

## NEUERSCHEINUNGEN (AUSWAHL)

- Abarbanell, Stephan/Cippitelli, Claudia/Schwanbeck, Axel (Hrsg.): *Fernsehzeit*. 21 Einblicke ins Programm. Eine Retrospektive der Tutzingener Medientage. – München: Reinhard Fischer 1996, 206 Seiten, DM 29,-.
- Abercrombie, Nicholas: *Television and Society*. – Cambridge: Polity Press 1996, 240 Seiten, \$ 21.95.
- Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): *Ökonomie der Medien und des Mediensystems*. Grundlagen, Ergebnisse und Perspektiven medienökonomischer Forschung. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 295 Seiten, DM 48,-.
- Ammon, Martin/Gottwald, Eckart (Hrsg.): *Kino und Kirche im Dialog*. – Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1996, 208 Seiten, DM 29,80.
- Anderson, Roger/Bruhns, Wibke/Eckardt, Emanuel u.a.: *Medienmacher*. Journalisten beschreiben die Herrscher der Vierten Gewalt. – Hamburg: Rasch und Röhring 1996, 235 Seiten, DM 32,-.
- Bachmair, Ben: *Fernsehkultur*. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 357 Seiten, DM 58,-.
- Bakenhuis, Norbert: *Das Lokalradio*. Ein Praxis-Handbuch für den lokalen und regionalen Hörfunk. – Konstanz: UVK Medien 1996 (= Reihe Praktischer Journalismus; Bd. 24), 291 Seiten, DM 38,-.
- Becher, Martina: *Moral in der PR?* Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. – Berlin: Vistas 1996 (= Serie Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations und Kommunikationsmanagement; Bd. 1), 205 Seiten, DM 40,-.
- Beutelschmidt, Thomas: *Sozialistische Audiovision*. Zur Geschichte der Medienkultur in der DDR. – Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg 1995, 503 Seiten, DM 78,-.
- Bolwin, Rolf/Seibert, Peter (Hrsg.): *Theater und Fernsehen*. Bilanz einer Beziehung. Unter Mitarbeit von Sandra Nuy. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996 (= Studien zur Kommunikationswissenschaft; Bd. 13), 213 Seiten, DM 39,-.
- Bubmann, Peter/Müller, Petra (Hrsg.): *Die Zukunft des Fernsehens*. Beiträge zur Ethik der Fernsehkultur. Mit Beiträgen von Dieter Stolte, Hans Mathias Kepplinger, Petra Müller, Joachim von Gottberg, Peter Kottlorz u.a. – Stuttgart, Berlin, Köln: W. Kohlhammer 1996, 182 Seiten, DM 29,80.
- Büscher, Hartmut: *Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse*. Theoretische und empirische Studien zum emotionalen Wirkungspotential von Schlagzeilen der BILD-Zeitung im Assoziationsbereich »Tod«. – Frankfurt/Main u.a.: Peter Lang 1996 (= EHS-Reihe 1: Deutsche Sprache und Literatur; Bd. 1557), XII, 497 Seiten, DM 128,-.
- Büteführ, Nadja: *Zwischen Anspruch und Kommerz*. Lokale Alternativpresse 1970-1993. Münster, New York: Waxmann 1995, 551 Seiten, DM 78,-.
- Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Vox Populi*. Hörerinnen und Hörer haben das Wort. Reader für die Radiopraxis. Mit Begleit-CD. – Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 1996, 136 Seiten, kostenfrei.
- Dörrbecker, Klaus/Fissenerwert-Goßmann, Renée: *Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln*. Das Buch zur Konzeptionstechnik. – Frankfurt/Main: IMK 1996, 296 Seiten, DM 48,90.
- Downing, John: *Internationalizing Media Theory*. Politics, Culture and Change in Eastern Europe. – London u.a.: Sage 1996, 256 Seiten, £ 12.95.
- Effinger, Sabine: *Eine andere Welt: Frauen, Männer und Gewaltwahrnehmung*. Eine Untersuchung zur geschlechtsspezifischen Rezeption von Gewaltinhalten in den Medien. – Bochum: Universitätsverlag Brockmeyer 1995 (= Reihe: Frauen und Massenmedien; Bd. 5), 130 Seiten plus Anhang, DM 29,80.
- Elfenbein, Stefan W.: *Die veränderte Rolle der New York Times*. Einfluß in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft seit Veröffentlichung der Pentagon Papers. – Frankfurt/Main u.a.: Peter Lang 1996 (= EHS-Reihe 31: Politikwissenschaft; Bd. 292), 626 Seiten mit zahlr. Tab. und Abb., DM 148,-.

- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle: *Statistisches Jahrbuch 96*. Filmindustrie, Fernsehen, Video und neue Medien in Europa. – Straßburg: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle 1996, 302 Seiten, DM 249,-.
- Fallows, James: *Breaking the News*. How the Media Undermine American Democracy. – New York: Pantheon Books 1996, 304 Seiten, \$ 23.00.
- Faulstich, Werner: *Medien und Öffentlichkeiten im Mittelalter 800-1400*. Die Geschichte der Medien, Band 2. – Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1996, 298 Seiten mit 111 Abb., DM 68,-.
- Fischer, Heinz-Dietrich/Jubin, Olaf (Hrsg.): *Privatfernsehen in Deutschland*. Konzepte, Konkurrenten, Kontroversen. – Frankfurt/Main: IMK 1996 (= RTL-Schriftenreihe Kommunikation und Medien; Bd. 1), 224 Seiten, DM 39,90.
- Fischer, Heinz-Dietrich/Niemann, Jürgen/Stodieck, Oskar: *100 Jahre Medien-Gewalt-Diskussion in Deutschland*. Synopse und Bibliographie zu einer zyklischen Entrüstung. – Frankfurt/Main: IMK 1996 (= RTL-Schriftenreihe: Kommunikation und Medien, Bd. 3), 348 Seiten, DM 48,90.
- Fleissner, Peter/Hofkirchner, Wolfgang/Müller, Harald/Pohl, Margit/Stary, Christian (Hrsg.): *Der Mensch lebt nicht vom Bit allein...* Information in Technik und Gesellschaft. – Frankfurt/Main u.a.: Peter Lang 1996, XVI, 328 Seiten mit zahlr. Tab. u. Abb., DM 49,-.
- Frey-Vor, Gerlinde: *Langzeiterien im deutschen und britischen Fernsehen*. ›Lindenstraße‹ und ›EastEnders‹ im interkulturellen Vergleich. – Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess 1996, X, 324 Seiten, DM 70,-.
- Friske, Hans-Jürgen: *Technischer Journalismus*. Einführung in die Wirtschaftskommunikation. – Münster, Hamburg: Lit Verlag 1996 (= Dortmunder Dialoge: Forschung für die redaktionelle Praxis; Bd. 4), 160 Seiten, DM 24,80.
- Fritz, Gerd/Strassner, Erich (Hrsg.): *Die Sprache der ersten deutschen Wochenzeitungen im 17. Jahrhundert*. – Tübingen: Max Niemeyer 1996 (= Reihe: Medien in Forschung und Unterricht, Serie A; Band 41), X, 357 Seiten, DM 148,-.
- Gerhart, Rudolf/Steffen, Erich: *Kleiner Knigge des Presserechts*. Wie weit Journalisten gehen dürfen. – Frankfurt/Main: IMK 1996, 176 Seiten, DM 39,90.
- Göpfert, Winfried/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): *Wissenschaftsjournalismus*. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. – München: List, 3., voll. neu bearb. Aufl. 1996 (= Reihe: List Journalistische Praxis), 285 Seiten, DM 32,-.
- Göttlich, Udo: *Kritik der Medien*. Reflexionsstufen kritisch materialistischer Medientheorien am Beispiel von Leo Löwenthal und Raymond Williams. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 347 Seiten, DM 59,-.
- Gramss-Wittko, Manuela: *Die Automobilindustrie in der Berichterstattung des Handelsblattes*. Eine inhaltsanalytische Fallstudie. – Berlin: Vistas 1996 (= Serie Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations und Kommunikationsmanagement; Bd. 2), 137 Seiten plus Anhang, DM 36,-.
- Haller, Michael/Davatz, Felix/Peters, Matthias: *Massenmedien, Alltagskultur und Partizipation*. Zum Informationsgeschehen in städtischen Gesellschaften. Kulturelle Vielfalt und nationale Identität: Nationales Forschungsprogramm 21. – Basel: Helbing & Lichtenhahn 1995, 232 Seiten, DM 55,-.
- Hanna-Daoud, Thomas: *Die NSDAP und der Film bis zur Machtergreifung*. – Köln, Weimar, Wien: Böhlau 1996 (= Reihe: Medien in Geschichte und Gegenwart; Bd. 4), 345 Seiten, DM 78,-.
- Hansen, Hans Robert: *Klare Sicht am Info-Highway*. Geschäfte via Internet & Co. Wien: Orac 1996, 224 Seiten, DM 69,-.
- Hermann, Günter: *Das Bayerische Medienrecht kurz vor der Jahrtausendwende*. Unter besonderer Berücksichtigung der Rundfunkanbieter nach dem Bayerischen Mediengesetz. – Baden-Baden: Nomos 1996 (= UFITA-Schriftenreihe; Bd. 136), 188 Seiten, DM 58,-.
- Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (Hrsg.): *Wirtschaftlichkeitschancen für Ballungsraumfernsehen in der Region Rhein-Main*. Ein Gutachten der Prognos AG im Auftrag der LPR Hessen. – München: KoPäd 1996 (= Schriftenreihe der LPR Hessen; Bd. 1), 152 Seiten, DM 30,-.
- Hinner, Kajetan: *Lexikon der Telekommunikation*. Die wichtigsten Begriffe zu allen Online-Diensten. – München: C.H. Beck im Deutschen

