

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Sommersemester 2001

Ständig aktualisiertes KVV online:
<http://kommwiss.fu-berlin.de/kvv>

Stand: 29. Oktober 2003

Freie Universität Berlin
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Malteserstr. 74-100
12249 Berlin

Inhaltsverzeichnis

1 Allgemeine Informationen	4
1.1 Publizistik- und Kommunikationswissenschaft	4
1.2 Studiengänge	4
1.3 Studienordnung Magister	6
1.4 Studien- und Prüfungsordnung Bachelor	7
1.5 Fachstudienberatung	7
1.6 European Credit Transfer System	9
1.7 Praxisseminare, Journalistische Arbeitsmethoden/Methoden der Öffentlichkeitsarbeit	9
1.8 Prüfungsberechtigte	10
1.9 Mitglieder des Institutsrats	10
1.10 Fachschaftsinitiative (INI)	11
2 Namen und Adressen	12
2.1 Geschäftsführung/ Verwaltung	12
2.2 Arbeitsbereiche	12
2.3 Journalisten-Kolleg	14
2.4 Bibliothek und Fachinformationsstelle	15
2.5 Sprechstunden der Professor(inn)en und der wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen)	16
2.6 Hinweise zum KVV	16
3 Grundstudium	17
3.1 Allgemeine Veranstaltungen	17
3.2 Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung	18
3.3 Strukturen der Massenkommunikation / Kommunikations- und Medientechnik	20
3.4 Kommunikationsgeschichte / Kommunikationstheorie	21
3.5 Journalismus / Öffentlichkeitsarbeit (Grundstudium)	22
4 Hauptstudium	26
4.1 Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung	26
4.2 Mediensysteme und Kommunikationskulturen	28
4.3 Journalismus	37
4.4 Öffentlichkeitsarbeit	42
5 Andere Veranstaltungen	48
5.1 Lehrveranstaltungen für Grund- und Hauptstudium	48
5.2 Journalisten-Weiterbildung (JWB)	48
5.3 Europäisches Zusatzstudium Öffentlichkeitsarbeit	50
Dozent/inn/enindex	54

1 Allgemeine Informationen

1.1 Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist ein transdisziplinär ausgerichtetes, insbesondere sozialwissenschaftliches Fach, das unter verschiedenen fachwissenschaftlichen Perspektiven die Bedingungen, Strukturen, Prozesse, Inhalte und Wirkungen von medialer Kommunikation, insbesondere Massenkommunikation, erforscht und an deren Gestaltung mitwirkt. Dazu gehören alle Bereiche der direkten und medial vermittelten öffentlichen Kommunikation, einschl. Organisationskommunikation sowie neuerer Formen computervermittelter und netzbasierter Kommunikation.

Das Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vermittelt durch die Auseinandersetzung mit der Medienkommunikation und dem Phänomen gesellschaftlicher Öffentlichkeit wissenschaftliche und fachliche Schlüsselqualifikationen der Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenz vor allem für die folgenden, raschem Wandel unterliegenden Berufsfelder: Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikations- und Medienforschung, Programmplanung und Medienmarketing, betriebliche und Organisationskommunikation, Erstellung, Gestaltung und Verbreitung computer- und netzbasierter Kommunikationsangebote, Werbung, Medien- und Kulturmanagement, Politikberatung und Bildungswesen.

Besonderer Wert wird auf die Vermittlung analytischer und kreativer Fähigkeiten und Fertigkeiten gelegt, die für die Auseinandersetzung mit bzw. für berufliche Tätigkeiten in einem medial geprägten gesellschaftlichen Kommunikationssystem von Bedeutung sind. Vor dem Hintergrund der Entwicklung moderner Medienkommunikation und wachsender Medienintegration sollen die Studierenden auf der Grundlage des neuesten Forschungsstandes kommunikative Kompetenzen erwerben, um im Bereich professioneller Kommunikation Planungs-, Forschungs- und Führungsaufgaben in Medieninstitutionen, Wirtschaft und Gesellschaft wahrzunehmen. Das Studium schafft zugleich die wesentlichen Voraussetzungen für lebenslanges Lernen. Das Lehrangebot trägt der Vermittlung berufsfeldqualifizierender Schlüsselkompetenzen Rechnung, indem es sowohl an konkreten Lernzielen als auch an der Fachsystematik einer Disziplin orientiert ist und dadurch den Studierenden Kontakte zu unterschiedlichen Feldern beruflicher Praxis vermittelt.

Es umfasst insbesondere:

- a) wissenschaftliche Theorien und Erkenntnisse über

gesellschaftliche, insbesondere durch technische Medien vermittelte Kommunikation

- b) analytische Methoden der Erforschung von Kommunikation, Mediennutzung und -wirkungen in Geschichte und Gegenwart
- c) Fähigkeiten und Fertigkeiten, die für die professionelle Kommunikation gegenwärtig und zukünftig erforderlich sind.

1.2 Studiengänge

Magisterstudiengang

Im Magisterstudiengang kann Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als Haupt- oder Nebenfach studiert werden. Es kann grundsätzlich mit allen Fächern aus dem Fächerkatalog der Magisterprüfungsordnung, aber auch mit vielen anderen Fächern der Berliner Universitäten kombiniert werden (in diesem Fall sollte bis zur Zwischenprüfung eine Genehmigung des Prüfungsausschusses eingeholt werden).

Die Magister-Teilstudiengänge werden derzeit nach der Studienordnung durchgeführt, die auf eine abschließende Fachprüfung hin orientiert ist. Es ist beabsichtigt, das Studium auf die modularisierte Form des Bachelorstudiums umzustellen. Spätestens mit der Einführung des Master-Studiengangs soll Publizistik- und Kommunikationswissenschaft nicht mehr als 1. Hauptfach (mit Magisterarbeit) angeboten werden.

Bachelorstudiengang

Das Bachelorstudium ist auf sechs Semester angelegt, innerhalb derer 180 Leistungspunkte erworben werden müssen, die als studienbegleitende Prüfungsleistungen gelten und sich über drei Blöcke verteilen:

- Das Kernfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit (mindestens) 90 Leistungspunkten (einschließlich der 10 Leistungspunkte für die Bachelorarbeit).
- Leistungen in anderen Fächern im Umfang von (höchstens) 60 Leistungspunkten. Diese Leistungen können entweder im Rahmen von Nebenfachangeboten von Magisterfächern (abgeschlossenes Magisternebenfach = 60 LP), aber auch durch Lehrveranstaltungen nach eigener Wahl nachgewiesen werden. Für

Leistungsnachweise aus nicht modularisierten Angeboten werden Anerkennungsregeln entwickelt (Seminar mit Hausarbeit = 8 LP).

- Leistungen in fachübergreifenden und berufsvorbereitenden Studien im Umfang von i.d.R. 30 Leistungspunkten, von denen 8 LP zwingend im Methoden Kurs 1 Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung erworben werden müssen und bis zu 8 LP durch ein Berufspraktikum nachgewiesen werden können.

Ein Teil des Bachelor-Angebots ist auch als Bachelorangebot für andere Bachelor-Studiengänge (Umfang 60 oder 30 LP) definiert worden.

Diplom-Studiengänge

Innerhalb verschiedener Diplom-Studiengänge kann Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (gelegentlich noch als „Publizistik“) als Neben-, Wahl- oder Beifach studiert werden. Grundsätzlich sind die Studien- und Prüfungsanforderungen durch die Studien- und Prüfungsordnungen der betreffenden Fächer geregelt. Allerdings enthalten die Ordnungen meist nur sehr allgemeine oder Mindestregelungen, denen andere Regelungen durch einen zuständigen Fachbereichsrat entgegenstehen. Letztendlich ist immer der Prüfungsausschuß des betreffenden Diplom-Studiengangs zuständig. Dies gilt nicht, wenn eine sog. „vorgezogene Fachprüfung“ durchgeführt wird, die bei dem für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zuständigen Prüfungsausschuß abgelegt wird. Alternativ zu den bestehenden Ordnungen sind Teile des Bachelor-Angebots für die Diplom-Studiengänge festgelegt worden, die für Studienanfänger vom WS 2003/04 an in dieser modularisierten Form gelten und damit die Regelungen, die auf Abschlussprüfungen hin angelegt sind, ersetzen.

Grundsätzlich gelten die Studien- und Prüfungsordnungen für das Bachelor-Nebenfach 30 Leistungspunkte bzw. 60 Leistungspunkte in Verbindung mit den Studien- und Prüfungsordnungen für das Bachelorstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Bisherige Regelung	Regelung ab WS 2003/4
--------------------	-----------------------

Geographie

Magister-Nebenfach	BA-Nebenfach 30 LP
Mündliche Zwischenprüfung	
Mündliche Abschlußprüfung	

Informatik

Diplom-Ordnung: 1 LN GS, mündliche Zwischenprüfung, mündliche Abschlussprüfung	24 LP aus dem konstituierenden Teil des Bachelorstudiums
WE: Magister-Nebenfach	

Psychologie

6-8 SWS mündliche Abschlußprüfung	16 LP aus dem konstituierenden Teil des Bachelorstudiums
-----------------------------------	--

Soziologie

Diplomordnung: 1 LN, insges. 8 SWS GS, 1 LN insg. 8 SWS HS, Fachprüfung	BA-Nebenfach 30 LP
WE: Magister-Nebenfach	

Wirtschaftswissenschaft

2 LN + 4 SWS GS	BA-Nebenfach 30 LP, 1 vertiefendes Modul BA-Studium
2 LN + 4 SWS HS	
Fachprüfung (5 St. Klausur, 20 Min. Prüfung)	

Impressum

Herausgeber:

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Redaktionelle Grundlagen:

Die Sekretariate der Arbeitsbereiche

Koordination:

Tobias Müller-Prothmann

Gestaltung:

Automatisch generiert mit MySQL, PHP und L^AT_EX

Entwurf und Umsetzung:

Simon Berg, Patrick Schäfer, Michael Scharnow

1.3 Studienordnung Magister

Hauptfach

Grundstudium

Dauer: in der Regel 4 Semester
 Umfang: mindestens 30 SWS (Semesterwochenstunden), d.h. 15 zweistündige Lehrveranstaltungen
 6 benotete (ggf. + 1 unbenoteter, s.u.) Leistungsnachweise („Scheine“)

Abschluß: Zwischenprüfung

Das Grundstudium gliedert sich in 5 Bereiche:

1. Allgemeine Veranstaltungen
2. Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung
3. Strukturen der Massenkommunikation/ Kommunikations- und Medientechnik
4. Kommunikationsgeschichte/-theorie
5. Journalismus/Öffentlichkeitsarbeit

1. Allgemeine Veranstaltungen

Orientierungsveranstaltungen:
 Einführung in die Publizistik -und Kommunikationswissenschaft (P)
 Orientierungskurs
 Technik des wissenschaftlichen Arbeitens (W)
 Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden:
 Sozialwiss. Forschungsmethoden I (P) 1 Schein
 Sozialwiss. Forschungsmethoden II (P) 1 Schein
 Sozialwiss. Forschungsmethoden III (W)

2. Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung

Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung I (P) 1 Schein
 Ausgewählte Probleme der Kommunikations- und Medienforschung (W)

3. Strukturen der Massenkommunikation/ Kommunikations- und Medientechnik

Medienökonomie (WP) 1 Schein
 Medienpolitik und Medienrecht (WP)
 Grundlagen und Systematik der Kommunikationstechnik (WP)

4. Kommunikationsgeschichte/ -theorie

Grundlagen der Geschichte der öffentlichen Kommunikation (WP) 1 Schein
 Kommunikationstheorie (WP)
 Zeichentheorie (WP)
 Kulturtheorie (WP)

5. Journalismus/ Öffentlichkeitsarbeit

Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit (P) 1 Schein
 Journalistische Arbeitsmethoden/ Methoden der Öffentlichkeitsarbeit (1 Schein)

Gesamt: 6 (7) Scheine

Insgesamt sind im Grundstudium 6 benotete Scheine zu erwerben. Im allgemeinen Bereich 1 sind zwei benotete Scheine in den Pflichtveranstaltungen „Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden I und II“ zu erbringen. In den inhaltlichen Bereichen 2 bis 5 ist je ein benoteter Schein Pflicht, von denen mindestens einer in einer Vorlesung (Klausur) und einer in einem Proseminar (Hausarbeit) erworben sein muß.

In der Übersicht sind Pflichtveranstaltungen (P), benötigte Scheine, Wahlpflichtbereiche (WP) und Wahlbereiche (W) aufgeführt.

Wird im Hauptstudium der Schwerpunkt „Journalismus“ oder „Öffentlichkeitsarbeit“ gewählt, so muß im Bereich 5 ein weiterer Übungsschein („Journalistische Arbeitsmethoden“ oder „Methoden der Öffentlichkeitsarbeit“) erworben werden. Wird im Hauptstudium der Schwerpunkt „Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung“ gewählt, wird ein Schein aus „Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden III“ dringend empfohlen.

Zwischenprüfung

Das Grundstudium wird durch eine mündliche Zwischenprüfung (etwa 30 Min.) abgeschlossen. Obligatorisch sind die Inhalte des Bereichs 1 (Allgemeine Veranstaltungen) und die Inhalte von zwei weiteren Bereichen (2-5), die die Kandidaten vorschlagen können. Einer der beiden Prüfungsbereiche ergibt sich aus dem gewählten (bzw. zugeordneten) Prüfer.

Voraussetzung zur Anmeldung zur Zwischenprüfung sind: mindestens 6 (bzw. 7) benotete Scheine (vgl. oben), Nachweis über mindestens 30 SWS und Kenntnisse in zwei Fremdsprachen, von denen i.d.R. eine Englisch sein sollte. Letztere Kenntnisse werden i.d.R. durch drei Jahre Unterricht mit mindestens ausreichender Bewertung oder durch Nachweis gleichwertiger Kenntnisse nachgewiesen.

Die nächsten Prüfungen, Anmeldefristen- und formalitäten s. a. auf unserer Homepage:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/studium/pubkom>

Hauptstudium

Im Hauptstudium können folgende Studienmodi gewählt werden:

1. Schwerpunktstudium folgender Richtungen:

1. Journalismus
2. Öffentlichkeitsarbeit
3. Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung
4. Mediensysteme und Kommunikationskulturen

2. Schwerpunktfreies Studium

Im Schwerpunktstudium müssen 3 benotete Scheine innerhalb des gewählten Schwerpunktes und 1 benoteter Schein außerhalb desselben erbracht werden, d. h. insgesamt 4 benotete Scheine. Im schwerpunktfreien Studium sind ebenfalls insgesamt 4 benotete Scheine aus mindestens zwei unterschiedlichen Bereichen zu erbringen.

Das Hauptstudium umfaßt mindestens 30 SWS. Einzelbestimmungen für das Studium der Schwerpunkte 1 bis 3 sind der Studienordnung zu entnehmen.

Für die Schwerpunkte Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit müssen zusätzlich insgesamt vier Monate Praktikum in Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit oder vergleichbaren Einrichtungen nachgewiesen werden. Schwerpunkte werden im Abschlußzeugnis vermerkt und sollten vor der Wahl in der Fachstudienberatung diskutiert werden.

Nebenfach

Grundstudium

Dauer: in der Regel 4 Semester
 Umfang: mindestens 16 SWS (Semesterwochenstunden), d.h. 8 zweistündige Lehrveranstaltungen 2 benotete Scheine aus den Bereichen 1 bis 5

Abschluß: Zwischenprüfung (studienbegleitend)

Obligatorisch ist die Teilnahme an der Veranstaltung „Einführung in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“. Ferner muß aus jedem der Bereiche 2 bis 5 der Besuch mindestens einer Veranstaltung nachgewiesen werden.

Die beiden Scheine müssen aus zwei unterschiedlichen Bereichen stammen. Einer muß ein Vorlesungs-, der zweite ein Proseminar/Übungs-Schein sein. Für eine Schwerpunktwahl in den Fällen 1 bis 3 im Hauptstudium (s.o.) sind bestimmte (auch weitere) Scheine aus dem Grundstudium einzubringen.

Hauptstudium

Das Hauptstudium umfaßt 14 SWS. Es müssen zwei benotete Scheine erworben werden. Schwerpunkte werden im Abschlußzeugnis nicht vermerkt.

1.4 Studien- und Prüfungsordnung Bachelor

Das Grundprinzip der modularisierten Studienangebote ist, dass jede Lehrveranstaltung mit einer Prüfungsleistung verknüpft ist. Anstatt einer Abschlussprüfung ist eine bestimmte Menge von Leistungspunkten zu erbringen, mit deren Nachweis das Studium abgeschlossen ist. Werden in einer bestimmten Zeit nicht eine Mindestzahl von Leistungspunkten nachgewiesen – in der FU in zwei aufeinanderfolgenden Semestern nicht mindestens 15 LP – gibt es

einen Maluspunkt. Einen Maluspunkt gibt es auch für eine nicht bestandene Prüfung oder Wiederholungsprüfung. Das Bachelorstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft lässt insgesamt 5 Maluspunkte zu, bevor es als nicht bestanden und demzufolge erfolglos beendet gilt. Vorgeschrieben sind im Fach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Pflichtteil:

Basismodule mit je 8 LP = 40 Leistungspunkte

- Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit
- Einführung in die empirische Kommunikationsforschung
- Historische und technische Entwicklung des Mediensystems
- Ökonomische, politische, rechtliche Struktur des Mediensystems
- Kommunikations- und Medientheorie

Methodenmodule mit je 8 LP = 16 Leistungspunkte

1. *Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung mit 8 LP* (siehe unter Fächerübergreifende und berufsvorbereitende Studien)
2. Einführung in Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik
3. Einführung in Modelle und Methoden der Datenanalyse

Wahlpflichtteil:

- 3 Vertiefungs- bzw. Spezialisierungsmodule mit je 8 LP = 24 LP
- 1 Modul mit Bachelorarbeit = 10 LP

Fächerübergreifende und berufsvorbereitende Studien
 30 Leistungspunkte, darunter

- Methodenmodul: Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung mit 8 LP
- Ggfs. Berufspraktikum bis zu 8 LP

1.5 Fachstudienberatung

Nähere Informationen zur Studienordnung für das Publizistik- und Kommunikationswissenschaft-Studium im Haupt- und Nebenfach erhält man in der Orientierungswoche und in der Fachstudienberatung.

Jede(r) festangestellte(r) Dozent(in) ist zur Fachstudienberatung bereit und verpflichtet. Die Zeiten für Fachstudienberatung entsprechen den angegebenen Sprechzeiten der Dozentinnen und Dozenten.

