

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Band: - (1985)
Heft: 2

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.10.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
I. Elektronische Datenbanken auf dem Prüfstand – Bericht zur Arbeitstagung der SGKM im Herbst 1985 – von Othmar Baeriswyl, Fribourg	2
II. La situation des feuilles d'annonces gratuites en Suisse – par Pierre-Ami Chevalier, Genève	5
III. Verdrängen Gratisanzeiger die Lokalzeitungen tradi- tionellen Zuschnitts? – von Martin Gollmer, Zürich	13
IV. Werbung und Medienentwicklung im gesamtge- sellschaftlichen Zusammenhang – von Ulrich Saxer, Zürich	16
V. Le consommateur de médias de demain n'appartien- dra pas à une génération de non-lecteurs mais à une génération qui lit différemment – par Saad Elghazali, Lausanne	19
VI. Voranzeige einer Neuerscheinung	23