Taschenbuchverlag 1996, 335 Seiten, DM 20,90.

Hömberg, Walter/Pürer, Heinz (Hrsg.): *Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland.* – Konstanz: UVK Medien 1996 (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 22), 475 Seiten, DM 58,-.

Hoffmann, Wilhelm (Hrsg.): *Sinnwelt Film.* Beiträge zur interdisziplinären Filmanalyse. – Baden-Baden: Nomos 1996, 220 Seiten, DM 58,-.

Huh, Michael: *Bild-Schlagzeilen.* Wie das Fernsehen Nachrichten erfolgreich vermarktet. – Konstanz: UVK Medien 1996 (= Reihe: Wissenschaftsforum; Bd. 3), 277 Seiten plus Anhang, DM 54,-.

Hurrelmann, Bettina/Hammer, Michael/Stelberg, Klaus: *Familienmitglied Fernsehen.* Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen. – Opladen: Leske + Budrich 1996 (= Schriftenreihe Medienforschung der LfR; Bd. 20), 308 Seiten, DM 55,-.

Hurst, Matthias: *Erzählsituationen in Literatur und Film.* Ein Modell zur vergleichenden Analyse von literarischen Texten und filmischen Adaptionen. – Tübingen: Max Niemeyer 1996 (= Reihe: Medien in Forschung und Unterricht, Serie A; Bd. 40), 332 Seiten, DM 148,-.

Jäckel, Michael: *Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung.* Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 315 Seiten, DM 56,-.

Kalt, Gero/Hanfald, Michael: *Schlecht informiert 2.* Wie Medien die Wirklichkeit verzerren. Fallbeispiele aus den Jahren 1993-1995. – Frankfurt/Main: IMK 1996, 352 Seiten, DM 48,90.

Karmasin, Matthias: *Journalismus: Beruf ohne Moral?* Journalistisches Handeln in Österreich. Mit einem Vorwort von Wolfgang R. Langenbacher. – Wien: Linde 1996, 222 Seiten, DM 40,-.

Klepper, Martin/Mayer, Ruth/Schneck, Ernst-Peter (Hrsg.): *Hyperkultur.* Zur Fiktion des Computerzeitalters. – Berlin, New York: de Gruyter 1996, 295 Seiten, DM 38,-.

Knies, Karl: *Der Telegraph als Verkehrsmittel.* Über den Nachrichtenverkehr überhaupt. Nach-

druck der Erstausgabe von 1857. Mit einer Einleitung von Hans Wagner. – München: Reinhard Fischer 1996 (= Reihe: ex libris kommunikation; Bd. 6), 324 Seiten, DM 36,80.

Kommer, Sven: *Kinder im Werbenetz.* Eine qualitative Studie zum Werbeangebot und zum Werbeverhalten von Kindern. – Opladen: Leske + Budrich 1996 (= Schriftenreihe der Gesellschaft für Medien und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik GMK; Bd. 10), 196 Seiten, DM 36,-.

