

„Irgendwas mit Medien“. Medienwissenschaft als universitäre Disziplin

Prof. Dr. Thomas Weber, Institut für Medien und
Kommunikation (IMK), Universität Hamburg

Disposition

1. Missverständnisse
 1. Desinteresse und Etikettenschwindel
 2. Fremdzuschreibung
 3. Selbstzuschreibung
2. Besonderheiten der Medienwissenschaft – Medienwissenschaft als Fach
 1. Historische Entwicklung
 2. Typische Schwerpunkte
3. Besonderheiten des Faches in Hamburg
4. Was machen wir eigentlich während des Studium: einige Beispiele
 1. Einstellungsgrößen
 2. Erste Filme
 3. Dokumentation – Fiktion
5. Was kann man damit später anfangen? Arbeits- und Berufsfelder von Medienwissenschaftlern
6. Allgemeine Hinweise zum Studium (Zusatzqualifikationen etc.)

Am häufigsten genannte Motive, Medienwissenschaft zu studieren

1. Irgendwas mit Medien (jeder scheint zu wissen, was gemeint ist)
2. Studium in einer Großstadt/Nähe zum bisherigen Wohnort – und außerdem gibt es in der Großstadt ja auch „Medien“.
3. Cool, renommiert (NC-Fach), verspricht, nicht so anstrengend zu werden (da man sowieso nur Filme anschaut und ein bißchen diskutiert).
4. Praktischer Bezug zu Medien / Medienausbildung

Bewerberzahlen an der Uni-Hamburg für das Fach Medienwissenschaft

- Bachelorstudiengang Medien- und Kommunikation
 - Bewerberzahlen: ca. 3500 pro Jahr
 - Freie Studienplätze: ca. 45 pro Jahr

- Masterstudiengang Medienwissenschaft
 - Bewerberzahlen: ca. 400 pro Jahr
 - Freie Studienplätze: ca. 20 pro Jahr

Warnhinweise auf der Homepage

- Grundsätzlich gilt: Medienwissenschaft ist KEINE Berufsausbildung!
 - Sie werden also nicht ausgebildet im journalistischen Schreiben oder in der Produktion von Filmen oder Fernsehsendungen bzw. im Bereich PR
- Der BA Medienwissenschaft bietet eine akademische Ausbildung für Medienwissenschaftler und höherqualifizierte Medienberufe, die über produktionstechnische Kompetenzen der Medienproduktion hinausgehen und die einen Hochschulabschluss voraussetzen

Medienwirtschaft sucht Medienwissenschaftler

- Oliver Jungen schrieb am 2.1.2013 in der FAZ:
- *Und in der Tat sucht wohl auch die Medienwirtschaft nach „Medienwissenschaftlern“, ohne freilich genau zu wissen, was sie da eigentlich sucht. Die Missverständnisse nähren und unterstützen sich gegenseitig und so rotiert das System weiter.*
- *Wozu aber prädestiniert denn nun ein Studium der Medienwissenschaften, außer zu einem Job in den Medienwissenschaften selbst? Es erstaunt, dass laut Aussage aller Befragten immer noch das Missverständnis vorherrscht, hier würde die Eignung für einen Job in den Medien - Fernsehen, Radio, Zeitung, Internet-Startup - erworben. Gleichwohl landen tatsächlich viele Absolventen tatsächlich ebendort, nicht zuletzt, weil das Missverständnis auch in den Sendern und Verlagen vorherrscht: ein sich selbst verstärkender Etikettenschwindel.*

Unterschiedliche Vorstellungen von Medienwissenschaft: Fremdverständnis versus Selbstverständnis

1. Vorwissenschaftliches Verständnis und Fremd-Verständnis

1. Alltagserfahrung
2. Presse
3. Homepage oder andere Ankündigungen von Universitäten aus der Sicht anderer Disziplinen
4. Wissenschaftliche Publikationen anderer Disziplinen

