Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Kommunikation in Kampagnen und Kultur und Ästhetik
Code der Lehrveranstaltung	17328
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	NN
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Kommunikations- und Kulturwissenschaften
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Dr. habil. Andreas Hapkemeyer, andreas.hapkemeyer@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/890 Dr. MMag. Markus Warasin, Markus.Warasin@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/52818
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
Studienjahr/e	3
KP	12
Vorlesungsstunden	90
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	210
Vorgesehene Sprechzeiten	36
Inhaltsangabe	Kultur und Ästhetik Bildungsziel der Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden in den sehr weiten Bereichen Kultur und Ästhetik eine Orientierung zu

	geben. Als fächerübergreifende Lehrveranstaltung zeigt sie, wie sich die Bereiche Kunst, Literatur, philosophische Ästhetik und Gesellschaft berühren. Historisches soll in der Gegenwart nachwirkende Entwicklungen nachvollziehbar machen. Zentrale Elemente zum Verständnis von Kultur und Ästhetik der Moderne bzw. der Gegenwart sind Intermedialität und Hybridität, deren Mechanismen vermittelt werden. Kommunikation in Kampagnen Die Lehrveranstaltung setzt sich mit der Kommunikation europapolitischer Kampagnen auseinander. Anhand konkreter Beispiele politischer Kommunikation und europäischer demokratischer Öffentlichkeit von den 70er Jahren bis zur Gegenwart werden „erfolgreiche" und „missglückte" Kampagnen vorgestellt und analysiert.
Themen der Lehrveranstaltung	Kultur und Ästhetik Zur Definition von Kultur und Ästhetik; Futurismus (erstes wegweisendes Manifest der Moderne); Bruch mit dem traditionellen Kunstbegriff; Gegenstandslosigkeit; Dadaismus; Intermedialität als Motor; die Metropole; rationalistische Architektur (Bozen); psychischer Automatismus (Breton); Kunst als Prozess (Abstrakter Expressionismus); Massenproduktion und Konsum: Pop Art; Poesia visiva; sich dem Markt verweigernde Kunst: Konzeptkunst; direkt politische Neokonzeptkunst; Künstlerinnen; Performance; Graphic Novel; Street Art; Demokratisierung der Künste; das Ende der Autonomie der Kunst; Globalisierung der Kunst. Kommunikation in Kampagnen - integrationstheoretische Ansätze und ihre Folgen für die politische Kommunikation - 40 Jahre Kampagnen zu Europawahlen - „missglückte" und „erfolgreiche" EU- Kommunikationskampagnen vor dem Hintergrund der zunehmenden Politisierung
Stichwörter	Kultur und Ästhetik Avantgarde; Autonomie der Kunst; Eurozentrismus; Globalisierung; Demokratisierung der Kunst. Kommunikation in Kampagnen

	Neofunktionalismus, Intergouvernementalismus und Postfunktionalismus; institutionelle Kommunikation; POEM framework (owned, paid, and earned media); AIDA communication model; Story-telling.
Empfohlene Voraussetzungen	
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Kultur und Ästhetik Gemischt: frontale Darstellung und Diskussion; Übungen; Gruppenarbeiten; Exkursionen; Referate durch die Studenten. Kommunikation in Kampagnen Abwechslung von frontalen Einheiten, Gruppenarbeiten und Präsentationen im Team der Studierenden.
Anwesenheitspflicht	Laut Studiengangsregelung
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	Kultur und Ästhetik Wissen und Verstehen: Die Studierenden der Kommunikationswissenschaft sollen einige wesentliche Grundzüge der modernen Kultur kennen und verstehen lernen. Anwenden von Wissen und Verstehen: Die Studierenden sollen am Ende in der Lage sein, ihr in der LV angeeignetes Wissen auf vergleichbare, aber bisher nicht behandelte Gegenstände anzuwenden. Urteilen: Auf der Grundlage des in der LV erworbenen Verständnisses sind die Studierenden in der Lage, kulturelle bzw. ästhetische Phänomene der Gegenwartskultur einzuordnen und zu beurteilen. Kommunikation: Die Studierenden sind am Ende der LV in der Lage, über die behandelten Inhalte mündlich und schriftlich in angemessener Form zu kommunizieren. Lernstrategien:

	Die LV vermittelt den Studierenden, wie sie sich im umfangreichen Stoff am besten bewegen und ihn sich aneignen. Kommunikation in Kampagnen Wissen und Verstehen: Die Studierenden sollen durch die LV einen guten Überblick über europaweite politische Kommunikationskampagnen erwerben. Nach erfolgreicher Teilnahme an dieser LV sind die Studierenden in der Lage, politische Kommunikation in Kampagnen vor dem Hintergrund integrationstheoretischer Ansätze zu verstehen und im aktuellen Kontext hochgradiger Politisierung einzuordnen Anwenden von Wissen und Verstehen: Weiters wird erwartet, dass die Studierenden in der Lage sein werden, das erlernte Wissen auf vergleichbare Kommunikationskampagnen anzuwenden. Urteilen: Das Erlernte Wissen und Verstehen soll den Studierenden in die Lage versetzen, Kommunikation in Kampagnen zu beschreiben, zu analysieren und kritisch zu beurteilen zu können. Kommunikation: Eine weiteres Bildungsziel ist darüber hinaus das Erlernen der kommunikativen Fertigkeit, die behandelten Inhalte an ExpertInnen als auch an Laien vermitteln zu können. Lernstrategien: Die LV vermittelt den Studierenden Lernstrategien sowie das notwendige Know-how, die Analyse und Beurteilung vergleichbarer komplexer Lerninhalte selbstständig fortzusetzen.
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	
Art der Prüfung	Kommunikation in Kampagnen und Kultur und Ästhetik: Mündlich (50%), schriftliche Arbeit (50%).
Bewertungskriterien	Kultur und Ästhetik:

	Kritische und eigenständige Auseinandersetzung mit dem Gegenstand. Klarer und logischer Aufbau der schriftlichen Arbeit, gute Argumentation. Kommunikation in Kampagnen: Kommunikation in Kampagnen beschreiben, analysieren und kritisch beurteilen können; klare Gliederung und wissenschaftlich überzeugende inhaltliche Auseinandersetzung der schriftlichen und mündlichen Beiträge.
Pflichtliteratur	**Kultur und Ästhetik** Grundlage der Lehrveranstaltung: • Powerpoint: "Kultur & Ästhetik" 1-3 • Hapkemeyer: Bozen 1+2 (Erlebnis Kunst in Südtirol, 2016) Und mindestens vier dieser Texte + Marinetti: • Tommaso F. Marinetti, Manifesto del futurismo; • Walter Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (S. 10-23); • Christoph Menke, 'Er muss experimentieren'. Die Kunst im gegenwärtigen Kapitalismus (G. Glüher, A. Hapkemeyer, Da Capo. artiparlando 2013-15. Vorträge zu Design und Kunst, S. 107-113); • Hans Belting, Gedanken zu einer neuen Situation der Kunst (G. Glüher, A. Hapkemeyer, Hg., Global Culture - Local Views, 2014, S. 25-30). • Angela Vettese, Gli attori della legittimazione culturale (Ma questo è un quadro? 2005, S. 25-49); • Angela Vettese, La legittimazione attraverso il mercato (Ma questo è un quadro? 2005, S. 51-82); • Wolfgang Ullrich, Die Kunst nach dem Ende ihrer Autonomie, 2022, S. 29-44 • Andreas Reckwitz, Hyperkultur und Kulturessenzialismus (Das Ende der Illusionen, 2019, S. 29-59). **Kommunikation in Kampagnen**

