

Export: Mittwoch, 22. Juli 2009 17:27:01

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis: WS0910

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Bachelor neue Ordnung (2006)

Orientierungsveranstaltungen

| | | | |
|--|---|----------|----------------------------|
| 28 501 | Informationsveranstaltung für Erstsemester in Bachelor- und Feedbackveranstaltung für Bachelorstudierende in höheren Fachsemestern | (7.10.) | Barbara Pfetsch |
| | einmalig Mi 10.00-14.00 – Garystr. 55, Hs A (Hörsaal) | | |
| 28 502 | Einführung in das - v - kommunikationswissenschaftliche Arbeiten | (13.10.) | Christiane Schubert |
| | (2 SWS) (deutsch) Di 10.00-12.00 – Ihnestr. 21, 21/A (Hörsaal) | | |
| <p>Die Veranstaltung richtet sich an Studienanfänger des Bachelor Kernfach Publizistik und Kommunikationswissenschaft mit 90 LP. Als Einstieg ins Studium besprechen wir im großen Plenum grundlegende wissenschaftliche Arbeitstechniken und Fragen zur Studienorganisation. In den ergänzenden Tutorien werden anhand von Fallbeispielen und konkreten Arbeitsaufgaben die Arbeitstechniken eingeübt, die für ein erfolgreiches Studium unentbehrlich sind: wissenschaftliches Fragen, Bildung von Hypothesen, Erstellung eines Arbeitsplans, Literaturrecherche, Lesen und Exzerpieren wissenschaftlicher Texte, Belegen und Bibliographieren, Formulieren, Argumentieren, Präsentieren und Schreiben. Bei ausreichender Kapazität in den Tutorien können auch Studenten des 60 LP-Modulangebots an der Veranstaltung teilnehmen.</p> | | | |

Methodenmodule

Kein Angebot in diesem Semester.

Methodenmodul I: Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung

Kein Angebot in diesem Semester.

Methodenmodul II: Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik

Kein Angebot in diesem Semester.

Basismodule

Basismodul 1: Einführung in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft/Kommunikations- und Mediengeschichte

| |
|--|
| <p>28 524 Einführung in die Filmtheorie (14.10.) Christoph Hesse - ÜS - (2 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.) Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, 105 (Seminarraum)</p> |
| <p>„Wir wissen gar nicht mehr, wie anders wir in diesem Jahrhundert sehen gelernt haben“, stellte der ungarische Filmtheoretiker Béla Balázs bereits in den 1930er Jahren fest. Die sich rasch entwickelnde „optische Kultur“ betrachtete er im wesentlichen als ein Produkt des Films. Indem sie technisch fabrizierte Bilder in Bewegung versetzte und somit die Photographie gleichsam aufs Niveau der Literatur beförderte, habe die Kinematographie der seit Jahrhunderten etablierten Schriftkultur binnen kurzem eine neue Form des Ausdrucks und der Wahrnehmung entgegengestellt. Die Gegenwart eines übergreifenden audiovisuellen Medienverbunds läßt an Balázs’ hellsichtiger Diagnose kaum einen Zweifel zu. Aber auch wir, die längst an Fernsehen und Internet gewöhnt sind, wissen gemeinhin nicht genauer als der Kinzuschauer von einst darüber Bescheid, wie wir durch Medien sehen (und denken) gelernt haben. Exemplarisch anhand einiger Überlegungen zum Film, wie sie seit Beginn des vorigen Jahrhunderts angestellt wurden von Schriftstellern, Philosophen, Feuilletonisten und bald auch professionellen Filmwissenschaftlern, soll das Seminar einen einführenden Überblick geben nicht nur über die Filmtheorie, sondern zugleich über eine Mediengeschichte, die sich selbst, so scheint es, in jedem neuen Produkt unsichtbar macht.</p> <p>Leistungsanforderung: Regelmäßige und aktive Teilnahme, Referat/Thesenpapier und Hausarbeit.</p> |
| <p>28 520 Einführung in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (12.10.) Klaus Beck - V - (2 SWS) (deutsch) Mo 10.00-12.00 – Henry–Ford–Bau Garystr. 35, HFB/B (Hörsaal) Veranstaltungsraum unter Vorbehalt angekündigt!</p> |
| <p>Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit – um das Verständnis dieser Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft geht es im ersten Teil der Vorlesung. Ausgehend von unterschiedlichen theoretischen Ansätzen werden die zentralen Themen, Konzepte und Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft behandelt. Nach der einführenden Darstellung von interpersonaler, technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation (Telekommunikation, computervermittelte Kommunikation) und öffentlicher Kommunikation („Massenkommunikation“/ Publizistik) werden im zweiten Teil der Vorlesung ausgewählte Forschungsfelder (z. B. Kommunikatorforschung, Mediennutzungs-</p> |

und -wirkungsforschung) und Teildisziplinen der Kommunikationswissenschaft (z. B. Kommunikations- und Mediengeschichte, Kommunikationspolitik, Medienökonomie) vorgestellt.

Vorausgesetzt wird

- (1) die regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung und
- (2) die Vor- und Nachbereitung mittels der Pflichtlektüre.

Es ist geplant, begleitende Tutorien anzubieten.

Pflichtlektüre: Beck, Klaus: Kommunikationswissenschaft. Konstanz UVK/ UTB 2007.

Basismodul 2: Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit

28 540 Grundlagen in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit (14.10.) Alexander **Görke**
- v -
(2 SWS)
Mi 12.00-14.00 – Henry–Ford–Bau
Garystr. 35, HFB/D (Hörsaal)

Ziel der Vorlesung ist die Vermittlung propädeutischer Grundlagen und praxisrelevanter Grundkenntnisse. Sowohl für die praktische Arbeit in den Bereichen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit als auch für die publizistikwissenschaftliche Forschung ist Hintergrundwissen über den Medienbetrieb, über Strukturen und Prozesse des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Voraussetzung. Die Vorlesung beleuchtet die Tätigkeiten, Arbeitsfelder, die professionellen Standards und das berufliche Umfeld von Journalisten und PR-Fachkräften. Die Entwicklung und Ausgestaltung der Berufs- und Tätigkeitsfelder Journalismus und PR werden unter besonderer Berücksichtigung der Frage nach der Professionalisierung untersucht. Darüber hinaus werden die Infrastrukturen des Mediensystems behandelt. Das zu vermittelnde Grundlagenwissen bereitet insbesondere auf die Vertiefungsmodule Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit vor sowie auf die Praxis-Lehrveranstaltungen des Grundstudiums.

28 541 Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit (s. A.) Ilona **Thede**
- ü -
(3 SWS) (15.0 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Blockseminar bei der Siemens AG,
Verwaltungsgebäude,
Nonnendammallee 101, Berlin
Siemensstadt, U7, Haltestelle
Rohrdamm (beim Pförtner melden).
Block – Siemens AG Ein Termin zur
Nachbesprechung findet in Dahlem
statt und wird an dieser Stelle
angekündigt.

Ziele der Veranstaltung sind die Kompetenz als Gesprächspartner mit PR-Fachleuten und ein angemessenes Problemlösungsverhalten in der praktischen PR-Arbeit. Als schwierigstes Gebiet der PR stehen die journalistischen Arbeitsmethoden als Grundlage der Pressearbeit

im Mittelpunkt. Vermittelt werden die theoretischen Grundlagen, Planungs- und Umsetzungsaspekte. Erarbeitet werden in Übungen in erster Linie PR-Texte (Presseinformationen), ferner PR-Veranstaltungen (Pressekonferenz), Planspiel.
Bitte - sofern vorhanden - Notebook mitbringen!

Die Veranstaltung ist als Kompaktseminar konzipiert. Sie ist methodisch vielfältig strukturiert bis hin zu Einzel- und Gruppenarbeiten der Seminarteilnehmer. Sie ist sowohl für angehende PR-Fachleute wie Medienjournalisten geeignet. Um die Übungsaufgaben zu besprechen, kommt zum Wochend-Blockseminar ein weiterer Veranstaltungstermin in Dahlem hinzu.

Die Veranstaltung ist teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden maximal 20 Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung "Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" (Basismodul 2) zeitnah zu der Übung wird empfohlen.

Leistungsanforderungen:

Basismodul Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit: Praktische Übungen, Hausaufgaben, regelmäßige Teilnahme.

28 542 Arbeitsmethoden in Journalismus (13.10.) Michael Meissner

- Ü - und Öffentlichkeitsarbeit

(3 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

s.t. Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr.

21, 104/105 (Lehrredaktion)

In diesen Übungen beschäftigen sich die Teilnehmer mit wesentlichen Textgattungen/Stilformen/Genres in Theorie und Praxis sowie grundlegenden (journalistischen) Arbeitstechniken. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung

28 543 Arbeitsmethoden in Journalismus und (13.10.) N. N.

- Ü - Öffentlichkeitsarbeit

(3 SWS) (15.0 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

Di 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 104

(CIP-Raum)

Basismodul 3: Kommunikationstheorie und empirische Medienforschung

28 550 Einführung in die empirische (13.10.) Barbara Pfetsch

- V - Kommunikationsforschung

(2 SWS) (deutsch)

Di 14.00-16.00 – Henry-Ford-Bau

Garystr. 35, HFB/B (Hörsaal)

Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über Fragestellungen, Theorien und Ergebnisse der sozialwissenschaftlichen Kommunikationsforschung. Ausgehend von den historischen und systematischen Grundlagen der Kommunikationswissenschaft werden theoretische Modelle der Massenkommunikation präsentiert und analysiert und die verschiedenen

Fragestellungen und Untersuchungsansätze der empirischen Kommunikationsforschung diskutiert, insb. Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung, Journalismus- und Nachrichtenforschung, sowie die Funktionen der Medien im Rahmen politischer Thematisierungsprozesse und bei der Konstitution gesellschaftlicher Öffentlichkeit. Diese Veranstaltung soll nach den neuen Studienverlaufsplänen ausdrücklich erst im 2. Fachsemester besucht werden.

Anmeldungen: über Campus Management

28 551 Einführung in die empirische (15.10.) Regina Bossert
- PS - Kommunikationsforschung - Kurs A
(2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Do 10.00-12.00 – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

Die Proseminare A und B dienen der Vertiefung der Vorlesung “Einführung in die empirische Kommunikationsforschung“. Anhand von Forschungstexten werden die theoretischen Modelle der Massenkommunikation und ihre verschiedenen Fragestellungen behandelt und diskutiert. Über studentische Referate werden insbesondere Untersuchungsansätze der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung, Journalismus- und Nachrichtenforschung, sowie die Funktionen der Medien im Rahmen politischer Thematisierungsprozesse und bei der Konstitution gesellschaftlicher Öffentlichkeit Gegenstand der Proseminare sein.

Die Seminare richten sich an die Studierenden im Kernfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Es wird entsprechend dem Studienverlaufplan ausdrücklich empfohlen, dass Studierende im 60-Leistungspunkte-Modulangebot das Proseminar im Sommersemester besuchen.

Anmeldungen: über Campus Management.

28 552 Einführung in die empirische (12.10.) Annett Heft
- PS - Kommunikationsforschung
Proseminar Kurs B
(2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 – Garystr. 55, Hs A
(Hörsaal)

Die Proseminare A und B dienen der Vertiefung der Vorlesung “Einführung in die empirische Kommunikationsforschung“. Anhand von Forschungstexten werden die theoretischen Modelle der Massenkommunikation und ihre verschiedenen Fragestellungen behandelt und diskutiert. Über studentische Referate werden insbesondere Untersuchungsansätze der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung, Journalismus- und Nachrichtenforschung, sowie die Funktionen der Medien im Rahmen politischer Thematisierungsprozesse und bei der Konstitution gesellschaftlicher Öffentlichkeit Gegenstand der Proseminare sein.

Die Seminare richten sich an die Studierenden im Kernfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Es wird entsprechend dem Studienverlaufplan ausdrücklich empfohlen, dass Studierende im 60-Leistungspunkte-Modulangebot das Proseminar im Sommersemester besuchen.

Anmeldungen: über Campus Management.

Basismodul 4: Ökonomische, politische, rechtliche Strukturen des Mediensystems

28 570 Grundstrukturen des deutschen (12.10.) Klaus Beck
- V - Mediensystems
(2 SWS) (deutsch)
Mo 14.00-16.00 – Henry–Ford–Bau
Garystr. 35, HFB/D (Hörsaal)

Vermittelt werden grundlegende Kenntnisse der Strukturen des bundesdeutschen Mediensystems, insbesondere der Presse (Tageszeitungen und Zeitschriften) sowie des dualen Rundfunksystems (öffentlich-rechtlicher und privatrechtlicher Hörfunk und Fernsehen). Ausgehend von der historischen Entwicklung seit 1945 werden die Organisations- und Finanzierungsweise, die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen sowie der Markt der Medien dargestellt. Zugleich wird damit in die Teildisziplinen Medienpolitik und Medienökonomie eingeführt.

Ein besonderer Schwerpunkt soll auf der „Medienlandschaft“ Berlins und Brandenburgs gelegt werden; hierzu sind verschiedene Gastvorträge von Medienvertretern vorgesehen.

Pflichtlektüre: Zur Vor- und Nachbereitung steht ein Reader (Textsammlung) bereit.

28 571 Von der Selbstkontrolle zur (14.10.) Stefan Jarolimek
- PS - Regulierten Selbstregulierung
(3 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Mi 14.00-16.00 – Garystr. 55, Hs A
(Hörsaal)

Am 26. April 2002 stürmt der 19-jährige Robert Steinhäuser bewaffnet seine ehemalige Schule in Erfurt und tötet zwölf Lehrer, eine Sekretärin, zwei Schüler und einen Polizisten. Als Auslöser seiner Tat werden u.a. Gewalt verherrlichende Computerspiele gesehen und den Kontrollinstanzen Versagen vorgeworfen. In den Jahren danach wird das System der Medienselbstkontrolle in Deutschland nachhaltig verändert. Am damaligen Ort des Verbrechens wird die neue Kommission Jugendmedienschutz (KJM) angesiedelt. Thüringen erennt sich selbst zum „Kindermedienland“.

Vor dem Hintergrund der Amokläufe und den Diskussion um die Auswirkungen von medialer Gewalt auf Jugendliche sollen die Geschichte und die Veränderungen der Medienselbstkontrolle in Deutschland sowie Grundlagen der Medienethik in Kurzreferaten vorgestellt und kritisch diskutiert werden.

Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit.

28 573 Einführung in die (13.10.) Christian Katzenbach
- PS - Kommunikationspolitik
(2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Di 12.00-14.00 – Ihnestr. 22, 22/E1
(Seminarraum)

Dieses Einführungs-Seminar vertieft Aspekte der Vorlesung "Grundzüge des Mediensystems" aus der Perspektive der Kommunikations- bzw. Medienpolitik. Dazu werden wir uns zunächst ausschnittshaft die Entwicklung des deutschen Mediensystems anschauen und nach der Rolle politischer Entscheidungen und Konflikte fragen, sowie die beteiligten Akteure und Institutionen kennenlernen. In der zweiten Hälfte werden wir uns mit aktuelleren kommunikationspolitischen Konflikten und Problemen beschäftigen: Was dürfen und was sollen die Öffentlich-Rechtlichen im Internet? Welche Funktion hat das Urheberrecht?

(28 572) Erfolg von Medienprodukten (AT) (12.10.) Leyla Dogruel
- PS - (2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Mo 16.00-18.00 – Ihnestr. 21, 21/E
(Seminarraum)

Eine erfolgreiche Vermarktung von Medienprodukten gilt als das Hauptziel von Akteuren auf den verschiedenen Medienmärkten. Was aber ist ein „erfolgreiches Produkt“? Und wie lässt sich dieser Erfolg messen? Die Veranstaltung analysiert zum einen, wie Erfolg bei verschiedenen Mediengütern beschrieben werden kann und wie dieser (in der Praxis) gemessen wird. Neben Instrumenten der Medienforschung liegt zum anderen ein Schwerpunkt des Seminars auf der Analyse von Einflussfaktoren auf den Erfolg von Medienprodukten – denn viele Medienmärkte (Bücher, Filme, Videospiele, Internetangebote) sind gekennzeichnet von sog. Star-Produkten – da auf einige wenige erfolgreiche Produkte ein großer Teil des Umsatzes entfällt. Welche Konzepte diese Verteilung beeinflussen, bildet den zweiten Fokus des Seminars.

28 574 Grundlagen des (12.10.) Leyla Dogruel
- PS - **Kindermedienmarktes**
(2 SWS) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 – Ihnestr. 21, 21/E
(Seminarraum)

Kinder und Jugendliche stellen eine bedeutende Nutzer- und Konsumentengruppe von Medien dar. Gleichzeitig steht die Mediennutzung von Heranwachsenden häufig in der Kritik.

Der Kindermedienmarkt ist von besonderen Rahmenbedingungen gekennzeichnet: Neben spezifischen rechtlichen Bedingungen (Jugendschutz, Werbebeschränkungen) werden insbesondere normative Ansprüche an Kindermedieninhalte gestellt. Auch müssen Anbieter den Spagat zwischen der Ansprache zweier Zielgruppen (Kinder, Eltern) leisten. Die Veranstaltung zielt vor diesem Hintergrund auf eine Analyse des Kindermedienmarktes aus medienökonomischer Perspektive und beleuchtet neben den Rahmenbedingungen des Handelns mit Medienprodukten für Kinder die Marktstruktur und die wichtigsten Akteure anhand der verschiedenen Medienangebote (Print-, Tonträger-, Fernseh-/ Filmmarkt sowie Anbieter sog. „Neuer Medien“).

Wahlpflicht I: Berufsfeldorientierte Vertiefungsmodule

Vertiefungsmodul Journalismus

Medien/Projektseminare

| |
|---|
| <p>28 600 Medienseminar Presse (13.10.) Michael Meißner - HS - (Berufsorientiertes Vertiefungsmodul) (3 SWS) (15.1 EU) (deutsch) Di 16.00-18.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 21/A (Hörsaal)</p> |
| <p>Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA; 3 SWS. Im Medienseminar werden die Organisationsstrukturen und Produktionsabläufe in einem - idealtypischen - Zeitungshaus betrachtet sowie die internen und äußeren Faktoren, die mittelbar oder unmittelbar darauf einwirken: Technik, Medienrecht, Berufsorganisationen, Tarifwesen uvm. Die Seminarsitzungen werden von Teilnehmern mit Referat und Diskussionsleitung gestaltet. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung! Ein Seminar- und Themenplan wird hier demnächst einzusehen sein.</p> |
| <p>28 601 Ressortseminar (16.10.) Hans Peter Peters - ÜS - Wissenschaftsjournalismus Block Fr 14.00-18.00 und Sa 9.30-12.30 16.10.-17.10. 20.11.-21.11. 11.12.-12.12. 8.1.-9.1. 29.1.-30.1. – wird noch bekanntgegeben Anmeldung bitte bis zum 14.10.2009 per E-Mail beim Dozenten (h.p.peters@fu-berlin.de)! Diese Anmeldung ist obligatorisch für den Besuch und ggf. zusätzlich zur erforderlichen Anmeldung im Campus Management System (für Bachelor-Studierende). Vor der ersten Sitzung werden per E-mail weitere Informationen verschickt.</p> |
| <p>Lernziele: Verstehen der Besonderheiten des journalistischen Umgangs mit Wissenschaft bei Recherche und Textproduktion; Überblick über den Wissenschaftsjournalismus in Deutschland; Einführung in die Forschung zum Wissenschaftsjournalismus.</p> <p>Inhalte: Das Wissenschaftssystem als Gegenstand des Journalismus; Interaktionen von Wissenschaftlern und Journalisten; Wissenschafts-PR, Publikumsrelevanz und Verständlichkeit; Umgang mit wissenschaftlicher Unsicherheit; Wirkungen auf Publikum und Politik; Rückwirkungen auf die Wissenschaft (Medialisierung); Theoretische Konzeptionen des Wissenschaftsjournalismus; Qualität des Wissenschaftsjournalismus; Wissenschaftsjournalismus als Berufsfeld; Orte und Formen journalistischer Thematisierung von Wissenschaft im deutschen Mediensystem.</p> <p>Ablauf:</p> |

Referate, Gespräche mit Praktikern aus dem Wissenschaftsjournalismus und der Wissenschafts-PR, kleine Übungen, Analyse von Beispielen.

Leistungsanforderungen:

Aktive und regelmäßige Teilnahme, praktische Mitarbeit, Referat und Hausarbeit.

Literatur:

Von der ersten Blockveranstaltung an erhalten die angemeldeten Teilnehmer per E-mail Literaturhinweise zur Vorbereitung. Zudem wird ein Seminar-Reader erstellt.

Weitere Informationen finden Sie unter der Seminar-Homepage: <http://www.hpp-online.de/fu/ws2009>

28 602 Medienseminar Rundfunk (13.10.) N. N.

- HS - (3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

28 603 Medienseminar Fernsehen (15.10.) Wolf Scheel

- ÜS - (3 SWS)
Do 9.00-12.00 – Garystr. 55, 55-C
(Seminarraum)

Lernziel: Theorie und Praxis des Fernsehjournalismus. Analyse von Programm- und Arbeitsformen.

Kommentar: Strukturen des Fernsehjournalismus in Deutschland. Programmplanung und Sendeabwicklung. Von der Idee bis zum sendefähigen Beitrag. Formen im Fernsehjournalismus. Praxis der Medienarbeit: Exposé, Treatment, Drehplan, Schnittplan, Textbuch. Theoretische und empirische Kriterien für Qualität im Fernsehjournalismus: Bildsprache - Filmsprache. Bild/Tonverhältnis. Die Bild/Tonschere. Verständlichkeit von Fernsichttexten. Journalistische Botschaft und filmische Idee. Analyse, Protokoll, Bewertungskriterien. Vorführung praktischer Beispiele.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit
Regelmäßige aktive Teilnahme ist Pflicht.

28 604 Medienseminar Online (15.10.) N. N.

