

Lehrveranstaltungen WiSe 2021/2022

Institut für Kommunikationswissenschaft



Herzlich Willkommen im neuen Semester!

Auf den folgenden Seiten finden sich alle Lehrveranstaltungen des Instituts für Kommunikationswissenschaft dieses Semesters. Aktuelle Änderungen werden regelmäßig auf unserer Internetseite unter dem Link <https://tu-dresden.de/gsw/phil/ifk> veröffentlicht.

Hier finden Sie kurze inhaltliche Beschreibungen, wichtige Hinweise und Termine sowie die Prüfungsleistungen der einzelnen Veranstaltungen. Abläufe und Materialien (z.B. Literaturlisten) werden Ihnen in den ersten Sitzungen durch Ihre:n Dozent:in mitgeteilt. Informationen zur Auswahl der einzelnen Lehrveranstaltungen entnehmen Sie bitte der Studienordnung.

Die Einschreibung zu den Lehrveranstaltungen findet über **OPAL** statt.



Bitte beachten Sie, dass in diesem Semester einige Veranstaltungen als *hybrid* angeboten werden.

Wir wünschen Ihnen erfolgreiches neues Semester!

Lehrveranstaltungen im Bachelor-Studiengang

Medienforschung(/Medienpraxis)

Der Bachelor-Studiengang bereitet auf Kommunikationsberufe in der Medienforschung und in der Medienpraxis vor. Unsere Studierenden werden nach dem Examen zum Beispiel als Journalisten oder PR-Berater, Medienforscher, Medienmanager oder -referenten arbeiten.

Wenn man diese Berufe gleichzeitig kompetent und verantwortungsvoll ausüben will, benötigt man wissenschaftlich gesicherte Kenntnisse über die Prozesse der öffentlichen Kommunikation, ihre Ursachen, Abläufe und Wirkungen. Wie öffentliche Kommunikation einerseits (erfolgreich) für einzelne Kommunikatoren und Rezipienten andererseits (funktional) für die Gesellschaft als Ganzes ablaufen kann, untersucht die Kommunikationswissenschaft mit Hilfe theoretischer Modelle und empirischer Methoden.

In der Vorlesung erhalten Studierende einen Überblick über die zentralen Begriffe und Systematiken, mit denen das Fach seinen Gegenstand beschreibt, über die wichtigsten Theorien mit denen Zusammenhänge dargestellt und erklärt werden, und über die wichtigsten empirischen Studien und ihre Untersuchungsverfahren, mit denen Zusammenhänge überprüft werden.

Die Vorlesung erörtert eingangs Grundbegriffe aus dem Feld der öffentlichen Kommunikation und erläutert, wie (medienvermittelte) Kommunikation grundlegend funktioniert. Darauf aufbauende werden Kernbefunde aus zu den wichtigsten Komponenten öffentlicher Kommunikation (Kommunikator- bzw. Journalismusforschung, Medieninhalte, Rezeptionsforschung, Wirkungsforschung und Mediaforschung) dargestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei Prozesse der durch Massenmedien vermittelten

Kommunikation und wie sich diese im Zeitalter des Internets verändern. Die Vorlesung besteht aus zwei aufeinander aufbauenden Teilen: Im Wintersemester werden die kommunikationstheoretischen und psychologischen Grundlagen erörtert und es wird die Seite der Medienproduktion beleuchtet. Im Sommersemester werden Medienrezeption und Medienwirkung eingehender betrachtet.

Hinweis

Die einzelnen Sitzungen finden in Präsenz statt, werden jedoch aufgezeichnet und in der Folgewoche der Vorlesung bereitgestellt.

Tutorium

Für das zum Modul gehörende erste Tutorium „Wissenschaftliches Arbeiten“ bieten wir folgende Termine an:

- Mo 2.DS,
- Di 2.DS oder
- Mi 6. DS

Erwerb von Leistungspunkten erfolgt erst im Sommersemester

Klausur (90 Minuten)

! Inhalte der Vorlesung und der Pflichtlektüre sind prüfungsrelevant

Die Vorlesung bietet einen Überblick über die Vorgehensweisen, Probleme und Möglichkeiten der empirischen Sozialforschung. Ausgehend von der wissenschaftstheoretischen Einbettung der empirischen Sozialforschung und den Problemen bei der Begriffsbildung und der Operationalisierung werden die gängigen Methoden der Datenerhebung und der Stichprobenziehung dargestellt.

Der Komplex qualitative Forschungsmethoden führt über methodologische Grundlagen an Interviewertechniken heran, zeigt andere Möglichkeiten der Befragung auf und vermittelt Datenaufbereitung und Techniken der Textinterpretation.

Hinweis

Tutorium

Für das zum Modul gehörende fakultative Tutorien zur Vor- und Nachbereitung bieten wir folgende Termine an:

- Mo (2.DS),
- Di (2.DS) oder
- Do (6. DS)

Statistik I

Dr. Jan Rudl

Vorlesung & Übung

Modul KW-M2

Mi, 3. DS (11:10 – 12:40)

w.n.b.g.

Hinweis

Das Institut für Kommunikationswissenschaft empfiehlt die in diesem Kurs angebotenen Übungen für das Programm **R** statt SPSS durchzuführen.

