

Objekttyp: **TableOfContent**

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

Band (Jahr): - **(2000)**

Heft 2

PDF erstellt am: **12.07.2024**

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>

MEDIENWISSENSCHAFT SCHWEIZ

SCIENCE DES MASS MÉDIAS SUISSE



Tagung der SGKM in Bern vom 7. April 2000

<i>Roger Blum</i> Editorial: Medienpolitik als Herausforderung	1
<i>Anja Siebold Bucher</i> La politique audiovisuelle de l'UE	3
<i>Klaus Schrape</i> Modelle der Medienpolitik I: Was leistet der Markt?	8
<i>Otfried Jarren/Patrick Donges</i> Modelle der Medienpolitik II: Was leistet die Politik?	14
<i>Moritz Leuenberger</i> Die Gewährleistung des Gänsegeschnatters	19
<i>Peter Wanner</i> Service Public ist eine Fiktion	25
<i>Werner A. Meier</i> Kommerzialisierung als Megatrend	29
<i>Rolf H. Weber</i> Die Schweiz und die Europäisierung und Internationalisierung der Medien	36
<i>Martin Dumermuth</i> Die technische Konvergenz der Medien aus regulatorischer Sicht	43
<i>Beat Schmid</i> Die Schweiz und die Branchenkonvergenz im Medienbereich	65
<i>Marc Furrer</i> Schlusswort	70

SGKM Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
SSCM Société suisse des sciences de la communication et des mass médias
SSCM Società svizzera delle scienze della comunicazione e dei mass media