

## Syllabus zum Teilmodul/Themenblock: *User Generated Content*

Der Syllabus ist als Ergänzung zur Modulbeschreibung zu sehen. Er dient als Vorabinformation für Studierenden und enthält detaillierte Informationen zu einem Teilmodul oder Themenblock.)

1. Termin 2.11.2015	<p>LektorIn: Ingrid Brodnig  <b>Einführung: Community als zentraler Begriff der Digitalisierung</b>          behandelte Aspekte (kurze Listung der wesentlichen Inhalte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsklärung, die Bedeutung digitaler Communitys – von kollaborativen Plattformen bis zu klassischen Medienhäusern</li> <li>• Geschichte der digitalen Communitys, von The Well bis Facebook</li> <li>• Communitys und Trolle: die frühe Erkenntnis, dass jede Gemeinschaft Schutzmechanismen braucht</li> <li>• Hausaufgabe für Studierende: Beschreiben einer konkreten Community (Abgabe in schriftlicher und mündlicher Form – Abgabe der schriftlichen Arbeiten bis 12.11.)</li> </ul>
2. Termin 13.11.2015	<p>LektorIn: Ingrid Brodnig  <b>Die veränderte Hierarchie in der Medienlandschaft, Chancen der Community für den Journalismus</b>          behandelte Aspekte (kurze Listung der wesentlichen Inhalte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorstellung der Hausarbeiten, Diskussion</li> <li>• Der Verlust der Deutungshoheit und das permanente Feedback: Wie Medien und Journalisten mit der veränderten Beziehung zu ihrem Publikum kämpfen</li> <li>• Textbesprechung: Cordt Schnibben („Die neue Macht der Leser“) versus Arno Frank („Meute mit Meinung“)</li> <li>• Vom Moderator bis zum Leserredakteur: Neue Jobfelder im Medienbereich rund um die Community und User Generated Content</li> <li>• Ambitionierte Medienhäuser und ihr Umgang mit User Generated Content, Best-Practice-Beispiele von „Guardian“ bis „Die Zeit“</li> </ul>
3. Termin 11.12.2015	<p>LektorIn: Ingrid Brodnig  <b>Praxiseinheit 1: Der richtige Ton im Netz</b>          behandelte Aspekte (kurze Listung der wesentlichen Inhalte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Do's &amp; Don'ts für die digitale Kommunikation, der Umgang mit Kritik</li> <li>• Übersicht über verschiedene Plattformen und ihren Nutzen für verschiedene Zielgruppen</li> <li>• Gruppenarbeit: Eigenständiges Erstellen eines Leser-Austausch-Konzepts, Formulieren exemplarischer Beiträge für Social Media und Vorstellung der Ergebnisse (Ergebnisse müssen auch in schriftlicher Form abgegeben werden)</li> <li>• Hausaufgabe als Gruppenarbeit: Die Community als Geldgeber – Chancen und Schwierigkeiten von Crowdfunding für den Journalismus. Jede Gruppe behandelt ein Crowdfunding-Projekt (Abgabe der Ergebnisse bis 13.1., Vortrag der Ergebnisse am 14.1. in der Lehrveranstaltung).</li> </ul>
4. Termin 14.1.2015	<p>LektorIn: Ingrid Brodnig  <b>Ethische, rechtliche und finanzielle Aspekte von User Generated Content</b>          behandelte Aspekte (kurze Listung der wesentlichen Inhalte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Community als Geldgeber: Vortrag der Gruppenarbeiten, gemeinsame Diskussion und Aufarbeitung</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist erlaubt, was ist fair? Der Umgang mit User Generated Content als redaktioneller Mehrwert und das Embedden fremder Inhalte</li> <li>• Die neuen Gatekeeper: Facebook, Google und die journalistische Abhängigkeit von diesen Plattformen</li> <li>• Vorbereitung für nächste Einheit: The failure of comments (Audiodatei). Hausaufgabe für Studierende: Anmeldung in Zeitungsforen zur Vorbereitung für die nächste Einheit, Sammeln von besonders konstruktiven, besonders aggressiven oder nicht hilfreichen Postings (muss noch nicht schriftlich abgegeben, aber für nächste Einheit gesammelt werden).</li> </ul>
5. Termin 22.1.2015	<p>LektorIn: Ingrid Brodnig</p> <p><b>Praxiseinheit 2: Die schwierige Arbeit des Moderators</b> behandelte Aspekte (kurze Listung der wesentlichen Inhalte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laissez-faire und Kommentare abdrehen: Der unterschiedliche Umgang mit Leserpostings</li> <li>• Wissenschaftlicher Hintergrund: Die Gefahr „toxischer“ Postings</li> <li>• Übung und anschließende Gruppendiskussion: Wo einschreiten und wo nicht?</li> <li>• Hausaufgabe: Gesammelte Postings in drei Kategorien einordnen: konstruktive Postings, toxische Postings, belanglose &amp; Off-Topic-Postings. Erklären, wie man als Moderator bei diesen Postings vorgehen würde, die inhaltliche Berücksichtigung der besprochenen Literatur und wissenschaftlichen Ergebnisse fließt positiv in die Benotung ein. Abgabe der Hausübung bis 27.1.</li> </ul>