Erwerb von Leistungspunkten

Klausur (90 Minuten)

Struktur und Organisation von Massenmedien

Prof. Dr. Sven Engesser

Vorlesung

Modul KW-K2, E2, AQUA

Do, 4.—5. DS (13:00 – 16:20)

Die Vorlesung bietet eine Einführung in das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland sowie seine technischen, historischen, politischen, ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen.

Hinweis

Die einzelnen Sitzungen finden in Präsenz statt.

Tutorium

Für das zum Modul gehörende Tutorium „Struktur und Organisation von Massenmedien“ bieten wir folgende Termine an:

- Di (6.DS),
- Mi (2.DS) oder
- Do (2.DS)

Erwerb von Leistungspunkten

Klausur (90 Minuten)

! Inhalte der Vorlesung und der Pflichtlektüre sind prüfungsrelevant

Medienpraxis a "Einstieg, Praxis und Perspektiven im Journalismus"

Franziska Klemenz

Seminar

Modul KW-P1

Block

„Sagen, was ist.“ Klarer lässt sich die Aufgabe des Journalismus nicht beschreiben. SPIEGEL-Gründer Rudolf Augstein sah darin „die einzige Möglichkeit für den Journalisten, die Wirklichkeit zu verändern“. Journalismus, bestenfalls die „vierte Säule im Staat“, die als Kontrollinstanz aufklärt, aufdeckt, aufrüttelt - so weit die Theorie. Doch wie sagt man in der Praxis, was ist? In welcher Reihenfolge und mit welchen Worten? Wann sollten Fakten für sich stehen und wann sind Beobachtungen, Szenen, vielleicht sogar Emotionen in einem Text angemessen? Woher weiß ich überhaupt, was ist? Und warum glauben heutzutage so viele nicht mehr daran, dass wirklich ist, was ich sage? Wie gelangen meine Texte an die Öffentlichkeit? Und selbst wenn sie dort sind: Kann ich davon leben?

Fragen wie diese soll das praktisch angelegte Journalistik-Seminar beantworten. Es lehrt die Textformen Nachricht/Bericht, Interview, Kommentar und Report/Reportage, vermittelt Wege in den Beruf, handwerkliche Grundlagen des Journalismus und Erfordernisse der modernen Berichterstattung wie etwa Crossmedialität, mobile reporting und die Nutzung von Plattformen wie Twitter. Ganz nach Grundsätzen wie „Keep it simple“ oder „Kill your darlings“ werden die Studierenden lernen, wie sie ihre Sprache entrümpeln, möglichst verständlich und konkret formulieren.

Es werden regelmäßig gemeinsam Texte ausgewertet und es wird die Möglichkeit für Fragen zur Berufspraxis geben.

Die Lehrveranstaltung teilt sich in Doppelstunden und Blockseminare auf. Das Seminar wird bei einer gemeinsamen Exkursion den sächsischen Landtag besuchen. Es ist außerdem mindestens ein Redaktions-Besuch geplant, dieser kann aufgrund der Corona-Lage zum aktuellen Zeitpunkt aber noch nicht bestätigt werden. Darüber hinaus werden andere Journalist:innen als Gäste in das Seminar kommen, um beispielsweise über Onlinejournalismus oder Recherche zu sprechen.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt. Es ist außerdem möglich, dass je nach Berichterstattungslage auch mal eine Veranstaltung ausfallen und nachgeholt werden muss.

Termine:

2021

22.10. 4. DS

29.10. 4.-5. DS

05.11. 4. DS

12.11. 4.-5. DS

26.11. 4.-5. DS

10.12. 3. DS

17.12. 11.00-13.30 Uhr Exkursion Landtag

2022

07.1. 3. DS

14.1. 3.-4. DS

21.1. 3.-4. DS

04.2. 3. DS

11.2. 3. DS

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Schreiben einer Reportage (50%)

Übungsaufgaben (50%)

Medienpraxis b "Social Media Content Marketing"

Jens Piesker & Ann-Christine Tiemann

Seminar

Modul KW-P1

Block

In diesem Seminar geben wir den Studierenden einen Einblick in das Social Media Marketing (Facebook, Instagram, TikTok). Das Seminar setzt sich aus theoretischen und praktischen Bausteinen zusammen. So geben wir den Teilnehmern einen Einblick über die gängigen Social Media Kanäle und ins Content Marketing in Bezug auf das Institut für Kommunikationsforschung.

Das Seminar richtet sich an alle, die sich einen Einblick ins Social Media Marketing wünschen und selbst nicht nur gern Content in den sozialen Netzwerken konsumieren, sondern diesen auch gern praktisch erstellen möchten. Affinität und Interesse an den sozialen Medien sind

Voraussetzung zur Teilnahme

Einfache Foto- und Video Skills, sowie Erfahrungen in Bild- und Videobearbeitung sind wünschenswert.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Termine:

2021

22.10. 2.-3. DS

05.11. 3.-4. DS

19.11. 3.-4. DS

17.12. 2.-3. DS

2022

keine

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Projektarbeit

Medienpraxis c "Markenkommunikation und Online-Marketing"

André Busek

Seminar

Modul KW-P1

Block

In diesem Kurs wird Marketing als zentraler Anknüpfungspunkt der Studierenden an die unternehmerische Praxis vermittelt. Die Inhalte des Kurses umfassen die Definitionen von Marketing, seinem Umfeld und seiner Wirkungsfelder.