2. Selbstverständnis !

1. Selbstverständnis der Institute (Homepage)
2. Selbstverständnis der Lehrenden (öffentlich einsehbare Biographie)
3. Gesellschaft für Medienwissenschaft (GFM)

Alltagsverständnis versus wissenschaftliches Verständnis

- Alltagsverständnis: Medienwissenschaft befasst sich mit „Medien“
- Wissenschaftliches Verständnis: Die Medienwissenschaft befasst sich nicht mit „Medien“, sondern mit dem „Wissen über Medien“.
- Medienwissenschaft ist eine eigene Wissenschaftsdisziplin und kein berufsausbildendes Studium

Geschichte und Aufbau der Medienwissenschaft

Medien- und Kommunikationswissenschaft - Schwerpunkte

Medienwissenschaft (1980er Jahre in D)

- Fiktion (in Hamburg: auch Dokumentarischer Film)
- Medienangebote
- Film, Fernsehen, Digitale Medien, Radio u.a.
- Theorie, Geschichte, Ästhetik

Kommunikationswissenschaft (1950er Jahre in D)

- Zeitungswissenschaft, Publizistik
- Journalismus
- Mediennutzungsforschung
- Politische Kommunikation

Unterschiede MeWi und KoWi

Medienwissenschaft	Kommunikationswissenschaft
Kulturwissenschaftliche Tradition	Sozialwissenschaftliche Tradition
Qualitative, hermeneutische Methoden	Quantitative, empirische Methoden
Medienangebote	Produktion / Rezeption
AV-Medien	Printmedien, AV-Medien
Fiktion, Dokumentation	Nicht-Fiktion, Information
Historisch	Gegenwartsbezogen

Die wichtigsten Schnittstellendisziplinen zur Medienwissenschaft

Prof. Dr. Thomas Weber:
thomas.weber@uni-hamburg.de

- Germanistik
- Kommunikationswissenschaft
- Philosophie
- Kulturanthropologie
- Romanistik, Anglistik usw.
- Soziologie
- Technikgeschichte

Binde-Strich- Medienwissenschaft

- Medien-Recht
- Medien-Pädagogik
- Medien-Ökonomie
- Medien-Soziologie
- Usw.

Verschiedene Richtungen der Medienwissenschaft

- Medienphilosophie / Theorie (auch ästhetische Theorie)
- Mediengeschichte / Geschichte einzelner Medien
- Medienästhetik / Medienanalyse / Programmforschung
 - Filmwissenschaft
 - Fernsehwissenschaft
- Medienkulturforschung (integrative Perspektiven der Medienwissenschaft, Interkulturalität, Mediologie etc. etc.)

Gegenstände und Methoden

- Fiktionale Unterhaltung in Film, Fernsehen und Radio (z.T. auch Theater), d.h. meist Medien als „Massenmedien“ oder populäre Medien (Populärkulturforschung)
- Medien als Kunstform: Besondere künstlerische Gestaltung spezifischer Produkte
- Erst später: Öffnung auch für andere Themen: Dokumentarischer Film z.B.
- Hermeneutische Verfahren: Methodenpluralismus

Gesellschaft für Medienwissenschaft

- „Ein Studium der Medienwissenschaft vermittelt Einsichten in die technischen und ästhetischen, die symbolischen und kommunikativen Eigenschaften einer großen Bandbreite von Medien. Aus einer vorwiegend kulturwissenschaftlichen Perspektive wird die historische Herausbildung und Wandlung von Medien in Verzahnung mit wissenschaftlichen, ökonomischen, politischen und sozialen Prozessen sowie der Beitrag der Medien zu Wahrnehmungs- und Wissensformen diskutiert. Vermittelt werden Methoden zur Analyse von Medien sowie Theorien, die allgemeine Merkmale von Medien und von Medialität beschreiben.

