Modulkatalog

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Programmformat: Minor 60

Studienstufe: Bachelor

Erstellt am 28.01.2025

Modulgruppen des Programms

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
- Grundlagen Methoden und Statistik
- Aufbau Methoden und Statistik
- Weitere Kernbereiche der Kommunikationswissenschaft
- Anwendung in kommunikationswissenschaftlichen Kernbereichen
- Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
- Weitere Themenfelder der Kommunikationswissenschaft

Der Modulkatalog enthält alle beständigen Angaben zu den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen des Programms, die semesterbezogenen Informationen dazu entnehmen Sie dem Vorlesungsverzeichnis.

Ebenfalls im Vorlesungsverzeichnis finden Sie das aktuelle Angebot an Wahlmodulen sowie weiterführende Informationen zu Modulen anderer Fakultäten.

06B-7254e01 Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

06SM254-001	Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienforschun (P 3)	9
06SM254-002	Basistheorien der Kommunikationswissenschaft (P 6)	10
06SM254-021	Kernbereich Medienpolitik & Medienökonomie (P 3)	11
06SM254-022	Kernbereich Medieninhalte & Mediennutzung (P 3)	12

06B-7254i01 Grundlagen Methoden und Statistik

06SM254-011	Wissenschaftliches Arbeiten (P 3)	13
06SM254-012	Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Einführung (P 3)	14
06SM254-014	Statistik und Datenanalyse: Einführung (P 9)	15

06B-7254i02 Aufbau Methoden und Statistik

06SM254-013	Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Aufbau (P 6)	16
06SM254-015	Statistik und Datenanalyse: Aufbau (P 6)	17

06B-7254i03 Weitere Kernbereiche der Kommunikationswissenschaft

06SM254-023	Kernbereich Medienproduktion & Medienmanagement (P 3)	18
06SM254-024	Kernbereich Medienrezeption & Medienwirkung (P 3)	19

06B-7254i04 Anwendung in kommunikationswissenschaftlichen Kernbereichen

06SM254-s02	[Anwendung in kommunikationswissenschaftlichen Kernbereichen] (W 6)	20

06B-7254i05 Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft

06SM254-050	Angewandte Medien- und Publikumsforschung (WP 3)	21
06SM254-051	Medienethik (WP 3)	22
06SM254-052	Qualitative Sozialforschung (WP 3)	23
06SM254-053	Das schweizerische Mediensystem (WP 3)	24
06SM254-054	Medienrecht (WP 3)	25
06SM254-055	Geschichte und Soziologie der Medien (WP 3)	26
06SM254-056	Werbung (WP 3)	27
06SM254-s03	[Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft] (W 3)	28

06B-7254i06 Weitere Themenfelder der Kommunikationswissenschaft

06SM254-s04	[Weitere Themenfelder der Kommunikationswissenschaft] (W 3)	29

Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

06SM254-001

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erhalten einen Überblick über die gesamte Disziplin und ihre wichtigsten Bereiche und Entwicklungen. Sie erlangen Wissen gemäss dem aktuellen Forschungsstand zu den Problemstellungen, Theorien, Modellen und Hauptbefunden. Sie entwickeln Analyse- & Reflektionskompetenzen, die es ermöglichen, sich selbstständig mit den entsprechenden Gebieten weiter zu beschäftigen, also Fragestellungen, Theorien, Forschung und Befunde kritisch zu vergleichen und zu bewerten.

Allgemeine Beschreibung

Die Einführungsvorlesung vermittelt einen systematischen Überblick über die gesamte Disziplin der Kommunikationswissenschaft. Dabei werden die Geschichte des Fachs und ihre zentralen Gegenstandsbereiche mit Fragestellungen, theoretischen Ansätzen und Modellen sowie Befunden besprochen.