Alle wichtigen Formen des Marketings werden erörtert und vorgestellt, insbesondere auch Online-Marketingformen. Die Studierenden erlernen über praktische Übungen die Themen Markenpositionierung, Marketing-Strategie, Marketing-Mix, Zielgruppenanalyse, Wettbewerbsbetrachtung und Differenzierung. Sie erhalten Einblick in die Gesetzmäßigkeiten und Erfolgsfaktoren von erfolgreichen Marketing-Kampagnen in verschiedenen medialen Umsetzungen.

Das Seminar sieht für alle Seminartermine praktische Einblicke und Übungen zu den Themen Kampagnenplanung, Content Creation, Markenpositionierung, Semantische Analyse, Texte für Produkte, formale Analysen und Suchmaschinenoptimierung vor.

Mit Behandlung des Marketing-Mix erhalten die Studierenden auch noch einen Crashkurs insbesondere für Startup-Aktivitäten und Entrepreneurship.

André Busek arbeitet als Produktentwickler und ist Unternehmensgründer und betreut(e) Startups auf ihrem Weg zu etablierten Unternehmen.

Hinweis:

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Termine:

2021

29.10. 2.-3. DS
05.11. 2.-3. DS
12.11. 2.-3. DS
19.11. 2.-4. DS
26.11. 2.-4. DS
03.12. 2.-4. DS

2022

keine

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Übung 1: Vorstellung eines Designklassikers (25%)

Übung 2: Produktkritik eines eigens ausgewählten Produktes (25%)

Abstract/Recherche (50%)

Medienpraxis d "Kommunikationsberatung – ein Einblick in die Praxis "

Kerstin Steglich

Seminar

Modul KW-P1

w.n.b.g.

Im Seminar erhalten die Studierenden einen Einblick in die Arbeit einer Kommunikationsberatung.

- Wie entsteht ein Kommunikationskonzept? Wie plane und steuere ich eine Kampagne?
- Von Corporate über Internal bis Crisis — in welchen Tätigkeitsfeldern bin ich als Kommunikationsberater:in tätig?

Im praktischen Teil entwickeln wir gemeinsam ein Kommunikationskonzept für echte Kund:innen und präsentieren es diesen in einem Pitch.

Kerstin Steglich ist Chief Marketing Officer bei Ketchum Germany.

Hinweis:

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Termine:

2021

10.12. 4.-5. DS

2022

07.01. 4.-5. DS

21.01. 5.-6. DS

28.01. 3.-5. DS

04.02. 4.-6. DS

11.02. 3.-4. DS

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Entwicklung eines Kommunikationskonzepts

Datenanalyse a & b

Katrin Etzrodt

Seminar

Modul KW-M3

Mo, 4. DS (13:00 – 14:30)

Di, 4. DS (13:00 – 14:30)

Der Kurs vertieft die in Modul KW-M2 erworbenen Kenntnisse in der Datenanalyse.

Wir werden in die Datenanalyse mit *R* einsteigen. *R* — der populäre Newcomer in der Datenanalyse — ist eine kostenlose für alle Betriebssysteme geeignete Software, die durch seine modulartige Struktur beliebig erweitert und an die eigene Fragestellung angepasst werden kann. Von einfachen Analysen bis hin zu komplexen Modellen und Graphiken ist hier (fast) alles möglich.

Nach einer grundlegenden Einführung in die Arbeit mit *RStudio* sowie einer Wiederholung der für die Kommunikationswissenschaft relevanten datenanalytischen Verfahren in *R*, widmen wir uns der Anwendung dieser Verfahren auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen.

Qualifikationsziele: Die Studierenden beherrschen nach Abschluss des Moduls grundlegende statistische Verfahren und deren Anwendung auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen und können diese in *R* umsetzen sowie die Analyseergebnisse angemessen interpretieren.

Voraussetzungen: Die in *Modul KW-M2* vermittelten Inhalte werden als bekannt vorausgesetzt.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Warum R lernen?

- *R* ist **kostenlos** (man benötigt keine Lizenz)
- *R* ist **betriebssystemübergreifend** (läuft auf Windows, Mac & Linux)
- *R* ist sehr **flexibel** (auch im späteren Studium/Arbeitsleben gut nutzbar)
- *R* ist auch eine Skriptsprache (damit **einfacher** als Programmieren)
- Für *R* gibt es **viele** gute Kurse, Tutorials und **Hilfestellungen**
- **Berufliche Vorteile:** Data Analysts, die *R* beherrschen verdienen ca. 5.000 US-Dollar im Jahr mehr als die, die mit SPSS arbeiten ([Gehalt R](#), [Gehalt SPSS](#))

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

bestanden / nicht bestanden (geht mit 10% in die Portfolioloistung des Seminars Umfrageforschung oder Inhaltsanalyse desselben Moduls ein)

Datenanalyse c & d

Kristin Pomsel

Seminar

Modul KW-M3

Mi, 5. DS (14:50 – 16:20)

Do, 2. DS (11:10 – 12:40)

Der Kurs vertieft die in Modul KW-M2 erworbenen Kenntnisse in der Datenanalyse.

Wir werden in die Datenanalyse mit *SPSS* einsteigen und uns nach einer grundlegenden Einführung in die Arbeit mit *SPSS* sowie einer Wiederholung relevanter datenanalytischer Verfahren, der Anwendung dieser auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellung widmen.