St	Typ	Lehrveranstaltung	LP	Semester (Orientierung)
BASISMODULE				
IA		Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit		
IAa	V	Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit	4	1
IAb	Ü	Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit	4	2
IB		Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung		
IBa	V	Einführung in die empirische Kommunikationsforschung	4	1
IBb	P	Medienwirkungsforschung	4	2
IBc	P	Mediennutzungsforschung	4	2
IBd	P	Journalismusforschung	4	2
II		Historische und technische Entwicklung des Mediensystems		
IIAa	V	Geschichte der öffentlichen Kommunikation	2	2
IIAb1	P	Ausgewählte Themen/Perioden der Kommunikationsgeschichte	2	3
IIAb2	Ü	Ausgewählte Quellen zur Geschichte der öffentlichen Kommunikation	2	2
IIAc	V	Organisatorische und technische Entwicklung des Mediensystems	2	3
IIAd1	P	Informations- und Kommunikationstechnologien	2	4
IIAd2	Ü	Online-Angebote	2	4
IIb		Ökonomische, politische, rechtliche Struktur des Mediensystems		
IIBa	V	Grundstrukturen des Mediensystems	4	2
IIb1	P	Grundlagen der Medienökonomie: Presse	2	3
IIb2	P	Grundlagen der Medienökonomie: Rundfunk	2	3
IIb1	P	Einführung in die Kommunikationspolitik	2	4
IIb2	P	Einführung in das Medienrecht	2	4
III		Kommunikations- und Medientheorie		
IIIa	V	Einführung in die Kommunikationstheorie	4	3
IIIb1	P	Ausgewählte Fragestellungen der Kommunikationstheorie	4	1
IIIc1	P	Kommunikation und Kultur	4	2
ALLGEMEINE BERUFSVORBEREITUNG UND FACHÜBERGREIFENDE STUDIEN				
Methodenmodul				
I		Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung		
Ia	V	Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Datenerhebung	4	1
Ib	P	Datenerhebung und Einführung in die deskriptive Statistik	2	1
Ic	Ü	Angewandte Methoden der Datenerhebung	2	1
Methodenmodule				
II		Einführung in Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik		
IIa	V	Einführung in Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik	4	2
IIb	P	Schließende Statistik und Testtheorie	2	2
IIc	Ü	Statistische Anwendungsbeispiele	2	2
III		Einführung in Modelle und Methoden der Datenanalyse		
IIIa	V	Einführung in Modelle und Methoden der Datenanalyse	4	3
IIIb	Ü	Angewandte Regressionsanalysen am PC	4	3
BERUFSFELDDORIENTIERT SPEZIALISIERENDE VERTIEFUNGSMODULE				
I		Öffentlichkeitsarbeit	8	5/6
Ia	S	Einführungsseminar Öffentlichkeitsarbeit	2	
Ib	S	Projektseminar Öffentlichkeitsarbeit	4	
Ic	Ü	Praxisseminar Öffentlichkeitsarbeit	2	
II		Journalismus	8	5/6
IIa	S	Medienseminar oder Ressort-Seminar	2	
IIb	S	Projektseminar Journalismus	4	
IIc	Ü	Praxisseminar	2	
		Fachlich vertiefende Module		5/6
	V		4	
	HS		4	
ALLGEMEINE BERUFSVORBEREITUNG UND FACHÜBERGREIFENDE STUDIEN				
		Berufspraktikum	Bis zu 8	4
		Bachelor-Arbeit	10	6
LEHRVERANSTALTUNGEN/MODULE ANDERER FÄCHER				

1.6 European Credit Transfer System

Im Rahmen des europäischen Austauschprogramms werden im Studiengang Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Haupt- und Nebenfach) folgende Credits vergeben:

Grundstudium:

Proseminar/Vorlesung mit Leistungsnachweis	8 Credits
Proseminar/Vorlesung, regelmäßige Teilnahme	1 Credit
Übung mit unbenotetem Schein	4 Credits

Hauptstudium:

Hauptseminar/Projektseminar mit Leistungsnachweis	12 Credits
Seminar/Vorlesung/Colloquium, regelmäßige Teilnahme	1 Credit
Praxisseminar mit unbenotetem Schein	4 Credits

Die einzelnen Noten werden in folgender Weise umgesetzt:

FU-Note		ECTS grade
bis 1,5	sehr gut	A excellent
über 1,5 bis 2,0	gut	B very good
über 2,0 bis 2,5	gut	C good
über 2,5 bis 3,5	befriedigend	D satisfactory
über 3,5 bis 4,0	ausreichend	E sufficient
über 4,0	nicht ausreichend	F fail

1.7 Praxisseminare, Journalistische Arbeitsmethoden/Methoden der Öffentlichkeitsarbeit

„Praxisseminare“ sind Lehrveranstaltungen im Hauptstudium, in denen in der Regel unter Anleitung von Lehrbeauftragten oder Gastdozenten aus der Medienpraxis produktorientiert gearbeitet wird. Aus technischen Gründen sind diese Seminare wie die Übungen im Grundstudium „Journalistische Arbeitsmethoden“ und „Methoden der Öffentlichkeitsarbeit“ teilnehmerbeschränkt.

Zugangsbedingungen sind nach der Studienordnung die vorherige erfolgreiche Teilnahme an einem Kurs „Journalistische Arbeitsmethoden“ oder „Methoden der Öffentlichkeitsarbeit“ im Grundstudium sowie des entsprechenden „Medienseminars“, des passenden „Ressortseminars“ oder des Seminars „Öffentlichkeitsarbeit“ im Hauptstudium. Gehen zu einem Praxisseminar mehr Anmeldungen ein, als Teilnehmerplätze vorgesehen sind, wird nach einem vom Fachbereichsrat bestätigten Kriterienkatalog ausgewählt.

Anmeldung für Praxisseminare und die Übungen „Journalistische Arbeitsmethoden“ und „Methoden der Öffentlichkeitsarbeit“ für das Wintersemester vom 15.-25. Juni; für das Sommersemester vom 15.-25. Januar. Informationen über die teilnehmerbeschränkten Seminare bzw. Kurse erteilen nur die Dozenten selbst, nicht das Sekretariat.

Für die Vermittlung von universitätsexternen Praktikaplätzen stehen mit Hinweisen Dr. Michael Meissner (Presse) oder Dr. Andreas Wosnitza (Hörfunk/Fernsehen) zur Verfügung. Für Rückfragen bitte die jeweiligen Sprechstunden beachten.

1.8 Prüfungsberechtigte

Uneingeschränkt prüfungsberechtigt und berechtigt, den Studienabschluss zu bescheinigen:

Univ.-Prof. Dr. Barbara Baerns
Univ.-Prof. Dr. Lutz Erbring
Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Winfried Göpfert
Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann
Univ.-Prof. Dr. Marlene Posner-Landsch
Univ.-Prof. Dr. Bernd Söseman
Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß
Univ.-Prof. Dr. Gernot Wersig
Univ.-Prof. Dr. Axel Zerdick

Als BAFöG-Unterschriftsberechtigte:

Univ.-Prof. Dr. Marlene Posner-Landsch
Univ.-Prof. Dr. Bernd Söseman
Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß
Univ.-Prof. Dr. Gernot Wersig
Univ.-Prof. Dr. Axel Zerdick

Uneingeschränkt prüfungsberechtigt (für Magisterprüfungen):

Hon.-Prof. Dr. Manfred Buchwald
Hon.-Prof. Dr. Bernhard Graf
Apl. Prof. Dr. Dieter Hirschfeld
Hon.-Prof. Dr. Siegfried Klaue
Hon.-Prof. Dr. Joachim Klewes
Hon.-Prof. Dr. Herbert Kundler
Hon.-Prof. Dr. Günther von Lojewski
Hon.-Prof. Dr. Matthias Prinz
Dr. Michael Meissner
Dr. Andreas Wosnitza

eingeschränkt prüfungsberechtigt (Magisterarbeiten, Fachprüfungsbeteiligung):

Dr. Volker Gehrau
Dr. Juliana Raupp
Dr. Jürgen Michael Schulz
Dr. Joachim Trebbe

frühere Prüfungsberechtigte, die ohne Einzelfallgenehmigung gewählt werden dürfen:

Univ.-Prof. Dr. Erhard Schütz
Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

1.9 Mitglieder des Institutsrats

Die 13 Mitglieder des Institutsrats wurden im Wintersemester 2002/2003 neu gewählt.

Professor/inn/en (7):

Barbara Baerns, Winfried Göpfert, Hermann Haarmann, Marlene Posner-Landsch, Hans-Jürgen Weiß, Gernot Wersig, Axel Zerdick

Wissenschaftliche Mitarbeiter (2):

Benjamin Fretwurst, Patrick Merziger
Nachrücker: Markus Josef Lehmkuhl, Jan Krone

Sonstige Mitarbeiterinnen (2):

Katharina-M. Mensing, Carla Neukowski
Nachrückerin: Dorothea Leffek-Hubatschek

Studierende (2):

Harald Herbich, Hanna Keding
Nachrücker(in): Katharina Fritsche, Kristina Kielblock

1.10 Fachschaftsinitiative (INI)

Die Fachschaftsinitiative Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (FSI PuK) ist eine selbstorganisierte, linke, studentische Gruppe, die ihre Entscheidungen basisdemokratisch fällt. Am Institut sind wir kein gewähltes Gremium und haben auch nicht den Anspruch, alle Studierenden zu „repräsentieren“.

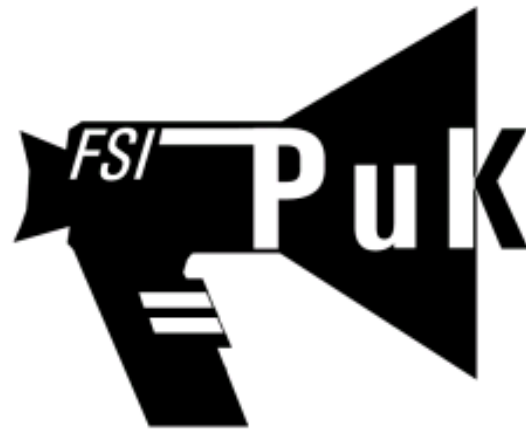
Um uns auszustauschen und zu koordinieren, treffen wir uns einmal in der Woche zum Ini-Plenum in unserem Büro (L 313). Hier laufen alle Fäden zusammen. Wenn ihr also wissen wollt, was am Institut, in der Uni und hochschulpolitisch läuft, könnt ihr einfach zum Plenum kommen und mitmachen.

Nach unserem Initiativprinzip sind wir offen für alle, die sich einbringen wollen, etwas verändern wollen und Interesse haben, auch mal hinter die Kulissen zu schauen.

Wir organisieren zu Beginn des Semesters verschieden **Angebote für StudienanfängerInnen**, die den „Einstieg“ erleichtern sollen, unter anderem gibt es ein Erstsemesterfrühstück während der O(rientierungs)-tage und eine Erstsemesterfahrt. Außerdem unterstützen wir Lerngruppen und sammeln Klausuren und Hausarbeiten.

Um all dies aufrecht zu erhalten, sind wir immer wieder auf die Mitarbeit von neuen Leuten angewiesen. Schwerpunktmäßig beschäftigen wir uns momentan kritisch mit der Umwandlung des Magisterstudiengangs in ein Studium mit Bachelor- und Masterabschlüssen sowie der Bekämpfung von Studiengebühren. Wir sind im Studierenden-Parlament vertreten und haben im letzten AStA engagiert mitgearbeitet. Wir haben eine Veranstaltungsreihe zum Thema „kritische medien wissenschaft“ organisiert und wollen auch weiterhin Inhalte bearbeiten, die nicht im Lehrangebot auftauchen. Außerdem gibt es auf unsere Initiative seit einigen Semestern regelmäßig ein Treffen mit aktiven Studierenden, die unser Fach an einer anderen Uni studieren.

Einige von uns halten es für sinnvoll, in den universitären Gremien die autoritären Entscheidungsprozesse zu verfolgen, doch aufgrund der undemokratischen Kräfteverhältnisse sind die Chancen, dort etwas aus unserer Perspektive zu beeinflussen, sehr gering. Nichtsdestotrotz sind wir z.B. im Institutsrat, der Lehrkommission und dem Fachbereichsrat vertreten.



Ini-Plenum wöchentlich im Ini-Büro (L 313).

Achtet auf die aktuellen Aushänge am **Ini-Brett**.

Infos gibt es auch auf unserer Homepage unter:

<http://www.kommwiss.fu-berlin.de/ini/>

und in der Publizistik-Newsgroup:

bln.announce.fub.publizistik

Wenn ihr Fragen, Anregungen, Probleme... habt, kommt während unserer Ini-Sprechstunde (Sprechzeiten werden anfang des Semesters am Ini-Brett und an unserer Bürotür aushängen) vorbei oder wendet euch vertrauensvoll an unseren Anrufbeantworter:

Fon: (030) 838-70831 (AB)

Oder per Email an: ini@kommwiss.fu-berlin.de

In den ersten Semesterwochen wird es außerdem eine PuK-Party geben. Achtet auf Plakate und Flyer!

2 Namen und Adressen

Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich alle Angaben auf das Hochschulgelände Lankwitz, Malteserstr. 74-100, 12249 Berlin, Haus L, Raum ☒, Tel. und Fax 838-☎.

2.1 Geschäftsführung/ Verwaltung

Geschäftsführender Direktor

Gernot Wersig ☒ L 626 ☎ 70857
Vertreter: N.N.

Verwaltung

Sachbearbeiterinnen: siehe Fachbereichsverwaltung

Prüfungsbüro

Öffnungszeiten (auch in den Semesterferien):

Di und Do 9.30-11.30 Uhr

Telefonische Anfragen:

Mo, Di, Do 9.30-10.30 Uhr

Zusätzlich während der Vorlesungszeit: Mi 9.30-10.30 Uhr

R. Charlotte Jenkel ☒ L 328 ☎ 70552

Dorothea Leffek-Hubatschek ☒ L 328 ☎ 70552

2.2 Arbeitsbereiche

Empirische Kommunikations- und Medienforschung

Haus L, 3. Stock Fax -70726

Professoren

N.N. ☒ L 333 ☎ 70845

Sekretariat: N.N. ☒ L 333a ☎ 70495

Hans-Jürgen Weiß ☒ L 309 ☎ 70517

Sekretariat: Magda Hennig ☒ L 335 ☎ 70334
mhennig@zedat.fu-berlin.de

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Benjamin Fretwurst ☒ L 311 ☎ 70826
bfkw@zedat.fu-berlin.de

Joachim Trebbe ☒ L 334 ☎ 70387
trebbe@zedat.fu-berlin.de

N.N. ☒ L 332 ☎ 70875

N.N. ☒ L 334a ☎ 70332

Studentische Hilfskräfte

Merja Mahrt ☒ L 310 ☎ 70460

Katharina Sommer ☒ L 310 ☎ 70460

Hong-Nga Nguyen Vu (beurlaubt)

Michael Scharkow ☒ L 331 ☎ 70548
scharkow@zedat.fu-berlin.de

Cord Meyer zu Kniendorf ☒ L 331 ☎ 70548
coroco@zedat.fu-berlin.de

Lehrbeauftragte

Andreas Dams

Historische Publizistik

Haus L, 3. und 5. Stock

Fax -70731 und -70724

Professoren

Hermann Haarmann ☒ L 510 ☎ 70859
herhaar@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat: Fax -70731

N.N. ☒ L 543 ☎ 70381

ikk@zedat.fu-berlin.de

Bernd Söseemann ☒ L 337 ☎ 70448

bsikk@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat: Fax -70724

Bettina Oehlert ☒ L 336 ☎ 70448

Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Uta Beiküfner ☒ L 508 ☎ 70816
beikufne@zedat.fu-berlin.de

N.N. ☒ L 514 ☎ 70375

Patrick Merziger ☒ L 326 ☎ 70833
merziger@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskräfte

Patrick Klütsch ☒ L 335a ☎ 70590
kluetsch@zedat.fu-berlin.de

N.N. ☒ L 335a ☎ 70590

Bettina Huber ☒ L 508 ☎ 70816

Lehrbeauftragte

Toralf Teuber

Kommunikationstheorie und Semiotik

Haus L, 3. Stock Fax -70732

Professorin

Marlene Posner-Landsch ☒ L 319a ☎ 70457
14mplsud@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat

N.N. ☒ L 319 ☎ 70413

apl. Professor

Dieter Hirschfeld ☒ L 322 ☎ 70827

Videotechnik

Bozena Arndt ☒ L 323 ☎ 70897
arndtboz@zedat.fu-berlin.de

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Sigrid Peuker ☒ L 320 ☎ 70549
peukers@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskraft

N.N. ☒ L 321 ☎ 70520

Kommunikationsökonomie, -politik und -recht

Die Arbeitsbereiche „Ökonomie und Massenkommunikation“ sowie „Kommunikationspolitik und Medienrecht“ werden gemeinsam vorgestellt, da aufgrund der derzeit nicht besetzten Stellen der AB „Kommunikationspolitik und Medienrecht“ über keine ständigen Mitarbeiter verfügt.

Haus L, 4. Stock Fax -70744

Professor

Axel Zerdick ☒ L 408 ☎ 70818
azerdick@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat

Dorothea Leffek-Hubatschek ☒ L 409 ☎ 70818
kommoek@kommwiss.fu-berlin.de
Sprechzeiten: Di und Do 13-16 Uhr

Hon. Professoren

Manfred Buchwald

Siegfried Klaue

Herbert Kundler

Mathias Prinz

Günther von Lojewski ☎ 53961

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Jan Krone ☒ L 442 ☎ 70815
jkrone@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskraft

Björn von Rimscha ☒ L 441 ☎ 70813

Lehrbeauftragte

Valerie Feldmann

Informationswissenschaft

Haus L, 6. Stock Fax -70722

Professor

Gernot Wersig ☒ L 626 ☎ 70857
wersig@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat

Charlotte Jenkel ☒ L 624 ☎ 70850
jenkel@zedat.fu-berlin.de

Wissenschaftlicher Mitarbeiter/Webmaster

Tobias Müller-Prothmann ☒ L 625 ☎ 70854
tmp@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskraft/Server-Administrator

Steffen Müller ☒ L 620 ☎ 70327
xonx@zedat.fu-berlin.de

Kooperationspartner

Horst Völz ☒ L 625 ☎ 70854
voelz@zedat.fu-berlin.de

Petra Schuck-Wersig ☒ L 627 ☎ 70856
pwersig@zedat.fu-berlin.de

Lehrbeauftragte

Hartmut Eckert, R. Manfred Riedel, Stefan Sorg

Journalistische Praxis/ Medienmanagement

Haus L, 4. Stock Fax -70739

Professor

N.N. ☒ L 436 ☎ 70449

Sekretariat

Henriette C. Neukowski ☒ L 437 ☎ 70449
jourprax@zedat.fu-berlin.de

Wissenschaftliche Mitarbeiter

N.N.

Studentische Hilfskräfte

Martina Jaschik ☒ L 435
martinaja@gmx.de

Lehrbeauftragte

Gerd Bartholomäus, Mathias Berner, Rolf Lautenschläger,
Christine Richter, Berthold Seewald, Friedhelm Teicke

Serviceeinheit Medienpraxis

Michael Meissner ☒ L 433 ☎ 70812
mmei@zedat.fu-berlin.de
Andreas Wosnitza ☒ L 434 ☎ 70814

Wissenschaftsjournalismus

Haus L, 4. Stock Fax 70746

Professor

Winfried Göpfert ☒ L 430 ☎ 70300
goepfert@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat

Ilona Richter ☒ L 431 ☎ 70300
richteri@zedat.fu-berlin.de

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Markus Lehmkuhl ☒ L 429 ☎ 70895
kuhle@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskraft

Raimar Reetz ☒ L 432 ☎ 70848

Lehrbeauftragte

Maren Böhm, Jörg Göpfert, Rudolf Großkopff, Beate Herkendell, Volker Lange, Wolf Scheel, Jochen Sprentzel

Öffentlichkeitsarbeit

Haus L, 4. Stock Fax -70733

Professorin

Barbara Baerns ☒ L 439 ☎ 70820

Sekretariat

Gabriele Andersch ☒ L 440 ☎ 70820
prfocus@kommwiss.fu-berlin.de

Honorarprofessor

Joachim Klewes

Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Juliana Raupp ☒ L 411 ☎ 70872
raupp@zedat.fu-berlin.de
Christoph Tapper ☒ L 441 ☎ 70832
tapper@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskraft

Martina Jaschik ☒ L 441 ☎ 70832

Lehrbeauftragte

Susanne Drenckhahn, Dr. Christof Ehrhart, Oliver Fahlbusch, Volker Kadow, Prof. Dr. Cornelia Muth, Richard Schütz, Christoph Tapper, Ilona Thede, Britta Winkelhahn

2.3 Journalisten-Kolleg

Otto-von-Simson-Str. 3, 14195 Berlin Tel.: 838- ☎

Wissenschaftliche Leitung

Prof. Dr. Günther von Lojewski ☎ 53961
Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß ☎ 70517
Prof. Dr. Gernot Wersig ☎ 70857
Prof. Dr. Axel Zerdick ☎ 53970

Journalisten-Weiterbildung

Sekretariat

Claudia Hübner ☎ 53366 Fax: -53371
E-Mail: jwb@zedat.fu-berlin.de
URL: <http://www.jwb.fu-berlin.de>

Sachbearbeitung

Mechthild Petratis ☎ 53369
petratis@zedat.fu-berlin.de

Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Jens Althoff ☎ 53971
althoff@zedat.fu-berlin.de
Volker Gehrau ☎ 53370
vgehr@zedat.fu-berlin.de
Christine Persitzky ☎ 53511
chripers@zedat.fu-berlin.de

Europäische Journalisten-Fellowships (EJF)

Wissenschaftliche Angestellte

Brigitte Werner ☎ 53315

Drittmittelverwaltung, Programmassistenz

Henriette C. Neukowski ☎ 53315 Fax: -53305
info@ejf.fu-berlin.de
URL: <http://www.ejf.fu-berlin.de>

Journalisten International (JIL)

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Jens Althoff 53971

Drittmittelverwaltung, Programmkoordination

Melanie de Mello ☎ 53195
jil@zedat.fu-berlin.de
URL: <http://www.jil.fu-berlin.de>

2.4 Bibliothek und Fachinformationsstelle

Bibliothek für Publizistik

Haus L, Parterre, Tel.: ☎ 70480, Fax: -70725

Email: bib@kommwiss.fu-berlin.de

URL:

<http://www.kommwiss.fu-berlin.de/institut/bibpub/>

Leiterin:

Katharina-M. Mensing, Dipl.-Bibl.

Stellvertretende Leiterin:

Gabriele Leschke, M.A.

Öffnungszeiten

Vorlesungszeit:

Mo - Do 9-19

Fr 9-14

vorlesungsfreie Zeit:

Mo, Mi, Do 10-17

Di 10-19

Fr 10-14

Nutzer der magazinierten Periodikasammlung (Zeitungen, Zeitschriften, Dienste) werden gebeten, ihre Bestellungen möglichst einen Tag vorher telefonisch durchzugeben (☎ 70888).