Voraussetzungen

-

Basistheorien der Kommunikationswissenschaft

06SM254-002

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	6
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Frühlingssemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden haben einen Überblick über sozialwissenschaftliche Basistheorien, die für die Kommunikationswissenschaft bedeutsam sind. Sie kennen Gegenstände, Grundbegriffe, Kernaussagen, Implikationen (normative, methodische etc.) dieser Theorien. Sie haben ein Verständnis für die Unterschiede zwischen den Theorien und ihre Leistungen bezogen auf einzelne Fragestellungen des Fachs entwickelt.

Allgemeine Beschreibung

Die Vorlesung bietet einen Überblick über wichtige sozialwissenschaftliche Basistheorien, die zum Verständnis aktueller kommunikationswissenschaftlicher Forschung unerlässlich sind. Dabei wird auch erörtert, was die einzelnen Theorien und Denkansätze zu «leisten» vermögen und welche Erklärungen sie für die Forschungsobjekte unseres Faches anbieten.

Voraussetzungen

-

Kernbereich Medienpolitik & Medienökonomie

06SM254-021

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden kennen die ökonomischen und politischen Besonderheiten und Funktionsweisen des Kommunikationssektors, einschliesslich der relevanten nationalen und internationalen Akteure, Institutionen und Organisationen. Sie verstehen, womit sich Medienpolitik und Medienökonomie in Forschung und Praxis beschäftigen, weshalb in Medienindustrien politische Eingriffe erfolgen und wie sich die Medien- und Kommunikationsindustrien gewandelt haben. Darüber hinaus können sie neue medienpolitische und -ökonomische Herausforderungen identifizieren und kritisch beleuchten.

Allgemeine Beschreibung

Die Vorlesung gibt einen Überblick über die ökonomischen und politischen Besonderheiten des Mediensektors und deren wechselseitige Zusammenhänge. Sie führt in die Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Medienpolitik und -ökonomie ein und erklärt Regulierungsmodelle, -praxis und -bedarf, einschliesslich der relevanten Akteure, Institutionen und Prozesse. Des Weiteren vermittelt sie grundlegende Kenntnisse über Medienmärkte und Medienorganisationen und thematisiert aktuelle medienpolitische und -ökonomische Herausforderungen rund um das Internet und neue Kommunikationstechnologien.

Voraussetzungen

-

Kernbereich Medieninhalte & Mediennutzung

06SM254-022

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden kennen die wichtigsten methodischen und theoretischen Ansätze der Mediennutzungs- und Medieninhaltsforschung. Sie sind sensibilisiert für die hybride Rolle des Publikums, das neue Medien zugleich nutzt und gleichzeitig als Produzent mitgestaltet. Die Studierenden wissen um die wichtigsten Studien und Forschungsbefunde in diesem Bereich. Sie sind in der Lage, neue Studien und methodische Weiterentwicklungen entsprechend einordnen und kritisch zu reflektieren.

Allgemeine Beschreibung

In der Vorlesung werden die zentralen Fragestellungen, Konzepte und Befunde aus der kommunikationswissenschaftlichen Medieninhaltsforschung und Mediennutzungsforschung diskutiert sowie die Frage beantwortet, wer welche Inhalte nutzt. Bei den Inhalten lassen sich dabei Angebotstypen (z.B. Nachrichten) und Angebotsmerkmale (z.B. Qualität) unterscheiden, die mittels Inhaltsanalysen untersucht werden und in der Vorlesung prototypisch sowie beispielhaft vorgestellt werden. Beim Forschungsfeld der Mediennutzung interessieren neben den verschiedenen Erhebungsmethoden die individuellen und sozialen Determinanten, welche über die Zuwendung zu verschiedenen Medien und Inhalten ausschlaggebend sind.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Grundlagen Methoden und Statistik
Modultyp: Pflicht

Wissenschaftliches Arbeiten

06SM254-011

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung, Übung

Lernziel

Die Studierenden haben Kenntnis von Bibliothekssystemen und verschiedenen Quellen wissenschaftlicher Literatur. Sie besitzen die Fähigkeit der problemorientierten fachwissenschaftlichen Literatursuche sowie des kommunikationswissenschaftlichen Umgangs mit Quellen und Bibliographien. Sie haben das Rüstzeug zur selbständigen Erstellung einer schriftlichen Arbeit. Sie können wissenschaftliche Zitierweisen und bibliographischer Regeln anwenden, mündliche Präsentationen wissenschaftlicher Forschungsergebnisse vorbereiten und im wissenschaftlichen Team arbeiten.

