

Hans-Bernd Brosius (Hg.)

***Kommunikation über
Grenzen und Kulturen***

Inhalt

Vorwort (*Hans-Bernd Brosius*) 11

I Begriffe und Konzepte

Irmela Schneider

Crossing the Borders and Gender-Crossing.
Zur Tradition eines Topos in Film und Fernsehen 15

Wolfgang Eichhorn

Der Begriff der Transaktion im Wandel 29

Barbara Franz

Rhetorik und massenkommunikative Meinungsbildung 43

II Mediale Rahmenbedingungen

Ökonomie

Rudolf Stöber

Die Adaption und Diffusion von Medienkonzepten als Motor der Ausdifferenzierung des Mediensystems. Ein medienökonomischer Problemaufriss 59

Gabriele Siegert

Branding – Medienstrategie für globale Märkte? 75

Jürgen Wilke & Swea Schilling

Fernsehprogrammhandel – Grundlagen, Organisation, Akteure, Volumen 93

Organisation

Frank Esser

Does organization matter?

Redaktionsforschung aus internationaler Perspektive.....111

Barbara Thomaß

Fernsehen in der Region. Eine vergleichende Bestandsaufnahme
aus Spanien und Deutschland.....127

Markus Sperka

Communication diagnostic in research and counselling.....147

Bevölkerungswandel

Wolfram Peiser

Bevölkerungsstrukturwandel und die Diffusion von Medien161

Computernetze

Klaus Beck

Entgrenzung durch Computernetze? Medienintegration und

Mediendifferenzierung an der Schwelle zum 21. Jahrhundert.....173

Markus Behmer & Bettina Trapp

More Connected? Neue Medien und „Eine Welt“ – Chancen und Risiken.....187

Kai Heddergott & Wiebke Loosen

Ins Netz gegangen? Eine Inhaltsanalyse im Umfeld der Fußball-WM 1998

im World Wide Web209

III Journalismus

Johannes Raabe

Journalisten in der Gesellschaft.

Zur Verortung journalistischer Akteure im sozialen Raum227

Margret Lünenborg

Journalismusforschung across the border. Theoretische und empirische

Herausforderungen europäisch vergleichender Journalismusforschung245

IV Kinder und Jugendliche

Internationale Perspektive

Friedrich Krotz

Media in the everyday life of children and young people in Germany.

German results of a comparative project267

Johannes W.J. Beentjes

Media use by dutch children and adolescents283

Leen d'Haenens

Flemish children and young people's media use patterns

in their domestic family contexts293

Daniel Süß

Kindlicher Medienumgang und elterliche Kontrolle in der Schweiz309

Medienvergleich

Günther Rager, Inken Oestmann & Petra Werner

Zeitungslesen lernen – wie Jugendliche zu Lesern oder Nicht-Lesern

von Tageszeitungen werden327

Bernd Schorb & Daniel Hajok

Funktion und Bedeutung von Fernsehinformation für Jugendliche341

V Anwendungsfelder

Politische Kommunikation

Marion G. Müller

Visuelle Kommunikation im Bundestagswahlkampf 1998.

Eine qualitative Produktanalyse der visuellen Werbemittel.....361

Betram Scheufele

„Scattered“ or related – clarifying the framing concept

by integrating related approaches?381

Unterhaltung

Joke Hermes & Merel Noordhuizen

The people's preoccupations.

The death of Diana in two British newspapers.....399

Elisabeth Klaus & Barbara O'Connor

The meaning of pleasure and the pleasure of meaning:

Towards a definition of pleasure in 'reception analysis'411

Die Autoren429