

**Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis
Magisterstudiengang
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Wintersemester 04**

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

Stand: 30. August 2004

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

Inhaltsverzeichnis

1	Allgemeine Informationen	3
1.1	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft	3
1.2	Studiengänge	3
2	Namen und Adressen	6
2.1	Geschäftsführung/ Verwaltung	6
2.2	Prüfungsberechtigte	6
2.3	Mitglieder des Institutsrats	6
2.4	Arbeitsbereiche	7
2.5	Journalisten-Kolleg	9
2.6	Bibliothek und Fachinformationsstelle	9
2.7	Sprechstunden der Professor(inn)en und der wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen)	10
3	Hinweise zum Studium	11
3.1	Studienordnung Magister	11
3.2	Fachstudienberatung	12
3.3	European Credit Transfer System	12
3.4	Praxisseminare, Arbeitsmethoden in Journalismus Öffentlichkeitsarbeit	13
4	Magister Grundstudium	15
4.1	Orientierungsveranstaltungen	15
4.2	Allgemeine Veranstaltungen	15
4.3	Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung	15
4.4	Strukturen der Massenkommunikation - Kommunikations- und Medientechnik	15
4.5	Kommunikationsgeschichte und Kommunikationstheorie	17
4.6	Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit	19
5	Magister Hauptstudium	22
5.1	Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung	22
5.2	Mediensysteme und Kommunikationskulturen	23
5.3	Journalismus	28
5.4	Öffentlichkeitsarbeit	33
	Dozent/inn/enindex	37

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 Me-

dien 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. Zulassungen im 1. Hauptfach sollen nicht mehr stattfinden. 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 Magisterstudium einzustellen, wenn Master-Programme angeboten werden. Studierende, die für das Magisterstudium zugelassen worden sind, können ihr Studium in angemessener Zeit beenden. Magisterstudierende, die an Lehrveranstaltungen teilnehmen, die (auch) für Bachelorstudierende angeboten werden, erhalten die modularisierten Leistungsnachweise.

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. Derzeit wird daran gearbeitet, den Bachelorstudiengang besser studierbar zu machen. Dies erfordert Änderungen der Ordnungen, von denen noch nicht absehbar ist, wann und wie sie umgesetzt werden können. Der Stand des Verfahrens ist auf der Homepage des Instituts zu verfolgen.

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 sollen. Dies ist noch nicht in allen Studiengängen endgültig geregelt. Billigerweise ist davon auszugehen, dass Studierende, die bereits für den Diplom-Studiengang zugelassen sind, die Wahlmöglichkeit haben. Studierende, die seit dem Wintersemester 2003/04 für Diplom-Studiengänge zugelassen werden, müssen damit rechnen, bei der vorgezogenen Fachprüfung nach dem modularisierten Verfahren eingestuft zu werden. Studierende der Diplom-Studiengänge müssen damit rechnen, dass Lehrveranstaltungen mit Zulassungsbeschränkungen ihnen in der Regel nicht zugänglich sind.

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:

Michaela Steinborn (Institutssekretariat)

Technische Realisierung:

Tobias Müller-Prothmann

Gestaltung:

Automatisch generiert mit PHP, XSLT und L^AT_EX

Entwurf und Umsetzung:

Patrick Schäfer, Michael Scharkow

Fachschaftsinitiative FSI PuK – Publizistik Ini

Die Fachschaftsinitiative PuK (Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) 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“.

Unsere Aktivitäten

Um uns auszutauschen 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 verschiedene Angebote für StudienanfängerInnen, die den Einstieg erleichtern sollen. Es gibt ein Erstsemester-Infoheft, Einführungsveranstaltungen während des Orientierungstages und eine Erstsemesterfahrt. Außerdem unterstützen wir das studentische Café Tricky, organisieren alternative Veranstaltungen, regen zur Bildung von Lerngruppen an und sammeln Klausuren und Hausarbeiten. Um all dies aufrecht zu erhalten, sind wir immer wieder auf die Mitarbeit von neuen Leuten angewiesen.

Unsere Schwerpunkte

Aktuelle Schwerpunkte unserer Arbeit sind zur Zeit vor allem die vielen Formen von Zulassungsbeschränkungen. Der freie Zugang zum Studium wird nicht nur durch den Numerus Clausus (NC) eingeschränkt, sondern zunehmend auch durch Zulassungsbeschränkungen in einzelnen Seminaren und Veranstaltungen. Daher setzen wir uns für den freien Zugang zum Studium ebenso wie für den freien Zugang zu allen Veranstaltungen ein. Dazu gehört natürlich auch das entschiedene Engagement gegen die verschiedenen Studiengebührenmodelle.

Unsere Angebote

Als Anlaufstelle bei allen Fragen und Problemen im Zusammenhang mit dem Studium bieten wir eine Ini-Sprechstunde an. Hier könnt ihr euch auch über die aktuelle FSI Arbeit informieren und beispielsweise alte Beispielklausuren einsehen. Weiterhin sind wir im Studierenden-Parlament vertreten und arbeiten ebenso im AStA wie auch in der Fachschaftskoordination (FaKo) an der FU mit. Das Lehrangebot, die Studien- und Prüfungsordnungen sowie die Entwicklung unseres Fachbereichs versuchen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten mitzugestalten, daher halten wir es für sinnvoll, in den universitären Gremien die Entscheidungsprozesse zu verfolgen. Leider sind aufgrund der undemokratischen Kräfteverhältnisse sind die Chancen, dort etwas aus unserer Perspektive zu beeinflus-

sen, sehr gering. Nichtsdestotrotz sind wir z.B. im Institutsrat, der Lehrkommission und dem Fachbereichsrat vertreten.

Mehr und ausführliche Informationen über die FSI PuK gibt es auf unserer Homepage unter:

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

Kontakt zur FSI PuK

Ini-Sprechstunde während des Semesters im Ini-Büro (L313) Ini-Plenum wöchentlich im Ini-Büro – die Termine stehen auf der Homepage, sobald wir sie klar haben.

Telefon: (030) 838-70831 (AB), E-Mail: ini@kommwiss.fu-berlin.de

Aktuelle Termine, Infos, Ankündigungen usw. gibt es über die [ini-info]-Mailingliste, den offiziellen Ini-Newsletter:

<http://lists.kommwiss.fu-berlin.de/mailman/listinfo/ini-info>

In den ersten Semesterwochen wird es außerdem eine Party geben. Den Termin schicken wir rechtzeitig über den Newsletter.

Café Tricky

Das studentische Café in Lankwitz heißt Café Tricky und befindet sich seit dem SoSe2003 im Haus Q (unter der Mensa). Hier findet zu Beginn des Semesters das Ersti-Frühstück statt, und während der Vorlesungszeit gibt es guten Kaffee und günstigen Süßkram.

Das Café ist nicht-kommerziell orientiert und lebt von der Bereitschaft aller Studierenden in einer Freistunde eine Schicht zu übernehmen. Wenn ihr Zeit und Lust habt mitzuhelfen, meldet euch bei der Café-Gruppe!

Info / Kontakt:

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

Studentische Mailingliste (WIR)

Das neue [wir]-Gefühl! Unsere Mailingliste am PuK-Institut.

Die Vorlesung am Donnerstag um Acht Uhr morgens fällt aus und Du bist die einzige Person, die es nicht gewusst hat? Um sowas zu vermeiden und die Vernetzung unter den Studierenden zu verbessern, gibt es die [wir]-Mailingliste! Wenn man sich schon selten sieht, sollte man doch wenigstens von einander lesen und so auf dem Laufenden bleiben, was am Institut so passiert.

Jetzt anmelden: Leere E-Mail mit dem Betreff „subscribe“ an wir-request@lists.kommwiss.fu-berlin.de (oder auf <http://kurzlink.de/wir>). Alle Infos kommen dann in Deine Mailbox. Übrigens kannst Du Dich jederzeit wieder abmelden.

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: Lutz Erbring

Institutssekretariat/ Verwaltung

Michaela Steinborn ☒ L 314 ☎ 70502
institut@kommwiss.fu-berlin.de

Prüfungsbüro

Öffnungszeiten (auch in den Semesterferien):

Di und Do 9.30-11.30 Uhr

Telefonische Anfragen:

Mo und Mi 9.30-10.30 Uhr

R. Charlotte Jenkel ☒ L 328 ☎ 70552

Dorothea Leffek-Hubatschek ☒ L 328 ☎ 70552

2.2 Prüfungsberechtigte

Uneingeschränkt prüfungsberechtigt und berechtigt, den Studienabschluss zu bescheinigen:

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 Söseemann

Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß

Univ.-Prof. Dr. Gernot Wersig

Als BAFöG-Unterschriftsberechtigte:

Univ.-Prof. Dr. Marlene Posner-Landsch

Univ.-Prof. Dr. Bernd Söseemann

Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß

Univ.-Prof. Dr. Gernot Wersig

Uneingeschränkt prüfungsberechtigt (für Magisterprüfungen):

Univ.-Prof. Dr. Barbara Baerns

Hon.-Prof. Dr. Manfred Buchwald

Hon.-Prof. Dr. Bernhard Graf

Hon.-Prof. Dr. Stefan Sorg

Hon.-Prof. Manfred Güllner

Apl. Prof. Dr. Dieter Hirschfeld

Hon.-Prof. Dr. Siegfried Klaue

Hon.-Prof. Dr. Joachim Klewes

Hon.-Prof. Dr. Günther von Lojewski

Hon.-Prof. Dr. Matthias Prinz

Dr. Michael Meissner

Dr. Andreas Wosnitza

eingeschränkt prüfungsberechtigt (Magisterarbeiten, Fachprüfungsbeteiligung):

Dr. Uta Beiküfner

Dr. Volker Gehrau

Dr. Torsten Maurer

Dr. Juliana Raupp

Dr. Jürgen Michael Schulz

Prof. Dr. Joachim Trebbe

frühere Prüfungsberechtigte, die ohne Einzelfallgenehmigung gewählt werden dürfen:

Univ.-Prof. Dr. Erhard Schütz

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

Hon.-Prof. Dr. Herbert Kundler

2.3 Mitglieder des Institutsrats

Die 13 Mitglieder des Institutsrats wurden im Wintersemester 2002/2003 neu gewählt, derzeit setzt sich der Rat zusammen aus:

Professor/inn/en (7):

Lutz Erbring, Winfried Göpfert, Hermann Haarmann, Marlene Posner-Landsch, Bernd Söseemann, Hans-Jürgen Weiß, Gernot Wersig

Wissenschaftliche Mitarbeiter (2):

Benjamin Fretwurst, Patrick Merziger

Nachrücker: Markus Josef Lehmkuhl, Jan Krone

Sonstige Mitarbeiterinnen (2):

Dorothea Leffek-Hubatschek, Henriette-Catharina Neukowski

Nachrückerin: N.N.

Studierende (2):

Harald Herbich, Hanna Keding

Nachrücker(in): Katharina Fritsche, Kristina Kielblock

2.4 Arbeitsbereiche

Empirische Kommunikations- und Medienforschung

Haus L, 3. Stock

Fax -70726

Professoren

Lutz Erbring ☒ L 333 ☎ 70845

Sekretariat: Magda Hennig ☒ L 333a ☎ 70495
mhennig@zedat.fu-berlin.de

Hans-Jürgen Weiß ☒ L 309 ☎ 70517

Sekretariat: N.N. ☒ L 335 ☎ 70334

Hon. Professoren

Manfred Güllner

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Benjamin Fretwurst ☒ L 334 ☎ 70826

bfkw@zedat.fu-berlin.de

N.N. ☒ L 334 ☎ 70387

Jens Vogelgesang ☒ L 332 ☎ 70875

Torsten Maurer ☒ L 334a ☎ 70332

tmaurer@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskräfte (CIP/Methoden)

Merja Mahrt ☒ L 310 ☎ 70460

Katharina Sommer ☒ L 310 ☎ 70460

Hong-Nga Nguyen Vu ☒ L 310 ☎ 70460

Michael Scharrow ☒ L 331 ☎ 70548

scharrow@zedat.fu-berlin.de

Cord Meyer zu Kniendorf ☒ L 331 ☎ 70548

coroco@zedat.fu-berlin.de (beurlaubt)

Historische Publizistik

Haus L, 3. und 5. Stock

Fax -70731 und -70724

Professoren

Hermann Haarmann ☒ L 510 ☎ 70859

herhaar@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat: ☒ L 509 ☎ 70803

Gabriele Andersch ☒ L 509 ☎ 70803

ikk@zedat.fu-berlin.de

Bernd Sösemann ☒ L 337 ☎ 70448

bsikk@zedat.fu-berlin.de

Sekretariat: ☒ L 336 ☎ 70448

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

N.N. ☒ L 335a ☎ 70590

akipikk@gmx.de

Lehrbeauftragte

Bettina Huber Steffen Krüger Falko Schmieder

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

kommtheo@kommwiss.fu-berlin.de

apl. Professor

Dieter Hirschfeld ☒ L 322 ☎ 70827

Ökonomie und Massenkommunikation, Kommunikatoinspolitik und Medienrecht

Haus L, 4. Stock

Fax -70744

Professor

N.N. ☒ L 408 ☎ 70818

Sekretariat

Dorothea Leffek-Hubatschek ☒ L 409 ☎ 70818

kommoeck@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

jkroner@zedat.fu-berlin.de

Studentische Hilfskraft

N.N. ☒ L 441 ☎ 70813

medienoekonomie@gmx.net

Lehrbeauftragte

Christian Schertz

Informationswissenschaft

Haus L, 6. Stock

Fax -70722

Professor

Gernot Wersig
wersig@zedat.fu-berlin.de

✉ L 626 ☎ 70857

Sekretariat

Charlotte Jenkel
jenkel@zedat.fu-berlin.de

✉ L 624 ☎ 70850

Honorarprofessoren

Bernhard Graf
Stefan Sorg

Wissenschaftlicher Mitarbeiter/Webmaster

Tobias Müller-Prothmann
tmp@zedat.fu-berlin.de

✉ L 625 ☎ 70854

Studentische Hilfskraft (Server-Administrator)

Steffen Müller
xonx@zedat.fu-berlin.de

✉ L 620 ☎ 70327

Kooperationspartner

Horst Völz
voelz@zedat.fu-berlin.de

✉ L 625 ☎ 70854

Petra Schuck-Wersig
pwersig@zedat.fu-berlin.de

✉ L 627 ☎ 70856

Lehrbeauftragte

Horst Völz

Journalistische Praxis/ Medienmanagement

Haus L, 4. Stock

Fax -70739

Professor

N.N.

