

Freiburg, 7. April 2011

Universität Freiburg, Frankreich-Zentrum

Vorlesung Medienlandschaft in Deutschland und Frankreich

1. Grundsätzliche Einführung: Medienspektrum, Verbände, Tarife, gesetzlicher Rahmen
2. Presse: Geschichte, Struktur, Verbreitung, Ökonomie
3. Rundfunk und Fernsehen: Struktur und Entwicklung in der Europäischen Union
4. Zukunft Internet: Informationsinteresse versus Finanzen

Die Studierenden erhalten Einblick in den Aufbau und den dynamischen Veränderungsprozess der Medienlandschaft vor allem in Deutschland, die wirtschaftliche Kräfte am Medienmarkt und die staatlichen Randbedingungen für Medienunternehmen sowohl im Printbereich wie – völlig verschieden davon - im Bereich elektronischer Medien.

Die Medienlandschaft Frankreichs wird ebenfalls dargestellt, für den Vergleich zwischen Deutschland und Frankreich stehen Quellen zur Verfügung.

Quellen

Schrag, Wolfram, „Medienlandschaft Deutschland“, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2007

„Deutsche und französische Medien im Wandel“, Cornelia Frenkel et al, Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft Bd. 6, Knecht Verlag, 2004

Media Perspektiven, „Basisdaten 2010“, Hrsg. Hessischer Rundfunk in Zus.arbeit mit ARD-Werbung

„Media Perspektiven“, monatlich erscheinende Fachzeitschrift, Hrsg. Hessischer Rundfunk in Zus.arbeit mit ARD-Werbung, Frankfurt

„M- Menschen machen Medien“, zweimonatliche Mitgliederzeitschrift der dju, Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in Ver.di, Fachbereich 8, Berlin

„Der Journalist“, monatliche Mitgliederzeitschrift des djv, Deutscher Journalistenverband, Medienfachverlag Rommerskirchen GmbH, Remagen-Rolandseck

„Journalistik-Journal“, Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund

Internet

www.newsroom.de, Mediennachrichten-Abo

www.media-perspektiven.de

www.presserat.de

www.diplomatie.gouv.fr/fr/

www.botschaft-frankreich.de