Allgemeine Beschreibung

Mit dieser Lehrveranstaltung werden Studienanfängerinnen und -anfänger schrittweise in das wissenschaftliche Arbeiten eingeführt. Es werden einerseits spezifische Kenntnisse und Techniken vermittelt, andererseits erhalten Studierende die Möglichkeit, in Übungen und Tutoraten diese Kenntnisse und Techniken anzuwenden und zu vertiefen. Die aufeinander aufbauenden Übungen befähigen die Studierenden, unter Anleitung der Tutorinnen und Tutoren ihre erste eigene wissenschaftliche Arbeit zu verfassen, Fallstudien zu bearbeiten und ein wissenschaftliches Referat zu halten.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Grundlagen Methoden und Statistik
Modultyp: Pflicht

Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Einführung

06SM254-012

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der Logik, des Ablaufs und der die Erhebungsmethoden der empirischen Kommunikationsforschung. Die Studierenden können methodische Fachliteratur sowie die methodische Beschreibung einfacher empirischer Studien verstehen und einordnen. Die Studierenden kennen die etablierten Forschungsdesigns und Erhebungsmethoden, insbesondere die gängigen Verfahren der Befragung, Inhaltsanalyse und Beobachtung.

Allgemeine Beschreibung

Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über die methodischen Grundlagen der empirischen Sozialforschung mit besonderer Berücksichtigung der spezifischen Problemstellungen in der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. Sie soll zur reflektierten Auseinandersetzung mit und zur kritischen Beurteilung von qualitativer und quantitativer empirischer Forschung anleiten. Konkret wird ein Einblick in wissenschaftstheoretische Grundlagen, Auswahlverfahren, gängige Forschungsdesigns und in den Ablauf typischer Forschungsprozesse geboten sowie die wichtigsten Erhebungsverfahren der Kommunikationswissenschaft und ihrer qualitativen und quantitativen Varianten besprochen (Befragung, Inhaltsanalyse und Beobachtung).

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Grundlagen Methoden und Statistik
Modultyp: Pflicht

Statistik und Datenanalyse: Einführung

06SM254-014

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	9
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Frühlingssemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung, Übung

Lernziel

Die Studierenden verfügen über grundlegendes Wissen im Bereich der deskriptiven Statistik und der Inferenzstatistik sowie der Datenanalyse mit der statistischen Open-Source-Software R. Die Studierenden verfügen über Analyse-/Reflexionskompetenz, die es Ihnen ermöglicht, einfache statistische Analysen in Forschungsberichten zu interpretieren und kritisch zu vergleichen. Die Studierenden sind in der Lage, kleinere statistische Aufgaben selbstständig zu lösen, die entsprechenden Analysen in R auszuführen und die ausgegebenen Ergebnisse zu interpretieren. Die Studierenden sind in der Lage, einführende Statistikliteratur zu lesen und sich zusätzliche Kenntnisse anzueignen.

Allgemeine Beschreibung

Das Modul besteht aus einer Vorlesung und zwei aufeinander abgestimmten Übungen. In der Vorlesung werden die Grundkenntnisse der deskriptiven und induktiven Statistik vermittelt, die zum Handwerkszeug der empirischen Forschung und zum Verstehen der Forschungsansätze und -berichte erforderlich sind. Folgende Themenbereiche werden behandelt: Lageparameter, Streuungsparameter, Höhere Momente, Grundlagen der induktiven Statistik, Schätzen, Testen, bivariate Zusammenhangsmessung. In den Übungen werden einerseits die statistischen Kenntnisse aus der Vorlesung mit kleinen Übungsaufgaben vertieft. Andererseits wird in das Open-Source-Projekt R eingeführt, das syntaxbasiert statistische Analysen erlaubt. Statistische Fragestellungen aus der Vorlesung werden mit R umgesetzt und die statistischen Ergebnisse interpretiert.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Aufbau Methoden und Statistik
Modultyp: Pflicht

Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Aufbau

06SM254-013

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	6
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Arbeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung mit integrierter Übung

Lernziel

Die Studierenden verfügen über praktische Erfahrungen und Wissen in der empirischen Kommunikationsforschung. Sie sind in der Lage ein einfaches Forschungsprojekt zu planen, umzusetzen und sind mit der Leistungs- und Zeitplanung im Rahmen eines professionellen Projektmanagements vertraut. Die Studierenden sind in der Lage, einen Fragebogen sowie ein inhaltsanalytisches Kategoriensystem zu entwerfen und zu testen. Sie haben zudem Erfahrungen als Befragte und Kodierer gesammelt.

Allgemeine Beschreibung

In der Veranstaltung werden die theoretisch erworbenen Kenntnisse in einer Vorlesung vertieft und in einer begleitenden Übung empirisch umgesetzt. Im Rahmen eines eigenen kleinen Forschungsprojektes durchlaufen die Studierenden alle Phasen eines Forschungsprozesses. Während in der Vorlesung die einzelnen Schritte theoretisch vorbereitet werden, sammeln die Studierenden in der Übung praktische Erfahrungen mit der Entwicklung eigener Fragestellungen und Hypothesen sowie der Operationalisierung relevanter Konstrukte. Im ersten Teil des Semesters werden in einem Befragungsprojekt ein Fragebogen entwickelt, im zweiten Teil ein inhaltsanalytisches Kategoriensystem entworfen. Die anschliessend erhobenen Daten werden statistisch ausgewertet und die Ergebnisse in einem Forschungsbericht dokumentiert. Die Teilnahme als Befragte, Beobachtete oder Kodierer an Feld- und Experimentalstudien bzw. Inhaltsanalysen am IKMZ komplettiert die Erfahrungen mit der empirischen Forschungspraxis.

Voraussetzungen

erfolgreich abgeschlossenes Modul Methoden Einführung

Modulgruppe: Aufbau Methoden und Statistik
Modultyp: Pflicht

Statistik und Datenanalyse: Aufbau

06SM254-015

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	6
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung mit integrierter Übung

Lernziel

Die Studierenden verfügen über grundlegendes Wissen im Bereich der multivariaten Statistik sowie der Datenanalyse. Sie sind in der Lage, multivariate statistische Analysen in Forschungsberichten zu verstehen, zu interpretieren und kritisch zu vergleichen. Die Studierenden können einfache multivariate Analysen selbstständig ausführen und die ausgegebenen Ergebnisse interpretieren. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, weiterführende Statistikliteratur zu lesen und sich zusätzliche Kenntnisse eigenständig anzueignen.

Allgemeine Beschreibung

Anhand von wissenschaftlichen Aufsätzen und praktischen Beispielen aus der Kommunikationswissenschaft wird überblicksartig und anwendungsorientiert in die gängigsten Verfahren der weiterführenden, multivariaten Statistik eingeführt. Die Veranstaltung knüpft dabei an Grundwissen aus der Einführung an. Sie bereitet die Studierenden auf die multivariaten Auswertungsarbeiten in Forschungsseminaren vor oder begleiten diese dabei. Übungen, in denen die Kenntnisse aus der Vorlesung umgesetzt werden, sind in die Vorlesung integriert.

Voraussetzungen

erfolgreich abgeschlossenes Modul Statistik Einführung

Modulgruppe: Weitere Kernbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Pflicht

Kernbereich Medienproduktion & Medienmanagement

06SM254-023

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erwerben Wissen in den Bereichen Medienproduktion, Medienmanagement, Medienorganisationen und Medienmärkte. Sie sind sensibilisiert für den Doppelcharakter von Medien als ökonomisches und publizistisches Gut. Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Digitalisierung und des gesellschaftlichen Wandels. Sie erwerben Analyse- und Reflexionskompetenzen, die es Ihnen ermöglichen, Theorien, Studien und Aussagen im Fachgebiet Medienproduktion und -management kritisch zu vergleichen und zu bewerten.