✉ L 436 ☎ 70449

Sekretariat

Henriette C. Neukowski
jourprax@zedat.fu-berlin.de

✉ L 437 ☎ 70449

Wissenschaftliche Mitarbeiter

N.N. N.N.

Studentische Hilfskräfte

N.N.

✉ L 435

Lehrbeauftragte

Andreas Abel/Matthias Berner, Britta Geithe, Heinz Kurtzbach, Rolf Lautenschläger, Berthold Seewald

Serviceeinheit Medienpraxis

Michael Meissner
mmei@zedat.fu-berlin.de

✉ L 433 ☎ 70812

Andreas Wosnitza

✉ L 434

☎ 70814

Wissenschaftsjournalismus

Haus L, 4. Stock

Fax 70746

Professor

Winfried Göpfert
goepfert@zedat.fu-berlin.de

✉ L 430 ☎ 70300

Sekretariat

Ilona Richter
richteri@zedat.fu-berlin.de

✉ L 431 ☎ 70300

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Markus Lehmkuhl
kuhle@zedat.fu-berlin.de

✉ L 429 ☎ 70895

Studentische Hilfskraft (AV)

Frieder Bechtel

✉ L 432 ☎ 70848

Lehrbeauftragte

Jörg Göpfert, Rudolf Großkopff, Wolf Scheel, Jochen Spentzel

Öffentlichkeitsarbeit

Haus L, 4. Stock

Fax -70733

Professor

N.N.

✉ L 439 ☎ 70820

Sekretariat

Gabriele Andersch
prfocus@kommwiss.fu-berlin.de

✉ L 440 ☎ 70820

Honorarprofessor

Joachim Klewes

Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

N.N.

✉ L 411 ☎ 70872

N.N.

✉ L 441 ☎ 70832

Studentische Hilfskraft

N.N.

✉ L 441 ☎ 70832

Lehrbeauftragte

Olaf Hoffjann, Christoph Jacke, Volker Kadow, Heiko Kretschmer, Dorothea Lüdke, Christoph Tapper, Ilona Thede, Michaela Werner, Guido Zurstiege

2.5 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. Lutz Erbring ☎ 53970

Journalisten-Weiterbildung

Sekretariat

Claudia Hübner ☎ 53366/9 Fax: -53371
 huebner@zedat.fu-berlin.de

Sachbearbeitung

Mechthild Petratis ☎ 53369/6
 petratis@zedat.fu-berlin.de
 E-Mail: jwb@zedat.fu-berlin.de
 URL: http://www.jwb.fu-berlin.de

Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

Jens Althoff ☎ 53971
 althoff@zedat.fu-berlin.de
 Volker Gehrau ☎ 53370
 vgehr@zedat.fu-berlin.de
 Christine Persitzky ☎ 53195
 chripers@zedat.fu-berlin.de

Europäische Journalisten-Fellowships (EJF)

Wissenschaftliche Angestellte

Brigitte Werner ☎ 53969

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

Ulrike Fischer ☎ 53367

Drittmittelverwaltung, Programmkoordination

Melanie de Mello ☎ 53196
 jil@zedat.fu-berlin.de
 URL: http://www.jil.fu-berlin.de

2.6 Bibliothek und Fachinformationsstelle

Bibliothek für Publizistik

Haus L, Parterre, Tel.: ☎ 70480, Fax: -70725
 E-Mail: bib@kommwiss.fu-berlin.de
 URL:
 http://www.kommwiss.fu-berlin.de/bibliothek.html
 Leiterin:
 Gabriele Leschke ☎ 70456
 leschkeg@zedat.fu-berlin.de
 Stellvertretende Leiterin:
 Maria Hirthe ☎ 70544
 hirthe@zedat.fu-berlin.de

Öffnungszeiten

Vorlesungszeit:
 Mo - Do 9-19
 Fr 9-17
 vorlesungsfreie Zeit:
 Mo, Mi, Do 10-17
 Di 10-19
 Fr 10-15
 Die Ausgabe der magazinierten Periodikasammlung (Zeitung, Zeitschriften, Dienste) ist jeweils nur bis 17 Uhr besetzt. Nutzer und Nutzerinnen der Periodikasammlung 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

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

Uta Beiküfner	✉ 508	☎ 70816	Sprechstunde: Do 16-17
Erbring, Lutz	✉ 333	☎ 70845	Sprechstunde: Mi 14-16
Fretwurst, Benjamin	✉ 311	☎ 70826	Sprechstunde: Di 14-16
Göpfert, Winfried	✉ 430	☎ 70300	Sprechstunde: nach Vereinbarung (Forschungssemester)
Haarmann, Hermann	✉ 510	☎ 70859	Sprechstunde: nach Vereinbarung (Forschungssemester)
Krone, Jan	✉ 442	☎ 70815	Sprechstunde: s.A. Raum 442
Lehmkuhl, Markus	✉ 429	☎ 70895	Sprechstunde: Mo 16-17
Maurer, Torsten	✉ 334a	☎ 70332	Sprechstunde: Mi 10-12
Meissner, Michael	✉ 433	☎ 70812	Sprechstunde: Mi 11-12
Merziger, Patrick	✉ 326	☎ 70833	Sprechstunde: Mi 17-18.00
Müller-Prothmann, Tobias	✉ 625	☎ 70854	Sprechstunde: Di 13-14 u. n.V.
Posner- Landsch, Marlene	✉ 319	☎ 70413	Sprechstunde: Mi 12-14 nur n.V. unter ☎ 70413
Sösemann, Bernd	✉ 337	☎ 70448	Sprechstunde: Di 20-21 im FMI (Raum 393)
Weiß, Hans-Jürgen	✉ 309	☎ 70517	Sprechstunde: nach Vereinbarung (Forschungssemester)
Wersig, Gernot	✉ 626	☎ 70857	Sprechstunde: Mi 13-15
Wosnitza, Andreas	✉ 434	☎ 70814	Sprechstunde: Do 13.45-14.15/ n.V. unter Tel. 841727102

3 Hinweise zum Studium

3.1 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

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.

Obligatorisch ist die Teilnahme an der Veranstaltung „Einführung in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“. Diese wird aus Kapazitätsgründen nicht mehr angeboten und daher auch nicht mehr überprüft. Für das Selbststudium gibt es eine Reihe von Grundlagenwerken und Skripten.

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.

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)
- Medienpolitik und Medienrecht (WP)
- Grundlagen und Systematik der Kommunikationstechnik (WP)

4. Kommunikationsgeschichte/ -theorie 1 Schein

- Grundlagen der Geschichte der öffentlichen Kommunikation (WP)
- 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

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/pruefungsbuero.html>

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.

Voraussetzung für das Schwerpunktstudium Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit ist die Teilnahme an der Grundstudiumsveranstaltung „Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit“. Diese kann voraussichtlich ab dem Wintersemester 2004/05 nur für Studierende des Bachelor-Studiums angeboten 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)

Die beiden Scheine müssen aus zwei unterschiedlichen Bereichen stammen. Einer muß ein Vorlesungs-, der zweite ein Proseminar-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.

3.2 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.

3.3 European Credit Transfer System

Im Rahmen des europäischen Austauschprogramms werden im Magister-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

Zu Veranstaltungen des Bachelor-Studiengangs werden die Leistungspunkte des Bachelor-Systems vergeben.

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

3.4 Praxisseminare, Arbeitsmethoden in Journalismus 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 „Arbeitsmethoden in Journalismus Öffentlichkeitsarbeit“ teilnehmerbeschränkt. Zugangsbedingungen zu Praxisseminaren sind nach der Studienordnung die vorherige erfolgreiche Teilnahme an einem entsprechenden „Medienseminar“, passenden „Ressortseminar“ oder „Seminar Öffentlichkeitsarbeit“ im Hauptstudium. Gehen zu einem Praxisseminar mehr Anmeldungen ein, als Teilnehmerplätze vorgesehen sind, wird nach einem vom Fachbereichsrat bestätigten Kriterienkatalog ausgewählt. Die Methodenübungen und die Praxisseminare werden nicht benotet. Anmeldung für Praxisseminare und die Übungen „Arbeitsmethoden in Journalismus Öffentlichkeitsarbeit“ für das Wintersemester ist jeweils vom 15.-25. Juni, für das Sommersemester jeweils vom 15.-25. Januar. Informationen über die teilnehmerbeschränkten Seminare bzw. Übungen erteilen nur die Dozenten selbst, nicht das Sekretariat. Für die Vermittlung von universitätsexternen Praktika-Plätzen stehen mit Hinweisen Dr. Michael Meissner (Presse) oder Dr. Andreas Wosnitza (Hörfunk/ Fernsehen) zur Verfügung. Für Fragen bitte die jeweiligen Sprechstunden beachten. Ausserdem finden sich zahlreiche Praktikumsangebote in der ständig aktualisierten Job- und Praktikumsbörse des Instituts online unter <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/jobs.html>

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

4 Magister Grundstudium

4.1 Orientierungsveranstaltungen

Orientierungstag für Erstsemester

(28 501) Meissner, Michael C/P
18.10., 10.00-17.00 Malteserstr. 74-100, 12249 Berlin
(Lankwitz), Haus G, Raum G 202 18.10. - Credits

Kommentar:

Vormittags: Vorstellung des Studiums; nachmittags: Vorstellung der einzelnen Bereiche, s. Aushang am Anfang des WS

4.2 Allgemeine Veranstaltungen

Wissenschaftliche Grundlagen und Datenerhebung/Methoden I

(28 515) Erbring, Lutz V/P
Do 12.00-14.00 Lankwitz, G 202 28.10. 4 LP Credits

Kommentar:

Die Vorlesung richtet sich an Magister- und BA-Studierende und 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 werden allgemeine Grundfragen der Sozialforschung (Begriffs- und Hypothesenbildung, Operationalisierung, Messung, Stichprobenverfahren) behandelt. Im Anschluss werden ausgewählte Verfahren der Datenerhebung (Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Experiment) vorgestellt. Die abschließende Klausur zählt für die Magisterstudenten bei Erfolg als Leistungsnachweis für Methoden I.

Magisterstudierende erhalten ihren Pflicht-Leistungsnachweis, wenn sie die Abschlussklausur der Vorlesung bestehen.

Maximale Teilnehmeranzahl:

160

Methoden III: Einführung in Modelle und Methoden der Datenanalyse

(28 528) Erbring, Lutz V

Do 14.00-16.00 Lankwitz, G 202 28.10. 4 Credits

Kommentar:

Die Vorlesung soll grundlegende Methodenkompetenz für die quantitative Analyse empirischer Daten, insb. linearer (Regressions-) Modelle in der sozialwissenschaftlichen Kommunikationsforschung vermitteln. Im Mittelpunkt stehen die Formulierung und Anwendung statistischer Modelle sowie die Theorie und Praxis der entsprechenden (computergestützten) Schätzverfahren, unter besonderer Berücksichtigung von Fragestellungen und Daten aus der empirischen Kommunikationsforschung. Dabei sollen methodologische bzw. schätztheoretische Grundlagen mit Problemen sozialwissenschaftlicher Modellbildung, praktischer Anwendung am PC und inhaltlicher Interpretation der Ergebnisse verbunden werden.

Maximale Teilnehmeranzahl:

120

4.3 Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung

– keine Veranstaltungen in diesem Semester –

4.4 Strukturen der Massenkommunikation - Kommunikations- und Medientechnik

Einführung in die Medienökonomie - Rundfunk in Berlin-Brandenburg

28 540 Goldhammer, Klaus PS
Do 10.00-12.00 Haus L, L 127 28.10. - Credits

Kommentar:

Die allgemeinen Fragestellungen der Medienökonomie werden traditionell in zwei großen Bereichen konkretisiert: in der Presse (Zeitungen und Zeitschriften) und im Rundfunk (Radio und Fernsehen). Unser Angebot im Grundstudium ist so angelegt, daß eines von zwei Proseminaren gewählt werden kann. Eines beschäftigt sich mit

“Presse in Berlin“, das andere mit dem “Rundfunk in Berlin“.

Rundfunk in Deutschland ist durch zwei Besonderheiten gekennzeichnet. Erstens sind gesetzliche (und staatsvertragliche) Regelungen Grundlage des Rundfunksystems im Ganzen und auch seiner einzelnen Institutionen. Aus politischen Veränderungen hat sich seit den achtziger Jahren das “duale Rundfunksystem“ entwickelt, das durch das mehr oder weniger geregelte Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und privatrechtlich-kommerziellen Anbietern gekennzeichnet ist. Zweitens wird Rundfunk anders finanziert als die Presse. Gebühren (für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten) und Werbeeinnahmen (hauptsächliche Finanzierungsquelle der meisten kommerziellen Rundfunkveranstalter, Zusatzeinnahme für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten) sind die beiden vorherrschenden Finanzierungsformen. Direkte Finanzierungsformen (Stichwort: T-Commerce), Sponsoring, Produktionskostenzuschüsse oder Steuern (für den Auslandsrundfunk) sind im Vergleich dazu von geringerer Bedeutung.

