

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 Medienschönheiten? 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 Gesund-
heitskommunikation
„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. Un-
tersuchungen zum Rollen- und Funktionswandel
des Kulturjournalismus in der Mediengesellschaft.
Münster: LIT Verl., 2002 2/299

Joan-Kristin Bleicher

Constanze Rossmann: Die heile Welt des Fernse-
hens. München: R. Fischer, 2002 3-4/617

Marco Czygan

Siegbert Messmer: Digitales Fernsehen in Deutsch-
land. 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 repräsen-
tativer Zuschauerbefragungen. Konstanz: UVK,
2002 3-4/618

Udo Göttlich

Andreas Hepp / Martin Löffelholz (Hrsg.): Grund-
lagentexte zur transkulturellen Kommunikation.
Konstanz: UVK, 2002 2/302

Andreas Hepp

Manuel Castells: Das Informationszeitalter:
Wirtschaft – Gesellschaft – Kultur. Band 1: Die Netz-
werkgesellschaft / Band 2: Die Macht der Identität,
Opladen: Leske + Budrich, 2001/2002

Manuel Castells: The Internet Galaxy. Reflections
on the Internet, Business, and Society. Oxford: Ox-
ford University Press, 2001 1/105

Michael Jäckel

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

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