Qualifikationsziele: Die Studierenden beherrschen nach Abschluss des Moduls grundlegende statistische Verfahren und deren Anwendung auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen, können diese in *SPSS* umsetzen sowie die Analyseergebnisse angemessen interpretieren.

Voraussetzungen: Die Modul KW-M2 vermittelten Inhalte werden als bekannt vorausgesetzt.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

*bestanden / nicht bestanden (geht mit 10% in die Portfolioleistung des Seminars
Umfrageforschung oder Inhaltsanalyse desselben Moduls ein)*

Umfrageforschung a & b

Ayanda Rogge
Farina Ohser

Seminar

Modul KW-M3

Di, 3. DS (11:10 – 12:40)

Mi, 3. DS (11:10 – 12:40)

Wie gestalte ich einen guten Fragebogen? Wie formuliere ich Fragen richtig?
Wie und wo erreiche ich am besten meine Befragten? Und wie viele
Personen muss ich für eine repräsentative Befragung überhaupt erreichen?
Die Antworten auf diese Fragen sind für eine erfolgreiche Durchführung
von Umfragen von erheblicher Bedeutung.

In der Veranstaltung werden aufbauend auf den Vorlesungen "Methoden
der empirischen Sozialforschung" des ersten und zweiten Semesters
zunächst die theoretischen Grundlagen und Standards der Methode der
Umfrageforschung vorgestellt. Dabei wird auch auf methodologische
Neuerungen, Probleme und Forschungslücken innerhalb der
Umfrageforschung eingegangen.

In kleinen Projektgruppen wird die Durchführung einer Umfrage praxisnah
von der ersten Forschungs idee bis hin zum Pretest erprobt. Wir werden
uns mit Frageformulierungen, Skalen, Fragebogendramaturgie und
Feldarbeit beschäftigen.

Begriffe wie etwa Filterführung, Rotation, Likert-Skala, Semantisches
Differential, Eisbrecherfrage, Online-Panel, Halo-Effekt werden für die
Teilnehmer am Ende des Semesters keine Fremdwörter mehr sein.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vorleistung aus Übung Datenanalyse (10%)

Schriftlicher Theorieteil (25%)

Fragebogen (25%)

Abschlusspräsentation (30%)

Quiz-Ergebnisse (10%)

Inhaltsanalyse a & b

Luise Anter

Seminar

Modul KW-M3

Di, 5. DS (14:50 – 16:20)

Mi, 4. DS (13:00 – 14:30)

Die Inhaltsanalyse gehört zum klassischen kommunikationswissenschaftlichen Methodeninventar. In der Veranstaltung werden aufbauend auf den Vorlesungen "Methoden der empirischen Sozialforschung" des ersten und zweiten Semesters zunächst die theoretischen Grundlagen und Standards der Methode der Inhaltsanalyse vorgestellt. Dabei wird auch auf methodologische Neuerungen, Probleme und Forschungslücken innerhalb der Inhaltsanalyse eingegangen.

In kleinen Projektgruppen wird die Durchführung einer quantitativen Inhaltsanalyse praxisnah von der ersten Forschungsfrage bis hin zum Pretest erprobt.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vorleistung aus Übung Datenanalyse (10%)

Präsentationen zum Projektstand (20%)

Codebuch (20%)

Kritische Reflexion der Methode und ihrer Anwendung (20%)

Paper (30%)

In diesem Seminar geht es um Wissenschaftscomics (Science Comics, z.B. <https://blogs.helmholtz.de/augenspiegel/category/wissenschaftscomic/>) und deren Möglichkeiten und Wirkung für die Wissenschaftskommunikation.

Mithilfe der professionellen Illustratorin *Veronika Mischitz* erlernen die Studierenden die Kompetenzen, um selbst einen Science Comic zu entwerfen (keine Vorkenntnisse erforderlich!).

In Gruppenarbeit entwickeln die Studierenden gemeinsam mit Wissenschaftler:innen des Barkhausen Instituts eigene **Science Comics** zu aktuellen Forschungsprojekten und gesellschaftlich relevanten Fragestellungen rund um die Entstehung der digitalen Welt von morgen (z.B. Internet der Dinge).

Die Wirkung der Science Comics evaluieren die Studierenden mithilfe eines im Seminar entwickelten Erhebungsinstruments. Konnte die geplante Kernbotschaft vermittelt werden? Wurden die Kommunikationsziele des Comics erreicht?

Qualifikationsziele: Durch das Projekt erlangen die Studierenden vertiefende Kenntnisse der Bedeutung, Planung, Umsetzung und Evaluation von Wissenschaftskommunikation.

Voraussetzungen: Die in der Vorlesung „Wissenschafts- & Technikkommunikation“ vermittelten Inhalte werden als bekannt vorausgesetzt.

Kooperation: Tiphaine Cattiau (Barkhausen Institut), Veronika Mischitz (Illustratorin)

Hinweis

Das Seminar wird teils in Präsenz, teils online durchgeführt.

Die erste Sitzung am **11.10.** findet in Präsenz statt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vortrag zu Zielen & Evaluation von Wissenschaftskommunikation (20%)

Entwicklung des Erhebungsinstruments (30%)

2 Zwischenstand-Pitches (unbenotet)

Präsentation des finalen Science Comics (20%)

Evaluation des Comics & Präsentation der Ergebnisse (30%)

In diesem Seminar geht es um interaktive Prototypen in der Technologieentwicklung – auch Demonstratoren genannt (z.B. <https://www.youtube.com/watch?v=6GdKiBfWwQ>). Welche Rolle spielen sie in der Wissenschaftskommunikation, wenn die Öffentlichkeit mit diesen Demonstratoren interagiert?

