



Studierenden Service Center Gebäude 21.02

Universitätsstrasse 1, 40225 Düsseldorf

Telefon 0211 81-12345
E-Mail studierendenservice@hhu.de



Information und Beratung www.hhu.de/studieninteressierte
Studiengänge an der HHU www.hhu.de/studienangebot
Auslandsaufenthalt www.hhu.de/internationales

 Studierendenservice
 http://Twitter.com/HHU_Aktuell
 ssc_hhu

Fakten

Fakultät	Philosophische Fakultät
Abschluss	Master of Arts [M.A.]
Regelstudienzeit	4 Semester
Studienstart	Sommer- und Wintersemester
Zulassungs- voraussetzungen	zulassungsfrei Eignungsnachweis erforderlich
Informationen	www.hhu.de/studienangebot
Info-Video	www.hhu.de/hhumeinstudium

Ansprechpartner*innen im Fach

Fachstudienberatung

Dr. Miriam Albracht
Philipp Ritzen, M.A.
Gebäude 24.52, Ebene U1, Raum 26
Telefon +49 211 81-11315
E-Mail ma-germanistik@phil.hhu.de

www.germanistik.hhu.de



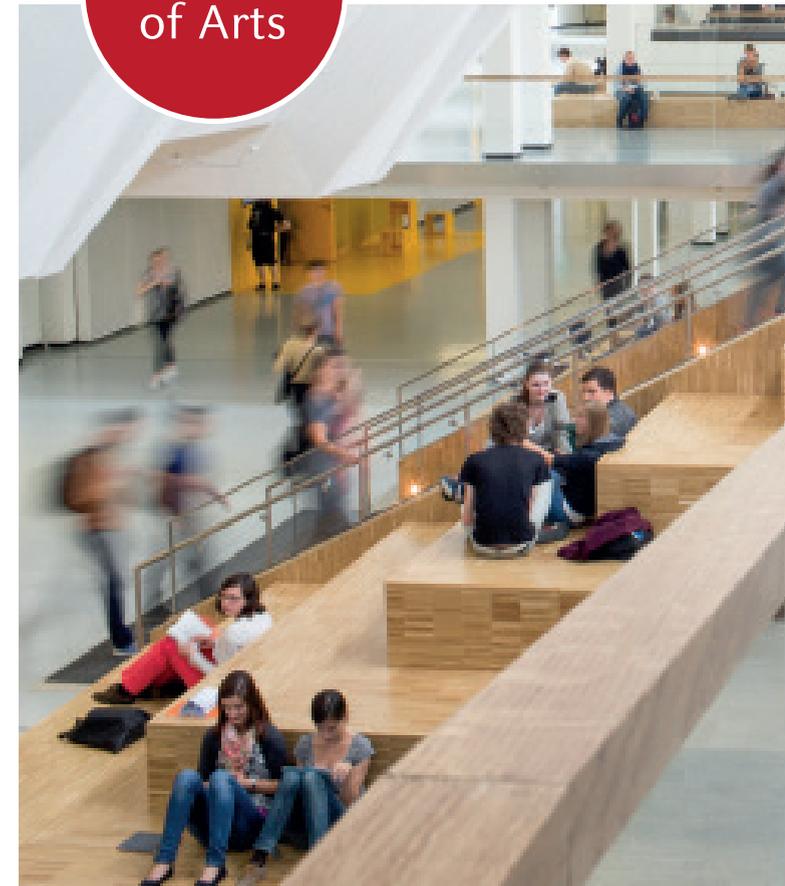
@germanistik.hhu

Fachschaft

Gebäude 24.52, Ebene U1, Raum 21
Telefon +49 211 81-14571
E-Mail fsgerman@phil.hhu.de

www.germanistik.hhu.de/studium/fachschaft

Fotos: © HHU/Ivo Mayr (1)/ medienlabor (2)/Jörg Reich (5)
Stand: 05/2022





Exemplarischer Studienverlaufsplan

Semester	Module			
1	Grundmodul 1 Sprachwissenschaft [16 CP]	Grundmodul 3 Mediävistik [16 CP]	Grundmodul 4 Theorie und Geschichte mündlicher und schrift- licher Kommunikation [16 CP]	Wahlpflichtbereich [12 CP]
2				
3	Forschungsmodul 1 Sprachwissenschaft [16 CP]	Forschungsmodul 3 Mediävistik [16 CP]		
4	Masterarbeit-Modul 3 Mediävistik [28 CP]			
Die gewählten Module sind Beispiele, auch andere Teilfachkombinationen sind möglich. Gesamt 120 CP				

Der Masterstudiengang Germanistik richtet sich an alle diejenigen, die einen ersten Studienabschluss im Fach Germanistik oder in einem vergleichbaren Fach erworben haben und ihre wissenschaftlichen Kenntnisse und methodischen Fertigkeiten weiter vertiefen und erweitern möchten.

Der Masterstudiengang bietet Ihnen die Möglichkeit, das Fach Germanistik in seiner ganzen Breite zu studieren: Neben den klassischen germanistischen Teilfächern Germanistische Sprachwissenschaft, Neuere Deutsche Literaturwissenschaft und Germanistische Mediävistik bieten wir mit dem Studienbereich „Theorie und Geschichte mündlicher und schriftlicher Kommunikation“ zudem die Möglichkeit, sich philologisch und sprachwissenschaftlich fundiert mit der Kultur- und Mediengeschichte der mündlichen und schriftlichen Kommunikation auseinanderzusetzen.

Insgesamt ergibt sich aus den vier Studienbereichen ein breites Themenspektrum:

Germanistische Sprachwissenschaft

Morphologie, Semantik, Pragmatik, Grammatik, Text-, Medien- und Diskurslinguistik, sprachtheoretische Grundlagen

Neuere Deutsche Literaturwissenschaft

Migrationsliteratur, deutsch-jüdische Literatur, literarischer Körper-Diskurs, literarische Altersforschung, Intermedialität, Gender-Diskurs

Germanistische Mediävistik

Handschriftenkunde, Editionsphilologie, historische Semantik, historische Anthropologie, kultureller Transfer, Wiedererzählen, Intertextualität, Intermedialität, Mittelalterrezeption

Theorie und Geschichte mündlicher und schriftlicher Kommunikation

Beschreibungs- und Analysemethoden für mündliche Kommunikationsprozesse, Transkriptionstechniken und Video-Analysen mündlicher Kommunikation, Schrift und Gedächtnis, Schrift als System, Schrift im Kontext von Theorien der Intertextualität und Intermedialität, Analyse unterschiedlicher Textsorten wie Tagebuch, Zeitung, Literaturkritik, Chat

Die Gegenstände, Theorien und Methoden des Faches werden forschungsnah und forschungsaktuell sowie im Kontext benachbarter geistes-, kultur- und sozialwissenschaftlicher Fächer behandelt.

Mit der Ausbildung werden neben der Vertiefung, Erweiterung und Spezialisierung wissenschaftlicher Kenntnisse und methodischer Fähigkeiten zugleich wesentliche Schlüsselqualifikationen im Hinblick auf eine allgemeine **Berufsqualifizierung** in geistes-, sozial- und kulturwissenschaftlichen Bereichen vermittelt, welche die Absolventinnen und Absolventen zu einer großen Zahl von Berufen qualifizieren.

Zu diesen Bereichen zählen:

- Kulturinstitutionen,
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
- Werbung und Marketing,
- Verlagsbranche,
- politische Institutionen u. v. m.