

# Brennpunkt Medienforschung

*Ein Kompendium approbierter Diplomarbeiten  
und Dissertationen in Abstractform*

unter Mitarbeit von Günter Kernbeiß

# Inhaltsverzeichnis

1979. . . . .	19
• Die Beeinflußbarkeit von Konfliktgesprächen durch Metakommunikation (Franz Mader). . . . .	19
1982. . . . .	21
• Die Wirkung von Personen-bezogenen Variablen auf die Behaltensleistung der Informationssendung „Zeit im Bild“, erhoben an Maturanten und Studenten (Gabriela Hickl). . . . .	21
1983. . . . .	23
• Inferenzprozesse in Werbesituationen und ihre Abhängigkeit von Persönlichkeitsfaktoren (Wolfgang Jäger). . . . .	23
• Wiederholtes Ansehen von Werbesendungen und gelernte Hilflosigkeit (Andreas Klein). . . . .	25
1984. . . . .	27
• Angstabwehr und Märchenrezeption (Barbara Brunbauer). . . . .	27
• Der Einfluß der sozialen Einstellung auf die Nachgabeentscheidungen in dyadischen Spielbeziehungen (Günther Steindl). . . . .	29
1985. . . . .	31
• Fernsehen und die Wahrnehmung der sozialen Realität. Die Kultivierungshypothese vor dem Hintergrund spezifischer Aspekte der Fernsehnutzung (Walter Bertram Barth). . . . .	31
• Einstellungsdiskrepantes Rollenspiel. Eine experimentelle Untersuchung des einstellungsdiskrepanten Rollenspiels und seiner Effekte im Vergleich mit anderen Manipulationstechniken (Gertrud Bronneberg). . . . .	34
• Untersuchung von Inferenzprozessen anhand filmischer Darstellungen bei jugendlichen Kriminellen und Berufsschülern (Margitta Essenther) . . .	36
• Semantische Distanz von Filmeinstellungen und kognitive Verarbeitung (Anton Palacios Nunez). . . . .	38
• Arbeitsplatz, Kontrolle, Fernsehnutzung (Josef Schweinzer). . . . .	40
1986. . . . .	42
• Der Einfluß von Attributionsstilen und emotionalen Befindlichkeiten auf die Perzeption und Reproduktion von Printwerbung (Wolfgang Eishold). . . . .	42

• Filmschaffende in Österreich. Unterschiede zu den Nicht-Filmschaffenden hinsichtlich ihrer Filmanalysefähigkeit, des Medienkonsums und spezifischer Intelligenzfaktoren (Evita Desiree Stussak).	43
1987.	44
• Aspekte der Wahrnehmungssegmentation in der Filmrezeption (Martin Arnold).	44
• Emotion und Kognition bei der Rezeption von Fernsehnachrichten. Der Einfluß der Wort-Bild-Beziehung (Carmen Cihelna).	46
• Stereotype Systeme im Modernen Science-Fiction Film (Wolfgang Himmelbauer).	49
• Die Bedeutung von Einstellung und Image in der Werbung (Erwin Weißgärber).	51
• Stereotype Einstellungen gegenüber vergewaltigten Frauen (Eva Widerhofer).	53
1989.	56
• Angstabwehr und Informationsverarbeitung bei der Wahrnehmung von Werbespots (Henny Hofstätter).	56
• Die Glaubwürdigkeit von Fernsehinhalten in Abhängigkeit von persönlicher Information. Eine Untersuchung über das Entstehen von Skepsis gegenüber dem Medium Fernsehen (Susanne Janes).	58
• Die Effizienz eines computerunterstützten Berufswahlsystems (Gerlinde Malinowsky).	61
• Das Frauenbild in der Fernsehwerbung (Elisabeth Staudenmayer)	63
• Einfluß von Vorinformation auf die Dekodierung nonverbaler Zeichen (Petra Turetschek).	65
1990.	67
• Der Zusammenhang zwischen Coping-Strategien und Informationsverarbeitung sowie der Einfluß der Wort-Bild-Beziehung (Susanne Adegbite).	67
• Der Einfluß des Berufes auf die visuelle Wahrnehmung. Journalisten, Gymnasiallehrer und Schriftsteller im Wahrnehmungsvergleich (Michael Chlup).	70
• Angstverarbeitung von Schulkindern durch Identifikation mit Fernsehmodellen unter Berücksichtigung von Selbstbild und Idealbild (Gabriele Fürst).	72
• Selbsteinschätzung und Berufszufriedenheit österreichischer Journalisten. Ein Vergleich von Journalisten des Kurier, der Wochenpresse und des Profil (Gertraud Kokusz).	74
• Rezeption von Fernsehnachrichten im Zusammenhang mit dem persönlichen Stil der Angstverarbeitung und der Kontrollerwartung (Eva Krennbauer).	76

