

Communicatio Socialis

Internationale Zeitschrift für Kommunikation
in Religion, Kirche und Gesellschaft

in Verbindung mit
Michael Schmolke und Karl R. Höller
herausgegeben von
FRANZ-JOSEF EILERS SVD

30. Jahrgang 1997 • Heft 4

Inhalt

Zu diesem Heft 345

Artikel

Martina Höhns
Kirche, Europäische Union und Medienpolitik 347

Tamás Szabó
Rundfunk, Politik und das neue Mediengesetz in Ungarn 362

Bernhard Pörksen
„Wir können von der Wirklichkeit nur wissen, was sie nicht
ist!“ Im Gespräch mit Paul Watzlawick 383

Berichte

László Lukács
Zwischen Euphorie und Realität. Die Medien in der katholischen
Kirche Osteuropas von 1990 bis 2000 400

Alois Hartmann
Nicht stehenbleiben - weitergehen. Zur Lage und Weiter-
entwicklung der Katholischen Internationalen Presse-Agentur
(KIPA) 408

Thomas N. Lorscheid
A Focus on the Catholic Press. Catholic News Service (CNS)
in the United States 413

Hans Siemons
Ein katholischer Bücherriese macht Furore. Weltbild-Verlag:
Branchenführer im Buchversandhandel 420

Franz-Josef Eilers Kirche und Öffentlichkeit in Asien. Erstes „FABC Institute for Social Communication“ (Biscom)	424
Henk Hoekstra/Marjeet Verbeek Medien - Moralität - Moralische Bildung. Das Projekt Audio- visuelle Sprache - Audiovisuelle Kultur	427
Jörg Hammann Kirche und Privatfunk: Spannende Trends. Podiumsdiskussion auf den Münchener Medientagen 1997	434
Reinhold Jacobi Die Neuorganisation der Katholischen Rundfunkarbeit Deutschlands (KRD)	436
Dokumentation	
Satzung für die Arbeitsgemeinschaft Katholische Rundfunk- arbeit Deutschlands (KRD)	444
„Die Notwendigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“	450
Chronik	452
Literatur-Rundschau	460
Elizabeth L. Eisenstein, Die Druckerpresse. Kulturrevolutionen im frühen modernen Europa (Michael Schmolke)	460
Elmar Kos, Verständigung oder Vermittlung? Die kommunikative Ambivalenz als Zugangsweg einer theologischen Medienethik (Lars Rademacher)	462
Ruth Ayaß, Das Wort zum Sonntag. Fallstudie einer kirch- lichen Sendereihe (Susanne Kampmann)	464
Steffen W. Hillebrecht (Hg.), Kirchliches Marketing (Susanne Kampmann)	467
Joachim-Felix Leonhard (Hg.), Programmgeschichte des Hörfunks in der Weimarer Republik (Susanne Kampmann)	469
Hans Magnus Enzensberger, Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit (Susanne Kamp- mann)	470
Summaries	471
Autoren dieses Heftes	473
Impressum	474