

ZEICHEN UNSERER ZEIT

Ziel der Woche der Semiotik ist es, die Öffentlichkeit über den Nutzen semiotischer Analysen zu informieren sowie den Studierenden unseres Masters „Angewandte Kulturwissenschaft und Kulturemiotik“ (Universität Potsdam) Kontakt zu Expert*innen aus der Praxis und der Wissenschaft zu eröffnen. Es handelt sich um ein innovatives und in Deutschland einzigartiges Masterprogramm mit dezi- diertem Anwendungsbezug.

In Diskussionsrunden und Workshops werden die Zeichensysteme beleuchtet, mit denen gesellschaftliche Wirklichkeiten hergestellt werden. Studierende und Expert*innen aus der Kulturemiotik befassen sich mit der Problematik von Fake-News, dem politischen Potential des Comics, suchen nach wertfreien, virtuellen und interaktiven Präsentationsformen kultureller Objekte in der Museumspraxis und fragen, wie Werbestrategien der Produktinszenierung für eine nachhaltigere Lebensweise eingesetzt werden können.

- **Vorträge und Pecha Kuchas**
- **Diskussionsrunden**
- **Workshops**
- **Referent*innen aus Wissenschaft und Praxis**

**Eine interaktive
Online-Veranstaltung des
Virtuellen Zentrums für
Kulturemiotik. Unter Mitwirkung
von Studierenden des Masters
„Angewandte Kulturwissenschaft
und Kulturemiotik“ der
Universität Potsdam.**

Kontakt: Prof. Dr. Eva Kimminich
eva.kimminich@uni-potsdam.de



Mit freundlicher
Unterstützung der:

Flyer: Elisa Buhrke

ZEICHEN UNSERER ZEIT

**Internationale Woche der Semiotik
Universität Potsdam | Online
08. - 12.02.2021**



**Virtuelles Zentrum
für Kulturemiotik**

Montag, 08.02.2021:

MARKETING IM WANDEL: KANN WERBUNG DAS KAUFVERHALTEN VERÄNDERN?

9.00 - 9.30 Keynote: *Die Wahrheit liegt im Stil: die Storyline im semiotischen Viereck*

Dr. Mara Persello (CoopCulture, Mailand)

9.30 - 10.00 Vorstellung Workshops 1 bis 3

10.30 - 11.00 Grußworte

Prof. Dr. Oliver Günther & Prof. Dr. Eva Kimminich

11.00 - 12.45 Workshops

WS 1: *Verborgene Handlungslinien in der Werbung enthüllen*

Dr. Mara Persello

WS 2: *Sexismus vs. Provokation in der Werbung*

Nadja Hilse (Kantar, Nürnberg)

WS 3: *Marketinganalyse Allgäuer Bier*

Natacha Dagneaud (Séissmo, Mannheim)

12.45 - 13.30 Ergebnispräsentation Workshops

14.30 - 15.30 Diskussionsrunde: *Kann (und sollte) Werbung das Kaufverhalten verändern?*

mit Natacha Dagneaud, Nadja Hilse, Johannes Krempf (Glow, Berlin), Siegbert Mattheis (mattheis.werbeagentur GmbH, Berlin)

16.00 - 17.30 (Open End) **Digitales Matching in Breakout-Sessions mit Expert*innen aus Kulturvermittlung, Marketing und Wirtschaft**

Dienstag, 09.02.2021:

MUSEEN DER ZUKUNFT: REALITÄTEN UND VIRTUALITÄTEN

9.00 - 9.45 Keynote: *Museen der Zukunft: Eine Kultur der Digitalität ist gefordert!*

Prof. Dr. Anna Greve (Universität Bremen)

10.00 - 12.00 Workshop: *Museum der Zukunft: Raus aus dem Museum! Nachhaltiges Kuratieren*

Beate Wild (Museum Europäischer Kulturen, Berlin)

