

Communicatio Socialis

Zeitschrift für Medienethik und
Kommunikation in Kirche und Gesellschaft

Gegründet von Franz-Josef Eilers SVD,
Karl R. Höller und Michael Schmolke

Herausgegeben von Klaus-Dieter Altmeppen,
Andreas Büsch und Alexander Filipović

48. Jahrgang 2015 • Heft 3

Inhaltsverzeichnis

Werbung, Ethik & Religion

<i>Annika Franzetti</i> Facetten ethischer Diskurse zur Werbung (Vorwort)	247
<i>Guido Zurstiege</i> Sittenbild der Konsumgesellschaft. Ethik der Werbung in Zeiten der freiwilligen Aufgabe unserer Grundrechte	250
<i>Nina Köberer</i> Pubertierende Siftung Warentest. Von Jugendlichen für Jugendliche: Ein medienethischer Blick auf Haul-Videos	265
<i>Irene Raster / Alexander Godulla</i> Religiöse Motive in der Werbung. Eine Längsschnittanalyse von Werbeanzeigen im Magazin „Der Spiegel“ (2009–2013)	276

Kommunikation in Kirche und Gesellschaft

<i>Felix Krebber / Markus Wiesenbergs</i> Die Grenzen der Beteiligung. Durch einflussreichen Dialog zu mehr Akzeptanz der katholischen Kirche	289
---	-----

Serie: Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik

<i>Alexander Filipovic</i> Moral und Ethik (Teil 1)	316
--	-----

Katastrophen-Berichterstattung

Bernhard Rude

Unglücksopfer sind keine Personen der Zeitgeschichte.

Zur Spruchpraxis des Deutschen Presserates nach dem Germanwings-Absturz 322

Joachim Frank

Schelte für den Boten der schlechten Nachricht. Gedanken eines Journalisten

zur Debatte über die Berichterstattung zum Germanwings-Absturz. 335

Bildethik

Christian Ströder / Nikolaus Jackob

Gewaltbilder in den Medien: Vertretbar oder verwerflich? Argumentation

in der Wissenschaft, unter Journalisten und beim Deutschen Presserat 338

Medienethik

Alexander Filipovic

Das Netz als sozialer Raum. Kommunikation und Gemeinschaft

im digitalen Zeitalter – ein ethisches Impulspapier der

Evangelischen Kirche in Bayern 350

40 Jahre MDG

Klaus-Dieter Altmeppen

Nachrichten aus dem mächtigsten Tal der Welt. Ein Medienforum diskutiert

den digitalen Wandel beim Geburtstag der Medien-Dienstleistung GmbH. 354

Wilfried Günther

Wir brauchen eine Spiritualität im Netz. Gestalt, Ziele und Zukunft

der Medien-Dienstleistung GmbH. 358

Literatur-Rundschau

Johanna Haberer/Friedrich Kraft (Hg.): Kompendium Christliche Publizistik

(Michael Schmolke). 366

Margreth Lünenborg/Tanja Maier: Gender Media Studies (Renate Hackel-de Latour). . 368

Joachim Westerbarkey: Geheimnisse (Alexander Godulla). 369

Thomas Großmann: Fernsehen, Revolution und das Ende der DDR

(Stefan Piasecki). 371

Abstracts (english) 374

Vorschau 376