Die Breite medienwissenschaftlicher Fragestellungen (und nicht zuletzt die Vielfalt und anhaltende Dynamik der Medien) bringt es mit sich, dass in unterschiedlichen Studiengängen unterschiedliche Schwerpunkte aufweisen. Zum Teil äußert sich das auch in unterschiedlichen Benennungen der Studiengänge. Es empfiehlt sich in jedem Fall, die Profile der verschiedenen Studiengänge gut zu vergleichen.

- <http://www.gfmedienwissenschaft.de/gfm/studiengaenge/index.html>,
29.03.2013

Situation in Hamburg

Zwei Traditionen - verbunden im BA MuK

Medienwissenschaft	Kommunikations- wissenschaft
Kulturwissenschaftliche Tradition	Sozialwissenschaftliche Tradition
Qualitative, hermeneutische Methoden	Quantitative, empirische Methoden
Medienangebote	Produktion / Rezeption
AV-Medien	Printmedien, AV-Medien
Fiktion, Dokumentation	Nicht-Fiktion, Information
Historisch	Gegenwartsbezogen

Themenschwerpunkte des Studiengangs

Medien... (Schwerpunkt: Film, Fernsehen, Internet)

- Medien-Systeme in Kultur und Gesellschaft
- Geschichte der Medien
- Theorie der Medien
- Ästhetik und Analyse der Medien von Medienangeboten

Professoren am IMK Hamburg

Prof. Dr. Thomas Weber:
thomas.weber@uni-hamburg.de



Analyse - Geschichte – Theorie

Einstellungsgrößen

- Quellen der folgenden Ausschnitte
- http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hickethier_grundbegriffe/hickethier_grundbegriffe.html, letzter Zugriff 26.05.2013

Detail (D)

Ein kleiner Ausschnitt eines Gegenstands oder eines Menschen wird gezeigt. Da die Kamera sehr nah an ihren Gegenstand herangeht, vermittelt sie auch dem Zuschauer ein Gefühl der Intimität, der Nähe.

Sie kann neben positiven Assoziation auch abstoßend wirken; je nach dem Kontext und dem dargestellten Gegenstand (z.B. schwitzende Politiker, oder in Buñuels "Andalusischer Hund", wo ein Messer in einer (D)-Einstellung in einem lebenden Gesicht ein Auge durchschneidet).

In der (D)-Einstellung sieht man den Gegenstand sehr genau, was aber nicht heißt, daß man ihn auch richtig sehen muß. Dazu muß der Zuschauer auch den Zusammenhang sehen können, erst dann kann er sich wirklich ein "Bild" machen.



Groß (G)

Ein Mensch wird von den Schultern aufwärts gezeigt. (Paßfoto-Größe)

Häufige Verwendung in Gesprächssituationen, weil sie den "Gesichtskreis", die vielsagende Mimik beim Sprechen zeigt.



Nah (N)

Brustbild. Der Hintergrund, vor dem sich die Person bewegt, ist schon erkennbar.

Der Kopf beherrscht aber auch hier noch das Bild. Kleidung, Schmuck etc. können ihn charakterisieren.



Amerikanisch (A)

Diese Einstellung zwischen Nah und Halbnah zeigt eine Person bis unterhalb der Hüften, bis dorthin, wo beim Westernhelden der Colt sitzt. Im Showdown (Duell als Höhepunkt des Western) ist die Linie zwischen Blick und Handbewegung vom Colt entscheidend.

Ohne daß von der Aktion abgelenkt wird, kann hier das Verhältnis zum Gegner, der Umraum dargestellt werden.

(A)-Einstellung ist charakteristisch für die individuelle Aktion, vor allem für Arme und Hände.



Halbnah (HN)

Zeigt den Menschen etwa von den Knien an aufwärts.

Sie gibt einen wesentlich mehr räumlich orientierten und im Raum orientierenden Eindruck. Gespräche können gezeigt werden, wobei hier stärker als das Gespräch die Gesprächssituation im Vordergrund steht.