Das Seminar wird diese Besonderheiten des Rundfunks analytisch und auch am Beispiel der in Berlin tätigen Rundfunkinstitutionen behandeln. Zusätzlich zu den normalen Seminarterminen werden evtl. der ein oder andere Termin außerhalb der Seminarzeiten für Besuche einzelner Sender geplant; Beschränkungen der jeweiligen Teilnehmerzahl und ein besonderes Anmeldeverfahren für diese Besuche werden im Seminar besprochen. Eine evtl. Zusatzterminliste wird später im Seminar verteilt

Einführung in die Medienökonomie - Pressemarkt

28 541 Krone, Jan Pjs
Mo 12.00-14.00 Haus L, L 129 25.10. - Credits

Kommentar:

Die Veranstaltung soll Kenntnisse über einzel- und gesamtwirtschaftliche Fragestellungen am Beispiel der ökonomischen Entwicklung von Printmedien in der Bundesrepublik vermittelt.

Im Mittelpunkt dieser Veranstaltung stehen die Märkte für Printmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Behandelt werden sowohl die einzelnen Teilmärkte für Printmedien, wie etwa der Zeitschriften- oder der Buchmarkt und ihre Besonderheiten, aber auch die Konkurrenz der Printmedien zu anderen Medien wird Teil des Proseminars sein.

Die Teilnahme an der ersten Veranstaltung ist Pflicht. Ein späterer Eintritt ist nicht möglich.

Leistungsnachweise sind auf der Grundlage von Referaten und darauf aufbauender Hausarbeiten möglich. Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit sind weitere Parameter.

Literaturhinweise und ein detaillierter Ablaufplan werden am ersten Veranstaltungstermin verteilt.

Maximale Teilnehmeranzahl:

70

Einführung in das Medienrecht

28 542 Schertz, Christian V
Di 18.00-20.00 Henry-Ford-Bau, Garystr. 35 (Dahlem),
Hs A 19.10. - 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

Einführung in die Kommunikationspolitik

Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 543
Tonnemacher, Jan PS
Haus L, Raum s.A. s. A. - Credits

Kommentar:

Entwicklung der Medien und IuK-Technologien

28 550 Wersig, Gernot V
Mo 10.00-12.00 Malteserstr. 74-100, M 025 25.10. - Credits

Kommentar:

Die Grundstudienvorlesung des Magisterstudiengangs, die sich vorwiegend auf die technische Entwicklung konzen-

triert hat, soll unter Einbeziehung des Ansatzes des Bachelorstudiengangs erweitert werden um die medienorganisatorische Entwicklung. Dabei werden etwa die folgenden perioden unterschieden:

1. Die archaische Einheit (bis zur Städtegründung)
2. Kultur, Religion, Handel (bis 1450)
3. privilegierte Kommunikation für Politik, Wirtschaft, Bürger (bis 1860 - Druck, Post, Telegrafie, Profifotografie)
4. Demokratisierung der Kommunikation (bis 1900 - publikumsbildende Medien: Massenpresse, Schallplatte, Amateurfotografie; Vernetzungsmedien: Telefon, Funk)
5. Medien der Massensteuerung (bis 1980 - Film, Radio, Parteipresse, Mangelfernsehen)
6. Pluralisierung und Individualisierung (ab 1980 - duales System, PC, Videorecorder, netzdienste).

Zielgruppe: Bachelor Grundstudium (Pflichtmodul)

Leistungsanforderungen:

Leistungskontrolle findet statt in Form einer 11,5-stündigen Klausur, voraussichtlich am 07. 02. 2005

Literatur:

Eine Literaturliste wird vorliegen

G.Wersig: Informations- und Kommunikationstechnologien, UVK-Medien-Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2000.

www:

<http://www.kommwiss.fu-berlin.de/gwersig/lehre.htm>

Kommunikatoren, sowie zentrale Begriffe wie "Öffentlichkeit", "Publikum" oder "Zensur". Es geht um die Genres, Motive und Ziele der Akteure, Prozesse der Professionalisierung, um Meinungslenkung und Instrumentalisierung. Die Perspektive der Verantwortlichen in Regierung, Handel und Wirtschaft wird erweitert um die der Publizierenden und ergänzt durch die des Publikums (Adressaten und Rezipienten), um Aussagen zur Wirkungsmächtigkeit zu ermöglichen.

Fragen und Probleme der Quellen und ihrer Interpretation, der Periodisierung, Methoden und Theorien sollen ebenso behandelt werden wie Themen der Wissenschaftsgeschichte: der Weg von der "Zeitungs-" oder "Pressegeschichte" zur "Publizistik-" und "Kommunikationsgeschichte". Es werden die unterschiedlichen Institutionen und Medien in historischen Längsschnitten vorgeführt, ihre Bedeutung in offenen und autoritären Gesellschaftssystemen an Hand von Abbildungen, Ton- und Filmdokumenten analysiert. Zu Teilbereichen und einzelnen Themen liegen zwar etliche Untersuchungen vor, jedoch mangelt es an einer Gesamtdarstellung der "Geschichte der öffentliche Kommunikation", umfassenden Bibliographie und Quellensammlung. Die "Einführende Literatur" sollte in der ersten Phase des Semesters gelesen werden, damit noch ausreichend Zeit für die hentlichen Lektüreempfehlungen bleibt. - Weitere Informationen finden sie im Internet: www.fu-berlin.de/akip.

Einführende Literatur: Ernst Fischer u.a. (Hg.), Von Almanach bis Zeitung. Ein Handbuch (...)1700-1800, München 1999; Bernd Sösemann (Hg.), Einführende Bemerkungen zur Erforschung der Geschichte der Medien und der öffentlichen Kommunikation (...), in: ders. (Hg.), Kommunikation und Medien (...), Stuttgart 2002, S. 9-21; Konrad Dussel, Hörfunk in Deutschland, Potsdam 2002; S. 25-129; Rudolf Stöber: Mediengeschichte, 2 Bände, Wiesbaden 2003. Bernd Sösemann (Hg.): Der Nationalsozialismus und die dt. Gesellschaft, Stuttgart 2002 (preiswerte ungekürzte Ausg.: Wiss. Buchgesellschaft, Darmstadt 2002).

4.5 Kommunikationsgeschichte und Kommunikationstheorie

Grundlagen einer europäischen Geschichte der öffentlichen Kommunikation in der Neuzeit

(28 551) Sösemann, Bernd V
Di 16.00-18.00 Henry-Ford-Bau, Garystr. 35 (Dahlem),
Hs B 26.10. 2LP/1 Credits

Kommentar:

Die Lehrveranstaltung richtet sich an Studierende der Geschichts- und Kulturwissenschaften sowie der Politik- und Sozialwissenschaften. Sie bietet für eine Teildisziplin der historischen Wissenschaften einen Überblick über die politischen und rechtlichen, gesellschaftlichen und kulturellen, wirtschaftlichen und technischen Grundlagen öffentlicher Kommunikation. Im Mittelpunkt stehen die sich seit dem 15. Jahrhundert beschleunigt wandelnden Kommunikationssituationen, die Struktur, das Selbstverständnis, die Funktionen und Bedeutungen der Medien und der

Ausgewählte Themen zur Geschichte der öffentlichen Kommunikation

(28 552) Sösemann, Bernd PS
Mi 16.00-18.00 Malteserstr. 74-100, L 128 27.10. 4LP/8 Credits

Kommentar:

Die Lehrveranstaltung ist für Studierende des Grundstudiums gedacht. Sie begleitet zwar einerseits die Überblicksvorlesung und dient damit der Vertiefung der dort vortragenen Themen durch die gemeinsame Interpretation von Quellentexten, doch greift sie andererseits zeitlich und inhaltlich über die Vorlesung hinaus. Weitere Einzelheiten, Hinweise zur Anfertigung einer Hausarbeit und des

Kurzvortrags finden Sie im Internet unter <http://www.fu-berlin.de/akip>.

Einführende Literatur: Presse und Geschichte. Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung (Studien zur Publizistik / Bremer Reihe, Bd. 23). München 1977; dass. Teil 2, München 1987; Bernd Söseman, Einführende Bemerkungen zur Erforschung der Geschichte der Medien und der öffentlichen Kommunikation (...), in: ders. (Hg.), Kommunikation und Medien in Preußen (Beiträge zur Kommunikationsgeschichte 12), Stuttgart 2002, S. 9-21; Rudolf Stöber: Mediengeschichte, 2 Bände, Wiesbaden 2003.

der modernen Kriegsführung untersucht werden. Es werden die gleichen Aspekte wie im Hauptseminar behandelt (s.unten). Zur visuellen Unterstützung werden zeitgenössische Karikaturen, Posters und Photos projiziert.

Literaturangaben siehe unter Hauptseminar, ferner:

Michael Balfour: Propaganda in War, 1939-1945: Organisations, Policies and Publics in Britain and Germany, London 1979.

Gerald Diesener und Rainer Gries (Hg.): Propaganda in Deutschland. Zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert, Darmstadt 1996.

Sian Nicholas: Propaganda and War 1939-1945, Edinburg 2004.

Ausgewählte Quellen zur Geschichte der öffentlichen Kommunikation

28 553 Söseman, Bernd Ü
Mi 19.00-21.00 FMI, Koserstr. 20, A 124 27.10. 4LP/4
Credits

Kommentar:

Die Lehrveranstaltung begleitet thematisch die beiden Vorlesungen, die von Herrn Professor Demm und mir zur Geschichte des 20. Jahrhunderts angeboten werden. Sie richtet sich an fortgeschrittene Studienanfänger (absolviertes Proseminar) und Studierende im Hauptstudium. In ihrem Mittelpunkt stehen zusätzliche (audio-) visuelle Dokumente, für deren Vorstellung und Bearbeitung es in einer Vorlesung an Zeit mangelt.

Da Technik, Themen und Termine auf die Möglichkeiten innerhalb unserer Universität und in anderen Forschungsinstitutionen abgestimmt werden müssen, erfolgt die genaue Planung in der ersten Sitzung am Tag nach dem Beginn meiner Vorlesung, am 27. Oktober, in der ich die nötigen Details bekanntgeben werde. Diese Informationen finden sie dann ebenso auf meiner Internetseite <http://www.fu-berlin.de/akip>. Dort stehen bereits jetzt einführende und spezielle Literatur sowie Hinweise zur Anfertigung einer schriftlichen Arbeit bereit.

BA-Studierende können 4 Punkte erwerben - die regelmäßige Teilnahme in der Vorlesung und Übung vorausgesetzt.

Propaganda und Krieg im 20. Jahrhundert

28 554 Demm, Eberhard V
16.00-18.00 FMI, Koserstr. 20, Hörsaal B 22.10. 2LP/1
Credits

Kommentar:

Ausgehend vom Ersten Weltkrieg, dem ersten großen Medienkrieg der Geschichte, soll die Rolle der Propaganda in

Rundfunk und Hörspieltheorie in der Weimarer Republik

28 556 Beiküfner, Uta PS
Do 14.00-16.00 Haus L, Raum 127 28.10. 8 Credits

Kommentar:

Anhand der Entwicklung des Rundfunks in der Weimarer Republik, sowie ausgewählten Hörspielen und rundfunktheoretischen Texten von Rudolf Arnheim, Wolf Zucker, Walter Benjamin und Bertolt Brecht soll exemplarisch der Beziehung von Autor und Medium, Rundfunk und Rundfunktheorie in der Weimarer Republik nachgegangen werden. Ausgewählte Hörspiele werden vor dem Hintergrund relevanter rundfunktheoretischer Schriften betrachtet. Das Ziel des Grundkurses soll darin bestehen, die frühen Auffassungen von den Möglichkeiten des Rundfunks im Kontext von mediengeschichtlichen und medienkritischen Fragestellungen zu diskutieren.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit

Ausgewählte Aspekte der Zeichentheorie

28 560 Posner-Landsch, Marlene PS
Di 12.00-14.00 L129 26.10. 8 Credits

Kommentar:

Zeichen treten in allen Formen der Kommunikation auf und dienen der Verständigung. Trotz dieser Funktion sind sie aber nicht primär Gegenstand von Gesellschaftstheorien, sondern werden hauptsächlich im Hinblick auf ihre Funktion für die Erkenntnis untersucht. Das Seminar beschäftigt sich mit ausgewählten Aspekten der Zeichentheorie und ihrer praktischen Anwendung im Journalismus.

Literatur: Jürgen Trabant (1989): Zeichen des Menschen. Elemente der Semiotik. Frankfurt am Main.

Die Anmeldung erfolgt ausschließlich in der ersten Sitzung.

Bildpublizistik

28 563 Krüger, Steffen PS
Mi 18.00-20.00 Haus L, Raum 129 27.10. 4LP/8 Credits

Kommentar:

Die Begriffe Bild und Affekt wurden als Kausalitätspaar schon lange vor den Gefängnisfotos aus Abu Ghraib diskutiert. Ausgehend von der Unmittelbarkeit von Bildern in Abgrenzung zum Begriff beschäftigte sich gerade die Kunstwissenschaft der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit bildnerischen Wirkmechanismen.

Wie lassen sich diese Phänomene der (vermeintlichen?) Unmittelbarkeit analysieren? Geplant sind u.a. Texte aus der Wiener Schule der Kunstgeschichte (Ernst Kris, E.H. Gombrich) sowie Grundlegendes zur Ikonologie/Ikonographie aus der Schule um Aby Warburg und Erwin Panowski.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit

Reisen und Photographieren

28 564 Huber, Bettina PS
Do 16.00-18.00 Haus L, Raum L 111/112 28.10. 4LP/8 Credits

Kommentar:

Die Erfindung und Verbreitung der Photographie initiierte einen gesellschaftlichen Prozeß, der von gravierenden Wahrnehmungsumbrüchen geprägt war. In ebenso hohem Maße schlug sich die gleichzeitig vonstatten gehende Industrialisierung des Reisens im Bewußtsein der Menschen nieder: Die Vorstellung von Raum und Zeit wandelte sich grundlegend. Doch ist mit der Entstehung des modernen Tourismus und der umfassenden Bebilderung der Welt tatsächlich ein proportionaler Erfahrungsgewinn verbunden?