Allgemeine Beschreibung

Die Vorlesung beschäftigt sich mit Medienorganisationen und den vielfältigen Akteuren, die an der Medienproduktion und dem Medienmanagement beteiligt sind. Dies umfasst ebenso journalistische wie nichtjournalistische Akteure, also neben Nachrichtenorganisationen auch andere an der Massenkommunikation beteiligte Organisationen (z.B. aus Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft). Die Produktionsroutinen, Kommunikationsstrategien, Konkurrenzbeziehungen und Automatisierungstendenzen werden in einem Multikanalkontext analysiert. Im Medienmanagement-Teil wird nach den Produktionsbedingungen von Journalismus- und Unterhaltungsangeboten gefragt: In welchem Verhältnis stehen Qualitäts-, Publikums- und Profitorientierung? Ausgehend von den theoretischen Grundlagen werden auch Innovationen und Umbrüche diskutiert.

Voraussetzungen

Modul "Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienforschung" erfolgreich abgeschlossen

Modulgruppe: Weitere Kernbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Pflicht

Kernbereich Medienrezeption & Medienwirkung

06SM254-024

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, Wiederholungsprüfung oder erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erlangen Kenntnisse der zentralen Konzepte, Ansätze und Theorien der Rezeptions- und Wirkungsforschung sowie deren Entstehungsgeschichte. Sie kennen grundlegende kognitive und emotionale Prozesse bei der Verarbeitung medialer Information und haben die Fähigkeit, wissenschaftliche Forschungspublikationen in die bestehende Forschung einzuordnen und zu beurteilen. Die Studierenden erkennen Potenziale und Grenzen bestehender Studien zu zentralen Theorien der Rezeptions- und Wirkungsforschung und können diese kritisch reflektieren.

Allgemeine Beschreibung

Die Medienwirkungsforschung fragt nach den Wirkungen, die die Nutzung von Medieninhalten auf das Denken und Wissen, auf Emotionen und Einstellungen sowie auf das Handeln haben. Die Medienrezeptionsforschung fragt zudem, wie Medienangebote wahrgenommen und verarbeitet werden und wie dabei Gedanken, Gefühle und Urteile generiert werden. In der Vorlesung werden die wichtigsten klassischen und neueren Begriffe, Konzepte, theoretischen Ansätze sowie empirischen Befunde zu diesen beiden Forschungsbereichen vorgestellt. Zudem wird diskutiert, welche Bedeutung die Rezeption für die Art und die Intensität von Medienwirkungen hat und welche funktionalen bzw. dysfunktionalen Folgen Medienwirkungen wiederum für die Gesellschaft haben.

Voraussetzungen

Modul "Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienforschung" erfolgreich abgeschlossen

[Anwendung in kommunikationswissenschaftlichen Kernbereichen]

06SM254-s02

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	6
Angebotsmuster	1-semestrig, einmalig
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	keine Wiederholungsmöglichkeit
Leistungsnachweis	Portfolio
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch - siehe Sprache der Lehrveranstaltung(en)
Lehrformen	Seminar

Lernziel

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihre Anwendungs- und Vermittlungskompetenzen in unterschiedlichen Kernbereichen der Kommunikationswissenschaft bzw. der Medienforschung. Sie können den Forschungsstand eines Themas eigenständig recherchieren, aufarbeiten und mit Hilfe sozialwissenschaftlicher Theorien und Methoden bearbeiten. Sie wissen um die (Team)Arbeit in Forschungsprojekten zur Erstellung von Präsentationen in mündlicher und/oder schriftlicher Form.