Halbtotal (HT)

Der Gegenstand oder die Person ist vom Zuschauer entfernt; eine Distanz zum Geschehen ist hergestellt.

Die Gestik tritt in den Vordergrund. Menschen oder Gegenstände werden in einer sie und ihre Situation charakterisierenden Umgebung gezeigt.



Total (T)

Ein Überblick wird gegeben, ein Eindruck des Ganzen vermittelt.

Die Einstellung gibt zu allererst die räumliche Orientierung, die nötig ist, wenn sich die Handlung bald in eine Reihe von (N)-oder (G)-Einstellungen auflösen sollte.

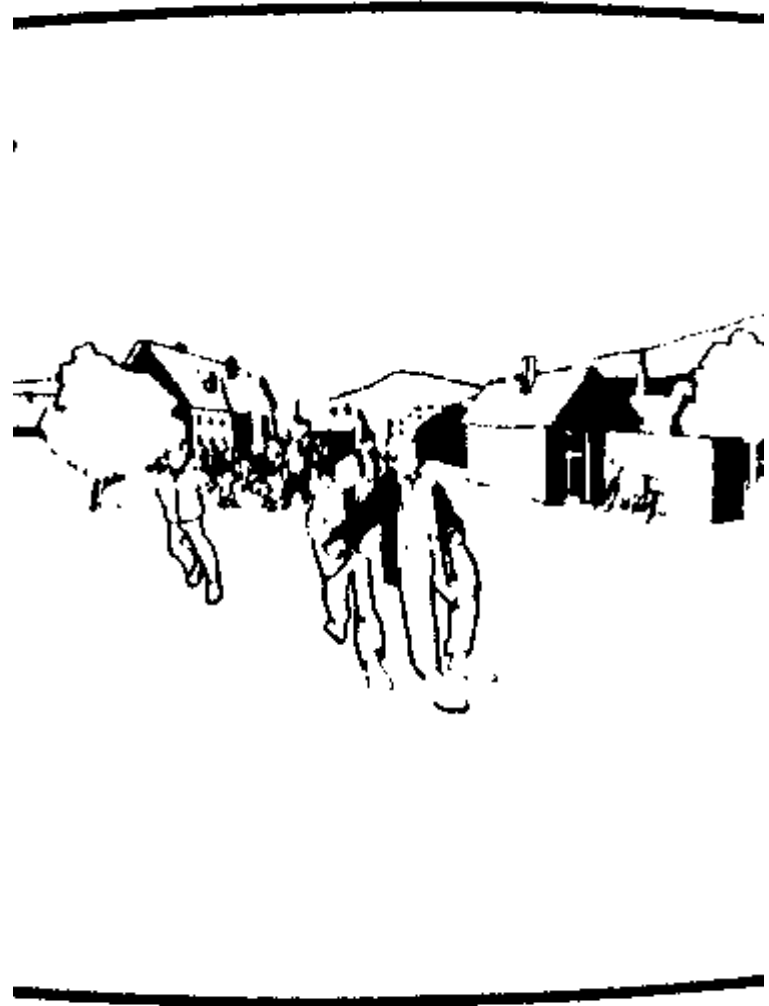
Die (T)-Einstellung gibt dem Zuschauer den räumlichen Plan vom Geschehen, den er vor Augen haben wird, auch wenn er in den nächsten Einstellungen vom Ort der Handlung nicht mehr viel zu sehen bekommen sollte.



Weit (W) [Panorama]

Während (T) noch die Aufgabe hat, die Übersicht zu zeigen, zeigt (W) Weite, Landschaft an sich, Panorama, Meer, Alpen, Skyline, Sonnenauf- und -untergänge etc.

Extremstes Gegenstück zur (D)Einstellung, wird häufig mit symbolischer Funktion eingesetzt. z.B. in den Anfangseinstellungen von "Spiel mir das Lied vom Tod".