Im Zentrum der Veranstaltung steht die Auseinandersetzung mit Forschern und Theoretikern, die sich dem Thema in erster Linie kulturwissenschaftlich nähern und weniger die ästhetischen Leistungen der Photographie im Auge haben. Als Pioniere gelten hier Walter Benjamin, Dolf Sternberger und Siegfried Kracauer. Mit ihnen und mithilfe zeitgenössischer Texte soll rekapituliert und diskutiert werden, in welcher Weise sich durch das Reisen und Photographieren wahrnehmungstheoretische Parameter verändert haben und welche Schlüsse daraus zu ziehen sind.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit

4.6 Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit

Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppe A

praktische journalistische Übungen(28 571) Seewald, Berthold Ü

Block Malteserstr. 74-100, L 125/CIP-Raum 4LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Anmeldeverfahren s. Glaskasten, Gebäude L, neben Raum L 436))

Beschreibung:

(Magister/Bachelor; 4 Leistungspunkte/4 cr)

Kommentar:

Im Zentrum der Arbeit steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension, Pressemitteilung u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Die Veranstaltungen sind teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden 16 (maximal 20) Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung "Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" zeitnah zur Übung wird empfohlen. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436). Die Übung findet als Blockseminar Ende Februar/Beginn März 2005 statt.

Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppe B

praktische journalistische Arbeiten Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 572 Berner, Matthias Ü

Block Redaktionsbüro City-West, Tauentzienstr. 4, 10789 Berlin, s. A. 4LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Prozedere siehe Aushänge 4. Etage))

Kommentar:

Die Lehrveranstaltung findet als Blockseminar an drei Tagen (Samstag bis Montag) statt. An den ersten beiden Tagen wird in "Echtzeit", parallel zur Produktion der Berliner Morgenpost/ Die Welt, basierend auf dem aktuellen Agenturmaterial in Kleingruppen (4 bis 5 Studenten) jeweils eine Zeitungsseite erstellt (Politik, Wirtschaft, Vermischtes, Lokales). Begleitend werden Grundzüge der Typographie und des Layouts erläutert, der Nachrichtenauswahl und -mischung. Es folgen praktische Übungen zum journalistischen Schreiben (Kurzmeldung, Meldung, Bericht, Reportage, Feature sowie Mischformen) basierend auf den Agenturen. Beim morgendlichen Treffen am dritten Tag wird Hintergrundmaterial zum

Reportagethema ausgegeben. Es folgt die Recherche am Ort. Nach dem Treffen am frühen Nachmittag werden die Reportagen geschrieben und anschließend präsentiert. Abends wird das Druckhaus in Spandau besichtigt (Ende gegen 21 Uhr), anschließend Schein-Vergabe.

Die Veranstaltungen sind teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden 16 (maximal 20) Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung "Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" zeitnah zur Übung wird empfohlen. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppe C

praktische journalistische Übungen 28 573 Meissner, Michael Ü

Di 12.00-14.00 Lankwitz, L 125/CIP-Raum 26.10. 4LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004) (Anmeldeverfahren s. Glaskasten, Gebäude L, neben Raum L 436)

Beschreibung:

(Magister/Bachelor; 4 Leistungspunkte)

Kommentar:

Im Zentrum der Arbeit steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension, Pressemitteilung u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Die Veranstaltungen sind teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden 16 (maximal 20) Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung "Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" zeitnah zur Übung wird empfohlen. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Kurs D

praktische journalistische Übungen (28 574) Wosnitza, Andreas Ü

14-tägl. Do 9.00-12.00 Haus L, Raum 125 21.10. 4LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15. bis 25.6.2004 (s. Glaskasten, neben Raum L 436))

Kommentar:

Im Zentrum steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension, Pressemitteilung u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Die Veranstaltungen sind teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden 16 (maximal 20) Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung

"Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" zeitnah zur Übung wird empfohlen. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppe E

28 575 Thede, Iлона Ü
Siemens AG, Bildungszentrum, 4LP/4 Credits

Beschreibung:

Blockveranstaltung am Wochenende; Termine werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben

Kommentar:

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).

Die Veranstaltung ist als Kompaktseminar konzipiert. Sie ist methodisch vielfältig strukturiert bis hin zu Einzel- und Gruppenarbeiten der Seminarteilnehmer. Sie ist sowohl für angehende PR-Fachleute wie Medienjournalisten geeignet.

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

Anmeldeformalitäten

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.

Leistungsanforderungen

Pressemitteilungen erstellen, Pressekonferenzen vorbereiten und durchführen.

Maximale Teilnehmeranzahl:

20

Arbeitsmethoden in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit, Kurs F

praktische journalistische Übungen Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! (28 576) Großkopff, Rudolf Ü

14-tägl. Mi 14.00-18.00 Haus L Raum 125 und 117/119 20.10. 4LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (s. Glaskasten neben Raum L 436))

Kommentar:

Im Zentrum steht die Vermittlung unterschiedlicher Genres und Stilformen (Nachricht, Bericht, Feature, Kommentar, Rezension, Pressemitteilung u.a.) in Darstellung und praktischen Übungen der Teilnehmer. Die Veranstaltungen sind teilnehmerbegrenzt. Pro Gruppe werden 16 (maximal 20) Teilnehmer aufgenommen. Der Besuch der Vorlesung "Grundlagen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit" zeitnah zur Übung wird empfohlen. (Teilnehmerliste, s. Glaskasten neben dem Raum L 436)

5 Magister Hauptstudium

5.1 Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung

Forschungsseminar: Nachrichtenforschung II

28 621 Erbring, Lutz S
Do 16.00-18.00 Lankwitz, L 129 21.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Dieses Seminar setzt die Veranstaltung des letzten Semesters fort; kann aber - je nach Kapazität - auch von Interessierten besucht werden, die daran nicht teilgenommen haben.

In diesem Semester sollen die Teilnehmer die Umsetzung der Faktorensystematik in ein Erhebungsinstrument abschließen und an Hand aufgezeichneter Fernsehnachrichtensendungen empirisch überprüfen. Die Ergebnisse sollen mit dem aktuellen Forschungsstand verglichen werden.

Hintergrund: Die klassische Nachrichtenwertforschung konzentriert sich primär auf das Angebot der Medien, weniger auf das Interesse des Publikums: Klassische Nachrichtenfaktoren reflektieren journalistische Relevanzkriterien aus der Sicht der Informationsfunktion der Medien. Erst neuerdings rückt der Medienkonsument stärker ins Blickfeld der Forschung - wengleich das Interesse des Publikums seit jeher zumindest indirekt auch zur Erklärung von Nachrichtenfaktoren herangezogen wurde. Nachrichtenwerte sind zugleich Publikumswerte, die sich sowohl an Wichtigkeit (gesellschaftliche Relevanz) als auch an Interesse (individuelle Relevanz) orientieren: Rezipienten bzw. Zuschauer nutzen Nachrichten nicht nur, um gesellschaftlich Wichtiges zu erfahren, sondern auch aus Neugier, Sensationslust, Lust am Ekel, zur Alltagsorientierung, Selbsterkenntnis etc.

Damit wird die Unterscheidung - und auch die Überschneidung - von gesellschaftlich "wichtigen" und individuell "interessanten" Informationen zu einer zentralen Forschungsfrage, die zu einer neuen, auf analytischen Dimensionen gestützte Systematik der Nachrichtenfaktoren führen kann, die die klassischen Listen ersetzen und erweitern.

Maximale Teilnehmeranzahl:

40

Forschungsseminar: Gespräche über Medienthemen und ihre Folgen

28 622 Gehrau, Volker S
Mi 12.00-16.00 Lankwitz, L 128 20.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Kriegsberichterstattung

28 623 Maurer, Torsten S
Di 10.00-12.00 Lankwitz, L 128 19.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Der Irakkrieg 2003 rückte erneut die Bedeutung der Medien im Zusammenhang mit kriegerischen Konflikten in den Blickpunkt. Nachdem den USA im vorhergehenden Golfkrieg die Beschränkung des Informationszugangs vorgehalten wurde, fand im Jahre 2003 eine Informationsoffensive statt, bei der detailliert und zeitnah über das Kriegsgeschehen berichtet wurde. Zugleich wurde die amerikanische Seite jedoch der Bilderhoheit beraubt, da Sender wie Al-Dschasira Aufnahmen des Krieges von der irakischen Seite lieferten. Insbesondere in Deutschland wurde in der Folge die Desinformation durch die Kriegsparteien thematisiert und es fand eine Selbstreflexion der Medien statt, bei der der 'Wahrheitsgehalt' der Berichterstattung permanent in Zweifel gezogen wurde.

Im Rahmen des Seminars wird zunächst der Forschungsstand zur Rolle der Medien in kriegerischen Konflikten aufgearbeitet. Darauf aufbauend werden in Arbeitsgruppen Kategorienschemata entwickelt, mit denen sich Merkmale der Berichterstattung inhaltsanalytisch untersuchen lassen. Abschließend werden die Teilnehmer mit diesen selbst entwickelten Untersuchungsinstrumenten die Fernsehberichterstattung zum Irakkrieg 2003 analysieren.

Maximale Teilnehmeranzahl:

40

Politische Kommunikation in Deutschland von 1949 bis heute

28 624 Güllner, Manfred V
Mo 16.00-18.00 Lankwitz, L 129 18.10. 12/1 Credits
Teilnahme an der ersten Sitzung ist Pflicht! Ein Leistungsnachweis kann erworben werden.

Kommentar:

Dargestellt werden soll, wie sich die politische Kommunikation nach dem Zusammenbruch des Nationalsozialismus im demokratischen System neu formierte, wie sie sich unter sich ändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen (Auflösung soziostrukturelle Milieus, Bedeutungsverlust von Großorganisationen) und der Ausbreitung neuer Medien (TV, etc.) weiter entwickelte und welche Wandlungen sich nach der Wiedervereinigung in der "Berliner Republik" erkennen lassen.

Erforschung der Geschichte der Medien und der öffentlichen Kommunikation (...), in: ders. (Hg.), Kommunikation und Medien (...), Stuttgart 2002, S. 9-21.

Ausgewählte Probleme der empirischen Kommunikations- und Medienforschung

28 629 Erbring, Lutz C
Mi 16.00-18.00 Lankwitz, L 109 20.10. - Credits

Kommentar:

Das Forschungskolloquium wendet sich vor allem an Doktoranden und Examenskandidaten und dient in erster Linie der Diskussion der Abschlussarbeiten der Teilnehmer, darüber hinaus aber auch der Erörterung ausgewählter Problemstellungen der empirischen Kommunikations- und Medienforschung.

Forschungskolloquium für Examenskandidat/inn/en und Doktorand/inn/en

28 671 Sösemann, Bernd C
Mi 19.00-21.00 FMI, Koserstr. 20, 14195, A 124 20.10. 1 Credits

Kommentar:

Die Lehrveranstaltung richtet sich an Studierende, die bei mir Ihre Abschlußarbeit schreiben. Der erfolgreiche Besuch einer meiner Hauptseminarsveranstaltungen bildet die Voraussetzung. In den Sitzungen sollen in erster Linie die Fragestellungen und Methoden diskutiert werden, die von den Teilnehmern bei der Bearbeitung der einzelnen Themen verfolgt werden. Darüber hinaus werden auch allgemeinere Fragen und Probleme einer Geschichte der öffentlichen Kommunikation zur Sprache kommen. Von allen Kandidaten werden regelmäßige Mitarbeit und Kurzberichte über den Stand ihrer Arbeiten erwartet. Eine persönliche Anmeldung im Sekretariat (Tel. 83870448) ist erforderlich. Weitere Einzelheiten und einführende Literatur finden Sie im Internet unter <http://www.fu-berlin.de/akip>.

5.2 Mediensysteme und Kommunikationskulturen

Öffentliche Kommunikation in geschichts- und kulturwissenschaftlicher Perspektive in der Neuesten Zeit

28 670 Sösemann, Bernd HS
Di 18.00-20.00 FMI, Koserstr. 20, 14195 Berlin, A 163 19.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Die Lehrveranstaltung wird Fragen und Probleme kommunikationshistorischer Quellen und ihrer Interpretation, der Periodisierung, Methoden und Theorien ebenso exemplarisch behandeln wie die der Darstellung und der Wissenschaftsgeschichte. In der ersten Sitzung werden das ausgewählte Arbeitsgebiet und zentrale Fragestellungen vorgestellt, in der dritten entscheidet eine Klausur über die weitere Teilnahme.