• Familienklimaspezifische Informationsverarbeitung des Zeitgeschichteunterrichts (Elisabeth Pulda)	79
• Die Wirkung der formalen Gestaltungselemente des Fernsehens auf die Wahrnehmung des Rezipienten (Astrid Pichler)	81
• Fernsehen und Eßverhalten - unter besonderer Berücksichtigung von Angstbewältigungsstrategien (Eva-Maria Rainer)	83
• Fernsehkonsum von älteren Menschen (Ruth Rieder)	85
• Erziehungsstil und Fernsehkonsum. Eine empirische Analyse personaler und familiärer Einflußgrößen auf den Fernsehkonsum neun- bis zehnjähriger Kinder (Angelika Schiebel)	87
• Das Persönlichkeitsprofil der Löser von „Zeitungs-Tests“ (Ingrid Schörghuber)	88
• Der Zusammenhang zwischen Angst, Angstbewältigungsstrategien und Behaltensleistung hinsichtlich medienvermittelter Pausen („The missing half second“) (Margit Steinzer)	90
• Stereotype Personendarstellung in Fernsehserien und ihre Wirkung auf die impliziten Persönlichkeitstheorien des Rezipienten (Elisabeth Taschner)	92
• Macht und Einfluß von Minoritäten (Ibrahim Gökhan Tezkan)	94
• Nonverbale Igemessung versus verbale Igemessung. Ein methodischer und inhaltlicher Vergleich an drei Wintersportarten (Sabine Totter)	96
• Angstbewältigungsstrategien und ihr Einfluß auf das Medienkonsumverhalten bei älteren Menschen (Elisabeth Widensky)	97
• Angstbewältigungsstrategien und ihr Einfluß auf das Medienkonsumverhalten bei 8-bis 13jährigen (Klemens Widensky)	99
• Fernseh-Talk Shows in den USA. Die Talk Show im Spiegel der Kritik mit besonderer Berücksichtigung verbaler Aggression (Birgit Wintersberger)	100
• Die Interdependenz von Fernsehkonsum und Informationsverarbeitung unter spezifischer Betonung von Informationsverarbeitungsfähigkeit und metakognitiver Orientierung (Ute Zwerenz)	102
<b>1991</b>	<b>104</b>
• Kulturschock - eine empirische Vergleichsstudie über die Unterschiede und Ähnlichkeiten zwischen Persern (Iranern), die in Österreich studieren und österreichischen Studenten aus entfernt liegenden Bundesländern (Mohammad Assadzadeh)	104
• Angstverarbeitung und Spielfilmselektion (Reingard Cancola)	106
• Persönliche Motive und Hintergründe von Kriegsberichterstattem - eine Analyse (Alexander Foggensteiner)	108
• Fernsehen als Ersatzhandlung. Fernschnutzungsverhalten von Alkoholikern unter Berücksichtigung des Attributionsstils (Rita Grabaric)	109

