

Inhaltsverzeichnis 51. Jahrgang 2003

AUFSATZ

Jörg Matthes / Matthias Kohring Operationalisierung von Vertrauen in Journalismus 1/5

BERICHTE

Christiane Eilders / Katrin Voltmer Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen 2/250

Michael Feldhaus Die Folgen von Mobilkommunikation für die Privatheit. Empirische Ergebnisse zur Beurteilung ubiquitärer Erreichbarkeit in der Familie 1/24

Volker Gehrau (Film-) Genres und die Reduktion von Unsicherheit 2/213

Elisabeth Klaus / Stephanie Lücke Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap 2/195

Silvia Knobloch Werbestrategien der deutschen Medien. Einsatz von Media-Werbung, Eigenwerbung und Cross-Promotion 1/38

Barbara Pfetsch Symbolische Geräusche über die Anderen – Die Öffentlichkeit über Medienpolitik in Pressekommentaren 2/232

Michael Schaffrath Mehr als 1:0! Bedeutung des Live-Kommentars bei Fußballübertragungen – eine explorative Fallstudie 1/82

Holger Schramm / Christoph Klimmt „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“. Die Rezeption der Fußball-Weltmeisterschaft 2002 im Fernsehen: Eine Panel-Studie zur Entwicklung von Rezeptionsmotiven im Turnierverlauf 1/55

Wolfgang Schweiger / Hans-Bernd Brosius Eurovision Song Contest – beeinflussen Nachrichtenfaktoren die Punktvergabe durch das Publikum? 2/271

THEMENHEFT „GESUNDHEIT IN DEN MEDIEN“

Joan K. Bleicher / Claudia Lampert Gesundheit und Krankheit als Themen der Medien- und Kommunikationswissenschaft – eine Einleitung 3-4/347

Gary L. Kreps	Trends and Directions in Health Communication Research 3-4/353
---------------	--

Darstellungen von Gesundheitsthemen in den Medien

Joan Kristin Bleicher	Darstellungsformen von Medizingeschichte im Fernsehen 3-4/366
Christian Floto	TV-Medizinsendungen und Medizingeschichte – ein Dosis- und Darreichungsproblem auf dem deutschen Fernsehmarkt? 3-4/382
Anthony Ferri	Communicating Heart Disease: Myth and Magic 3-4/395
Stephanie Lücke / Patrick Rössler / Corinna Willhöft	Appetitlich verpackt, aber schwer zu verdauen? Darstellung und Wirkung von Ernährung in Massenmedien: ein Forschungsüberblick 3-4/407
Eva Baumann / Lars Harden / Helmut Scherer	Zwischen Promi-Tick und Gen-Defekt. Zur Darstellung von Essstörungen in der Presse 3-4/431 Zum Selbstverständnis von Medizinjournalisten – ein Interview mit Christoph Fischer (BILD) ... 3-4/455

Wirkungen der Gesundheitskommunikation

Claudia Lampert	Gesundheitsförderung durch Unterhaltung? Zum Potenzial des Entertainment-Education-Ansatzes für die Förderung des Gesundheitsbewusstseins 3-4/461
Christoph Gassmann / Peter Vorderer / Werner Wirth	Ein Herz für die Schwarzwaldklinik? Zur Persuasionswirkung fiktionaler Fernsehunterhaltung am Beispiel der Organspende-Bereitschaft 3-4/478
Constanze Rossmann	Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie die Patienten. Eine Studie zur Darstellung von Ärzten in Krankenhausserien und ihrem Einfluss auf das Arztbild von Patienten 3-4/497
Christian Schemer	Schlank und krank durch Mediens Schönheiten? Zur Wirkung attraktiver weiblicher Medienakteure auf das Körperbild von Frauen 3-4/523

Gesundheitskommunikation im Medienwandel

Linda Neuhauser / Gary L. Kreps	The Advent of E-Health. How Interactive Media Are Transforming Health Communication 3-4/541
Irene Neverla / Georg Fiedler	Suizidforen im Internet. Überblick zum Forschungsstand und weiter führende Perspektiven 3-4/557
Sibylle T. Kim / Scott C. Ratzan	Direct-to-Consumer Communication: An Analysis of the Current Environment in the USA and Europe 3-4/572

Nina Hautzinger Der informierte Patient – Herausforderung für die Pharmakommunikation 3-4/599

Appendix

Oskar-Kuhn-Preis für patientenorientierte Gesundheitskommunikation
 „impulse“ – Newsletter zum Thema „Gesundheit in den Medien/Medien in der Gesundheitsförderung“
 www.netzwerk-gesundheitskommunikation.de . 3-4/614

Literatur

Besprechungen

Ruth Ayaß Andy Ruddock: Understanding Audiences. Theory and Method. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 2001 2/295

Theresia Birkenhauer Irina O. Rajewsky: Intermedialität. Tübingen: Francke, 2002 2/297