Fachinformationsstelle Publizistik (IPM)

Haus L, 5. Stock

Fax 70720

Literaturdatenbank Massenkommunikation: Information und Recherche

E-Mail: fipubipm@zedat.fu-berlin.de

Leiter

Ulrich Neveling ☎ 532 ☎ 70477

Sekretariat

Christine Zech ☎ 531 ☎ 70484

Akademische Mitarbeiter(innen)

Klaus Betz ☎ 533 ☎ 70326

Bernd Meyer ☎ 517 ☎ 70488

Jirina Port ☎ 530 ☎ 70487

Dagmar Yü-Dembksi ☎ 529 ☎ 70485

Für Anfragen, Auskunft und Recherche bitte E-Mail an:

fipmeybe@zedat.fu-berlin.de

2.5 Sprechstunden der Professor(inn)en und der wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen)

Baerns, Barbara	☒ 439	☎ 70820	Sprechstunde: Mi 12-14
Uta Beiküfner	☒ 508	☎ 70816	Sprechstunde: Do 16-17
Fretwurst, Benjamin	☒ 311	☎ 70826	Sprechstunde: Di 14-16
Göpfert, Winfried	☒ 430	☎ 70300	Sprechstunde: Di u. Mi 13-14
Haarmann, Hermann	☒ 510	☎ 70859	Sprechstunde: Di 13-14
Krone, Jan	☒ 442	☎ 70815	Sprechstunde: s.A. Raum 442
Lehmkuhl, Markus	☒ 429	☎ 70895	Sprechstunde: Mo 16-17
Meissner, Michael	☒ 433	☎ 70812	Sprechstunde: Mi 11-12
Merziger, Patrick	☒ 326	☎ 70833	Sprechstunde: Mi 16-17
Müller-Prothmann, Tobias	☒ 625	☎ 70854	Sprechstunde: Di 13-14 u. n.V.
Peuker, Sigrid	☒ 320	☎ 70549	Sprechstunde: Mi 13-14 u. n.V.
Posner- Landsch, Marlene	☒ 319	☎ 70413/70457	Sprechstunde: Mi 12-14 & n.V. mit Fr. Arndt unter ☎ 70897
Raupp, Juliana	☒ 411	☎ 70872	Sprechstunde: Di 12-13
Sösemann, Bernd	☒ 337	☎ 70448	Sprechstunde: Di 20.15-21 im FMI (Raum 393)
Tapper, Christoph	☒ 441	☎ 70832	Sprechstunde: Mo 16-17
Trebbe, Joachim	☒ 334	☎ 70387	Sprechstunde: Di 14.-15.30
Weiß, Hans-Jürgen	☒ 309	☎ 70517	Sprechstunde: Di 13-15 n.V. bei Frau Hennig unter ☎ 70334
Wersig, Gernot	☒ 626	☎ 70857	Sprechstunde: Mi 13-15
Wosnitza, Andreas	☒ 434	☎ 70814	Sprechstunde: Do 13.45-14.15/ n.V. unter Tel. 841727102
Zerdick, Axel	☒ 408	☎ 70818	Sprechstunde: s. A. zwischen Raum 408 und 409

2.6 Hinweise zum KVV

Schlüssel für die nachfolgenden Kommentare zu den Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nummer	Dozent/in	LV-Typ
Titel der Lehrveranstaltung		
Tag & Zeit	Ort/Raum	Beginn ECTS-Credits

LV-Typ

V = Vorlesung PS = Proseminar Ü = Übung S = Seminar C = Colloquium SÜ = Praxisseminar
 PjS = Projektseminar MeS = Medienseminar ReS = Ressortseminar
 /P = Pflichtveranstaltung /WP = Wahlpflichtveranstaltung /W = Wahlveranstaltung

Ort/Raum

Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich alle Angaben auf das Hochschulgelände Lankwitz.

HFB = Henry-Ford-Bau, Dahlem, Garystr. 35

HfM = Hochschule für Musik „Hanns Eisler“, Mitte, Charlottenstr. 55

SFB = RBB, Haus des Rundfunks, Masurenallee 8-14

3 Grundstudium

3.1 Allgemeine Veranstaltungen

Orientierungstage für Erstsemester

28501 Klein, Andrea C/P
Wochentag s.u. Zeit s.u. G 202 Datum s.u. 1 Credits

Termine:

18.04.2001 10:00:00 12:00:00 s.t.
18.04.2001 12:00:00 14:00:00 s.t.
19.04.2001 14:00:00 16:00:00 s.t.

Zielgruppe:

1. Semester

Einführung in die Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens am PC, Kurs A

28503 Scharkow, Michael, Maurer, Torsten Ü/W
Mi 12:00-14:00h L 125 Datum s.u. 1 Credits

Kommentar:

Es findet eine Einführung in die 'gängige' Software für das wissenschaftliche Arbeiten statt (Priorität: Textverarbeitung). Neben einer allgemeinen Einführung in Windows soll dabei besonderer Wert auf die formalen Kriterien wissenschaftlicher Arbeiten und die persönliche Arbeitsorganisation mit Hilfe des PC gelegt werden. Vorkenntnisse sind nicht erforderlich.

Anmeldung:

s.A.

Teilnehmerbegrenzung:

24

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Übungsaufgaben

Einführung in die Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens am PC, Kurs B

28503 Lazarev, Petr, Maurer, Torsten Ü/W

Wochentag s.u. Zeit s.u. L 125 Datum s.u. 1 Credits

Kommentar:

Es findet eine Einführung in die 'gängige' Software für das wissenschaftliche Arbeiten statt (Priorität: Textverarbeitung). Neben einer allgemeinen Einführung in Windows soll dabei besonderer Wert auf die formalen Kriterien wissenschaftlicher Arbeiten und die persönliche Arbeitsorganisation mit Hilfe des PC gelegt werden. Vorkenntnisse sind nicht erforderlich.

Anmeldung:

s.A.

Teilnehmerbegrenzung:

24

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Übungsaufgaben

Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden I: Grundlagen/Datenerhebung

28505 Weiß, Hans-Jürgen V/P
Mi 14:00-16:00h G 202 25.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

Die Vorlesung gibt eine Einführung in Grundlagen und Verfahren der empirischen Sozialforschung. Ausgehend von einem Überblick über die Basiselemente und den chronologischen Ablauf eines Forschungsprojekts werden zuerst die methodologischen Rahmenbedingungen der empirischen Sozialforschung erörtert. Danach behandeln wir allgemeine Grundfragen der Sozialforschung (Begriffs- und Hypothesenbildung, Operationalisierung, Messung, Stichprobenverfahren). Im Anschluß werden ausgewählte Verfahren der Datenerhebung (Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Experiment) vorgestellt.

Anmeldung:

Anwesenheit in der ersten Sitzung

Leistungsanforderungen:

Die Vorlesung wird mit einer Klausur abgeschlossen.

Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden II: Einführung in die Statistik

28506 Erbring, Lutz V/P
Do 10:00-12:00h G 202 26.04.2001 8/1 Credits

Lernziele:

Die Lehrveranstaltung hat das Ziel, Studierende sozialwissenschaftlicher Fächer an die Logik der mathematischen Statistik heranzuführen und auf ihre Anwendung in der empirischen Kommunikationsforschung vorzubereiten.

Kommentar:

Ausgehend von den grundlegenden Verfahren und meßtheoretischen Voraussetzungen der Erhebung und Auswertung sozialwissenschaftlich relevanter Daten werden zunächst die wichtigsten Maßzahlen der beschreibenden Statistik kurz dargestellt. Der wesentliche Themenschwerpunkt sind schließlich die wahrscheinlichkeitstheoretischen Grundlagen statistischer Stichproben- und Schätzverfahren, insbesondere die Einführung in die schließende Statistik und die Logik und Anwendung statistischer Testverfahren.

Zulassung:

Erfolgreiche Teilnahme an 'Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden I' (empfohlen!)

Anmeldung:

Teilnahme an der ersten Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im 2. oder 3. Fachsemester

Leistungsanforderungen:

Die Vorlesung wird mit einer Klausur abgeschlossen.

Literatur:

Wonnacott, Thomas H. und Wonnacott, Ronald J.: Introductory Statistics for Business and Economics

Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden - Ergänzungskurs: Einführung in computergestützte Verfahren der statistischen Datenanalyse

28507 Weiß, Hans-Jürgen, Trebbe, Joachim Ü/W
Di 10:00-11:30h L 125 24.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Ziel der Veranstaltung ist es, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zur selbständigen Erstellung EDV-gerechter

Untersuchungsinstrumente und zur computerunterstützten Datenaufbereitung und Datenanalyse zu befähigen.

Kommentar:

Einfache uni- und bivariate Methoden der statistischen Datenanalyse (Deskriptiv- und Teststatistik) werden vorgestellt und sollen in praktischen Übungen mit Hilfe der Statistiksoftware SPSS erprobt werden. Die Veranstaltung ist wegen der begrenzten Zahl der PC teilnahmebeschränkt.

Zulassung:

Erfolgreiche Teilnahme an 'Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden I und II'

Zielgruppe:

Studierende des 3. und 4. Semesters

Teilnehmerbegrenzung:

24

Leistungsanforderungen:

Bearbeitung von Übungsaufgaben, schriftliche Hausarbeit

3.2 Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung

Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung I: Einführung, Kurs A

28510 Dams*, Andreas PS/P
Di 14:00-16:00h L 227 24.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

Das Proseminar gibt einen Überblick über Themen, Theorien und Ergebnisse der empirischen Kommunikationsforschung. Ausgehend von historischen und systematischen Grundlagen dieser Forschungsrichtung werden zunächst einige theoretische Modelle der Massenkommunikation diskutiert. Im Anschluß daran werden ausgewählte Untersuchungsbereiche der empirischen Kommunikationsforschung besprochen (u.a. Gebiete der Journalismus- und der Medienwirkungsforschung).

Anmeldung:

Anwesenheit in der 1. Sitzung

Teilnehmerbegrenzung:

40

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und schriftliche Hausarbeit.

Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung I: Einführung, Kurs B

28510 Trebbe, Joachim PS/P
Mi 10:00-12:00h L 227 25.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

Das Proseminar gibt einen Überblick über Themen, Theorien und Ergebnisse der empirischen Kommunikationsforschung. Ausgehend von historischen und systematischen Grundlagen dieser Forschungsrichtung werden zunächst einige theoretische Modelle der Massenkommunikation diskutiert. Im Anschluß daran werden ausgewählte Untersuchungsbereiche der empirischen Kommunikationsforschung besprochen (u.a. Gebiete der Journalismus- und der Medienwirkungsforschung).

Anmeldung:

Anwesenheit in der 1. Sitzung

Teilnehmerbegrenzung:

40

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und schriftliche Hausarbeit.

Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung I: Einführung, Kurs C

28510 Maurer, Torsten PS/P
Do 12:00-14:00h L 227 26.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

Das Proseminar gibt einen Überblick über Themen, Theorien und Ergebnisse der empirischen Kommunikationsforschung. Ausgehend von historischen und systematischen Grundlagen dieser Forschungsrichtung werden zunächst einige theoretische Modelle der Massenkommunikation diskutiert. Im Anschluß daran werden ausgewählte Untersuchungsbereiche der empirischen Kommunikationsforschung besprochen (u.a. Gebiete der Journalismus- und der Medienwirkungsforschung).

Anmeldung:

Anwesenheit in der 1. Sitzung

Teilnehmerbegrenzung:

40

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und schriftliche Hausarbeit.

Ausgewählte Probleme der Kommunikations- und Medienforschung: Kultivie- rung/Mainstreaming/Resonanz/neuere Ansätze

28511 Trebbe, Joachim, Gehrau, Volker PS/W
Mi 14:00-16:00h L 227 25.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

George Gerbner und Kollegen haben ab Anfang der siebziger Jahre das amerikanische Fernsehprogramm - insbesondere auf seine Gewalthaltigkeit - untersucht. Ab Ende der siebziger Jahre haben sie die Fernsehdaten mit amerikanischen Bevölkerungsumfragedaten - insbesondere über Ängstlichkeit und Gefährdung - verglichen. Die Studien führten zur Formulierung der Hypothese, das Fernsehen kultiviere bei den Vielsehern ein von der Realität abweichendes Weltbild.

In dem Proseminar wird es zuerst darum gehen, sowohl die wichtigen Originalstudien des Gerbner-Teams als auch die Kritik daran durchzuarbeiten. Dann werden Studien und Ansätze diskutiert, die die Grundidee der Kultivierung weiterentwickeln: Das Gerbner-Team selbst formulierte mit den Konzepten Mainstreaming und Resonanz zwei Variationen der Kultivierungshypothese. Andere Ansätze weiteten die ursprünglich am Beispiel Mediengewalt konzeptionalisierte Idee auf weitere Inhaltsbereiche wie Alltag oder Politik aus. Zudem wurde der Versuch unternommen, Kultivierung als kognitiven Prozess zu modellieren und mit Theorien der schematischen Weltaneignung zu verbinden. Abschließend soll ein kleines mit den Kursteilnehmern simuliertes Projekt prüfen, ob und inwieweit der Kultivierungsansatz einer empirischen Prüfung standhält.

Zulassung:

Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung I: Einführung

Leistungsanforderungen:

regelmäßige Teilnahme sowie Referat und Hausarbeit über einen aufzuarbeitenden Literaturbereich

Literatur:

Gerbner, George u.a.; 1981; Die angsterregende Welt des Vielsehers; Fernsehen und Bildung, S.16-42.

Hirsch, Paul; 1981; Die angsterregende Welt des Nichtsehers und andere Unstimmigkeiten oder: Wie man aus Fehlern nicht lernt; Fernsehen und Bildung, S. 43-63.

3.3 Strukturen der Massenkommunikation / Kommunikations- und Medientechnik

Grundstrukturen des Mediensystems

28520 Zerdick, Axel V/WP
Mo 16:00-18:00h Hörsaal A 23.04.2001 8 Credits

Kommentar:

Diese Vorlesung ist die einführende Überblicksveranstaltung für die strukturellen Bereiche der Massenkommunikation. Ausgehend von den Erfahrungen als Nutzer von Massenmedien und von Medien der Individualkommunikation werden zunächst die Institutionen des Medienangebots beschrieben. Der Zusammenhang zwischen technischer Infrastruktur, ökonomischen Gesichtspunkten, medienpolitischen Steuerungsimpulsen und deren rechtlicher Verfestigung wird zunächst für die einzelnen Medien und dann auch für die Konkurrenz und den Verbund zwischen ihnen herausgearbeitet. Mediennutzung, Medieninstitutionen, Werbung und Medienpolitik als steuerndes Umfeld sind zum Teil eingebunden in übernationale Zusammenhänge, empfangen Impulse von dort und wirken ihrerseits auf Medien und Mediennutzung anderer Länder ein. Die internationalen Dimensionen des Mediensystems sind deshalb ebenfalls Gegenstand dieser Vorlesung. Vor- und Nachbereitung erfolgt auf der Basis eines Readers, der zu Beginn der Vorlesungszeit erhältlich ist.

Ort:

Henry-Ford-Bau, Garystr. 35

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme und Klausur

Literatur:

Reader zur Vorlesung

Einführung in das Medienrecht

28530 Klaue, Siegfried V/WP
Wochentag s.u. Zeit s.u. Hörsaal A Datum s.u. 1 Credits

Kommentar:

Medienrecht als Rahmen für die Existenz der Massenmedien (Presse im weitesten Sinne, Rundfunk und Fernsehen) und für die Tätigkeit der handelnden Personen (Journalisten, Drucker und Verleger) ist zu beschreiben. Zentrale Figur in dem Gesamtgeflecht des Medienrechts ist Art. 5 des Grundgesetzes und damit zugleich Ausgangspunkt

für jede Ableitung anderer Rechtsvorschriften. Die Erläuterung der Landespressegesetze gehört zum öffentlich-rechtlichen Sektor des Medienrechts ebenso wie die Rahmenbedingungen von Rundfunk und Fernsehen. Für die Tätigkeit der Journalisten sind nicht nur ihre aus Art. 5 des Grundgesetzes abgeleiteten Rechte und Pflichten im öffentlich-rechtlichen Sinne wichtig. Auch die strafrechtlichen und strafprozessualen (Zeugnisverweigerungsrecht), die aus dem Urheberrecht (Recht am Bild), dem Verlagsrecht (Haftung für Inhalt) und aus dem Arbeitsrecht stammenden Grenzen sind zu beachten. Medienrecht ist damit ein Kernbereich journalistischer Praxis.

Termine:

23.04.2001 10:00:00 12:00:00 s.t.

Ort:

Henry-Ford-Bau, Garystr. 35

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme

Content Management: Einführung in Theorie und Praxis

28540 Müller-Prothmann, Tobias PS/WP
Mo 14:00-16:00h L 127 23.04.2001 Credits

Kommentar:

Der Arbeitsaufwand für die Erstellung und Aufbereitung von Inhalten für verschiedene Zielmedien wird zu einem immer größeren Problem. Vor allem die Informationsflut und die Pflege der Inhalte auf großen Internetsites sind immer schwieriger zu handhaben. Einen Ansatz für die Bewältigung der Aufgaben Erzeugung, Aufbereitung, Präsentation und Wiederverwendung von Inhalten bietet Content Management: die bewußte Trennung von Inhalt, Struktur und Layout sowie die Integration von Workflow. Ziel des Proseminars ist es, zunächst ein Grundverständnis für den Publishing-Prozeß und die Herausforderungen von Cross Media Publishing, mit Schwerpunkt Internet, zu vermitteln. Es sollen Funktionen von Content Management Systemen erörtert und schließlich Produkte und Lösungen sowie Ansätze zur Durchführung von Content Management Projekten vorgestellt werden. Außerdem besteht die Möglichkeit zur Mitarbeit in einem geplanten Content Management Projekt der www-Redaktion des Instituts.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/~mp/lehre/cms/index.htm>

3.4 Kommunikationsgeschichte / Kommunikationstheorie

Die Publizistik der Weimarer Republik am Beispiel der Zeitschrift "Die Weltbühne".

28551 Teuber, Toralf PS/WP
Di 14:00-16:00h L 218 24.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

Galt die von Siegfried Jacobsohn im Jahre 1905 gegründete Zeitschrift DIE SCHAUBÜHNE noch als eine von vielen Theaterzeitschriften in der jungen Reichshauptstadt, entwickelte sie sich in der Auseinandersetzung mit der jungen Weimarer Republik unter dem Titel DIE WELTBÜHNE(1918) zu einer der politisch-literarischen Zeitschriften.

Ziel des Seminars ist es, an Hand von exemplarischen Texten die Debatten u.a. zur deutschen Justiz, zur Kunst und Literatur dahingehend zu untersuchen, inwieweit sich die Verfaßtheit der gesellschaftlichen Verhältnisse in der Zeitschrift dokumentieren.

Anmeldung:

Anmeldung in der ersten Sitzung

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit

Einführung in die Exilpublizistik am Beispiel von Heinrich, Thomas und Klaus Mann

28552 Haarmann, Hermann PS/WP
Di 10:00-12:00h L 212 24.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

So unterschiedlich die Generationen in der großem Mann-Familie, so ähnlich doch die Aufgabe, mit der sich Heinrich und Thomas Mann, von Klaus Mann zu schweigen, seit der Übergabe der Regierungsgewalt an die Nationalsozialisten konfrontiert sehen: Es gilt mit den Mitteln des öffentlichen Wortes Stellung zu nehmen, über den deutschen Faschismus aufzuklären und eine Strategie des Antifaschismus zu entwickeln. Im Zentrum der Lektüre und der Diskussion sollen die politische Essayistik, die Aufsätze, Reden und sonstige Prosa der drei Manns stehen, um an ihnen die Gattungsspezifika der Exilpublizistik auf dem Hintergrund der nationalsozialistischen Herrschaft herauszuarbeiten.

Leistungsanforderungen:

regelmäßige Teilnahme, Referat, Hausarbeit

Einführung in die Kommunikationsgeschichte: Zeitungsstadt Berlin?

28652 Groos, Peter PS/WP
Do 16:00-19:00h L 128 26.04.2001 8/1 Credits

Lernziele:

Die Lehrveranstaltung vermittelt darüber hinaus Grundkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens, führt in die Quellenlehre ein und macht mit Hilfsmitteln und Techniken vertraut.

Kommentar:

Berlin galt vom letzten Drittel des 19. Jahrhunderts bis 1945 als die deutsche Pressestadt schlechthin. Vor allem mit den zwanziger Jahren ist das Klischee der Zeitungsstadt, der nie still stehenden Rotationspressen, der "rasenden Reporter" und des übersteigerten politischen Meinungskampfes in der Spalten der Parteipresse verbunden. Im Seminar werden wir uns mit diesen populären Vorstellungen auseinandersetzen und die Entwicklung der Berliner Presse von den Revolutionsjahren 1848/49 bis zur Aufhebung der Teilung der Stadt 1989/90 diskutieren. Es werden Fragestellungen der historischen Kommunikationsforschung erarbeitet, Rahmenbedingungen und Strukturen politischer Öffentlichkeit diskutiert, Formen, Inhalte und Zielsetzungen sowie Publikations-, Rezeptions- und Wirkungsfaktoren öffentlicher Kommunikation aus den Quellen erschlossen.

