

Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven

Bearbeitet von
Thomas Wiedemann, Michael Meyen

1. Auflage 2013. Taschenbuch. 296 S. Paperback
ISBN 978 3 86962 086 2
Format (B x L): 14 x 21 cm
Gewicht: 374 g

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >
Kommunikationswissenschaft

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

THEORIE UND GESCHICHTE DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Thomas Wiedemann / Michael Meyen (Hrsg.)

Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft

Internationale Perspektiven

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Wiedemann / Michael Meyen (Hrsg.)
Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft.

Internationale Perspektiven

Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, 13
Köln: Halem, 2013

Die Reihe *Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft* wird herausgegeben von Michael Meyen, München.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2013 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-086-2

ISSN 1865-3367

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
Email: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

INHALT

| | |
|---|-----|
| THOMAS WIEDEMANN / MICHAEL MEYEN | 7 |
| Warum Bourdieu, warum internationale Perspektiven? Eine Einführung | |
| I. FORSCHUNGSFELDER | |
| RODNEY BENSON | 20 |
| Nachrichtenmedien als ›journalistisches Feld‹: Was Bourdieu zum Neo-Institutionalismus beiträgt – und andersherum | |
| LEE EDWARDS | 49 |
| Mit Bourdieu Public Relations verstehen | |
| ERIK NEVEU | 74 |
| Pierre Bourdieu und die Analyse von Mediendiskursen. Rezeptionsschwierigkeiten und Umsetzung eines theoretischen Programms | |
| HELMUT SCHERER | 100 |
| Mediennutzung und soziale Distinktion | |
| DAVID W. PARK | 123 |
| Pierre Bourdieu und die Geschichte des kommunikationswissenschaftlichen Feldes. Auf dem Weg zu einem reflexiven und konfliktorientierten Verständnis der Fachentwicklung | |

II. ANWENDUNGEN

| | |
|--|-----|
| JULIEN DUVAL | 146 |
| Das journalistische Angebot und der soziale Raum im heutigen Frankreich | |

| | |
|---|-----|
| NICOLAS HUBÉ | 166 |
| Aus naher Quelle einer nahen Quelle ... Die Codifizierung des ›off‹ in der deutschen Politik | |

| | |
|--|-----|
| ADRIENNE RUSSELL | 191 |
| Digitale Kommunikationsnetzwerke und das journalistische Feld. Eine Fallstudie zu den französischen Unruhen 2005 | |

III. ENTGRENZUNGEN

| | |
|--|-----|
| ØYVIND IHLEN | 214 |
| Kämpfe im Feld der Wirtschaft verstehen. Bourdieu und die Analyse strategischer Kommunikation | |

| | |
|---|-----|
| KLAUS BECK / TILL BÜSER / CHRISTIANE SCHUBERT | 234 |
| Medialer Habitus, mediales Kapital, mediales Feld – oder: vom Nutzen Bourdieus für die Mediennutzungsforschung | |

| | |
|--|-----|
| BENJAMIN KRÄMER | 263 |
| Eine Bourdieu'sche Kritik der politischen Urteilskraft | |

| | |
|------------------------|-----|
| Autorinnen und Autoren | 287 |
|------------------------|-----|



Thomas Wiedemann / Michael Meyen (Hrsg.)

**Pierre Bourdieu und die
Kommunikationswissenschaft.
Internationale Perspektiven**

Theorie und Geschichte der

Kommunikationswissenschaft, 13

2013, 296 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 / sFr. 47,90

ISBN 978-3-86962-086-2

Der Beitrag von Pierre Bourdieu für die Sozialwissenschaften ist unbestritten und aus dem internationalen Wissenschaftsdiskurs nicht mehr wegzudenken. Dieser Band zeigt, dass Bourdieus Theorie auch für die Kommunikationswissenschaft von Bedeutung ist, und wirbt (über diesen Einzelfall hinaus) für den Einsatz von Sozialtheorien. Die Aufsätze dokumentieren in theoretischen Auseinandersetzungen und empirischen Studien, wie die Journalismusforschung, PR, Medieninhaltsforschung, Mediennutzung und Fachgeschichtsschreibung Bourdieu nutzen können. Dazu kommt ein zweites Ziel: Im Buch werden wichtige Beiträge von zentralen Protagonisten der internationalen Kommunikationswissenschaft übersetzt, die so den Zugang zu ausländischen Fachkulturen und Theoriediskursen erleichtern und eine breitere Debatte anregen sollen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Lindenstr. 19 · 50674 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