Ziel des Seminars ist die Entwicklung eines Messinstruments für die Evaluation der Wirkung solcher Demonstratoren für die Wissenschaftskommunikation.

Dabei werden verschiedene methodische Ansätze (z.B. Befragung, Beobachtung, Experiment, Pre-Post-Test) und Konstrukte (z.B. Interesse, Lerneffekte/Wissen, Einstellung ggü. Wissenschaft / ggü.

Wissenschaftler:innen / ggü. der Technologie) betrachtet.

In Gruppenarbeit erarbeiten die Studierenden jeweils für ein Konstrukt die Operationalisierung und das Messinstrument. Anhand eines speziellen Demonstrators für das Taktile Internet aus dem Exzellenzcluster CeTI (**Thema: Wellenreiten**) testen die Studierenden ihr Erhebungsinstrument und evaluieren die Wirkung des Demonstrators.

Qualifikationsziele: Durch das Projekt erlangen die Studierenden vertiefende Kenntnisse der Evaluation von Wissenschaftskommunikation.

Voraussetzungen: Die in der Vorlesung „Wissenschafts- & Technikkommunikation“ vermittelten Inhalte werden als bekannt vorausgesetzt.

Kooperation: Tina Bobbe (Technisches Design, TUD, CeTI)

Hinweis

Das Seminar wird teils in Präsenz, teils online durchgeführt.

Die erste Sitzung am **12.10.** findet in Präsenz statt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vortrag zu Zielen & Evaluation von Wissenschaftskommunikation (20%)

Operationalisierung (10%)

Erhebungsinstrument (30%)

Auswertungsstrategie (10%)

Präsentation der Ergebnisse (30%)

Forschungsprojekt a “Nutzerkommentare im Öffentlichen Diskurs”

Jana Fischer

Seminar

Modul KW-M4

Mi, 2.- 3. DS (9:20 – 12:40)

Nachrichtennutzung findet zunehmend online und speziell in Sozialen Online-Netzwerken statt. In diesem Seminar wird eine Ausprägung dieser veränderten Nachrichtennutzung betrachtet: Nutzerkommentare. Nutzerkommentare, also die Kommentare, die z.B. Leser:innen unter einem Nachrichtenartikel auf der Website des Nachrichtenanbieters oder auf Facebook platzieren, können als Chance gesehen werden eine Gegenöffentlichkeit zum professionellen Journalismus zu bilden, Minderheiten eine Plattform zu geben, journalistische Arbeit um wertvolles Wissen zu ergänzen. Gleichzeitig stellen sie aber auch eine Gefahr für den öffentlichen Diskurs dar. Die überwiegend negativen und unzivilen Nutzerkommentare können sich negativ auf die Glaubwürdigkeit von Medieninhalten und -marken, die Arbeitsmotivation von Journalist:innen und die politische Beteiligungsbereitschaft andere Rezipierender auswirken.

In diesem Seminar soll der Frage nachgegangen werden, welche Rolle Nutzerkommentare im Öffentlichen Diskurs spielen. Dabei können sie zum einen als abhängige Variable betrachtet werden, um z.B. danach zu fragen, wie sie die Einstellung zur Nachricht verändern, das Wissen der Leser:innen erweitern und die Bereitschaft zur Diskursbeteiligung beeinflussen können. Zum anderen können Nutzerkommentare als unabhängige Variable betrachtet werden, um Fragen nach den Einflussfaktoren von Nachrichteninhalten und -umgebungen auf die Anzahl, den Ton oder die Qualität von Nutzerkommentaren nachzugehen.

Methodisch kann der Untersuchungsgegenstand Nutzerkommentare vielfältig zugänglich gemacht werden; quantitativ (Befragung, Experiment, Inhaltsanalyse etc.) und qualitativ (Inhaltsanalyse, Interview, Gruppendiskussion etc.) sowie über Mixed Methods Ansätze

Die Studierenden haben in diesem Forschungsseminar die Möglichkeit, ein eigenes Forschungsvorhaben durchzuführen, die einzelnen Schritte zu präsentieren und hilfreiches Feedback zum wissenschaftlichen Arbeiten zu erhalten. Die Studierendenprojekte umfassen die Entwicklung einer eigenen Fragestellung, Ableitung von Hypothesen aus dem Forschungsstand, Planung und Umsetzung eines methodischen Designs, Datenauswertung, Interpretation und Präsentation der Ergebnisse.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vorstellung des Forschungsvorhabens (20%)

Vorstellung des Instruments (20%)

Abschlusspräsentation mit Poster (30%)

Paper (30%)

Forschungsprojekt b "Mediale Stigmatisierung sozialer Gruppen"

Deborah Kunze

Seminar

Modul KW-M4

Mi, 4.- 5. DS (13:00 – 16:20)

Im WiSe 21/22 wollen wir uns in Forschungsprojekt b mit der medialen Stigmatisierung sozialer Gruppen auseinandersetzen, indem eigenverantwortlich ein Forschungsvorhaben entwickelt und durchgeführt wird.

