

Medien & Gesellschaft

Art	Pflichtfach
Studiensemester	1. o 2.
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dipl.-Reg. M.A. Sebastian Grobler

Workload gesamt	300 Stunden	ECTS-Punkte gesamt	10
Präsenzzeit	90 Stunden	SWS gesamt	6
Selbststudienzeit	210 Stunden	Dauer	1 Semester

Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsform/-dauer	§ 15 Ausarbeitung (A), Ausarbeitung mit Präsentation (AP), Ausarbeitung mit schriftlicher Erläuterung (AE)
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristische Lehre, Gruppenarbeit, Diskussion
Verwendbarkeit	Medienproduktion (M.A.)

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	ECTS-Punkte
Prof. Dipl.-Des. Heizo Schulze und Prof. Dr. Guido Falkemeier	Digitalität und Medien	3	5
Prof. Dipl.-Reg. M.A. Sebastian Grobler	Visuelle Kultur	3	5

Qualifikationsziele

Dieses Modul trägt zu folgenden Qualifikationszielen bei: Q1, Q3, Q4, Q5, Q6

Digitalität und Gesellschaft

Im Fach Digitalität und Gesellschaft lernen die Studierenden die wichtigsten Modelle, Konzepte und Leitbegriffe von Medienwissenschaften, digitalen Geisteswissenschaften und Kulturpsychologie kennen, können diese ordnen und vergleichen.

Die Studierenden wenden Wissen zu der Entwicklungsgeschichte digitaler Medien und ihrer gesellschaftlichen Folgen auf die eigene Kommunikationspraxis an. Sie erlernen diese Praxis zu beschreiben, mit anderen zu teilen und zu deuten. Sie erkennen ihren eigenen Umgang mit digitalen Medialisierungsstrategien, können diese vor dem Hintergrund des aktuellen Medienwandels explizieren und reflektieren. Sie sind in der Lage, medien- und kommunikationswissenschaftliche Expertise auf andere Disziplinen und Gegenstandsbereiche zu übertragen.

Visuelle Kultur

Im Fach Visuelle Kultur wird der rezeptiv-analytische und produktiv-gestaltende Umgang mit visuellen Artefakten eingeübt. Dabei werden Anomalien bei der visuellen Darstellung bei digitalen Grafiken und anderen Formen von Bildern, insbesondere bei der Fotografie, und deren Wirkung analysiert und diskutiert. Die Studierenden sind somit in der Lage, mit diesen Formen der Darstellung umzugehen und sie selbst in ihren Produkten einzusetzen. Dabei wird ein funktionalistisches Konzept visueller Kultur zugrunde gelegt:

“Visual culture’ does double service: it is both a partial description of a social world mediated by commodity images and visual technologies, and an academic rubric for interdisciplinary convergences among art history, film theory, media analysis and cultural studies“ (Foster & Krauss, 1996, S. 3).

An paradigmatischen Quellen, Theorien und Debatten der Bild-, Kultur- und Medienwissenschaft erlernen die Studierenden, Artefakte, Inszenierungen, Praktiken, Codes und Ereignisse in ihrer kulturellen, ästhetischen, historischen und materialen Dimension zu recherchieren und zu diskutieren. Das Fach versteht sich dabei als exemplarische Einführung ins kulturwissenschaftliche Arbeiten.

Lehrinhalte

Digitalität und Gesellschaft

Im Zentrum des Fachs steht die zunehmende Durchdringung der heutigen Gesellschaft, ihrer Interaktions- und Sozialformen mit und durch (neue) Medien. Im Fokus stehen elektronische Präsentations- und Distributionsmittel für zeichenförmig gestaltete digitale Informationen. Als wissenschaftliche Disziplin beobachtet, analysiert, kritisiert und bewertet die digitale Medienwissenschaft alle Prozesse mediengestützter elektronischer Kommunikation hinsichtlich ihrer Voraussetzungen, Durchführungen und Wirkungen. Das Erkenntnisinteresse der digitalen Medienwissenschaft ist dabei besonders auf die Produktionsseite interaktiver Kommunikation ausgerichtet (insbesondere unter Bedingungen der Wissensgesellschaft). Deshalb werden zentrale Fragestellungen immer wieder anhand von medialen Produkten - es kann sich dabei auch um Arbeiten von Studierenden handeln - untersucht. Die Studierenden erhalten anhand des Moduls einen auf Digitalität perspektivierten Zugang zu dieser Wissenschaft und lernen, unter Bedingungen der Digitalität mediengestaltend zu denken.