Einführende Literatur: Requate, Jörg: Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse. In: GG 25 (1999), S. 5-32. Schulz, Andreas: Der Aufstieg der "vierten Gewalt". Medien, Politik und Öffentlichkeit im Zeitalter der Massenkommunikation. In: HZ 270 (2000), S. 65-97. Bernd Sösemann (Hg.), Einführende Bemerkungen zur

Mediale Unterhaltungskulturen im europäischen Vergleich

28 672 Merziger, Patrick HS
Do 18.00-20.00 Malteserstr. 74-100, L 129 21.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Eine europäische Geschichte der Unterhaltungskulturen existiert in ihren ersten Ansätzen nur als Sozialgeschichte. In dem Seminar soll nun versucht werden, in Form eines Projektes überblicksartig die Geschichte des öffentlich kommunizierten Komischen entlang der grundlegenden Medien des 20. Jahrhunderts - Presse, Buch, Film, Theater, Rundfunk - zu entwickeln. Die jeweils populärsten Ausprägungen des Komischen sollen in Schritten von einem Jahrzehnt als Signet dieses Jahrzehnts präsentiert werden. Dabei wird das Seminar nicht bei der Bestimmung von Popularität stehen bleiben, sondern auch die inhaltlichen Spezifika der einzelnen Abschnitte erarbeiten. Das Überwiegen von Formen des Komischen, also etwa Humor statt Satire, wird auch Aufschluß über die gesellschaftlichen Verhältnisse geben. Bei diesen Untersuchungen nationaler

Unterhaltungskulturen darf die transkulturelle Kommunikation, z.B. die Einfuhr von Spielfilmen oder Fernsehserien und deren Aufnahme, ebensowenig vernachlässigt werden wie der Blick auf andere Länder, also z.B. die Klischees des humorlosen Deutschen oder humorvollen Engländer. Gute Kenntnisse mindestens einer europäischen Fremdsprache neben dem Englischen sind sehr erwünscht. Einführende Literatur: Maase, Kaspar: Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970 (Europäische Geschichte). Frankfurt am Main 2001. 3. Auflage. Weitere Informationen finden Sie auf der Internetseite: <http://www.fu-berlin.de/akip>

Propaganda und Zensur im Ersten Weltkrieg

28 673 Demm, Eberhard HS
18.00-20.00 FMI, Koserstr. 20, A 163 22.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Seit dem epochemachenden Werk des amerikanischen Kommunikationswissenschaftlers Harold D. Lasswell, "Propaganda Technique in World War I" (1927), sind zwar zahlreiche Untersuchungen über Propaganda im Ersten Weltkrieg erschienen, aber fast alle haben sich auf ein einziges Land beschränkt. Einige wenige übergreifende Sammelwerke verschiedener Autoren haben bestenfalls einen bestimmten Aspekt untersucht und kein mit Lasswell vergleichbares Ergebnis erbracht. Es soll in diesem Seminar der Versuch gemacht werden, die wichtigsten Aspekte der Propaganda der kriegführenden Länder zu vergleichen und dadurch zu einer Art Phänomenologie der Weltkriegspropaganda zu gelangen. Referate und Seminararbeiten werden in der ersten Sitzung verteilt. Eine ausführliche Literaturliste, bezogen auf die einzelnen Themen, wird in der ersten Sitzung verteilt. Kenntnisse der englischen und französischen Sprache sind sehr wünschenswert.

Literatur:

Eberhard Demm: Ostpolitik und Propaganda im Ersten Weltkrieg. Frankfurt u.a. 2002.

Hubertus F. Jahn: Patriotic culture in Russia during World War I. Ithaca and London 1995.

Michael L. Sander and Philip M. Taylor: British Propaganda during the First World War. London 1982, deutsche Ausgabe Berlin 1990.

Kulturtheorie der "Masse"

28 676 Beiküfner, Uta S
Mi 16.00-18.00 Haus L, Raum 111/112 20.10. 12 Credits

Kommentar:

In wohl keinem anderen Jahrhundert als dem 20. hat sich die physische wie geistige Bewegung von Menschenmas-

sen so offensichtlich manifestiert. Die Entwicklung dieses Phänomens wurde von soziologischen, psychoanalytischen, kultur- und medienwissenschaftlichen Deutungsversuchen flankiert, in deren Zentrum zum überwiegenden Teil die Ausbuchstabierung des Verhältnisse von Individuum und Masse stand. Vor dem Hintergrund einer medienwissenschaftlichen Relevanz dieser Diskurse werden im Seminar Texte von Gustave LeBon, Sigmund Freud, Jose Ortega y Gasset, Siegfried Kracauer, Wilhelm Reich und Elias Canetti gelesen.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit

Medientheorie als Wahrnehmungstheorie in den Zwanzigern

28 677 Beiküfner, Uta S
Di 14.00-16.00 Haus L, Raum 129 19.10. 12 Credits

Kommentar:

Im Mittelpunkt dieses Seminars stehen die medientheoretischen Überlegungen Walter Benjamins, Bertolt Brechts und Sergej Eisensteins, die im Hinblick auf die Formulierung einer Medientheorie als Wahrnehmungstheorie große Übereinstimmungen aufweisen. Eisensteins "Theater der Attraktionen" und Brechts "Episches Theater" werden auf ihre wahrnehmungstheoretischen Einflüsse untersucht, um dann in ein Verhältnis zu Benjamins "Kunstwerkaufsatz" gesetzt zu werden. Dabei sollen die theoretischen Texte dieser Autoren nicht nur expliziert, sondern anhand der praktischen Filmarbeiten Eisensteins und Brechts auch überprüft werden.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit

Zur materialistischen Medientheorie

28 678 Schmieder, Falko S
Mo 16.00-18.00 Haus L, Raum 111/112 18.10. 12 Credits

Kommentar:

Im Zentrum des Seminars "Zur materialistischen Medientheorie" steht die Frage nach dem Verhältnis der historisch-materialistischen Tradition zum Problemfeld der neuen Medien. Neben den Klassikern gesellschaftskritischer Medienanalysen sollen auch Texte interessieren, die aus den unmittelbaren praktischen Bedürfnissen der Organisation kritischer Gegenöffentlichkeit hervorgegangen sind. Das Ziel des Seminars ist es, die Texte vor dem Hintergrund einschneidend gewandelter Kommunikationsverhältnisse neu zum Sprechen zu bringen und hinsichtlich ihrer praktischen Relevanz zu befragen.

Leistungsanforderung: Referat und Hausarbeit

Literatur (Auswahl):

Baudrillard, Jean, Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen, Berlin 1978.

Benjamin, Walter, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt/M. 1963

Brecht, Bertolt, Radiotheorie 1927-1932, in: Gesammelte Werke, Bd. 8, Frankfurt/M 1967

Eisenstein, S. / Pudowkin W.I. / Alexandrow, G.W., Manifest zum Tonfilm, in: Franz-Josef Albersmeier (Hg.), Texte zur Theorie des Films, Stuttgart 1979.

Enzensberger, Hans-Magnus, Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Kursbuch, Frankfurt/M 1970

Faulstich, Werner, Medientheorien, Göttingen 1991

Günter, Roland, Fotografie als Waffe. Zur Geschichte und Ästhetik der Sozialfotografie, Hamburg 1977.

Horkheimer, Max/ Adorno, Theodor W., Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug, in: dies., Dialektik der Aufklärung, Frankfurt/M 1969.

Kunde, Wolfgang/ Wawrzyn, Lienhard (Hg.), Eingreifendes Fotografieren, Berlin 1979.

Münzenberg, Willi, Erobert den Film, in: Willi Lüdecke, Der Film in Agitation und Propaganda der revolutionären deutschen Arbeiterbewegung (1919-1933), Berlin 1973

Negt, Oskar/ Kluge, Alexander, Öffentlichkeit und Erfahrung, Frankfurt/M 1972.

Richter, Hans, Der Kampf um den Film, Frankfurt/ M 1979

Die "Weltbühne" im Exil

28 679 Teuber, Toralf S
Fr 14.00-16.00 Haus L, Raum 111/112 22.10. 12/1
Credits

Kommentar:

Im Seminar werden die Hintergründe des publizistischen Exils ab 1933 am Beispiel der Zeitschrift "Die neue Weltbühne", "Wochenschrift für Politik - Kunst - Wirtschaft" und ihres letzten Redakteurs untersucht. Mit dem Blick hinter die Kulissen jener traditionsreichen und weltweit verbreiteten Wochenschrift richtet sich das Augenmerk auf die Redaktionsführung und die bisher nicht analysierte Redaktionskorrespondenz mit der Konsequenz, den - tatsächlich nur unter den Bedingungen des Exils möglichen - Werdegang eines engagierten Publizisten zu verfolgen. Die Rede ist von Hermann Budzislowski (1901-1978) und seiner publizistischen Laufbahn. Eine Karriere, die ihre eigene Historie hat.

Erzählen in der Wirtschaft

28 680 Posner-Landsch, Marlene HS

Di 10.00-12.00 L129 19.10. 12 Credits

Kommentar:

Unternehmen benutzen Erzählen und Erzählungen zunehmend zur Stabilisierung ihrer Unternehmensidentität und zur Verbesserung der internen und externen Kommunikation. Das Seminar untersucht die Strukturen von Erzählungen, ihre Funktionen und Zielrichtungen sowohl in der Wirtschaft als auch im Wirtschaftsjournalismus.

Literaturliste bei Anmeldung.

Die Anmeldung erfolgt ausschließlich in der ersten Sitzung.

Corporate Governance: Ethik der Unternehmenskommunikation?

28 681 Posner-Landsch, Marlene HS
Do 10.00-12.00 L129 21.10. 12 Credits

Kommentar:

Die Vorgaben der Corporate Governance werden innerhalb und außerhalb von Unternehmen zunehmend für wichtig gehalten. Ob sie eine Art allgemeiner Unternehmensethik sind und welche Rolle sie überhaupt in Unternehmen spielen, diesen Fragen soll im Seminar nachgegangen werden.

Literatur: Corporate Governance
(<http://www.corpgov.net>)

Herman Boverter (1984): Ethik des Journalismus. Konstanz.

Die Anmeldung erfolgt ausschließlich in der ersten Sitzung.

Colloquium: Ausgewählte Aspekte der Unternehmenskommunikation

28 682 Posner-Landsch, Marlene C
Do 12.00-14.00 L129 21.10. 1 Credits

Kommentar:

Das Colloquium behandelt ausgewählte Fragen der Unternehmenskommunikation anhand von Fallbeispielen.

Die Anmeldung erfolgt in der ersten Sitzung.

Bewegte Stadt: Wahrnehmungsgeschichte von Zirkulation, Kommunikation, Verkehr

28 683 Hirschfeld, Dieter HS
Mo 16.00-18.00 Habelschwerdter Allee 45, K 2421
18.10. 12 Credits

Kommentar:

Internationale Kommunikation

Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 686
 Tonnemacher, Jan HS
 s. A. Haus L, Raum s.A. s. A. - Credits

Kommentar:

**Situation der deutschen Filmwirtschaft:
 Eine Branche zwischen kulturellem
 Anspruch, Subventionen und
 ökonomischen Zwängen**

28 688 Goldhammer, Klaus HS
 Do 12.00-14.00 Haus L, L 127 28.10. - Credits

Kommentar:

Die Filmbranche - und speziell die deutsche Filmbranche - sind durch zahlreiche Brüche und Zielkonflikte gekennzeichnet: Einerseits will man kulturell anspruchsvolle Filme produzieren, andererseits sollen sich Filme erfolgreich am Markt bewähren. Trotz einer umfangreichen Filmförderung hat sich dadurch bislang der "deutsche Film" (erwartungsgemäß) nicht weltweit durchsetzen können.

Die komplexen Marktbedingungen und Marktstrukturen sollen in diesem Seminar untersucht werden. Dazu zählen neben einer klassischen Analyse der Submärkte und Profit Windows vor allem auch der Einfluss von Breitband-Internet als potenziell rivalisierendem Distributionskanal ebenso wie zum Beispiel die Digitalisierung der Filmdistribution.

Bei Ihrer Anmeldungen können Studenten auch eigene Vorschläge für Seminarthemen machen an: klaus.goldhammer@goldmedia.de

Themenliste Filmseminar

Zur Struktur der Filmwirtschaft: Produktionen und Produktionsgesellschaften in Deutschland.

Die deutsche Verleiherbranche: Warum der Vertrieb am Ende bestimmt.

Kosten und Erlöse beim Film

Das Prinzip der Profit-Windows

Merchandising und Nebenerlöse: Warum George Lucas mit Star Wars reich wurde.

Fonds und Ihre Bedeutung für die Filmfinanzierung

Kultur-Förderung oder überflüssige Subvention? - Struktur und Ergebnisse der deutschen Filmförderung

Vom "Schuhschachtel-" zum Multiplex-Kino: Die Entwicklung der Kinobranche in Deutschland.

Festivals und Ihre Bedeutung für die Filmwirtschaft

Erfolgsfaktoren bei Kinofilmen: Ergebnisse der Medienforschung

Stars als Erfolgsfaktor beim Film? Hintergründe und Zusammenhänge

"Hollywood" - Strukturen und Kennzahlen der weltweiten erfolgreichen Filmindustrie

Video on Demand: Chancen und Perspektiven von "Filmen auf Abruf"

Broadband-Internet: Drohen der Filmindustrie durch das Internet die gleichen Probleme wie der Musikindustrie? Ansätze und Antworten auf DSL.

Digital Cinema: Erfahrungen bei der Digitalisierung der Distributionsstrukturen im Kino und die Folgen für Verleih und Vertrieb.

Gäste:

Frank Stehling, Filmboard

Georgia Tornow, Film 20

Katharina Oppitz, Odeon Film

Literatur

Albersmeiner (Hg.) (1979/1998): Texte zur Theorie des Films. Stuttgart: Philipp Reclam jun.

Anson (1998): "Strategy: Licensing and Merchandising" in: Licensing Economics Review, Februar 1998.

Anson (2001): "Trademark Law Basics" in: Basics of Trademark Law Forum Coursebook, International Trademark Association.

Appleton / Yankelevits (2002): Hollywood Dealmaking. Negotiating Talent Agreements. New York: Allworth Press.

Blanchet (2003): Blockbuster. Ästhetik, Ökonomie und Geschichte des postklassischen Hollywoodkinos. Marburg: Schüren Verlag.

Blumenthal / Goodenough (1991/1998): The Business of Television. A Practical Guide to the U.S. and International Television Industries for Producers, Executives, Marketers, Performers, Writers, and Entrepreneurs. New York: Billboard Books.

Clevé (2000): Wege zum Geld. Film-, Fernseh- und Multimedia-Finanzierungen. Gerlingen: Bleicher Verlag.

Cones (1997): The Feature Film Distribution Deal. A Critical Analysis of the Single Most Important Film Industry Agreement. Southern Illinois University Press.

Daniels / Leedy / Sills (1998): Movie Money. Understanding Hollywood's (Creative) Accounting Practices. Los Angeles: Silman-James Press.

Franck (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München/Wien: Carl Hanser Verlag.

Friedberg / Squire (Hg.) (1983/1992): "The Theatrical Exhibitor", in: The Movie Business Book. 2. Auflage. New York: Fireside.

Grover (2001): "Now Disneyland Won't Seem So Mickey Mouse" in: Businessweek, 29. Jänner 2001.

Houcken (1999): The International Feature Film Industry. National Advantage and International Strategies for European Film Companies. Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg.

Iljine / Keil (1997/2000): Der Produzent: das Berufsbild des Film- und Fernsehproduzenten in Deutschland. München: TR-Verlagsunion.

