

Akkreditierung des Studiengangs MA Media and Public Engagement, M.A.

Der Studiengang wird mit folgenden Auflagen bis zum 30.09.2031 akkreditiert:

A1: Das Modulhandbuch ist bis zum 31.10.2023 inhaltlich und redaktionell zu überarbeiten und auch ins elektronische Modulhandbuch zu übernehmen. Die universitären Rahmenbedingungen sind dabei zu beachten.

A2: Die Prüfungsordnung ist zu finalisieren, dem Fachbereichsrat zum Beschluss vorzulegen und bis zum 31.12.2023 ans Referat 13 weiterzuleiten.

A3: Es ist bis zum 31.12.2023 ein abgestimmtes Diploma Supplement im Referat 13 einzureichen.

A4: Für alle Lehrkooperationen im Rahmen dieses Studiengangs mit anderen Fachbereichen sind bis zum 31.12.2023 Lehrimport-/exportvereinbarungen abzuschließen und im Referat 11 einzureichen. Es wird dem Dekanat des Fachbereichs 09 darüber hinaus dringend empfohlen, auch die Nutzung von Angeboten aus anderen Lehreinheiten des eigenen Fachbereichs klar zu dokumentieren.

A5: In der Außendarstellung des Studiengangs ist zum Zweck der Profilierung bis zum 31.12.2023 noch deutlicher aufzuzeigen, was die Schwerpunkte des Studiengangs sind und welche Berufsfeldorientierung er anstrebt. Dabei sollte eine deutlich ausformulierte Abgrenzung zum MA Digital Media and Society erfolgen.

Die fachlichen Empfehlungen der Gutachtenden werden vom Fachbereich im Rahmen der Weiterentwicklung des Studiengangs geprüft und ggf. umgesetzt und sind Bestandteil des jährlichen Qualitätsberichts und ggf. der QM-Gespräche mit dem Konrektor für Lehre und Studium.

Abstimmungsergebnis: einstimmig

Zusammenfassende Stellungnahme zum Masterstudiengang MA Media and Public Engagement, Fachbereich 09

erstellt durch: Referat Lehre und Studium (13-5)

Studiengangsverantwortlicher

Prof. Dr. Andreas Hepp

Studieninhalte

In der Gesellschaft wird der Klimawandel als eines der Zukunftsthemen wahrgenommen, gleichzeitig bestehen alte und neue Herausforderungen durch erstarkende politische Konflikte und Kriege, aber auch durch den demoskopischen Wandel. Hierdurch ist die gesellschaftliche Kommunikation auf vielen Ebenen herausgefordert, um Lösungen für anstehende Probleme zu entwickeln, aber auch um gesellschaftlichen Zusammenhalt zu sichern. All dies ist vor dem Hintergrund eines Wandels der Medienumgebung zu sehen, bei dem Zeitungen mehr und mehr zu rein digitalen Produkten werden, die Bedeutung digitaler Plattformen generell zunimmt, auf Social Media Dynamiken radikalisierter Kommunikation entstehen und Kommunikationsprozesse zunehmend automatisiert werden können. Es entstehen in medien- und kommunikationsbezogenen Berufen so Anforderungen an eine neue Generation von Mitarbeiter:innen, die sich mit solchen Fragen nicht nur auseinandergesetzt haben, sondern auch eine konstruktive und auf eine Lösungsfindung orientierte Grundhaltung einbringen. Dies betrifft öffentlich-rechtliche Medien ebenso wie private (die beide eine sich neu orientierende Nutzerschaft erreichen wollen und müssen), Verbände, NGOs und ThinkTanks (die sich gegenüber neuen Themen öffnen und sich kommunikativ anders als bisher positionieren müssen), wie auch Behörden, Parteien und andere gesellschaftliche Institutionen (für die gerade bei gesellschaftlichen Auseinandersetzungen andere Kommunikationsstrategien als bisher zielführend erscheinen). Während vor diesem Hintergrund internationale kommunikations- und medienwissenschaftliche Studiengänge an Bedeutung gewonnen haben, in denen eine Beschäftigung mit (digitalen) Medien und gesellschaftlichem Engagement einen großen Stellenwert haben (bspw. an der University of Bristol, University of Colorado Boulder, Malmö University), bestehen in Deutschland bisher keine (internationalen) Masterprogramme mit einem solchen Profil.