Allgemeine Beschreibung

Die Seminare dienen der wissenschaftlichen Vertiefung unterschiedlicher Anwendungen in kommunikationswissenschaftlichen Kernbereichen. Sie zeichnen sich durch ein grosses Mass an Interaktivität aus und schaffen Optionen für ein lösungsorientiertes Lernen in kleineren Gruppen.

Voraussetzungen

erfolgreich abgeschlossene SEP

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Angewandte Medien- und Publikumsforschung

06SM254-050

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden wissen und verstehen, welche Rolle die angewandte Medienforschung (Publikumsforschung) für die Medien und die Werbewirtschaft spielt, welche Inhalte mit welcher Methodik bei den Werbeträger-Branchenstudien der verschiedenen Mediengattungen erhoben werden, welche Konzepte, Modelle und Operationalisierungen dahinter stehen. Sie sind sensibilisiert für gesellschaftliche und wirtschaftliche Faktoren, die in der Praxis eine Rolle spielen, welche Bedeutung Organisation und Besitzverhältnisse haben und welche Rolle die Wissenschaft in der Praxis spielt bzw. spielen könnte.

Allgemeine Beschreibung

Die Veranstaltung bietet eine Einführung in wichtige Fachbegriffe der Publikumsforschung und Mediaplanung sowie in die Mediaplanung. Ziel der Vorlesung ist es einerseits in den volks- und betriebswirtschaftlichen Kontext der gemeinschafltichen Publikumsforschung (Medienlandschaft Schweiz, Werbeaufwendungen, Mediaplanung mit Hilfe von Werbeträgerstudien) einzuführen und andererseits einen Überblick über die Publikumsforschungen (Inhalte, Methodik) der wichtigsten Mediengattungen (Presse, Fernsehen, Radio, Out-of-Home, Internet/Digitale Angebote) sowie über die intermediale Medienforschung zu geben.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Medienethik

06SM254-051

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erwerben spezifische Analyse- und Reflexionskompetenzen im kommunikationswissenschaftlich wichtigen Gebiet der Medienethik, die es ihnen ermöglichen, Theorien, Studien und Aussagen kritisch zu vergleichen und zu bewerten.

Allgemeine Beschreibung

Die veränderten Rahmenbedingungen der Medien- und Informationsgesellschaft – Prozesse der Ökonomisierung, der Globalisierung, der Konvergenz und der Digitalisierung – stellen ein Bedingungsnetzwerk dar, in dem mediales Handeln sich verändert. Doch welche (ethischen) Herausforderungen ergeben sich anhand der veränderten Bedingungen, der Wirkungen und Folgen medialen Handelns für den Einzelnen als auch die Gesellschaft? Und welche moralischen Forderungen oder Leitlinien lassen sich für die am Mediengeschehen Beteiligten formulieren? Die Vorlesung beschäftigt sich aus medienethischer Perspektive mit aktuellen Phänomenen und Herausforderungen der digitalen Gesellschaft.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Qualitative Sozialforschung

06SM254-052

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden lernen verschiedene Ansätze qualitativer Sozialforschung in der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung sowie die Einordnung dieser Ansätze kennen. Sie erwerben die Fähigkeit qualitative Fragestellungen zu formulieren. Sie können passende qualitative Forschungsmethoden zu unterschiedlichen Forschungsvorhaben zuordnen sowie Methoden der Datenerhebung, -aufbereitung und -auswertung sinnvoll kombinieren.

Allgemeine Beschreibung

Die Vorlesung führt in die qualitative Sozialforschung ein, wobei Problemstellungen aus der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung im Zentrum stehen. Es werden sowohl qualitative Forschungsmethoden vorgestellt, bei denen die Bildung von Kategorien im Vordergrund steht (verschiedene Formen der Inhaltsanalyse), als auch rekonstruktive Ansätze (Diskursanalyse, narrative Analysen, Objektive Hermeneutik etc.). Die Forschungsmethoden werden verglichen und hinsichtlich ihrer unterschiedlichen Erkenntnismöglichkeiten eingeordnet. Verschiedene Formen der Datenerhebung (zB Interviews, Online, Beobachtung) und Datenaufbereitung werden vorgestellt und in Bezug zu den Auswertungsmethoden gesetzt.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Das schweizerische Mediensystem

