

Objekttyp: **TableOfContent**

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

Band (Jahr): **8 (2008)**

Heft 2-3

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

Volume 8 Numbers 2 & 3

<i>Editorial</i>	5
<i>Guest Editor Introduction</i>	
HANS W. GIESSEN Communicative Implications of Media Characteristics – International and Intercultural Perspectives	7
<i>Thematic Section</i>	
CHANTAL DE CORTE Participatory and Development Communication: What Now?	13
JÖRN H. B. LENGSELD An Econometric Approach to Measure Inequality in Media Consumption	27
CARSTEN WILHELM Dispositifs interculturels à distance: Principes axiologiques d'une formation en ligne	55
M. BJØRN VON RIMSCHA & PATRICK RADEMACHER The Actor Set-up of TV Advertising. A New Process for Hybrid Formats	75
<i>General Section</i>	
GERGANA BAEVA Evaluation of the Public Service Broadcasting in Bulgaria	95
MELANIE BOURDAA The New Face of the TV Viewer. From Evolution to Revolution? A Historical Overview	117
FLORENCE CARION Communication et associations: Le cas des organisations altermondialistes belges	131
HEINERIK-MARGARITHA EGGERMANN Von der Schwierigkeit, ein Redaktionsteam zu führen	153
FEDERICO FARINI Medium televisivo ed epistemologia della modernità. «Die Realität der Massenmedien» nel nuovo millennio	167

FRANK HABANN, HEINZ-WERNER NIENSTEDT & NINA ROTHHAAS Free Sheet Newspapers versus Traditional Daily Newspapers: Competing or Complementary? An Empirical Comparison of their Gratifications to Readers	185
HOLGER IHLE & ULI BERNHARD Neue Medien – neue Modelle? Überlegungen zur zukünftigen kommunikations-wissenschaftlichen Modellbildung	221
JÖRG MATTHES Media Frames and Political Judgments. Exploring the Boundaries of Framing Effects in a Two-Wave Panel Study	251
RUDI PALMIERI Reconstructing Argumentative Interactions in M&A Offers	279
ULF SCHRADER, URSULA HANSEN & SILJA SCHOENEBOERN Why do Companies Communicate with Consumers about CSR? Conceptualization and Empirical Insights from Germany	303
YENI SERRANO Communiquer avec les citoyens a travers les medias de masse : Les campagnes de sensibilisation et de votation	331
GABRIELLA TADDEO Forme interattive dell'audiovisivo: Analisi e scenari del contesto italiano	347
<i>Laboratory Section</i>	
MARTIN J. EPPLER & CLAUDIA PREMOLI “Managerial Communication”: A Rising Star in the Family of Academic Communication Courses	367
PETER J. SCHULZ Communication and Health	379
LUCA BOTTURI & LORENZO CANTONI The Red-ink Doctoral School	387
<i>Book Reviews</i>	391
<i>News & Events</i>	411
<i>Thank you Reviewers</i>	413
<i>Call for Papers</i>	416