

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Philippe Viallon <i>Bilden eine Wissenschaft und zwei Kulturen zwei Wissenschaften? Eine vergleichende Ansicht der Kommunikationswissenschaft in Frankreich und Deutschland</i>	9
Bernard Miège <i>Ist es immer gerechtfertigt, einen fragmentierten öffentlichen Raum als öffentlichen Raum zu bezeichnen?</i>	19
Sylvie Dornadin <i>Der Begriff des öffentlichen Raums</i>	25
Isabelle Pailliant <i>Kommunikation und Territorien</i>	39
Pierre Moeglin <i>Wohin geht die Forschung im Bereich der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien in Frankreich?</i>	49
Michael Kunczik <i>Medien und Gesellschaft</i>	67
Reinhold Decker und Claudia Bornemeyer <i>Medien und Stadtmarketing</i>	103
Lothar Rolke <i>Unternehmenskommunikation in Deutschland: Auf dem Weg zum monetären Leitprinzip und kommunikationsbasierten Stakeholder-Kompass</i>	117
Pierre Delcambre <i>Die organisationelle Kommunikation im französischen Kontext: Entwicklung der Arbeiten von 1990-2000. – Schriftliche Kommunikation im Arbeitskontext: für eine kritische Annäherung, gestützt auf eine Ethnografie der Verständigung</i>	145
Martine Joly <i>Über das Bild</i>	157
Ursula E. Koch <i>Bild und Bildsatire – ein Opfer intellektuellen Argwohns?</i>	173
Jean-François Tétu <i>Die französische Diskursanalyse</i>	205

Wolfgang Settekorn <i>Konstruktion und Vermittlung von Ereignissen in der deutschen Presse: zum Fall der PALLAS</i>	219
Knut Hickethier <i>Film und Fernsehen</i>	261
Roger Odin <i>Film und Kommunikation</i>	285
Noël Nel <i>Der gegenwärtige Stand der sozio-semiotischen Forschung zum französischen Fernsehen</i>	313
Uwe Hasebrink <i>Kommunikationswissenschaftliche Fernsehforschung in Deutschland</i>	329
Lorenz Engell <i>Medien und Ästhetik</i>	337
Jean-Pierre Esquenazi <i>Philosophie und Kommunikation</i>	345
Thomas Weber <i>Medien und Philosophie. Anmerkungen zu einem schwierigen Verhältnis und zur Entwicklungslogik von Medientheorien</i>	365
Gerhard Vowe <i>Medien und Politik – Mythen auf dem Prüfstand</i>	381
Jean Mouchon <i>Der aufhaltbare Niedergang öffentlicher Debatten im Fernsehen</i>	401