Anmeldung:

Die Anmeldung erfolgt in der 1. Sitzung.

Zielgruppe:

Die Lehrveranstaltung richtet sich vorrangig an Studierende im 1. oder 2. Semester.

Leistungsanforderungen:

Leistungsanforderungen werden in der 1. Sitzung bekanntgegeben!

Literatur:

Rudolf Stöber, Deutsche Pressegeschichte. Konstanz 2000, S. 113-257;

Peter de Mendelssohn, Zeitungsstadt Berlin. Berlin 1959; überarb. und erw. Aufl. Frankfurt/M. u.a. 1982.

WWW:

<http://www.fu-berlin.de/akip>

Einführung in die Kommunikationsgeschichte: Medienevolutionen - Medienrevolutionen. Neue Medien in Vergangenheit und Gegenwart

28654 Stöber, Rudolf PS/WP
Do 09:00-11:00h L 225 26.04.2001 1 Credits

Kommentar:

Nach Schumpeter lässt sich die Einführung neuer Produkte in drei Phasen

einteilen: Invention, die Entwicklung der Erfindungen zur technischen

Reife; Innovation, die Einführung neuer Techniken (und Medien) deren

Weiterentwicklung zur Marktreife; Etablierung oder Diffusion: Die Phase der

Marktdurchdringung. Medien, als Produkte betrachtet, haben also ihre

Lebenszyklen. Zugleich aber gilt in den Kommunikationswissenschaften wenig

hinterfragt das sogenannte Rieplsche Gesetz, das besagt, alte Medien würden

nie vollständig verschwinden, sondern unter dem Zutritt neuer nur ihre

Funktion wandeln. Der Soziologe Karl Mannheim wiederum hat darauf

hingewiesen, dass der Umgang mit Neuem von der Sozialisation der

Generationen beeinflusst wird.

In dem Seminar soll im Neuen die Wiederkehr des Gleichen, in der Gewöhnung

an neue Medien die damit verbundenen Lerneffekte des Publikums, der

Gesellschaft und der Politik und in altvertrauten Medien die Ursachen ihrer

fortdauernden Attraktivität untersucht werden. Unter neuen Medien werden

hier die Telegrafie und Telephonie, Partei- und Massenpresse, Film und

Video, Rundfunk und Fernsehen sowie Computer und Internet verstanden.

Leistungsanforderungen:

Voraussetzung für den Scheinerwerb ist ein mündliches Referat zu einem in

der ersten Veranstaltung vergebenen Thema, die Abgabe eines 1-2seitigen

Thesepapiers in der Woche vor dem Referatstermin (Ausnahme Referate zur 2.

und 3. Sitzung: hier muss das Thesepapier zum Referatstermin vorliegen)

und die Ausarbeitung des Referats zu einer schriftlichen Hausarbeit (ca. 15 S.).

Einführung in die Kommunikationstheorie

28562 Posner-Landsch, Marlene V/WP
Di 08:00-10:00h L 128 24.04.2001 8/1 Credits

Kommentar:

Wir kommunizieren ganz selbstverständlich, ohne uns Gedanken darüber zu machen, wie "kommunikatives Handeln" funktioniert, wie es beginnt und was es bewirkt. In der Praxis ist diese Selbstverständlichkeit unreflektierten Tuns ein wichtiger Faktor, um überhaupt handeln zu können. Würden wir jeden kommunikativen Schritt abwägen, wären wir schon allein aus Zeitgründen handlungsunfähig. Umgekehrt kann aber auch jeder Automatismus im Handeln, zur Vernachlässigung von wichtigen Argumenten führen und damit zu unangemessenem Handeln. Ein ausgewogenes Verhältnis von reflektierten und automatischen kommunikativen Handlungen ist besonders dann gefordert, wenn es um die Ausübung kommunikationswissenschaftlicher Berufe geht.

Das Seminar bietet eine Einführung in reflektiertes kommunikatives Handeln. Das Phänomen Kommunikation, Kommunikationstheorien und -modelle werden auf Konsistenz, Plausibilitäten und Effizienz hin überprüft, gegebenenfalls verändert oder verworfen.

Anmeldung:

Anmeldung unter arndtboz@zedat.fu-berlin.de.

Leistungsanforderungen:

Das Seminar schließt mit einer Klausur ab, die den gesamten kommunikationstheoretischen Stoff des Semesters betrifft.

3.5 Journalismus / Öffentlichkeitsarbeit (Grundstudium)

Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit

28570 Ruß-Mohl, Stephan V/P
Di 08:00-10:00h Hörsaal A 24.04.01 8/1 Credits

Lernziele:

Vermittlung propädeutischer Grundlagen und praxisrelevanter Grundkenntnisse

Kommentar:

Sowohl für die praktische journalistische Arbeit als auch für die publizistikwissenschaftliche Forschung ist Hintergrundwissen über den Medienbetrieb unverzichtbare Voraussetzung, sprich: über die Tätigkeiten, Arbeitsfelder und Alltagsroutinen, die professionellen Standards und das berufliche Umfeld von Journalisten und PR-Leuten. Wo immer sich das anbietet, werden - um des Lokal- und Praxisbezugs willen - Beispiele aus der Berliner Medienberichterstattung herangezogen. Die Vorlesung gibt einen Überblick über verschiedene journalistische Stilformen sowie über Arbeitsweisen und -felder im Journalismus und in der Öffentlichkeitsarbeit sowie über die Berliner Medienlandschaft, und die "Infrastrukturen" des Mediensystems.

Zulassung:

Das zu vermittelnde Grundlagenwissen soll den Einstieg in das Studium und insbesondere in die Praxis-Lehrveranstaltungen des Grundstudiums erleichtern. Die Vorlesung ist also möglichst vor, spätestens aber parallel zu den Übungen Journalistische Arbeitsmethoden/Methoden der Öffentlichkeitsarbeit zu besuchen.

Ort:

Dahlem, Henry-Ford-Bau

Anmeldung:

keine

Leistungsanforderungen:

Klausur und regelmäßige Teilnahme

Literatur:

Literaturliste und Semesterdispo wird in der 1. Lehrveranstaltung verteilt

WWW:

<http://www.kommwiss.fu-berlin.de/~jourprax/www/german/Vorlesung/Inhalt.htm>

Journalistische Arbeitsmethoden, Gruppe A

28581 Kreitling, Holger Ü
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 222 23.07.01 4/1 Credits

Kommentar:

Im Zentrum der Arbeit steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Aus praktischen Gründen werden pro Gruppe maximal 20 Teilnehmer aufgenommen. Die Teilnehmer der Übung sollten im vorausgegangenen Semester die Vorlesung "Grundlagen des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit" besucht haben. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Termine:

23.07.2001 10:00:00 18:00:00 s.t.
24.07.2001 10:00:00 18:00:00 s.t.
25.07.2001 10:00:00 18:00:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung zwischen 15. und 25.1. für das Sommersemester, zwischen 15. und 25.6. für das Wintersemester, Prozedere s. Aushänge im 4. Stock neben Raum L 436

Zielgruppe:

Die Übung richtet sich in erster Linie an (Hauptfach-)Studenten im 2. und 3. Semester.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

regelmäßige Teilnahme, Erstellung von journalistischen Produkten

Journalistische Arbeitsmethoden, Gruppe B

28581 Berner, Matthias Ü
Wochentag s.u. Zeit s.u. Beginn pünktlich, beim Pfortner sammeln 03.05.05 4/1 Credits

Kommentar:

Im Zentrum der Arbeit steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Aus praktischen Gründen werden pro Gruppe maximal 20 Teilnehmer aufgenommen. Die Teilnehmer der Übung sollten im vorausgegangenen Semester die Vorlesung "Grundlagen des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit" besucht haben. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Termine:

03.05.2001 10:00:00 19:00:00 s.t.
04.05.2001 10:00:00 19:00:00 s.t.
05.05.2001 10:00:00 19:00:00 s.t.

Ort:

Berliner Morgenpost, Axel-Springer-Straße, 10888 Berlin-Kreuzberg

Anmeldung:

Anmeldung zwischen 15. und 25.1. für das Sommersemester, zwischen 15. und 25.6. für das Wintersemester, s. Prozedere Aushänge im 4. Stock neben Raum L 436

Zielgruppe:

Die Übung richtet sich in erster Linie an (Hauptfach-)Studenten im 2. und 3. Semester.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

regelmäßige Teilnahme, Erstellung von journalistischen Produkten

Journalistische Arbeitsmethoden, Gruppe C

28581 Meissner, Michael Ü/W
Di 12:00-14:00h L 222 24.04.01 4/1 Credits

Kommentar:

Im Zentrum der Arbeit steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Aus praktischen Gründen werden pro Gruppe maximal 20 Teilnehmer aufgenommen. Die Teilnehmer der Übung sollten im vorausgegangenen Semester die Vorlesung "Grundlagen des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit" besucht haben. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Anmeldung:

Anmeldung zwischen 15. und 25.1. für das Sommersemester, zwischen 15. und 25.6. für das Wintersemester, Prozedere s. Aushänge im 4. Stock neben Raum L 436

Zielgruppe:

Die Übung richtet sich in erster Linie an (Hauptfach-)Studenten im 2. und 3. Semester.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Erstellung von journalistischen Produkten

Journalistische Arbeitsmethoden, Gruppe D

28581 Wosnitza, Andreas Ü/W
Do 09:00-12:00h 14-tägl. L 222 Datum s.u. 4/1 Credits

Kommentar:

Im Zentrum der Arbeit steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature,

Kommentar, Rezension u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Aus praktischen Gründen werden pro Gruppe maximal 20 Teilnehmer aufgenommen. Die Teilnehmer der Übung sollten im vorausgegangenen Semester die Vorlesung "Grundlagen des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit" besucht haben. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Anmeldung:

Anmeldung zwischen 15. und 25.1. für das Sommersemester, zwischen 15. und 25.6. für das Wintersemester, Prozedere s. Aushänge im 4. Stock neben dem Raum L 436

Zielgruppe:

Die Übung richtet sich in erster Linie an (Hauptfach-)Studenten im 2. und 3. Semester.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

regelmäßige Teilnahme, Erstellung von journalistischen Produkten

Methoden der Öffentlichkeitsarbeit, Gruppe A

28591 Thede, Ilona Ü/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. Bildungszentrum - beim Pförtner melden Datum s.u. 4/1 Credits

Lernziele:

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).

Kommentar:

Inhalt: Die Veranstaltung ist als Kompaktseminar konzipiert. Sie ist methodisch vielfältig strukturiert bis hin zu Einzel- und Gruppenarbeiten der Seminarteilnehmer.

Wochenend-Blockveranstaltung - Termin wird ausgehängt!

Termine:

11.05.2001 08:00:00 18:00:00 s.t.

12.05.2001 08:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

Siemens AG, Nonnendammallee 101, 13629 Berlin (U7 "Rohrdamm")

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Die Veranstaltung ist sowohl für angehende PR-Fachleute wie Medienjournalisten geeignet.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Pressemitteilungen erstellen, Pressekonferenzen vorbereiten und durchführen.

Förster, Hans-Peter (Hrsg.) (2000 ff.): KOM - Kommunikations- und Pressearbeit für Praktiker. Grundlagen, Strategien, Hilfsmittel, Textkonzepte, Praxisbeispiele. Neuwied, Krieffel, Berlin (Loseblatt-Sammlung inkl. CD und Internetservice).

Schneider, Wolf (1999): Deutsch für Profis. München

**Methoden der Öffentlichkeitsarbeit,
Gruppe B**

28591 Tapper, Christoph Ü/W
Mo 10:00-12:00h L 220 23.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Die Übung gibt einen Einblick in die praktischen Arbeitsmethoden der Public Relations. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bilden dabei die journalistischen Darstellungsformen als Grundlage der Presse- und Medienarbeit. Neben der Erstellung von Presseinformationen werden im Verlauf des Seminars weitere Fragen der Medienarbeit wie Pressekonferenzen und Mediaplanung sowie sonstige Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit angesprochen.

Kommentar:

Inhalt: In den Sitzungen werden in der Regel jeweils einzelne Fragen der PR-Arbeitsmethoden zunächst theoretisch erörtert und dann von den Seminarteilnehmern in Einzel- oder Gruppenarbeit praktisch umgesetzt und im Plenum vorgetragen.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Pressemitteilungen erstellen, Pressekonferenzen vorbereiten und durchführen.

Literatur:

von La Roche, Walter (1999): Einführung in den praktischen Journalismus. München, Leipzig.

4 Hauptstudium

4.1 Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung

Medien und Wahlkampf in den USA und in Deutschland

28611 Erbring, Lutz S/W
Do 14:00-16:00h L 220 19.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Gegenstand des Seminars ist die Rolle der Medien bei der Politikvermittlung, insbesondere im Wahlkampf, und die Frage, ob sich durch die Medien systematische Veränderungen für die Wahlkampfstrategien der Parteien und das Wahlverhalten der Bürger ergeben haben. Einschlägige Stichworte sind u.a.:

Personalisierung - Depolitisierung - Professionalisierung - "Amerikanisierung"

Issue-Framing - Agenda-Kontrolle - Wahlprognosen.

Dazu soll sowohl die einschlägige theoretische Literatur aus dem deutschen und englischen Sprachraum gelesen und diskutiert werden, und auch konkrete Fragestellungen an Hand von Daten von den Bundestagswahlen 1994 bzw. 1998 empirisch untersucht werden.

Zulassung:

Teilnehmer sollten zur Seminar-Vorbereitung wenigstens eines der folgenden Bücher gelesen haben:

- Noelle-Neumann / Kepplinger / Donsbach (1999): Kampana.
- Holtz-Bacha / Kaid (Hg.)(1996): Wahlen und Wahlkampf in den Medien.
- Semetko / Schoenbach (1994): Germany's 'Unity' Election.
- Patterson (1993): Out of Order..
- H. Semetko & al. (1991): The Formation of Campaign Agendas.
- S. Iyengar (1991): Is Anyone Responsible?

Anmeldung:

Eintragung in Teilnehmerliste/Teilnahme an der ersten Sitzung.

Zielgruppe:

Studierende mit Interesse an politischer Kommunikationsforschung und Grundkenntnissen in Methoden der empirischer Sozialforschung.

Leistungsanforderungen:

Regelmässige Teilnahme und Lektüre der Texte, Referat und Hausarbeit über ein Thema nach Absprache.

Spezielle Methodenübung: Zeitreihenanalyse

28612 Erbring, Lutz S/W
Do 16:00-18:00h L 220 19.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Die Analyse von Zeitreihenproblemen erfordert dynamische Modelle und besondere Schätzverfahren, die über die üblichen Standardmethoden der Datenanalyse hinausgehen. Diese spezielle Methoden-Veranstaltung gibt eine theoretische Einführung in die Grundlagen der klassischen Zeitreihenanalyse aus der Ökonometrie (Instrumental Variables, 2-Stage Least Squares) und aus der neueren Statistik (Box-Jenkins Transferfunktionen, ARIMA-Prozesse) und verbindet diese mit praktischen Anwendungen am PC und daten aus den Sozialwissenschaften bzw. der Kommunikationsforschung.

Zulassung:

Teilnahmevoraussetzung ist ein erfolgreicher Abschluß von 'Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden III' (Multivariate statistische Methoden, insbesondere lineare Modelle und OLS Schätzverfahren).

Anmeldung:

Teilnahme an der ersten Sitzung

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Mehrere Übungsaufgaben

Literatur:

Mc Cleary and Hay (1980): Applied Times Series Analysis for the Social Sciences; Newbury Park: Sage.

Schmitz (1989): Einführung in die Zeitreihenanalyse. Modelle, Softwarebeschreibung, Anwendungen; Bern.

Indikatoren und Kriterien zur Messung der Qualität von Fernsehprogrammen

28613 Gehrau, Volker S/W

Di 14:00-16:00h L 212 17.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Alle, die öfter fernsehen, haben sowohl ein Gefühl dafür, was ein qualitativ gutes Fernsehprogramm ausmacht als auch eine - oft vom ersten abweichende - Vorstellung von Programmen, die einem gefallen und die man gern nutzt. Das Seminar geht der Frage nach, anhand welcher Kriterien man Qualität von Fernsehprogrammen beurteilen und wie man sie empirisch messen kann.

Dazu wird zu Beginn kurz die deutsche sowie die internationale Debatte über die Qualität von Fernsehprogrammen aufgearbeitet, um dann unterschiedliche Konzepte und Ansätze zur Messung von Qualitätskriterien zu diskutieren. Hier gilt es herauszufinden, welche Akteure welche Qualitätskriterien in welche Kontexten mit welchen Zielen benutzen. Von besonderem Interesse ist die Frage, ob versucht wurde, die Kriterien empirisch fassbar zu machen und diese bereits in Studien Verwendung fanden.

Das Schwergewicht des Seminars liegt dann auf der Konzeption und Durchführung eines gemeinsamen Projektes oder mehrerer paralleler Projekte zur Messung einzelner Aspekte der Qualität von Fernsehprogrammen. Sollten mehrere zeitintensive Projekte zustande kommen, ist es geplant, das Seminar im kommenden Semester fortzusetzen.

Leistungsanforderungen:

regelmäßige Teilnahme, Referat über einen aufzuarbeitenden Literaturbereich sowie Mitarbeit am einem Projekt und an der schriftlichen Abfassung des Projektberichts

Literatur:

Studies of broadcasting; 1990 - 1994; A special issue: Quality assessment of broadcast programming I - IV.

Hasebrink; Uwe; 1997; Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermeintlichen Missverhältnis zwischen Qualität und Quote; Weßler, H. u.a. (Hrsg.) Perspektiven der Medienkritik: Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 201-215.

Schatz, Heribert / Schulz, Winfried; 1992; Qualität von Fernsehprogrammen: Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem; Media Perspektiven, Nr. 11, S. 690-712.

Schulz, Winfried; 1996; Qualität von Fernsehprogrammen; Hömberg, W. / Pürer, H. (Hrsg.) Medientransformation - zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz: UVK Medien, S. 45-59.

News-Bias-Forschung

28614 Eilders, Christiane S/W

Mo 10:00-12:00h L 212 23.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

In der Veranstaltung sollen theoretische und empirische Arbeiten diskutiert werden, die sich mit dem Einfluss der politischen Einstellungen von Journalisten und der redaktionellen Linie eines Medienunternehmens auf die Nachrichtenauswahl auseinandersetzen. Am Anfang stehen dabei vor allem die gesetzlichen Rahmenbedingungen der Medienberichterstattung sowie einschlägige Überlegungen zur Informationsqualität im Mittelpunkt. Im mittleren Teil des Seminars werden eine Reihe empirischer Studien zum news bias und zu verwandten Forschungsgebieten besprochen und mit den normativen Vorgaben in Beziehung gesetzt. Ansätze zum news bias legen die Erwartung nahe, daß in pluralistischen Mediensystemen die Berichterstattung jedes Medienunternehmens durch seine am eigenen politischen Profil orientierte Nachrichtenauswahl identifizierbar ist. Besondere Aufmerksamkeit kommt daher dem Verhältnis zwischen den news bias Annahmen einerseits und dem Befund hoher Konsonanz andererseits zu. Schließlich werden im letzten Teil des Seminars die theoretisch-normativen Überlegungen und die empirischen Ergebnisse mit Ansätzen zur Informationswahrnehmung und -verarbeitung sowie explizit konstruktivistischen Auffassungen konfrontiert.

Leistungsanforderungen:

Lust und Bereitschaft zur Lektüre von Texten; Anwesenheit; Thesenpapier und Referat und eine schriftliche Hausarbeit über ein Thema nach Absprache.

Literatur:

Schulz, Winfried (1989): Massenmedien und Realität - Die "ptolemäische" und die "kopernikanische" Auffassung. In: Kaase / Schulz (Hrsg.) Massenkommunikation - Theorien, Methoden, Befunde. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 135-149.

Kepplinger, Hans Mathias (1989): Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Zeitschrift Das Parlament (7. April) S. 3-16.

**Angewandte Medienforschung:
Musikfernsehen - Zielgruppen- und
Programmforschung**

28615 Schabedoth, Eva S/W
Mo 10:00-12:00h L 212 23.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

siehe Aushang

Ausländer und Massenkommunikation in Deutschland

28616 Weiß, Hans-Jürgen S/W
Di 12:30-14:00h L 128 17.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Die Teilnehmer sollen lernen, wie ein tagespolitisch relevantes, öffentlich diskutiertes Problem sozialwissenschaftlich dimensioniert und mit den Mitteln der empirischen Sozialforschung analysiert werden kann.