Koschnick, Wolfgang J.: *Medien- und Journalismusjahrbuch.* – Berlin, New York: de Gruyter 1996, X, 576 Seiten, DM 98,-.

Koschnick, Wolfgang J.: *Standard-Lexikon Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit.* – München u.a.: K.G. Saur 1996, Bd. 1: V, 638 Seiten, Bd. 2: IV, 597 Seiten, zus. DM 456,-.

Kuby, Erich: *Der Zeitungsleser.* In Wochenschritten durch die politische Landschaft 1993-1995. – Hamburg: Konkret Literatur Verlag 1996, 160 Seiten, DM 25,-.

Kühn, Richard/Fankhauser, Kathrin: *Marktforschung.* Ein Arbeitsbuch für das Marketing-Management. – Bern, Stuttgart, Wien: Paul Haupt 1996, 198 Seiten mit 37 Abb., DM 54,-.

Kunczik, Michael: *Gewalt und Medien.* – Köln, Weimar, Wien: Böhlau, 3., überarb. u. aktual. Aufl. 1996, VIII, 296 Seiten, DM 48,-.

Lohmeier, Anke-Marie: *Hermeneutische Theorie des Films.* – Tübingen: Max Niemeyer 1996 (= Reihe: Medien in Forschung und Unterricht, Serie A; Bd. 42), XI, 371 Seiten, DM 158,-.

Ludes, Peter (Hrsg.): *Informationskontexte für Massenmedien.* Theorie und Trends. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 367 Seiten, DM 66,-.

Maletzke, Gerhard: *Interkulturelle Kommunikation.* – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 226 Seiten, DM 38,-.

Marci-Boehncke, Gudrun/Werner, Petra/Wischermann, Ulla (Hrsg.): *BlickRichtung Frauen.* Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung. Mit Beiträgen von Marie-Luise Angerer, Gudrun Marci-Boehncke, Waltraud Cornelißen u.a. – Weinheim: Deutscher Studien Verlag 1996, 195 Seiten, DM 44,-.

Maseberg, Eberhard/Reiter, Sibylle/Teichert, Will (Hrsg.): *Führungsaufgaben in Redaktionen.*

