

18-076 vom 11.05.2018

Institut für Journalistik der TU Dortmund reißt Mediengrenzen ein Dachmarke KURT als Plattform für crossmediale Beiträge

Das Institut für Journalistik (IJ) der TU Dortmund hat seine praktische Ausbildung neu ausgerichtet. Mediengrenzen werden eingerissen. Unter der neuen Dachmarke KURT fließen nun alle journalistischen Beiträge, die in den Medien-Lehrredaktionen entstehen, zusammen.

„Bisher haben wir in den vier Medien-Lehrredaktionen getrennt voneinander Kompetenzen vermittelt“, so Michael Steinbrecher, Professor für Fernseh- und crossmedialen Journalismus am IJ. „Jetzt wollen wir dem, was sich in der Praxis tut, noch gerechter werden.“ In der Ausbildung heißt das, dass sich die Studierenden nicht mehr für eine Medien-Lehrredaktion entscheiden, sondern für ein Ressort. In Zukunft wird am Institut für Journalistik in den Ressorts „Wissen und Zukunft“, „Campus und Leben“, „Politik und Wirtschaft“ und „Kultur und Sport“ vom Inhalt ausgehend medienübergreifend gedacht und gearbeitet. Die Themen werden in der medialen Darstellungsform umgesetzt, die sie am besten transportiert. Das kann ein TV-Beitrag sein, ein Interview im Fernsehstudio, ein live ausgestrahltes Gespräch im Radio oder eine Reportage im Print-Magazin.

Von Anfang an ist auch die Social-Media-Ausbildung ein selbstverständlicher Bestandteil der Arbeit in der KURT-Redaktion.

„Unsere Studierenden starten nun deutlich vielseitiger in das Volontariat, das in unsere Studiengänge integriert ist und an die viersemestrige Praxisausbildung anschließt“, beschreibt Prof. Steinbrecher die Vorteile der Neuausrichtung.

Doch die crossmediale Ausbildung und die Fähigkeit, unterschiedliche Darstellungsformen zu beherrschen, sind nicht alles. Auch der intensive Austausch über journalistische Qualitätskriterien gehört zur Arbeit bei KURT. „Wir brauchen Zeit für Reflexion, für die Vermittlung und Diskussion medienrechtlicher und ethischer Standards und für die Entwicklung eines journalistischen Selbstverständnisses“, erklärt Prof. Steinbrecher die Intensivierung der praktischen Ausbildung über die Produktion von journalistischen Inhalten hinaus.

KURT als Name für die Dachmarke war übrigens eine Idee der Studierenden des Instituts für Journalistik. Er ist eine Reminiszenz an den Institutsgründer Kurt Koszyk, der vor 42 Jahren den Studiengang Journalistik nach Dortmund brachte. Der mediale Auftritt ist unter <http://kurt.digital/> zu erreichen.

Bewerbungen für die Bachelor-Studiengänge am Institut für Journalistik sind ab Mitte Juni möglich. Journalistik, Wissenschaftsjournalismus, Wirtschaftspolitischer Journalismus und Musikjournalismus sind jeweils eigenen Studiengänge, die Studierenden belegen können. Schon jetzt können sich alle Studieninteressierten über das Angebot informieren.

Bildinformation:

Die Medien-Lehrredaktion des Instituts für Journalistik werden jetzt auf die crossmediale Ausbildung ausgerichtet. Bild: IJ/TU Dortmund

Weitere Informationen unter:

<https://journalistik.tu-dortmund.de/studium/vor-dem-studium/countdown/>

Ansprechpartnerin:

Stefanie Opitz

Institut für Journalistik

Telefon: 0231/755-2881

E-Mail: stefanie.opitz@tu-dortmund.de

Die Technische Universität Dortmund hat seit ihrer Gründung vor 50 Jahren ein besonderes Profil gewonnen, mit 16 Fakultäten in Natur- und Ingenieurwissenschaften, Gesellschafts- und Kulturwissenschaften. Die Universität zählt rund 34.600 Studierende und 6.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter etwa 300 Professorinnen und Professoren. Das Lehrangebot umfasst rund 80 Studiengänge. In der Forschung ist die TU Dortmund in vier Profildbereichen besonders stark aufgestellt: (1) Material, Produktionstechnologie und Logistik, (2) Chemische Biologie, Wirkstoffe und Verfahrenstechnik, (3) Datenanalyse, Modellbildung und Simulation sowie (4) Bildung, Schule und Inklusion. Beim QS-Ranking „Top 50 under 50“ belegt die TU Dortmund Rang drei der bundesdeutschen Neugründungen.