

Bartsch

Der Bertelsmann-Konzern und die französische Medienpolitik

Analysen der Strategien, Medienberichterstattung und parlamentarischen Debatten

Marlen Bartsch analysiert das Spannungsverhältnis zwischen den Interessen und Strategien des multinational ausgerichteten Bertelsmann-Konzerns und der als protektionistisch bezeichneten Medienpolitik des Nationalstaats Frankreich. Basierend auf dem theoretischen Modell der Akteurtheorie des Soziologen Uwe Schimank untersucht sie die französische Medienpolitik und die Aktivitäten und Strategien des Medienkonzerns weltweit sowie mit Fokus auf Frankreich. Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung und der parlamentarischen Debatten in Frankreich verdeutlichen eine parteipolitische Relevanz in der Interpretation des Verhältnisses. Die Autorin bietet neben der Analyse von Makro-, Meso- und Mikroebene der Kommunikation zusätzlich neue Ansätze für ein erweitertes Verständnis und eine Neubewertung der französischen Medienpolitik.

Marlen Bartsch analysiert das Spannungsverhältnis zwischen den Interessen und Strategien des multinational ausgerichteten Bertelsmann-Konzerns und der als protektionistisch bezeichneten Medienpolitik des Nationalstaats Frankreich. Basierend auf dem theoretischen Modell der Akteurtheorie des Soziologen Uwe Schimank untersucht sie die französische Medienpolitik und die Aktivitäten und Strategien des Medienkonzerns weltweit sowie mit Fokus auf Frankreich. Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung und der parlamentarischen Debatten in Frankreich verdeutlichen eine parteipolitische Relevanz in der Interpretation des Verhältnisses. Die Autorin bietet neben der Analyse von Makro-, Meso- und Mikroebene der Kommunikation zusätzlich neue Ansätze für ein erweitertes Verständnis und eine Neubewertung der französischen Medienpolitik. Der Inhalt - Der Bertelsmann-Konzern in Frankreich - Die französische Medienpolitik als handlungsprägendes Sozialsystem - Der Bertelsmann-Konzern als handlungsfähiger Akteur - Das Handeln des Bertelsmann-Konzerns im Spiegel von Medien und Parlament - Erkenntnisse aus Theorie und Empirie Die Zielgruppen - Dozierende und Studierende der Fachgebiete Medienpolitik, Medienökonomie, Medienwissenschaft, Publizistik, Kommunikationswissenschaft - Praktiker und Praktikerinnen aus Medienökonomie, Medienpolitik, Romanistik Die Autorin Marlen Bartsch wurde an der Freien Universität in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft promoviert. Sie forscht zur Medienökonomie und europäischen Kommunikationspolitik.



49,99 €
46,72 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658250690
Medium: Buch
ISBN: 978-3-658-25069-0
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 12.01.2019
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2019
Serie: Studies in international, transnational and global communications
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 536 g
Seiten: 394
Format (B x H): 148 x 210 mm