Psychische Störungen, körperliche Beeinträchtigungen, Obdachlosigkeit, Körpergewicht und Sexualität sind einige von vielen Bereichen, in denen Stigmatisierung auftritt. Stigmatisierende Mediendarstellungen beeinflussen dabei Stereotype, Vorurteile und Diskriminierung in unserer Gesellschaft. Menschen mit stigmatisierter Gruppenzugehörigkeit werden ebenfalls medial beeinflusst (Selbststigmatisierung). Schließlich ist es von höchster sozialwissenschaftlicher Relevanz, die Rolle der Medien für Prozesse der Entstigmatisierung zu untersuchen.

In Kleingruppen werden die Seminarteilnehmenden zunächst ein für sie relevantes Teilgebiet der Stigma-Forschung festlegen und anschließend unter Rückbezug auf Theorie und Forschungsstand ein eigenes Forschungsinteresse entwickeln. Die Möglichkeiten für die methodische Umsetzung sind vielfältig und werden von den Studierenden in Abhängigkeit von der Forschungsfrage selbst gewählt. Die Forschungsteams erarbeiten gemeinsam die Operationalisierung, setzen die Methodik um, werten Ergebnisse aus und diskutieren diese. Unterstützung und gegenseitiges Feedback erhalten sie dabei im Seminar.

Ziel ist es, ein eigenes Forschungsvorhaben von der Idee bis zur Beantwortung der Forschungsfrage durchzuführen. Das Forschungsprojekt dient damit als ideale Vorbereitung für die Abschlussarbeit.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vorstellung des Forschungsvorhabens (20%)

Vorstellung des Instruments (20%)

Abschlusspräsentation mit Poster (30%)

Paper (30%)

Forschungsprojekt c "Soziale Ungleichheit & Diskriminierung in den Medien"

Ayanda Rogge

Seminar

Modul KW-M4

Do, 3.- 4. DS (11:10 – 14:30)

Welche Rolle spielen (konstruierte) Kategorien in der Medienlandschaft und öffentlichen Kommunikation? Die Auseinandersetzung mit dieser übergeordneten Frage ist Inhalt des Forschungsprojekts c im Wintersemester 21/22. Hierbei sollen in erster Linie Wechselwirkungen zwischen dem Mediensystem und der Gesellschaft in Bezug auf die Strukturen sozialer Ungleichheit untersucht werden.

Hintergrund:

Globale Machtstrukturen und Hierarchien tragen weiterhin zur Reproduktion von Diskriminierung bei. Auf der anderen Seite beobachten wir jedoch auch eine zunehmende Verbesserung der Chancengleichheit und dem Empowerment (Ermächtigung) unterrepräsentierter Gruppen. Deshalb wollen wir uns im Seminar mit der Repräsentation, der Nutzung sowie dem Zugang verschiedener Gruppen zu den (digitalen) Medien auseinandersetzen. Der Fokus wird dabei auf gruppenbezogene Kategorien gesetzt, die zum Beispiel durch Unterschiede in Bezug auf Kapital, Geschlecht, Sexualität, Alter, Bildung, Herkunft oder (vermeintliche) ethnische Zugehörigkeit geschaffen werden.

Ziel des Seminars:

Die Studierenden sollen in diesem Forschungsseminar die Möglichkeit bekommen, ein eigenes Forschungsvorhaben durchzuführen – von der Entwicklung der Forschungsfrage über die methodische Umsetzung bis hin zur Datenauswertung und den Rückbezug der Ergebnisse in den Forschungskontext. Der Forschungsprozess wird durch die Dozierende begleitet und es werden praktische Hinweise für das selbstständige wissenschaftliche Arbeiten vermittelt.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Vorstellung des Forschungsvorhabens (20%)

Vorstellung des Instruments (20%)

Abschlusspräsentation mit Poster (30%)

Paper (30%)

Lehrveranstaltungen im Master-Studiengang

Angewandte Medienforschung

Repetitorium Quantitative Methoden der Kommunikationsforschung

Prof. Dr. Lutz M. Hagen
Deborah Kunze

Übung

AnMeFo-MA 1

Mo—Do, 2.—5. DS (9:20 – 16:20)

Das Repetitorium reflektiert theoretische und methodische Grundlagen der Kommunikations- und Sozialforschung. Nach Abschluss des Moduls beherrschen die Studierenden die Grundlagen einschlägiger Theorien und quantitativer Methoden der Kommunikations- und Sozialforschung anwendungssicher und kennen die Standards wissenschaftlichen Arbeitens am Institut für Kommunikationswissenschaft. Darüber hinaus beherrschen sie deskriptive und einfache inferenzstatistische Verfahren der Datenanalyse anwendungssicher.

Hinweis

Die Übung wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Termine

- 11.10. – Theorien der Kommunikationswissenschaft
- 12.10. – Umfrageforschung
- 13.10. – Inhaltsanalyse
- 14.10. – Projektmanagement/Datenanalyse

Erwerb von Leistungspunkten
Klausur

Grundlagen der Angewandten Medienforschung I

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Seminar

AnMeFo-MA 2

Mo 5. DS (14:50 – 16:20)

Das Seminar gibt einen Überblick über die relevanten Berufsfelder des Studiengangs "Angewandte Medienforschung. Es beleuchtet, wie kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse in verschiedenen Bereichen der Praxis angewendet werden und welche Bedeutung diese für aktuelle Entwicklungen im Medienbereich besitzen.