- Bd. 1: Materialien zum Redaktionsmanagement in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen. – Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung 1996, 399 Seiten, DM 35,-.
- Mast, Claudia (Hrsg.): *Markt – Macht – Medien*. Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. – Konstanz: UVK Medien 1996 (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 23), 421 Seiten, DM 58,-.
- Mowlana, Hamid: *Global Communication in Transition*. – London u.a.: Sage 1996, 216 Seiten, £ 15.50.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Petersen, Thomas: *Alle, nicht jeder*. Einführung in die Methoden der Demoskopie. – München: Deutscher Taschenbuch Verlag 1996, 656 Seiten, DM 38,-.
- Oenicke, Jens: *Online-Marketing*. Kommerzielle Kommunikation im interaktiven Zeitalter. – Stuttgart: Schäffer-Poeschel 1996, 192 Seiten, DM 58,-.
- Olt, Reinhart (Hg.): *Der Riese erwacht*. Osteuropa nach 1989. Facetten aus Gesellschaft, Politik und Medien. – Frankfurt/Main: IMK 1996, 360 Seiten, DM 48,90.
- Ory, Stephan/Bauer, Helmut G. (Hrsg.): *Hörfunk-Jahrbuch '95*. – Berlin: Vistas 1996, 285 Seiten, DM 34,-.
- Pape, Martin: *Deutschlands Private. Privater Hörfunk – privates Fernsehen im Überblick*. – Neuwied: Luchterhand 1996, 392 Seiten, DM 34,80.
- Peiser, Wolfram: *Die Fernsehgeneration*. Eine empirische Untersuchung ihrer Mediennutzung und Medienbewertung. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996 (= Studien zur Kommunikationswissenschaft; Bd.17), 306 Seiten, DM 54,-.
- Pfeifer, Hans-Wolfgang/Quandt, Siegfried (Hrsg.): *Zeitungslandschaft Hessen*. Prozesse, Profile, Perspektiven. – München: Koehler & Amelang 1996, 160 Seiten, DM 29,80.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): *Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1985-1994)*. Eine Übersicht über wichtige Ergebnisse. – Bonn: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 1996, 669 Seiten, kostenfrei.
- Priest, Susanna Hornig: *Doing Media Research*. An Introduction. – London u.a.: Sage 1996, 400 Seiten, £ 19.95.
- Rehbinder, Manfred: *Beiträge zum Urheber- und Medienrecht*. Herausgegeben von Reto M. Hilty. – Baden-Baden: Nomos 1995 (= UFITA-Schriftenreihe; Bd. 131), 284 Seiten, DM 78,-.
- Rust, Holger: *Wellen des publizistischen Zeitgeistes*. Essays zum Medienbetrieb der Postmoderne. – Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag 1996 (= Reihe: Neue Aspekte in Kultur- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 12), 247 Seiten, DM 53,-.
- Rusterholz, Peter/Moser, Rupert (Hrsg.): *Die Bedeutung des Buches* gestern – heute – morgen. – Bern, Stuttgart, Wien: Paul Haupt 1996 (= Bremer Universitätschriften; Bd. 40), 143 Seiten, DM 38,-.
- Schatz, Heribert (Hrsg.): *Fernsehen als Objekt und Moment des sozialen Wandels*. Faktoren und Folgen der aktuellen Veränderungen des Fernsehens. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 383 Seiten, DM 64,-.
- Schmitz, Manfred: *Fernsehen zwischen Apokalypse und Integration*. Zur Instrumentalisierung der Fernsehunterhaltung. – Baden-Baden: Nomos 1995, 216 Seiten, DM 69,-.
- Schütte, Dagmar: *Das schöne Fremde*. Anglo-amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung 1951-1991. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1996 (= Studien zur Kommunikationswissenschaft; Bd.16), 383 Seiten, DM 68,-.
- Schwarzer, Alice: *Marion Dönhoff*. Ein widerständiges Leben. – Köln: Kiepenheuer & Witsch 1996, 347 Seiten, DM 39,80.
- Shields, Rob (ed.): *Cultures of Internet*. Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies. – London u.a.: Sage 1996, 256 Seiten, £ 12.95.
- Spielhagen, Edith: *Statt Fernsehen – Stadtfernsehen*. Lokale TV-Kanäle in Brandenburg – eine Untersuchung von 15 in Brandenburger Kabelnetzen veranstalteten Stadtkanalprogrammen. – Berlin: Vistas (= Schriftenreihe der MABB; Bd. 4), 103 Seiten, DM 20,-.
- Spitzer, Gerald: *Sonderwerbformen im TV*. Kommunikations-Kooperationen zwischen Fernsehen und Wirtschaft. – Wiesbaden: Deutscher Universitäts Verlag 1996, 402 Seiten, DM 118,-.

Sturm, Robert/Zirbik, Jürgen: *Die Radio-Station*. Ein Leitfaden für den privaten Hörfunk. – Konstanz: UVK Medien 1996 (= Reihe Praktischer Journalismus; Bd. 15), 381 Seiten, DM 60,-.

Tonnemacher, Jan: *Kommunikationspolitik in Deutschland*. Eine Einführung. – Konstanz: UVK Medien 1996 (= Reihe: Uni Papers; Bd. 7), 291 Seiten, DM 36,-.

Tonscheidt, Sabine: *Frauenzeitschriften am Ende?* Ostdeutsche Frauenpresse vor und nach der Wende 1989. – Münster, Hamburg: Lit Verlag 1996 (= Reihe Kommunikation: Forschung und Lehre; Bd. 9), 488 Seiten, DM 68,80.

Ubbens, Wilbert: *Jahresbibliographie Massenkommunikation 1994*. Systematisches Verzeichnis der im Jahre 1994 innerhalb und außerhalb des Buchhandels veröffentlichten Literatur zu Presse, Rundfunk, Fernsehen, Film und angrenzenden Problemen. – Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess 1996, XIV, 434 Seiten, DM 36,-.

Wiek, Ulrich: *Politische Kommunikation und Public Relations in der Rundfunkpolitik*. Eine politikfeldbezogene Analyse. – Berlin: Vistas 1996 (= Serie Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations und Kommunikationsmanagement; Bd. 3), 273 Seiten, DM 44,-.