

Leitfaden für das Masterstudium und die Masterarbeit an der Arbeitsstelle Kommunikationspolitik / Medienökonomie - M.A.-Studienordnung 2011 -

Inhalt

1.	Vorbemerkung.....	1
2.	Lehrangebote der Arbeitsstelle Kommunikationspolitik / Medienökonomie.....	1
3.	Überblick zur Masterarbeit	2
4.	Masterarbeit.....	3

1. Vorbemerkung

Dieser Leitfaden wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Die Angaben sind ohne Gewähr und erheben nicht den Anspruch auf Vollständigkeit; sie ersetzen nicht die entsprechenden offiziellen Prüfungsordnungen. **Bitte informieren Sie sich auf jeden Fall anhand der für Sie relevanten Prüfungsordnung!**

2. Lehrangebote der Arbeitsstelle Kommunikationspolitik / Medienökonomie

Das Lehrangebot der Arbeitsstelle Kommunikationspolitik / Medienökonomie besteht im Masterstudiengang aus dem Modul „Strukturen und Steuerung der Politischen Kommunikation“.

Das Modul (15 LP) wird durch den Besuch zweier Hauptseminare abgeschlossen, die eine Vertiefung der Themenfelder Medienökonomie und Kommunikationspolitik (inklusive Medienrecht), Medienethik, Mediensystem oder Medieninnovationen anbieten. Die Seminare werden im Sommersemester angeboten. Die Kombination der Seminare ist in der Regel frei wählbar, muss sich aber inhaltlich ergänzen. Die Hauptseminare stehen in der Regel in einem fachlichen und didaktischen Zusammenhang. Der Abschluss des Moduls innerhalb des 2. Fachsemesters im Master wird empfohlen.

Außerdem bietet Prof. Dr. Klaus Beck jedes Semester ein Colloquium begleitend zur MA-Arbeit für ExamenskandidatInnen an. Der Besuch des parallel zur Masterarbeit stattfindenden Colloquiums ist an unserer Arbeitsstelle verpflichtend.

Master „Medien und Politische Kommunikation“

Modul

Strukturen und Steuerung der politischen Kommunikation
2. Fachsemester

Masterarbeit

4. Fachsemester

M.A.-Modul (15 LP)
„Strukturen und Steuerung der politischen Kommunikation“
(StO von 2008 und 2011)

SOMMERSEMESTER (2. FS)

Hauptseminar I:
z.B. „Medien und Macht - zur politischen Ökonomie der Publizistik“
Prüfung: Aktive Teilnahme, ggf. Hausarbeit (20 Seiten), 5 oder 10 LP

Hauptseminar II:
z.B. „Public service broadcasting in the digital age“
Prüfung: Aktive Teilnahme (Referat), ggf. Hausarbeit (s.o.) 5 oder 10 LP

3. Überblick zur Masterarbeit

Masterarbeiten können nur von Studierenden des Masterstudiengangs „Medien und Politische Kommunikation“ geschrieben werden. Die Arbeit sollte nach den neuen Studienordnungen MA 2008 und MA 2011 zwischen 60 und 70 Seiten umfassen (netto, d.h. zuzüglich Anhang, Deckblatt usw.). Die Arbeit muss innerhalb von 23 Wochen nach der Anmeldung bearbeitet werden. Die Bearbeitungsfrist beginnt mit dem Versand der Anmeldebestätigung an Sie durch das Prüfungsbüro.

Wenn Sie eine Masterarbeit an der Arbeitsstelle Kommunikationspolitik / Medienökonomie schreiben wollen, sollten Sie das Modul „Strukturen und Steuerung der politischen Kommunikation“, das von unserer Arbeitsstelle angeboten wird, erfolgreich und mit guten bis sehr guten Leistungen absolviert haben. Der Besuch des forschungsbegleitenden Colloquiums ist verpflichtend.

Voraussetzungen für die Anmeldung

Bitte weisen Sie bei der Anmeldung zur Masterarbeit im Prüfungsbüro den erfolgreichen Abschluss von Modulen im Umfang von mindestens 60 LP nach. So können Sie überprüfen, welche Leistungsnachweise Sie spätestens bei der Feststellung des Studienabschlusses im Prüfungsbüro noch nachreichen müssen. Voraussetzung für die Anmeldung zur Masterarbeit ist, dass Sie in dem betreffenden Arbeitsbereich, in dem Sie Ihre Arbeit schreiben, mindestens ein Modul/Hauptseminar erfolgreich absolviert haben. Der Prüfungsausschuss empfiehlt jedoch generell, vor der Anmeldung möglichst viele der erforderlichen Lehrveranstaltungen zu absolvieren, damit Sie sich ganz auf Ihre Masterarbeit konzentrieren können.