Jacobshagen (2002): Filmrecht im Kino- und TV-Geschäft. Bergkirchen: PPV Presse Project Verlags GmbH.

Keane (1998): Schritt für Schritt zum erfolgreichen Dehbuch. Berlin: Autorenhaus-Verlag.

Levison (2001): Filmmakers & Financing. Business Plans for Independents. Focal Press.

Levy (2000): Hollywood 101: The Film Industry. New York: Renaissance Books.

Lieberman (2002): The Entertainment Marketing Revolution. Bringing the Moguls, the Media, and the Magic to the World. New Jersey: Financial Times Prentice Hall.

Litwak (1994/2002): Dealmaking in the Film & Television Industry. From Negotiations to Final Contracts. Los Angeles: Silman-James Press.

Lukk (1997): Movie Marketing. Opening the picture and giving it legs. Beverly Hills: Silman-James Press.

McCourt (2001): "Box Office Impact on Rental Spending Decreases" in: Video Store Magazine, Februar 2001.

Monaco (1980/2002): Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Murphy / Squire (Hg.) (1983/1992): "Distribution and Exhibition: An Overview", in: The Movie Business Book. 2. Auflage. New York: Fireside.

Pleuger (1989): Wie ein Film entsteht. Hamburg: Kino Verlag.

Quelch (2000): Jurassic Park. Boston: Harvard Business School Publishing.

Reavis (1998): Disney's "The Lion King" (A): The \$ 2 Billion Movie. Boston: Harvard Business School Publishing.

Squire (1983/1992): The Movie Business Book. New York: Fireside.

Thiermeyer (1994): Internationalisierung von Film und Filmwirtschaft. Köln: Böhlau Verlag.

Verter / McGahan (1998): Coming Soon: A Theater Near You. Boston: Harvard Business School Publishing.

Vogel (1986/2001): Entertainment Industry Economics. A Guide for Financial Analysis. 5. Auflage. Cambridge: Cambridge University Press.

Wyatt (1994): High Concept. Movies and Marketing in Hollywood. Austin: University of Texas Press

Bausteine einer Theorie des postmodernen Zusammenhangs von Gesellschaft, Kultur und Kommunikation

28 690 Wersig, Gernot V
Do 10.00-12.00 L128 28.10. 12/1 Credits

Kommentar:

1. Kurze Darstellung der Entwicklung von Vor-Moderne, Moderne bis zur Diskussion der Postmoderne.
2. Die Gegenwart ist zu verstehen als der Übergang von der Industriegesellschaft in die postindustrielle Gesellschaft, der als Informations- oder Wissensgesellschaft verstanden werden kann. In dieser Zeit wirken das Erbe der Moderne und die Züge der Postmoderne gleichzeitig.
3. Theoretische Grundkonzeptionen (teils systematisch, teils evolutionär) zur Analyse sind: Gesellschaft, Kultur, Kommunikation, Medien, Organisation.
4. Kerne zukünftiger Entwicklung sind voraussichtlich vor allem: Visuelle Kommunikation, Ausstellungen/Inszenierungen. Wissenstypen und -organisation, immaterielle Zuschreibungen, skalierbare Gemeinschaften

Kulturkommunikation und Wiederverzauberung

28 691 Wersig, Gernot HS
Do 14.00-16.00 L128 28.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Die These Max Webers von der "Entzauberung" der Welt durch Monotheismen (vgl. auch J. Assmann: Die mosaikische Unterscheidung), Puritanismus und "Intellektualismus" (vor allem in : Wissenschaft als Beruf) ist inzwischen weitgehend anerkannt. In der Postmoderne-Diskussion wird dagegen das Bedürfnis nach "Wiederverzauberung" gesetzt (Berman, Bauman).. In Kommunikationsgesellschaften realisiert sich dies überwiegend in Kommunikationsweisen. Voraussichtlich sollen untersucht werden_: Esoterik-Medien, Medien für asiatische Religionen und magische Kulte, mediale Formen der Spaßgesellschaft, Stars/Celebrities/Royalties, Bildersucht und Bildmedien, mediale Formen des Sich-Treibens, immaterielle Warenwelten.

Möglichkeit, Notwendigkeit und Schädlichkeit von Grenzen

28 692 Völz, Horst HS
Di 10.00-12.00 L 127 26.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Grenzen dürften ursprünglich räumlich, politisch, religiös, kulturell und wirtschaftlich gewesen sein. Ihnen haftet heute jedoch eine fast "grenzenlose" Breite an. Sie betreffen alle Wissenschaften von Mathematik über Physik, Chemie, Biologie bis Medizin, dann Wahrnehmung, Erkenntnis, Wissen, Erziehung, Sprache, Bilder, Begriffe, Etymologie, Ressourcen, Tabus (z.B. political correctness) usw. Dazu gehörende Begriffe sind u.a. Ende, Gemerk, Mark, Rain, Scheide, Schranke, Merkmal, Klassifizierung, Limes, Unendlichkeit und Ewigkeit. Grenzen bestehen und sind unterschiedlich ausgeprägt, veränderbar, durchlässig usw. Im Seminar soll möglichst die volle Breite ausgelotet, aber auch an Beispielen erprobt werden. Hierzu wird rechtzeitig ein umfangreiches Material mit Themenvorschlägen und Literatur auf <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/voelz.html> bereitgestellt.

Lernziel: Verständnis und praktikabler Umgang mit Grenzen aller Art.

Leistungsanforderungen: Thesen, Vortrag und Hausarbeit

Akteure, Rollen und Institutionen in der organisationalen Wissenskommunikation

28 693 Müller-Prothmann, Tobias HS
Di 14.00-16.00 L128 26.10. 12/1 Credits

Kommentar:

Der Wandel zur Wissensgesellschaft stellt besondere Anforderungen an die Kommunikation von Wissen in Organisationen. Dazu gehört die Kommunikation sowohl in formellen wie informellen Strukturen, die externe Kommunikationen mit anderen Organisationen sowie die Nutzung sonstiger Wissensressourcen in der Gesellschaft und der Transfer des neu erzeugten Wissens in die Gesellschaft. Dabei bieten insbesondere Netzwerke auf individueller wie auf organisationaler und gesellschaftlicher Ebene flexible, adaptive Strukturen zur Selbstorganisation der Wissenskommunikation. Das Seminar führt in den ersten beiden Sitzungen in Entwicklung und Grundlagen der organisationalen Wissenskommunikation unter einer Netzwerkperspektive ein. Daran schliessen sich unter einem breiten Blickwinkel zum Seminarthema passende Theoriebeiträge, empirische Studien und/oder Praxisbeispiele der Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer nach freier Themenwahl an.

Weitere Informationen unter <http://kommwiss.fu-berlin.de/323.html>

Pressemarkt Berlin/Brandenburg

28 695 Krone, Jan HS

Mo 14.00-16.00 Haus L, L 129 25.10. - Credits

Kommentar:

Ausgehend von der Basisliteratur des Seminars 'Die zweite Stunde Null - Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994)' von Held/Simeon soll der Pressemarkt Berlin/Brandenburg anhand von Fallstudien erneut untersucht, die Thesen überprüft und ggf. neue Trends und Perspektiven herausgearbeitet werden. Weiterhin erarbeitet das Seminar dem Benchmarking-Verfahren folgend eine Ansprüche und Wissen von Studenten der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, insbesondere der Medienökonomie, idealtypische Tageszeitung für den Großraum Berlin/Brandenburg, dessen Merkmale in Beziehung zu den am Markt befindlichen Titel gesetzt werden sollen.

Pflichtliteratur:

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

WATSON, Gregory H.: Benchmarking - Vom Besten Lernen. Landsberg 1993.

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

Ein vorläufiger Semesterplan wird in der ersten Sitzung verteilt.

Voraussetzung für Leistungsnachweise: regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit.

5.3 Journalismus

Praxisseminar Berlinberichterstattung

28 724 Lautenschläger, Rolf S
Do 18.15-19.45 L 125/CIP-Raum u. Redaktion taz 21.10. 4/1 Credits

(LV findet auch in der Redaktion der Berliner Zeitung statt)

Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Anmeldeverfahren Lankwitz Haus L, 4. Etage) <http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>

Kommentar:

In diesem Praxisseminar sollen Themen aus Berlin aufgetan werden, recherchiert und in verschiedenen Genres für ein lokales wie auch überregionales Leserpublikum aufbereitet werden. Geeignete Arbeiten können abgedruckt werden. Als Lehrbeauftragter vorgesehen ist Rolf Lautenschläger aus der Leitung der "Tageszeitung/taz". Lokalredaktion des »Tagesspiegels«. Die Teilnehmerzahl ist auf 20 begrenzt.

Praxisseminar Magazinjournalismus

28 725 Geithe, Britta S
s. A. L 125/CIP-Raum und Redaktion 20.10. 4/1 Credits
(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Anmeldeverfahren
Lankwitz Haus L, 4. Etage)
<http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>)

Kommentar:

In diesem Praxisseminar geht es um Themen, deren Erschließung und Aufbereitung für ein Stadtmagazin, deren Erschließung und Aufbereitung für ein Stadtmagazin. Die Teilnehmerzahl ist auf 16 begrenzt. Als Lehrbeauftragte ist Britta Geithe vorgesehen von der Redaktion des "tip".

Praxisseminar Regionalzeitung

28 726 Kurtzbach, Heinz S
14-tägl. Mi 9.00-13.00 L 125/CIP-Raum 20.10. 4/1 Credits
(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Anmeldeverfahren
Lankwitz Haus L, 4. Etage)
<http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>)

Kommentar:

Dieses Praxisseminar beschäftigt sich mit der Arbeit von Regionalzeitungen am Beispiel der "Märkischen Oder-Zeitung". Die Teilnehmerzahl ist auf 16 begrenzt. Als Gastdozent vorgesehen ist Heinz Kurtzbach, Chefredakteur der "MOZ"

Medienseminar Presse, Gruppe B

28 727 Meissner, Michael S
Mi 12.00-14.00 M 024 20.10. 12/1 Credits
(Aufnahme nur in der 1. Sitzung durch Anwesenheit
<http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>)

Kommentar:

Hauptaufgabe des Medienseminars ist die Analyse der Arbeitssituation von Journalisten in den Print-Medien, insbesondere bei Tageszeitungen: Struktur der Organisation von Zeitungsverlagen und -redaktionen; Tätigkeitsmerkmale journalistischer Arbeit; sozio-ökonomische Bedingungen; Berufs- und Standesorganisationen, Mitbestimmungsmöglichkeiten; tarifliche und (arbeits-)rechtliche Bedingungen; Auswirkungen neuer Produktionstechniken und Alternativen zur etablierten Presse. Seminarbeiträge werden in kleineren Gruppen erstellt und sind zwingende Voraussetzung für die Scheinvergabe. Nähere Erläuterungen in

der 1. Sitzung (Aufnahme nur darin!). Diese Veranstaltung findet zum Erhalt der zu erwartenden Teilnehmergröße parallel zur Gruppe A des MSP statt und ist weitestgehend inhaltsgleich (Hängt natürlich etwas von der Arbeit der Gruppen ab). Ein "fliegender Wechsel" ist hingegen nicht möglich

Medienseminar Presse, Gruppe A

28 728 Meissner, Michael S
Di 14.00-16.00 M 024 19.10. 12/1 Credits
(Aufnahme nur in der 1. Sitzung durch Anwesenheit
<http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>)

Kommentar:

Hauptaufgabe des Medienseminars ist die Analyse der Arbeitssituation von Journalisten in den Print-Medien, insbesondere bei Tageszeitungen: Struktur der Organisation von Zeitungsverlagen und -redaktionen; Tätigkeitsmerkmale journalistischer Arbeit; sozio-ökonomische Bedingungen; Berufs- und Standesorganisationen, Mitbestimmungsmöglichkeiten; tarifliche und (arbeits-)rechtliche Bedingungen; Auswirkungen neuer Produktionstechniken und Alternativen zur etablierten Presse. Seminarbeiträge werden in kleineren (Referats- bzw. Themen-) Gruppen erstellt und sind zwingende Voraussetzung für die Scheinvergabe. Nähere Erläuterungen in der 1. Sitzung (Aufnahme nur darin!).

Praxisseminar Zeitungsgestaltung/DTP

28 729 Meissner, Michael S
Di 16.00-18.00 L 105 19.10. 4/1 Credits
(Anmeldung 15.-25.6.2004 (s. Glaskasten neben Raum L 436)
<http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>)

Beschreibung:

(Anmeldung 15.-25.6.2004 (s. Glaskasten neben Raum L 436)

<http://userpage.fu-berlin.de/mmei/>)

Kommentar:

In diesem Praxisseminar sollen die Teilnehmer Grundbegriffe und -fertigkeiten in Typografie, Schrift und Seitengestaltung/Layout erwerben und praktisch erproben. DTP ist auch eine der Grundlagen für manierliche Gestaltung von Websites. Gearbeitet wird am Macintosh und v.a. mit dem PageMaker. Die Teilnehmerzahl ist auf 10 begrenzt (da wir am "Kultur- und Wissenschaftsstandort Berlin" voraussichtlich nur auf 10 Macintoshes der Baujahre 1989

bis 1995 zurückgreifen können. Vor dem Hintergrund leidvoller Erfahrungen gilt als unabdingbar, dass an allen Sitzungen teilgenommen werden muss: Wer dies, aus welchen Gründen auch immer (!), nicht schafft, ist »raus«.

Praxisseminar uniRadio I

28 731 Wosnitza, Andreas SÜ
s. A. Haus M, Raum 112 2LP/4 Credits

Beschreibung:

Zielgruppe: uniRadio; Leistungsanforderung: Praktische Mitarbeit (in Verbindung mit einem Praktikum im uniRadio)

Kommentar:

Lernziel: Training journalistischer Arbeitsformen im uniRadio (Reportage, Beiträge, Interview u.a.).