- HS - (3 SWS) (15.2 EU)
Do 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 104
(CIP-Raum)

Praxisseminare Print

28 612 Praxisseminar journalistische (19.10.) Evelyn Roll

- Ü - **Recherche**
(2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Mo 11.00-14.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,

| |
|--|
| 104/105 (Lehrredaktion) |
| <p>Das Internet ist ein wirklich großartiges und umfassendes Nachschlagwerk, nicht weniger, aber auch nicht mehr. Es bietet also nur bereits (und für jedermann) verfügbare Fakten. Im Internet etwas „recherchieren“ ist deswegen, genau genommen, nur das, was man früher nachschlagen nannte. Und nicht einmal das kann jeder. Journalistische Recherche dagegen ist etwas anderes: Neues herausfinden, Widersprüche aufdecken, behauptete Fakten widerlegen oder verifizieren, in Zusammenhänge und Interessenlagen einordnen und (er)klären.</p> <p>Das Handwerkszeug der journalistischen Recherche ist deswegen zu allererst das Gehirn des recherchierenden Journalisten, seine Bildung, Ausbildung, seine Ideen und Kenntnisse. Dann das Telefon sowie face-to-face Gespräche mit Menschen, die wissen (und im Idealfall mit Akten oder Protokollen belegen können), wie es wirklich (gewesen) ist. Auch gezielte Ausflüge in die Wirklichkeit gehören in den Instrumentenkasten des Rechercheurs.</p> <p>Nach einigen praktischen Klärungen und Vorübungen zur journalistischen Themenfindung und Recherche werden wir an von den Teilnehmern des Seminars entwickelten Sujets unterschiedliche Recherchewege und -strategien in kleinen Teams ausprobieren und auf ihre Tauglichkeit überprüfen. Gegen Ende des Semesters legt jedes Team ein Rechercheprotokoll zu seinem Thema vor. Jeder Teilnehmer liefert auf der Basis der Recherchen seines Teams einen eigenen Text (einen Bericht, eine Reportage oder ein Portrait), den wir im Idealfall einer Zeitung zum Abdruck anbieten.</p> <p>Voraussetzung: Gehirn, Telefon, und Anwesenheit (gleich am ersten Seminartag).</p> |

| | |
|--|----------------------------------|
| 28 613 Praxisseminar Reportage - Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) 14-tägl. Di 16.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104 (CIP-Raum) | (20.10.) Rudolf Großkopff |
|--|----------------------------------|

| | |
|--|---|
| 28 614 Praxisseminar Magazin - Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) Mo 18.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104/105 (Lehrredaktion) | (12.10.) Britta Geithe Michael Meißner |
|--|---|

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA
 Unter der Anleitung von Britta Geithe, Redakteurin im »tip«-Magazin, sollen die Teilnehmer die Grundlagen dieses Journalismus‘ in Theorie und vor allem Praxis erproben. Ziel ist die Erarbeitung von druckfähigen Beiträgen für das Blatt. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!

Praxisseminare Hörfunk

| | |
|--|-----------------------|
| 28 616 Praxisseminar Hörfunkjournalismus: - Ü - Magazin (2 SWS) (15.2 EU) (max. 15 Teiln.) (deutsch) | (15.10.) N. N. |
|--|-----------------------|

Do 12.00-14.00 – Ihnestr. 21, 104 (CIP-Raum)

28 618 Praxisseminar Hörfunk/Fernsehen: (13.10.) Jochen **Sprentzel**
- Ü - Sportberichterstattung
(2 SWS) (max. 20 Teiln.) (deutsch)
Di 17.00-19.00 – Fernsehzentrum rbb
Masurenallee,, Eingangshalle

Praxisseminare Fernsehen

28 619 Praxisseminar Fernsehjournalismus: (15.10.) N. N.
- Ü - Magazin
(2 SWS) (15.2 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Do 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum) sowie in Absprache im
Schnittraum!

Praxisseminare Online

28 611 Praxisseminar Seitengestaltung (14.10.) Michael **Meißner**
- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Mi 14.00-16.00 – Ihnestr. 21, 104/105
(Lehrredaktion)

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA
In diesem Praxisseminar geht es um die Grundlagen der Seitengestaltung: Typografie, Layout, Farben etc. In einer Hälfte des Seminars um Zeitungs- und Zeitschriftengestaltung mit dem Programm InDesign, in der anderen um Basics einer Website auf der Basis von HTML. Ziel ist die Erstellung eines entspr. Werkstückes durch die Teilnehmer. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!

28 622 Praxisseminar Print/Online: (14.10.) Hartmut **Augustin**
- Ü - Lokaljournalismus Michael **Meißner**
(2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Mi 18.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104/105
(Lehrredaktion)

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA;
Diese LV wird u.U. auch in den Räumen der »BerlZt« stattfinden!
Unter der Anleitung des Lokalchefs der »Berliner Zeitung« Hartmut Augustin soll in Theorie und Praxis eine Auseinandersetzung mit modernem Lokaljournalismus erfolgen. Dazu gehört v.a. auch die Einbeziehung von Internet und On-line-Aktivitäten. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!

Vertiefungsmodul Öffentlichkeitsarbeit

Medien/Projektseminare

| |
|--|
| 28 608 Einführungsseminar: (12.10.) Stefan Jarolimek - ÜS - Öffentlichkeitsarbeit / Organisationskommunikation (Bachelor und Magister) (3 SWS) (15.3 EU) (deutsch) Mo 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 121 (Seminarraum) |
| Lernziele: Betrachtung, Analyse und Optimierung von Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation Inhalt: Das Seminar behandelt Normen und Tatsachen, Grundsätze und Entwicklungen, Methoden und Strategien, Handlungs- und Spielräume der strategischen Kommunikation in und von Organisationen insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei werden Theorien der öffentlichen Kommunikation einbezogen und ihre Relevanz für die Organisationskommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit untersucht. Die Themen werden in Form von Kurzreferaten aufbereitet und anschließend im Plenum diskutiert. Voraussetzungen und Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Kurzreferat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit. |

Praxisseminare

| |
|---|
| 28 630 Praxisseminar: Strategische Unternehmenskommunikation (14.10.) Barbara Sommerhoff - Ü - (2 SWS) (15.3 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) Mi 16.00-19.00 14-tägl. – Garystr. 55, 55-C (Seminarraum) |
| In dem Praxisseminar “Strategische Unternehmenskommunikation“ werden konkrete Beispiele aus mittelständischen und börsennotierten Unternehmen skizziert. Die Teilnehmer entwickeln auf dieser Grundlage Kommunikationsziele, strategische Konzepte und Maßnahmen einschl. Evaluation für anlassbezogene, proaktive und Krisen-PR. Voraussetzungen und Leistungsanforderungen: Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2 sowie der (bereits erfolgreich abgeschlossene oder parallele) Besuch des Einführungsseminars Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation. Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit, Übungsaufgaben und Abschlusspräsentation. Bachelor: |

Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil I berufsfeldorientiert vertiefend (BA-Ordnung 2006)
Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

28 631 Praxisseminar: Politische PR aus dem Parlament (16.10.) Petra **Kirberger**
- Ü -
(2 SWS) (15.3 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Fr 14.00-18.00 am 16.10. – Garystr.
55, 323 (Seminarraum) Erste und letzte
Sitzung an der FU, weitere in der
Fraktion DIE GRÜNEN

Die Kommunikation der Fraktionen in Bund und Ländern ist stiller, als wir es von der Parteien(wahl)werbung kennen. Wie wird diese PR konzipiert, welche besonderen Bedürfnissen und Aufgaben muss sie sich stellen? Im Zentrum des Seminars steht der Entwurf einer eigenen Kampagne. Zur Vorbereitung sollen die Studierenden zur ersten Sitzung fünf Beispiele möglichst gelungener politischer Kommunikation mitbringen, anhand deren wir in der ersten Stunde Kriterien zu Botschaften, Zielgruppen und den Medien erarbeiten wollen. Das Seminar wird als Blockseminar angeboten: Erster Termin Dahlem in 55-323; anvisierte Termine in der Fraktion DIE GRÜNEN: Wochendblock 13./14.11. (Fr/Sa), 27.11., 11.12.2009, 15.1. und 29.1.2010. Letzter Termin wieder in Dahlem in 55-323.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen:

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2 sowie der (bereits erfolgreich abgeschlossene oder parallele) Besuch des Einführungsseminars Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation.

Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit, Übungsaufgaben und Abschlusspräsentation.

Bachelor:

Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil I berufsfeldorientiert vertiefend (BA-Ordnung 2006).
Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Vertiefungsmodul methodisch vertiefend

Wahlpflicht II: Berufsfeldorientiert fachliche Vertiefungsmodule

fachlich vertiefend: Journalismus/Öffentlichkeitsarbeit

28 660 Öffentlichkeit: Ansätze, Theorien, Konzepte (13.10.) Alexander **Görke**
- ÜS -
(2 SWS)
Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

28 661 Unterhaltungskommunikation: Theorien, Methoden und Konzepte (13.10.) Alexander **Görke**
- VS -

(3 SWS)
Di 16.00-18.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

28 662 Qualität in Journalismus und PR (14.10.) Julia Serong
- HS - (3 SWS)
Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

In dem Seminar sollen verschiedene wissenschaftliche und berufspraktische Ansätze zur Definition, Messung und Sicherung der Qualität von öffentlicher Kommunikation in Journalismus und PR erörtert werden. Darüber hinaus soll diskutiert werden, welche rechtlichen und ethischen Steuerungsmechanismen und Infrastrukturen zur Sicherung von Medien-Qualität bereits vorhanden bzw. erforderlich sind. Vor dem Hintergrund der aktuellen Zeitungskrise im In- und Ausland soll das Refinanzierungsproblem des Qualitätsjournalismus im Printsektor und im Internet behandelt werden. Ebenfalls im Fokus des Seminars steht die Frage, wie die Qualität der öffentlichen Kommunikation im Web 2.0 gewährleistet werden kann und welche Bedeutung hierbei dem Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit zukommt. Besondere Beachtung werden die Bereiche Wissenskommunikation und Wissenschaftsjournalismus finden.

28 663 Kommunikation in ethnopolitischen (15.10.) Hannah Neumann
- VS - Konflikten
(3 SWS)
Do 12.00-14.00 – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

Ziel des Seminars soll es sein, Akteure, Strukturen und Herausforderungen von Kommunikation im Kontext der Konfliktransformation in innerstaatlichen Konflikten zu erarbeiten und erste Lösungsansätze für diese hochaktuelle Problematik aufzuzeigen. Dabei versucht das Seminar einschlägige Ansätze aus der Sozialpsychologie, der Soziologie und Ethnologie sowie der Politikwissenschaft mit Theorien der Kommunikationswissenschaft zu verbinden. Ein solch interdisziplinärer Ansatz scheint ob der zunehmenden Komplexität so genannter „neuer Kriege“ notwendig. Gerade die aktuelle Situation in Afghanistan, im Irak oder im Kosovo, aber auch im Sudan und in Sri Lanka zeigen, dass Konfliktbearbeitung lediglich mit Waffengewalt oder makropolitischen Ansätzen nicht zu stabilem Frieden führen kann. Eingelebte Kommunikationsstrukturen der Stereotypisierung, Abgrenzung und Abwertung müssen überwunden und durch integrative ersetzt werden. Dies kann nur Kommunikation leisten, und wie sie das kann ist die zentrale Frage dieses Seminars.

28 695 Überblicksseminar (19.10.) Friederike Schultz
- ÜS - Organisationskommunikation
(2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mo 16.00-20.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,
21/F (Seminarraum)

Gegenstand des Überblicksseminars sind gegenwärtige Problem-, Anwendungs- und Forschungsfelder der Organisationskommunikation. Das Seminar dient der Erarbeitung eines kommunikationstheoretisch begründeten Verständnisses zentraler Grundlagen der

internen und externen Kommunikationen von Organisationen (Unternehmen, Politische Organisationen, Soziale Akteure). Neben einer Vorstellung und Diskussion verschiedener Organisationskonzepte und damit verbundener theoretischer Perspektiven auf die Kommunikation in, von und über Organisationen (u.a. Systemtheorie, Kritische Theorie, Strukturierungstheorie) werden zentrale Themenfelder der Organisationskommunikation behandelt, wie u. a. Corporate Social Responsibility, Krisenkommunikation, Online-Relations, Politische Kommunikation und Markenkommunikation bzw. Werbung.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen sind:

Grundsätzliche Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit in der 1. Sitzung. Regelmäßige Teilnahme, Referat mit Thesenpapier und Diskussionsleitung, ggf. Hausarbeit.

BA-Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil II berufsfeldorientiert vertiefend. Magister Hauptstudium.

Kontakt:

Email: friederike.schultz@fu-berlin.de

Sprechstunde auf Anfrage

28 696 Geschichte der PR in Deutschland (13.10.) Astrid Otto

- **HS** - (3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr. 22,
22/UG 1 (Seminarraum)

Lernziel:

Ziel ist es, die deutsche PR-Geschichte im Zusammenhang mit gesellschaftspolitischen, soziokulturellen, wirtschaftlichen und medialen Faktoren und Einflüssen zu bewerten. Durch die Analyse der Geschichte der PR in Deutschland können Rückschlüsse auf das heutige Verständnis zum Berufsfeld der PR gezogen werden.

Inhalt des Seminars:

Das Seminar beschäftigt sich mit den Wurzeln der PR in Deutschland, welche eng mit denen der US-amerikanischen Public Relations verknüpft sind. Einige Kommunikationswissenschaftler vertreten die Meinung, dass das heutige Verständnis von PR erst nach dem 2. Weltkrieg aus den USA nach Deutschland "importiert" wurde. Wann ist der Ursprung der PR in Deutschland zu verorten? Von welchen Faktoren wurde die Genese des Berufsfelds der Public Relations beeinflusst? Der Begriff der Public Relations ist in Deutschland eng mit dem Begriff der Propaganda verbunden und deren politischer Instrumentalisierung in der NS-Zeit und in der DDR. Welche historischen und ideologischen Weltanschauungen standen hinter dieser staatlichen Propaganda? Diesen und anderen Fragen werden wir im Seminar nachgehen und im Plenum diskutieren.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2, erfolgreich abgeschlossener Besuch des Überblickseminars Organisationskommunikation.

Leistungsanforderungen: Anwesenheit in der 1. Sitzung, regelmäßige Teilnahme, Referat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit (20 S.).

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und nach erfolgreichem Abschluss des Überblickseminars Organisationskommunikation.

28 671 Vertiefungsseminar: (12.10.) Annika **Bach**

- VS - **Journalismusforschung am Beispiel von Kriegsberichterstattung**
(3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 302b (Seminarraum)

Wie entstehen unter den extremen Arbeitsbedingungen in Krisengebieten überhaupt Nachrichten über kriegerische Ereignisse? Wie arbeiteten zum Beispiel die eingebetteten Journalisten und Journalistinnen im Irakkrieg 2003? Und was bedeutete diese Arbeitsweise für die Berichterstattung? Welche Rolle spielen neuere Informationsquellen wie war blogs oder über das Internet verbreitete Bilder und Filme? Welchen Einfluss hat ein Sender wie Al-Jazeera auf die westliche Berichterstattung?

Anschließend an die im Überblicksseminar „Journalismus und Krieg – Über die Berichterstattung aus Krisengebieten“ erarbeiteten Kenntnisse und Fragen wird in diesem Vertiefungsseminar die Thematik mit selbstständigen empirischen Fallstudien weiter bearbeitet werden. Am Gegenstand der Kriegsberichterstattung sollen die Studierenden eigene Forschungsfragen entwickeln, ein angemessenes Erhebungsinstrument dazu erarbeiten und Daten selbst erheben. Dafür werden wir ausgewählte qualitative Methoden der Journalismusforschung kennenlernen und diskutieren. Ziel dieses Vertiefungsseminars ist es auch, mit dem methodischen und analytischen Instrumentarium der Kommunikationswissenschaft umgehen zu lernen, das im Rahmen der Bachelorarbeit eingesetzt werden kann.

28 673 Überblicksseminar: Journalismus (13.10.) Margreth **Lünenborg**

- ÜS - **zwischen Information und Unterhaltung**
(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

Das Seminar erarbeitet theoretisch und produktbezogenen Analysen zum Verhältnis von Information und Unterhaltung im aktuellen Journalismus und in historischen Vorläufern. Eingangs gilt es zu klären: Was ist eigentlich Unterhaltung? Wie kommt es zu der (traditionellen) Auffassung, Journalismus habe (nur) mit Informationen zu tun? In Auseinandersetzung mit aktueller Literatur erarbeiten wir kommunikatorzentrierte, produktorientierte und publikumsorientierte Konzepte von Information und Unterhaltung. Dabei diskutieren wir die Frage, welche Relevanz diese Auffassungen für den Journalismus und für die Journalistik haben. Wie aussagekräftig ist dabei ein Begriff wie Infotainment? Vor diesem theoretischen Hintergrund werden wir aktuelle und historische journalistische Angebote betrachten und nach Formen suchen, dort das Verhältnis von Information und Unterhaltung angemessen zu beschreiben.

Im kommenden Semester wird ein Vertiefungsseminar angeboten, mit dem das Modul komplettiert werden kann.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist erforderlich

28 675 Überblicksseminar: (13.10.) **Tanja Maier**
- ÜS - Journalismusforschung und Gender Studies
(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

In diesem Vertiefungsseminar beschäftigen wir uns mit den Theorien und Befunden der Gender Studies im Bereich der Journalismusforschung. Wir werden uns hierfür grundlegend mit der Bedeutung der Kategorie Geschlecht in den Medien und im Berufsfeld Journalismus auseinandersetzen.

Die Lehrveranstaltung ist in zwei Teilen organisiert. Im ersten Teil widmen wir uns den zentralen Begriffen und Theorien der Gender Studies in Anwendung auf Themen und Fragestellungen der Journalismusforschung (anhand von Textlektüren und Vorträgen). Diskutiert werden die Personen und Strukturen journalistischer Produktion, die Themen und Formate medialer Inhalte sowie deren Rezeption.

Von diesen theoretischen Grundlagen ausgehend werden wir uns im zweiten Teil auf die Medieninhaltsforschung konzentrieren und Analysen journalistischer Inhalte und Formate vornehmen. Hierfür werden im Seminar gemeinsam einzelne Analysen durchgeführt, diese miteinander erörtert und reflektiert. Auf diese Weise werden die Studierenden vertiefend mit methodischen und analytischen Instrumentarien vertraut gemacht. Parallel sollen die Studierenden eigenständig ausgewählte Fragestellungen in Projektgruppen empirisch bearbeiten.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist unverzichtbar!

Leistungsanforderungen: Lektüre der zur Verfügung gestellten Texte, Bearbeitung einer eigenen Fallstudie (Gruppenarbeit) inkl. Kurz-Präsentation und Dokumentation des Projektes. Regelmäßige Teilnahme

fachlich vertiefend: Empirische Kommunikations- und Medienforschung

28 646 Agenda Setting und verwandte (13.10.) **Peter Maurer**
- ÜS - Ansätze als politische Medienwirkung
(2 SWS) (deutsch)
Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, Hs A
(Hörsaal)

Agenda Setting ist eine der wenigen Medienwirkungshypothesen, die nicht nur im Fach eine zentrale Stellung einnimmt, sondern auch im außerwissenschaftlichen Bereich bekannt geworden ist und in politischen Diskussionen gelegentlich auftaucht. Es bestehen jedoch oft recht ungenaue Vorstellungen hinsichtlich der theoretischen Annahmen auf die sich Agenda Setting und verwandte Ansätze gründen. Ziel des Seminars ist es deshalb, zu einem vertieften Verständnis des Agenda Setting-Ansatzes und verwandter Ansätze wie Priming, Kultivierung und Agenda Building zu kommen. Hierbei liegt der Schwerpunkt zunächst auf

einer kritischen Bewertung der vorliegenden Forschung: Wo liegen beispielsweise Definitions- und Operationalisierungsprobleme, was ist von der einen oder anderen methodischen Umsetzungen zu halten, was sind die gesicherten Erkenntnisse, was ist Spekulation? Einen weiteren Schwerpunkt bildet schließlich die Frage, inwieweit diese Ansätze in der Lage sind, Erklärungen für politische Einstellungen und politisches Verhalten gerade im Umfeld von Wahlen zu liefern.

28 647 Wahlkampfstrategien politischer (12.10.) Knut Bergmann

- VS - Parteien

(2 SWS) (max. 20 Teiln.) (deutsch)

Mo 18.00-20.00 14-tägl. – Garystr. 55,

55–C (Seminarraum) und n.V.

“Strategy matters more than tactics“ - dieser Satz von Dick Morris, dem ehemaligen Kommunikationsberater von US-Präsident Bill Clinton, sollte auch in deutschen Wahlkampagnen gelten. Doch schon mit Blick auf die beiden letzten Bundestagswahlkämpfe kommen vielen Beobachtern Zweifel, ob die langfristig angelegten Strategien tatsächlich die Oberhand über die primär situativ orientierten, taktischen Verhaltensweisen haben. Für den Bundestagswahlkampf 2009 kommen die besondere strategische Ausgangslage einer Großen Koalition und die in ihren Auswirkungen noch unkalkulierbare Finanzkrise hinzu. Das Vertiefungsseminar “Wahlkampfstrategien“ untersucht anhand von praktischen Beispielen, wie die politischen Akteure in Deutschland Strategien für Wahlkämpfe entwickeln, implementieren, in- wie extern vermitteln und - nicht zuletzt - durchhalten.

28 648 VS: Der Verlauf der politischen (s. A.) Manfred Güllner

- VS - Meinungsbildungsprozesse bei den Bundestagswahlen 2009 im Vergleich zu früheren Bundestagswahlen

(2 SWS)

Mo 16.00-18.00 und n. V. – Ihnestr.

21, 21/B (Hörsaal)

In der Veranstaltung wird der Verlauf der politischen Meinungsbildungsprozesse bei den Bundestagswahlen 2009 im Vergleich zu früheren Bundestagswahlen dargestellt und diskutiert. Aufgezeigt wird, welche Faktoren mit welcher Intensität auf die Meinungsbildungsprozesse einwirken, und wie sich die so verfestigenden Stimmungen am Wahltag in Stimmen umsetzen. Untersucht wird, welche Struktur die einzelnen Wählergruppen haben, welche Wanderungen zwischen den Parteien bzw. zwischen den Parteien und dem Lager der Unentschlossenen stattfinden. Berücksichtigt werden auch die Interdependenzen zwischen den Wahlen auf verschiedenen Politikebenen (Kommunal-, Landtags-, Europa-, Bundestagswahlen).