• Medien und Selbstmord (Boglarka Hadinger). . . . .	.111
• Vergleich zweier Gesprächsführungsmethoden am Telefon hinsichtlich ihres Erfolges (Eva Lang). . . . .	.112
• Investigativer Journalismus in Österreich. Wer betreibt ihn? Welches System steckt dahinter? (Andrea Leitner). . . . .	.114
• Der Einfluß von Crash- und Verkehrssicherheitsfilmen auf die Fahrweise am C.A.R. Fahrsimulator (Sabine Kern). . . . .	.116
• Der Zusammenhang von Angstbewältigungsstil und Krankheitsverarbeitung am Beispiel von an Diabetes Mellitus Typ I erkrankten Kindern (Nicole Prettner). . . . .	.118
• Die Darstellung der Frau in der Werbung anhand der österreichischen Plakatszene (Karin Sachs). . . . .	.120
• Kolonialberichterstattung der Holländer in Indonesien. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zweier niederländischer Kolonialzeitungen (Dagmar Schweigl). . . . .	.122
• Foto- und Textrezeption in der Tageszeitung. Empirisch experimentelle interkulturelle Untersuchung über Diskrepanz und Komplementarität / USA-Österreich im Vergleich (Ursula Soukup). . . . .	.124
• NLP - Meta-Programme. Kategorisierung nach IPC- und Gießen-Test-Ergebnissen bei Alkoholkranken (Monika Springer). . . . .	.126
• Psychologische Untersuchung über Filmwahrnehmung in Kino und Fernsehen (Peter Stolle). . . . .	.128
• Eine Untersuchung über kulturspezifische Unterschiede im Führungsverhalten zwischen Mexiko und Österreich (Sandra Elena Velasquez de Fuchs). . . . .	.130
<b>1992. . . . .</b>	<b>.132</b>
• Unterschiede in der Präsentation österreichischer und deutscher Sportstars. Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Interviews in Sportmagazinen (Helmut Buzzi). . . . .	.132
• Angstverarbeitung und die Rezeption von AIDS-Spots (Harald Dimböck). . . . .	.134
• Verstehen von Fernseh- und Leseinhalten. Eine empirische Untersuchung an Kindern (Karl Heinz Drescher). . . . .	.136
• Familiäre Lebensbedingungen und die subjektive Bedeutsamkeit der Medien Fernsehen und Videospiele für 12- bis 14-jährige Kinder. Integration von qualitativen und quantitativen Methoden in der Medienpsychologie (Gabriele Fürst). . . . .	.139
• Arbeitsentfremdung und Freizeiterlebnis. Eine empirische Studie über Zusammenhänge subjektiv erfahrener Arbeitsentfremdung mit der Erlebnisqualität der Freizeit bei Führungskräften der österreichischen Wirtschaft (Hannelore Hamberger). . . . .	.140

• Die Wirkung von erotischen männlichen Darstellungen in der Anzeigenwerbung auf das Erinnern des Werbemittels in Abhängigkeit von der Einstellung zur Sexualität (Werner Krejci) . . . . .	142
• Mehrfache Darbietung von Werbespots und Entstehen von Reaktanz (Helmut Kuzmits). . . . .	145
• Hilflosigkeit und Gesundheitskommunikation (Barbara Mann) . . . . .	147
• Lebensberatung in Zeitschriften aus Sicht der Leser (Angstverarbeitung und „Third-Person-Effect“) (Sonja Peball). . . . .	148
• Gruppenkonflikt und öffentliche Meinung (Roman Pöschl). . . . .	150
• Die Wirkung von Verkehrssicherheitswerbung auf das Fahrverhalten am Fahrsimulator. Ein Vergleich zwischen Furchtappell und neutraler Kommunikation unter besonderer Berücksichtigung verschiedener Angstverarbeitungsstrategien (Irene Ramhofer). . . . .	152
• Fernsehen, Kontrolle und Kommunikative Kompetenz bei Wiener Studentenheimstudenten (Maria Sahiti). . . . .	154
• Selbstkonzept und ethnische Einstellungen. Ein interkultureller Vergleich zwischen österreichischen Kindern und Gastarbeiterkindern (Elisabeth Santner). . . . .	156
• Bedeutungsstrukturen in der Fernsehwerbung - Entwicklung und Test einer zweistufigen quantitativ-semiotischen Analyseverfahren (Josef Sawetz). . . . .	158
• Kindsein im Medienzeitalter. Eine medienpsychologische Studie zum Freizeitverhalten und Fernsehkonsum 9 - 10jähriger Kinder, unter Berücksichtigung von Familienklima und Persönlichkeit (Christine Elisabeth Schipke). . . . .	160
• Geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich Häufigkeit und thematischer Inhalte bei Toilettengraffiti (Norbert Siegl). . . . .	163
• Der Einfluß nonverbaler Signale auf die Risikobereitschaft monetärer Entscheidungen bei face-to-face Kommunikation und bei computer-mediiert Kommunikation (Alexander Swoboda). . . . .	165
• Einstellung zu Ausländern. Eine Untersuchung unter Berücksichtigung des persönlichen Kontaktes und des Ausländeranteils in Wiener Bezirken (Gabriele Tomicich). . . . .	167
• Kaufentscheidungsverhalten von Familien (Bernhard Wiesner) . . . . .	169
• Zur Übertragbarkeit von Lebensstiltypologien aus der Konsumverhaltensforschung auf das Urlaubs- und Reiseverhalten in Österreich (Karin Windl). . . . .	171
1993. . . . .	<b>173</b>
• Geschlechtstypische Sprechstile als Einflußvariable auf die Personenwahrnehmung (Irene Bisenberger). . . . .	173
• Das Behalten von Nachrichten nach positiv aktivierenden Meldungen (Alexandra Englisch). . . . .	175

