Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): **- (1995)**

PDF erstellt am: **25.05.2024**

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

Anlässlich des Jubiläums «40 Jahre Fernsehen in der Schweiz» veranstaltete die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG im Herbst 1994 in Luzern die Ausstellung «VISION-TELEVISION» sowie drei Symposien, und zwar zusammen mit den beiden wissenschaftlichen Gesellschaften «Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM» und «Internationale Vereinigung für Kommunikationswissenschaft IVK». – Die SGKM dankt der SRG für ihr Entgegenkommen und ihre finanzielle Unterstützung, die an den drei Symposien gehaltenen Referate einer breiteren Öffentlichkeit in Form dieser Publikation zugänglich zu machen.

Heinz Bonfadelli, Redaktor «Medienwissenschaft Schweiz»

Teil I
Fernsehen, Kinder und Gewalt

Matthias Steinmann	**Einleitung**	5
Michael Schenk	**Wirkungen des Fernsehens • ein Überblick**	7
Matthias Steinmann	**Stand der Zuschauerforschung**	15
Jo Groebel	**Faszination und Struktur der Gewaltdarstellungen**	21
Heinz Bonfadelli	**Nutzung, Rezeption und Auswirkungen von Fernsehgewalt**	26
Christian Doelker	**Das ambivalente Verhältnis von Schule und Fernsehen**	30
Daniel Süss	**Brutalo-Videos und Fernseh-Krimis aus der Sicht Jugendlicher**	33

Teil II
Vor dem Krimi die Werbung

Matthias Steinmann	**Einleitung**	39
Michael Richter	**Und vor dem Krimi die Werbung? Die Geschichte vom optimalen Spot**	41
André Hofer	**TV-Werbung gestern und heute**	46
Ueli Custer	**Umstrittene Werbeformen: Was ist wo erlaubt? Was ist wo verboten?**	47
Geneviève Morand	**Beeinflusst Werbung die Programmgestaltung? Wieviel und welche Werbung erträgt das Programm?**	50
Christian Doelker	**Der längste Werbeblock: das Programm**	52
Peter Kabel	**Zukunftsvision: das 500-Kanalangebot Interaktives Fernsehen - Herausforderung für die Werbung**	55

Teil III
Satelliten und Super Highway: die Qual der Programmwahl?

Matthias Steinmann	**Einleitung**	61
Pierre Meyrat	**Der Kiosk im Wohnzimmer: die digitale Zukunft des Fernsehens**	62
Daniel Kramer	**Die Verbreitung der SRG-Programme**	66
Wolfgang Frei	**Informations-Monokultur im Fernsehen der Zukunft?**	68
Klaus Schrape	**Szenarien des künftigen Marktes für digitale Medien**	69
Matthias Steinmann Markus Jedele	**Das neue Fernsehverhalten und seine Erforschung**	82
Antonio Riva	**Vision für das Schweizer Fernsehen**	88