	• Niklas Luhmann, Die Realität der Massenmedien, 5. Auflage, Nomos 2017. • Jürgen Mittag (Hrsg.), 30 Jahre Direktwahlen zum Europäischen Parlament (1979-2009) - Europawahlen und EP in der Analyse, Springer 2011.
Weiterführende Literatur	Kultur und Ästhetik Th. W. Adorno/M. Horkheimer, Kulturindustrie (Dialektik der Aufklärung, 2003, S. 141-191). Ansgar Nünning, Vielfalt der Kulturbegriffe (Kulturelle Bildung, bpb.de, 2009, S. 1-9) Hanno Rauterberg, Der Teufelskreis demokratischer Kunst (Die Zeit, 14. 9. 2019) Chimamanda Ngozi Adichie, Wer hat das Recht, den anderen auszustellen? (Die Zeit vom 30. 9. 2021) Kommunikation in Kampagnen Jan Georg Plavec, Babylon oder Blase? Die Brüsseler EU-Kommunikationskultur - Einstellungen von Politikern und Journalisten im Vergleich, Nomos 2020.
Weitere Informationen	
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Hochwertige Bildung, Weniger Ungleichheiten, Geschlechter-Gleichheit

Kursmodul

Titel des Bestandteils der Lehrveranstaltung	Kommunikation in Kampagnen
Code der Lehrveranstaltung	17328A
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	GSPS-02/A
Sprache	Deutsch

Dozenten/Dozentinnen	Dr. MMag. Markus Warasin, Markus.Warasin@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/52818
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
KP	6
Verantwortliche/r Dozent/in	
Vorlesungsstunden	45
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	105
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Die Lehrveranstaltung setzt sich mit der Kommunikation europapolitischer Kampagnen auseinander. Die besondere Herausforderung für die institutionelle Kommunikation der EU besteht darin, dass die gegenwärtige öffentliche Debatte durch Identitäts- und Wertefragen, durch gesellschaftlichen und politischen Widerstand, durch die Wiederkehr nationaler Stereotypen – insgesamt durch eine hochgradige Politisierung der Integration gekennzeichnet ist. In der LV wird die Kommunikation diverser Kampagnen behandelt und anhand konkreter Beispiele vorgestellt.
Themen der Lehrveranstaltung	In der LV werden zunächst integrationstheoretische Ansätze und ihre Folgen für die politische Kommunikation in Kampagnen erörtert. Dabei werden die historischen Entwicklungslinien von den ersten Europawahlen 1979, über die Kampagnen in den 80er, 90er und 2010er Jahren anhand der Rahmenbedingungen und der jeweiligen Kampagnenkonzepte aufgearbeitet (einschließlich Narration, Empathie, Emotionsäußerungen und Humor als Kommunikationsformen). Anschließend wird auch ein Blick auf missglückte und sogar zurückgezogene EU-Kommunikationskampagnen vor dem Hintergrund der zunehmenden Politisierung geworfen.
Unterrichtsform	Abwechslung von frontalen Einheiten, Gruppenarbeiten und Präsentationen im Team der Studierenden.

Pflichtliteratur	Niklas Luhmann, Die Realität der Massenmedien, 5. Auflage, Nomos 2017. Jürgen Mittag (Hrsg.), 30 Jahre Direktwahlen zum Europäischen Parlament (1979-2009) - Europawahlen und EP in der Analyse, Springer 2011.
Weiterführende Literatur	Jan Georg Plavec, Babylon oder Blase? Die Brüsseler EU-Kommunikationskultur - Einstellungen von Politikern und Journalisten im Vergleich, Nomos 2020.