Der neu eingerichtete MA Media and Public Engagement zielt vor diesem Hintergrund auf nationale und internationale Studierende, die medienbezogene Berufe im Hinblick auf eine (positive) Gesellschaftsveränderung anstreben. Dies kann in Medienorganisationen und -unternehmen sein (klassischer Journalismus, aber auch neue Gründungen bspw. im Pionierjournalismus), in Kommunikationsabteilungen von Verbänden, NGOs und ThinkTanks, in der Politikberatung, aber auch in Behörden, Parteien oder anderen gesellschaftlichen Institutionen. Seine Abgängerinnen und Abgänger sollen in der Lage sein, Kommunikationsstrategien im Hinblick auf die gegenwärtigen gesellschaftlichen Herausforderungen zu entwickeln und in der Lage sein, in einer sich verändernden Medienumgebung zu kommunizieren. Arbeitsstellen mit einem solchen Profil entstehen derzeit mit großer Geschwindigkeit in Unternehmen, Behörden und Verbänden, zivilgesellschaftlichen Einrichtungen bzw. dem Bereich von Beratung und Consulting.

Der Charakter dieses neu entstehenden Berufsfelds macht eine spezifische thematische Profilierung notwendig. So geht es darum, auf inhaltlicher Ebene zu vermitteln, was „Engagement“ in Kommunikations- und Beteiligungsprozessen heißt, warum es hier ethisch gesehen um konstruktive

Kommunikationsformen geht, die anders gelagert sind als einfache „Persuasion“ und „PR“ und die gerade in der öffentlichen Kommunikation etablierten journalistischen Standards genügen müssen. Es geht weiter darum, ein Verständnis von politischer Kommunikation in der sich verändernden Medienumgebung zu vermitteln, das die Vielfalt der Nutzungs- und Aneignungsweisen ernst nimmt. Im Hinblick auf aktuelle digitale Medien gilt es ein Verständnis dahingehend zu vermitteln, inwieweit diese selbst zu ökologischen und sozialen Problemen beitragen können und wie wichtig bei Medien- und Kommunikationstechnologien Prinzipien der „Design Justice“ sind. All dies soll im Kernbereich des MA Media and Public Engagement umgesetzt werden.

In methodischer Hinsicht ist es grundlegend für ein solches Masterprogramm, nicht nur die aktuellen Standards der empirischen Medien- und Kommunikationsforschung weiter zu vertiefen, sondern auch sich verschiedene „computational“ bzw. „digitale“ Methoden zu erarbeiten. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund zu sehen, dass solche Methoden bspw. in aktuellen Formen des Datenjournalismus oder bei der Automatisierung von Kommunikationsprozessen in Civic Engagement Projekten in der Medienpraxis aufgegriffen werden. Dabei ist es bei einem Masterprogramm wichtig, diese Methoden auch eigenständig in studentischen (Forschungs-)Projekten erproben und reflektieren zu können. Dies Vermittlung solcher methodischen Fähigkeiten ist Gegenstand des Integrationsbereichs des MA Media and Public Engagement.

Im Bereich der Medienpraxis ist es auch bei einem forschungsorientierten Masterprogramm zielführend, Kompetenzen im Bereich der konstruktiven Kommunikation, des Projektmanagements und der Zusammenarbeit in gemischten Teams einzuüben. Außerdem geht es hier darum, durch Praktika die Möglichkeit des Kontakts zum Berufsfeld zu schaffen. Diese Art von Medienpraxis soll im Praxisbereich des Masterprogramms vermittelt werden.

Schließlich ist es in einem Masterstudiengang wie diesem ganz zentral, den Gedanken der Universitas ernst zu nehmen: Gerade eine Ausbildung im Bereich von Media and Public Engagement bedeutet, auch die Möglichkeit zu schaffen, sich auf Masterebene mit den aus je eigener Perspektive relevanten Themen vertiefend auseinandersetzen zu können, was letztlich nur durch das Schaffen der Möglichkeit für Selbststudium und General Studies möglich ist. Wichtig erscheint daneben die Vermittlung von kulturwissenschaftlichem Wissen, insbesondere im Umgang mit Diversity in und durch Medien. All dies wird im Ergänzungsbereich des MA Media and Public Engagement vermittelt.