Zulassung: Teilnahme nur im Zusammenhang mit einem Praktikum im uniRadio.

Praxisseminar uniRadio II

28 732 Wosnitza, Andreas SÜ
s. A. Haus M, Raum 112 2LP/4 Credits

Beschreibung:

Zielgruppe uniRadio; Leistungsanforderung: Praktische Mitarbeit (in Verbindung mit einem Praktikum im uniRadio)

Kommentar:

Lernziel: Training journalistischer Arbeitsformen im uniRadio (Reportage, Beiträge, Interview u.a.).

Zulassung: Teilnahme nur im Zusammenhang mit einem Praktikum im uniRadio.

Praxisseminar Wissenschaftsmagazin Hörfunk

28 733 Lehmkuhl, Markus SÜ
Di 14.00-16.00 Haus L, Raum 106/107 19.10. 2LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Anmeldeverfahren Praxisseminare, Lankwitz, Haus L, 4. Etage)

Beschreibung:

(Zielgruppe: Magister; Leistungsanforderung: Praktische Mitarbeit)

Kommentar:

Ziel des Seminars ist der Erwerb der handwerklichen Voraussetzungen, um als Hörfunkautor(in) arbeiten zu können.

Unter Anleitung werden gebaute Beiträge, Umfragen, Interviews, Reportagen, Features, Jingles und Trailer produziert für das einmal monatlich auf uniRadio 87,9 laufende zweistündige Wissenschafts-Magazin "Neues aus dem Elfenbeinturm". Um das Lernziel zu erreichen, wird großer Wert auf die Praxisnähe gelegt. Die Sendungen werden unter Live-Bedingungen produziert. Für die Produktion der einzelnen Beiträge können ebenfalls annähernd Realbedingungen gewährleistet werden (Schnitt der O-Töne am Computer, Sprechtaufnahmen im Studio unter Anleitung, Nachbearbeitung am Computer). In Redaktionskonferenzen wird gemeinsam über Profil und Inhalt der einzelnen Sendungen entschieden.

Zulassung: Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Medienseminars Hörfunk oder des Ressortseminars Wissenschaftsjournalismus oder einschlägige Erfahrungen. Außerdem ist die gleichzeitige Teilnahme am Seminar "Sprechen fürs Radio" sowie am Praxisseminar "Wissenschaft im Radio" erforderlich.

Anmeldeverfahren Praxisseminare. Anzufügen als Anlage ist ein Themenvorschlag für einen Radiobeitrag im Wissenschaftsmagazin (Exposé).

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

Praxisseminar Wissenschaft im Radio

28 734 Lehmkuhl, Markus SÜ
Di 16.00-18.00 Haus L, Raum 106/107 19.10. 2LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004 (Anmeldeverfahren Praxisseminare, Lankwitz, Haus L, 4. Etage)

Beschreibung:

(Zielgruppe: Magister; Leistungsanforderung: Praktische Mitarbeit)

Kommentar:

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

In diesem Seminar werden die Entwürfe und fertigen Beiträge für ein Wissenschaftsmagazin kritisiert. Anhand von Beispielen wollen wir uns in gute und schlechte Wissenschafts-Radioberichte "inhören". 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?

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

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.

Zulassung: Das Seminar ist ausschließlich Teilnehmern am Seminar "Das Wissenschaftsmagazin" vorbehalten. Das Seminar wird in Ergänzung zu dieser Veranstaltung angeboten und muss parallel besucht werden.

Praxisseminar Radiotraining für Wissenschaftsjournalisten

Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 735
 Göpfert, Jörg SÜ
 n. V. 29.10. 13.00-17.30 12.11. 13.00-17.30 26.11. 13.00-17.30 10.12. 13.00-17.30 14.1. 13.00-17.30 28.1. 13.00-17.30 Haus L, Raum 124/125 29.10. 2LP/4 Credits

Kommentar:

Lernziele: Aneignung der grundlegenden Fertigkeiten für Wissenschaftsjournalisten im Hörfunk.

Kommentar: Ergänzend zum Praxisseminar "Das Wissenschaftsmagazin" sollen hier die handwerklichen Fertigkeiten für Wissenschaftsjournalisten trainiert werden.

Das Seminar wird sich insbesondere mit folgenden Themen beschäftigen:

Nachrichten und Berichte im Hörfunk, Studioberichterstattung, Moderation, Reportage, Feature-Elemente.

Literatur: die einschlägigen Handbücher von Michael Haller.

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

Anmeldung: Anmeldeverfahren Praxisseminare vom 15. bis 25. Juni, Lankwitz, Haus L, 4. Etage, und Erscheinen zur ersten Sitzung. In der Anlage zur Anmeldung sollte man erläutern, was man sich von der Teilnahme erhofft und welche Vorerfahrungen man mitbringt.

Leistungsanforderungen: Präsenzpflcht und Teilnahme an allen Übungen.

Praxisseminar Hörfunk: Reportage im Magazin

28 736 Wosnitza, Andreas SÜ

Do 12.00-14.00 M 112 21.10. 2LP/4 Credits

Kommentar:

Lernziel: Theoretisch-praktische Auseinandersetzung mit der Reportage im Hörfunk.

Kommentar: Systematisierung der Reportageformen, Übungen der diversen Formen, Recherche und Produktion von Reportagen.

Zulassung und Anmeldeverfahren s. Praxisseminare. Dem Anmeldeformular einen Kommentar (1 Seite) über eine Hörfunkreportage beifügen. Erscheinen zur ersten Sitzung.

Leistungsanforderungen: Übungsaufgaben und sendefähige Beiträge.

Literatur: Michael Haller: "Die Reportage"

Colloquium Wissenschaftsjournalismus

28 737 Göpfert, Winfried C
 n. V. L 106/107 oder Nachbarräume 1 Credits

Beschreibung:

(Zielgruppe: Magisterkandidat/inn/en, Leistungsanforderung: Planung einer Magisterarbeit)

Kommentar:

Lernziel: Vorbereitung von Magister-, Doktor- und Forschungsarbeiten.

Das Colloquium 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.

Vorbereitung: Unser Merkblatt zum Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten, herunterladen unter dem Menüpunkt "Materialien" auf der Webpage: <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/wissjour.html>

Zulassungsbeschränkung: Nur nach Anmeldung und persönlicher Einladung.

Anmeldung: Interessenten an einer Magisterarbeit im Bereich Wissenschaftsjournalismus sollten sich frühzeitig in der Sprechstunde der Dozenten melden, um zum Colloquium eingeladen zu werden.

Praxisseminar Hörfunk/Fernsehen: Sportberichterstattung RBB

Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 740
 Sprentzel, Jochen SÜ

s. A. RBB, Masurenallee 8-14, 14057 Berlin, 1.
Treffpunkt Eingangshalle s. A. 2LP/4 Credits

Kommentar:

Lernziel: Theoretisch-praktische Auseinandersetzung mit Sportberichterstattung im Hörfunk.

Kommentar: Programmbeobachtung vor Ort, Übungen der diversen Darstellungsformen, Produktion einer Übungssendung im Studio (RBB Berlin).

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

Anmeldeverfahren Praxisseminare vom 15. bis 25.6.2004 in Lankwitz, Haus L, 4. Etage. Dem Anmeldeformular einen Kommentar zur Sportberichterstattung im RBB beifügen. Erscheinen zur ersten Sitzung.

Leistungsanforderungen: Übungsaufgaben und sendefähige Beiträge.

Literatur: Walther von La Roche u. Axel Buchholz (Hrsg.): Radio-Journalismus. List Verlag, München 1994

www.rbb.de

Praxisseminar Fernsehjournalismus I

Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 741
Scheel*, Wolf SÜ

Fr 10.00-12.00 Lankwitz, Maltesrstr. 74-100, Haus L,
Raum 108/109 22.10. 2LP/4 Credits

(Anmeldung vom 15.-25.6.2004)(Anmeldeverfahren Praxisseminare, Lankwitz Haus L, 4. Etage)

Beschreibung:

(Zielgruppe: Magister; Leistungsanforderung: Praktische Mitarbeit)

Kommentar:

Lernziel: Einführung in die Grundzüge des Fernsehjournalismus.

In praktischen Übungen werden die Prinzipien des Bild-/Tonschnitts vermittelt und seine kreativen Möglichkeiten erprobt, insbesondere unter Einsatz der nonlinearen digitalen Schnittsysteme (AVID, Final Cut Pro). Anhand vorgegebenen Bild- und Tonmaterials sollen mit filmischen Mitteln Geschichten unterschiedlicher Aussagekraft erzählt werden - durch Auswahl der Einstellungen, ihrer Größe und ihres Blickwinkels, durch Variation der Reihenfolge der Einstellungen und ihrer Längen, durch Wechsel des Tempos und Schnittrhythmus.

Die praktischen Übungen finden in kleinen Gruppen statt. Dazu werden für die einzelnen Gruppen in der ersten Sitzung Blocktermine festgelegt (jeweils eine komplette Woche!).

Literatur: Gerhard Schult/Axel Buchholz (Hrsg.): Fernsehjournalismus. 4. Auflage, List Verlag, München 1993.

Zulassung: Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluß des Medienseminars Fernsehen.

Anmeldeverfahren Praxisseminare. Als Anlage ein Treatment für einen dreiminütigen Magazinbeitrag anfügen. Eventuelle Vorerfahrungen angeben. Erscheinen zur ersten Sitzung.

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

Praxisseminar Fernsehjournalismus II (Fortsetzungsseminar)

Veranstaltung wird unter Vorbehalt angekündigt! 28 742
Scheel, Wolf SÜ

Fr 12.00-14.00 Haus L, Raum 108/109 22.10. 2LP/4 Credits

Beschreibung:

(Zielgruppe: Magister; Leistungsanforderung: Praktische Mitarbeit.)

Kommentar:

Lernziel: Recherche, Dreh, Schnitt und Endfertigung von Beiträgen für ein Fernsehmagazin.

In diesem Seminar geht es exemplarisch um die Produktion von Magazinbeiträgen für das Fernsehen. Die vorgegebenen bzw. selbstgewählten Themen werden in kleinen Gruppen realisiert. Gedreht wird mit DV-Camcordern, geschnitten auf Avid Express DV oder Final Cut Pro.

Nach der Abnahme des Rohschnitts erfolgt Korrektur, Tonbearbeitung und Endfertigung.

In der Schlussitzung werden die Beiträge vorgeführt und diskutiert.

Das Seminar ist arbeitsintensiv. Die zeitliche Belastung beträgt jeweils pro Gruppe 3 Wochen im Block.

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, Filmhandpresse München.

Voraussetzung zur Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des Praxisseminars Fernsehjournalismus I.

Keine Anmeldung notwendig, da Fortsetzungsseminar. Eine Woche vor der ersten Sitzung sollte ein Exposé/Treatment für den geplanten Beitrag abgegeben werden.

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

5.4 Öffentlichkeitsarbeit

Seminar Öffentlichkeitsarbeit

28 770 Tapper, Christoph S
 Mo 18.00-20.00 Haus L, M 025 18.10. 12/1 Credits
 (Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit in der 1. Sitzung. Bei Verhinderung (z.B. Zwischenprüfung) ist eine vorherige Anmeldung beim Dozenten möglich: tapper@zedat.fu-berlin.de)

Kommentar:

Lernziele:

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

Inhalt:

Das Seminar behandelt Normen und Tatsachen, Grundsätze und Entwicklungen, Methoden und Strategien, Handlungs- und Spielräume der Öffentlichkeitsarbeit insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland. Außerdem sollen Theorien der öffentlichen Kommunikation einbezogen und ihre Relevanz für die Öffentlichkeitsarbeit untersucht werden. 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:

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

Leistungsanforderungen:

Zusammenfassende Darstellung und Präsentation eines ausgewählten Themas sowie Klausur.

Projektseminar: Krisenkommunikation

28 771 Zurstiege, Guido Pjs
 14-tägl. Mi 14.00-18.00 Haus L, Raum 106/107 20.10.
 12/1 Credits

Kommentar:

In diesem Seminar sollen typische Krisenszenarien sowie Strategien des Krisenmanagements durch Öffentlichkeitsarbeit systematisch analysiert und erarbeitet werden.

Bekanntlich verkauft sich die Krise auf dem Boulevard eindeutig besser als die beruhigende Nachricht, alles sei wie gehabt und in bester Ordnung. Krisen stellen einerseits gewissermaßen die Existenzgrundlage des Journalismus dar, während sie andererseits die Existenz der Betroffenen in nicht geringem Maße bedrohen können. Welche

Dynamiken entwickeln welche Formen von Krisen? Wie kann man Krisen antizipieren? Wie sollte man auf sie reagieren? Wie werden Krisen instrumentalisiert? Wer besitzt in welcher Situation Definitionsmacht, wer Autorität? Und was passiert, wenn die Krisenberichterstattung selbst in eine Krise gerät? Fragen wie diese werden im Zentrum der Diskussion im Seminar stehen. Grundlage der Diskussion bilden die einschlägigen Forschungen zum Thema Krisenkommunikation sowie Fallbeispiele aus der Praxis.

Literatur wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.

Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit und verbindliche Anmeldung in der ersten Sitzung am 20.10. = Vorbesprechung.

Besondere Zulassung:

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

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit.

Projektseminar: Profession und Gender: Professionalisierungsarenen im Vergleich

28 772 Lüdke, Dorothea Pjs
 Mi 10.00-12.00 Habelschwerdter Allee 45 (Silberlaube),
 KL 24/234 20.10. 12/1 Credits
 (Ort und Zeit unter Vorbehalt)

Kommentar:

Obwohl Berufe und Berufsrollen in modernen Gesellschaften explizit geschlechtsneutral gefasst sind, zeigen die Ergebnisse der Frauen- und Geschlechterforschung, dass Strukturen und Positionen "vergeschlechtlicht" sind. Geschlechtsbezogene Fest- und Zuschreibungen finden sich insbesondere in Professionalisierungsprozessen. Wie laufen die Prozesse der Vergeschlechtlichung ab? Ob und inwieweit zeichnen sich neue Muster der Professionalisierung angesichts der Neustrukturierung von Arbeitsfeldern ab? Wie verlaufen diese Prozesse, wenn Professionalisierungskonzepte explizit oder implizit auf eine Veränderung der Geschlechterverhältnisse zielen? Welche Bedeutung wird dem deutlich wachsenden Anteil von Frauen in hochqualifizierten Berufen zugemessen?

