

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	78
--------------------------	----

Literatur-Rundschau

Otto Kallscheuer: Die Wissenschaft vom lieben Gott. Eine Theologie für Recht- und Andersgläubige, Agnostiker und Atheisten (<i>Hubert 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 öffentlich-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	98
Autorinnen und Autoren dieses Heftes	101
Impressum	102