Die Studierenden erarbeiten einen Überblick über aktuelle Themen der Kommunikationsforschung sowie über praktische Anwendungen kommunikationswissenschaftlicher Kenntnisse und diesbezügliche Berufsfelder.

Im Fokus des Grundlagenseminars liegen Anwendungsbereiche der Medienforschung. Medien arbeiten im Spannungsfeld zwischen zwei Märkten: dem Werbemarkt und dem Publikumsmarkt.

Ergebnisse der angewandten Medienforschung zu klassischen, den immer wichtiger werdenden Online- und sozialen Medien sind nicht nur für Medienunternehmen oder die werbetreibende Wirtschaft von Bedeutung, auch politische Akteure, nicht-kommerzielle Organisationen und Akteure und Organisationen anderer Bereiche der Gesellschaft haben Interesse an angewandter Medienforschung.

Ziel des Seminars ist, das Feld der angewandten Medienforschung aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive systematisch zu erschließen. Im einleitenden Teil des Seminars präsentiert der Dozent einen Überblick über die angewandte Medienforschung im allgemeinen und das zentrale Feld der Mediaforschung im besonderen und erarbeitet

zusammen mit den Studierenden eine Struktur des Feldes und des restlichen Seminars. Der übrige Teil wird als Referatskurs durchgeführt, d.h. die Studierenden erarbeiten zugeteilte Themen anhand vorgeschlagener und selbst recherchierter Literatur und moderieren die vorbereiteten Diskussionsrunden. Dabei sollen jeweils auch themenbezogene Studien gesucht und vorgestellt werden.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Gestaltung eines Wikis/Blogs (benotet, 50%)

Vortrag, 20 Minuten (benotet, 50%)

Pflichtliteratur lesen (unbenotet)

Zwei Fragen formulieren (unbenotet)

Medieninhaltsforschung I

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Seminar

AnMeFo-MA 3a

Di 5. DS (14:50 – 16:20)

Das Seminar befasst sich mit der Inhaltsanalyse als einer der zentralen Methoden der Kommunikationswissenschaft. Nachdem Kenntnisse der standardisierten quantitativen Inhaltsanalyse aufgefrischt wurden, liegt der Fokus des Seminars auf der Inhaltsanalyse von Online-Angeboten und verschiedenen Möglichkeiten der Computerunterstützung und (Teil-) Automatisierung der Medieninhaltsanalyse. Die fortlaufende Digitalisierung und Onlinisierung stellt besondere Anforderungen aber auch Chancen für die Methode dar, welche im Rahmen des Seminars diskutiert werden sollen. Weiterhin werden die inhaltsanalytische Untersuchung von Bildern, gewerbliche Anbieter von Medieninhaltsanalysen und die Anwendung der Methode in der Qualitäts-Forschung thematisiert.

Die Studierenden sollen auf Basis von Pflichtliteratur und zusätzlicher eigener Recherche jeweils eine Sitzung zu Unterthemen aus dem oben genannten Spektrum gestalten und durch ein Respondent-System in die Diskussion einsteigen. In gemeinsame Übungen wird der Umgang mit einschlägigen Tools praktiziert.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Gestaltung eines Sitzung (benotet, 50%)

Ergebnisprotokoll (benotet, 50%)

Pflichtliteratur lesen (unbenotet)

Erledigung von Übungsaufgaben (unbenotet)

Publikums- und Meinungsforschung I

Jun.-Prof. Dr. Anna Sophie Kümpel

Seminar

AnMeFo-MA 3b

Mo 3. DS (11:10 – 12:40)

Soziale Medien sind aus dem Alltag vieler Online-Nutzer:innen nicht mehr wegzudenken und spielen auch im Bereich der Informations- und Nachrichtennutzung eine zunehmend zentrale Rolle. Dies hat nicht nur Implikationen für die Frage, wie Menschen mit Nachrichten in Kontakt kommen und sich mit diesen auseinandersetzen, sondern auch für die Publikums- und Meinungsforschung. Wie lässt sich die Nutzung und meinungsbildende Wirkung von Nachrichten sinnvoll messen, wenn diese in sozialen Medien nur „zufällig“ entdeckt werden, zwischen Memes und Food-Fotos von Freund:innen zu finden sind und mit vielfältigen sozialen Kontextinformationen verknüpft sind?

Im Rahmen des ersten Teils des Seminars im Wintersemester 2021 werden wir uns zunächst theoretisch damit auseinandersetzen, welche Merkmale die Nachrichtennutzung in und über soziale(n) Medien aufweist. Darüber hinaus widmen wir uns verschiedenen methodischen Ansätzen zur Erfassung der Nachrichtennutzung in sozialen Medien — von der klassischen (Online-)Umfrageforschung über In-situ-Befragungen oder die Nutzung von Browser-Plugins hin zu qualitativen Beobachtungsstudien. Gemeinsam diskutieren wir die Stärken und Schwächen der Ansätze und was wir mit diesen (nicht) über die Social-Media-Nachrichtennutzung lernen können. Auf Basis dieses Wissens werden wir dann im folgenden Semester (Sommersemester 2022) eine eigene Studie konzipieren und durchführen, die (einen Teilaspekt von) Nachrichtennutzung in sozialen Medien empirisch in den Blick nimmt.