Joan Kristin Bleicher Michael Haller (Hrsg.): Die Kultur der Medien. Untersuchungen zum Rollen- und Funktionswandel des Kulturjournalismus in der Mediengesellschaft. Münster: LIT Verl., 2002 2/299

Joan-Kristin Bleicher Constanze Rossmann: Die heile Welt des Fernsehens. München: R. Fischer, 2002 3-4/617

Marco Czygan Siegbert Messmer: Digitales Fernsehen in Deutschland. Eine industrieökonomische Analyse des wirtschaftspolitischen Handlungsbedarfs. Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang, 2002 2/300

Andreas Fahr Michaela Maier: Zur Konvergenz des Fernsehens in Deutschland. Ergebnisse qualitativer und repräsentativer Zuschauerbefragungen. Konstanz: UVK, 2002 3-4/618

Udo Göttlich Andreas Hepp / Martin Löffelholz (Hrsg.): Grundlagen zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK, 2002 2/302

Andreas Hepp Manuel Castells: Das Informationszeitalter: Wirtschaft – Gesellschaft – Kultur. Band 1: Die Netzwerkgesellschaft / Band 2: Die Macht der Identität, Opladen: Leske + Budrich, 2001/2002
 Manuel Castells: The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001 1/105

Michael Jäckel Jennings Bryant / Dolf Zillmann (eds.): Media Ef-

	fects. <i>Advances in Theory and Research</i> . Mahwah, New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002	1/109
Hans Mathias Kepplinger	Werner Wirth / Edmund Lauf (Hrsg.): <i>Inhaltsanalyse. Perspektiven, Probleme, Potentiale</i> . Köln: Halem Verl., 2001	2/304
Daniela Klook	Christian Müller: <i>Medien, Macht und Ethik. Zum Selbstverständnis der Individuen in der Medienkultur</i> . Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001	1/111
Manfred Kops	Dietmar Detering: <i>Ökonomie der Medieninhalte. Allokative Effizienz und soziale Chancengleichheit in den Neuen Medien</i> . Münster/Hamburg/London: LIT Verlag, 2001	1/114
Claudia Lampert	Klaus Hurrelmann / Anja Leppin (Hrsg.): <i>Moderne Gesundheitskommunikation. Vom Aufklärungsgespräch zur E-Health</i> . Bern u. a.: Verlag Hans Huber, 2001	3-4/621
Gabriele Mehling	Tilman Sutter / Michael Charlton (Hrsg.): <i>Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln</i> . Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001	1/116
Klaus Neumann-Braun	Ralph Weiß: <i>Fern-Sehen im Alltag. Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption</i> . Opladen: Westdeutscher Verlag, 2001	1/118
Patrick Rössler	Gunnar Roters / Walter Klingler / Maria Gerhards (Hrsg.): <i>Information und Informationsrezeption / Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption / Sport und Sportrezeption</i> . Baden-Baden: Nomos, 1999/2000/2001	1/120
Ulrike Röttger	Claudia Mast: <i>Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden</i> . Stuttgart: Lucius und Lucius, 2002	2/305
Constanze Rossmann	Sabine Krajewski: <i>Life Goes On. Sometimes It Doesn't. A comparative study of medical drama in the US, Great Britain and Germany</i> . Frankfurt: Lang, 2002	3-4/624
Ekkehard Sander	Dagmar Hoffmann: <i>Attraktion und Faszination Medien. Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung</i> . Münster: Lit, 2002	1/122
Dagmar Schütte	Otfried Jarren / Hartmut Weißler (Hrsg.): <i>Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung</i> . Opladen: Westdeutscher Verlag, 2002	3-4/626

Wolfgang Schulz	Beck'scher TKG-Kommentar. Hrsg. von Wolfgang BÜchner et. al. München: Beck, 2. Aufl., 2000 . . . 1/124
Christian Tietje	Marina Gets: Meinungsäußerungs- und Informationsfreiheit im Internet aus der Sicht des Völkerrechts. Berlin: Berlin Verlag Arno Spitz, 2002 . . 3-4/628
Joachim Trebbe	Werner Früh: Gewaltpotentiale des Fernsehangebots. Programmangebot und zielgruppenspezifische Interpretation. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001 1/124
Katrin Voltmer	Michaela Tzankoff: Der Transformationsprozess in Bulgarien und die Entwicklung der postsozialistischen Medienlandschaft. Hamburg: Lit, 2002 . . 3-4/629
Rainer Winter	Werner Holly / Ulrich Püschel / Jörg Bergmann (Hrsg.): Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001 1/126
Guido Zurstiege	Nils Borstnar: Männlichkeit und Werbung. Inszenierung – Typologie – Bedeutung. Kiel: Ludwig, 2002 3-4/631
<i>Zeitschriftenlese</i> 1/128, 2/308, 3-4/634
<i>Literaturverzeichnis</i> 1/151, 2/330, 3-4/651
 CHRONIK	
Christiane Matzen	Chronik der Medienentwicklung in Deutschland 2002 1/159
English abstracts 1/176, 2/337, 3-4/658