12.00 - 12.30 Ergebnispräsentation

14.00 - 14.30 Keynote: *Entführung als Sinnstiftung: Über Museumsdinge und die Grenzen ihrer Zeichenhaftigkeit*

Dennis Niewerth (Deutsches Schiffahrtsmuseum, Bremerhaven)

14.30 - 16.00 Studierende des Masters Angewandte Kulturwissenschaft und Kultursemiotik stellen ihre Konzepte vor

16.30 - 17.30 Diskussionsrunde: *Viruelles Ausstellen und seine Tücken*

mit Anna Greve, Stefan Jahrling (Museum für Kommunikation, Berlin), Bettina Loppe und Kurt Winkler (Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte, Potsdam), Dorett Mumme und Eva Stein (Haus der Kulturen der Welt, Berlin), Dennis Niewerth, Beate Wild

Mittwoch, 10.02.2021:

ALLES FAKE? MEDIEN, POPULISMUS UND PROTESTE

9.00 - 9.30 Keynote: *Die Überzeugungskraft von Lügen, Fakes und Verschwörungstheorien: Empirische Erkenntnisse über den Effekt von Missinformationen während der COVID-19-Pandemie*

Tim Schatto-Eckrodt (Universität Münster)

9.30 - 11.00 Pecha Kuchas: **Medienanalysen von Studierenden**

11.30 - 13.00 Workshop: *Verschwörungsmymen - Wie Verkürzungen und Verharmlosungen in den richtigen Kontext gesetzt werden*

Dennis Pesch (Duisburg)

13.00 - 13.30 Ergebnispräsentation Workshop

14.30 - 15.30 Diskussionsrunde: *Alles Fake?*

mit Silvio Duwe, Dennis Pesch, Eva Kimminich, Tim Schatto-Eckrodt und Studierenden des Masters Angewandte Kulturwissenschaft und Kultursemiotik

Donnerstag, 11.02.2021:

KRITISCH, KOMISCH, KOMMUNIKATIV - ZUM POLITISCHEN POTENTIAL DES COMICS

9.00 - 9.30 Keynote: *Mit Comics denken - Reflexionen zum und im Comic*

Prof. Dr. Marie Schröer (Universität Potsdam)

9.30 - 10.00 *Metapherntheorie als Comic - ein Werkstattbericht*

Miriam Meyer (RAUM - Zentrale für Gestaltung, Berlin) und Lilian Nguyen (M.A.-Studentin, Universität Potsdam)

10.30 - 12.00 Workshops

WS 1: *Comics und Feminismus*

Linda Heyden (Wikimedia Berlin) und Lara Keilbart (Festival Comic Invasion Berlin)

WS 2: *Intersektionale Comicanalyse |*

Véronique Sina (Universität Mainz)

12.00 - 12.45 Ergebnispräsentation Workshops

14.00 - 15.00 Comic-Lesung: „*Girlsplaining*“ (von Katja Klengel) und „*Der Umfall*“ (von Mikael Ross)

15.30 - ca. 16.30 Diskussionsrunde:

Comics und Politik

mit Anna Beckmann (Freie Universität Berlin), Linda Heyden, Lara Keilbart, Katja Klengel, Mikael Ross, Véronique Sina

Freitag, 12.02.2021:

FILMSEMIOTIK: MACHT DER DINGE

9.00 - 9.30 Keynote: *„Ver-rücktes Zeug.“ Ein Vortrag über die visuelle Sprache von Requisiten*

Prof. Angelica Böhm (Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF)

9.30 - 11.30 Workshops

WS 1: *Filme sehen lernen*

Stephanie Großmann (Universität Passau)

WS 2: *Requisite und Selbstreferenz*

Jan Oliver Decker (Universität Passau)

11.30 Ergebnispräsentation Workshops

Abschiedsworte:

Prof. Dr. Eva Kimminich und Prof. Dr. Marie Schröer