Übersicht

Einstellung	Bedeutung
(D)	symbolische, atmosphärische Aussageebene
(G) (N)	mimische Handlungsebene
(A)	gestische Handlungsebene
(HN) (HT) (T)	situationsbezogene Handlungsebene
(W)	symbolische, atmosphärische Aussageebene

Auguste und Louis Lumière

Prof. Dr. Thomas Weber:
thomas.weber@uni-hamburg.de



Villa der Brüder Lumière in Lyon,

Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Br%C3%BCder_Lumi%C3%A8re,
letzter Zugriff 26.05.2013

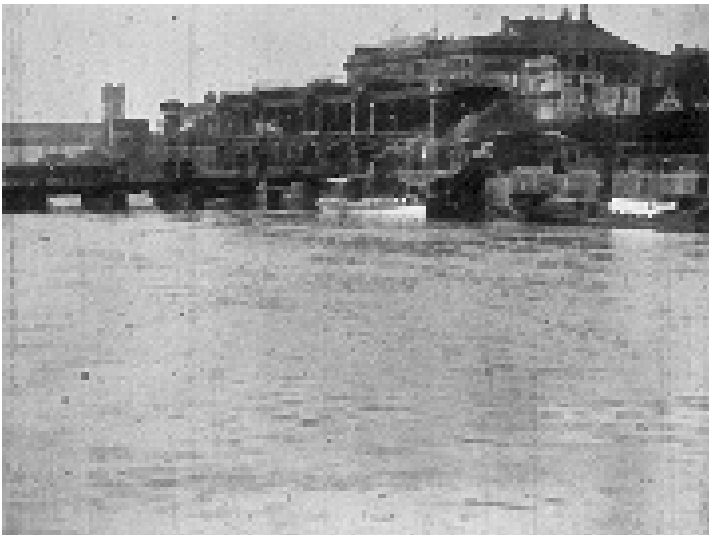
L'arrivée d'un train à La Ciotat - Ankunft eines Zuges in La Ciotat (1895),

Quelle: http://www.youtube.com/watch?v=b9MoAQJFn_8,
letzter Zugriff 26.05.2013

Drehort Köln und Constant Girel

■ Drehort Köln

- Am Dom 3.5.1896 „Am Kölner Dom nach dem Hauptgottesdienst“, letzter Zugriff 26.05.2013



- Quellen der Bilder und des Films:
<http://www.koeln-im-film.de/erstefilmaufnahmen.html>, letzter Zugriff: 26.05.2013
- file:///localhost/Volumes/DATEN/kolner_dom_nach_dem_hauptgottesdienst.1896.film.mp4.flv



Dokumentation oder Fiktion

Theorien des Wirklichen im Film

Reality TV, einige Beispiele

- Toto & Harry
- Helena Fürst – Anwältin der Armen
- Peter Zwegat
- Lenßen & Partner
- Familien im Brennpunkt
- Die Schulermittler