Der Mythos der Lesbe. Bewußte und unbewußte Phantasien in der filmischen Inszenierung von lesbischen Frauen (Sabine Fabach) . . .	176
Psychologische und gesellschaftspolitische Grundlagen, Hintergründe und Erklärungsansätze zu Flüchtlingsbewegungen in Österreich seit dem 2. Weltkrieg. Mit einer inhaltsanalytischen Untersuchung der Berichterstattung dreier österreichischer Tageszeitungen über soziale, gesetzliche, politische und wirtschaftliche Aspekte in Zusammenhang mit Flüchtlingen (Maria Haider). . . . .	178
Frauen und Aggression. Eine sozialpsychologische Untersuchungen über den Zusammenhang der gesellschaftlichen Unterdrückung von Frauen und ihrem Umgang mit ihren Aggressionen in privaten Konfliktsituationen (Sonja Hintermeier). . . . .	181
Untersuchung des Fragebogen für dispositionelle Angstbewältigungstile (FDAB) mittels qualitativer Interviews (Ingeborg Holzinger). . . . .	184
Die Werbung auf der Couch. Eine Analyse psychologischer Werbegestaltung (Concordia Kulterer). . . . .	185
Die Berichterstattung der Europäischen Boulevardpresse zum Golfkrieg 1991. Eine empirische Untersuchung von Schlagzeilen und Titelbildern der vier Tageszeitungen SUN, BILD, BLICK und KRONEN ZEITUNG (Silvia Lausmann). . . . .	186
Kognitive Karten im Spielfilm (Claudia Redtenbacher). . . . .	189
Der Einfluß des Selbstkonzepts älterer Menschen auf die Beurteilung von Altersstereotypen in der Anzeigenwerbung (Alexander Rittberger). . . . .	192
Think global, act local - multinationaler versus globaler Ansatz. Streben wir auch in der Werbung einem vereinten Europa entgegen? Eine Untersuchung anhand der Länder Frankreich und Österreich (Karin Sachs). . . . .	195
Personenwahrnehmung in Fernsehen und Hörfunk in Abhängigkeit von Selbstkonzept und sozialer Realität (Brigitte Treu). . . . .	197
Der Moderatoreffekt des Angstbewältigungsstils (Repression-Sensitization) auf die Ergebnisse von Persönlichkeitsinventaren (FPI-R, Gießen-Test). Eine quasi-experimentelle Studie an zwei klinisch-psychiatrischen Stichproben (Martin Voracek). . . . .	199
Szenen männlicher Gewalt. Eine sozialpsychologische Untersuchung über Gewaltverarbeitung und Gewaltinszenierung Jugendlicher in Anlehnung an die fiktive Gewalt moderner Horrorfilme (Günter Wagner). . . . .	201
Nachrichtensprache im österreichischen Hörfunk. Formen der Nachrichtensprache im ORF und in Radio CD und deren Einfluß auf die Verstehbarkeit (Christian Williwald). . . . .	203