Kommentar:

Der tagespolitische Hintergrund des Seminars sind die öffentliche Debatte über Deutschland als (Nicht-)Zuwanderungsland und die in diesem Zusammenhang kontrovers diskutierten Integrations- und Identitätsprobleme. Behandelt werden (1) die auf Ausländer in Deutschland und Migrationsfragen bezogene Berichterstattung und Kommentierung der deutschen Medien, (2) spezifische Medienangebote für in Deutschland lebende Ausländer (d.h. von diesen produzierte bzw. speziell an diese adressierte Medien) und (3) Kommunikationsverhalten und Mediennutzung dieser Bevölkerungsgruppen. Schließlich wird zu untersuchen sein, ob die Kommunikations- und Mediennutzungsstile der in Deutschland lebenden Ausländer sozial folgenreich sind: wie sie mit sozialen Integrations- und Ausdifferenzierungsprozessen zusammenhängen.

Zulassung:

Eingangsklausur am 17.04.2001 (Basis: angegebene Literatur)

Anmeldung:

Anmeldeleiste in Raum L335 (Frau Hennig)

Zielgruppe:

Studierende mit dem Schwerpunkt Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung; Studierende sozialwissenschaftlicher Nebenfächer.

Literatur:

Schat, Heribert, Christina Holtz-Bacha und Jörg-Uwe Nieland (Hg): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden 2000.

Ausgewählte Probleme der empirischen Kommunikations- und Medienforschung

28619 Erbring, Lutz, Weiß, Hans-Jürgen C/W
Mi 16:00-18:00h L 221 18.04.2001 1 Credits

Kommentar:

Das Forschungscolloquium wendet sich vor allem an Doktoranden und Examenskandidaten und dient in erster Linie der Diskussion der eigenen Arbeitsthemen der Teilnehmer, darüber hinaus aber auch allgemeineren Problemen der Forschungslogik und Forschungspraxis, insbesondere im Bereich der Medien- und Medienwirkungsforschung.

Leistungsanforderungen:

Im Colloquium kann kein Leistungsnachweis erworben werden.

4.2 Mediensysteme und Kommunikationskulturen

“Grundversorgung“ - ein Beitrag zum öffentlich-rechtlichen Programmauftrag

28622 von Lojewski, Günther S/W
Do 17:00-20:00h 14-tägl. Raum 105 26.04.2000 12 Credits

Kommentar:

“Grundversorgung“, das ist nach Auffassung des Bundesverfassungsgericht ein wesentlicher Teil des Programmauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das war nicht zweifelhaft, als die Landesrundfunkanstalten noch ohne Konkurrenz waren. Mit dem Aufkommen kommerzieller Konkurrenz erhielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch eine Bestands- und Entwicklungsgarantie. Aber hat er auch eine Existenzberechtigung, wenn es wirklich eine “Konvergenz“ aller Programme gibt? Wenn ein “vielfältiges“ Angebot auf dem Markt ist? Das Seminar will die gesetzlichen Voraussetzungen des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags in Gesetzen, Satzungen und Gerichtsurteilen herausarbeiten. Auf dieser Basis soll die Entwicklung des Programms durch drei (konkurrenzlose) Jahrzehnte beobachtet werden. Zu den Sitzungen des Seminars werden auswärtige Experten eingeladen werden, Medienrechtler ebenso wie Programmacher.

Ort:

Sender Freies Berlin, Masurenallee 8-14, Haus des Rundfunks

Vom “dualen“ zum “trialen“ Rundfunksystem? Bilanz und Prognose der elektronischen Massenkommunikation im vereinigten Deutschland

28624 Buchwald, Manfred S/W

Wochentag s.u. Zeit s.u. L 127 09.05.2001 12 Credits

Kommentar:

Mit der Einführung des privatrechtlichen kommerziellen Rundfunks zu Beginn des Jahres 1984 endete die mehr als dreißigjährige Epoche des öffentlich-rechtlichen Rundfunk-Oligopols. Seither spricht man vom ;dualen; Rundfunk aus einerseits öffentlich-rechtlichen und andererseits privatwirtschaftlichen Veranstaltern. In der Öffentlichkeit wird behauptet, dieses Mischsystem habe sich etabliert und bewährt. Zugleich wird unter dem Eindruck neuer Produktions-, Speicher- und Sendetechnologien ein ;triales; Rundfunksystem angekündigt, dessen dritte Säule der Bezahlrundfunk (aus z.B. Pay per View, Video on Demand, Pay TV u.a.) werden könne.

Termine:

- 09.05.2001 09:00:00 15:00:00 s.t.
- 30.05.2001 09:00:00 15:00:00 s.t.
- 20.06.2001 09:00:00 15:00:00 s.t.
- 11.07.2001 09:00:00 15:00:00 s.t.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit.

Grenzen der Medienökonomie

28625 Goldhammer, Klaus S/W
Do 18:00-20:00h L 224 03.05.2001 12 Credits

Kommentar:

Medienökonomische Erwartungen und Versprechungen gibt es viele, doch über die zahlreichen Grenzen und Probleme wird nur selten nachgedacht: Warum scheitern derzeit so viele Internet-Start Ups? Warum verlieren technische Systeme, obwohl sie erkennbar besser als die Konkurrenz sind? Warum haben viele erfolgreiche Unternehmen große Probleme mit disruptiven Medientechnologien? Warum ist der Begriff der Konvergenz möglicherweise ein Irrtum? Warum ist es so schwierig, Medienerfolge zu prognostizieren?

Solche und ähnliche Fragen werden thematisiert in Form eines "amerikanischen" Seminars: Alle Teilnehmer sind verpflichtet, ganze Bücher oder Auszüge zu den einzelnen Veranstaltungen vorzubereiten, um innerhalb des Seminars einen intensiven Diskussionsprozess zu befördern.

Email für Rückfragen: goldhammer@email.com. Alle übrigen Fragen sollten (bei allg. Interesse) während oder (bei individueller Problemlage) nach der Lehrveranstaltung besprochen werden.

Literatur:

Pflichtlektüre vorab zur Teilnahme am Seminar:

Cringely, Robert X. (1992): Accidental Empires. How the boys of Silicon Valley make their millions, battle foreign competition, and still can't get a date. Addison Wesley / Harper Business. ISBN 0 88730 855 4

Bibliographie:

Brooks, Frederick P. (1995): The mythical man month. Addison Wesley. ISBN: 0 201 83595 9

Carlton, Jim (1997): Apple. The inside story of intrigue, egomania, and business blunders. Random House. ISBN 0 8129 2851 2

Christensen, Clayton (1997): The innovators dilemma. When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business School Press. ISBN: 0 87 584 5851

Grove, Andy (1996): Only the paranoid survive. How to exploit the crisis points that challenge every company career. Currency Doubleday. ISBN: 0 385 48258 2

Johnson, Steve (1997): Interface Culture. How new technology transforms the way we communicate. Harper Edge, San Francisco, ISBN: 0 06 251482 2

Landauer, Thomas K. (1995) The trouble with computers. Usefulness, Usability and Productivity. MIT Press. ISBN: 0 262 12186 7

Neumann, Peter G. (1995): Computer Related Risks. ACM Press. ISBN: 0 201 55805 x

Norman, Donald A (1998): The invisible computer. Why good products can fail, the personal computer is so complex and information appliances are the solution. The MIT Press. ISBN: 0 262 14065 9

Rochlin, Gene I. (1997): Trapped in the net. The unanticipated consequences of computerization. Princeton University Press. ISBN: 0 691 01080 3

Shenk, David (1997): Data Smog. Surviving the Information Glut. Abacus, London. ISBN: 0 349 10948 6

Schoder, Detlef (1995): Erfolg und Misserfolg telematischer Innovationen. Gabler Verlag, Wiesbaden, ISBN: 3 8244 6218-4

Wolff, Michael (1998): Burn Rate. How I survived the goldrush years on the Internet. Orion Books, ISBN: 0 75282 623 9

Generelle Aspekte

Dörner, Dietrich (1989): Die Logik des Misslingens. Strategisches Denken in komplexen Situationen. Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg, ISBN 3499 19314 0

Kelly, Kevin (1994): Out of Control. The new biology of Machines, Social Systems and the Economic World. ISBN 0 201 48340 8

Stoll, Clifford (1995): Silicon Snake Oil. Second Thoughts on the Information Highway. Doubleday. ISBN: 0 385 41993 7

Tenner, Edward (1997): Die Tücken der Technik. Wenn Fortschritt sich rächt. Engl.: Why things bite back. Technology and the revenge of unintended consequences. S. Fischer, Frankfurt/Main. ISBN 3 100800168

Porter, Michael (1998): Competitive Strategy. (Neue Auflage) Simon & Schuster; ISBN: 0 684 8414 87

WWW:

<http://www.GoldMedia.de>
www.rundfunkonline.de

Strategien für Infrastrukturen in der Informations- und Kommunikationstechnik

28626 Klumpp, Dieter S/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. Nur am 23.4.: Osteuropa-Institut, (Raum 105) Garystr. 55, alle anderen Lehrveranstaltungen finden in Raum L 127 (Lankwitz) statt 23.04.2001 12 Credits

Kommentar:

1 Infrastrukturstrategien für die I & K-Technik im globalen Wettbewerb (23. April)

Die Veranstaltung zeichnet die fundamentalen Änderungen nach, die sich in den Infrastrukturstrategien in Deutschland in den letzten Jahrzehnten vollzogen haben. Von einer traditionellen staatlichen Infrastrukturaufgabe (Versorgung) entwickeln sich zunächst noch im Monopolmuster Zusatzaufgaben wie Modernisierung. Schon unter Wettbewerbsgesichtspunkten stoßen in den Achtzigern Telekommunikation und Medientechnik in der Debatte um ein Universalnetz zusammen. Mit den alten und neuen Betreibern entwickelt die Politik in den Neunzigern ein Impulskonzept für Dienste, denen der Infrastrukturbau kaum nachkommt. Heute steht Deutschland unmittelbar vor neuen Infrastrukturaufgaben wie UMTS, vor allem aber der Modernisierung des TV-Kabelnetzes. Die Wertschöpfungskette muss durch eine Vielzahl von Akteuren völlig neue Strategien für die Infrastruktur des 21. Jahrhunderts entwickeln.

2 Modernisierung der Volkswirtschaft mit I & K in den Siebzigern (18. Mai)

2.1 KTK - Anfang und Ende der Expertenherrschaft

2.2 Digitalisierung Telefonnetz - Keine Insel im Weltmarkt mehr

3 Glasfaser vs. TV-Kabelnetz - die Auseinandersetzung in den Achtzigern (1. Juni)

3.1 Kabelpilotprojekte für Medien der Länder

3.2 Das TV-Kabel als Vision des Postministers

4 Innovationspolitik für Multimedia - die Initiativen in den Neunzigern (29. Juni)

4.1 Vom ISDN zu xDSL - die vermittelte Kommunikation

4.2 Marktplatz, Wettbewerb und Rückzug des Staats

5 Modernisierung des Kabelnetzes - die Konvergenzdebatte heute (13. Juli)

5.1 Dienstorientierung und Konvergenz

5.2 Handlungsbedarf in neuen Akteursstrukturen

Termine:

23.04.2001 18:00:00 20:00:00 s.t.

18.05.2001 10:00:00 17:00:00 s.t.

01.06.2001 10:00:00 17:00:00 s.t.

29.06.2001 10:00:00 17:00:00 s.t.

13.07.2001 10:00:00 17:00:00 s.t.

Zur Theorie der Aufmerksamkeitsökonomie

28621 Krone, Jan S/WP
Do 14:00-16:00h L 227 19.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Durch zunehmende Medienvielfalt im Gattungs- und Programmbereich und der damit einhergehenden Fülle von Informations-, Unterhaltungs- und Inter/Transaktionsangeboten ist neben den Rezeptionsmöglichkeiten ein Wandel des Ökonomiebegriffs festzustellen. Der für die Industriegesellschaft dominanten Form der Güterökonomie haben sich mit dem Übergang in die Informationsgesellschaft mit ihren immateriellen Gütern weitere Ökonomieformen Platz geschaffen. Die Ökonomie des Schenkens und die Aufmerksamkeitsökonomie als Bestandteile der New Economy beschreiben grundlegende Veränderungen. Besonders betroffen sind in diesem Kontext die audiovisuellen Medien selbst wie auch ihre Funktion für die Konsumgüter produzierende Wirtschaft. Ausgehend von diesem Wandel soll in dem Seminar versucht werden, die Aufmerksamkeitsökonomie in den Bereich der Medienökonomie einzuarbeiten und auf seine möglichen Auswirkungen für die Akteure am Medienmarkt hin zu untersuchen.

Zulassung:

Teilnahmevoraussetzung ist der erfolgreiche Abschluss der Grundstudiumsvorlesung "Grundstrukturen des Mediensystems".

Anmeldung gültig bis:

2001-05-03

Leistungsanforderungen:

Referat und schriftliche Hausarbeit

Literatur:

Pflichtlektüre für alle Teilnehmenden:

Franck, Georg: Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München/Wien 1998.

Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden 2000.

stattfinden. Die Teilnahme daran ist unabdingbare Voraussetzung für den

Scheinerwerb!

Aufgrund des Experimentalcharakters und der technischen Gegebenheiten muß

die Zahl der Teilnehmer 30 begrenzt werden. Listen dazu werden im

Sekretariat von Prof. Schütz, bei Frau Dietl, Humboldt Universität, Institut

für deutsche Literatur, Mitte, Schützenstr. 21, Raum 336, ab 1. April, je

von 10 bis 13 Uhr, ausliegen.

Zulassung:

siehe Kommentar

Ort:

Schützenstr. 21, Humboldt Universität, Institut für deutsche Literatur

Anmeldung:

1. Sitzung

Teilnehmerbegrenzung:

30

Leistungsanforderungen:

1. Sitzung

Ausstellungsplanung und Kommunikation im Museum

28703 Graf, Bernhard S/W
Mi 10:00-12:00h L127 25.04.2001 Credits

Kommentar:

Mit diesem Seminar erhalten die Teilnehmer Einblicke in die Planungsgrundlagen von Museumsausstellungen. Einleitend werden die Strukturen des Museumswesens vorgestellt und aktuelle Ausstellungsformen vergleichend besprochen. Am Beispiel aktueller Museums- und Ausstellungsprojekte werden Grundzüge des Ausstellungsmanagements, der Koordination großer Ausstellungen, aber auch die Planungsschritte kleinerer thematischer Ausstellungen vorgestellt und diskutiert. Ein besonderer Schwerpunkt ist dabei die besucherorientierte Ausstellungsplanung. Die Präsentationsformen von ausstellungen und ihr Wandel sind ein weiterer Schwerpunkt des Seminars, ebenso die ausstellungsdidaktischen und museumspädagogischen Vermittlungsformen der Museen.

In einem zweiten Teil des Seminars werden die Teilnehmer Ausstellungen in den Museen Berlins besuchen und

hinsichtlicher ihrer Konzeption und Vermittlungsform vorstellen und diskutieren. Hierauf sollen sich auch die Seminararbeiten der Teilnehmer beziehen.

Anmeldung:

Bitte in die Anmelde Listen am ;schwarzen Brett; in der 6. Etage eintragen.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme. Durch die Anfertigung von Hausarbeiten zu einem einschlägigen Thema können Leistungsnachweise erworben werden.

Literatur:

Literaturhinweise werden im Verlauf des Seminars gegeben.

Skulptur und Zeichen

28705 Riedel, R. Manfred S/W
Mi 17:00-19:00h L 227 25.04.2001 Credits

Kommentar:

Skulptur und Plastik sollen in diesem Seminar hinsichtlich ihres "Zeichenhaften" und dessen, "wofür dieses steht", untersucht und einer entwicklungsgeschichtlichen Analyse unterzogen werden. Dabei soll das Betrachtungsspektrum von frühgeschichtlichen Bildwerken bis zu den Entwürfen für ein Berliner Holocaust-Denkmal reichen.

Zur Veranschaulichung sind Museums- und Werkstattbesuche vorgesehen.

Anmeldung:

Bitte in die Anmelde Liste am ;schwarzen Brett; in der 6. Etage eintragen

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme. Durch Anfertigung von Hausarbeiten zu einem einschlägigen Thema können Leistungsnachweise erworben werden.

Medienseminar Film/Video: Drehbuch

28661 Schneider, Carsten S
Mi 14:00-18:00h 14-tägl. L128 25.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Ziel des Seminars ist es, Grundlagen des Drehbuchschreibens und der dramaturgischen Analyse fiktionaler Stoffentwicklungen zu erarbeiten.

Kommentar:

Inhaltlicher Schwerpunkt des Seminars ist einerseits die dramaturgisch-analytische Sicht auf ausgewählte fiktionale Stoffe. An Beispielen wird in die Analyse der Handlungsstruktur, der Handlungsgliederung in Akte, Sequenzen und Szenen sowie der Figurenkonzeption und -konstellation (u.a. aktueller / latenter Konflikt, Subtext, Charakterwandel) eingeführt. Ausführlich wird die Schreibweise der "Analysewerkzeuge" "Step Outline" und "Szenisches Protokoll" behandelt.

Den zweiten Schwerpunkt des Seminars bildet die kreative Auseinandersetzung mit den erarbeiteten filmdramaturgischen Gestaltungsprinzipien. Nach gestellten Rahmenbedingungen schreiben die Teilnehmer/innen "Ideenskizzen", die sie zu "Szenischen Treatments" ausarbeiten. Diese Entwürfe werden im Seminar hinsichtlich ihres Entwicklungspotentials (Thema, Erzählmotiv, Figurenkonstellation, Konfliktstruktur, Subplots, filmischen Potential) dramaturgisch diskutiert.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat bzw. Präsentation und Hausarbeit

Literatur:

Benke, Dagmar / Schütte, Oliver (1997) Drehbuchanalyse "Die Sieger". In: Der bewegte Film. Aufbruch zu neuen deutschen Erfolgen. Hrsg. v. Heike Amend & Michael Bütow. Berlin: Vistas, S. 137-159.

Bordwell, David (1988) Narration in the fiction film . London: Routledge.

Dancyger, Ken / Rush, Jeff (1995) Alternative scriptwriting: writing beyond the rules. Boston : Focal Press.

Howard, David / Mabley, Edward (1993) The tools of screenwriting: a writer's guide to the craft and elements of a screenplay. Introduction by Frank Daniel. New York: St. Martin's Press. (Dt.: Drehbuchhandwerk. Technik und Grundlagen mit Analysen erfolgreicher Filme. Köln 1996).

Jarothé, Sabine (1991) Die Kunst des Drehbuchschreibens: eine internationale Bibliographie der Literatur zum Drehbuchschreiben. Hrsg. v. Wolfgang Längsfeld. München: Filmland Presse.

Kasten, Jürgen (1990) Film schreiben. Eine Geschichte des Drehbuchs. Hrsg. v. Eva H. Plattner u. d. Österr. Gesell. Für Filmwissenschaft. Wien: Hora (Hora Studien. 4.).

McKee, Robert (1997) Story: substance, structure, style, and the principles of screenwriting. New York: Regan Books. (Dt.: Story. Die Prinzipien des Drehbuchschreibens. Berlin 2000).

Mühl-Benninghaus, Wolfgang / Zerdick, Axel (Hrsg.) (2000) Fernsehen. Berlin: Vistas (Ökonomie der audiovisuellen Medien. 1.).

Seger, Linda (1994) Making a good script great . 2nd, revised & expanded ed. Hollywood : Samuel French. (Dt.:

Das Geheimnis guter Drehbücher. Berlin 1997).

Thompson, Kristin (1999) Storytelling in the new Hollywood: understanding classical narrative technique. Cambridge/London: Harvard University Press.

Vorderer, Peter / Wulff, Hans J. / Friedrichsen, Mike (1996) Suspense: conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates (LEA's communications series.).

Wulff, Hans J. unter Mitarbeit v. Klemens Hippel (2000) TV-Movies "Made in Germany": Struktur, Gesellschaftsbild, Kinder- und Jugendschutz. Teil 1: Historische, inhaltsanalytische und theoretische Studien. Hrsg.: Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR), Kiel. Kiel: ULR (Themen, Thesen, Theorien. 16.).

Wuss, Peter (1993) Filmanalyse und Psychologie. Strukturen des Films im Wahrnehmungsprozeß. Berlin: Edition Sigma (Sigma Medien-wissenschaft. 15.).

<http://www.bangkok.com/mypage/moviescripts> (amerikan. Drehbücher)

<http://www.bibl.hff-potsdam.de> (Film-Links)

<http://www.drehbuchautoren.de> (Verband Deutscher Drehbuchautoren)

<http://www.rosebud.com.br> ((amerikan.) Drehbücher)

<http://www.script-o-rama.com> ((amerikan.) Drehbücher)

<http://www.zweitausendeins.de/filminfo> (deutsche Drehbücher)

Wirtschaftsjournalismus

28662 Posner-Landsch, Marlene S
Do 10:00-14:00h 14-tägl. L 128 03.05.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Wirtschaftsthemen nehmen im Journalismus einen zunehmend breiteren Raum ein. Zeitgleich werden aber auch die Defizite des Wirtschaftsjournalismus in Theorie und Praxis beklagt. Wo steht der Wirtschaftsjournalismus heute und wo geht er künftig hin? Das Seminar beschäftigt sich in einem ersten Teil mit Inhalten, Formen und Qualitätsstandards der Berichterstattung anhand praktischer Beispiele.