Insgesamt umfasst das Studium 11 Module. Davon entfallen vier Module auf einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich A (mit den Modulen PME_A.1 Mediated Engagement, PME_A.2 Political Communication, PME_A.3 Sustainable Media, A.4 Independent Study), zwei Module auf einen wählbaren interdisziplinären Ergänzungsbereich B (mit den Modulen PME_B.1 Transcultural Media und dem Modul PME_B.2 General Studies, in dem Studierende frei eigenen Interessen nachgehen können), zwei Modulen in einem ebenfalls durch Wahl gestaltbaren Praxisbereich C (mit den Modulen C.1 Internship und C.2 Media Practice) sowie drei Module eines übergreifenden Integrationsbereichs (D.1 Methods, PME_D.2 Researching Media and Public Engagement, D.3 MA Thesis).

Von den 11 Modulen des MA Media and Public Engagement sind sechs Pflichtmodule, vier Wahlpflichtmodule und ein Abschlussmodul. Während die Pflichtmodule eine vertiefende Ausbildung im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich mit Fokus auf Media and Public Engagement auf einem einheitlich hohen Niveau sicherstellen, ermöglichen die Wahlpflichtmodule eine individuelle Schwerpunktsetzung seitens der Studierenden. Dabei werden im Rahmen der Wahlpflichtmodule unterschiedliche Seminare angeboten, aus denen die individuell präferierten Veranstaltungen gewählt werden können. Bei den Wahlpflichtmodulen hingegen ist eine Wahl zwischen einzelnen Modulen

möglich. Insgesamt müssen drei der angebotenen vier Wahlpflichtmodule besucht werden, wobei je eines aus dem Ergänzungs- und Praxisbereich belegt werden muss. Das dritte ist frei zuordenbar. Somit werden im Laufe des Studiums einschließlich der Abschlussarbeit zehn Module realisiert.

Zusätzliche Wahlmöglichkeiten entstehen dadurch, dass im Kernbereich a) das Thema der Independent Study von den Studierenden frei bestimmt werden kann, b) im Integrationsbereich aus unterschiedlichen Methodenübungen und Forschungsseminaren ausgewählt werden kann, und c) im Praxisbereich aus verschiedenen medienpraktischen Veranstaltungen ausgewählt werden kann.

Jedes Modul umfasst in der Regel zwei inhaltlich zusammenhängende Präsenz-Lehrveranstaltungen im Umfang von jeweils 2 Semesterwochenstunden (SWS), die unterschiedliche Lehr-, Lern- und Prüfungsformen haben und damit verschiedene Fähigkeiten der Studierenden fordern und fördern. Durch Vorträge bzw. Referate, schriftliche Hausarbeiten oder Projektkonzeptionen und -berichte werden die in den Präsenzveranstaltungen erarbeiteten wissenschaftlichen und praktischen Inhalte bezogen auf einzelne thematische Schwerpunkte oder praktische Studien vertieft.

Zur Gewährleistung der Studierbarkeit werden alle Module zyklisch angeboten, d. h. Module des 1. und 3. Fachsemesters jeweils im Wintersemester, Module des 2. und 4. Fachsemesters jeweils im Sommersemester. Auf diese Weise werden alle Pflicht- und Wahlpflichtveranstaltungen im Immatrikulationszyklus realisiert.

Gutachtende

Name (Titel)	Universität/ Unternehmen
Prof. Dr. Jutta Röser	Professur für Kommunikationswissenschaft Schwerpunkt: Mediensoziologie Institut für Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Prof. Dr. Jeffrey Wimmer	Professur für Kommunikationswissenschaft/ Medienrealität Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät, Universität Augsburg
Dr. Arne Spieker Gutachter Fachpraxis	Geschäftsfeldleiter / Infrastruktur Ifok GmbH
Antonia Wurm Studentische Gutachterin	Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät Team Kommunikationswissenschaft/ Medienrealität, Universität Augsburg

Zusammenfassende Stellungnahme der Gutachtenden

Die Gutachterinnen und Gutachter geben dem begutachteten Studiengang insgesamt eine sehr positive Rückmeldung. Das Studiengangskonzept ist schlüssig dargestellt und wird als ein gutes, interessantes, den gesellschaftlichen Entwicklungen entsprechendes beurteilt. Der Studiengang ist am Zeitgeist orientiert, sehr zukunftssträchtig und trägt als englischsprachiger Masterstudiengang zur Internationalisierung der Universität Bremen bei.

