

Communicatio Socialis

Internationale Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft

Gegründet von Franz-Josef Eilers SVD,
Karl R. Höller und Michael Schmolke
Herausgegeben von Walter Hömberg,
Michael Schmolke und Ute Stenert
40. Jahrgang 2007 • Heft 1

Inhalt

Essay

Walter Hömberg
Der Journalismus der Zukunft. Ein Blick zurück nach vorn 3

Aufsätze

Victor Henle
Im Netz der neuen Medienakteure. Kabelgesellschaften, Satelliten-
betreiber und Suchmaschinenanbieter positionieren sich auf dem
Medienmarkt 11

Gisela Friedrichsen
Die Täter, die Opfer und die Öffentlichkeit. Erfahrungen einer
Gerichtsreporterin 23

Standpunkt

Michael Schmolke
Ein Kölner Ereignis 35

Berichte

Eckart Klaus Roloff
60 Jahre „Rheinischer Merkur“. Eine Wochenzeitung zwischen
Wandel und beständigen Werten 38

Nicole Stroth
Die modernen Hermeneutiker der Wahrheit. Junge Journalisten
diskutieren über „Das Heilige als Nachricht“ 50

Ulrich Fischer
Kontakte sind wie Bargeld. Eindrücke vom ersten weltweiten
Kongress katholischer Fernsehsender 55

Dokumentation

Conclusions of the World Congress of Catholic Television	58
Katholische Filmpreise 2006	65
Katholischer Medienpreis 2006	71
Katholischer Kinder- und Jugendbuchpreis 2006	73
Nachruf	
Hans-Heiner Boelte	
Erinnerung an einen Medienbischof. Zum Tod von	
Hermann Josef Spital	75
Chronik	
Literatur-Rundschau	
Otto Kallscheuer: Die Wissenschaft vom lieben Gott. Eine Theologie	
für Recht- und Andersgläubige, Agnostiker und Atheisten (<i>Hubert</i>	
<i>Feichtlbauer</i>)	85
Thomas H. Böhm: Religion durch Medien – Kirche in den Medien	
und die „Medienreligion“. Eine problemorientierte Analyse und	
Leitlinien einer theologischen Hermeneutik (<i>Michael Schmolke</i>) .	87
Cla Reto Famos: Kirche zwischen Auftrag und Bedürfnis. Ein	
Beitrag zur ökonomischen Reflexionsperspektive in der	
Praktischen Theologie (<i>Steffen Hillebrecht</i>)	89
Dietrich Schwarzkopf: Zwischen Anspruch und Akzeptanz. Der	
öffentlicht-rechtliche Rundfunk im Wandel (<i>Ernst Elitz</i>)	90
Markus Behmer/Bettina Hasselbring (Hg.): Radiotage, Fernseh-	
jahre. Interdisziplinäre Studien zur Rundfunkgeschichte	
nach 1945 (<i>Dietrich Schwarzkopf</i>)	92
Stephan A. Weichert: Die Krise als Medienereignis. Über den	
11. September im deutschen Fernsehen (<i>Heinz Bonfadelli</i>)	94
Matthias Kussin: Public Relations als Funktion moderner	
Organisation. Soziologische Analysen (<i>Roland Burkart</i>)	96
Abstracts	
Autorinnen und Autoren dieses Heftes	
Impressum	
	101
	102