Anmeldung:

Anmeldung unter arndtboz@zedat.fu-berlin.de.

**Rhetorik II:
Unternehmenskommunikation**

28663 Posner-Landsch, Marlene S
Do 10:00-14:00h 14-tägl. L128 26.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Wie kommunizieren Unternehmen? Welcher Sprache bedienen sie sich? Gibt es eine Rhetorik der Unternehmenskommunikation? Mit diesen Fragen beschäftigt sich das Seminar anhand der Regeln klassischer Rhetorik.

Zulassung:

Voraussetzung: Rhetorik I.

Anmeldung:

Anmeldung unter arndtboz@zedat.fu-berlin.de.

Wissenskommunikation

28664 Peuker, Sigrid S
Mo 10:00-14:00h 14-tägl. L128 23.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Wissenskommunikation ist Teil des organisationalen Wissensmanagements. Sie beinhaltet Prozesse wie das Verteilen, Vermitteln und Generieren von Informationen und Wissen. Das Gelingen von Wissenskommunikation ist abhängig von Zugang zu Wissen und Information, von den Fertigkeiten im Umgang mit Kommunikationsprozessen bzw. der Lernfähigkeit und außerdem von der Bereitschaft zum Austausch. Damit, wie diese Prozesse positiv beeinflusst werden können, wollen wir uns im Seminar befassen. Dafür werden wir einige Ansätze aus diesen Bereichen auswählen und sehr konkret und praktisch auf ihre Machbarkeit und ihre Ergebnisse hin untersuchen.

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, Präsentation und schriftliche Hausarbeit.

Literatur:

Nonaka, Ikujiro /Takeuchi, Hirotaka (1997). Die Organisation des Wissens: Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen. Frankfurt. Campus Verlag.

Reinmann-Rothmeier / Mandl (2000). Individuelles Wissensmanagement: Strategien für den persönlichen Umgang mit Informationen und Wissen am Arbeitsplatz. Bern. Verlag Hans Huber.

Friedemann Schulz von Thun (1981ff). Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Friedemann Schulz von Thun (1998ff). Miteinander reden 3: Das "innere Team" und situationsgerechte Kommunikation. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

**Zur Ideengeschichte der Kultursemiotik:
von F. de Saussure bis U. Eco**

28665 Wenzel, Vera S
Mo 14:00-16:00h L128 23.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Die Ideengeschichte der Wissenschaft konstituiert einen besonderen Typ der historischen Analyse der Wissenschaft. Sie zeigt zum einen, wie das wissenschaftliche Wissen sich quer über die existierenden Disziplinen verbreitet und dabei die Grenzen zur Philosophie, Literatur und anderen Bereichen überschreiten kann. Zum anderen gehören Genese und Kontinuität von Problemen und Begriffen zu den grossen Themen der Ideengeschichte.

Im Kurs wird die Idee F.de Saussures von der künftigen Wissenschaft der Semiologie im Zusammenhang mit seinen sprachwissenschaftlichen Konzepten thematisiert. Davon ausgehend werden Probleme der Transformation der Ansätze F.de Saussures diskutiert, die später von anderen Autoren vorgenommen wurde.

Von den Teilnehmern wird die Bereitschaft zum kontinuierlichen Lesen mit anschliessender Diskussion der entsprechenden Texte erwartet.

Leistungsanforderungen:

Regelmässige Teilnahme, Referat und Hausarbeit

Literatur:

Barthes, Roland; Elemente der Semiologie, Suhrkamp 1983.

Barthes, Roland; Das semiologische Abenteuer, Suhrkamp Verlag 1988.

Eco, Umberto; Einführung in die Semiotik, Wilhelm Fink 1994.

Hjelmslev, Louis; Prolegomena zu einer Sprachtheorie, Max Hueber Verlag 1974.

**Erkenntnistheoretische Aspekte der
modernen Semiotik**

28666 Wenzel, Vera S
Do 14:00-16:00h L128 26.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Gegenwärtige Diskussionen über die Informations- und Wissensgesellschaft stellen erneut Fragen bezüglich des Status der wissenschaftlichen Erkenntnis. In dem Kurs wird Wissen in einen semiotischen Kontext gesetzt. Auf der Grundlage einer triadischen Logik der Zeicheninterpretation hat Ch.S.Peirce seine Zeichentheorie zu einer semiotischen Erkenntnistheorie erweitert. Diese dreistellige Basis der Erkenntnis in einer semiotischen Perspektive

wird im Zusammenhang mit der Rolle der Zeichen bei der wissenschaftlichen Erkenntnis thematisiert.

Von den Teilnehmern wird die Bereitschaft zum kontinuierlichen Lesen mit anschließender Diskussion der entsprechenden Texte erwartet.

Leistungsanforderungen:

Regelmässige Teilnahme, Referat und Hausarbeit

Literatur:

Apel, Karl-Otto; Transformation der Philosophie, Bd. I, II, Suhrkamp 1973.

Derrida, Jacques; Die Schrift und die Differenz, Suhrkamp 1972.

Foucault, Michel; Die Ordnung der Dinge, Suhrkamp 1997.

Peirce, Charles Sanders; Naturordnung und Zeichenprozess: Schriften über Semiotik und Naturphilosophie, Suhrkamp 1998.

die zyklisch ablaufende, diskrete und kontinuierliche, objektive und subjektive Zeit. Neuerdings wird sogar von Punktzeit gesprochen. Lehrreich ist die Geschichte von Zeit. Ab Beginn der Menschheit stehen zyklische Abläufe, wie die Jahreszeiten, der Aufgang des Morgengestirns, der Mondzyklus und die Tageszeiten sowie Zeiten zum Säen und Ernten. Schon damals gab es für die Zeit zuständige Personen mit entsprechender Macht. Sie machten die Zeit, wie spätere Herrscher das Geld. Schwieriger sind schon Fragen nach dem Aufkommen von Stunde, Minute und Sekunde. Bedeutsam ist das Entstehen der verschiedenen Uhren, insbesondere der Räderuhr. Warum brauchen wir heute Tausendstel, Millionstel und Milliardstel Sekunden? Die persönliche Zeit wiederum wird völlig anders genutzt. Es gibt sogar Aussagen, dass es eigentlich keine Zeit gibt, sondern dass sie nur ein subjektives Erlebnis ist. Eine andere Seite der Zeit sind Kalende. Warum wurden sie mehrfach geändert? Mit dem Seminar soll versucht werden, zu Ausschnitten aus dieser Vielfalt Aussagen zu gewinnen. Dafür stehen eine umfangreiche Literaturliste und Auszüge aus verschiedenen Arbeiten zur Verfügung.

Anmeldung:

Bitte in die Anmelde-Liste am "schwarzen Brett" in der 6. Etage eintragen

Leistungsanforderungen:

Regelmässige Teilnahme. Durch die Anfertigung von Hausarbeiten zu einem einschlägigen Thema können Leistungsnachweise erworben werden.

WWW:

<http://www.kommwiss.fu-berlin.de/~voelz>

**Colloquium für Examenskandidaten:
Ausgewählte Probleme der Semiotik und
Kommunikationstheorie**

28668 Posner-Landsch, Marlene C
Di 10:00-12:00h L 128 17.04.2001 8/1 Credits

Anmeldung:

Anmeldung unter arndtboz@zedat.fu-berlin.de.

**Colloquium für Doktoranden:
Ausgewählte Probleme der
Unternehmenskommunikation**

28669 Posner-Landsch, Marlene C
Wochentag s.u. Zeit s.u. nach Vereinbarung Datum s.u.
Credits

Ort:

nach Vereinbarung

**Funktionsweise und Gestaltung von
Kommunikations- und
Entscheidungsprozessen in den
Unternehmen**

28704 Sorg, Stefan S/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 221 am 25.06. in L 225 Datum
s.u. Credits

Kommentar:

Die Funktionsweisen eines Unternehmens im Bereich der Entscheidungs- und Kommunikationsprozesse sind alles andere als transparent und eindeutig.

Dementsprechend bedeutsam ist die adäquate Beschreibung und Analyse der

Gegebenheiten. Konzepte der reinen Lehre können hierbei hilfreich sein,

sollten aber immer wieder mit dem empirischen Material konfrontiert werden,

**Eigenschaften, Möglichkeiten und
Grenzen von Zeit**

28702 Völz, Horst S/W
Di 10:00-12:00h L 127 24.04.2001 Credits

Kommentar:

Zeit besitzt vielfältige Eigenschaften und Dimensionen, u.a. gibt es physikalische und psychologische, linear und

welches sich mittlerweile angesammelt hat. Es zeigt sich, daß eine Typologie

der Entscheidungs- und Kommunikationsaufgaben für eine aussagefähige

Beschreibung von Mechanismen und Zusammenhängen hilfreich sein kann. Das

Seminar wird sich um eine ungeschminkte, auf verschiedene Kontexte zurückgreifende Darstellung und Würdigung der vorhandenen Entscheidungs- und

Kommunikationspraktiken in den Unternehmen bemühen und Folgerungen für deren

Steuerungserfordernisse erarbeiten.

Termine:

07.05.2001 10:00:00 16:00:00 s.t.

08.05.2001 10:00:00 16:00:00 s.t.

25.06.2001 10:00:00 16:00:00 s.t.

26.06.2001 10:00:00 16:00:00 s.t.

Diffusion kommerzieller IuK-Technologie

28706 Weißbach, Rüdiger S/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 225 Datum s.u. Credits

Kommentar:

Seit einigen Jahren vergeht kaum ein Monat, in dem nicht irgend welchen Entwicklungen im Bereich der IuK-Techniken eine phantastische Zukunft prognostiziert wird. Die wenigsten dieser Prognosen treffen dann auch nur annähernd ein.

In der Veranstaltung soll anhand aktueller Entwicklungen (Mobilfunk) die Prognose- und Diffusionsproblematik für kommerziell genutzte IuK-Technik untersucht werden. Dabei sollen Aspekte aus verschiedenen forschungsrichtungen analysiert und ggfs. kombiniert werden. Die private Nutzung von IuK-Technologie ist nicht spezieller Gegenstand des Seminars, ist aber ggfs. ebenfalls mit zu betrachten.

Termine:

27.04.2001 10:00:00 14:00:00 s.t.

Anmeldung:

Bitte in die Anmelde Listen am "schwarzen Brett" eintragen

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme. Durch Anfertigung von Hausarbeiten zu einem einschlägigen Thema können Leistungsnachweise erworben werden.

Visuelle Präsentation

28707 Eckert, Hartmut S/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

Kommentar:

Fast alle Produkte und Dienstleistungen sind auf einem hohen Niveau. Es gibt immer mehr qualifizierte fähige Arbeitskräfte, die sich um einen Job bemühen. Ausschlaggebend ist oft der persönliche Eindruck, die Präsentation. Egal, in welchem Bereich, das Auge ißt mit.

Wir wollen uns verschiedene Arten der Präsentation ansehen:

- auf Messen
- bei der Jobsuche
- bei Firmenpräsentation
- Platzierung von Waren im Laden
- Verpackungen etc.
- Werbeanzeigen.

Zulassung:

Kenntnisse und Erfahrung mit Power Point

Termine:

30.04.2001 09:00:00 18:00:00 s.t.

25.05.2001 09:00:00 18:00:00 s.t.

Anmeldung:

Bitte in die Anmelde Listen am "schwarzen Brett" in der 6. Etage eintragen

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme. Durch Anfertigung von Hausarbeiten zu einem einschlägigen Thema können Leistungsnachweise erworben werden

Grundlagen der Bildbearbeitung beim "Digital Imaging"

28708 Hennings, Ralf-Dirk S/W
Do 16:00-17:30h L 127 Datum s.u. Credits

Kommentar:

Veranstaltung des Hauptstudiums zum Thema Digital Imaging für informations- und kommunikationswissenschaftliche bzw. -technische Anwendungen in Firmen und Institutionen (inkl. bibliotheken, Archiven und Dokumentationseinrichtungen) mit einem elektronischen Knowledge Management. auf der Grundlage von englischsprachigen Tutorials und anderen geeigneten Quellen aus dem Internet sowie aktuellen Aufsätzen aus Fachzeitschriften wird ein umfangreiches deutschsprachiges Skript behandelt.

Themen sind: Scannen von Fotografien und Filmen, Mikrofilm-Prozesse, hybride Lösungen, Metadaten sowie ausgewählte Fallstudien im Hinblick auf Long-term Preservation & Access.

Anmeldung:

Bitte in die Anmelde­liste am ;schwarzen Brett; in der 6. Etage eintragen

Leistungsanforderungen:

Ständige aktive Mitarbeit, Vor- und Nachbereitung von schriftlichen Unterlagen, kleine Übungen und Recherchen.

Möglichkeit zur Anfertigung von Hausarbeiten mit Leistungsnachweis.

Lernziele:

Theorie und Praxis des Fernsehjournalismus in Deutschland. Programm- und Arbeitsformen werden analysiert und theoretisch (z.T. auch praktisch) vorgeplant.

Kommentar:

Strukturen und Bedingungen des Fernsehjournalismus in Deutschland. Meinungsfreiheit - Ausgewogenheit - Einfluß von Interessengruppen. Programmplanung und Sendeaufwicklung. Von der Idee bis zum sendefähigen Beitrag. Formen im Fernsehjournalismus. Praxis der Medienarbeit: Exposé, Treatment, Drehplan, Schnittplan, Textbuch. Bildsprache - Filmsprache. Bild/Tonverhältnis. Die Bild/Tonschere. Verständlichkeit von Fernseh­texten. Interview- und Aufnahmetechnik. Analyse, Protokoll, Bewertungskriterien. Vorführung praktischer Beispiele.

Zulassung:

Teilnahme nur für Studenten im Hauptstudium.

Anmeldung:

Aufnahme in das Seminar nur bis zur 2. Sitzung (Eintrag in die kursierende Teilnehmerliste).

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und Abschlußarbeit (Analyse eines Magazinbeitrags).

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

4.3 Journalismus

Medienseminar Hörfunk

28672 Wosnitza, Andreas MeS/WP
Do 12:00-14:00h M 025 19.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Kenntnisse der Funktion und Funktionsweise des Hörfunks als Voraussetzung für die Praxisseminare.

Kommentar:

Analyse der Organisation, der Arbeitsformen, der Berufsbilder und der medienpolitischen Rahmenbedingungen des Hörfunks in Deutschland im Kontext der historischen Entwicklung.

Zulassung:

Teilnahme nur für Studenten im Hauptstudium.

Anmeldung:

Eintrag in die kursierende Teilnehmerliste (in Ausnahmefällen bis zur 2. Sitzung).

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und Abschlussarbeit

WWW:

<http://www.uniradio.de>

Wirtschaftsjournalismus

28675 Ruß-Mohl, Stephan PjS/W
Di 14:00-18:00h 14-tägl. L 225 24.04.01 12/1 Credits

Kommentar:

Kaum irgendwo in der Medienbranche tobt derzeit der Wettbewerb um Leser, Hörer und Zuschauer heftiger als im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung. Jeder deutsche Verlagsgigant - von Bertelsmann und Burda über Holtzbrinck bis hin zu Springer - hat die zahlungskräftige neue Klientel bereits vor geraumer Zeit entdeckt und wartet entweder mit Newcomern oder mit Relaunches altbekannter Wirtschafts-Titel auf.

Gegenstand des Seminars sind Grundlagen und Grundprobleme des Wirtschaftsjournalismus. Besondere Aufmerksamkeit wird dabei der Ethik des Wirtschaftsjournalismus und der Qualitätssicherung im Wirtschaftsjournalismus gezollt werden - und der Frage, inwieweit sich der Wirtschaftsjournalismus der ;New Economy; gegenüber dem der ;Old Economy; grundlegend verändert. Eine zentrale Thema, mit dem sich der ;neue; Wirtschaftsjournalismus auseinandersetzen muß, betrifft dabei den Umgang der Medien mit sich selbst, denn fraglos sind an der Schwelle des 21. Jahrhunderts die Medien-

Medienseminar Fernsehen

28673 Göpfert, Winfried MeS/WP
Di 18:00-20:00h L 128 17.04.2001 12/1 Credits

Kommentar:

Das Kolloquium wendet sich in erster Linie an Magisterkandidaten/innen und Doktoranden/innen. Besprochen werden der Stand der Forschung zum Wissenschaftsjournalismus und Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Dazu stellen die Magisterkandidaten/innen regelmäßig ihre Arbeiten vor und es werden Fragen der Methodewahl, der Forschungslogik und der Forschungspraxis besprochen. Von Zeit zu Zeit halten externe Wissenschaftler einen Gastvortrag.

Zulassung:

Nur nach Anmeldung und persönlicher Einladung.

Anmeldung:

Mögliche Interessenten an einer Magisterarbeit im Bereich Wissenschaftsjournalismus sollen sich frühzeitig in der Sprechstunde der Dozenten melden, um zum Kolloquium eingeladen zu werden.

Leistungsanforderungen:

Gelegentlich eigener Vortrag im Kolloquium.

Literatur:

Merkblatt zum Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten: herunterladen unter dem Menüpunkt "Materialien" auf der unten angegebenen Webpage.

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

Wissenschaftsmagazin "dimensionen"

28776 Göpfert, Winfried SÜ/W
Mo 16:00-18:00h 14-tägl. L 213 23.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Recherchieren und Schreiben von Beiträgen (Magazinsgeschichten) für unser Wissenschaftsmagazin "dimensionen", das zu Semesterende erscheinen soll. Kostenlose Probehefte gibt es in Raum L 431.

Kommentar:

Unter Anleitung eines erfahrenen Wissenschaftsjournalisten wird praxisnah recherchiert, geschrieben und redigiert. Die Teilnehmer werden gebeten, schon vor dem Seminar eigene Recherche-Ideen zu verfolgen und bei möglichen Ansprechpartnern nachzufragen.

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Presse oder des Ressortseminars Wissenschaftsjournalismus oder einschlägige Erfahrungen.

Anmeldung:

Anmeldeverfahren Praxisseminare und Erscheinen zur ersten Sitzung

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und druckfähige Artikel.

Literatur:

"Recherche im Wissenschaftsbetrieb" und "Eine Geschichte bauen", in Winfried Göpfert/Stephan Ruß-Mohl (Hrsg.): Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, 4. Auflage, List Verlag, München 2000.

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

uniRadio: Das Wissenschaftsmagazin

28777 Lehmkuhl, Markus SÜ/W
Di 14:00-16:00h L 218 und Tonstudio L 224 17.04.2001
4/1 Credits

Lernziele:

Ziel des Seminars ist die laufende Produktion der Wissenschaftssendungen "Neues aus dem Elfenbeinturm" und "Talk im Elfenbeinturm" für das uniRadio Berlin-Brandenburg. Die Sendung ist voraussichtlich einmal monatlich sonntags von 20-21 Uhr auf UKW 87,9 zu hören.

Kommentar:

Unter Anleitung eines erfahrenen Wissenschaftsjournalisten werden Hörfunkbeiträge praxisnah recherchiert, geschrieben, gesprochen, moderiert, interviewt, geschnitten und produziert.

Es wäre gut, wenn Sie schon vor dem Seminar beginnen würden, eigene Recherche-Ideen zu verfolgen und bei möglichen Interviewpartnern nachzufragen.

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder des Ressortseminars Wissenschaftsjournalismus oder einschlägige Erfahrungen.

Anmeldung:

Anmeldeverfahren Praxisseminare und Erscheinen zur ersten Sitzung.

Leistungsanforderungen:

Sendefähige Beiträge, Moderation von Sendungen, Übernahme redaktioneller Arbeit.

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

Wissenschaft im Radio

28778 Göpfert, Winfried SÜ/W
Di 16:00-18:00h L 213 17.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Kenntnis und Beherrschung von Qualitätskriterien für eine gute Hörfunkberichterstattung über Wissenschaftsthemen.

Kommentar:

Anhand von Beispielen wollen wir uns zunächst in gute und schlechte Wissenschafts-Radioberichte "ein hören". Danach beschäftigen wir uns mit den Kriterien für eine gute Hörfunkberichterstattung über Wissenschaftsthemen sowie mit den verschiedenen Formen (gebauter Beitrag, Interview, Reportage, Studiogespräch). Wir besprechen die Funktion dieser Formen und ihren sinnvollen Einsatz. Ferner geht es um die Fragen: Was gehört in die Moderation, was in den Beitrag? Welche Rolle spielen Musik und Geräusche? Wie lässt sich für das Hören schreiben? Worauf ist beim Sprechen zu achten? Welche Funktionen haben Autor und Redakteur? Vor allem aber werden wir uns in diesem Seminar mit den Entwürfen und fertigen Beiträgen beschäftigen, die im Seminar "uniRadio: Das Wissenschaftsmagazin" erarbeitet werden und im uniRadio gesendet werden sollen.