Anmeldung zur Masterarbeit

Für die Anmeldung müssen zunächst zwei Formulare ausgefüllt werden: „Anmeldung zur Masterarbeit“ und „Themenblatt zur Masterarbeit“. Sie müssen also ein mit den Prüfungsberechtigten der Arbeitsstelle abgestimmtes Thema angeben. Zudem benötigen Sie hier die Unterschrift des/der PrüferIn, der/die das Thema und die Annahme der Masterrarbeit bescheinigt und somit

Ihr/e PrüferIn für die Masterarbeit ist. Nach Möglichkeit ist auch der/die ZweitgutachterIn auf dem Formular anzugeben.

Beide Formulare stehen auf der Homepage des Prüfungsbüros zum Download bereit:

http://www.polsoz.fu-berlin.de/studium/studiengaenge/ma_studiengaenge/ma_medien_und_politische_kommunikation/index.html

Die folgenden Mitarbeiter der Arbeitsstelle Kommunikationspolitik/ Medienökonomie sind prüfungsberechtigt für Masterarbeiten (Erstgutachter):

- Prof. Dr. Klaus Beck
- Prof. Dr. Klaus Goldhammer
- Prof. Dr. Matthias Prinz
- Dr. Leyla Dogruel

Eine Liste aller Prüfungsberechtigten für Masterarbeiten finden Sie auf der Instituts-Homepage unter:

<http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/studium/pruefungen/pruefungsberechtigung/index.html>

Bitte beachten Sie, dass es zur Anmeldung der Masterarbeit im Studien- und Prüfungsbüro (Frau Janine Pfeiffer) feste Termine gibt, über die Sie sich informieren und für die Sie sich anmelden müssen. In der Regel werden pro Semester drei Anmeldetermine angeboten.

Abgabe der Masterarbeit / Abstract

Die Arbeit muss in dreifacher Ausführung inklusive eidesstattlicher Erklärung vorgelegt werden. Alle drei Exemplare sind im Prüfungsbüro abzugeben, davon sollte ein Exemplar geheftet und gelocht sein.

Wir bitten alle Studierenden, die Ihre Arbeit an unserer Arbeitsstelle betreuen lassen, um die gleichzeitige Abgabe eines **Abstracts** im Umfang von ca. 0,5 Textseiten (entspricht 200-250 Wörtern) in digitaler Form. Im Abstract sollten Sie kurz zusammenfassen, mit welcher Fragestellung Sie sich auseinandergesetzt haben und zu welchen Ergebnissen Ihre Untersuchung gekommen ist. Im Falle einer sehr guten Bewertung Ihrer Arbeit möchten wir dieses Abstract zusammen mit Ihrem Namen der DGPK (Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) im Rahmen des Transfer-Projekts zugänglich machen, sofern Sie damit einverstanden sind.

Bitte schicken Sie Ihr Abstract in diesem Fall in digitaler Form an Ihre/n Betreuer/in.

4. Masterarbeit

Themenfindung und -abstimmung

Stellen Sie kurz in der Sprechstunde Ihre generelle Themenidee dar. Wichtig: Sie müssen bei Ihrem Thema inhaltlich das wissenschaftliche Rad nicht neu erfinden, es muss sich um keine ursächlich neue wissenschaftliche Erkenntnis in Ihrer Arbeit handeln! Bitte beachten Sie auch, dass Sie auf 60-80 Seiten nur Teilaspekte eines Themas sinnvoll bearbeiten können. Wählen Sie daher Ihr Thema mit Bedacht aus, denn ohne vorherige Absprache eingereichte Arbeiten mit mehr als 80 Seiten müssen mit signifikantem Punktabzug rechnen! (Beispiele für Teilaspekte:

„Der Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Dualen System“, „Call-Media als Finanzierungsform des Fernsehens“)

Generell werden keine Themen „vergeben“, es geht also um ein Thema, das Sie an ein Seminar koppeln bzw. selbst entwickeln und vorschlagen sollten. Der inhaltliche Schwerpunkt Ihrer Arbeit sollte aus den Gebieten Kommunikationspolitik, Medienökonomie, Kommunikations- und Medienethik, Mediensystem oder Medieninnovation stammen.

Bitte seien Sie vorsichtig mit empirischen Forschungsansätzen. Zumeist sind die an eine quantifizierende Untersuchung gestellten Anforderungen so hoch, dass eine sinnvolle Bearbeitung in 23 Wochen nicht einfach ist. Expertengespräche, zum Beispiel mit Entscheidungsträgern in Medienwirtschaft und -politik und qualitative Ansätze können in Maßen eine Alternative sein. In jedem Fall sind empirische Designs nur nach vorheriger Freigabe durch den Prüfer gestattet.

