



Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe  
Studiengang: B.A. Medienproduktion

Crossmedia					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4-7	Jährlich	1 Semester	Wahlpflichtfach	10	300 Stunden davon 60 Stunden Präsenzstudium, 240 Stunden Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsform/ Prüfungsdauer)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Bestehen der Sperrfächer (§ 24)	-	§21 Bearbeitung einer gestalterischen Aufgabe mit schriftlicher Erläuterung (BE)	Seminaristische Lehre, Übungen und Projektarbeit	Prof. Dipl.-Des. Heizo Schulze	

Qualifikationsziele

Sicherheit und Marktkenntnis zu Crossmedia Strategien sowie selbstbewusster Umgang mit nonlinearen Narrationen. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, crossmediale Produktionen eigenständig zu entwickeln und umzusetzen. Dabei wird ein Schwerpunkt auf das „Digitale Storytelling“ gelegt. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, vorhandene crossmediale Formate zu analysieren und redaktionell abzunehmen.

Das Modul trägt zu folgenden Qualifikationszielen bei: Q1, Q2, Q3, Q5, Q6

Lehrinhalte

Erlernt wird die Entwicklung von Projekten, die zur Verwendung auf unterschiedlichen Plattformen geeignet sind. Dabei werden Strategien und Konzepte erarbeitet, um fiktionale und dokumentarische Narrationen für die parallele Verwendung in unterschiedlichen Medien (Multi-Channel) zu erstellen. Ein Schwerpunkt besteht in der Recherche und Analyse neuer medialer Entwicklungen jenseits gängiger Fernsehformate. Die Veranstaltung bietet die Möglichkeit eigene Crossmedia Projekte zu entwickeln und zu realisieren.

**Topic/Schlagworte:**

Crossmedia, Digitales Storytelling, Web-Documentary, interaktive Dokumentationen, Crossmedia-Management, Content Management Systeme

**Theory/Theorie:**

Einführung in die Crossmedia-Konzeption (vergleichende Analyse). Dieser Kurs analysiert crossmediale Produktionen und erarbeitet Erzählstrategien für die digitalen Medien. Dieses passiert durch ausführliche Analyse existierenden Medienmaterials und die Produktion eigener crossmedialer Produkte, wie eine interaktive Dokumentation als Ergänzung für ein journalistisches Format in den klassischen Medien. Der Schwerpunkt der behandelten Produktionen liegt im journalistischen Bereich, es werden aber auch crossmediale Werbekampagnen berücksichtigt.

Im Laufe des Semesters bearbeiten die Studierenden selbstständig wissenschaftlich ein Thema aus dem im Wandel befindlichen Komplex „Crossmedia“ und stellen diesen in Form von Referaten der Gruppe vor.

**Practice/Praxis:**

Produktion eines crossmedialen Produkts inklusive Crossmedia Management

Literatur

- Dieter Georg Herbst (2016), Thomas Heinrich Musiolik, „Digital Storytelling“, Herbert von Halem
- Christian Jakubetz (2011), „Crossmedia (Praktischer Journalismus)“, UVK
- Simon Sturm (2013), „Digitales Storytelling“, SpringerVS
- Björn Müller-Kalthoff (2012), „Cross-Media Management“, Springer
- Stephan Füssel (Hrsg 2012), „Medienkonvergenz – Transdisziplinär“, De Gruyter
- Lev Manovich (2002) „The Language of New Media“, MIT Press
- Stefan Bollmann (Hrsg. 1998) „Kursbuch Neue Medien“, Bollmann

**Lehrveranstaltungen**

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Sebastian Mittag	Crossmedia	4