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des

Medienseminars Hörfunk oder des Ressortseminars Wissenschaftsjournalismus oder einschlägige Erfahrungen. Das Seminar wird in Ergänzung zur Veranstaltung "uniRadio": Das Wissenschaftsmagazin" angeboten und sollte parallel besucht werden.

Anmeldung:

Anmeldeverfahren Praxisseminare und Erscheinen zur ersten Sitzung

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und sendefähige Beiträge.

Literatur:

"Wissenschaft im Radio" und "Zahlenspiele", in Winfried Göpfert/Stephan Ruß-Mohl (Hrsg.): Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, 4. Auflage, List Verlag, München 2000.

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

Bl 14:00-18:30h 14-tägl. L 224 (Tonstudio) 28.04.01 4/1 Credits

Kommentar:

Ergänzend zum Praxisseminar "uniRadio: Das Wissenschaftsmagazin", sollen hier die handwerklichen Fertigkeiten für Wissenschaftsjournalisten im Radiobetrieb trainiert werden. Das Seminar wird sich insbesondere mit folgenden Themen beschäftigen:

- Wissenschaftsthemen als Hörfunkthemen,
- Training für Interviews mit Wissenschaftlern,
- komplexe Dinge einfach ausdrücken sowie
- fürs Hören schreiben.

Jörg Göpfert ist ein erfahrener Wissenschaftsjournalist, der hauptsächlich für das Radio arbeitet.

Zulassung:

Teilnehmer des Seminars "uniRadio: Das Wissenschaftsmagazin" sind automatisch Teilnehmer des Radiotrainings. Trotzdem sind Anmeldungen möglich, da vermutlich einige Plätze frei bleiben werden.

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und sendefähige Beiträge (kein gesonderter Teilnahmechein).

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

uniRadio: Nachrichten im Hörfunk

28780 Schäfer, Jürgen SÜ/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. 4/1 Credits

Lernziele:

Theoretisch-praktische Auseinandersetzung mit Nachrichten im Hörfunk.

Kommentar:

Analyse von Nachrichten am Beispiel von Inforadio im SFB und Übungen. Herstellen von Hochschulnachrichten für uniRadio, Arbeit am Computer. Schreiben und Sprechen der Nachrichten im Studio.

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder eines entsprechenden Ressort-Seminars.

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder eines entsprechenden Ressort-Seminars.

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder eines entsprechenden Ressort-Seminars.

Radio-Training für Wissenschaftsjournalisten

28779 Göpfert, Jörg SÜ/W

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder eines entsprechenden Ressort-Seminars.

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder eines entsprechenden Ressort-Seminars.

Ort:

uniRadio, Thielallee 50, 14195 Berlin

Anmeldung:

Anmeldeverfahren Praxisseminare und Erscheinen in der ersten Sitzung.

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und sendefähige Beiträge.

Literatur:

Horsch/Ohler/Schwiesau (Hrsg.): Radio-Nachrichten. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, List Verlag, München 1994.

WWW:

<http://www.uniradio.de>

Wirtschaft und Politik (SFB)

28781 Schild, Helmut SÜ/W
 Wochentag s.u. Zeit s.u. siehe Aushang Datum s.u. 4/1
 Credits

Lernziele:

Theoretisch-praktische Auseinandersetzung mit Wirtschafts- und Politikberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen

Kommentar:

Programmebeobachtung vor Ort, Übungen der diversen Darstellungsformen, Produktion einer Übungssendung im Studio (SFB).

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder eines entsprechenden Ressort-Seminars.

Ort:

SFB, Haus des Rundfunks, Masurenallee 8-14, 14057 Berlin

Anmeldung:

Anmeldeverfahren Praxisseminare und Erscheinen zur ersten Sitzung

Leistungsanforderungen:

Übungsaufgaben und sendefähige Beiträge.

Literatur:

Walther von La Roche/Axel Buchholz (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, List Verlag, München 1994.

WWW:

<http://www.sfb.de>

Fernsehjournalismus II

28782 Scheel, Wolf SÜ/W
 Fr 10:00-12:00h L 213 oder Schneiderraum Fernsehen
 (AVID) L 105 20.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Einführung in die Grundzüge des Fernsehjournalismus.

Kommentar:

In praktischen Übungen werden die Prinzipien des Bild- / Tonschnitts vermittelt und seine kreativen Möglichkeiten, insbesondere unter Einsatz der nonlinearen digitalen Schnittsysteme erprobt (AVID, DV-Master).

Anhand von eigenem oder vorgegebenen Bild- und Tonmaterials sollen mit filmischen Mitteln Geschichten unterschiedlicher Aussagekraft erzählt werden. Erprobt werden Variationen von Einstellungen, ihrer Größe und ihres Blickwinkels, Veränderung der Reihenfolge der Einstellungen und ihrer Längen, sowie der Wechsel von Tempo und Schnittrhythmus.

Die praktischen Übungen finden in kleinen Gruppen statt.

Zulassung:

Nur offen für die Teilnehmer des Seminars Fernsehjournalismus I vom vergangenen Semester.

Anmeldung:

Keine Anmeldung möglich, da Fortsetzungsseminar.

Leistungsanforderungen:

Erstellen von kleinen Videobeiträgen. Regelmäßige Teilnahme.

Literatur:

Gerhard Schult/Axel Buchholz (Hrsg.): Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, 6. Auflage, List Verlag, München.

Handbuch der Filmmontage, Hrg. Hans Beller, TR-Verlagsunion, München

Karel Reisz / Gavin Millar, Geschichte und Technik der Filmmontage,

Filmlandpresse München

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

Fernsehmagazin

28783 Kaisik, Hanne SÜ/W
Mi 16:00-18:00h L 213 oder Schneiderraum Fernsehen
25.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Dreh, Schnitt und Endfertigung von Videos für ein Fernsehmagazin.

Kommentar:

In diesem Seminar geht es exemplarisch um die Produktion von Magazinbeiträgen aus allen Themenbereichen. Das Seminar ist sehr arbeitsintensiv und verlangt große zeitliche Flexibilität von den Teilnehmern. Die einzelnen Beiträge werden in kleinen Gruppen realisiert. Produziert wird auf professionellem Equipment mit einem professionellen Team. Jeder Teilnehmer soll zur ersten Sitzung mindestens einen vorrecherchierten Themenvorschlag präsentieren.

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Fernsehen oder des Medienseminars Film/Video oder einschlägige Erfahrungen.

Leistungsanforderungen:

Erstellung eines Videos. Regelmäßige Teilnahme aller Gruppenmitglieder.

Literatur:

Gerhard Schult/Axel Buchholz (Hrsg.): Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, 6. Auflage, List Verlag, München 1999.

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

werden in kleinen Gruppen realisiert. Produziert wird auf DV-Camcordern. Das Material wird auf Computerschnittsystemen geschnitten, anschließend erfolgt die Tonbearbeitung und Endfertigung. Falls wir rechtzeitig fertig werden und noch Zeit ist, fassen wir die Beiträge zu einem Magazin zusammen. Alle Teilnehmer sprechen im Fernsehstudio ihre eigene Moderation und erhalten eine VHS-Kopie.

Zulassung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Fernsehen oder des Medienseminars Film/Video oder einschlägige Erfahrungen.

Anmeldung:

Übliches Anmeldeverfahren und Erscheinen zur ersten Sitzung.

Leistungsanforderungen:

Erstellung eines Videos. Regelmäßige Teilnahme aller Gruppenmitglieder.

Erstellung eines Videos. Regelmäßige Teilnahme aller Gruppenmitglieder.

Erstellung eines Videos. Regelmäßige Teilnahme aller Gruppenmitglieder.

Literatur:

“Wissenschaft im Fernsehen“ und “Gängige Themen: Medizin und Gesundheit“, in Winfried Göpfert/Stephan Ruß-Mohl (Hrsg.): Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, 4. Auflage, List Verlag, München 2000.

WWW:

<http://kommwiss.fu-berlin.de/ab/wissjour/german>

Gesundheitsmagazin Fernsehen

28784 Göpfert, Winfried SÜ/W
Mo 14:00-16:00h L 213 oder Schneiderräume Fernsehen
23.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Recherche, Dreh, Schnitt und Endfertigung von Beiträgen für ein Gesundheitsmagazin Fernsehen.

Kommentar:

In diesem Seminar geht es exemplarisch um die Produktion von Magazinbeiträgen aus dem Themenbereich Medizin und Gesundheit. Medizinische Kenntnisse sind kein Nachteil, aber nicht Voraussetzung. Das Seminar ist sehr arbeitsintensiv und verlangt große zeitliche Flexibilität von den Teilnehmern. Die einzelnen Beiträge

4.4 Öffentlichkeitsarbeit

Seminar Öffentlichkeitsarbeit (Arbeitsfeldbezogenes Seminar Öffentlichkeitsarbeit)

28691 Baerns, Barbara S/W
Do 14:00-16:00h L 127 19.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Betrachtung und Analyse von Öffentlichkeitsarbeit (Kommunikationsmanagement) als angewandte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Kommentar:

Inhalt: Die Themen des Seminars sind Normen und Tatsachen, Grundsätze und Entwicklungen, Methoden und Strategien, Handlungs- und Spielräume der Öffentlichkeitsar-

beit. Außerdem sollen die Theorien der öffentlichen Kommunikation behandelt und in ihrer Relevanz für die Öffentlichkeitsarbeit untersucht werden. Exkursionen verschaffen Einblicke in Struktur und tatsächliche Tätigkeitsfelder der PR-Branche am Standort Berlin.

Die Themen werden in Form von Kurzreferaten aufbereitet und anschließend im Plenum diskutiert. Eine Klausur schließt die Veranstaltung ab. Der Besuch dieses Seminars ist Voraussetzung für sämtliche Projekt- und Praxisseminare im Studienschwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit.

Zielgruppe:

Für Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und nach erfolgreichem Abschluss des Grundstudiums.

Der Besuch dieses Seminars ist Voraussetzung für sämtliche Projekt- und Praxisseminare im Studienschwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit in der ersten Sitzung.

Leistungsanforderungen:

Zusammenfassende Darstellung und Präsentation eines ausgewählten Themas sowie Klausur.

Literatur:

Literaturliste in der ersten Sitzung.

Thematisierungsforschung und Issues Management

28692 Baerns, Barbara PjS/W
 Di 14:00-16:00h L 127 17.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Issues Management, ein Teilgebiet der Öffentlichkeitsarbeit, wird als angewandte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft behandelt und in den entsprechenden kommunikationswissenschaftlichen Bezugsrahmen verankert.

Kommentar:

Inhalt: Auf der Basis des Forschungsstandes stehen die folgenden Fragen im Zentrum des Interesses: (1) Wo tauchen neue Themen - oder Issues - auf, und wie gelangen sie in die Medien? (2) Welche Rolle spielen sogenannte Meinungsführermedien in Thematisierungsprozessen, und um welche Medien handelt es sich dabei? (3) Welche Wechselbeziehungen zwischen den klassischen Massenmedien und dem Internet können tatsächlich nachgewiesen werden? (4) Welche Modelle sind empirisch relevant? (5) Welche Kenntnisse werden in der Public Relations Praxis berücksichtigt und umgesetzt?

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Literaturliste und Arbeitsthemen ab sofort in der Sprechstunde.

Theorieansätze und Strategiemodelle der PR im europäischen Vergleich

28693 Raupp, Juliana PjS/W
 Do 10:00-12:00h L 219 19.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Das Seminar soll einen Überblick über die Entwicklung und den Stellenwert von PR-Theorien im internationalen Vergleich geben.

Kommentar:

Inhalt: Gegenstand des Seminars sind die theoretischen Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations in verschiedenen europäischen Ländern im Verhältnis zu US-amerikanischen PR-Konzeptionen. Dabei werden verschiedene Definitionen von PR sowie das Verhältnis von PR zu Werbung, Marketing und Propaganda im internationalen Vergleich behandelt. Die Funktion der (theoretischen) PR-Konzeptionen als Anwendungs- oder Reflexionsmodelle wird untersucht und - soweit vorhanden - in Beziehung zur jeweiligen Berufspraxis in verschiedenen europäischen Ländern gesetzt.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Einführende Literatur in der ersten Sitzung
 Einführende Literatur in der ersten Sitzung
 Einführende Literatur in der ersten Sitzung

“Feminisierung“ und Professionalisierung der PR in Europa und in den USA im Vergleich

28694 Lüdke, Dorothea PjS/W
Mi 10:00-13:00h 14-tägl. L 221 02.05.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Analyse und Reflexion von 1) der Konzeptualisierung der sog. Feminisierung und der sog. Professionalisierung, 2) der Relevanz der US-amerikanischen Professionalisierungsforschung für die PR-Forschung innerhalb der USA und in Europa, 3) den Möglichkeiten und Grenzen der Komparatistik bzw. der Übertragbarkeit von Forschungskonzepten und 4) der Gender-Forschung innerhalb der PR-Forschung.

Kommentar:

Die Professionalisierung der PR steht in den USA und in Europa oben auf der wissenschaftlichen und berufspolitischen Agenda. Das Schlagwort Feminisierung bezeichnet hier wie dort die deutlich wachsende Präsenz von Frauen in diesem Berufsfeld. Zitat: The fate of women in organizations - particularly their participation in management decision-making - is inexorably linked to the survival and growth of public relations as a distinct profession, so beschrieb der US-amerikanische Forscher Dozier 1988 den Zusammenhang zwischen Professionalisierung und Feminisierung der Öffentlichkeitsarbeit. Das Seminar hat zum Ziel, die Professionalisierungs- und Feminisierungsforschung in den USA und in Europa einzeln und im Vergleich zu analysieren. Dabei sollen Fragen nach Gemeinsamkeiten und Unterschieden, aber auch den Möglichkeiten und Grenzen der kulturellen Übertragbarkeit von Forschungsfragen und -methoden in den Blick kommen. Die Entwicklung und Präsentation von Forschungsarbeiten bilden einen weiteren Schwerpunkt dieses Seminars.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Ausführliche Literaturliste in der ersten Sitzung; zur Vorbereitung:

Hans-J. Kleinsteuber: Mediensysteme in vergleichender Perspektive. Zur Anwendung komparativer Ansätze in der Medienwissenschaft. Probleme und Beispiele. In: Rundfunk und Fernsehen, 41. Jg. (1993), H. 3, S. 317-338.

Röttger, Ulrike (2000): Public Relations - Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden.

Toth, Elisabeth L. und Larissa A. Grunig (1993): The Missing Story of Women in Public Relations. In: Journal of Public Relations Research, 5. Jg., H. 3, S. 153-176.

PR für Medien: Das Beispiel Film

28695 Tapper, Christoph PjS/W
Mo 14:00-16:00h L 220 23.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Die Seminarteilnehmer und -teilnehmerinnen sollen die Öffentlichkeitsarbeit in der Medienbranche Film mit deren Besonderheiten kennen lernen und bewerten können.

Kommentar:

Die Filmindustrie ist gekennzeichnet durch besondere Strukturen. Zum einen finden sich hier mit der Dreiteilung in die Sparten Produktion, Verleih und Filmtheater ganz unterschiedliche Akteure mit zum Teil divergierenden Interessen. Zum anderen haben die Produkte der Filmbranche - die Spielfilme - während der Zeit ihrer Produktion bis zur Ausstrahlung im Kino oftmals selber den Charakter eines eigenen Unternehmens. Und schließlich ist die Filmindustrie durch eine besondere Dynamik gekennzeichnet, denn Filmen stehen in der Regel nur kurze Zeitspannen für den Kinoeinsatz zur Verfügung. Vor dem Hintergrund dieser Strukturen sollen im Seminar Charakteristika und Tendenzen der Öffentlichkeitsarbeit in der Medienbranche Film erarbeitet und im Kontext der aktuellen PR-Forschung diskutiert werden.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Neunzerling, Felix (1998). Presse und PR für Filmproduktionen. Ziele - Methoden - Instrumente. Essen: Stamm

Wilke, Jürgen (2000). Film. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hrsg.). Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer.

Ethik der Public Relations

28697 Raupp, Juliana PjS/W
Mo 10:00-12:00h L 219 23.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Kenntnis nationaler und internationaler Ethik-Kodizes sowie Kenntnisse und kritische Einschätzung der wissenschaftlichen Literatur zu Ethik und Professionalität in der PR.

Kommentar:

Die ethische Dimension von Öffentlichkeitsarbeit ist mit der Frage nach der Qualität von PR-Handeln verschränkt. Das Seminar behandelt infolgedessen unter dem Gesichtspunkt der Berufsethik Maßstäbe und Kriterien für Qualität in der PR. Angesichts der zunehmenden Internationalisierung von Unternehmen und Organisationen und der daraus resultierenden staatsübergreifenden Verantwortung dieser Einrichtungen gilt das Interesse insbesondere Fragen der Ethik im Kontext internationaler Public Relations.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Einführende Literatur in der ersten Sitzung.

Colloquium Öffentlichkeitsarbeit

28699 Baerns, Barbara C/W
 Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

Lernziele:

Die Veranstaltung dient in erster Linie der Diskussion der eigenen Arbeitsthemen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen.

Kommentar:

Inhalt: Stand und Entwicklungsmöglichkeiten der PR-Forschung im Rahmen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie allgemeine Fragen der Forschungslogik und der Forschungspraxis.

Zulassung:

Abschluss des Hauptstudiums.

Anmeldung:

Persönliche Einladung

Zielgruppe:

Das Forschungskolloquium wendet sich vor allem an Magisterkandidaten und Doktoranden

Planung und Evaluation von Kampagnen: Zielformulierung und -überprüfung

28790 Klewes, Joachim SÜ/W
 Wochentag s.u. Zeit s.u. L 218 11.05.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Entwicklung der Fähigkeit zur Erarbeitung von PR-Konzeptionen, insbesondere zur Zieldefinition.

Kommentar:

PR-Konzeptionen leiden oft unter einer schwammigen Definition der Ziele, die mit geplanten Maßnahmen erreicht werden sollen. In diesem Praxisseminar geht es - im Kontext eines am konkreten Fall simulierten Konzeptionsprozesses - in erster Linie um die Formulierung sinnvoller Ziele. Die Teilnehmer werden außerdem lernen:

- woran man eine gute PR-Konzeption erkennt
- welche Arbeitsschritte bei der Konzeption eines PR-Projekts berücksichtigt werden müssen
- wie die Entwicklung einer PR-Konzeption organisiert werden sollte.

Zwischen den Veranstaltungstagen werden von jedem Teilnehmer Literaturrecherchen sowie eigene konzeptionelle Arbeiten erwartet.

Termine:

- 11.05.2001 10:00:00 17:00:00 s.t.
- 08.06.2001 10:00:00 16:15:00 s.t.
- 09.06.2001 09:00:00 15:15:00 s.t.
- 22.06.2001 10:00:00 15:15:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Erarbeitung und Darstellung einer PR-Konzeption

Krisenkommunikation

28791 Scales Schmidt, Oliver SÜ/W

Wochentag s.u. Zeit s.u. L 227 03.05.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Erlangung theoretischer und praktischer Kenntnisse in den Bereichen Krisenkommunikation, Risikokommunikation und Issues Management.

Kommentar:

Im Anschluss an den einführenden Theorieteil werden die Seminarteilnehmer als Mitglieder des Krisenstabes eines fiktiven Unternehmens ein realistisches Krisenszenario durchspielen. Dabei werden strategisches Denken und die gezielte Anwendung unterschiedlicher PR Instrumente im Vordergrund stehen.

Im Verlauf des Seminars werden außerdem Fragen zur internationalen Beratertätigkeit und den Unterschieden hinsichtlich des Entwicklungsstandes der Krisen-PR in Deutschland und in den USA beantwortet.

Termine:

03.05.2001 09:00:00 17:00:00 s.t.

04.05.2001 09:00:00 17:00:00 s.t.

05.05.2001 09:00:00 17:00:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben. Sehr gute Englischkenntnisse.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Erarbeitung und Darstellung eines Strategie-Konzepts

Literatur:

H 1288 (Publizistikbibliothek)

Pinsdorf, Marion K.: Communicating When Your Company Is Under Siege. Surviving Public Crises. D.C. Heath and Company 1987.

Hieraus: Preface/Memo to CEO and Senior Operating Officer.

Dieter Herbst: Krisen meistern durch PR: Ein Leitfadens für Kommunikationspraktiker. Neuwied 1999.

Weitere Literatur wird bei Seminarbeginn angegeben, bzw. ausgeteilt.

Konzeptionen der Öffentlichkeitsarbeit

28792

Marx, Christina

SÜ/W

Wochentag s.u. Zeit s.u. L 221 11.06.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Das Seminar verbindet kreatives Arbeiten und mit der Vermittlung des

notwendigen "Handwerkszeug". Schritt für Schritt wird eine PR-Konzeption

erarbeitet.

