

Objektyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research**

Band (Jahr): **2 (2002)**

Heft 1

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Contents

Studies in Communication Sciences
Studi di scienze della comunicazione
Volume 2 Number 1 January 2002

Full Papers

MARCEL DANESI
Abstract Concept-Formation as Metaphorical Layering 1

JOHN MORRIS
Newspapers in the Age of Internet: Adding Interactivity to Objectivity 23

ALDA NANINI
Itte ii koto, itte wa ikenai koto. What to say and what not to say. A Cross-cultural Survey of Social and Linguistic Behaviour in Japanese and Italian 51

PAMELA SHOCKLEY-ZALABAK & DEAN MORLEY & RUGGERO CESARIA
Organizational Influence Processes: Perceptions of Values
Communication, and Effectiveness 69

Event Analysis

STEPHAN RUSS-MOHL
Garanzia di qualità giornalistica nel ciclo dell'attenzione 105

Short Communications

ANGELES HUERTA
Virtual Education in Real Spain 131

BENEDETTO LEPORI & LORENZO CANTONI & RICCARDO MAZZA
The History and Practice of Push Communication:
Some Critical Reflections 149

GAETANO ROMANO
Kultur von Nationen – Kultur von Organisationen 165

Conference Reports

USER-CENTRED PRODUCT CREATION WORKSHOPS
(Porto, Portugal, June 2001; Milano, Italy October 2001)
Davide Bolchini & Daniel Felix & Franca Garzotto & Miles Macleod &
Elke-M. Melchior 187

Book and Article Reviews

- Croteau, D. & W. Hoynes: *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest* 203
(*Arianna Imberti*)
- Susan Hockey: *Electronic Texts in the Humanities* 204
(*Sabrina Lurati*)
- Bruno Ollivier: *Observer la communication. Naissance d'une interdiscipline* 206
(*Nicolas Pepin*)
- Eliezer Geisler: *Methodology, Theory, and Knowledge in the Managerial and Organizational Sciences. Actions and Consequences* 210
(*Chiara Piccini*)
- Naomi Klein: *No Logo, Economia globale e nuova contestazione* 211
(*Simone Pizzoglio*)
- Manuel Castels: *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society* 213
(*Benedetta Prario*)
- I.A.D.A. International Association for Dialogue Analysis I-XIV