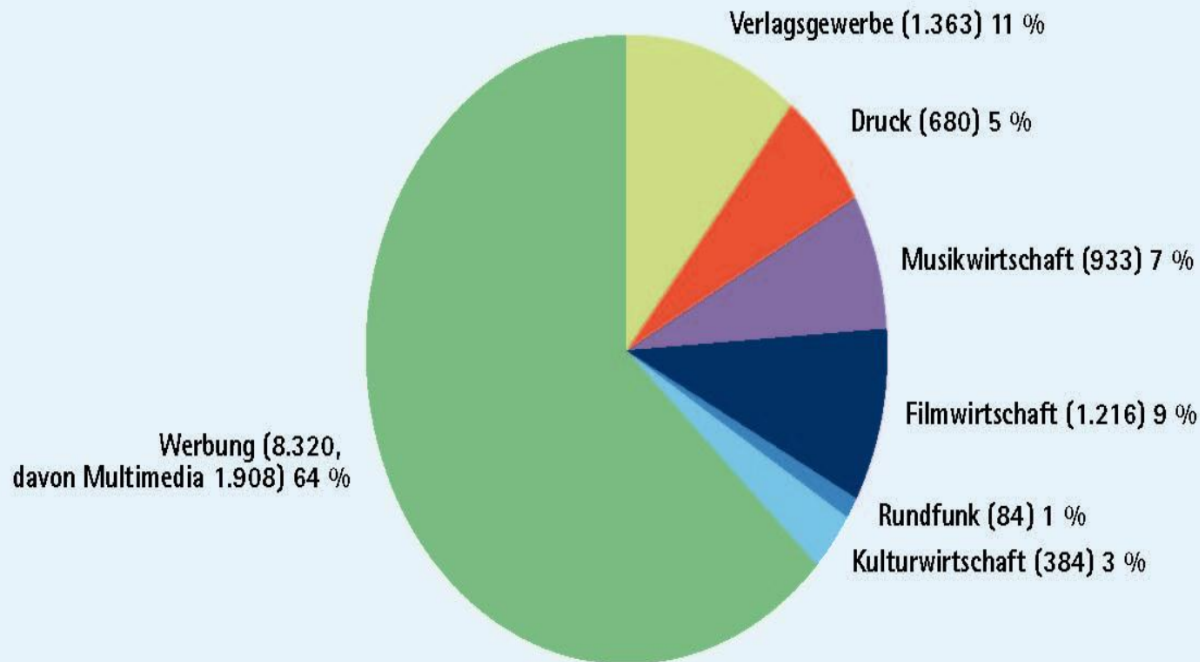


Berufsmöglichkeiten für Medienwissenschaftler

Branchenstruktur Hamburg 2005



Branchenstruktur der 12.980 Hamburger Medienunternehmen im 2. Halbjahr 2005 (nach Anzahl der Unternehmen)



Branchenstruktur Hamburg 2005



Forschungsstelle
Geschichte des Rundfunks
in Norddeutschland

Quelle, Folie von
Hans-Ulrich Wagner

Radio und Fernsehen

- 84 Unternehmen
- 12 vor Ort produzierte Radiosender (7 davon private)
- 31 empfangbare Radiosender (Großraum Hamburg)

Werbewirtschaft

- 8.320 Unternehmen
- 1.908 davon im Multimediabereich tätig

Kulturwirtschaft

- 384 Unternehmen
- 15.000 Theaterplätze
- 83 Museen und Sammlungen
(75 davon privat geführt)

Filmwirtschaft

- 1.216 Unternehmen
- 1.650 erteilte Drehgenehmigungen (2004)
- 15.050 Film- und TV-Produktionen (2004)

Multimedia

- 1.908 Unternehmen

Verlagswirtschaft

- 1.363 Unternehmen der Verlagswirtschaft
- 680 Unternehmen des Druckgewerbes

Arbeitsfelder

- Wissenschaft/Forschung
- Unternehmen (PR-Abteilungen usw.), Werbung/Marketing
- Medien: Fernsehen, Film, Presse, Verlage
- Kultur: „Veranstaltungsorte“, Museen
- Erwachsenenbildung
- Angestellt/Verbeamtet <—> Freiberuflich/Selbständig

Tip ps fürs Studium

Es zählen nicht nur Credit-Points und kurze Studienzeiten

- Praxiskenntnisse: Filmemachen, Computerprogrammierung, Websitegestaltung etc.
- Praktika
- Ehrenamtliches Engagement
- Auslandserfahrungen
- Sprachkenntnisse
 - Englisch
 - Französisch
 - Evtl. eine weitere Sprache
- Wie soll man das alles während des Studiums schaffen?
- In dem man sich Zeit für das Studium nimmt oder dies für die Zeit nach dem BA-Studium einplant.
- Nutzen sie das BA-Studium, um möglichst viel zu lernen, nicht um möglichst rasch, das Studium zu beenden. 6-8 Semester ist die Regelstudienzeit. Wir empfehlen, die 8 Semester auszunutzen.
- Kein fester Wissenskanon