Der Studiengang greift mit seinem Profil und in seiner Ausrichtung alle Leitziele der Universität Bremen auf.

Da es aktuell auf nationaler Ebene kein vergleichbares kommunikations- und medienwissenschaftliches Studienangebot gibt, die Nachfrage im ersten englisch sprachigen Master Digital Media and Society (DMS) schon sehr hoch ist und von Erfahrungen aus engem Austausch mit einer Universität in den USA profitiert werden kann, ist aus Sicht der Gutachterinnen und Gutachter mit Erfolg des Studiengangs zu rechnen.

Im Studierendengespräch hat sich zudem gezeigt, dass der Studiengang bei Studierenden und potentiellen Bewerberinnen und Bewerbern positiv wahrgenommen wird und auf großes Interesse stößt.

Die Gutachterinnen und Gutachter sehen die Studierbarkeit des Studiengangs, wie sie sich ihnen in den Unterlagen und durch die Gespräche darstellt, insbesondere durch das Studierendengespräch, als absolut gewährleistet und als ein großes Plus an. Es wurde auch deutlich, dass der neue Studiengang hinsichtlich seiner Internationalität und Diversität der potentiellen Studierenden und der damit einhergehenden Herausforderungen, stark von den bereits gemachten Erfahrungen mit dem bereits erfolgreich laufenden, englisch sprachigen Masterstudiengang DMS profitieren kann.

Die Gutachterinnen und Gutachter sehen alle Kriterien der Begutachtung des Studiengangs als voll erfüllt, in zwei Punkten als teilweise erfüllt an. Sie sprechen die nachfolgenden Empfehlungen für die erfolgreiche Einrichtung des Studiengangs aus.

Empfehlungen

- In den Studiengangsunterlagen wird mehrfach der Begriff „positiv“ genannt, bspw. bezogen auf angestrebte „medienbezogene Berufe im Hinblick auf eine (positive) Gesellschaftsveränderung“ und auf das Augenmerk, das auf „Herausforderungen einer (positiven) Gesellschaftsveränderung“ gelegt wird.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen, den Begriff „positiv“ zu schärfen und wissenschaftlich zu präzisieren, was genau mit diesem gemeint ist.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen, in der Außendarstellung des Studiengangs noch deutlicher aufzuzeigen, was die Schwerpunkte des Studiengangs sind und welche Berufsfeldorientierung er anstrebt. Ebenso empfehlen die Gutachter eine deutlich ausformulierte Abgrenzung zum MA Digital Media and Society.
- Die Gutachterinnen und Gutachter regen an, die grundsätzliche Auseinandersetzung mit Werten und Normen in einzelnen Modulen (Bsp. Modul A.1, A.3 und D.1) und den entsprechenden Literaturangaben der Module stärker zu verankern.
- Die Gutachterinnen und Gutachter regen eine breite interdisziplinäre Öffnung des Moduls A.4 „Independent Study“ an, insbesondere für naturwissenschaftliche Bereichen.
- Die Gutachterinnen empfehlen, die Modulbeschreibungen hinsichtlich CP und Workloadberechnung in den nachfolgenden Punkten nachzubessern:
- Zwischen den 12 CP und den 9 CP Modulen sollte genauer ausgeführt werden, worin bei teils gleicher Anzahl der SWS und PL/SL die unterschiedliche Workloadberechnung begründet ist, bspw. im Umfang der Hausarbeit.
- Insbesondere im MPE_B1 erscheint die Workloadberechnung für Vor- und Nachbereitung sowie Prüfungsvorbereitung bei 1 PL, 1 SL und 1 PVL verhältnismäßig gering. Die Workloadberechnung weist zudem einen Fehler auf: Die Gesamtsumme der Präsenz- und Arbeitsstunden a) bis c) ergibt 240 statt der angegebenen 270 Stunden.
- Die Workloadberechnung im Modul C1 Media Internship erscheint unstimmg, da hier für 350 Gesamtstunden nur 9 CP veranschlagt werden.

