetrieben wurden. In weiteren Berichten informieren *Hans Kuhn Schädler* über die Kirchenpresse (650.000 Abonnements für ca. 2,5 Millionen Katholiken) in der deutschsprachigen Schweiz und *Benedict Assorow* über die katholische Medienarbeit in Ghana.

*Communicatio Socialis* dokumentiert die Ansprache von *Papst Johannes Paul II.* „Herausforderungen der ‚Medienkultur‘ bewältigen“ vom 16. März 2001 an die Teilnehmer der Vollversammlung des Päpstlichen Rats für die sozialen Kommunikationsmittel.

Am 1. Juni 2001 verstarb unerwartet Hermann Boverter, der auch für unsere Zeitschrift verschiedentlich Beiträge verfasst hat. *Ferdinand Oertel* würdigt in einem Nachruf Hermann Boverter als streitbaren Publizisten und Humanisten.