• Charakterisierung der Entstehung und Aufrechterhaltung stereotyper Vorstellungen von Geschlechterbildern, Beziehungsmustern und Sexualität und deren mediale Konkretisierung im pornographischen Film (Silvia Wipplinger).	207
• Die Rezeption von Nachrichtensendungen und erlernte Hilflosigkeit (Erwin Zbiral).	210
<b>1994</b>	<b>213</b>
• Fernsehen und politische Einstellung. Fernsehkonsum, Rigidität, Ambiguitätsintoleranz und die Einstellung zur Europäischen Union (Wolfgang Höfer).	213
• Der Einfluß kognitiver Schemata bei Werbespots auf die Rezeption (Gerhard Lindner).	215
• „Mini-ZIB“ und „Zeit im Bild I“ im Spannungsfeld zwischen Zielgruppe und Produzenten. Eine Themenfrequenzanalyse und vergleichende Inhaltsanalyse der beiden Nachrichtensendungen (Hubert Mayrhofer).	219
• Personenwahrnehmung im Kindertheater unter Berücksichtigung der Identifikation im Zusammenhang mit dem Real-Ich und Ideal-Ich des Zuschauers (Ursula Moser).	222
• Kontrolle und Lebensbewältigung bei Flüchtlingen. Eine Untersuchung an bosnischen De-facto-Flüchtlingen in Lagern und in Integrationswohnungen (Hildegard Orazé).	224
• Jugendliche Identität - Übergänge und Differenzen. Ein Vergleich der Identitätsentwicklung von Jugendlichen in der ehemaligen DDR und in Österreich (Aglaja Przyborski).	226
• Manager und Mitarbeiter im kommunikativen Spannungsfeld des Unternehmens. Die Wechselbeziehung zwischen Kommunikation und Kultur im Unternehmen unter Berücksichtigung des Einflusses von Persönlichkeitsmerkmalen der Führungskräfte und Mitarbeiter (Engelbert Retter).	229
• Kommunale Partizipation von 8- bis 15jährigen unter besonderer Berücksichtigung der Sozialisation (Barbara Riepl).	231
• Beobachtung nonverbaler Kommunikation in Verkaufsgesprächen. Eine Untersuchung mit Beratern einer österreichischen Großbank (Christian Rumpier).	233
• Interkulturelle Kommunikation. Eine qualitative Studie über die Bedeutung des „Kulturkonfliktes“ für Wiener Hauptschülerinnen aus deutschsprachigen, türkisch- und serbokroatischsprachigen Familien (Gudrun Schuster).	235
• Angstverarbeitung, soziale Vorurteile und Social Advertising (Karl Staudinger).	238
• Die Wirkung von positiven und negativen Werbeappellen am Beispiel der Versicherungswerbung (Albin Syslo).	241



• Der Einfluß von Einstellung und Selbstaufmerksamkeit auf die nicht-verbale Erlebnisbeschreibung von Werbespots (Otto Valenta) . . . . .	243
• Entwicklung eines semiotischen Meßinstrumentes zur Erfassung des konnotativen Umfeldes von Markenprodukten (Werner Weißmann) . . . . .	246
1995. . . . .	<b>248</b>
• Der Einfluß geschlechtstypischer Sozialisation auf das Selbstkonzept bei Frauen mit Angststörungen (Alexandra Antoniadou). . . . .	248
• Erlebnisraum Museum. Einer Untersuchung aus differentialpsychologischer Sicht (Elisabeth Baumgartner). . . . .	250
• Die Welt im Kleinen. Die Praxis des Universalsammelns im 16. Jahrhundert, eine historisch-psychologische Studie (Angela Deutsch) . . . . .	253
• Der „third-person“-Effekt in der Werbung und seine Wirkung auf Jugendliche (Agnes Fischer). . . . .	255
• Emotionale Wirkung typographischer Schrift. Untersuchung der Anmutungsqualität unterschiedlicher Druckschriften in der Wahrnehmung (Christian Gutschli). . . . .	258
• Kommunikative Kompetenz (Selbstwert), Kontroll- und Kompetenzerwartung und soziales Klima in Teilautonomen Arbeitsgruppen (Karin Heinzel). . . . .	260
• Der Einfluß der Selbstüberwachung, des Involvement und der Einstellung zur Werbung auf die Wirkung von Product Placement in Fernsehserien (Christine Hobel). . . . .	262
• Die Wirkung medienspezifischer formaler Codes am Beispiel von Theater im Fernsehen (Eva Janschek). . . . .	265
• Die Realität der deutschsprachigen Kindernachrichten im Fernsehen. ORF „Mini-ZiB“ und ZDF „logo“ - ein Vergleich (Gregor Malischnig). . . . .	268
• Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus (II): Versuch der Nutzung des Locus-Of-Control als intervenierende Variable im PR-Journalismus-Prozeß. Ein Alternativansatz zur monokausalen Annäherung an die PR-Massenmedien-Frage (Pierre Saffarnia). . . . .	270
• Psychophysiologische Überprüfung einer psychosemantischen Basisgrammatik des Werbefilms (Josef Sawetz). . . . .	272
• Toiletteninschriften und -Zeichnungen als Abbild von Gruppenstrukturen Jugendlicher (Thomas Schöller). . . . .	275
• Das Lokal als Bühne. Bars, Restaurants, Bistros als interaktives Kommunikationsfeld von Raumarchitektur und Personenverhalten (Denise Schulz). . . . .	278
• Fernseh-Confrontainment - ein aggressives Kommunikationsspiel. Eine inhaltsanalytische Betrachtung des dramaturgischen Spannungsaufbaues (Bildsprache) der TV-Diskussionssendungen „Der heiße Stuhl“	