Ziel dieses Seminars ist es, Professionalisierungsprozesse verschiedener Berufe und Berufsfelder zu vergleichen. Dafür werden Theorie(-ansätze) und Forschungsprojekte der PR- sowie der Frauen- und Geschlechterforschung zugrunde gelegt. Durch den vergleichenden Blick auf Professionalisierungsarenen sowie die in diesen handelnden Akteurinnen und Akteure sollen Professionalisierungsetappen und -strategien deutlich werden. Die Entwicklung und Präsentation von eigenen Forschungsarbeiten der Studierenden bilden einen weiteren Schwerpunkt.

Teilnahmevoraussetzung: Anwesenheit in der ersten Sitzung.

Besondere Zulassung:

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

Leistungsanforderungen:

Regelmäßige Teilnahme, Referat und Hausarbeit.

Colloquium Öffentlichkeitsarbeit

28 773 Baerns, Barbara C
n. V. Haus L, Raum L 111/112 1 Credits
(Termine nach persönlicher Einladung)

Kommentar:

Lernziel:

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

Inhalt:

Behandelt werden Stand und Entwicklungsmöglichkeiten der Forschung zur Öffentlichkeitsarbeit (Kommunikationsmanagement) im Rahmen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie allgemeine Fragen der Forschungslogik und der Forschungspraxis.

Besondere Zielgruppe:

Das Forschungskolloquium wendet sich vor allem an Magisterkandidaten und Doktoranden.

Praxisseminar: Strategien und Konzeptionen der Öffentlichkeitsarbeit

28 774 Kadow, Volker SÜ
3.11., 10.11., 1.12., 8.12., 15.12., 12.1., 2.2. und 9.2.
13.00-17.00 Haus L, Raum L 129 3.11. 4/1 Credits

Kommentar:

Lernziele

Befähigung der Studierenden, wirksame Strategien und Konzeptionen für die Öffentlichkeitsarbeit selbständig zu entwickeln.

Inhalt

In den Lehrveranstaltungen werden Kommunikationsstrategien und Konzeptionen an realen Fallbeispielen erläutert. Dabei wird auf unterschiedliche Methoden und Instrumente externer wie auch interner Kommunikation eingegangen. Die Integration von Kommunikationsinstrumenten innerhalb von Kampagnen erhält ein besonderes Gewicht. In Diskussionsrunden wird Allgemeingültiges herausgearbeitet. Die Studenten werden praxisnahe Aufgabenstellungen bearbeiten, in denen Konzepte für

die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei vorgegebenen Finanzrahmen in Teams entwickelt und im Seminar vorgestellt werden.

Besondere Zulassung

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

Anmeldeformalitäten

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage, Haus L; Teilnahme an der 1. Sitzung. Die Ausführungen zum Seminargegenstand sollten Motive für die Anmeldung, Erwartungen an das Seminar, eigene Vorstellungen von der Thematik etc. beinhalten.

Leistungsanforderung

Erarbeitung und Darstellung eines PR-Konzepts.

Praxisseminar: Interne Unternehmenskommunikation: Konzeptionen, Funktionen, Wirkungen

28 775 Werner, Michael SÜ
24.4., 12.00-18.00 Haus L, Raum L 129 s. A. 4/1 Credits
(2 zweitägige Blockveranstaltungen. Genaue Termine folgen.)

Kommentar:

Das Aufgabenspektrum der Internen Unternehmenskommunikation wächst. Gleichzeitig nehmen die Anforderungen an ein leistungsfähiges, bezugsgruppenorientiertes internes Kommunikationsmanagement zu: Deshalb gilt es zum einen, Strategien, Visionen und Werte eines Unternehmens zu prägen, präzisieren und zu vermitteln. Hier ist die effektive und effiziente Gestaltung von Kommunikationsprozessen und -strukturen das Ziel: Wie lassen sich Kommunikationsrisiken bannen, interne Medien gezielt einsetzen, Themen, Inhalte und Botschaften aufeinander abstimmen? Und vor allem: Wie gelingt es der Internen Kommunikation, Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen? Zum anderen richtet sich der Blick auf das Kommunikationsmanagement selbst: Wie ist die Kommunikationsfunktion zu organisieren, um ihr Kosten-Nutzen-Verhältnis zu optimieren - und wie ist dieses zu evaluieren? Gegenstand des Seminars ist es, in einem ersten Schritt Charakteristika unternehmensinterner Kommunikationsprozesse herauszuarbeiten und Ansätze eines Kommunikations-Controllings zu sichten - dies vor dem Hintergrund der gegenwärtig unter Praktikern diskutierten Verfahren zur Erfolgsmessung und Identifizierung kommunikativer Werttreiber. Auf dieser Basis werden im Rahmen von Fallstudien in Gruppenarbeit Kommunikations- und Controllingkonzepte entwickelt und im Plenum präsentiert. In einer Textwerkstatt trainieren die Seminar-

teilnehmer die medien- und bezugsgruppenadäquate Aufbereitung interner Informationen. Nicht Praxiserfahrungen im Feld der Internen Unternehmenskommunikation, sondern Interesse am Seminaregegenstand, Motivation und Lernbereitschaft werden erwartet.

Leistungsanforderungen

Dokumentenrecherche, Entwicklung und Präsentation eines Kommunikations- und Controllingkonzepts der Internen Unternehmenskommunikation

Besondere Zulassung

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

Anmeldeformalitäten

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage, Haus L; Teilnahme an der 1. Sitzung. Die Ausführungen zum Seminaregegenstand sollten Motive für die Anmeldung, Erwartungen an das Seminar, eigene Vorstellungen von der Thematik etc. beinhalten.

werden. Wir begeben uns damit auf einen kontrollierten Grenzgang zwischen Theorie und Praxis und werden sehen, dass die Theorie nicht einfach nur über die Praxis reflektiert, sondern diese anleiten und inspirieren kann.

Besondere Zulassung

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

Anmeldeformalitäten

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage, Haus L; Teilnahme an der 1. Sitzung. Die Ausführungen zum Seminaregegenstand sollten Motive für die Anmeldung, Erwartungen an das Seminar, eigene Vorstellungen von der Thematik etc. beinhalten.

Leistungsanforderung

Regelmäßige Teilnahme, Referat und Übungsaufgaben.

Praxisseminar: Theorie und Praxis der Public Relations

28 776 Hoffjann, Olaf SÜ
Do 18.00-20.00 Haus L, Raum 106/107 21.10. 4/1 Credits

Kommentar:

Lernziele:

In dem Seminar sollen Theorie-Entwürfe zur PR aus unterschiedlichen Bereichen vorgestellt und auf ihren Nutzen für eine kommunikationswissenschaftlich basierte PR-Theorie diskutiert sowie erprobt werden.

Inhalt:

Während der Stand der Theorien zur PR zwar immer noch zu Recht als unzureichend kritisiert wird, bieten die vorliegenden Arbeiten doch einen Vorteil, der bisher meist unterschätzt wurde: ihre große Vielfalt. Denn zu den "Grand Theories", mit denen die Öffentlichkeitsarbeit bisher erklärt und beobachtet wurde, tritt der Umstand, dass PR in unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen thematisiert wurde. Betriebswirtschaftlich steht die Frage im Vordergrund, welchen Beitrag PR zur Erzielung des Unternehmenszwecks leistet. Politikwissenschaftlich dominiert die (kritische) Frage, welche Konsequenzen sich aus der zunehmenden Professionalisierung der Politikvermittlung für die Arbeit von Parteien und Parlamenten ergeben. Und kommunikationswissenschaftlich wird häufig die Frage diskutiert, ob man journalistischer Berichterstattung überhaupt noch vertrauen kann, wenn sie von der PR beeinflusst oder gar gesteuert wird. In dem Seminar sollen Theorien zur PR aus diesen Bereichen vorgestellt und anhand praktischer Aufgabenstellungen erprobt

Öffentlichkeitsarbeit in der Musikbranche

28 777 Jacke, Christoph SÜ
Haus L, s. A. 4 Credits

Beschreibung:

3 Blockveranstaltungen -

Kommentar:

Zwischen Faszination und Exploitation: Einer der größten Wirtschaftszweige in Deutschland ist die Musikindustrie. Diese kann exemplarisch als Beobachtungsfolie für den Zusammenhang von Wirtschaft, Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations und Journalismus verwendet werden, wurde aber bisher in wissenschaftlichen Zusammenhängen meist ignoriert. Dabei zeigen sich insbesondere im Feld zwischen Vermarktung und Journalismus von/zur Popmusik und deren Protagonisten die Strukturen und vor allem Probleme von Öffentlichkeitsarbeit. Im Seminar sollen in Zusammenarbeit mit einer Berliner Promotion-Agentur zunächst die zentralen Strukturen und Zusammenhänge der Musiklandschaft in Deutschland behandelt werden. In einem zweiten Schritt werden Formen der Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Pressemitteilungen, Info-Sheets, Pressekonferenzen, Medienauftritte) vorgestellt. Im dritten und für das Seminar entscheidenden Schritt soll es Aufgabe der Teilnehmer sein, eigene konkrete Kampagnen für ausgewählte Beispiele (Musiker, Veröffentlichungen) zu erarbeiten und einer Jury aus den Berufsfeldern Musik-Promotion und Musik-Journalismus zu präsentieren. Abschließend soll in einer Reflexion mit Jury/Arbeitsgruppen/Dozent über die Umsetzbarkeit und Umsetzung solcher Kampagnen diskutiert werden.

Besondere Zulassung

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

Anmeldeformalitäten

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage, Haus L; Teilnahme an der 1. Sitzung. Die Ausführungen zum Seminargegenstand sollten Motive für die Anmeldung, Erwartungen an das Seminar, eigene Vorstellungen von der Thematik etc. beinhalten.

Leistungsanforderung

Erarbeitung und Darstellung einer Kommunikationskampagne für Künstler oder Veröffentlichungen in der Musikbranche.

Leistungsanforderung

Die Studierenden erarbeiten gemeinsam in kleinen Gruppen jeweils ein Strategie-Konzept, das im Rahmen des letzten Termins präsentiert und zur Diskussion gestellt wird.

Praxisseminar: Corporate Communications

28 778 Kretschmer, Heiko SÜ
s. A. Haus L, Raum s.A. s. A. 4/1 Credits

Kommentar:

Lernziele

Die Studierenden sollen die Bedeutung strategisch ausgerichteter Kommunikation für die Entwicklung eines Unternehmens erkennen und befähigt werden, selbst solche strategischen Ansätze zu entwickeln.

Inhalt

In den Seminaren werden verschiedene Gesichtspunkte der Corporate Communications erörtert. An (teilweise realen) Fallbeispielen sollen die Problemstellungen für die Kommunikation von Unternehmen und Institutionen im Spiegel der Öffentlichkeit erörtert werden. Ein besonderes Augenmerk wird dabei den kommunikativen Herausforderungen im Kontext der Verantwortung von Unternehmen und Institutionen als gesellschaftlicher Akteur (Corporate Social Responsibility) gelten. Dabei reicht der Bogen von der klassischen Unternehmenskommunikation bis hin zum Chancen- und Risiko-Management, auch im Sinne einer Krisenprävention. Im Laufe des Seminars werden die Studierenden verschiedene praxisnahe Aufgabenstellungen bearbeiten.

Besondere Zulassung

Studierende im Hauptstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die das Seminar Öffentlichkeitsarbeit mit Leistungsnachweis abgeschlossen haben. Teilnehmerbeschränkung: 16 Personen.

Anmeldeformalitäten

Anmeldung 15. bis 25. Januar für das Sommersemester, 15. bis 25. Juni für das Wintersemester; Prozedere siehe Aushänge 4. Etage, Haus L; Teilnahme an der 1. Sitzung. Die Ausführungen zum Seminargegenstand sollten Motive für die Anmeldung, Erwartungen an das Seminar, eigene Vorstellungen von der Thematik etc. beinhalten.

Dozent/inn/enindex

Baerns, Barbara, 34
Beiküfner, Uta, 18, 24
Berner, Matthias, 19

Demm, Eberhard, 18, 24

Erbring, Lutz, 15, 22, 23

Göpfert, Jörg, 31
Göpfert, Winfried, 31
Güllner, Manfred, 22
Gehrau, Volker, 22
Geithe, Britta, 29
Goldhammer, Klaus, 15, 26
Großkopff, Rudolf, 20

Hirschfeld, Dieter, 25
Hoffjann, Olaf, 35
Huber, Bettina, 19

Jacke, Christoph, 35

Kadow, Volker, 34
Krüger, Steffen, 19
Kretschmer, Heiko, 36
Krone, Jan, 16, 28
Kurtzbach, Heinz, 29

Lüdke, Dorothea, 33
Lautenschläger, Rolf, 28
Lehmkuhl, Markus, 30

Müller-Prothmann, Tobias, 28
Maurer, Torsten, 22
Meissner, Michael, 15, 20, 29
Merziger, Patrick, 23

Posner-Landsch, Marlene, 18, 25

Sösemann, Bernd, 17, 18, 23
Scheel*, Wolf, 32
Scheel, Wolf, 32
Schertz, Christian, 16
Schmieder, Falko, 24
Seewald, Berthold, 19
Sprentzel, Jochen, 31

Tapper, Christoph, 33
Teuber, Toralf, 25
Thede, Ilona, 20
Tonnemacher, Jan, 16, 26

Völz, Horst, 27

Werner, Michael, 34
Wersig, Gernot, 16, 27
Wosnitza, Andreas, 20, 30, 31

Zurstiege, Guido, 33

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!