

28 695 S/W **Pressemarkt Berlin - Brandenburg**

Mo. 14-16h

Beginn: 25.10.04

Lankwitz L 129

Jan Krone M.A.

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Arbeitsbereich Ökonomie und Massenkommunikation/ Kommunikationspolitik und Medienrecht

Malteserstr. 74 - 100, 12249 Berlin-Lankwitz

Raum L 442

Telefon: 838 - 70815

eMail: jkrone@zedat.fu-berlin.de

Sprechstunde: dienstags 16-17h

Fragen, die mit der Lehrveranstaltung zusammenhängen und von allgemeinem Interesse sind, sollten während des Seminars oder direkt im Anschluss daran besprochen werden. Die angegebenen Sprechstunden dienen in erster Linie zur Vorbesprechung der Referate.

Studentische Hilfskraft: Danny Dorscheid

Raum L 443

Telefon: 838 – 70813

eMail: medienoekonomie@gmx.netSprechstunde: donnerstags 15-16h

Zielsetzung

Die Veranstaltung richtet sich an Studierende im Hauptstudium des Haupt- und Nebenfachstudienganges Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Studienbereich Mediensysteme und Kommunikationskulturen.

Ausgehend von der Basisliteratur des Seminars ‚Die zweite Stunde Null – Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994)‘ von Held/Simeon soll der Pressemarkt Berlin/Brandenburg anhand der regionalen Abonnementzeitungen erneut untersucht, die Thesen überprüft und ggf. neue Trends und Perspektiven herausgearbeitet werden. Das Seminar erarbeitet dem Benchmarking-Konzept folgend über eine überwiegend formale Inhaltsanalyse eine Ansprüchen und Wissen von Studenten der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, insbesondere der Medienökonomie, idealtypische Tageszeitung für den Großraum Berlin/Brandenburg, dessen Merkmale zu den am Markt befindlichen Titel in Beziehung gesetzt werden sollen.

Pflichtliteratur:

CAMP, Robert C.: Benchmarking. München, Wien 1994.

HELD, Barbara/ SIMEON, Thomas: Die zweite Stunde Null – Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994. Berlin 1994.

FRÜH, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz 2004.

SCHÖNBACH, Klaus (Hrsg.): Zeitungen in den Neunzigern: Faktoren ihres Erfolgs. 350 Tageszeitungen auf dem Prüfstand. Bonn 1997.

Vorläufiger Seminarplan

25.10.04	Vorstellung des Veranstaltungsprogramms und -konzepts
01.11.04	Themenvergabe
08.11.04	Konstruktion des Kategoriensystems
15.11.04	Überprüfung des Kategoriensystems
22.11.04	Gastvortrag: Jens Lohwieser, <i>Berliner Verlag</i>
29.11.04	Inhaltsanalyse und Benchmarking
06.12.04	Medienökonomische Kennziffern regionaler Abonnementzeitungen in Brandenburg
13.12.04	Medienökonomische Kennziffern regionaler Abonnementzeitungen in Berlin
03.01.05	Werbung in regionalen Tageszeitungen
10.01.05	Gastvortrag: Jan-Eric Peters, ASV AG (angefragt)
17.01.05	Zwischenergebnis/ Codierungs-Fortschritt
24.01.05	Vorstellung der Ergebnisse: Märkische Allgemeine/ Märkische Oderzeitung
31.01.05	Vorstellung der Ergebnisse: Tagesspiegel/ Berliner Zeitung/ Berliner Morgenpost
07.02.05	Zusammenfassung und Diskussion
14.02.05	Gastvortrag: Dr. Joachim Meinhold, <i>Der Tagesspiegel</i> (angefragt)

Empfohlene Abgabe der Hausarbeiten: 31. März 2005