28 644 Überblicksseminar: Ausgewählte (13.10.) Torsten Maurer

- ÜS - Probleme der politischen Kommunikationsforschung

(2 SWS) (deutsch)

Di 10.00-12.00 – Ihnestr. 21, 21/B

| | | |
|---------------------------|--|--------------------------------|
| (Hörsaal) | | |
| 28 645 - -VS- - | Vertiefungsseminar: Ausgewählte Probleme der politischen Kommunikationsforschung (2 SWS) (deutsch) Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 21/B (Hörsaal) | (13.10.) Torsten Maurer |
| 28 641 - ÜS - | Überblicksseminar: Fachlich vertiefendes Modul: Empirische Kommunikations- und Medienforschung (2 SWS) (deutsch) Mo 12.00-14.00 – Garystr. 55, 105 (Seminarraum) | (12.10.) N. N. |
| 28 642 - HS - | Vertiefungsseminar: Fachlich vertiefendes Modul: Empirische Kommunikations- und Medienforschung (2 SWS) (deutsch) Di 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 22, 22/UG 1 (Seminarraum) | (13.10.) N. N. |

fachlich vertiefend: Kommunikationsgeschichte und -kultur

| | | |
|---|---|----------------------------------|
| 28 650 - ÜS - | Debatten zur Kultur- und Medientheorie (2 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.) (deutsch) Mo 14.00-16.00 – Rost- / Silberlaube Habelschwerdter Allee 45, KL 32/102 | (12.10.) Hermann Haarmann |
| <p>In diesem Lektürekurs sollen exemplarische Texte zur Kultur- und Medientheorie seit Beginn des 20. Jahrhunderts vorgestellt und diskutiert werden. Von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen wird erwartet, daß sie die Texte nicht nur lesen, sondern auch bereit sind, diese vor dem Plenum vorzustellen und dadurch eine - hoffentlich rege - Diskussion anzuzetteln.</p> <p>Die Grundlagentexte finden sich in: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München (6. Aufl.) 2008.</p> <p>BA-Vertiefungsmodul fachlich vertiefend Kommunikationsgeschichte und -kultur: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. Hausarbeit. Magister Hauptstudium.</p> | | |
| 28 651 - HS - | Vertiefungsseminar: Kommunikation und Kultur: Vilém Flusser (3 SWS) (15.0 EU) (max. 30 Teiln.) (deutsch) | (15.10.) Birte Hewera |

Do 10.00-12.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

„Kommunikologie“ – so titelt das Buch Vilém Flussers, das Gegenstand dieses Lektüreseminars sein wird; Flusser selbst bezeichnete so seine Theorie menschlicher Kommunikation. In diesem Werk analysiert er die Strukturen verschiedener Kommunikationsformen, sowie ihren historischen Wandel bis zu den neuen Kommunikationstechnologien, in denen er den Übergang ins „post-alphabetische Zeitalter“ sieht.

Basisliteratur:

Vilém Flusser: Kommunikologie. Frankfurt am Main: Fischer 2007

Vilém Flusser: Kommunikologie weiter denken. Die Bochumer Vorlesungen. Frankfurt am Main: Fischer 2009

Fachliches Vertiefungsseminar zum ÜS Debatten zur Kulturtheorie: Kommunikationsgeschichte und –kultur (BA 2006: Wahlpflicht II)

Leistungsanforderungen MA/BA:

Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. schriftliche Hausarbeit.

28 652 Vertiefungsseminar: Kultur der 50er (15.10.) Hermann **Haarmann**
- HS - Jahre Erhard **Schütz**

(4 SWS) (15.0 EU) (max. 35 Teiln.)
(deutsch)

Do 14.00-18.00 – HU, Dorotheenstr.
24, Mitte, Haus 1, R. 1.301

Kooperationsprojekt zwischen der
Humboldt-Universität und der Freien
Universität Berlin

Das in Zusammenarbeit mit Professor Schütz von der Humboldt-Universität zu Berlin konzipierte und gemeinsam verantwortete Seminar richtet sich an Studierende der Literatur- und der Kommunikationswissenschaft. Das Seminar will sich der Kultur der ‚langen 50er Jahre‘ in ihren signifikanten Bereichen wie Theater, Literatur, Film, Massenmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen), aber auch Architektur, Bildende Kunst und Musik widmen, um im vergleichenden Blick auf die Entwicklungen in der Bundesrepublik und in der DDR Positionen einer Nachkriegskultur in Deutschland zu rekonstruieren. Ziel ist es, neben der Präsentation bedeutsamer Dokumenten eine Diskussion zu entfachen über Gemeinsamkeiten wie Unterschiede auf dem Hintergrund der Frage nach einer gemeinsamen Nationalkultur.

Teilnehmerbegrenzung: FU max. 20; Anmeldung über Sekr. Haarmann (Fr. Andersch 83857803 oder mail: ikk@zedat.fu-berlin.de)

Leistungsanforderungen MA/Hauptstudium und BA: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. Hausarbeit.

fachlich vertiefend: Kommunikationsökonomie, - politik, -recht

28 680 Medienkosten und Mediennutzen - (13.10.) Dennis Reineck

- ÜS - ökonomische Aspekte der Mediennutzung

(2 SWS) (deutsch)

Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/E1

(Seminarraum)

Medien kosten Geld. Für die Zeitung am Kiosk, den Film im Kino, die CD im Warenhaus muss, wer sie nutzen will, einen Obolus entrichten. Auch der Zugang zum Kabelfernsehen und der Zugang zum Internet via DSL verursachen monatliche Kosten. Medien kosten auch Zeit und Aufmerksamkeit. Zugleich spenden sie einen Nutzen. Sie unterhalten, sie informieren, sie zerstreuen usw. Kosten und Nutzen werden meist aus der Perspektive des Medienanbieters beschrieben, als Erlösmodelle und selektive Anreize. In diesem Überblicksseminar soll die Perspektive einmal umgekehrt werden, d.h. das Marktgeschehen soll aus der Perspektive des Mediennutzers rekonstruiert werden.

Fragen, die uns beschäftigen werden: Welche Kosten und welchen Nutzen muss eine medienökonomische Theorie der Mediennutzung berücksichtigen? Sind Mediennutzern die Kosten und der Nutzen ihres Medienkonsums bewusst? Welche Rolle spielt der Mediennutzer bei der Festlegung der Medieninhalte? Gibt es wiederkehrende Muster bei den finanziellen Ausgaben und beim zeitlichen Aufwand für Medien?

Verschiedene ökonomische Perspektiven und Erkenntnisse aus der Mediennutzungsforschung werden zur Beantwortung dieser und ähnlicher Fragen herangezogen.

28 681 Vertiefungsseminar: Rundfunk (14.10.) Stefan Jarolimek

- VS - International

(2 SWS) (max. 50 Teiln.) (deutsch)

Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, SR B

(Seminarraum)

Öffentlich-rechtlich, privat oder staatlich? Rundfunkgebühren per GEZ oder Gaszähler? Die Rundfunksysteme unterscheiden sich international zum Teil gravierend hinsichtlich ihrer Entstehung, Entwicklung und aktuellen Strukturen. Auf Basis eines einheitlichen Analyseschemas, das zu Beginn des Seminars gemeinsam entwickelt wird, sollen ausgewählte Rundfunksysteme vorgestellt und diskutiert werden.

Im Seminar sollen Kenntnisse zu Rundfunksystemen in Nordamerika, Europa und Asien erworben und darüber hinaus im Systemvergleich Implikationen für das Deutsche Modell und seine Entwicklung diskutiert werden.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen (BA und Magister): Regelmäßige Teilnahme, Kurzreferat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit.

28 682 Vertiefungsseminar: Digitalisierung (12.10.) Klaus Goldhammer

- VS - der Musikindustrie

(2 SWS) (deutsch)

Mo 18.00-20.00 – Garystr. 55, SR B

| |
|--|
| (Seminarraum) |
| <p>Zielsetzung: Seit 1998 schrumpfte der Gesamtumsatz der Musikindustrie allein in Deutschland von 2,7 Mrd. auf 1,7 Mrd. Euro. Das MP3-Format war eine disruptive Technologie, der sich die Branche zunächst nicht stellen wollte. Stattdessen nutzten (ehemals) branchenfremde Unternehmen wie Apple oder die Deutsche Telekom die Möglichkeit, kostenpflichtige Angebote zur digitalen Musikdistribution zu etablieren. Einen Schritt weiter ist Google in china, wo legal und in Kooperation mit der Musikindustrie rund 1 Mio. Musiktracks zum kostenlosen Download bereitgestellt werden. Parallel dazu finden sich zahlreiche neue Trends, Dienste und Anbieter sowohl im Mobilfunkbereich (bsw. Nokia "Comes with Music") wie Online, die das Marktumfeld und die Marktperspektiven für die Musikindustrie weiter verändern.</p> <p>Das Seminar wird die Besonderheiten des digitalen Musikmarktes aus technischer und ökonomischer Perspektive analysieren. Ziel des Seminars ist es, den modernen Musikmarkt in seiner Breite zu untersuchen: Angebote und Anbieter, Marktentwicklungen und Marktperspektiven werden ebenso eine Rolle spielen, wie die Beschäftigung mit modernen medienökonomischen Theoriekonzepten.</p> <p>Quelle zur Vorab-Information: http://www.ifpi.org, http://www.musikindustrie.de, http://www.mediafuturist.com, http://www.thelongtail.com</p> |

Bachelorarbeit-Vorbereitungsmodul

| | |
|---|--|
| <p>28 702 Colloquium (13.10.) Hermann Haarmann - C - (2 SWS) (15.0 EU) (deutsch) Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2 (Seminarraum)</p> | <p>Das Colloquium versteht sich als Lese- und Informationsforum zu Fragen und neueren/neusten Tendenzen in der Exilforschung (wobei besonderes Gewicht auf die Exilessayistik/-publizistik bis hin zum Exilfilm gelegt werden soll). Dabei wird es auch Gelegenheit geben, Magister-Abschlußarbeiten sowie Bachelor-Arbeiten (nicht nur aus der Exilpublizistik) vorzustellen und diskutieren zu lassen.</p> |
| <p>28 708 Bachelorarbeit- (14.10.) Torsten Maurer - C - Vorbereitungskolloquium Empirische Kommunikations- und Medienforschung (1 SWS) Mi 18.00-19.00 – Garystr. 55, 121 (Seminarraum)</p> | <p>Das Bachelor-Kolloquium ist eine Lehrveranstaltung für fortgeschrittene Studierende im Bachelorstudiengang, die über eine Abschlussarbeit im Bereich der empirischen Kommunikations- und Medienforschung nachdenken bzw. diese konkret planen oder durchführen. Von allen Kandidatinnen und Kandidaten, die beim Leiter der</p> |

Lehrveranstaltung eine Bachelorarbeit vorbereiten oder angemeldet haben, wird eine aktive Teilnahme an dem Kolloquium erwartet.

Zulassung: Bachelor-Studium im Kernfach PuKW

28 709 Bachelorarbeit- (12.10.) Stefan **Jarolimek**
- C - Vorbereitungskolloquium
Organisationskommunikation
(1 SWS) (15.3 EU) (deutsch)
Mo 18.00-19.00 – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

Das Colloquium richtet sich an Studierende im Bachelorstudiengang und dient der Vorbereitung von Bachelorarbeiten im Arbeitsbereich Organisationskommunikation. Inhaltliche Fragen und methodisches Vorgehen der präsentierten Arbeitsvorhaben sowie allgemeine Arbeitsstrategien werden gemeinsam diskutiert.

28 710 Colloquium Journalismusforschung (13.10.) Alexander **Görke**
- C - Di 18.00-20.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

28 706 Bachelorarbeit- (21.10.) Margreth **Lünenborg**
- C - Vorbereitungskolloquium
Journalismusforschung
(1 SWS) (deutsch)
Mi 12.00-14.00 14-tägl. – Ihnestr. 22,
22/UG 2 (Seminarraum)

Das Colloquium wendet sich an Bachelor-Studierende im Bereich der Journalismusforschung, die ihre Abschlussarbeiten schreiben. Im Colloquium präsentieren die KandidatInnen in der Regel zwei Mal im Verlauf ihrer Abschlussarbeit. Dabei ergibt sich die Chance, in der Gruppe miteinander die Entwicklung und Präzisierung der Fragestellung, das Forschungsdesign, die methodische Umsetzung sowie Formen der Auswertung zu erörtern.

Die Teilnahme am Colloquium ist nur nach persönlicher Anmeldung in der Sprechstunde möglich.

28 707 Bachelorarbeit-Vorbereitungskolloquium (14.10.) N. N.
- C - Empirische Kommunikations- und
Medienforschung
(2 SWS)
Mi 18.00-20.00 – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

28 705 Bachelorarbeit- (12.10.) Klaus **Beck**
- C - Vorbereitungskolloquium:
Kommunikationspolitik /
Medienökonomie

| |
|---|
| (1 SWS) Mo 17.00-18.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2 (Seminarraum) |
|---|

Bachelor alte Ordnung (2003)

Orientierungsveranstaltungen

Berufsvorbereitende Veranstaltungen

Methodenmodul I: wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung

Kein Angebot in diesem Semester.

Methodenmodule

Methodenmodul II: Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik

Kein Angebot in diesem Semester.

Methodenmodul III: Modelle und Methoden der Datenanalyse

Kein Angebot in diesem Semester.

Basismodule

Basismodul: Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit

| | |
|--|--------------------------|
| (28 540) Grundlagen in Journalismus und - v - Öffentlichkeitsarbeit (2 SWS) Mi 12.00-14.00 – Henry-Ford-Bau Garystr. 35, HFB/D (Hörsaal) | (14.10.) Alexander Görke |
|--|--------------------------|

Ziel der Vorlesung ist die Vermittlung propädeutischer Grundlagen und praxisrelevanter Grundkenntnisse. Sowohl für die praktische Arbeit in den Bereichen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit als auch für die publizistikwissenschaftliche Forschung ist Hintergrundwissen über den Medienbetrieb, über Strukturen und Prozesse des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Voraussetzung. Die Vorlesung beleuchtet die Tätigkeiten, Arbeitsfelder, die professionellen Standards und das berufliche Umfeld von Journalisten und PR-Fachkräften. Die Entwicklung und Ausgestaltung der Berufs- und Tätigkeitsfelder Journalismus und PR werden unter besonderer Berücksichtigung der Frage nach der Professionalisierung untersucht. Darüber hinaus werden die Infrastrukturen des Mediensystems behandelt. Das zu vermittelnde Grundlagenwissen bereitet insbesondere auf die Vertiefungsmodule Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit vor sowie auf die Praxis-

Lehrveranstaltungen des Grundstudiums.

(28 541) Arbeitsmethoden in Journalismus (s. A.) **Ilona Thede**

- Ü - und Öffentlichkeitsarbeit

(3 SWS) (15.0 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

Blockseminar bei der Siemens AG,

Verwaltungsgebäude,

Nonnendammallee 101, Berlin

Siemensstadt, U7, Haltestelle

Rohrdamm (beim Pförtner melden).

Block – Siemens AG Ein Termin zur

Nachbesprechung findet in Dahlem

statt und wird an dieser Stelle

angekündigt.

Ziele der Veranstaltung sind die Kompetenz als Gesprächspartner mit PR-Fachleuten und ein angemessenes Problemlösungsverhalten in der praktischen PR-Arbeit. Als schwierigstes Gebiet der PR stehen die journalistischen Arbeitsmethoden als Grundlage der Pressearbeit im Mittelpunkt. Vermittelt werden die theoretischen Grundlagen, Planungs- und Umsetzungsaspekte. Erarbeitet werden in Übungen in erster Linie PR-Texte (Presseinformationen), ferner PR-Veranstaltungen (Pressekonferenz), Planspiel.
Bitte - sofern vorhanden - Notebook mitbringen!

Die Veranstaltung ist als Kompaktseminar konzipiert. Sie ist methodisch vielfältig strukturiert bis hin zu Einzel- und Gruppenarbeiten der Seminarteilnehmer. Sie ist sowohl für angehende PR-Fachleute wie Medienjournalisten geeignet. Um die Übungsaufgaben zu besprechen, kommt zum Wochend-Blockseminar ein weiterer Veranstaltungstermin in Dahlem hinzu.

Die Veranstaltung ist teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden maximal 20 Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung "Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" (Basismodul 2) zeitnah zu der Übung wird empfohlen.

Leistungsanforderungen:

Basismodul Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit: Praktische Übungen, Hausaufgaben, regelmäßige Teilnahme.

(28 542) Arbeitsmethoden in Journalismus (13.10.) **Michael Meissner**

- Ü - und Öffentlichkeitsarbeit

(3 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

s.t. Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr.

21, 104/105 (Lehrredaktion)

In diesen Übungen beschäftigen sich die Teilnehmer mit wesentlichen Textgattungen/Stilformen/Genres in Theorie und Praxis sowie grundlegenden (journalistischen) Arbeitstechniken. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung

(28 543) Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeit (13.10.) N. N.
- Ü -
(3 SWS) (15.0 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Di 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 104
(CIP-Raum)

Basismodul: Einführung in die empirische Kommunikationsforschung

(28 550) Einführung in die empirische Kommunikationsforschung (13.10.) Barbara Pfetsch
- V -
(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Henry-Ford-Bau
Garystr. 35, HFB/B (Hörsaal)

Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über Fragestellungen, Theorien und Ergebnisse der sozialwissenschaftlichen Kommunikationsforschung. Ausgehend von den historischen und systematischen Grundlagen der Kommunikationswissenschaft werden theoretische Modelle der Massenkommunikation präsentiert und analysiert und die verschiedenen Fragestellungen und Untersuchungsansätze der empirischen Kommunikationsforschung diskutiert, insb. Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung, Journalismus- und Nachrichtenforschung, sowie die Funktionen der Medien im Rahmen politischer Thematisierungsprozesse und bei der Konstitution gesellschaftlicher Öffentlichkeit.

Diese Veranstaltung soll nach den neuen Studienverlaufsplänen ausdrücklich erst im 2. Fachsemester besucht werden.

Anmeldungen: über Campus Management

(28 551) Einführung in die empirische Kommunikationsforschung - Kurs A (15.10.) Regina Bossert
- PS -
(2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Do 10.00-12.00 – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

Die Proseminare A und B dienen der Vertiefung der Vorlesung "Einführung in die empirische Kommunikationsforschung". Anhand von Forschungstexten werden die theoretischen Modelle der Massenkommunikation und ihre verschiedenen Fragestellungen behandelt und diskutiert. Über studentische Referate werden insbesondere Untersuchungsansätze der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung, Journalismus- und Nachrichtenforschung, sowie die Funktionen der Medien im Rahmen politischer Thematisierungsprozesse und bei der Konstitution gesellschaftlicher Öffentlichkeit Gegenstand der Proseminare sein.

Die Seminare richten sich an die Studierenden im Kernfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Es wird entsprechend dem Studienverlaufsplan ausdrücklich empfohlen, dass Studierende im 60-Leistungspunkte-Modulangebot das Proseminar im Sommersemester besuchen.

Anmeldungen: über Campus Management.

(28 552) Einführung in die empirische (12.10.) Annett **Heft**
- PS - Kommunikationsforschung
Proseminar Kurs B
(2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 – Garystr. 55, Hs A
(Hörsaal)

Die Proseminare A und B dienen der Vertiefung der Vorlesung "Einführung in die empirische Kommunikationsforschung". Anhand von Forschungstexten werden die theoretischen Modelle der Massenkommunikation und ihre verschiedenen Fragestellungen behandelt und diskutiert. Über studentische Referate werden insbesondere Untersuchungsansätze der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung, Journalismus- und Nachrichtenforschung, sowie die Funktionen der Medien im Rahmen politischer Thematisierungsprozesse und bei der Konstitution gesellschaftlicher Öffentlichkeit Gegenstand der Proseminare sein.

Die Seminare richten sich an die Studierenden im Kernfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Es wird entsprechend dem Studienverlaufsplan ausdrücklich empfohlen, dass Studierende im 60-Leistungspunkte-Modulangebot das Proseminar im Sommersemester besuchen.

Anmeldungen: über Campus Management.

Basismodul: Historische und technische Entwicklung des Mediensystems

Basismodul: Ökonomische, politische, rechtliche Strukturen des Mediensystems

(28 570) Grundstrukturen des deutschen (12.10.) Klaus **Beck**
- V - Mediensystems
(2 SWS) (deutsch)
Mo 14.00-16.00 – Henry–Ford–Bau
Garystr. 35, HFB/D (Hörsaal)

Vermittelt werden grundlegende Kenntnisse der Strukturen des bundesdeutschen Mediensystems, insbesondere der Presse (Tageszeitungen und Zeitschriften) sowie des dualen Rundfunksystems (öffentlich-rechtlicher und privatrechtlicher Hörfunk und Fernsehen). Ausgehend von der historischen Entwicklung seit 1945 werden die Organisations- und Finanzierungsweise, die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen sowie der Markt der Medien dargestellt. Zugleich wird damit in die Teildisziplinen Medienpolitik und Medienökonomie eingeführt.

Ein besonderer Schwerpunkt soll auf der „Medienlandschaft“ Berlins und Brandenburgs gelegt werden; hierzu sind verschiedene Gastvorträge von Medienvertretern vorgesehen. Pflichtlektüre: Zur Vor- und Nachbereitung steht ein Reader (Textsammlung) bereit.

(28 571) Von der Selbstkontrolle zur (14.10.) Stefan **Jarolimek**
- PS - Regulierten Selbstregulierung
(3 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Mi 14.00-16.00 – Garystr. 55, Hs A
(Hörsaal)

Am 26. April 2002 stürmt der 19-jährige Robert Steinhäuser bewaffnet seine ehemalige Schule in Erfurt und tötet zwölf Lehrer, eine Sekretärin, zwei Schüler und einen Polizisten. Als Auslöser seiner Tat werden u.a. Gewalt verherrlichende Computerspiele gesehen und den Kontrollinstanzen Versagen vorgeworfen. In den Jahren danach wird das System der Medienselbstkontrolle in Deutschland nachhaltig verändert. Am damaligen Ort des Verbrechens wird die neue Kommission Jugendmedienschutz (KJM) angesiedelt. Thüringen ernennt sich selbst zum „Kindermedienland“.