<b>Konkretisierung des didaktischen Settings</b>	<p>Die Studierenden lernen die Do's and Don'ts der sozialen Interaktion im Web kennen und erlangen Kenntnisse, wie man als Vertreter eines Medienunternehmens mit dem eigenen Publikum in Kontakt treten und Communitys fördern und aufbauen kann. Sie erlangen Verständnis über die Bedeutung der Community für heutige Medienhäuser – sowohl was die Generierung eines Mehrwertes durch User Generated Content als auch die Community als wesentlicher Faktor für die Finanzierung betrifft, und bekommen ein Verständnis des Handwerks von neuen Berufsfeldern im Bereich des User Generated Content sowie der konkreten Arbeitsweise von Leserredakteuren und Moderatoren.</p>
<b>Prüfungs- und Bewertungsmodalitäten</b>	<p><b>Prüfungsform:</b> <i>Zwei Hausarbeiten und zwei Gruppenarbeiten, deren Ergebnisse zum Teil mündlich vorgetragen und stets schriftlich festgehalten werden müssen.</i></p> <p><b>Leistungsaspekte:</b> Schwerpunkt wird auf den besonders praxisorientierten Teil gelegt, für die Gruppenarbeit zum Social-Media-Konzept und die Hausarbeit zum Vorgehen als Moderator gibt es je 30 Punkt zu erwerben. Für die Hausarbeit zur Vorstellung einer konkreten Community und die Gruppenarbeit zur Vorstellung eines Crowdfundingprojekt im Journalismus gibt es je 20 Punkte zu erwerben.</p> <p><b>Bewertungsschema</b> (Entsprechend den Vorgaben der FHWien)  0-50 Punkte: Nicht genügend  51-60 Punkte: Genügend  61-75 Punkte: Befriedigend  76-90 Punkte: Gut  91-100 Punkte: Sehr gut  Insgesamt/maximal: 100 Punkte</p>
Ergänzende Literatur	<p>Clay Shirky: <i>Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations</i> (2008)  Arno Frank: <i>Meute mit Meinung</i> (2013)  Howard Rheingold: <i>Virtual Community</i> (1993), siehe auch <a href="http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html">http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html</a>  Sherry Turkle: <i>Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet</i> (1997)</p>

### Ergänzungen: BITTE BEACHTEN

- Bitte keine Angaben nach Lehreinheiten. Falls eine LV von Ihnen gemeinsam mit anderen LektorInnen abgehalten wird, so geben Sie bitte den Syllabus gemeinsam ab (best practice) oder listen Sie bitte nur Ihre eigenen Termine entsprechend der Reihung in der LV z.B.: *1. Termin, 4. Termin, 5. Termin, 8. Termin*)
- Allgemeine Mitarbeit kann nicht in die Notengebung einfließen, da alle Bewertungselemente klar für Dritte nachvollziehbar und ggf. evaluierbar sein müssen.
- Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihre/n Bereichsleiter/in oder Modulverantwortliche/n