06SM254-053

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Frühlingssemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erwerben spezifische Analyse- und Reflexionskompetenzen über Struktur und Entwicklung des schweizerischen Mediensystems, Medienwandel und dafür hilfreiche Basistheorien. Sie kennen die Besonderheiten des schweizerischen Mediensystems und können die wesentlichen Entwicklungen der schweizerischen Medienlandschaft entlang der Gattungen Presse, Radio, Fernsehen, Online nennen. Sie kennen wesentliche in der Literatur genannte Treiber dieser Entwicklungen sowie die Konsequenzen medienpolitischer Entscheidungen für bestimmte Medientypen.

Allgemeine Beschreibung

Gesellschaftliche und technische Entwicklungen verändern die strukturellen Grundlagen des schweizerischen Mediensystems. Um diese rasanten und z.T. widersprüchlichen Entwicklungen wissenschaftlich fundiert interpretieren zu können, vermittelt die Einführungsvorlesung Grundlagenwissen über die Strukturen von Medienunternehmen, medienpolitische Massnahmen (z. B. öffentliche Finanzierung von SRG und Privatsendern) und die zugrunde liegenden historisch-gesellschaftlichen Entwicklungen.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Medienrecht

06SM254-054

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Frühlingssemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden kennen Zweck und Regelungsgegenstand der Rechtsgebiete, welche für die Medien relevant sind. Sie können medienrechtliche Fallkonstellationen zu Rechtsfragen zuordnen und grob beurteilen. Sie verstehen medienrechtliche Theorien und Praxis und können diese mit Blick auf die Medienpolitik weiterdenken.

Allgemeine Beschreibung

Medienrecht setzt den normativen Rahmen der Kommunikation. Es schützt die Freiheit der Medienschaffenden, gewährt aber auch den Betroffenen Rechte. Der Zugang zum Medienrecht ist eigentümlich: Ein "Mediengesetz" existiert nicht, die Rechtsquellen sind vielfältig, technische Möglichkeiten ändern sich laufend, politische Empfindlichkeiten kommen und gehen. Die Vorlesung setzt daher auf stabile Disziplinen des Medienrechts: Verfassungsrecht, Wirtschaftsrecht, Rundfunkrecht, Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht und Datenschutz. Es werden alle für die Medien relevanten Vorschriften behandelt und der Stoff anschaulich mit vielen Beispielen präsentiert. Es werden Zusammenhänge dargestellt und die wichtigsten Rechtsfälle genannt, nicht zuletzt solche aus dem Bereich Internet/Neue Medien.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Geschichte und Soziologie der Medien

06SM254-055

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes Herbstsemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden werden in das für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wichtige Themengebiet der Geschichte und Soziologie der Medien eingeführt. Sie erwerben spezifische Analyse- und Reflexionskompetenzen, die es Ihnen ermöglichen, Theorien, Studien und Aussagen kritisch zu vergleichen und zu bewerten.

Allgemeine Beschreibung

Mit der Digitalen Transformation rücken Kommunikations- und Medienstrukturen noch stärker als bisher ins Epizentrum gesellschaftlicher Entwicklung: Gesellschaften charakterisieren sich nämlich dadurch, wem welche Kommunikations- und Medienstrukturen zu welchem Daten- und Informationsverkehr zur Verfügung stehen. Die Überblicksvorlesung zeichnet nach, wie sich die Kommunikations- und Medienformen und die damit verbundenen Professionen im Laufe unserer Kulturgeschichte bis in die Gegenwart entwickeln und ausdifferenzieren. Bei der Analyse des langfristigen Wandels gesellschaftlicher Kommunikations- und Medienstrukturen werden insbesondere publizistische, aber auch technische, wirtschaftliche, rechtliche, politische und kulturelle Aspekte berücksichtigt. Die Vorlesung vermittelt zudem theoretische und methodische Grundlagen für die Analyse und Interpretation des historischen und aktuellen Medien- und Gesellschaftswandels.