- Die Gutachterinnen und Gutachter regen an, im Modul A.1 bei der Beschreibung oder bei den Literaturangaben auch auf Werke zu Engagement/Partizipation in einem grundlegenden Sinne zu verweisen.
- Die Gutachterinnen und Gutachter regen an, im Modul B.2 den Modultitel zu überdenken, da inhaltlich weniger Transkulturelle Kommunikation, sondern mehr Anthropologie und Ethnographie im Vordergrund zu stehen scheinen.
- Die Gutachterinnen und Gutachter regen an, in der Aufnahmeordnung unter Aufnahmevoraussetzungen und -verfahren noch stärker zu präzisieren, welche BA-Abschlüsse die Aufnahmevoraussetzungen erfüllen. Interdisziplinäre Zugangsmöglichkeiten (z.B. für Politikwissenschaft) sollten in der AO noch klarer abgebildet werden.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen, insbesondere zum Studienbeginn, remote Angebote zu schaffen, um die Studierbarkeit für alle Studierenden, insbesondere die internationalen, zu gewährleisten.
- Die Gutachterinnen und Gutachter sehen einen erhöhten Unterstützungsbedarf der internationalen Studierenden bei der Integration in das Studium, bspw. beim Verfassen erster Hausarbeiten. Die sehr positiv wahrgenommene studentische Peer-to-Peer Unterstützung reicht aus ihrer Sicht nicht aus; sie empfehlen daher, weitere Ressourcen zur Unterstützung internationaler Studierender bereit zu stellen.
- Organisationale Synergien mit dem MA DMS und bereits ergriffene Maßnahmen, wie den vorgezogenen Bewerbungsschluss, nehmen die Gutachterinnen und Gutachter dabei positiv zur Kenntnis.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen, für den Masterstudiengang ein von den BA-Studierenden gesondertes Praxisangebot anzubieten und dieses noch spezifischer auf das Studiengangsprofil des MA Media and Public Engagement auszurichten.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen, für den Praxisbereich (die Praxisseminare) internationale Lehrbeauftragte zu gewinnen, bspw. auch in Form remoter Lehrformate.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen, im Modul D.2 ausreichend Flexibilität zu ermöglichen. Für Studierende, die ggf. in den Semesterferien nicht vor Ort sein können, sollte nicht die Hauptfeldforschungsphase bzw. das „Objekt“ der Studie (bei z.B. einer Kampagne) in den veranstaltungsfreien Zeitraum fallen.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen ferner, insbesondere die internationalen Studierenden bei der Suche nach englisch sprachigen Praktikumsangeboten vor Ort zu unterstützen. Sie regen zudem an, zur Unterstützung aller Studierender bei der Praktikumssuche, Angebote auf der Webseite des ZeMKI darzustellen und Möglichkeiten zum peer-to peer-Austausch über Praktikumserfahrungen zu bieten.
- Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen dem Studiengang und der Universitätsleitung, die Ressourcen, die in Bereiche wie A.4 „Independent Study“ fließen, deutlich abzubilden und darauf hinzuwirken, dass diese auf die Lehrdeputate anrechenbar gemacht werden.
- Die Gutachterinnen und Gutachter betonen die Dringlichkeit, die sechste Professur der Kommunikations- und Medienwissenschaft einzurichten, um den neuen Studiengang stemmen zu können und empfehlen der Universitätsleitung, diese Professur unbedingt zu gewähren.

Zusammenfassende Stellungnahme zur Einhaltung der externen Vorgaben (Akkreditierungsrat, KMK) durch das Ref. 13

Die Rahmenvorgaben von KMK und Akkreditierungsrat in Anlehnung an die European Standards and Guidelines werden eingehalten. Das Verfahren wurde entsprechend der Vorgaben der Universität Bremen zur Durchführung von Programmevaluationen durchgeführt. Die Prüfungsordnung und das Diploma Supplement sind noch zu finalisieren; die Modulbeschreibungen sind inhaltlich und redaktionell anzupassen, auch basierend auf den Rückmeldungen der Fachgutachtenden. Es sollten Lehrimport-/exportvereinbarungen abgeschlossen werden für im Studiengang genutzte Module aus anderen Fachbereichen. Auch die Nutzung von Modulen aus anderen Lehreinheiten des eigenen Fachbereichs sollte dokumentiert werden.

Es ist genügend Lehrkapazität vorhanden. Da die häufigste Veranstaltungsform das Seminar ist, für das eine Gruppengröße von 30 Personen angenommen werden muss, sollte eine Zulassungszahl von 30 anstatt von 24 angestrebt werden.

Die fachlichen Empfehlungen der Gutachtenden werden seitens des Fachbereichs geprüft und ggf. umgesetzt.