

Zeitschrift: Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research
Band: 8 (2008)
Heft: 2-3

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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