Vor dem Hintergrund der Amokläufe und den Diskussion um die Auswirkungen von medialer Gewalt auf Jugendliche sollen die Geschichte und die Veränderungen der Medienselbstkontrolle in Deutschland sowie Grundlagen der Medienethik in Kurzreferaten vorgestellt und kritisch diskutiert werden.

Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit.

(28 573) Einführung in die (13.10.) Christian **Katzenbach**

- PS - Kommunikationspolitik

(2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)

Di 12.00-14.00 – Ihnestr. 22, 22/E1

(Seminarraum)

Dieses Einführungs-Seminar vertieft Aspekte der Vorlesung “Grundzüge des Mediensystems“ aus der Perspektive der Kommunikations- bzw.

Medienpolitik. Dazu werden wir uns zunächst ausschnittshaft die Entwicklung des deutschen Mediensystems anschauen und nach der Rolle politischer Entscheidungen und Konflikte fragen, sowie die beteiligten Akteure und Institutionen kennenlernen. In der zweiten Hälfte werden wir uns mit aktuelleren kommunikationspolitischen Konflikten und Problemen

beschäftigen: Was dürfen und was sollen die Öffentlich-Rechtlichen im Internet? Welche Funktion hat das Urheberrecht?

(28 574) Grundlagen des (12.10.) Leyla **Dogruel**

- PS - Kindermedienmarktes

(2 SWS) (deutsch)

Mo 12.00-14.00 – Ihnestr. 21, 21/E

(Seminarraum)

Kinder und Jugendliche stellen eine bedeutende Nutzer- und Konsumentengruppe von Medien dar. Gleichzeitig steht die Mediennutzung von Heranwachsenden häufig in der Kritik.

Der Kindermedienmarkt ist von besonderen Rahmenbedingungen gekennzeichnet: Neben spezifischen rechtlichen Bedingungen (Jugendschutz, Werbebeschränkungen) werden insbesondere normative Ansprüche an Kindermedieninhalte gestellt. Auch müssen Anbieter den Spagat zwischen der Ansprache zweier Zielgruppen (Kinder, Eltern) leisten. Die Veranstaltung zielt vor diesem Hintergrund auf eine Analyse des Kindermedienmarktes aus medienökonomischer Perspektive und beleuchtet neben den Rahmenbedingungen des Handelns mit Medienprodukten für Kinder die Marktstruktur und die wichtigsten Akteure anhand der verschiedenen Medienangebote (Print-, Tonträger-, Fernseh-/ Filmmarkt sowie

Anbieter sog. „Neuer Medien“).

28 572 Erfolg von Medienprodukten (AT) (12.10.) Leyla **Dogruel**

- **PS** - (2 SWS) (max. 60 Teiln.) (deutsch)
Mo 16.00-18.00 – Ihnestr. 21, 21/E
(Seminarraum)

Eine erfolgreiche Vermarktung von Medienprodukten gilt als das Hauptziel von Akteuren auf den verschiedenen Medienmärkten. Was aber ist ein „erfolgreiches Produkt“? Und wie lässt sich dieser Erfolg messen? Die Veranstaltung analysiert zum einen, wie Erfolg bei verschiedenen Mediengütern beschrieben werden kann und wie dieser (in der Praxis) gemessen wird. Neben Instrumenten der Medienforschung liegt zum anderen ein Schwerpunkt des Seminars auf der Analyse von Einflussfaktoren auf den Erfolg von Medienprodukten – denn viele Medienmärkte (Bücher, Filme, Videospiele, Internetangebote) sind gekennzeichnet von sog. Star-Produkten – da auf einige wenige erfolgreiche Produkte ein großer Teil des Umsatzes entfällt. Welche Konzepte diese Verteilung beeinflussen, bildet den zweiten Fokus des Seminars.

Basismodul: Kommunikations- und Medientheorie

(28 524) Einführung in die Filmtheorie (14.10.) Christoph **Hesse**

- **ÜS** - (2 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.)
Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, 105
(Seminarraum)

„Wir wissen gar nicht mehr, wie anders wir in diesem Jahrhundert sehen gelernt haben“, stellte der ungarische Filmtheoretiker Béla Balázs bereits in den 1930er Jahren fest. Die sich rasch entwickelnde „optische Kultur“ betrachtete er im wesentlichen als ein Produkt des Films. Indem sie technisch fabrizierte Bilder in Bewegung versetzte und somit die Photographie gleichsam aufs Niveau der Literatur beförderte, habe die Kinematographie der seit Jahrhunderten etablierten Schriftkultur binnen kurzem eine neue Form des Ausdrucks und der Wahrnehmung entgegengestellt. Die Gegenwart eines übergreifenden audiovisuellen Medienverbunds läßt an Balázs’ hellsichtiger Diagnose kaum einen Zweifel zu. Aber auch wir, die längst an Fernsehen und Internet gewöhnt sind, wissen gemeinhin nicht genauer als der Kinzuschauer von einst darüber Bescheid, wie wir durch Medien sehen (und denken) gelernt haben. Exemplarisch anhand einiger Überlegungen zum Film, wie sie seit Beginn des vorigen Jahrhunderts angestellt wurden von Schriftstellern, Philosophen, Feuilletonisten und bald auch professionellen Filmwissenschaftlern, soll das Seminar einen einführenden Überblick geben nicht nur über die Filmtheorie, sondern zugleich über eine Mediengeschichte, die sich selbst, so scheint es, in jedem neuen Produkt unsichtbar macht.

Leistungsanforderung: Regelmäßige und aktive Teilnahme, Referat/Thesenpapier und Hausarbeit.

(28 520) Einführung in die Publizistik- und (12.10.) Klaus **Beck**

- **V** - **Kommunikationswissenschaft**
(2 SWS) (deutsch)

Mo 10.00-12.00 – Henry–Ford–Bau
Garystr. 35, HFB/B (Hörsaal)
Veranstaltungsraum unter Vorbehalt
angekündigt!

Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit – um das Verständnis dieser Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft geht es im ersten Teil der Vorlesung. Ausgehend von unterschiedlichen theoretischen Ansätzen werden die zentralen Themen, Konzepte und Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft behandelt. Nach der einführenden Darstellung von interpersonaler, technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation (Telekommunikation, computervermittelte Kommunikation) und öffentlicher Kommunikation („Massenkommunikation“/ Publizistik) werden im zweiten Teil der Vorlesung ausgewählte Forschungsfelder (z. B. Kommunikatorforschung, Mediennutzungs- und -wirkungsforschung) und Teildisziplinen der Kommunikationswissenschaft (z. B. Kommunikations- und Mediengeschichte, Kommunikationspolitik, Medienökonomie) vorgestellt.

Vorausgesetzt wird

- (1) die regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung und
- (2) die Vor- und Nachbereitung mittels der Pflichtlektüre.

Es ist geplant, begleitende Tutorien anzubieten.

Pflichtlektüre: Beck, Klaus: Kommunikationswissenschaft. Konstanz UVK/ UTB 2007.

Vertiefungsmodule berufsfeldorientiert

Vertiefungsmodul Journalismus

Medien/Projektseminare

(28 600) Medienseminar Presse (13.10.) Michael **Meißner**
- **HS** - (Berufsorientiertes Vertiefungsmodul)
(3 SWS) (15.1 EU) (deutsch)
Di 16.00-18.00 und n. V. – Ihnestr. 21,
21/A (Hörsaal)

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA; 3 SWS.
Im Medienseminar werden die Organisationsstrukturen und Produktionsabläufe in einem - idealtypischen - Zeitungshaus betrachtet sowie die internen und äußeren Faktoren, die mittelbar oder unmittelbar darauf einwirken: Technik, Medienrecht, Berufsorganisationen, Tarifwesen uvm. Die Seminarsitzungen werden von Teilnehmern mit Referat und Diskussionsleitung gestaltet. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung! Ein Seminar- und Themenplan wird hier demnächst einzusehen sein.

(28 601) Ressortseminar (16.10.) Hans Peter **Peters**
- **ÜS** - **Wissenschaftsjournalismus**
Block Fr 14.00-18.00 und Sa 9.30-
12.30 16.10.-17.10. 20.11.-21.11.
11.12.-12.12. 8.1.-9.1. 29.1.-30.1. –

wird noch bekanntgegeben Anmeldung
bitte bis zum 14.10.2009 per E-Mail
beim Dozenten (h.p.peters@fu-
berlin.de)! Diese Anmeldung ist
obligatorisch für den Besuch und ggf.
zusätzlich zur erforderlichen
Anmeldung im Campus Management
System (für Bachelor-Studierende).
Vor der ersten Sitzung werden per E-
mail weitere Informationen verschickt.

Lernziele:

Verstehen der Besonderheiten des journalistischen Umgangs mit Wissenschaft bei
Recherche und Textproduktion; Überblick über den Wissenschaftsjournalismus in
Deutschland; Einführung in die Forschung zum Wissenschaftsjournalismus.

Inhalte:

Das Wissenschaftssystem als Gegenstand des Journalismus; Interaktionen von
Wissenschaftlern und Journalisten; Wissenschafts-PR, Publikumsrelevanz und
Verständlichkeit; Umgang mit wissenschaftlicher Unsicherheit; Wirkungen auf Publikum
und Politik; Rückwirkungen auf die Wissenschaft (Medialisierung); Theoretische
Konzeptionen des Wissenschaftsjournalismus; Qualität des Wissenschaftsjournalismus;
Wissenschaftsjournalismus als Berufsfeld; Orte und Formen journalistischer
Thematisierung von Wissenschaft im deutschen Mediensystem.

Ablauf:

Referate, Gespräche mit Praktikern aus dem Wissenschaftsjournalismus und der
Wissenschafts-PR, kleine Übungen, Analyse von Beispielen.

Leistungsanforderungen:

Aktive und regelmäßige Teilnahme, praktische Mitarbeit, Referat und Hausarbeit.

Literatur:

Von der ersten Blockveranstaltung an erhalten die angemeldeten Teilnehmer per E-mail
Literaturhinweise zur Vorbereitung. Zudem wird ein Seminar-Reader erstellt.

Weitere Informationen finden Sie unter der Seminar-Homepage: <http://www.hpp-online.de/fu/ws2009>

(28 602) Medienseminar Rundfunk (13.10.) **N. N.**
- HS - (3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

(28 603) Medienseminar Fernsehen (15.10.) **Wolf Scheel**
- ÜS - (3 SWS)
Do 9.00-12.00 – Garystr. 55, 55-C
(Seminarraum)

Lernziel: Theorie und Praxis des Fernsehjournalismus. Analyse von Programm- und Arbeitsformen.

Kommentar: Strukturen des Fernsehjournalismus in Deutschland. Programmplanung und Sendeabwicklung. Von der Idee bis zum sendefähigen Beitrag. Formen im Fernsehjournalismus. Praxis der Medienarbeit: Exposé, Treatment, Drehplan, Schnittplan, Textbuch. Theoretische und empirische Kriterien für Qualität im Fernsehjournalismus: Bildsprache - Filmsprache. Bild/Tonverhältnis. Die Bild/Tonschere. Verständlichkeit von Fernsichttexten. Journalistische Botschaft und filmische Idee. Analyse, Protokoll, Bewertungskriterien. Vorführung praktischer Beispiele.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit
Regelmäßige aktive Teilnahme ist Pflicht.

(28 604) Medienseminar Online (15.10.) **N. N.**
- HS - (3 SWS) (15.2 EU)
Do 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 104
(CIP-Raum)

Praxisseminare Print

(28 612) Praxisseminar journalistische (19.10.) **Evelyn Roll**
- Ü - **Recherche**
(2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Mo 11.00-14.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,
104/105 (Lehrredaktion)

Das Internet ist ein wirklich großartiges und umfassendes Nachschlagewerk, nicht weniger, aber auch nicht mehr. Es bietet also nur bereits (und für jedermann) verfügbare Fakten. Im Internet etwas „recherchieren“ ist deswegen, genau genommen, nur das, was man früher nachschlagen nannte. Und nicht einmal das kann jeder. Journalistische Recherche dagegen ist etwas anderes: Neues herausfinden, Widersprüche aufdecken, behauptete Fakten widerlegen oder verifizieren, in Zusammenhänge und Interessenlagen einordnen und (er)klären.

Das Handwerkszeug der journalistischen Recherche ist deswegen zu allererst das Gehirn des recherchierenden Journalisten, seine Bildung, Ausbildung, seine Ideen und Kenntnisse. Dann das Telefon sowie face-to-face Gespräche mit Menschen, die wissen (und im Idealfall mit Akten oder Protokollen belegen können), wie es wirklich (gewesen) ist. Auch gezielte Ausflüge in die Wirklichkeit gehören in den Instrumentenkasten des Rechercheurs.

Nach einigen praktischen Klärungen und Vorübungen zur journalistischen Themenfindung und Recherche werden wir an von den Teilnehmern des Seminars entwickelten Sujets unterschiedliche Recherchewege und -strategien in kleinen Teams ausprobieren und auf ihre Tauglichkeit überprüfen. Gegen Ende des Semesters legt jedes Team ein Rechercheprotokoll zu seinem Thema vor. Jeder Teilnehmer liefert auf der Basis der Recherchen seines Teams einen eigenen Text (einen Bericht, eine Reportage oder ein Portrait), den wir im Idealfall einer Zeitung zum Abdruck anbieten.

Voraussetzung: Gehirn, Telefon, und Anwesenheit (gleich am ersten Seminartag).

(28 613) Praxisseminar Reportage (20.10.) Rudolf **Großkopff**
- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
14-tägl. Di 16.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104
(CIP-Raum)

(28 614) Praxisseminar Magazin (12.10.) Britta **Geithe**
- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) Michael **Meißner**
(deutsch)
Mo 18.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104/105
(Lehrredaktion)

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA
Unter der Anleitung von Britta Geithe, Redakteurin im »tip«-Magazin, sollen die Teilnehmer die Grundlagen dieses Journalismus‘ in Theorie und vor allem Praxis erproben. Ziel ist die Erarbeitung von druckfähigen Beiträgen für das Blatt. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!

Praxisseminare Hörfunk

(28 616) Praxisseminar Hörfunkjournalismus: (15.10.) N. N.
- Ü - **Magazin**
(2 SWS) (15.2 EU) (max. 15 Teiln.)
(deutsch)
Do 12.00-14.00 – Ihnestr. 21, 104 (CIP-Raum)

(28 618) Praxisseminar Hörfunk/Fernsehen: (13.10.) Jochen **Sprentzel**
- Ü - **Sportberichterstattung**
(2 SWS) (max. 20 Teiln.) (deutsch)
Di 17.00-19.00 – Fernsehzentrum rbb
Masurenallee,, Eingangshalle

Praxisseminare Fernsehen

(28 619) Praxisseminar Fernsehjournalismus: (15.10.) N. N.
- Ü - **Magazin**
(2 SWS) (15.2 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Do 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum) sowie in Absprache im
Schnittraum!

Praxisseminare Online

(28 611) Praxisseminar Seitengestaltung (14.10.) Michael **Meißner**

| |
|---|
| <p>- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) Mi 14.00-16.00 – Ihnestr. 21, 104/105 (Lehrredaktion)</p> |
| <p>Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA In diesem Praxisseminar geht es um die Grundlagen der Seitengestaltung: Typografie, Layout, Farben etc. In einer Hälfte des Seminars um Zeitungs- und Zeitschriftengestaltung mit dem Programm InDesign, in der anderen um Basics einer Website auf der Basis von HTML. Ziel ist die Erstellung eines entspr. Werkstückes durch die Teilnehmer. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!</p> |
| <p>(28 622) Praxisseminar Print/Online: (14.10.) Hartmut Augustin - Ü - Lokaljournalismus Michael Meißner (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) Mi 18.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104/105 (Lehrredaktion)</p> |
| <p>Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA; Diese LV wird u.U. auch in den Räumen der »BerlZt« stattfinden! Unter der Anleitung des Lokalchefs der »Berliner Zeitung« Hartmut Augustin soll in Theorie und Praxis eine Auseinandersetzung mit modernem Lokaljournalismus erfolgen. Dazu gehört v.a. auch die Einbeziehung von Internet und On-line-Aktivitäten. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!</p> |

Vertiefungsmodul Öffentlichkeitsarbeit

Medien/Projektseminare

| |
|--|
| <p>(28 608) Einführungsseminar: (12.10.) Stefan Jarolimek - ÜS - Öffentlichkeitsarbeit / Organisationskommunikation (Bachelor und Magister) (3 SWS) (15.3 EU) (deutsch) Mo 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 121 (Seminarraum)</p> |
| <p>Lernziele: Betrachtung, Analyse und Optimierung von Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation Inhalt: Das Seminar behandelt Normen und Tatsachen, Grundsätze und Entwicklungen, Methoden und Strategien, Handlungs- und Spielräume der strategischen Kommunikation in und von Organisationen insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei werden Theorien der öffentlichen Kommunikation einbezogen und ihre Relevanz für die Organisationskommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit untersucht. Die Themen werden in Form von Kurzreferaten aufbereitet und anschließend im Plenum diskutiert.</p> |

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Kurzreferat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit.

(28 695) Überblicksseminar (19.10.) Friederike **Schultz**
- ÜS - Organisationskommunikation
(2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mo 16.00-20.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,
21/F (Seminarraum)

Gegenstand des Überblicksseminars sind gegenwärtige Problem-, Anwendungs- und Forschungsfelder der Organisationskommunikation. Das Seminar dient der Erarbeitung eines kommunikationstheoretisch begründeten Verständnisses zentraler Grundlagen der internen und externen Kommunikationen von Organisationen (Unternehmen, Politische Organisationen, Soziale Akteure). Neben einer Vorstellung und Diskussion verschiedener Organisationskonzepte und damit verbundener theoretischer Perspektiven auf die Kommunikation in, von und über Organisationen (u.a. Systemtheorie, Kritische Theorie, Strukturierungstheorie) werden zentrale Themenfelder der Organisationskommunikation behandelt, wie u. a. Corporate Social Responsibility, Krisenkommunikation, Online-Relations, Politische Kommunikation und Markenkommunikation bzw. Werbung.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen sind:

Grundsätzliche Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit in der 1. Sitzung. Regelmäßige Teilnahme, Referat mit Thesenpapier und Diskussionsleitung, ggf. Hausarbeit.

BA-Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil II berufsfeldorientiert vertiefend. Magister Hauptstudium.

Kontakt:

Email: friederike.schultz@fu-berlin.de

Sprechstunde auf Anfrage

(28 696) Geschichte der PR in Deutschland (13.10.) Astrid **Otto**
- HS - (3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr. 22,
22/UG 1 (Seminarraum)

Lernziel:

Ziel ist es, die deutsche PR-Geschichte im Zusammenhang mit gesellschaftspolitischen, soziokulturellen, wirtschaftlichen und medialen Faktoren und Einflüssen zu bewerten. Durch die Analyse der Geschichte der PR in Deutschland können Rückschlüsse auf das heutige Verständnis zum Berufsfeld der PR gezogen werden.

Inhalt des Seminars:

Das Seminar beschäftigt sich mit den Wurzeln der PR in Deutschland, welche eng mit denen der US-amerikanischen Public Relations verknüpft sind. Einige Kommunikationswissenschaftler vertreten die Meinung, dass das heutige Verständnis von PR erst nach dem 2. Weltkrieg aus den USA nach Deutschland "importiert" wurde. Wann ist der Ursprung der PR in Deutschland zu verorten? Von welchen Faktoren wurde die Genese

des Berufsfelds der Public Relations beeinflusst? Der Begriff der Public Relations ist in Deutschland eng mit dem Begriff der Propaganda verbunden und deren politischer Instrumentalisierung in der NS-Zeit und in der DDR. Welche historischen und ideologischen Weltanschauungen standen hinter dieser staatlichen Propaganda? Diesen und anderen Fragen werden wir im Seminar nachgehen und im Plenum diskutieren.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2, erfolgreich abgeschlossener Besuch des Überblickseminars Organisationskommunikation.

Leistungsanforderungen: Anwesenheit in der 1. Sitzung, regelmäßige Teilnahme, Referat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit (20 S.).

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und nach erfolgreichem Abschluss des Überblickseminars Organisationskommunikation.

Praxisseminare

(28 630) Praxisseminar: Strategische (14.10.) Barbara **Sommerhoff**

- Ü - **Unternehmenskommunikation**

(2 SWS) (15.3 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

Mi 16.00-19.00 14-tägl. – Garystr. 55,

55–C (Seminarraum)

In dem Praxisseminar “Strategische Unternehmenskommunikation“ werden konkrete Beispiele aus mittelständischen und börsennotierten Unternehmen skizziert. Die Teilnehmer entwickeln auf dieser Grundlage Kommunikationsziele, strategische Konzepte und Maßnahmen einschl. Evaluation für anlassbezogene, proaktive und Krisen-PR.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen:

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2 sowie der (bereits erfolgreich abgeschlossene oder parallele) Besuch des Einführungsseminars Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation.

Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit, Übungsaufgaben und Abschlusspräsentation.

Bachelor:

Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil I berufsfeldorientiert vertiefend (BA-Ordnung 2006)

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

(28 631) Praxisseminar: Politische PR aus (16.10.) Petra **Kirberger**

- Ü - **dem Parlament**

(2 SWS) (15.3 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

Fr 14.00-18.00 am 16.10. – Garystr.

55, 323 (Seminarraum) Erste und letzte

Sitzung an der FU, weitere in der

Fraktion DIE GRÜNEN

Die Kommunikation der Fraktionen in Bund und Ländern ist stiller, als wir es von der Parteien(wahl)werbung kennen. Wie wird diese PR konzipiert, welche besonderen Bedürfnissen und Aufgaben muss sie sich stellen? Im Zentrum des Seminars steht der Entwurf einer eigenen Kampagne. Zur Vorbereitung sollen die Studierenden zur ersten Sitzung fünf Beispiele möglichst gelungener politischer Kommunikation mitbringen, anhand deren wir in der ersten Stunde Kriterien zu Botschaften, Zielgruppen und den Medien erarbeiten wollen. Das Seminar wird als Blockseminar angeboten: Erster Termin Dahlem in 55-323; anvisierte Termine in der Fraktion DIE GRÜNEN: Wochendblock 13./14.11. (Fr/Sa), 27.11., 11.12.2009, 15.1. und 29.1.2010. Letzter Termin wieder in Dahlem in 55-323.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen:

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2 sowie der (bereits erfolgreich abgeschlossene oder parallele) Besuch des Einführungsseminars Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation.

Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit, Übungsaufgaben und Abschlusspräsentation.

Bachelor:

Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil I berufsfeldorientiert vertiefend (BA-Ordnung 2006).

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Vertiefungsmodule fachlich vertiefend

(28 660) Öffentlichkeit: Ansätze, Theorien, (13.10.) Alexander Görke
- ÜS - Konzepte
(2 SWS)
Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

(28 661) Unterhaltungskommunikation: Theorien, (13.10.) Alexander Görke
- VS - Methoden und Konzepte
(3 SWS)
Di 16.00-18.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

(28 662) Qualität in Journalismus und PR (14.10.) Julia Serong
- HS - (3 SWS)
Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

In dem Seminar sollen verschiedene wissenschaftliche und berufspraktische Ansätze zur Definition, Messung und Sicherung der Qualität von öffentlicher Kommunikation in Journalismus und PR erörtert werden. Darüber hinaus soll diskutiert werden, welche rechtlichen und ethischen Steuerungsmechanismen und Infrastrukturen zur Sicherung von Medien-Qualität bereits vorhanden bzw. erforderlich sind. Vor dem Hintergrund der aktuellen Zeitungskrise im In- und Ausland soll das Refinanzierungsproblem des Qualitätsjournalismus im Printsektor und im Internet behandelt werden. Ebenfalls im Fokus

des Seminars steht die Frage, wie die Qualität der öffentlichen Kommunikation im Web 2.0 gewährleistet werden kann und welche Bedeutung hierbei dem Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit zukommt. Besondere Beachtung werden die Bereiche Wissenskommunikation und Wissenschaftsjournalismus finden.

(28 663) Kommunikation in ethnopolitischen (15.10.) Hannah Neumann
- VS - Konflikten
(3 SWS)
Do 12.00-14.00 – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

Ziel des Seminars soll es sein, Akteure, Strukturen und Herausforderungen von Kommunikation im Kontext der Konflikttransformation in innerstaatlichen Konflikten zu erarbeiten und erste Lösungsansätze für diese hochaktuelle Problematik aufzuzeigen. Dabei versucht das Seminar einschlägige Ansätze aus der Sozialpsychologie, der Soziologie und Ethnologie sowie der Politikwissenschaft mit Theorien der Kommunikationswissenschaft zu verbinden. Ein solch interdisziplinärer Ansatz scheint ob der zunehmenden Komplexität so genannter „neuer Kriege“ notwendig. Gerade die aktuelle Situation in Afghanistan, im Irak oder im Kosovo, aber auch im Sudan und in Sri Lanka zeigen, dass Konfliktbearbeitung lediglich mit Waffengewalt oder makropolitischen Ansätzen nicht zu stabilem Frieden führen kann. Eingelebte Kommunikationsstrukturen der Stereotypisierung, Abgrenzung und Abwertung müssen überwunden und durch integrative ersetzt werden. Dies kann nur Kommunikation leisten, und wie sie das kann ist die zentrale Frage dieses Seminars.

(28 671) Vertiefungsseminar: (12.10.) Annika Bach
- VS - Journalismusforschung am Beispiel
von Kriegsberichterstattung
(3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 und n. V. – Garystr.
55, 302b (Seminarraum)

Wie entstehen unter den extremen Arbeitsbedingungen in Krisengebieten überhaupt Nachrichten über kriegerische Ereignisse? Wie arbeiteten zum Beispiel die eingebetteten Journalisten und Journalistinnen im Irakkrieg 2003? Und was bedeutete diese Arbeitsweise für die Berichterstattung? Welche Rolle spielen neuere Informationsquellen wie war blogs oder über das Internet verbreitete Bilder und Filme? Welchen Einfluss hat ein Sender wie Al-Jazeera auf die westliche Berichterstattung?
Anschließend an die im Überblicksseminar „Journalismus und Krieg – Über die Berichterstattung aus Krisengebieten“ erarbeiteten Kenntnisse und Fragen wird in diesem Vertiefungsseminar die Thematik mit selbstständigen empirischen Fallstudien weiter bearbeitet werden. Am Gegenstand der Kriegsberichterstattung sollen die Studierenden eigene Forschungsfragen entwickeln, ein angemessenes Erhebungsinstrument dazu erarbeiten und Daten selbst erheben. Dafür werden wir ausgewählte qualitative Methoden der Journalismusforschung kennenlernen und diskutieren. Ziel dieses Vertiefungsseminars ist es auch, mit dem methodischen und analytischen Instrumentarium der Kommunikationswissenschaft umgehen zu lernen, das im Rahmen der Bachelorarbeit eingesetzt werden kann.

(28 673) Überblicksseminar: Journalismus (13.10.) Margreth Lünenborg
- ÜS - zwischen Information und Unterhaltung
(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

Das Seminar erarbeitet theoretisch und produktbezogen Analysen zum Verhältnis von Information und Unterhaltung im aktuellen Journalismus und in historischen Vorläufern. Eingangs gilt es zu klären: Was ist eigentlich Unterhaltung? Wie kommt es zu der (traditionellen) Auffassung, Journalismus habe (nur) mit Informationen zu tun? In Auseinandersetzung mit aktueller Literatur erarbeiten wir kommunikatorzentrierte, produktorientierte und publikumsorientierte Konzepte von Information und Unterhaltung. Dabei diskutieren wir die Frage, welche Relevanz diese Auffassungen für den Journalismus und für die Journalistik haben. Wie aussagekräftig ist dabei ein Begriff wie Infotainment? Vor diesem theoretischen Hintergrund werden wir aktuelle und historische journalistische Angebote betrachten und nach Formen suchen, dort das Verhältnis von Information und Unterhaltung angemessen zu beschreiben. Im kommenden Semester wird ein Vertiefungsseminar angeboten, mit dem das Modul komplettiert werden kann.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist erforderlich

(28 675) Überblicksseminar: (13.10.) Tanja Maier
- ÜS - Journalismusforschung und Gender Studies
(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

In diesem Vertiefungsseminar beschäftigen wir uns mit den Theorien und Befunden der Gender Studies im Bereich der Journalismusforschung. Wir werden uns hierfür grundlegend mit der Bedeutung der Kategorie Geschlecht in den Medien und im Berufsfeld Journalismus auseinandersetzen.

Die Lehrveranstaltung ist in zwei Teilen organisiert. Im ersten Teil widmen wir uns den zentralen Begriffen und Theorien der Gender Studies in Anwendung auf Themen und Fragestellungen der Journalismusforschung (anhand von Textlektüren und Vorträgen). Diskutiert werden die Personen und Strukturen journalistischer Produktion, die Themen und Formate medialer Inhalte sowie deren Rezeption.

Von diesen theoretischen Grundlagen ausgehend werden wir uns im zweiten Teil auf die Medieninhaltsforschung konzentrieren und Analysen journalistischer Inhalte und Formate vornehmen. Hierfür werden im Seminar gemeinsam einzelne Analysen durchgeführt, diese miteinander erörtert und reflektiert. Auf diese Weise werden die Studierenden vertiefend mit methodischen und analytischen Instrumentarien vertraut gemacht. Parallel sollen die Studierenden eigenständig ausgewählte Fragestellungen in Projektgruppen empirisch bearbeiten.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist unverzichtbar!

Leistungsanforderungen: Lektüre der zur Verfügung gestellten Texte, Bearbeitung einer eigenen Fallstudie (Gruppenarbeit) inkl. Kurz-Präsentation und Dokumentation des Projektes. Regelmäßige Teilnahme

Empirische Kommunikations- und Medienforschung

(28 646) Agenda Setting und verwandte (13.10.) Peter **Maurer**
- ÜS - Ansätze als politische Medienwirkung
(2 SWS) (deutsch)
Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, Hs A
(Hörsaal)

Agenda Setting ist eine der wenigen Medienwirkungshypothesen, die nicht nur im Fach eine zentrale Stellung einnimmt, sondern auch im außerwissenschaftlichen Bereich bekannt geworden ist und in politischen Diskussionen gelegentlich auftaucht. Es bestehen jedoch oft recht ungenaue Vorstellungen hinsichtlich der theoretischen Annahmen auf die sich Agenda Setting und verwandte Ansätze gründen. Ziel des Seminars ist es deshalb, zu einem vertieften Verständnis des Agenda Setting-Ansatzes und verwandter Ansätze wie Priming, Kultivierung und Agenda Building zu kommen. Hierbei liegt der Schwerpunkt zunächst auf einer kritischen Bewertung der vorliegenden Forschung: Wo liegen beispielsweise Definitions- und Operationalisierungsprobleme, was ist von der einen oder anderen methodischen Umsetzungen zu halten, was sind die gesicherten Erkenntnisse, was ist Spekulation? Einen weiteren Schwerpunkt bildet schließlich die Frage, inwieweit diese Ansätze in der Lage sind, Erklärungen für politische Einstellungen und politisches Verhalten gerade im Umfeld von Wahlen zu liefern.

(28 647) Wahlkampfstrategien politischer (12.10.) Knut **Bergmann**
- VS - Parteien
(2 SWS) (max. 20 Teiln.) (deutsch)
Mo 18.00-20.00 14-tägl. – Garystr. 55,
55-C (Seminarraum) und n.V.

“Strategy matters more than tactics“ - dieser Satz von Dick Morris, dem ehemaligen Kommunikationsberater von US-Präsident Bill Clinton, sollte auch in deutschen Wahlkampagnen gelten. Doch schon mit Blick auf die beiden letzten Bundestagswahlkämpfe kommen vielen Beobachtern Zweifel, ob die langfristig angelegten Strategien tatsächlich die Oberhand über die primär situativ orientierten, taktischen Verhaltensweisen haben. Für den Bundestagswahlkampf 2009 kommen die besondere strategische Ausgangslage einer Großen Koalition und die in ihren Auswirkungen noch unkalkulierbare Finanzkrise hinzu. Das Vertiefungsseminar “Wahlkampfstrategien“ untersucht anhand von praktischen Beispielen, wie die politischen Akteure in Deutschland Strategien für Wahlkämpfe entwickeln, implementieren, in- wie extern vermitteln und - nicht zuletzt - durchhalten.

(28 648) VS: Der Verlauf der politischen (s. A.) Manfred **Güllner**
- VS - Meinungsbildungsprozesse bei den Bundestagswahlen 2009 im Vergleich

zu früheren Bundestagswahlen

(2 SWS)

Mo 16.00-18.00 und n. V. – Ihnestr.

21, 21/B (Hörsaal)

In der Veranstaltung wird der Verlauf der politischen Meinungsbildungsprozesse bei den Bundestagswahlen 2009 im Vergleich zu früheren Bundestagswahlen dargestellt und diskutiert. Aufgezeigt wird, welche Faktoren mit welcher Intensität auf die Meinungsbildungsprozesse einwirken, und wie sich die so verfestigenden Stimmungen am Wahltag in Stimmen umsetzen. Untersucht wird, welche Struktur die einzelnen Wählergruppen haben, welche Wanderungen zwischen den Parteien bzw. zwischen den Parteien und dem Lager der Unentschlossenen stattfinden. Berücksichtigt werden auch die Interdependenzen zwischen den Wahlen auf verschiedenen Politikebenen (Kommunal-, Landtags-, Europa-, Bundestagswahlen).

(28 644) Überblicksseminar: Ausgewählte (13.10.) Torsten Maurer**- ÜS - Probleme der politischen
Kommunikationsforschung**

(2 SWS) (deutsch)

Di 10.00-12.00 – Ihnestr. 21, 21/B

(Hörsaal)

(28 645) Vertiefungsseminar: Ausgewählte (13.10.) Torsten Maurer**- -VS- - Probleme der politischen
Kommunikationsforschung**

(2 SWS) (deutsch)

Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 21/B

(Hörsaal)

(28 641) Überblicksseminar: Fachlich vertiefendes (12.10.) N. N.**- ÜS - Modul: Empirische Kommunikations-
und Medienforschung**

(2 SWS) (deutsch)

Mo 12.00-14.00 – Garystr. 55, 105

(Seminarraum)

(28 642) Vertiefungsseminar: Fachlich (13.10.) N. N.**- HS - vertiefendes Modul: Empirische
Kommunikations- und Medienforschung**

(2 SWS) (deutsch)

Di 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 22,

22/UG 1 (Seminarraum)

Kommunikationsgeschichte und -kultur**(28 650) Debatten zur Kultur- und (12.10.) Hermann Haarmann****- ÜS - Medientheorie**

(2 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.)

(deutsch)

Mo 14.00-16.00 – Rost- / Silberlaube
Habelschwerdter Allee 45, KL 32/102

In diesem Lektürekurs sollen exemplarische Texte zur Kultur- und Medientheorie seit Beginn des 20. Jahrhunderts vorgestellt und diskutiert werden. Von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen wird erwartet, daß sie die Texte nicht nur lesen, sondern auch bereit sind, diese vor dem Plenum vorzustellen und dadurch eine - hoffentlich rege - Diskussion anzuzetteln.

Die Grundlagentexte finden sich in: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München (6. Aufl.) 2008.

BA-Vertiefungsmodul fachlich vertiefend Kommunikationsgeschichte und -kultur:
Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. Hausarbeit.
Magister Hauptstudium.

(28 651) Vertiefungsseminar: (15.10.) Birte **Hewera**

- **HS - Kommunikation und Kultur: Vilém
Flusser**

(3 SWS) (15.0 EU) (max. 30 Teiln.)

(deutsch)

Do 10.00-12.00 – Garystr. 55, SR B

(Seminarraum)

„Kommunikologie“ – so titelt das Buch Vilém Flussers, das Gegenstand dieses Lektüreseminars sein wird; Flusser selbst bezeichnete so seine Theorie menschlicher Kommunikation. In diesem Werk analysiert er die Strukturen verschiedener Kommunikationsformen, sowie ihren historischen Wandel bis zu den neuen Kommunikationstechnologien, in denen er den Übergang ins „post-alphabetische Zeitalter“ sieht.

Basisliteratur:

Vilém Flusser: Kommunikologie. Frankfurt am Main: Fischer 2007

Vilém Flusser: Kommunikologie weiter denken. Die Bochumer Vorlesungen. Frankfurt am Main: Fischer 2009

Fachliches Vertiefungsseminar zum ÜS Debatten zur Kulturtheorie:
Kommunikationsgeschichte und –kultur (BA 2006: Wahlpflicht II)

Leistungsanforderungen MA/BA:

Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. schriftliche Hausarbeit.

(28 652) Vertiefungsseminar: Kultur der 50er (15.10.) Hermann **Haarmann**

- **HS - Jahre**

Erhard **Schütz**

(4 SWS) (15.0 EU) (max. 35 Teiln.)

(deutsch)

Do 14.00-18.00 – HU, Dorotheenstr.

24, Mitte, Haus 1, R. 1.301

Kooperationsprojekt zwischen der

Humboldt-Universität und der Freien

Universität Berlin

Das in Zusammenarbeit mit Professor Schütz von der Humboldt-Universität zu Berlin konzipierte und gemeinsam verantwortete Seminar richtet sich an Studierende der Literatur- und der Kommunikationswissenschaft. Das Seminar will sich der Kultur der ‚langen 50er Jahre‘ in ihren signifikanten Bereichen wie Theater, Literatur, Film, Massenmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen), aber auch Architektur, Bildende Kunst und Musik widmen, um im vergleichenden Blick auf die Entwicklungen in der Bundesrepublik und in der DDR Positionen einer Nachkriegskultur in Deutschland zu rekonstruieren. Ziel ist es, neben der Präsentation bedeutsamer Dokumenten eine Diskussion zu entfachen über Gemeinsamkeiten wie Unterschiede auf dem Hintergrund der Frage nach einer gemeinsamen Nationalkultur.

Teilnehmerbegrenzung: FU max. 20; Anmeldung über Sekr. Haarmann (Fr. Andersch 83857803 oder mail: ikk@zedat.fu-berlin.de)

Leistungsanforderungen MA/Hauptstudium und BA: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. Hausarbeit.

Kommunikationsökonomie, - politik, -recht

(28 680) Medienkosten und Mediennutzen - (13.10.) Dennis Reineck

- ÜS - **ökonomische Aspekte der Mediennutzung**

(2 SWS) (deutsch)

Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/E1

(Seminarraum)

Medien kosten Geld. Für die Zeitung am Kiosk, den Film im Kino, die CD im Warenhaus muss, wer sie nutzen will, einen Obolus entrichten. Auch der Zugang zum Kabelfernsehen und der Zugang zum Internet via DSL verursachen monatliche Kosten. Medien kosten auch Zeit und Aufmerksamkeit. Zugleich spenden sie einen Nutzen. Sie unterhalten, sie informieren, sie zerstreuen usw. Kosten und Nutzen werden meist aus der Perspektive des Medienanbieters beschrieben, als Erlösmodelle und selektive Anreize. In diesem Überblicksseminar soll die Perspektive einmal umgekehrt werden, d.h. das Marktgeschehen soll aus der Perspektive des Mediennutzers rekonstruiert werden.

Fragen, die uns beschäftigen werden: Welche Kosten und welchen Nutzen muss eine medienökonomische Theorie der Mediennutzung berücksichtigen? Sind Mediennutzern die Kosten und der Nutzen ihres Medienkonsums bewusst? Welche Rolle spielt der Mediennutzer bei der Festlegung der Medieninhalte? Gibt es wiederkehrende Muster bei den finanziellen Ausgaben und beim zeitlichen Aufwand für Medien?

Verschiedene ökonomische Perspektiven und Erkenntnisse aus der Mediennutzungsforschung werden zur Beantwortung dieser und ähnlicher Fragen herangezogen.

(28 681) Vertiefungsseminar: Rundfunk (14.10.) Stefan Jarolimek

- VS - **International**

(2 SWS) (max. 50 Teiln.) (deutsch)
Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

Öffentlich-rechtlich, privat oder staatlich? Rundfunkgebühren per GEZ oder Gaszähler? Die Rundfunksysteme unterscheiden sich international zum Teil gravierend hinsichtlich Ihrer Entstehung, Entwicklung und aktuellen Strukturen. Auf Basis eines einheitlichen Analyseschemas, das zu Beginn des Seminars gemeinsam entwickelt wird, sollen ausgewählte Rundfunksysteme vorgestellt und diskutiert werden.

Im Seminar sollen Kenntnisse zu Rundfunksystemen in Nordamerika, Europa und Asien erworben und darüber hinaus im Systemvergleich Implikationen für das Deutsche Modell und seine Entwicklung diskutiert werden.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen (BA und Magister): Regelmäßige Teilnahme, Kurzreferat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit.

(28 682) Vertiefungsseminar: Digitalisierung (12.10.) Klaus **Goldhammer**
- VS - der Musikindustrie
(2 SWS) (deutsch)
Mo 18.00-20.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

Zielsetzung:

Seit 1998 schrumpfte der Gesamtumsatz der Musikindustrie allein in Deutschland von 2,7 Mrd. auf 1,7 Mrd. Euro. Das MP3-Format war eine disruptive Technologie, der sich die Branche zunächst nicht stellen wollte. Stattdessen nutzten (ehemals) branchenfremde Unternehmen wie Apple oder die Deutsche Telekom die Möglichkeit, kostenpflichtige Angebote zur digitalen Musikdistribution zu etablieren. Einen Schritt weiter ist Google in China, wo legal und in Kooperation mit der Musikindustrie rund 1 Mio. Musiktracks zum kostenlosen Download bereitgestellt werden. Parallel dazu finden sich zahlreiche neue Trends, Dienste und Anbieter sowohl im Mobilfunkbereich (bsw. Nokia "Comes with Music") wie Online, die das Marktumfeld und die Marktperspektiven für die Musikindustrie weiter verändern.

Das Seminar wird die Besonderheiten des digitalen Musikmarktes aus technischer und ökonomischer Perspektive analysieren. Ziel des Seminars ist es, den modernen Musikmarkt in seiner Breite zu untersuchen:

Angebote und Anbieter, Marktentwicklungen und Marktperspektiven werden ebenso eine Rolle spielen, wie die Beschäftigung mit modernen medienökonomischen Theoriekonzepten.

Quelle zur Vorab-Information:

<http://www.ifpi.org>, <http://www.musikindustrie.de>, <http://www.mediafuturist.com>,
<http://www.thelongtail.com>

Bachelorarbeit-Vorbereitungsmodul

(28 702) Colloquium (13.10.) Hermann **Haarmann**
- C - (2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)

| | |
|---|----------------------------------|
| Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2 (Seminarraum) | |
| Das Colloquium versteht sich als Lese- und Informationsforum zu Fragen und neueren/neusten Tendenzen in der Exilforschung (wobei besonderes Gewicht auf die Exilessayistik/-publizistik bis hin zum Exilfilm gelegt werden soll). Dabei wird es auch Gelegenheit geben, Magister-Abschlußarbeiten sowie Bachelor-Arbeiten (nicht nur aus der Exilpublizistik) vorzustellen und diskutieren zu lassen. | |
| (28 708) Bachelorarbeit- - C - Vorbereitungskolloquium Empirische Kommunikations- und Medienforschung (1 SWS) Mi 18.00-19.00 – Garystr. 55, 121 (Seminarraum) | (14.10.) Torsten Maurer |
| Das Bachelor-Kolloquium ist eine Lehrveranstaltung für fortgeschrittene Studierende im Bachelorstudiengang, die über eine Abschlussarbeit im Bereich der empirischen Kommunikations- und Medienforschung nachdenken bzw. diese konkret planen oder durchführen. Von allen Kandidatinnen und Kandidaten, die beim Leiter der Lehrveranstaltung eine Bachelorarbeit vorbereiten oder angemeldet haben, wird eine aktive Teilnahme an dem Kolloquium erwartet. Zulassung: Bachelor-Studium im Kernfach PuKW | |
| (28 709) Bachelorarbeit- - C - Vorbereitungskolloquium Organisationskommunikation (1 SWS) (15.3 EU) (deutsch) Mo 18.00-19.00 – Garystr. 55, 323 (Seminarraum) | (12.10.) Stefan Jarolimek |
| Das Colloquium richtet sich an Studierende im Bachelorstudiengang und dient der Vorbereitung von Bachelorarbeiten im Arbeitsbereich Organisationskommunikation. Inhaltliche Fragen und methodisches Vorgehen der präsentierten Arbeitsvorhaben sowie allgemeine Arbeitsstrategien werden gemeinsam diskutiert. | |
| (28 710) Colloquium Journalismusforschung - C - Di 18.00-20.00 – Garystr. 55, 55–C (Seminarraum) | (13.10.) Alexander Görke |
| 28 712 Bachelorarbeit- - C - Vorbereitungskolloquium – Medienwirkungs-/ Mediennutzungsforschung (1 SWS) (max. 10 Teiln.) Mi 13.00-14.00 – Garystr. 55, 323 (Seminarraum) | (14.10.) Barbara Pfetsch |

Das Bachelor-Kolloquium ist eine Lehrveranstaltung für fortgeschrittene Studierende im Bachelorstudiengang, die über eine Abschlussarbeit im Bereich der Medienwirkungs-/Mediennutzungsforschung nachdenken bzw. diese konkret planen oder durchführen. Von allen Kandidatinnen und Kandidaten, die bei der Leiterin der Lehrveranstaltung eine Bachelorarbeit vorbereiten oder angemeldet haben, wird eine aktive Teilnahme an dem Kolloquium erwartet.