Kursmodul

Titel des Bestandteils der Lehrveranstaltung	Kultur und Ästhetik
Code der Lehrveranstaltung	17328B
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	PHIL-04/A
Sprache	Deutsch
Dozenten/Dozentinnen	Dr. habil. Andreas Hapkemeyer, andreas.hapkemeyer@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/890
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
KP	6
Verantwortliche/r Dozent/in	
Vorlesungsstunden	45
Laboratoriumsstunden	0
Stunden für individuelles Studium	105
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Bildungsziel der Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden in den sehr weiten Bereichen Kultur und Ästhetik eine Orientierung zu geben. Als fächerübergreifende Lehrveranstaltung zeigt sie, wie sich die Bereiche Kunst, Literatur, philosophische Ästhetik und

	Gesellschaft berühren. Historisches soll in der Gegenwart nachwirkende Entwicklungen nachvollziehbar machen. Zentrale Elemente zum Verständnis von Kultur und Ästhetik der Moderne bzw. der Gegenwart sind Intermedialität und Hybridität, deren Mechanismen vermittelt werden.
Themen der Lehrveranstaltung	Inhalt sind Kultur und Ästhetik vor allem der Moderne und Gegenwart. Eine zentrale Rolle spielt der Bruch mit der Vergangenheit, der sich um 1900 manifestiert. Der Schwerpunkt wird im Bereich der Intermedialität (Text - Bild) liegen, der ein spezifisches Charakteristikum der Zeit seit 1900 darstellt. Ausgangspunkt sind Mallarmé, Marinetti, Picasso und Kandinsky. Über die diversen Ismen des 20. Jahrhunderts gelangen wir zu zeitgenössischen Schlagworten wie Demokratisierung der Kultur, Cancel Culture, Raubkunst oder Restitutionsfrage.
Unterrichtsform	Der Unterrichtsform erfolgt in Präsenz. Sie lässt sich am besten als gemischt bezeichnen: Frontalunterricht, Dialog und Übungen mischen sich. In Übungen untersuchen die Studierenden selbstständig Themen, die dann im Plenum besprochen werden. In Zweiergruppen liefern die Studierenden eine schriftliche Arbeit zu einem Thema der Lehrveranstaltung. Bei 3 Exkursionen werden am Territorium Aspekte traditioneller Kultur (Diözesanmuseum), die Architektur des razionalismo der 1930er Jahre (Bozen) und die Gegenwartskultur (Museion; Stiftung Dalle Nogare, Bozen) thematisiert.
Pflichtliteratur	**Powerpoint** "Kultur & Ästhetik" 1-3 **Andreas Hapkemeyer** Bz 1+2 (Erlebnis Kunst in Südtirol, 2016) **Und mindestens vier dieser Texte + Marinetti:** **Tommaso Filippo Marinetti**, Manifesto del futurismo; **Walter Benjamin**, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (S. 10-23); **Christoph Menke**, 'Er muss experimentieren'. Die Kunst im gegenwärtigen Kapitalismus (G. Glüher, A. Hapkemeyer, Da Capo. artiparlando 2013-15. Vorträge zu Design und Kunst, S. 107-113); **Hans Belting**, Gedanken zu einer neuen Situation der Kunst (G. Glüher, A. Hapkemeyer, Hg., Global Culture - Local Views, 2014,

	S. 25-30); **Angela Vettese**, Gli attori della legittimazione culturale (Ma questo è un quadro? 2005, S. 25-49); **Angela Vettese**, La legittimazione attraverso il mercato (Ma questo è un quadro? 2005, S. 51-82); **Wolfgang Ullrich**, Die Kunst nach dem Ende ihrer Autonomie, 2022, S. 29-44. **Andreas Reckwitz,** Hyperkultur und Kulturessenzialismus (Das Ende der Illusionen, 2019, S. 29-59)
Weiterführende Literatur	**Diese Texte sind verpflichtend für Studierende, die die Lehrveranstaltung nicht frequentiert haben:** **Th. W. Adorno/M. Horkheimer,** Kulturindustrie (Dialektik der Aufklärung, 2003, S. 141-191). **Ansgar Nünning**, Vielfalt der Kulturbegriffe (Kulturelle Bildung, bpb.de, 2009, S. 1-9) **Hanno Rauterberg**, Der Teufelskreis demokratischer Kunst (Die Zeit, 14. 9. 2019) **Chimamanda Ngozi Adichie,** Wer hat das Recht, den anderen auszustellen? Die Zeit vom 30. 9. 2021)