(RTL), „Einspruch“ (SAT.1), „Argumente“ (ORF 2) (Beatrix Thtemard) . . . . .	280
<b>1996.</b> . . . . .	<b>282</b>
• Die Interaktionen und sozialen Werte im Zeichentrickfilm: Eine Inhaltsanalyse, einerseits unter besonderer Berücksichtigung der Inter- aktionsqualitäten Altruismus und Aggression, andererseits im Hinblick auf einen Wertewandel (Alexandra Englisch) . . . . .	282
• Vergleichende Untersuchung des Erlebens von Roman und Romanver- filmung. Das Phänomen der geraubten Phantasie (Karin Enzinger) . . .	283
• Der Einfluß des Hintergrundes auf die Farbwahrnehmung von Kunst- werken (Karin Graf) . . . . .	285
• Der Einfluß des Kommentars auf die Rezeption aggressiver Spielweisen im Eishockey (Tanja Granig) . . . . .	287
• Zeitungsspaltenbreite und Informationsverarbeitung. Eine medienspsy- chologische Untersuchung zur Frage der Auswirkung von unterschied- lichen Zeitungsspaltenbreiten auf Lesegeschwindigkeit, Behaltenslei- stungen und die Orientierung im Text (Bernhard Heiller) . . . . .	289
• Fernsehnachrichten und deren Verarbeitung. Die Beeinflussung der Informationsaufnahme durch Emotionen - erhoben mit psychophy- siologischen Meßmethoden (Günter Kernbeiß) . . . . .	293
• Arbeitslosigkeit und Fernsehnutzung. Zur Funktionalität und Dys- funktionalität einer Bewältigungsstrategie (Gerald Lauffer) . . . . .	<b>296</b>
• Der Einfluß der individuellen Angstverarbeitungsstrategie auf die Benutzung von Computerspielen (Barbara Öffel) . . . . .	299
• Angstbewältigung im Kaufentscheidungsprozeß (Irene Siebert) . . . . .	301
• Homosexualität in den österreichischen Printmedien - eine Stigmatise- rung im Wandel der Zeit (Henri J. Sillam) . . . . .	303
• Nachrichten im regionalen Hörfunk. Ein Vergleich der Nachrichten- sendungen des öffentlich-rechtlichen „Radio Steiermark“ und des privaten Senders „Antenne Steiermark“ (Martina Tichy) . . . . .	306
<b>1997.</b> . . . . .	<b>308</b>
• Angstverarbeitung und ihr Einfluß im Umgang mit dem Thema AIDS bei der Rezeption von AIDS-Spots - ein interkultureller Vergleich (Marion Bauer) . . . . .	308
• Angstverarbeitung und Befindlichkeit bezüglich der „Melanom- krankheit“ (Claudia Cvikl) . . . . .	311
• Inferenzprozesse anhand filmischer Darstellung von Gewalt bei Frauen (Petra Drahozal) . . . . .	313
• Lesemotivation und Leseverhalten von Studentinnen (Jutta Holl) . . .	315
• Die Auswirkung von Rezipientenvariablen auf Körpergrößenschätzung, Attraktivitätsurteil und Persönlichkeitsbewertung bei Politikern (Eva Kruspel) . . . . .	317

• „Third-Person“-Effekt und Selbstwert, der „Third-Person“-Effekt als Selbstbestätigung (Karl Lux)	319
• Auswirkungen objektiver Selbstaufmerksamkeit auf die Ehrlichkeit (Karl Pferschy)	322
• Die unterschiedliche Wirkung kognitiver Schemata bei deutschen und amerikanischen Sitcom-Serien (Barbara Singer)	324
• Öffentlichkeitsarbeit und Werbung der Wiener Theater (Manuela Sokele)	327
<b>Glossar</b>	329
<b>Index</b>	337
<b>Literaturhinweise</b>	