(28 706) Bachelorarbeit- (21.10.) Margreth **Lünenborg**
- C - Vorbereitungskolloquium
Journalismusforschung
(1 SWS) (deutsch)
Mi 12.00-14.00 14-tägl. – Ihnestr. 22,
22/UG 2 (Seminarraum)

Das Colloquium wendet sich an Bachelor-Studierende im Bereich der Journalismusforschung, die ihre Abschlussarbeiten schreiben. Im Colloquium präsentieren die KandidatInnen in der Regel zwei Mal im Verlauf ihrer Abschlussarbeit. Dabei ergibt sich die Chance, in der Gruppe miteinander die Entwicklung und Präzisierung der Fragestellung, das Forschungsdesign, die methodische Umsetzung sowie Formen der Auswertung zu erörtern.

Die Teilnahme am Colloquium ist nur nach persönlicher Anmeldung in der Sprechstunde möglich.

(28 707) Bachelorarbeit-Vorbereitungskolloquium (14.10.) **N. N.**
- C - Empirische Kommunikations- und
Medienforschung
(2 SWS)
Mi 18.00-20.00 – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

(28 705) Bachelorarbeit- (12.10.) Klaus **Beck**
- C - Vorbereitungskolloquium:
Kommunikationspolitik /
Medienökonomie
(1 SWS)
Mo 17.00-18.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum)

Master Medien und Politische Kommunikation

Orientierungsveranstaltungen

28 800 Informationsveranstaltung für (7.10.) Barbara **Pfetsch**
- V - Erstsemester im Master- und Ansgar **Koch**
Feedbackveranstaltung für
Masterstudierende in höheren
Fachsemestern

(deutsch)
, einmalig Mi 12.00-15.00 – Ihnestr. 21,
21/A (Hörsaal)

Modul Geschichte und Kultur der politischen Kommunikation

28 810 Politische Kommunikation im Exil (13.10.) Hermann **Haarmann**
- HS - 1933-1945: Die Faschismusdebatte
(2 SWS) (15.0 EU) (max. 40 Teiln.)
(deutsch)
Di 10.00-12.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

Dem Phänomen des Faschismus, der aggressiven deutschen Faschismus zumal, sich anzunehmen, ist eine der dringlichsten Aufgaben des politischen Exils ab 1933. Die historischen, gesellschaftlichen, sozialen – ja selbst psychologischen Ursachen und Folgen zu untersuchen und schlüssige Erklärungen auf offene Fragen zu finden, schafft die Voraussetzungen für politisch-strategisches, kommunikatives Handeln.

Das Seminar wird sich mit den gängigen Faschismustheorien aus der Exilzeit beschäftigen.

Veranstaltung für Studierende des Masterstudiengangs “Medien und Politische Kommunikation“.

Leistungsanforderungen: Regelmäßige aktive Teilnahme, Referat/Thesenpapier, Präsentation und Hausarbeit.

28 811 Zur Entwicklung der politischen (22.10.) Falko **Schmieder**
- HS - Sprache seit 1954
(3 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.)
(deutsch)
Do 16.00-20.00, 14-tägl. – Garystr. 55,
55–C (Seminarraum)

Die Niederschlagung des Nationalsozialismus und der Aufbau demokratischer Strukturen bedeuteten einen einschneidenden soziokulturellen Wandel, der auch in der Entwicklung der politischen Sprache seinen Niederschlag fand. Der Verzicht auf das genuin nationalsozialistische Vokabular war verbunden mit zahlreichen begrifflichen Neubildungen und Veränderungen, in denen doch häufig das Erbe und der Geist der Vergangenheit wirksam blieben; Victor Klemperer und Dolf Sternberger haben diesem Thema mittlerweile klassische Studien gewidmet. Zugleich forderte die neue weltpolitische Lage die Entstehung neuer Konzepte heraus, die entsprechend der Beschleunigung der Prozesse der Globalisierung und der technologisch-medialen Entwicklungen einem fortwährenden Bedeutungswandel unterlagen. In dem Seminar sollen diese nationalen und internationalen Entwicklungen der politischen Sprache anhand der Rekonstruktion von politischen Schlüsselbegriffen untersucht werden. Die historische Analyse der Sprachentwicklung versteht sich als ein Beitrag zur Kulturgeschichte der politischen Kommunikation.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. schriftliche Hausarbeit.

28 812 Kommunikationsapparate (15.10.) Christoph **Hesse**
- HS - (2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mi 10.00-12.00 – Garystr. 55, 105
(Seminarraum)

Daß Medien der Kommunikation dienen, diese landläufig selbstverständliche Ansicht gilt in der Medienwissenschaft zu Recht als fraglich. Die Vorstellung, daß Medien (die Rede ist hier von technologiebasierten Medien) der Kommunikation zwischen oder womöglich sogar der Verständigung von Menschen förderlich sein könnten, gehört ihrer Auffassung nach vielmehr ins Repertoire der politischen Ideengeschichte. Von der wiederum ist die Entwicklung der Medientheorien jedoch kaum zu trennen. Beinahe jeder Versuch, die Funktionsweise von Medien zu beschreiben, enthält zugleich einen Entwurf, der vorsieht, was darüber hinaus oder statt dessen man unter anderen Umständen mit Medien anfangen könne. Und jeder prognostische oder utopische Ausblick darf zumindest als Kritik bestehender Medienkonstellationen sehr ernst genommen werden. Einige solcher Entwürfe sollen, quer durch die Medientheoriegeschichte, in diesem Seminar diskutiert werden: vom „Rundfunk als Kommunikationsapparat“ (Brecht) bis zum digitalen Netz, in dem, wie manche meinen, ein solcher Kommunikationsapparat bereits Gestalt angenommen habe.

Lehrveranstaltung im Rahmen des Masterprogramms “Medien und politische Kommunikation“. Leistungsanforderungen:

5 Punkte: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier.

10 Punkte: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und Hausarbeit.

Modul Politischer Journalismus

28 821 Krisenkommunikation (15.10.) Alexander **Görke**
- HS - (2 SWS)
Do 14.00-16.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

28 822 Politischer Journalismus (13.10.) Margreth **Lünenborg**
- HS - (2 SWS) (deutsch)
Di 10.00-12.00 – Garystr. 55, 121
(Seminarraum)

Was kennzeichnet politischen Journalismus in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen und außereuropäischen Staaten? Über welches empirisch fundierte Wissen verfügt die Journalismusforschung, um die aktuellen Leistungen und Defizite der politischen Berichterstattung zu beschreiben? Was wissen wir über Einstellungen und Intentionen politischer JournalistInnen? Wie gehen sie mit politischer PR und Lobbying um? In welchen Formaten und Genres findet politischer Journalismus heute statt? Welche Relevanz haben online-Formate und -Angebote als Recherchequelle und als journalistisches Format? Was wissen wir über das Verhältnis von JournalistInnen und PolitikerInnen? Mit diesen Fragen werden wir uns im Seminar befassen. Im Mittelpunkt steht das Interesse, sich auf einer analytischen Ebene mit dem politischen Journalismus auseinander zu setzen, Forschungsergebnisse zu erörtern und ggf. Leerstellen zu beschreiben. Das analytische

Wissen wird exemplarisch im Bereich der Kommunikatorforschung angewandt.
Im Sommersemester folgt eine Forschungsübung, in der ausgewählte Fragestellungen in eigenen empirischen Forschungsprojekten bearbeitet werden.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist erforderlich

28 823 Journalism, Globalization, and Civil Society (12.10.) Elfriede Fürsich
- HS -
(2 SWS) (Englisch)
Mo 10.00-12.00 – Garystr. 55, 302b
(Seminarraum)

This class investigates the impact of globalization on journalism and media production. We'll examine international communication from various perspectives including major trends, stakeholders and global activities. The course will cover topics such as the link between foreign reporting and international relations; shifting definitions of cultural imperialism; the role of the United Nations and the WTO in regulating flows of information; and latest transnational media mergers. Moreover, we'll discuss the strategies of global media programmers such as CNN, MTV or Discovery; the increasing commercialization of media systems around the world; and the role of journalists in relation to war and terrorism. The class will lead students to evaluate critically the potential of journalists and media to foster a global civil society.

Modul Methoden der politischen Kommunikationsforschung

28 830 Modul: Methoden der politischen Kommunikationsforschung: Vorlesung I (12.10.) N. N.
- V -
(2 SWS) (deutsch)
Mo 14.00-16.00 – Garystr. 55, 55-C
(Seminarraum)

28 831 Modul: Methoden der politischen Kommunikationsforschung Vorlesung II (13.10.) N. N.
- V -
(2 SWS)
Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/E2
(Seminarraum)

Modul Strukturen und Steuerung der politischen Kommunikation

Modul politisches Kommunikationsmanagement und Public Affairs

28 801 Politische Kommunikation in der Krise (12.10.) Hans-Jürgen Arlt
- HS -
(2 SWS) (15.3 EU) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55-C
(Seminarraum)

Der Doppelsinn des Seminartitels ist Programm: Es geht sowohl um den

Glaubwürdigkeitsverlust der Politik als auch um die politische Bewährungsprobe in der Finanzkrise. Dieser Widerspruch fällt auf: Einerseits wird der Politik nicht getraut und wenig bis nichts Gutes zugetraut. Andererseits sind in der Krise Erwartungen allgegenwärtig, die politische Zentrale, der Staat, als Spitze und Repräsentant des Ganzen, müsse es richten.

Theoretische Zugriffe auf das politische System sowie auf die Entscheidungs- und Darstellungskommunikation – vorrangig auf der Basis eines funktional-strukturellen Ansatzes - stehen im Mittelpunkt. Im Kontrast dazu werden Praktiker der politischen Kommunikation Beschreibungen und Reflexionen des Tagesgeschäfts vermitteln. Ausgegangen wird von diesem Verständnis der Politik: Die Vorbereitung, Produktion und Legitimation kollektiv verbindlicher Entscheidungen ist ihre gesellschaftliche Funktion, ihre Leistungen erbringt sie in der Form der Organisation. In beiden Hinsichten kommt der Kommunikation von Entscheidungen größte Bedeutung zu.

Basisbücher:

Luhmann, Niklas, 2002: Die Politik der Gesellschaft, Frankfurt/M

Schimank, Uwe, 2005: Die Entscheidungsgesellschaft, Wiesbaden

Grundsätzliche Voraussetzung: Regelmäßige Teilnahme,

Leistungsanforderungen: Referat mit Thesenpapier, ggf. begleitende Hausarbeit.

28 802 Medienauftritte - Möglichkeiten (12.10.) Christoph Tapper
- Ü - und Grenzen der Selbstdarstellung
in politischen Interviews und
Talkshows

(2 SWS) (15.3 EU) (deutsch)

Mo 16.00-20.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,

21/F (Seminarraum)

Politikvermittlung über Massenmedien unterliegt, je nach gewählter Form, unterschiedlichen Einflussmöglichkeiten durch Kommunikationsmanager. So steht der vollständig kontrollierbaren Ebene der klassischen Wahlwerbung die überwiegend durch den Journalismus bestimmte politische Berichterstattung der Medien gegenüber. Eine Möglichkeit, dieses mediale Filterungssystem teilweise zu umgehen und sich direkt an das Publikum zu wenden, liegt im Auftritt von Politikern in Diskussionsendungen, Talkshows, Debatten oder Interviews. Allerdings unterliegen auch solche "Auftritte" speziellen Regeln, und die Darstellungsmöglichkeiten sind hier durch das mediate Format, die gestellten Fragen, die Kompetenz des Politikers und die Autorität der jeweiligen Moderatoren eingeschränkt.

In der Übung geht es daher darum, sowohl die Möglichkeiten als auch die Grenzen von Medienauftritten als Instrument im politischen Kommunikationsmanagement zu erarbeiten. Dabei wird das Thema im ersten Teil des Kurses zunächst auf Literaturbasis theoretisch fundiert. Anschließend werden in Arbeitsgruppen oder Einzelarbeit Fallstudien zu Medienauftritten von Politikern bzw. Kommunikationsmanagern erstellt und in der Übung präsentiert.

Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Portfolio aus Präsentation, Thesenpapier

und Diskussionsmoderation (5 LP).

28 803 Lobbying und Public Affairs (13.10.) Stefan **Jarolimek**

- Ü - (2 SWS) (15.3 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

Warum tut sich die EU oder die deutsche Regierung bei Automobilen so schwer mit der Festsetzung niedriger Emissionswerte? Schuld sei die starke deutsche Auto-Lobby, heißt es. Aber wie funktioniert dieser Lobbyismus, wie können wir dieses Verhältnis von Politik und Wirtschaft beschreiben und analysieren?

Die Erforschung von Public Affairs und Lobbying gestaltet sich schwierig. Schließlich findet die Ausgestaltung dieser Beziehung einer Organisation zu politischen Entscheidungsträgern nicht in der Öffentlichkeit statt. Wer gibt schon gerne offen zu, wie Einfluss auf politische Mandatsträger oder die öffentliche Verwaltung ausgeübt wird. Im Rahmen der Übung werden begriffliche Abgrenzungsversuche sowie theoretische Annäherungen an die Phänomene behandelt. Gegenstände und Möglichkeiten der empirischen Sozialforschung werden in der Übung erörtert und gangbare Wege beispielhaft besprochen.

Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Portfolio aus Präsentation, Thesenpapier und Diskussionsmoderation (5 LP)

(15 422) Politische Analyse der Internet-

(s. A.) Sven **Bremmer**

- BS - **Öffentlichkeit**
(2 SWS) (deutsch)

Jonas **Wille**

Modul Theorien und Befunde der politischen Kommunikationsforschung

28 860 Theorien und Befunde der (14.10.) Barbara **Pfetsch**

- V - **politischen**
Kommunikationsforschung
(2 SWS) (deutsch)
Mi 14.00-16.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

In der Vorlesung werden Prozesse der politischen Kommunikation im Lichte von Theorien politischer Öffentlichkeit forschungsnah diskutiert. Zu jedem Thema werden die theoretische Grundlage, verschiedene Ansätze von Designs und empirischen Indikatoren sowie die Befunde von neueren Studien vorgestellt. Die Lehrveranstaltung gibt nicht nur einen Einblick in die aktuelle Forschung über politische Kommunikation und Öffentlichkeit, sie will insbesondere das Verständnis wecken für Probleme der empirischen, international vergleichenden Analyse öffentlicher Debatten und strategischer Kommunikation.

28 861 Politische Kommunikationskultur (13.10.) Barbara **Pfetsch**

- HS - (2 SWS) (deutsch)
Di 12.00-14.00 – Ihnestr. 21, 21/E

Eva **Mayerhöffer**

(Seminarraum)

Das Seminar beschäftigt sich sowohl theoretisch als auch empirisch mit der politischen Kommunikationskultur in Deutschland. Unter politischer Kommunikationskultur versteht man dabei die empirisch bestimmbaren Orientierungen der an der Produktion politischer Botschaften beteiligten Akteure gegenüber spezifischen Objekten der politischen Kommunikation. Dahinter steht die Annahme, dass diese Orientierungsmuster die Art und Weise bestimmen, in der politische Akteure und Medienakteure in Bezug auf das gemeinsame politische Publikum kommunizieren.

Im ersten Teil des Seminars werden das Konzept der politischen Kommunikationskultur, sowie seine theoretischen Wurzeln in der politischen Kulturforschung sowie der Einstellungsforschung besprochen. Im zweiten Teil des Seminars analysieren die Teilnehmer in Kleingruppen anhand aktueller Umfragedaten von Politikern, politischen Sprechern und Journalisten einzelne Aspekte der politischen Kommunikationskultur in Deutschland. Die Ergebnisse der empirischen Untersuchungen werden zu Ende des Kurses von den Teilnehmern präsentiert und diskutiert.

28 862 Europäische Öffentlichkeit (13.10.) Annett Heft

- HS - (2 SWS) (deutsch)
Di 10.00-12.00 – Ihnestr. 22, 22/E1
(Seminarraum)

Mit Blick auf die europäische Integration und die zunehmende Verlagerung von Entscheidungsbefugnissen auf die EU diskutiert man in den Sozialwissenschaften seit den 90er Jahren verstärkt das sogenannte „Demokratiedefizit“ und – da eine funktionierende Öffentlichkeit als zentrale Voraussetzung demokratischen Regierens in modernen Demokratien gilt – ebenso das „Öffentlichkeitsdefizit“ der EU. Im Rahmen des Seminars soll der Forschungsstand zur Europäischen Öffentlichkeit anhand ausgewählter theoretischer und empirischer Studien aufgearbeitet werden. Wir werden uns mit Konzepten Europäischer Öffentlichkeit(en) befassen und der Frage nachgehen, inwiefern sich eine transnationale oder „europäisierte“ politische Öffentlichkeit in Europa herausgebildet hat und wie sich die europäischen Debatten in verschiedenen Mitgliedsländern der EU gleichen oder unterscheiden. Während des Seminars soll die Berichterstattung ausgewählter Medien über die Europäische Union verfolgt und auf Basis der aus der Literatur gewonnenen Erkenntnisse diskutiert werden.

(15 368) Die Rolle der neuen Mitgliedsstaaten (13.10.) Tobias Pieper

- HS - **in der Europäischen Union**
(2 SWS) (deutsch)
Di 12.00-14.00 – Ihnestr. 22, 22/E2
(Seminarraum)

Vor dem Hintergrund der letzten Erweiterungsrounden der Europäischen Union (EU) in den Jahren 2004 und 2007 auf nunmehr 27 Mitgliedstaaten werden im Rahmen dieses Hauptseminars zunächst theoretische Ansätze zur EU-Integrationsforschung diskutiert. Ein weiterer Themenblock beschäftigt sich mit den Gestaltungsspielräumen bzw. den steuerungsmöglichkeiten, die den Akteuren der neuen Mitgliedstaaten seit dem Beitritt innerhalb der EU-Institutionen zur Verfügung stehen. Hierzu wird der Einfluss der neuen

Akteurskonstellation auf institutionelle Weiterentwicklungen exemplarisch anhand des Reformvertrags ebenso beleuchtet wie die Weiterentwicklung von Politikfeldern wie der EU-Erweiterungspolitik und der Energiepolitik. Darüber hinaus werden verschiedene europäische Politikfelder wie die Sozial-, Umwelt- und Kohäsionspolitik unter der Fragestellung analysiert, welche inhaltlichen und institutionellen Anpassungsprozesse die Implementierung dieser Politiken innerhalb der neuen Mitgliedstaaten ausgelöst haben. Zudem werden wissenschaftsmethodische Kenntnisse in praxisorientierter Weise vermittelt. Bestandteil des Seminarplans ist die inhaltliche Vorbereitung und Durchführung eines Planspiels.

(15 368) Die Rolle der neuen Mitgliedsstaaten in der Europäischen Union (The Role of New Member States in the European Union) (13.10.) Karin Pieper
(2 SWS) (Deutsch)
Di 12.00-14.00 – Ihnestr. 22, 22/E2
(Seminarraum)

Masterarbeit - Vorbereitungsmodul

(28 710) Colloquium Journalismusforschung (13.10.) Alexander Görke
- C - Di 18.00-20.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

(28 711) Colloquium Journalismusforschung (14.10.) Margreth Lünenborg
- C - (2 SWS) (15.0 EU)
Mi 16.00-18.00 – Garystr. 55, 105
(Seminarraum)

Das Colloquium wendet sich an Magister- und MasterkandidatInnen sowie an Promovierende im Bereich der Journalismusforschung. Im Colloquium präsentieren die KandidatInnen in der Regel zwei Mal im Verlauf ihrer Abschlussarbeit. Dabei ergibt sich die Chance, in der Gruppe miteinander die Entwicklung und Präzisierung der Fragestellung, das Forschungsdesign, die methodische Umsetzung sowie Formen der Auswertung zu erörtern.

Die Teilnahme am Colloquium ist nur nach persönlicher Anmeldung in der Sprechstunde möglich.

(28 702) Colloquium (13.10.) Hermann Haarmann
- C - (2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum)

Das Colloquium versteht sich als Lese- und Informationsforum zu Fragen und neueren/neusten Tendenzen in der Exilforschung (wobei besonderes Gewicht auf die Exilessayistik/-publizistik bis hin zum Exilfilm gelegt werden soll). Dabei wird es auch Gelegenheit geben, Magister-Abschlußarbeiten sowie Bachelor-Arbeiten (nicht nur aus der

Exilpublizistik) vorzustellen und diskutieren zu lassen.