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, sich mit den Voraussetzungen und Bedingungen der informations- und Nachrichtennutzung in sozialen Medien kritisch auseinanderzusetzen und kennen Verfahren, um diese empirisch zu untersuchen. Zudem lernen sie, wie man die Güte und Aussagekraft von Rezeptions- und Wirkungsstudien im Social-Media-Kontext beurteilen kann und was es bei der Konzeption entsprechender Studien zu beachten gilt.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Wiki-Eintrag (50%)

Studien-Konzeptpapier (50%)

Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen I

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Seminar

AnMeFo-MA 3c

Do 5. DS (14:50 – 16:20)

“If you can't measure it, you can't improve it.” (Peter Drucker) — Seien es die gesellschaftspolitische oder Marktkommunikation von Unternehmen, die politische Kommunikation von Parteien und Politiker:innen, die Mitteilung einer Universität in sozialen Medien oder Gesundheitsinformationen der BZgA, von Krankenkassen oder Kliniken Krankenhauses — wenn gesellschaftliche Akteure kommunizieren, müssen/wollen sie kontrollieren, ob sie damit erfolgreich waren: Wurde das Unternehmen in der Tageszeitung erwähnt oder hat sich ein Post in Social Media verbreitet, haben der Bericht in der Tageszeitung oder der Post in Social Media die geplanten Adressaten erreicht und hat eine Kommunikationsmaßnahme den Erfolg bewirkt, der geplant war, also ändert sich z.B. das Verhalten in der Bevölkerung in Sachen Mobilität – so lauten Fragen, die in diesem Zusammenhang von Interesse sind, deren Beantwortung im Detail aber nicht trivial ist.

Das auf zwei Semester angelegte Seminar „Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen“ führt im Wintersemester zunächst in die Theorie und Methodologie der Kontrolle und Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen ein.

Es fragt z. B. nach:

- der Rolle und dem Wertbeitrag von öffentlicher Kommunikation für Organisationen,
- den Ebenen von Kommunikationskontrolling,
- dessen Zielgrößen im Kommunikationskontrolling,
- dem Unterschied von durchschnittlichen kausalen und differentiellen Effekten und wie man differenzielle Effekte priorisiert.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten
Seminararbeit inkl. Präsentation

Das Seminar vertieft die theoretischen Kenntnisse in der Datenanalyse und fokussiert auf deren Anwendung mittels *R* und *RStudio*. Nach einer Wiederholung der Grundpfeiler der induktiven Statistik folgt zunächst eine umfassende Einführung in die Arbeit mit der genutzten Software. Danach liegt der Schwerpunkt des Kurses auf der Analyse von multivariaten Zusammenhängen mittels kausalanalytischer und datenreduzierender Verfahren.

Das Seminar ermöglicht Studierenden, die bereits eine gründliche Ausbildung in der Datenanalyse erhalten haben, vorhandene Kenntnisse und Fertigkeiten auszubauen und zu vertiefen. Zudem werden Studierende, die bisher nur die Nutzung von Statistiksoftware mit graphischer Benutzeroberfläche (z.B. *SPSS*) kennengelernt haben, mit der statistischen Programmiersprache *R* vertraut gemacht und so zur skriptbasierten Datenanalyse befähigt.

Durch diesen gemeinsamen ‚Neuanfang‘ werden auch Studierende, die über weniger gute Vorkenntnisse in der Datenanalyse verfügen, in die Lage versetzt, datenanalytische Techniken eigenständig und souverän anzuwenden.

Hinweis

Das Seminar wird vorrangig mit asynchronen Lehrinhalten (Videos, Übungsaufgaben) arbeiten und durch vereinzelte Präsenzsitzungen zur gemeinsamen Diskussion des Gelernten ergänzt.

Forschungsprojekt I

Prof. Dr. Sven Engesser

Seminar

AnMeFo-MA 5

Mi 2. DS (9:20 – 10:50)

Das Internet bleibt nicht nur auf Computer begrenzt, sondern erstreckt sich zunehmend auch auf Alltagsgegenstände. Zum einen können wir über Sprachassistenten wie „Alexa“ immer mehr Kontrolle über unsere Haushalte ausüben. Zum anderen kann uns der Kühlschrank inzwischen mitteilen, dass die Milch alle ist oder der Blumentopf, dass die Zimmerpflanze Wasser braucht. Dieses Phänomen wird als Internet der Dinge bezeichnet und gilt als eine der nächsten großen technischen Revolutionen. Doch was bedeutet das Internet der Dinge für das menschliche Zusammenleben? Entwickeln wir zunehmend soziale Beziehungen zu Gegenständen? Betrachten wir sie womöglich als Teil von uns? Behandeln wir unsere Sprachassistenten wie Sklaven und verrohen wir dadurch im Umgang miteinander? Beeinträchtigt die bloße Anwesenheit der vernetzten Geräte unser Konzentrationsvermögen?

Diesen Fragen soll das zweisemestrige Forschungsseminar nachgehen. Wir werden die weit verstreute Literatur zum Internet der Dinge zusammentragen, daraus Hypothesen ableiten und mit Experimentalstudien überprüfen. Die Teilnehmenden werden Einblick erhalten, wie eine empirische Untersuchung vom Forschungsproblem bis zur Ergebnispräsentation durchgeführt wird. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sind auf vielfältigen Anwendungsgebieten in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Technik einsetzbar.

Hinweis

Das Seminar wird als Präsenzkurs durchgeführt.

Erwerb von Leistungspunkten

Portfolio

Präsentation (80%)

Response (20%)