merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Klaus-Dieter Altmeppen: Strategisch geplante Sozialisation.

Beitrag aus Heft »2011/01: Populärkultur und Medien«

Wie sehen die Strukturen der Unterhaltungsbeschaffung und -produktion aus? Unterhaltungsproduktion ist ein Teil des Kommunikationsprozesses und daher mit der Nutzung von und der Sozialisation durch Medien eng verknüpft. Der Bereich wird in die Kulturwirtschaft eingeordnet, bevor schwerpunktmäßig die Organisation und das Management der Beschaffung und Produktion von Unterhaltung analysiert werden.

Literatur

Altmeppen, Klaus-Dieter (2006). Journalismus und Medien als Organisationen. Leistungen, Strukturen und Management. Wiesbaden.

Altmeppen, Klaus-Dieter/Lantzsch, Katja/Will, Andreas (2007). Flowing Networks in the Entertainment Business: Organizing International TV Format Trade. In: The International Journal on Media Management, 9 (2007) 3, S. 94-104.

Assmann, Aleida/Assmann, Jan (1994). Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 114-140.

Hepp, Andreas (2004). Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. 2. Aufl., Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Hesmondhalgh, David (2007). The Cultural Industries. Los Angeles et al.: Sage.

Koch-Gombert, Dominik (2010). Aufgaben und Strategien der Programmplanung im klassischen Free-TV und im digitalen Wettbewerb. In: Lantzsch, Katja/Altmeppen, Klaus-Dieter/Will, Andreas (2010) (Hrsg.), Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden: VS Verlag, S. 180-194.

Lantzsch, Katja/Altmeppen, Klaus-Dieter/Will, Andreas (2010) (Hrsg.). Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden: VS Verlag.

Pätzold, Ulrich/Röper, Horst (2008). Fernsehproduktionsmarkt Deutschland 2005 und 2006: Auftragsvolumen und Branchenstruktur. In: Media Perspektiven, 3 (2008), S. 125-137.

Siegert, Gabriele/von Rimscha, Björn (2008). Forschungsfelder in der Unterhaltungsproduktion: Zusammenfassung und Ausblick. In: Dies. (Hrsg.), Zur Ökonomie der Unterhaltungsproduktion. Köln. S. 268-286.

Söndermann, Michael/Backes, Christoph/Arndt, Olaf/Brünink, Daniel (2009). Kultur- und Kreativwirtschaft:

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht (Endbericht, Auftraggeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie). Berlin.

Sydow, Jörg/Windeler, Arnold (2004) (Hrsg.). Organisation der Content-Produktion. Wiesbaden: VS Verlag.

United Nations (2008). Creative Economy. Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. Geneva and New York, UNCTAD/UNDP.