Magister

Grundstudium

Orientierungsveranstaltungen

Allgemeine Veranstaltungen

Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung

Strukturen der Massenkommunikation/Kommunikations- und Medientechnik

Kommunikationsgeschichte und Kommunikationstheorie

Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit

Hauptstudium

Orientierungsveranstaltungen

Empirische Kommunikations- und Medienforschung

| |
|---|
| (28 646) Agenda Setting und verwandte (13.10.) Peter Maurer - ÜS - Ansätze als politische Medienwirkung (2 SWS) (deutsch) Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, Hs A (Hörsaal) |
|---|

Agenda Setting ist eine der wenigen Medienwirkungshypothesen, die nicht nur im Fach eine zentrale Stellung einnimmt, sondern auch im außerwissenschaftlichen Bereich bekannt geworden ist und in politischen Diskussionen gelegentlich auftaucht. Es bestehen jedoch oft recht ungenaue Vorstellungen hinsichtlich der theoretischen Annahmen auf die sich Agenda Setting und verwandte Ansätze gründen. Ziel des Seminars ist es deshalb, zu einem vertieften Verständnis des Agenda Setting-Ansatzes und verwandter Ansätze wie Priming, Kultivierung und Agenda Building zu kommen. Hierbei liegt der Schwerpunkt zunächst auf einer kritischen Bewertung der vorliegenden Forschung: Wo liegen beispielsweise Definitions- und Operationalisierungsprobleme, was ist von der einen oder anderen methodischen Umsetzungen zu halten, was sind die gesicherten Erkenntnisse, was ist Spekulation? Einen weiteren Schwerpunkt bildet schließlich die Frage, inwieweit diese Ansätze in der Lage sind, Erklärungen für politische Einstellungen und politisches Verhalten gerade im Umfeld von Wahlen zu liefern.

(28 647) Wahlkampfstrategien politischer (12.10.) Knut **Bergmann**

- **VS** - **Parteien**

(2 SWS) (max. 20 Teiln.) (deutsch)

Mo 18.00-20.00 14-tägl. – Garystr. 55,
55-C (Seminarraum) und n.V.

“Strategy matters more than tactics“ - dieser Satz von Dick Morris, dem ehemaligen Kommunikationsberater von US-Präsident Bill Clinton, sollte auch in deutschen Wahlkampagnen gelten. Doch schon mit Blick auf die beiden letzten Bundestagswahlkämpfe kommen vielen Beobachtern Zweifel, ob die langfristig angelegten Strategien tatsächlich die Oberhand über die primär situativ orientierten, taktischen Verhaltensweisen haben. Für den Bundestagswahlkampf 2009 kommen die besondere strategische Ausgangslage einer Großen Koalition und die in ihren Auswirkungen noch unkalkulierbare Finanzkrise hinzu. Das Vertiefungsseminar “Wahlkampfstrategien“ untersucht anhand von praktischen Beispielen, wie die politischen Akteure in Deutschland Strategien für Wahlkämpfe entwickeln, implementieren, in- wie extern vermitteln und - nicht zuletzt - durchhalten.

(28 648) VS: Der Verlauf der politischen (s. A.) Manfred **Güllner**

- **VS** - **Meinungsbildungsprozesse bei den
Bundestagswahlen 2009 im Vergleich
zu früheren Bundestagswahlen**

(2 SWS)

Mo 16.00-18.00 und n. V. – Ihnestr.
21, 21/B (Hörsaal)

In der Veranstaltung wird der Verlauf der politischen Meinungsbildungsprozesse bei den Bundestagswahlen 2009 im Vergleich zu früheren Bundestagswahlen dargestellt und diskutiert. Aufgezeigt wird, welche Faktoren mit welcher Intensität auf die Meinungsbildungsprozesse einwirken, und wie sich die so verfestigenden Stimmungen am Wahltag in Stimmen umsetzen. Untersucht wird, welche Struktur die einzelnen Wählergruppen haben, welche Wanderungen zwischen den Parteien bzw. zwischen den Parteien und dem Lager der Unentschlossenen stattfinden. Berücksichtigt werden auch die Interdependenzen zwischen den Wahlen auf verschiedenen Politikebenen (Kommunal-, Landtags-, Europa-, Bundestagswahlen).

(28 644) Überblicksseminar: Ausgewählte (13.10.) Torsten **Maurer**

- **ÜS** - **Probleme der politischen
Kommunikationsforschung**

(2 SWS) (deutsch)

Di 10.00-12.00 – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

(28 645) Vertiefungsseminar: Ausgewählte (13.10.) Torsten **Maurer**

- **VS** - **Probleme der politischen
Kommunikationsforschung**

(2 SWS) (deutsch)

Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

(28 641) Überblicksseminar: Fachlich vertiefendes (12.10.) **N. N.**

- ÜS - Modul: Empirische Kommunikations- und Medienforschung

(2 SWS) (deutsch)

Mo 12.00-14.00 – Garystr. 55, 105

(Seminarraum)

(28 642) Vertiefungsseminar: Fachlich (13.10.) **N. N.**

- HS - vertiefendes Modul: Empirische Kommunikations- und Medienforschung

(2 SWS) (deutsch)

Di 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 22,

22/UG 1 (Seminarraum)

Mediensysteme und Kommunikationskulturen

(28 680) Medienkosten und Mediennutzen - (13.10.) **Dennis Reineck**

- ÜS - ökonomische Aspekte der Mediennutzung

(2 SWS) (deutsch)

Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/E1

(Seminarraum)

Medien kosten Geld. Für die Zeitung am Kiosk, den Film im Kino, die CD im Warenhaus muss, wer sie nutzen will, einen Obolus entrichten. Auch der Zugang zum Kabelfernsehen und der Zugang zum Internet via DSL verursachen monatliche Kosten. Medien kosten auch Zeit und Aufmerksamkeit. Zugleich spenden sie einen Nutzen. Sie unterhalten, sie informieren, sie zerstreuen usw. Kosten und Nutzen werden meist aus der Perspektive des Medienanbieters beschrieben, als Erlösmodelle und selektive Anreize. In diesem Überblicksseminar soll die Perspektive einmal umgekehrt werden, d.h. das Marktgeschehen soll aus der Perspektive des Mediennutzers rekonstruiert werden.

Fragen, die uns beschäftigen werden: Welche Kosten und welchen Nutzen muss eine medienökonomische Theorie der Mediennutzung berücksichtigen? Sind Mediennutzern die Kosten und der Nutzen ihres Medienkonsums bewusst? Welche Rolle spielt der Mediennutzer bei der Festlegung der Medieninhalte? Gibt es wiederkehrende Muster bei den finanziellen Ausgaben und beim zeitlichen Aufwand für Medien?

Verschiedene ökonomische Perspektiven und Erkenntnisse aus der Mediennutzungsforschung werden zur Beantwortung dieser und ähnlicher Fragen herangezogen.

(28 682) Vertiefungsseminar: Digitalisierung (12.10.) **Klaus Goldhammer**

- VS - der Musikindustrie

(2 SWS) (deutsch)

Mo 18.00-20.00 – Garystr. 55, SR B

(Seminarraum)

Zielsetzung:

Seit 1998 schrumpfte der Gesamtumsatz der Musikindustrie allein in Deutschland von 2,7 Mrd. auf 1,7 Mrd. Euro. Das MP3-Format war eine disruptive Technologie, der sich die Branche zunächst nicht stellen wollte. Stattdessen nutzten (ehemals) branchenfremde Unternehmen wie Apple oder die Deutsche Telekom die Möglichkeit, kostenpflichtige Angebote zur digitalen Musikdistribution zu etablieren. Einen Schritt weiter ist Google in China, wo legal und in Kooperation mit der Musikindustrie rund 1 Mio. Musiktracks zum kostenlosen Download bereitgestellt werden. Parallel dazu finden sich zahlreiche neue Trends, Dienste und Anbieter sowohl im Mobilfunkbereich (bsw. Nokia "Comes with Music") wie Online, die das Marktumfeld und die Marktperspektiven für die Musikindustrie weiter verändern.

Das Seminar wird die Besonderheiten des digitalen Musikmarktes aus technischer und ökonomischer Perspektive analysieren. Ziel des Seminars ist es, den modernen Musikmarkt in seiner Breite zu untersuchen:

Angebote und Anbieter, Marktentwicklungen und Marktperspektiven werden ebenso eine Rolle spielen, wie die Beschäftigung mit modernen medienökonomischen Theoriekonzepten.

Quelle zur Vorab-Information:

<http://www.ifpi.org>, <http://www.musikindustrie.de>, <http://www.mediafuturist.com>,
<http://www.thelongtail.com>

28 686 Wer hat Recht? Juristische Strategien in (s. A.) **Matthias Prinz**
- HS - der Medienarbeit (Block: Montag, 2.11.09,
Montag, 16.11.09, Montag,
11.01.2010jeweils 10 - 18 Uhr.)
(deutsch)
14-tägl.

28 685 Public Sphere and New Media (15.10.) **Evgeniya Boklage**
- HS - (2 SWS) (englisch/deutsch)
Do 12.00-14.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

Although internet and surrounding technologies are not political by definition and their uses are not essentially political, the influence which online communication has been having on the political process is in focus of many studies conducted in the last decade. Present course has a purpose of introducing students to the new perspectives in the research of political public sphere and deliberative democracy in the era of online communication. The key question of the course is whether new digital media (particularly Web 2.0) have a potential to enhance/ revitalize political participation in liberal democratic societies and what role do they play in providing political inclusion.

The course will be in English but the students are welcome to talk in German if necessary.

Kommunikationsgeschichte und -kultur

(28 650) Debatten zur Kultur- und (12.10.) **Hermann Haarmann**
- ÜS - Medientheorie
(2 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.)

(deutsch)
Mo 14.00-16.00 – Rost- / Silberlaube
Habelschwerdter Allee 45, KL 32/102

In diesem Lektürekurs sollen exemplarische Texte zur Kultur- und Medientheorie seit Beginn des 20. Jahrhunderts vorgestellt und diskutiert werden. Von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen wird erwartet, daß sie die Texte nicht nur lesen, sondern auch bereit sind, diese vor dem Plenum vorzustellen und dadurch eine - hoffentlich rege - Diskussion anzuzetteln.

Die Grundlagentexte finden sich in: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, München (6. Aufl.) 2008.

BA-Vertiefungsmodul fachlich vertiefend Kommunikationsgeschichte und -kultur:
Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. Hausarbeit.
Magister Hauptstudium.

(28 651) Vertiefungsseminar: (15.10.) Birte **Hewera**
- HS - Kommunikation und Kultur: Vilém
Flusser
(3 SWS) (15.0 EU) (max. 30 Teiln.)
(deutsch)
Do 10.00-12.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

„Kommunikologie“ – so titelt das Buch Vilém Flussers, das Gegenstand dieses Lektüreseminars sein wird; Flusser selbst bezeichnete so seine Theorie menschlicher Kommunikation. In diesem Werk analysiert er die Strukturen verschiedener Kommunikationsformen, sowie ihren historischen Wandel bis zu den neuen Kommunikationstechnologien, in denen er den Übergang ins „post-alphabetische Zeitalter“ sieht.

Basisliteratur:

Vilém Flusser: Kommunikologie. Frankfurt am Main: Fischer 2007

Vilém Flusser: Kommunikologie weiter denken. Die Bochumer Vorlesungen. Frankfurt am Main: Fischer 2009

Fachliches Vertiefungsseminar zum ÜS Debatten zur Kulturtheorie:
Kommunikationsgeschichte und –kultur (BA 2006: Wahlpflicht II)

Leistungsanforderungen MA/BA:

Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. schriftliche Hausarbeit.

(28 652) Vertiefungsseminar: Kultur der 50er (15.10.) Hermann **Haarmann**
- HS - Jahre Erhard **Schütz**
(4 SWS) (15.0 EU) (max. 35 Teiln.)
(deutsch)
Do 14.00-18.00 – HU, Dorotheenstr.
24, Mitte, Haus 1, R. 1.301
Kooperationsprojekt zwischen der

Humboldt-Universität und der Freien
Universität Berlin

Das in Zusammenarbeit mit Professor Schütz von der Humboldt-Universität zu Berlin konzipierte und gemeinsam verantwortete Seminar richtet sich an Studierende der Literatur- und der Kommunikationswissenschaft. Das Seminar will sich der Kultur der ‚langen 50er Jahre‘ in ihren signifikanten Bereichen wie Theater, Literatur, Film, Massenmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen), aber auch Architektur, Bildende Kunst und Musik widmen, um im vergleichenden Blick auf die Entwicklungen in der Bundesrepublik und in der DDR Positionen einer Nachkriegskultur in Deutschland zu rekonstruieren. Ziel ist es, neben der Präsentation bedeutsamer Dokumente eine Diskussion zu entfachen über Gemeinsamkeiten wie Unterschiede auf dem Hintergrund der Frage nach einer gemeinsamen Nationalkultur.

Teilnehmerbegrenzung: FU max. 20; Anmeldung über Sekr. Haarmann (Fr. Andersch 83857803 oder mail: ikk@zedat.fu-berlin.de)

Leistungsanforderungen MA/Hauptstudium und BA: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. Hausarbeit.

(28 811) Zur Entwicklung der politischen (22.10.) Falko **Schmieder**

- HS - Sprache seit 1954

(3 SWS) (15.0 EU) (max. 60 Teiln.)

(deutsch)

Do 16.00-20.00, 14-tägl. – Garystr. 55,
55–C (Seminarraum)

Die Niederschlagung des Nationalsozialismus und der Aufbau demokratischer Strukturen bedeuteten einen einschneidenden soziokulturellen Wandel, der auch in der Entwicklung der politischen Sprache seinen Niederschlag fand. Der Verzicht auf das genuin nationalsozialistische Vokabular war verbunden mit zahlreichen begrifflichen Neubildungen und Veränderungen, in denen doch häufig das Erbe und der Geist der Vergangenheit wirksam blieben; Victor Klemperer und Dolf Sternberger haben diesem Thema mittlerweile klassische Studien gewidmet. Zugleich forderte die neue weltpolitische Lage die Entstehung neuer Konzepte heraus, die entsprechend der Beschleunigung der Prozesse der Globalisierung und der technologisch-medialen Entwicklungen einem fortwährenden Bedeutungswandel unterlagen. In dem Seminar sollen diese nationalen und internationalen Entwicklungen der politischen Sprache anhand der Rekonstruktion von politischen Schlüsselbegriffen untersucht werden. Die historische Analyse der Sprachentwicklung versteht sich als ein Beitrag zur Kulturgeschichte der politischen Kommunikation.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und ggf. schriftliche Hausarbeit.

28 659 Wahrnehmungsraum StadtIII:

(12.10.) Dieter **Hirschfeld**

- HS - Illumination

(2 SWS)

Mo 16.00-18.00 – Rost- / Silberlaube
Habelschwerdter Allee 45, KL 23/140

(28 812) Kommunikationsapparate (15.10.) Christoph **Hesse**
- **HS** - (2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mi 10.00-12.00 – Garystr. 55, 105
(Seminarraum)

Daß Medien der Kommunikation dienen, diese landläufig selbstverständliche Ansicht gilt in der Medienwissenschaft zu Recht als fraglich. Die Vorstellung, daß Medien (die Rede ist hier von technologiebasierten Medien) der Kommunikation zwischen oder womöglich sogar der Verständigung von Menschen förderlich sein könnten, gehört ihrer Auffassung nach vielmehr ins Repertoire der politischen Ideengeschichte. Von der wiederum ist die Entwicklung der Medientheorien jedoch kaum zu trennen. Beinahe jeder Versuch, die Funktionsweise von Medien zu beschreiben, enthält zugleich einen Entwurf, der vorsieht, was darüber hinaus oder statt dessen man unter anderen Umständen mit Medien anfangen könne. Und jeder prognostische oder utopische Ausblick darf zumindest als Kritik bestehender Medienkonstellationen sehr ernst genommen werden. Einige solcher Entwürfe sollen, quer durch die Medientheoriegeschichte, in diesem Seminar diskutiert werden: vom „Rundfunk als Kommunikationsapparat“ (Brecht) bis zum digitalen Netz, in dem, wie manche meinen, ein solcher Kommunikationsapparat bereits Gestalt angenommen habe.

Lehrveranstaltung im Rahmen des Masterprogramms “Medien und politische Kommunikation“. Leistungsanforderungen:

5 Punkte: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier.

10 Punkte: Regelmäßige Teilnahme, Referat/Thesenpapier und Hausarbeit.

Kommunikationsökonomie, -politik, -recht

(28 681) Vertiefungsseminar: Rundfunk (14.10.) Stefan **Jarolimek**
- **VS** - **International**
(2 SWS) (max. 50 Teiln.) (deutsch)
Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, SR B
(Seminarraum)

Öffentlich-rechtlich, privat oder staatlich? Rundfunkgebühren per GEZ oder Gaszähler? Die Rundfunksysteme unterscheiden sich international zum Teil gravierend hinsichtlich Ihrer Entstehung, Entwicklung und aktuellen Strukturen. Auf Basis eines einheitlichen Analyseschemas, das zu Beginn des Seminars gemeinsam entwickelt wird, sollen ausgewählte Rundfunksysteme vorgestellt und diskutiert werden.

Im Seminar sollen Kenntnisse zu Rundfunksystemen in Nordamerika, Europa und Asien erworben und darüber hinaus im Systemvergleich Implikationen für das Deutsche Modell und seine Entwicklung diskutiert werden.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen (BA und Magister): Regelmäßige Teilnahme, Kurzreferat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit.

Journalismus

(28 671) Vertiefungsseminar: (12.10.) Annika **Bach**

- VS - Journalismusforschung am Beispiel von Kriegsberichterstattung
(3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 302b (Seminarraum)

Wie entstehen unter den extremen Arbeitsbedingungen in Krisengebieten überhaupt Nachrichten über kriegerische Ereignisse? Wie arbeiteten zum Beispiel die eingebetteten Journalisten und Journalistinnen im Irakkrieg 2003? Und was bedeutete diese Arbeitsweise für die Berichterstattung? Welche Rolle spielen neuere Informationsquellen wie war blogs oder über das Internet verbreitete Bilder und Filme? Welchen Einfluss hat ein Sender wie Al-Jazeera auf die westliche Berichterstattung?

Anschließend an die im Überblicksseminar „Journalismus und Krieg – Über die Berichterstattung aus Krisengebieten“ erarbeiteten Kenntnisse und Fragen wird in diesem Vertiefungsseminar die Thematik mit selbstständigen empirischen Fallstudien weiter bearbeitet werden. Am Gegenstand der Kriegsberichterstattung sollen die Studierenden eigene Forschungsfragen entwickeln, ein angemessenes Erhebungsinstrument dazu erarbeiten und Daten selbst erheben. Dafür werden wir ausgewählte qualitative Methoden der Journalismusforschung kennenlernen und diskutieren. Ziel dieses Vertiefungsseminars ist es auch, mit dem methodischen und analytischen Instrumentarium der Kommunikationswissenschaft umgehen zu lernen, das im Rahmen der Bachelorarbeit eingesetzt werden kann.

(28 673) Überblicksseminar: Journalismus zwischen Information und Unterhaltung (13.10.) Margreth Lünenborg
- ÜS -
(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

Das Seminar erarbeitet theoretisch und produktbezogenen Analysen zum Verhältnis von Information und Unterhaltung im aktuellen Journalismus und in historischen Vorläufern. Eingangs gilt es zu klären: Was ist eigentlich Unterhaltung? Wie kommt es zu der (traditionellen) Auffassung, Journalismus habe (nur) mit Informationen zu tun? In Auseinandersetzung mit aktueller Literatur erarbeiten wir kommunikatorzentrierte, produktorientierte und publikumsorientierte Konzepte von Information und Unterhaltung. Dabei diskutieren wir die Frage, welche Relevanz diese Auffassungen für den Journalismus und für die Journalistik haben. Wie aussagekräftig ist dabei ein Begriff wie Infotainment? Vor diesem theoretischen Hintergrund werden wir aktuelle und historische journalistische Angebote betrachten und nach Formen suchen, dort das Verhältnis von Information und Unterhaltung angemessen zu beschreiben.

Im kommenden Semester wird ein Vertiefungsseminar angeboten, mit dem das Modul komplettiert werden kann.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist erforderlich

(28 675) Überblicksseminar: Journalismusforschung und Gender Studies (13.10.) Tanja Maier
- ÜS -

(2 SWS) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 21, 21/B
(Hörsaal)

In diesem Vertiefungsseminar beschäftigen wir uns mit den Theorien und Befunden der Gender Studies im Bereich der Journalismusforschung. Wir werden uns hierfür grundlegend mit der Bedeutung der Kategorie Geschlecht in den Medien und im Berufsfeld Journalismus auseinandersetzen.

Die Lehrveranstaltung ist in zwei Teilen organisiert. Im ersten Teil widmen wir uns den zentralen Begriffen und Theorien der Gender Studies in Anwendung auf Themen und Fragestellungen der Journalismusforschung (anhand von Textlektüren und Vorträgen). Diskutiert werden die Personen und Strukturen journalistischer Produktion, die Themen und Formate medialer Inhalte sowie deren Rezeption.

Von diesen theoretischen Grundlagen ausgehend werden wir uns im zweiten Teil auf die Medieninhaltsforschung konzentrieren und Analysen journalistischer Inhalte und Formate vornehmen. Hierfür werden im Seminar gemeinsam einzelne Analysen durchgeführt, diese miteinander erörtert und reflektiert. Auf diese Weise werden die Studierenden vertiefend mit methodischen und analytischen Instrumentarien vertraut gemacht. Parallel sollen die Studierenden eigenständig ausgewählte Fragestellungen in Projektgruppen empirisch bearbeiten.

Die Anwesenheit in der 1. Sitzung ist unverzichtbar!

Leistungsanforderungen: Lektüre der zur Verfügung gestellten Texte, Bearbeitung einer eigenen Fallstudie (Gruppenarbeit) inkl. Kurz-Präsentation und Dokumentation des Projektes. Regelmäßige Teilnahme

Medien/Projektseminare Journalismus

(28 600) Medienseminar Presse (13.10.) Michael **Meißner**
- **HS** - (Berufsorientiertes Vertiefungsmodul)
(3 SWS) (15.1 EU) (deutsch)
Di 16.00-18.00 und n. V. – Ihnestr. 21,
21/A (Hörsaal)

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA; 3 SWS.
Im Medienseminar werden die Organisationsstrukturen und Produktionsabläufe in einem - idealtypischen - Zeitungshaus betrachtet sowie die internen und äußeren Faktoren, die mittelbar oder unmittelbar darauf einwirken: Technik, Medienrecht, Berufsorganisationen, Tarifwesen uvm. Die Seminarsitzungen werden von Teilnehmern mit Referat und Diskussionsleitung gestaltet. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung! Ein Seminar- und Themenplan wird hier demnächst einzusehen sein.

