

Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Sprache und Medien
Code der Lehrveranstaltung	17327
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	GERM-01/C
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Kommunikations- und Kulturwissenschaften
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Birgit Alber, Birgit.Alber@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/41363
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Erstes Semester
Studienjahr/e	2
KP	6
Vorlesungsstunden	45
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	105
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Diese Lehrveranstaltung setzt sich mit der Rolle auseinander, die sprachliche Strukturen in der medialen Kommunikation spielen. Einen Schwerpunkt der Lehrveranstaltung bildet die kreative Verwendung von sprachlichen Strukturen in der Werbung oder bei der Entwicklung von Markennamen. Wo möglich, werden diese Themen im Vergleich zu ähnlichen Phänomenen im Italienischen und Englischen diskutiert. In der Lehrveranstaltung ist

	Projektarbeit zu spezifischen Themen im Bereich Sprache und Medien vorgesehen.
Themen der Lehrveranstaltung	• Mündlichkeit und Schriftlichkeit in der medialen Kommunikation • Die Struktur von Medientexten • Alte und neue Medien • Sprachliche Strukturen und mediale Kommunikation • Dialekte/Regiolekte in den Medien • Kreative Verwendung von sprachlichen Strukturen in den Medien • Werbesprache und Markennamen
Stichwörter	Sprache, Medien, Werbesprache, Markennamen
Empfohlene Voraussetzungen	
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Vortrag mit medialer Unterstützung, Übungen, Diskussion, Projektarbeit
Anwesenheitspflicht	Laut Studiengangsregelung
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	Die Lehrveranstaltung verfolgt das Ziel, Begrifflichkeiten und Techniken der linguistischen Analyse auf die sprachlichen Strukturen der medialen Kommunikation anzuwenden und dadurch Analyse- und Reflexionskompetenzen auszubauen. Wissen und Verstehen Die Studierenden kennen Grundbegriffe der Medienlinguistik und Strategien zur Verwendung von sprachlichen Strukturen in medialer Kommunikation. Anwenden von Wissen und Verstehen Die Studierenden können sprachliche Strukturen in medialer Kommunikation identifizieren und analysieren. Urteilen Die Studierenden können die Qualität einer Analyse von sprachlichen Strukturen in medialer Kommunikation kritisch beurteilen und mit konstruktiven Vorschlägen zu ihrer Verbesserung beitragen.

	Kommunikation Die Studierenden können eigene oder fremde Analysen von Sprache in medialer Kommunikation sowohl mündlich als auch schriftlich verständlich und präzise wiedergeben. Lernstrategien Die Studierenden erwerben Lernstrategien, die es ihnen ermöglichen, traditionelle sowie innovative Wissensressourcen zum Thema Sprache und Medien zu finden und für ihre Forschungsarbeit zu verwenden. Sie erwerben außerdem ein Basisinstrumentarium an Lernstrategien im Bereich der Analyse von sprachlichen Strukturen in der medialen Kommunikation
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	
Art der Prüfung	Anforderungen für Studierende, welche die Vorlesung regelmäßig besuchen: Arbeit an einem Projekt, eigene Literaturrecherche, Referat zum Projekt im Seminarworkshop, Übernahme einer organisatorischen Rolle im Seminarworkshop, Ausarbeitung eines schriftlichen Projektberichts, mündliche Diskussion des Projektberichts zum Prüfungstermin Anforderungen für Studierende ohne regelmäßige Anwesenheit: eigenständige Erarbeitung des Programms zum Selbststudium (Lektüre von Fachliteratur, eigenständige Erarbeitung von Übungen); mündliche Prüfung zum Prüfungstermin. Das Programm zum Selbststudium ist zu Semesterbeginn auf OLE abrufbar.
Bewertungskriterien	Klare Argumentation, Fähigkeit zur kritischen Analyse und Reflexion der sprachlichen Daten.
Pfichtliteratur	Alber, Birgit. 2022. Linguistik des Deutschen - kompakt und kontrastiv, QuiEdit, Verona (Teil I). Burger, Harald & Martin Luginbühl. 2014. Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. 4. Auflage, Berlin/Boston: De Gruyter

	Janich, Nina. 2013. Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. Narr, Tübingen. Perrin, Daniel. 2015. Medienlinguistik (UTB 2503). 3. Auflage. Stuttgart: UTB. Ronneberg-Siebold, Elke. 2015. Word formation and brand names. In: Müller, P. O., I. Ohnheiser, I., S. Olsen, F. Rainer (Hg.). Word Formation: an international Handbook of the Languages of Europe. Volume 3 (HSK 40.3). De Gruyter, Berlin/New York. 2192-2210.
Weiterführende Literatur	
Weitere Informationen	
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Hochwertige Bildung