

LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

1. Angaben zum Programm

1.1. Hochschuleinrichtung	Babeş-Bolyai Universität, Cluj-Napoca
1.2. Fakultät	Fakultät für Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3. Department	Department für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
1.4. Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5. Studienform	Bachelorstudium
1.6. Studiengang / Qualifikation	Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, deutsche Studienlinie
1.7. Studienform	Vollzeitstudium

2. Angaben zum Studienfach

2.1. LV-Bezeichnung	Ethik und Pressegesetz			Code des Faches	ULG4624			
2.2. Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Lect. Dr. Mihai Lisei							
2.3. Lehrverantwortlicher – Seminar	Lect. Dr. Mihai Lisei							
2.4. Studienjahr	III	2.5. Semester	2	2.6. Prüfungsform	E	2.7. Art der LV	Inhalt	DF
							Verbindlichkeit	DO

3. Geschätzter Workload in Stunden

3.1 SWS	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	1
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	42	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbüchern, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					15
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					15
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					11
Tutorien					11
Prüfungen					6
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	58				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	100				
3.9 Leistungspunkte	6				

4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	•
4.2 kompetenzbezogen	•

5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	• Vorlesungsraum, Laptop und Videoprojektor
5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	• Seminarraum, Laptop und Videoprojektor

6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Berufliche Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none">• Das Identifizieren und Anwenden der Sprache, der Methoden und der Fachkenntnisse aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaften• Das Identifizieren und Anwenden spezifischer Elemente der Deontologie und sozialer Verantwortung des Journalisten• Die Produktion eines journalistischen Inhaltes (Text, Audio, Video, Foto) für alle Medientypen
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none">• Das realistische Lösen einiger herkömmlicher professionellen Situationen im Sinne ihrer effizienten und deontologischen Verwaltung• Das Anwenden effizienter Arbeitstechniken in einer multidisziplinären Gruppe mit der Erfüllung bestimmter Aufgaben auf hierarchischer Ebene

7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none">• Freiheit der Meinungsäußerung• Kenntnis und Anwendung der Rechtsvorschriften des Journalisten
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none">• Pressekodex• Recht auf informationelle Selbstbestimmung• Kenntnis und Anwendung der ethischen Normen

8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
Einführung in die Medienethik	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen	

	der Studierenden	
Strukturen medienethischer Konzeptionen	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Die Freiheit der Meinungsäußerung	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Fragestellungen in der Medienethik	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Pressefreiheit	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Quellen des Pressegesetzes	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Pressekodex	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Der Zugang zu öffentlichen Informationen	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Verschlusssachen	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Das Recht am eigenen Bild	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Recht auf informationelle Selbstbestimmung	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Presse-Kampagne im Wahlkampf	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Das Urheberrecht in der Presse	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Verantwortung des Journalisten	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	

Literatur

Moritz Ballensiefen, *Bilder machen Sieger - Sieger machen Bilder, Die Funktion von Pressefotos im Bundestagswahlkampf 2005*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009.

Claude-Jean Bertrand, *Deontologia mijloacelor de comunicare*, Ed. Institutul European, Iași, 2000.

Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kim B. Rotzoll, Kathy Brittain McKee, *Etica mass-media, Studii de caz*, Ed. Polirom, Iași, 2001.

Frank Deaver, *Etica în mass-media*, Ed. Silex, București, 2004.

Mihail Constantin Eremia, *Dreptul comunicării*, București, 2003.

Stefan Gadringer, Sabrina Kwenton, Josef Trappel, Teresa Vieth (Hrsg.), *Journalismus und Werbung. Kommerzielle Grenzen der redaktionellen Autonomie*, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2012.

Kent Middleton, Roger Trager, F. Bill Chamberlin, *Legislația comunicării publice*, Ed. Polirom, Iași, 2002.

Rainer Leschke, *Einführung in die Medienethik*, Wilhelm Fink Verlag, München, 2001.

Bärbel Röben, *Medienethik und die "Anderen". Multiperspektivität als neue Schlüsselkompetenz*, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2013

Miruna Runcan, *A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2002.

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
Medienethische Konzepte	Darstellung der Thematik, Beschreibung	
Die Freiheit der Meinungsäußerung – <i>Ohne Wahrheit, keine Freiheit</i>	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Pressefreiheit in Rumänien	Diskussion, Dokumentation	
Quellen des Pressegesetzes	Diskussion, Dokumentation	
Rumänische Gesetzgebung (Pressegesetz und Verfassung)	Lektüre, Besprechung	
Pressekodex in Rumänien	Analyse	
Pressekodex in Deutschland	Analyse	
Der Zugang zu öffentlichen Informationen	Dokumentation	
Verschlußsachen in Rumänien	Dokumentation, Lektüre, Analyse, Teamarbeit	
Recht auf informationelle Selbstbestimmung	Dokumentation, Lektüre, Analyse, Teamarbeit	
Schutz von Jugendlichen und anderen Gruppen von Menschen	Dokumentation, Lektüre, Teamarbeit	
Das Recht am eigenen Bild in den Medien (Kinderrechte)	Diskussion, Teamarbeit	
Presse-Kampagne im Wahlkampf (Beispiele)	Lektüre, Diskussion, Teamarbeit	
Verantwortung des Journalisten	Lektüre, Vortrag, Teamarbeit	

Literatur

Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kim B. Rotzoll, Kathy Brittain McKee, *Etica mass-media. Studii de caz*, Ed. Polirom, 2001

Rainer Leschke, *Einführung in die Medienethik*, Wilhelm Fink Verlag, München, 2001.

Stefan Gadringer, Sabrina Kwenton, Josef Trappel, TeresaVieth (Hrsg.), *Journalismus und Werbung. Kommerzielle Grenzen der redaktionellen Autonomie*, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2012.

9. Verbindung der Inhalte mit den Erwartungen der Wissensgemeinschaft, der Berufsverbände und der für den Fachbereich repräsentativen Arbeitgeber

Spezifische Kompetenzen im Bereich des Mediengesetzes werden erworben: Kenntnis und Anwendung der Rechtsvorschriften des Journalisten, Kenntnisse der Rechte und Pflichten des Journalisten, Kenntnis und Anwendung der ethischen Normen .

10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1. Evaluationskriterien	10.2. Evaluationsmethoden	10.3. Anteil der Gesamtnote
10.4. Vorlesung	- die Bewertung der im Laufe des Semesters erworbenen Kenntnissen	Schriftliche Prüfung	70%
10.5. Seminar	- die Bewertung der im Laufe des Semesters erworbenen Kenntnissen; - Seminararbeit	- Vorstellung des Projektes - Mitarbeit	30%

10.6. Minimale Leistungsstandards:

Die Studenten müssen mit den Fachbegriffen der Ethik aus dem Bereich des Mediengesetzes, der Gesetzgebung, der professionellen Deontologie vertraut sein. Die Studenten müssen die Anwendung ethischer Normen in der Journalistik, Werbung und PR kennen.