(28 601) Ressortseminar (16.10.) Hans Peter **Peters**
- **ÜS** - **Wissenschaftsjournalismus**
Block Fr 14.00-18.00 und Sa 9.30-
12.30 16.10.-17.10. 20.11.-21.11.
11.12.-12.12. 8.1.-9.1. 29.1.-30.1. –

wird noch bekanntgegeben Anmeldung
bitte bis zum 14.10.2009 per E-Mail
beim Dozenten (h.p.peters@fu-
berlin.de)! Diese Anmeldung ist
obligatorisch für den Besuch und ggf.
zusätzlich zur erforderlichen
Anmeldung im Campus Management
System (für Bachelor-Studierende).
Vor der ersten Sitzung werden per E-
mail weitere Informationen verschickt.

Lernziele:

Verstehen der Besonderheiten des journalistischen Umgangs mit Wissenschaft bei
Recherche und Textproduktion; Überblick über den Wissenschaftsjournalismus in
Deutschland; Einführung in die Forschung zum Wissenschaftsjournalismus.

Inhalte:

Das Wissenschaftssystem als Gegenstand des Journalismus; Interaktionen von
Wissenschaftlern und Journalisten; Wissenschafts-PR, Publikumsrelevanz und
Verständlichkeit; Umgang mit wissenschaftlicher Unsicherheit; Wirkungen auf Publikum
und Politik; Rückwirkungen auf die Wissenschaft (Medialisierung); Theoretische
Konzeptionen des Wissenschaftsjournalismus; Qualität des Wissenschaftsjournalismus;
Wissenschaftsjournalismus als Berufsfeld; Orte und Formen journalistischer
Thematisierung von Wissenschaft im deutschen Mediensystem.

Ablauf:

Referate, Gespräche mit Praktikern aus dem Wissenschaftsjournalismus und der
Wissenschafts-PR, kleine Übungen, Analyse von Beispielen.

Leistungsanforderungen:

Aktive und regelmäßige Teilnahme, praktische Mitarbeit, Referat und Hausarbeit.

Literatur:

Von der ersten Blockveranstaltung an erhalten die angemeldeten Teilnehmer per E-mail
Literaturhinweise zur Vorbereitung. Zudem wird ein Seminar-Reader erstellt.

Weitere Informationen finden Sie unter der Seminar-Homepage: <http://www.hpp-online.de/fu/ws2009>

(28 602) Medienseminar Rundfunk (13.10.) **N. N.**
- HS - (3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 und n. V. – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

(28 603) Medienseminar Fernsehen (15.10.) **Wolf Scheel**
- ÜS - (3 SWS)
Do 9.00-12.00 – Garystr. 55, 55-C
(Seminarraum)

Lernziel: Theorie und Praxis des Fernsehjournalismus. Analyse von Programm- und Arbeitsformen.

Kommentar: Strukturen des Fernsehjournalismus in Deutschland. Programmplanung und Sendeabwicklung. Von der Idee bis zum sendefähigen Beitrag. Formen im Fernsehjournalismus. Praxis der Medienarbeit: Exposé, Treatment, Drehplan, Schnittplan, Textbuch. Theoretische und empirische Kriterien für Qualität im Fernsehjournalismus: Bildsprache - Filmsprache. Bild/Tonverhältnis. Die Bild/Tonschere. Verständlichkeit von Fernsichttexten. Journalistische Botschaft und filmische Idee. Analyse, Protokoll, Bewertungskriterien. Vorführung praktischer Beispiele.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit
Regelmäßige aktive Teilnahme ist Pflicht.

(28 604) Medienseminar Online (15.10.) **N. N.**
- HS - (3 SWS) (15.2 EU)
Do 10.00-12.00 und n. V. – Ihnestr. 21, 104
(CIP-Raum)

Praxisseminare Print

(28 612) Praxisseminar journalistische (19.10.) **Evelyn Roll**
- Ü - Recherche
(2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Mo 11.00-14.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,
104/105 (Lehrredaktion)

Das Internet ist ein wirklich großartiges und umfassendes Nachschlagewerk, nicht weniger, aber auch nicht mehr. Es bietet also nur bereits (und für jedermann) verfügbare Fakten. Im Internet etwas „recherchieren“ ist deswegen, genau genommen, nur das, was man früher nachschlagen nannte. Und nicht einmal das kann jeder. Journalistische Recherche dagegen ist etwas anderes: Neues herausfinden, Widersprüche aufdecken, behauptete Fakten widerlegen oder verifizieren, in Zusammenhänge und Interessenlagen einordnen und (er)klären.

Das Handwerkszeug der journalistischen Recherche ist deswegen zu allererst das Gehirn des recherchierenden Journalisten, seine Bildung, Ausbildung, seine Ideen und Kenntnisse. Dann das Telefon sowie face-to-face Gespräche mit Menschen, die wissen (und im Idealfall mit Akten oder Protokollen belegen können), wie es wirklich (gewesen) ist. Auch gezielte Ausflüge in die Wirklichkeit gehören in den Instrumentenkasten des Rechercheurs.

Nach einigen praktischen Klärungen und Vorübungen zur journalistischen Themenfindung und Recherche werden wir an von den Teilnehmern des Seminars entwickelten Sujets unterschiedliche Recherchewege und -strategien in kleinen Teams ausprobieren und auf ihre Tauglichkeit überprüfen. Gegen Ende des Semesters legt jedes Team ein Rechercheprotokoll zu seinem Thema vor. Jeder Teilnehmer liefert auf der Basis der Recherchen seines Teams einen eigenen Text (einen Bericht, eine Reportage oder ein Portrait), den wir im Idealfall einer Zeitung zum Abdruck anbieten.

Voraussetzung: Gehirn, Telefon, und Anwesenheit (gleich am ersten Seminartag).

(28 613) Praxisseminar Reportage (20.10.) Rudolf **Großkopff**
- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
14-tägl. Di 16.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104
(CIP-Raum)

(28 614) Praxisseminar Magazin (12.10.) Britta **Geithe**
- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) Michael **Meißner**
(deutsch)
Mo 18.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104/105
(Lehrredaktion)

Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA
Unter der Anleitung von Britta Geithe, Redakteurin im »tip«-Magazin, sollen die Teilnehmer die Grundlagen dieses Journalismus‘ in Theorie und vor allem Praxis erproben. Ziel ist die Erarbeitung von druckfähigen Beiträgen für das Blatt. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!

Praxisseminare Hörfunk

(28 616) Praxisseminar Hörfunkjournalismus: (15.10.) N. N.
- Ü - **Magazin**
(2 SWS) (15.2 EU) (max. 15 Teiln.)
(deutsch)
Do 12.00-14.00 – Ihnestr. 21, 104 (CIP-Raum)

(28 618) Praxisseminar Hörfunk/Fernsehen: (13.10.) Jochen **Sprentzel**
- Ü - **Sportberichterstattung**
(2 SWS) (max. 20 Teiln.) (deutsch)
Di 17.00-19.00 – Fernsehzentrum rbb
Masurenallee,, Eingangshalle

Praxisseminare Fernsehen

(28 619) Praxisseminar Fernsehjournalismus: (15.10.) N. N.
- Ü - **Magazin**
(2 SWS) (15.2 EU) (max. 20 Teiln.)
(deutsch)
Do 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum) sowie in Absprache im
Schnittraum!

Praxisseminare Online

(28 611) Praxisseminar Seitengestaltung (14.10.) Michael **Meißner**

| |
|---|
| <p>- Ü - (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) Mi 14.00-16.00 – Ihnestr. 21, 104/105 (Lehrredaktion)</p> |
| <p>Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA In diesem Praxisseminar geht es um die Grundlagen der Seitengestaltung: Typografie, Layout, Farben etc. In einer Hälfte des Seminars um Zeitungs- und Zeitschriftengestaltung mit dem Programm InDesign, in der anderen um Basics einer Website auf der Basis von HTML. Ziel ist die Erstellung eines entspr. Werkstückes durch die Teilnehmer. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!</p> |
| <p>(28 622) Praxisseminar Print/Online: (14.10.) Hartmut Augustin - Ü - Lokaljournalismus Michael Meißner (2 SWS) (15.1 EU) (max. 20 Teiln.) (deutsch) Mi 18.00-20.00 – Ihnestr. 21, 104/105 (Lehrredaktion)</p> |
| <p>Hauptseminar für MA; Teil eines fachspezifischen Vertiefungsmoduls für BA; Diese LV wird u.U. auch in den Räumen der »BerlZt« stattfinden! Unter der Anleitung des Lokalchefs der »Berliner Zeitung« Hartmut Augustin soll in Theorie und Praxis eine Auseinandersetzung mit modernem Lokaljournalismus erfolgen. Dazu gehört v.a. auch die Einbeziehung von Internet und On-line-Aktivitäten. Aufnahme nur in der 1. Seminarsitzung!</p> |

Öffentlichkeitsarbeit

| |
|--|
| <p>(28 660) Öffentlichkeit: Ansätze, Theorien, (13.10.) Alexander Görke - ÜS - Konzepte (2 SWS) Di 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55–C (Seminarraum)</p> |
| <p>(28 661) Unterhaltungskommunikation: Theorien, (13.10.) Alexander Görke - VS - Methoden und Konzepte (3 SWS) Di 16.00-18.00 – Garystr. 55, 55–C (Seminarraum)</p> |
| <p>(28 662) Qualität in Journalismus und PR (14.10.) Julia Serong - HS - (3 SWS) Mi 12.00-14.00 – Garystr. 55, 55–C (Seminarraum)</p> |
| <p>In dem Seminar sollen verschiedene wissenschaftliche und berufspraktische Ansätze zur Definition, Messung und Sicherung der Qualität von öffentlicher Kommunikation in Journalismus und PR erörtert werden. Darüber hinaus soll diskutiert werden, welche rechtlichen und ethischen Steuerungsmechanismen und Infrastrukturen zur Sicherung von Medien-Qualität bereits vorhanden bzw. erforderlich sind. Vor dem Hintergrund der</p> |

aktuellen Zeitungskrise im In- und Ausland soll das Refinanzierungsproblem des Qualitätsjournalismus im Printsektor und im Internet behandelt werden. Ebenfalls im Fokus des Seminars steht die Frage, wie die Qualität der öffentlichen Kommunikation im Web 2.0 gewährleistet werden kann und welche Bedeutung hierbei dem Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit zukommt. Besondere Beachtung werden die Bereiche Wissenskommunikation und Wissenschaftsjournalismus finden.

(28 663) Kommunikation in ethnopolitischen (15.10.) Hannah Neumann
- VS - Konflikten
(3 SWS)
Do 12.00-14.00 – Garystr. 55, 323
(Seminarraum)

Ziel des Seminars soll es sein, Akteure, Strukturen und Herausforderungen von Kommunikation im Kontext der Konfliktransformation in innerstaatlichen Konflikten zu erarbeiten und erste Lösungsansätze für diese hochaktuelle Problematik aufzuzeigen. Dabei versucht das Seminar einschlägige Ansätze aus der Sozialpsychologie, der Soziologie und Ethnologie sowie der Politikwissenschaft mit Theorien der Kommunikationswissenschaft zu verbinden. Ein solch interdisziplinärer Ansatz scheint ob der zunehmenden Komplexität so genannter „neuer Kriege“ notwendig. Gerade die aktuelle Situation in Afghanistan, im Irak oder im Kosovo, aber auch im Sudan und in Sri Lanka zeigen, dass Konfliktbearbeitung lediglich mit Waffengewalt oder makropolitischen Ansätzen nicht zu stabilem Frieden führen kann. Eingelebte Kommunikationsstrukturen der Stereotypisierung, Abgrenzung und Abwertung müssen überwunden und durch integrative ersetzt werden. Dies kann nur Kommunikation leisten, und wie sie das kann ist die zentrale Frage dieses Seminars.

Medien/Projektseminare Öffentlichkeitsarbeit

(28 608) Einführungsseminar: (12.10.) Stefan Jarolimek
- ÜS - Öffentlichkeitsarbeit /
Organisationskommunikation
(Bachelor und Magister)
(3 SWS) (15.3 EU) (deutsch)
Mo 12.00-14.00 und n. V. – Garystr.
55, 121 (Seminarraum)

Lernziele:

Betrachtung, Analyse und Optimierung von Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation

Inhalt:

Das Seminar behandelt Normen und Tatsachen, Grundsätze und Entwicklungen, Methoden und Strategien, Handlungs- und Spielräume der strategischen Kommunikation in und von Organisationen insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei werden Theorien der öffentlichen Kommunikation einbezogen und ihre Relevanz für die Organisationskommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit untersucht.

Die Themen werden in Form von Kurzreferaten aufbereitet und anschließend im Plenum diskutiert.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen: Regelmäßige Teilnahme, Kurzreferat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit.

(28 695) Überblicksseminar (19.10.) Friederike **Schultz**
- ÜS - Organisationskommunikation
(2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Mo 16.00-20.00 14-tägl. – Ihnestr. 21,
21/F (Seminarraum)

Gegenstand des Überblicksseminars sind gegenwärtige Problem-, Anwendungs- und Forschungsfelder der Organisationskommunikation. Das Seminar dient der Erarbeitung eines kommunikationstheoretisch begründeten Verständnisses zentraler Grundlagen der internen und externen Kommunikationen von Organisationen (Unternehmen, Politische Organisationen, Soziale Akteure). Neben einer Vorstellung und Diskussion verschiedener Organisationskonzepte und damit verbundener theoretischer Perspektiven auf die Kommunikation in, von und über Organisationen (u.a. Systemtheorie, Kritische Theorie, Strukturierungstheorie) werden zentrale Themenfelder der Organisationskommunikation behandelt, wie u. a. Corporate Social Responsibility, Krisenkommunikation, Online-Relations, Politische Kommunikation und Markenkommunikation bzw. Werbung.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen sind:

Grundsätzliche Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit in der 1. Sitzung. Regelmäßige Teilnahme, Referat mit Thesenpapier und Diskussionsleitung, ggf. Hausarbeit.

BA-Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil II berufsfeldorientiert vertiefend. Magister Hauptstudium.

Kontakt:

Email: friederike.schultz@fu-berlin.de

Sprechstunde auf Anfrage

(28 696) Geschichte der PR in Deutschland (13.10.) Astrid **Otto**
- HS - (3 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 12.00-14.00 und n. V. – Ihnestr. 22,
22/UG 1 (Seminarraum)

Lernziel:

Ziel ist es, die deutsche PR-Geschichte im Zusammenhang mit gesellschaftspolitischen, soziokulturellen, wirtschaftlichen und medialen Faktoren und Einflüssen zu bewerten. Durch die Analyse der Geschichte der PR in Deutschland können Rückschlüsse auf das heutige Verständnis zum Berufsfeld der PR gezogen werden.

Inhalt des Seminars:

Das Seminar beschäftigt sich mit den Wurzeln der PR in Deutschland, welche eng mit denen der US-amerikanischen Public Relations verknüpft sind. Einige Kommunikatonswissenschaftler vertreten die Meinung, dass das heutige Verständnis von PR erst nach dem 2. Weltkrieg aus den USA nach Deutschland "importiert" wurde. Wann ist der Ursprung der PR in Deutschland zu verorten? Von welchen Faktoren wurde die Genese

des Berufsfelds der Public Relations beeinflusst? Der Begriff der Public Relations ist in Deutschland eng mit dem Begriff der Propaganda verbunden und deren politischer Instrumentalisierung in der NS-Zeit und in der DDR. Welche historischen und ideologischen Weltanschauungen standen hinter dieser staatlichen Propaganda? Diesen und anderen Fragen werden wir im Seminar nachgehen und im Plenum diskutieren.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2, erfolgreich abgeschlossener Besuch des Überblickseminars Organisationskommunikation.

Leistungsanforderungen: Anwesenheit in der 1. Sitzung, regelmäßige Teilnahme, Referat mit Thesenpapier und begleitende Hausarbeit (20 S.).

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und nach erfolgreichem Abschluss des Überblickseminars Organisationskommunikation.

Praxisseminare Öffentlichkeitsarbeit

(28 630) Praxisseminar: Strategische (14.10.) Barbara **Sommerhoff**

- Ü - Unternehmenskommunikation

(2 SWS) (15.3 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

Mi 16.00-19.00 14-tägl. – Garystr. 55,

55–C (Seminarraum)

In dem Praxisseminar “Strategische Unternehmenskommunikation“ werden konkrete Beispiele aus mittelständischen und börsennotierten Unternehmen skizziert. Die Teilnehmer entwickeln auf dieser Grundlage Kommunikationsziele, strategische Konzepte und Maßnahmen einschl. Evaluation für anlassbezogene, proaktive und Krisen-PR.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen:

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2 sowie der (bereits erfolgreich abgeschlossene oder parallele) Besuch des Einführungsseminars Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation.

Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit, Übungsaufgaben und Abschlusspräsentation.

Bachelor:

Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil I berufsfeldorientiert vertiefend (BA-Ordnung 2006)

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

(28 631) Praxisseminar: Politische PR aus (16.10.) Petra **Kirberger**

- Ü - dem Parlament

(2 SWS) (15.3 EU) (max. 20 Teiln.)

(deutsch)

Fr 14.00-18.00 am 16.10. – Garystr.

55, 323 (Seminarraum) Erste und letzte

Sitzung an der FU, weitere in der

Fraktion DIE GRÜNEN

Die Kommunikation der Fraktionen in Bund und Ländern ist stiller, als wir es von der Parteien(wahl)werbung kennen. Wie wird diese PR konzipiert, welche besonderen Bedürfnissen und Aufgaben muss sie sich stellen? Im Zentrum des Seminars steht der Entwurf einer eigenen Kampagne. Zur Vorbereitung sollen die Studierenden zur ersten Sitzung fünf Beispiele möglichst gelungener politischer Kommunikation mitbringen, anhand deren wir in der ersten Stunde Kriterien zu Botschaften, Zielgruppen und den Medien erarbeiten wollen. Das Seminar wird als Blockseminar angeboten: Erster Termin Dahlem in 55-323; anvisierte Termine in der Fraktion DIE GRÜNEN: Wochendblock 13./14.11. (Fr/Sa), 27.11., 11.12.2009, 15.1. und 29.1.2010. Letzter Termin wieder in Dahlem in 55-323.

Voraussetzungen und Leistungsanforderungen:

Zugangsvoraussetzungen BA: erfolgreich absolviertes Basismodul 2 sowie der (bereits erfolgreich abgeschlossene oder parallele) Besuch des Einführungsseminars Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation.

Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit, Übungsaufgaben und Abschlusspräsentation.

Bachelor:

Vertiefungsmodul Wahlpflichtteil I berufsfeldorientiert vertiefend (BA-Ordnung 2006).

Magister: Studierende im Hauptstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Magisterarbeits-Colloquien

(28 702) Colloquium (13.10.) Hermann **Haarmann**

- C - (2 SWS) (15.0 EU) (deutsch)
Di 14.00-16.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum)

Das Colloquium versteht sich als Lese- und Informationsforum zu Fragen und neueren/neusten Tendenzen in der Exilforschung (wobei besonderes Gewicht auf die Exilessayistik/-publizistik bis hin zum Exilfilm gelegt werden soll). Dabei wird es auch Gelegenheit geben, Magister-Abschlußarbeiten sowie Bachelor-Arbeiten (nicht nur aus der Exilpublizistik) vorzustellen und diskutieren zu lassen.

(28 710) Colloquium Journalismusforschung (13.10.) Alexander **Görke**

- C - Di 18.00-20.00 – Garystr. 55, 55-C
(Seminarraum)

(28 711) Colloquium Journalismusforschung (14.10.) Margreth **Lünenborg**

- C - (2 SWS) (15.0 EU)
Mi 16.00-18.00 – Garystr. 55, 105
(Seminarraum)

Das Colloquium wendet sich an Magister- und MasterkandidatInnen sowie an Promovierende im Bereich der Journalismusforschung. Im Colloquium präsentieren die KandidatInnen in der Regel zwei Mal im Verlauf ihrer Abschlussarbeit. Dabei ergibt sich die Chance, in der Gruppe miteinander die Entwicklung und Präzisierung der Fragestellung,

das Forschungsdesign, die methodische Umsetzung sowie Formen der Auswertung zu erörtern.

Die Teilnahme am Colloquium ist nur nach persönlicher Anmeldung in der Sprechstunde möglich.

28 722 Magisterarbeit- (12.10.) Stefan Jarolimek
- C - Vorbereitungskolloquium
Organisationskommunikation
(2 SWS) (15.3 EU) (deutsch)
Mo 16.00-18.00 – Garystr. 55, 55–C
(Seminarraum)

Das Colloquium richtet sich an Studierende im Magisterstudiengang und dient der Vorbereitung der Examensarbeiten im Arbeitsbereich Organisationskommunikation. Inhaltliche Fragen und methodisches Vorgehen der präsentierten Arbeitsvorhaben sowie allgemeine Arbeitsstrategien werden gemeinsam diskutiert. Teilnahme nur nach persönlicher Voranmeldung.

28 723 Magisterkolloquium: (13.10.) Klaus Beck
- C - Kommunikationspolitik /
Medienökonomie
(2 SWS) (max. 15 Teiln.) (deutsch)
Di 16.00-18.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 1
(Seminarraum)

28 726 Kolloquium Empirische (14.10.) Barbara Pfetsch
- C - Kommunikations- und
Medienforschung
(2 SWS) (max. 15 Teiln.) (deutsch)
Mi 13.00-14.00 – Ihnestr. 22, 22/UG 2
(Seminarraum)

Im Forschungskolloquium Empirische Kommunikations- und Medienforschung werden Abschlussarbeiten und Dissertationsvorhaben von Magister-/Masterkandidaten und Doktoranden im Bereich Empirische Kommunikations- und Medienforschung präsentiert und besprochen. Theoretische Konzepte und methodisches Vorgehen der präsentierten Arbeitsvorhaben werden gemeinsam diskutiert.

89 Strukturelemente und 191 Vorlesungen zur Suchanfrage gefunden

Index Bitte diesen Text auswählen und F9 drücken.