Voraussetzungen

-

Modulgruppe: Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft
Modultyp: Wahlpflicht

Werbung

06SM254-056

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, jedes 2. Frühlingssemester
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	einmal wiederholbar, erneut buchen
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erwerben Wissen gemäss dem „state of the art“ über die wichtigsten Aspekte des Werbesystems und ihre wechselseitige Vernetzung bzw. Beeinflussung. Sie sind in der Lage, Konsequenzen von Entwicklungen der Werbung z.B. auf die Medien zu problematisieren und können sich selbständig mit dem Feld „Werbung und Werbeentwicklung“ weiterzubeschäftigen. Sie erwerben Analyse-/Reflektionskompetenz, die es Ihnen ermöglicht, Theorien, Studien und Aussagen kritisch zu vergleichen und zu bewerten.

Allgemeine Beschreibung

Die Vorlesung befasst sich mit Werbung als Kommunikationsprozess. Dabei werden die historischen und aktuellen Entwicklungen der Werbung im Rahmen der Medien- und Informationsgesellschaft (Interaktivität, Personalisierung, Integration) besprochen. Die Vorlesung widmet sich einer akteurszentrierten Perspektive von Werbung. Die Sprecher und Produzenten, mithin die Kommunikatoren der Werbung, ihre wechselseitigen Beziehungen und Interessenskonstellationen werden aufgearbeitet, u.a. um die Netzwerkartigkeit werblicher Kommunikation aufzuzeigen. Ferner werden exemplarische Formate und Formen der Werbung hinsichtlich Struktur der Werbekommunikation, Werbeträger und Werbebotschaften analysiert.

Voraussetzungen

-

[Gegenstandsbereiche der Kommunikationswissenschaft]

06SM254-s03

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, einmalig
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	keine Wiederholungsmöglichkeit
Leistungsnachweis	schriftliche Prüfung
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch - siehe Sprache der Lehrveranstaltung(en)
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erwerben spezifische Analyse- und Reflexionskompetenzen, die es ihnen ermöglichen, Theorien, Studien und Aussagen im jeweiligen Fachgebiet kritisch zu vergleichen und zu bewerten. Den Studierenden wissen, auf welchen Grundlagen spezifischere Inhalte aufbauen. Durch das Herstellen von Bezügen zum Methodenwissen (wo immer möglich) können Studierende die vermitteleten Inhalte in einem grösseren Zusammenhang betrachten.

Allgemeine Beschreibung

Die Veranstaltungen führen in weitere Themenfelder der Kommunikationswissenschaft bzw. Medienforschung ein oder vertiefen diese.

Voraussetzungen

-

[Weitere Themenfelder der Kommunikationswissenschaft]

06SM254-s04

Anbietende Organisationseinheit	PhF: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
ECTS Credits	3
Angebotsmuster	1-semestrig, einmalig
Bewertung/Benotung	1-6, in Halbschritten
Repetierbarkeit	keine Wiederholungsmöglichkeit
Leistungsnachweis	Portfolio
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch - siehe Sprache der Lehrveranstaltung(en)
Lehrformen	Vorlesung

Lernziel

Die Studierenden erwerben spezifische Analyse- und Reflexionskompetenzen, die es ihnen ermöglichen, Theorien, Studien und Aussagen im jeweiligen Fachgebiet kritisch zu vergleichen und zu bewerten. Den Studierenden wissen, auf welchen Grundlagen spezifischere Inhalte aufbauen. Durch das Herstellen von Bezügen zum Methodenwissen (wo immer möglich) können Studierende die vermitteleten Inhalte in einem grösseren Zusammenhang betrachten.

Allgemeine Beschreibung

Die Veranstaltungen führen in weitere Themenfelder der Kommunikationswissenschaft bzw. Medienforschung ein oder vertiefen diese.

Voraussetzungen

-