Falls Sie mit, bei oder für ein Unternehmen oder eine Institution Ihre Arbeit schreiben wollen, stimmen Sie dies bitte ebenfalls unbedingt vorher mit dem Prüfer ab. In einem solchen Falle sind Befragungen oder Expertengespräche zumeist einfacher möglich, weil z. B. der Auftraggeber die Durchführung gestattet oder sogar finanziert hat.

Exposé und Gliederung der Arbeit

Wenn Sie für das Thema bzw. Ihren Ansatz eine vorläufige Zustimmung vom Prüfer haben, entwickeln Sie hierzu ...

... ein etwa 5-seitiges **Exposé** (Fließtext, keine Stichpunkte), aus denen die inhaltliche Fragestellung Ihrer Arbeit klar hervorgeht und die kommunikationswissenschaftliche Relevanz des Themas sowie die methodische Vorgehensweise deutlich werden. Die zentrale Untersuchungsfrage Ihrer Arbeit sollten Sie in ein bis zwei Sätzen formulieren können. Das Exposé soll dazu beitragen, durch konkrete und übersichtliche Planung mögliche Schwierigkeiten bei der Abfassung Ihrer Abschlussarbeit im Vorfeld zu verhindern. Mit dem Exposé legen Sie sich verbindlich auf ein konkretes Thema fest; es ist damit auch Voraussetzung für eine Anmeldung zur MA-Arbeit.

... eine fundierte und ausdifferenzierte **Gliederung** als Bestandteil dieses Exposés. Dies bedeutet, dass Sie Ihre Arbeit möglichst mit allen Unterpunkten vorlegen. Beispiel:

5.4 Ökonomische Bedeutung von Handy-TV

5.4.1 Auswirkungen für Mobilfunkbetreiber

....

5.4.4 Auswirkungen für TV-Anbieter“ usw.

Wenn Sie diese Gliederung erstellt haben, wird Ihnen die Arbeit letztlich leicht(er) von der Hand gehen. Bitte beachten Sie bei der Gliederung, dass diese trennscharf, logisch und hierarchisch aufeinander aufbauend bzw. nicht iterativ sein sollte.

Die Gliederung sollte logisch alle Ihnen wichtigen inhaltlichen Aspekte des Themas voneinander abgrenzen (Bsp. Kap. 2: Nutzer, Kap. 3: Technik, Kap.4 Anbieter usw.). Dies bedeutet, dass Sie nicht in verschiedenen Abschnitten über den gleichen Inhalt schreiben sollten, sondern in einem Kapitel jeweils einen Aspekt möglichst sauber und umfassend darstellen. Bitte denken Sie daran, dass nach einem Punkt 2.1 logischerweise 2.2 folgen muss. Andernfalls reicht es, Kapitel 2 ohne Unterpunkte darzustellen. Auch sollten die Aspekte nach Bedeutsamkeit/ Wichtigkeit, also hierarchisch, sortiert sein.

... ein **Literaturverzeichnis**, das möglichst eine sinnvolle Übersicht der Quellenlage (auch international) gibt. Das Zitieren von Internetquellen ist dabei kein Problem (Bitte aber stets mit Deep Link und Zugriffsdatum versehen).

Auf Basis der Gliederung und der Literaturliste lässt sich dann bereits recht gut erkennen und diskutieren, welche möglichen Änderungen oder Ergänzungen noch nötig sind. Eine Freigabe der Gliederung durch Ihre/n BetreuerIn ist eine wichtige Vorbedingung für die Annahme der Masterarbeit. Exposé und Gliederung müssen Sie dann auch zum gegebenen Zeitpunkt per E-Mail an alle TeilnehmerInnen des Colloquiums versenden und im Colloquium vorstellen.

Colloquium

In jedem Semester bietet die Arbeitsstelle Kommunikationspolitik / Medienökonomie mindestens ein **Colloquium** für MA-ExamenskandidatInnen an, das im Vorlesungsverzeichnis angekündigt wird. Der regelmäßige (d. h. in der Regel wöchentliche) Besuch eines solchen Colloquiums ist für Sie verpflichtend, wenn Sie bei uns Ihre MA-Arbeit schreiben. Dort können Sie Ihren Forschungsstand präsentieren und gemeinsam über einzelne Arbeiten und Probleme diskutieren. Das Colloquium dient jedoch nicht als Ersatz für die Sprechstunde, die Sie bei allen relevanten Fragen aufsuchen können (Vereinbarung über Frau Claudia Hübner per E-Mail: KommpolMedoek@PolSoz.FU-Berlin.de).