Dieses Fach vermittelt dazu übergreifendes Orientierungswissen der erfolgsorientierten digital-medialen Gestaltung und Interaktion. Es werden aktuelle Dynamiken der virtuellen Medienkommunikation angesichts der zunehmenden Zentralität der digitalen Medien für gesellschaftliche und kulturelle Kommunikation untersucht. Es adressiert dabei drei Ebenen:

- Digitale Mediengestaltung als Praxis: eigene digitale Kommunikationspraxis; Methoden der digital gestützten kommunikativen Analyse und Dokumentation
- Digitale Mediengestaltung als Wissenschaft: Modelle, Konzepte und Leitbegriffe der Medientheorie
- Digitale Mediengestaltung als Interventionsfeld: Digitalisierungsstrategien im Kontext praktischer kommunikativer Settings, systematische Kalkülbildung und Umgang mit strategischen Widerständen

Aktuelle Entwicklungen werden analysiert und alltagspraktische Frage- und Problemstellungen (bspw. Auswirkungen der Digitalisierung auf medienvermittelte interpersonale Online-Kommunikation, Social Networks, Big Data, etc.) diskutiert. Im Modul verfassen die Studierende vertiefende Kurzesays zu den im Kurs behandelten Themen.

Visuelle Kultur

Das Fach führt in die kulturpsychologischen, ästhetischen und semiotischen Grundfragen der visuellen Wahrnehmung ein. Das Konzept der sogenannten Ikonischen Wende wird in seiner ideengeschichtlichen Bedeutung reflektiert und kritisch hinterfragt. Im Modul werden die Studierenden kleine praktische Aufgaben zur Gestaltung visueller Kultur machen und werden unter Anwendung einer im Modul vorgestellten Methode ein Phänomen der visuellen Kultur untersuchen.

Literatur

- Belting, Hans (2011). Bild-Anthropologie. Entwürfe einer Bildwissenschaft. 4. Auflage. München: Fink.
- Burda, H. u. Maar, C. (Hrsg. 2005). Iconic Turn: Die neue Macht der Bilder. Köln: DuMont Verlag.
- Bjung-Chul, H. (2014) Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken. Frankfurt a. Main: S Fischer Wissenschaft.
- Breyer, A. und Bredekamp, H. (2018): Bilderfahrzeuge. Aby Warburgs Vermächtnis und die Zukunft der Ikonologie. Berlin: Wagenbach.
- Crary, J. (1996). Visual Culture Questionnaire, October 77 (Summer): 33–4.
- Crary, J. (1990). Techniques of the Observer. On Vision and Modernity in the Nineteenth Century. Massachusetts, USA: MIT Press.
- Flusser, V. (1987). Die Schrift. Hat Schreiben eine Zukunft? Göttingen: Immatrix Publications.
- Grau, O. (2011). Imagery in 21st Century. Cambridge, UK: MIT-Press.
- Günzel, S. u. Mersch, D. (Hrsg. 2014). Bild. Ein interdisziplinäres Handbuch. Berlin: Springer.
- Hejl, P. M. (1985). Konstruktion der sozialen Konstruktion. In H. Gumin & Mohler Armin (Hrsg.), Einführung in den Konstruktivismus (Schriften der Carl-Friedrich-von-Siemens-Stiftung, Bd. 10, S. 85–115). München: Oldenbourg.
- Howells, R. u. Negreiros, J.: Visual Culture. 3. Auflage, Cambridge, UK, Polity Press.
- Koebner, T. u. Meder, T (Hrsg, 2006) : Bildtheorie und Film. München: edition text+kritik.
- McLuhan, M. (1962). The Gutenberg Galaxy. The making of typographic man. Toronto, Canada: University of Toronto Press.
- Mitchell, W.J.T. (2018). Bildtheorie. Frankfurt a. M: Suhrkamp.
- Mitchell, W.J.T (2012). Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur. 2. Auflage. München: Becksche Reihe.
- Moerzoff, N. (Hrsg., 2013.) The Visual Culture Reader. New York, USA: Routledge.
- Nünning, A. u. Nünning, V. (Hrsg., 2008) Einführung in die Kulturwissenschaft. Theoretische Grundlagen - Ansätze - Perspektiven. Stuttgart: Metzler
- Pantenburg, V. (2006) Film als Theorie. Bildforschung bei Harun Farocki und Jean-Luc Godard. Bielefeld: Transcript.
- Pichler, W. u. Ubl, R. (2018): Bildtheorie - zur Einführung. Hamburg: Junius.
- Sporton, G. (2015). Digital Creativity - Something from Nothing. Hampshire, UK: Palgrave Macmillian.
- Wild, R. (2015). Konstruktivistische Medientheorie. Beobachter, Teilnehmer und Akteure in medialen Diskursen. Münster: Waxmann.
- Sachs-Hombach, K. (Hrsg, 2009). Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn, Frankfurt a. Main: Suhrkamp.