Kommentar:

Für ein gutes und erfolgreiches Konzept zählt neben der "zündenden Idee" auch die strategische Herangehensweise. Beides wird praxisnah und anhand von

Beispielen vermittelt. Schwerpunkte sind:

- das Kennenlernen von Kreativitätstechniken
- der richtige Umgang mit Informationen: vom ersten Briefing über die eigene Recherche bis hin zur umfassenden Themen und Informationssammlung
- Erstellung einer Situationsanalyse
- messbare Ziele formulieren/ Zielgruppen definieren
- Strategiefindung
- PR-Maßnahmen entwickeln
- Zeitplan erstellen.

Cross-Check: Eine PR-Konzeption muss in sich schlüssig sein. Wir fragen uns:

Treffen die vorgeschlagenen Maßnahmen den Nerv der Zielgruppen? Fügen sie sich in die Strategie ein? Sind meine Ziele messbar?

Termine:

11.06.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

18.06.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

25.06.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

02.07.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Erarbeitung und Darstellung einer PR-Konzeption

Literatur:

Dörrbecker, Klaus (Hrsg.): Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln: das Buch zur Konzeptionstechnik, IMK, Frankfurt, 1996.

Interkulturelle Öffentlichkeitsarbeit

28793 Ehrhart, Christof SÜ/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 227 27.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Voraussetzungen, Planung und Durchführung interkultureller Kommunikationsmaßnahmen

Kommentar:

- Welche Herausforderungen birgt interkulturelle Kommunikation?
- Wo liegen die Besonderheiten interkulturellen Managements?
- Welche Besonderheiten zeichnen erfolgreiche interkulturelle Kommunikationsmaßnahmen aus?

Die Beantwortung dieser Fragen soll im Rahmen der Behandlung konkreter Fallbeispiele erfolgen. Die Teilnehmer haben die Aufgabe, im Verlauf des Seminars interkulturelle PR-Maßnahmen zu konzipieren und ihre Durchführung zu planen.

Termine:

27.04.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
18.05.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
13.07.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
20.07.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Entwicklung und Präsentation eines konkreten PR-Konzepts - Sitzungsprotokoll

Literatur:

Bekanntgabe im Verlauf des Praxisseminars

5 Andere Veranstaltungen

5.1 Lehrveranstaltungen für Grund- und Hauptstudium

Ringvorlesung Cross-Media: Film und Fernsehen

28601 Zerdick, Axel, Mühl-Benninghaus, Wolfgang
V/W

Mo 20:00-22:00h Hs. A 23.04.2001 1 Credits

Kommentar:

Die für Studenten der Freien Universität und der Humboldt-Universität angebotene gemeinsame Ringvorlesung wird in diesem Semester mit der Diskussion des Bereichs "Crossmedia" fortgesetzt. Dabei werden die Strategien und die Technik von Unternehmen der Film- und Fernsehbranche in den Vordergrund gestellt. Die medienübergreifenden Entwicklungen, die von Filmverleihen und TV-Anbietern ausgehen, werden von unseren Gästen dargestellt und gemeinsam diskutiert.

Ort:

Otto-Suhr-Institut, Ihnestr.21, Dahlem

Zielgruppe:

Studenten im Grund- und Hauptstudium

Leistungsanforderungen:

Der Erwerb von Leistungsnachweisen ist nicht vorgesehen.

WWW:

<http://www2.hu-berlin.de/theater/rvmedien.htm>

5.2 Journalisten-Weiterbildung (JWB)

Kommunikationswissenschaftliches Seminar II (A): Prinzip und Prozess empirischer Forschung

28750 Persitzky, Christine S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 03.03.2001 Credits

Kommentar:

Seminarleitung:

Andreas Dams/Christine Persitzky

Zeitraum: 3.3. - 10.3.2001

Termine:

03.03.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

"Silberlaube", Eingang Fabbeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Themenseminar I: Rechtsextremismus in Deutschland

28751 Stöss, Richard, Weßler, Hartmut S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 17.03.2001 Credits

Ort:

"Silberlaube", Eingang Fabbeckstraße, Berlin-Dahlem

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Kommunikationswissenschaftliches Seminar II (B): Prinzip und Prozess empirischer Forschung

28752 Persitzky, Christine S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 24.03.2001 Credits

Kommentar:

Seminarleitung:

Andreas Dams/Christine Persitzky

24.3. - 31.3.2001

Termine:

24.03.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

"Silberlaube", Eingang Fabbeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Orientierungsseminar (A): Nation, Region und Föderalismus in Europa

28753 Althoff, Jens, Weßler, Hartmut S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 21.04.2001 Credits

Kommentar:

Zeitraum: 21.4. - 28.4.2001

Termine:

21.04.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

;Silberlaube;, Eingang Fabeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Themenseminar II: Thema Umwelt in der Krise?

28754 Persitzky, Christine S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 05.05.2001 Credits

Kommentar:

Zeitraum: 5.5. - 12.5.2001

Termine:

05.05.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

“Silberlaube“, Eingang Fabeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Orientierungsseminar (B): Nation, Region und Föderalismus in Europa

28755 Althoff, Jens, Weßler, Hartmut S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 12.05.2001 Credits

Kommentar:

Zeitraum: 12.5. - 19.5.2001

Termine:

12.05.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

“Silberlaube“, Eingang Fabeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Kommunikationswissenschaftliches Seminar I (A): Internet und Journalismus: Chancen, Grenzen, Perspektiven

28756 S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 22.09.2001 Credits

Kommentar:

Seminarleitung:

Klaus Goldhammer/Stephan Ruß-Mohl/Hartmut Weßler

Zeitraum: 22.9.-29.9.2001

Termine:

22.09.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

“Silberlaube“, Eingang Fabeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Themenseminar III: Wirtschaft

28757 Ruß-Mohl, Stephan S
Wochentag s.u. Zeit s.u. KL 24/234 29.09.2001 Credits

Kommentar:

Zeitraum: 29.9. - 6.10.2001

Termine:

29.09.2001 14:00:00 18:00:00 s.t.

Ort:

“Silberlaube“, Eingang Fabeckstraße, 14195 Berlin

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Fernstudieneinheit “Geschichte“

28758 S
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Fernstudieneinheit "Wirtschaft"

28759 Schneider-Farschid, Gudrun S
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

Fernstudieneinheit "Recht"

28760 S
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

WWW:

<http://www.jwb.fu-berlin.de>

5.3 Europäisches Zusatzstudium Öffentlichkeitsarbeit

Übung zum schriftlichen Ausdruck

54628 Kressin, Heide Ü/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

Kommentar:

Veranstaltung des ZE Sprachlabor

Ort:

ZE Sprachlabor

Zielgruppe:

Für Studierende des Integrierten postgradualen Studiengangs Öffentlichkeitsarbeit European Master's Degree in Public Relations/Communication Management

Landeskundliche Orientierungskurse für Studierende der Europa-Programme

54634 N.N., N.N. Ü/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. Datum s.u. Credits

Kommentar:

Veranstaltung des ZE Sprachlabor

Ort:

ZE Sprachlabor

Zielgruppe:

Für Studierende des Integrierten postgradualen Studiengangs Öffentlichkeitsarbeit European Master's Degree in Public Relations/Communication Management

Theorieansätze und Strategiemodelle der PR im europäischen Vergleich

28693 Raupp, Juliana PjS/W
Do 10:00-12:00h L 219 19.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Das Seminar soll einen Überblick über die Entwicklung und den Stellenwert von PR-Theorien im internationalen Vergleich geben.

Kommentar:

Inhalt: Gegenstand des Seminars sind die theoretischen Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations in verschiedenen europäischen Ländern im Verhältnis zu US-amerikanischen PR-Konzeptionen. Dabei werden verschiedene Definitionen von PR sowie das Verhältnis von PR zu Werbung, Marketing und Propaganda im internationalen Vergleich behandelt. Die Funktion der (theoretischen) PR-Konzeptionen als Anwendungs- oder Reflexionsmodelle wird untersucht und - soweit vorhanden - in Beziehung zur jeweiligen Berufspraxis in verschiedenen europäischen Ländern gesetzt.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Einführende Literatur in der ersten Sitzung
Einführende Literatur in der ersten Sitzung
Einführende Literatur in der ersten Sitzung

"Feminisierung" und Professionalisierung der PR in Europa und in den USA im Vergleich

28694 Lüdke, Dorothea PjS/W
Mi 10:00-13:00h 14-tägl. L 221 02.05.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Analyse und Reflexion von 1) der Konzeptualisierung der sog. Feminisierung und der sog. Professionalisierung,

2) der Relevanz der US-amerikanischen Professionalisierungsforschung für die PR-Forschung innerhalb der USA und in Europa, 3) den Möglichkeiten und Grenzen der Komparatistik bzw. der Übertragbarkeit von Forschungskonzepten und 4) der Gender-Forschung innerhalb der PR-Forschung.

Kommentar:

Die Professionalisierung der PR steht in den USA und in Europa oben auf der wissenschaftlichen und berufspolitischen Agenda. Das Schlagwort Feminisierung bezeichnet hier wie dort die deutlich wachsende Präsenz von Frauen in diesem Berufsfeld. Zitat: The fate of women in organizations - particularly their participation in management decision-making - is inexorably linked to the survival and growth of public relations as a distinct profession, so beschrieb der US-amerikanische Forscher Dozier 1988 den Zusammenhang zwischen Professionalisierung und Feminisierung der Öffentlichkeitsarbeit. Das Seminar hat zum Ziel, die Professionalisierungs- und Feminisierungsforschung in den USA und in Europa einzeln und im Vergleich zu analysieren. Dabei sollen Fragen nach Gemeinsamkeiten und Unterschieden, aber auch den Möglichkeiten und Grenzen der kulturellen Übertragbarkeit von Forschungsfragen und -methoden in den Blick kommen. Die Entwicklung und Präsentation von Forschungsarbeiten bilden einen weiteren Schwerpunkt dieses Seminars.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Ausführliche Literaturliste in der ersten Sitzung; zur Vorbereitung:

Hans-J. Kleinsteuber: Mediensysteme in vergleichender Perspektive. Zur Anwendung komparativer Ansätze in der Medienwissenschaft. Probleme und Beispiele. In: Rundfunk und Fernsehen, 41. Jg. (1993), H. 3, S. 317-338.

Röttger, Ulrike (2000): Public Relations - Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden.

Toth, Elisabeth L. und Larissa A. Grunig (1993): The Missing Story of Women in Public Relations. In: Journal of Public Relations Research, 5. Jg., H. 3, S. 153-176.

Analyse und Evaluation von PR-Projekten

28696 Raupp, Juliana, Baerns, Barbara PjS/W

Mi 16:00-18:00h L 220 18.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Begründete Anwendung von Forschungsansätzen und Methoden, mit deren Hilfe praktische PR-Projekte wissenschaftlich analysiert und evaluiert werden können.

Kommentar:

Um praktische PR-Probleme wissenschaftlich bewerten und analysieren zu können, stehen verschiedenen Forschungsansätze und Methoden aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und aus der PR-Forschung bereit. Das Seminar behandelt, wie Fragestellungen aus der PR-Praxis auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und Vorgehensweisen untersucht und angemessen bewertet werden können. Darüber hinaus wird thematisiert, zu welchen neuen Erkenntnissen die Analyse und Evaluation von konkreten PR-Problemen für Forschung und Praxis führen kann.

Zielgruppe:

Das Seminar dient in erster Linie Studierenden im Zusatzstudiengang European Master's Degree in Public Relations/Communication Management zur Vorbereitung ihrer Master Thesis.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Einführende Literatur in der ersten Sitzung

Ethik der Public Relations

28697 Raupp, Juliana PjS/W
Mo 10:00-12:00h L 219 23.04.2001 12/1 Credits

Lernziele:

Kenntnis nationaler und internationaler Ethik-Kodizes sowie Kenntnisse und kritische Einschätzung der wissenschaftlichen Literatur zu Ethik und Professionalität in der PR.

Kommentar:

Die ethische Dimension von Öffentlichkeitsarbeit ist mit der Frage nach der Qualität von PR-Handeln verschränkt. Das Seminar behandelt infolgedessen unter dem Gesichtspunkt der Berufsethik Maßstäbe und Kriterien für Qualität in der PR. Angesichts der zunehmenden Internationalisierung von Unternehmen und Organisationen und der daraus resultierenden staatsübergreifenden Verantwortung dieser Einrichtungen gilt das Interesse insbesondere Fragen der Ethik im Kontext internationaler Public Relations.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Leistungsanforderungen:

Referat und Hausarbeit

Literatur:

Einführende Literatur in der ersten Sitzung.

Literatur:

H 1288 (Publizistikbibliothek)

Pinsdorf, Marion K.: Communicating When Your Company Is Under Siege. Surviving Public Crises. D.C. Heath and Company 1987.

Hieraus: Preface/Memo to CEO and Senior Operating Officer.

Dieter Herbst: Krisen meistern durch PR: Ein Leitfaden für Kommunikationspraktiker. Neuwied 1999.

Weitere Literatur wird bei Seminarbeginn angegeben, bzw. ausgeteilt.

Krisenkommunikation

28791 Scales Schmidt, Oliver SÜ/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 227 03.05.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Erlangung theoretischer und praktischer Kenntnisse in den Bereichen Krisenkommunikation, Risikokommunikation und Issues Management.

Kommentar:

Im Anschluss an den einführenden Theorieteil werden die Seminarteilnehmer als Mitglieder des Krisenstabes eines fiktiven Unternehmens ein realistisches Krisenszenario durchspielen. Dabei werden strategisches Denken und die gezielte Anwendung unterschiedlicher PR Instrumente im Vordergrund stehen.

Im Verlauf des Seminars werden außerdem Fragen zur internationalen Beratertätigkeit und den Unterschieden hinsichtlich des Entwicklungsstandes der Krisen-PR in Deutschland und in den USA beantwortet.

Termine:

03.05.2001 09:00:00 17:00:00 s.t.
04.05.2001 09:00:00 17:00:00 s.t.
05.05.2001 09:00:00 17:00:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben. Sehr gute Englischkenntnisse.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Erarbeitung und Darstellung eines Strategie-Konzepts

Konzeptionen der Öffentlichkeitsarbeit

28792 Marx, Christina SÜ/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 221 11.06.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Das Seminar verbindet kreatives Arbeiten und mit der Vermittlung des

notwendigen "Handwerkszeug". Schritt für Schritt wird eine PR-Konzeption

erarbeitet.

Kommentar:

Für ein gutes und erfolgreiches Konzept zählt neben der "zündenden Idee" auch die strategische Herangehensweise. Beides wird praxisnah und anhand von

Beispielen vermittelt. Schwerpunkte sind:

- das Kennenlernen von Kreativitätstechniken
- der richtige Umgang mit Informationen: vom ersten Briefing über die eigene Recherche bis hin zur umfassenden Themen und Informationssammlung
- Erstellung einer Situationsanalyse
- messbare Ziele formulieren/ Zielgruppen definieren
- Strategiefindung
- PR-Maßnahmen entwickeln
- Zeitplan erstellen.

Cross-Check: Eine PR-Konzeption muss in sich schlüssig sein. Wir fragen uns:

Treffen die vorgeschlagenen Maßnahmen den Nerv der Zielgruppen? Fügen sie sich in die Strategie ein? Sind meine Ziele messbar?

Termine:

11.06.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
18.06.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
25.06.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
02.07.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Erarbeitung und Darstellung einer PR-Konzeption

Literatur:

Dörrbecker, Klaus (Hrsg.): Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln: das Buch zur Konzeptionstechnik, IMK, Frankfurt, 1996.

Zielgruppe:

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Arbeitsfeldbezogene Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben.

Teilnehmerbegrenzung:

20

Leistungsanforderungen:

Entwicklung und Präsentation eines konkreten PR-Konzepts - Sitzungsprotokoll

Literatur:

Bekanntgabe im Verlauf des Praxisseminars

Europäische Integrationstheorien im Praxistest

15186 N.N., N.N., Brückner, Ulrich S/W
Di 10:00-12:00h OEI/106 17.04.2001 Credits

Kommentar:

Veranstaltung der Politikwissenschaft

Ort:

Osteuropainstitut

Zielgruppe:

Für Studierende des Integrierten postgradualen Studiengangs Öffentlichkeitsarbeit European Master's Degree in Public Relations/Communication Management

Interkulturelle Öffentlichkeitsarbeit

28793 Ehrhart, Christof SÜ/W
Wochentag s.u. Zeit s.u. L 227 27.04.2001 4/1 Credits

Lernziele:

Voraussetzungen, Planung und Durchführung interkultureller Kommunikationsmaßnahmen

Kommentar:

- Welche Herausforderungen birgt interkulturelle Kommunikation?
- Wo liegen die Besonderheiten interkulturellen Managements?
- Welche Besonderheiten zeichnen erfolgreiche interkulturelle Kommunikationsmaßnahmen aus?

Die Beantwortung dieser Fragen soll im Rahmen der Behandlung konkreter Fallbeispiele erfolgen. Die Teilnehmer haben die Aufgabe, im Verlauf des Seminars interkulturelle PR-Maßnahmen zu konzipieren und ihre Durchführung zu planen.

Termine:

- 27.04.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
- 18.05.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
- 13.07.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.
- 20.07.2001 10:30:00 17:30:00 s.t.

Anmeldung:

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage; Teilnahme an der 1. Sitzung

Wirtschaftspolitik in der Europäischen Union - zwischen Konkurrenz und Kooperation

15187 N.N., N.N., Bolle, Michael S/W
Mi 08:30-10:00h 21/F 18.04.2001 Credits

Kommentar:

Veranstaltung der Politikwissenschaft

Ort:

Ihnestraße 21

Zielgruppe:

Für Studierende des Integrierten postgradualen Studiengangs Öffentlichkeitsarbeit European Master's Degree in Public Relations/Communication Management

Dozent/inn/enindex

Baerns, Barbara, 42, 43, 45, 51
Berner, Matthias, 23
Bolle, Michael, 53
Brückner, Ulrich, 53
Buchwald, Manfred, 28

Dams*, Andreas, 18

Eckert, Hartmut, 36
Ehrhart, Christof, 47, 53
Eilders, Christiane, 27
Erbring, Lutz, 18, 26

Göpfert, Jörg, 40
Göpfert, Winfried, 37–40, 42
Gehrau, Volker, 19, 26
Goldhammer, Klaus, 29
Graf, Bernhard, 32
Groos, Peter, 21

Haarmann, Hermann, 21, 31
Hennings, Ralf-Dirk, 36

Kaisik, Hanne, 42
Klaue, Siegfried, 20
Klein, Andrea, 17
Klewes, Joachim, 45
Klumpp, Dieter, 30
Kreitling, Holger, 23
Kressin, Heide, 50
Krone, Jan, 30

Lüdke, Dorothea, 44, 50
Lederbogen, Utz, 38
Lehmkuhl, Markus, 38, 39

Mühl-Benninghaus, Wolfgang, 48
Müller-Prothmann, Tobias, 20, 31
Marx, Christina, 46, 52
Maurer, Torsten, 17, 19
Meissner, Michael, 24

N.N., N.N., 50

Persitzky, Christine, 48, 49
Peuker, Sigrid, 34
Posner-Landsch, Marlene, 22, 33, 35
Prinz, Matthias, 31

Raupp, Juliana, 43, 44, 50, 51
Riedel, R. Manfred, 32
Ruß-Mohl, Stephan, 22, 37, 49

Scales Schmidt, Oliver, 45, 52

Schäfer, Jürgen, 40
Schabedoth, Eva, 27
Scheel, Wolf, 41
Schild, Helmut, 41
Schneider, Carsten, 32
Schneider-Farschid, Gudrun, 50
Sorg, Stefan, 35
Stöber, Rudolf, 22

Tapper, Christoph, 25, 44
Teuber, Toralf, 21
Thede, Ilona, 24
Trebbe, Joachim, 18, 19

Völz, Horst, 35
von Lojewski, Günther, 28

Weßler, Hartmut, 48, 49
Weiß, Hans-Jürgen, 17, 28
Weißbach, Rüdiger, 36
Wenzel, Vera, 34
Wosnitzer, Andreas, 24, 37

Zerdick, Axel, 20

Notizen

Änderungen und weitere Informationen

Bitte vor Beginn des Semesters die Aushänge in Haus L (3. und 4. Stock) beachten, da sich erfahrungsgemäß viele Änderungen ergeben. Außerdem wird das Online-KVV (<http://kommwiss.fu-berlin.de/kvv>) ständig aktualisiert. Termine und fehlende Angaben zu Lehrveranstaltungen werden dort ebenfalls bekanntgegeben. Telefonisch werden grundsätzlich keine Auskünfte über Lehrveranstaltungen gegeben.

In den Sekretariaten können keine Auskünfte zu den einzelnen Lehrveranstaltungen eingeholt werden, bitte beachten Sie die Aushänge und wenden Sie sich ggf. direkt an die Seminarleiter/innen!