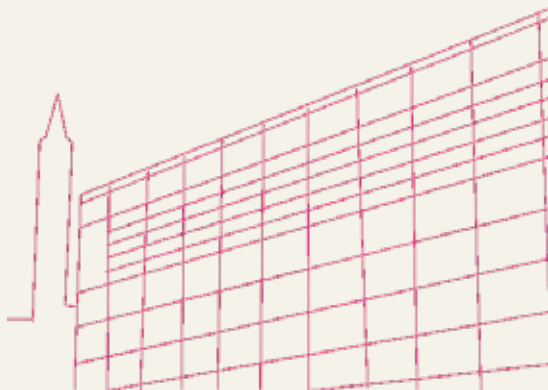




Medienkultur und Globalisierung

Master



Inhaltsverzeichnis	
Beschreibung des Faches	3
Studienvoraussetzungen und Zulassung.....	7
Erwartete Interessen und Fähigkeiten	8
Tätigkeitsfelder.....	8
Studienaufbau und Studieninhalte	9
Studienplan	13
Studienschwerpunkte/Vertiefungsrichtungen	15
Pflicht- und Wahlpflichtfächer	16
Praktikum	17
Typische Lehrveranstaltungsformen.....	17
Unterrichtssprache	18
Auslandssemester	18
(Forschungs-)Kooperationen	18
Internationalisierung.....	18
Studienbeginn, Semesterzeiten und Studiendauer	20
Abschluss.....	20
Lehrende/Professuren mit Forschungsgebiet.....	20
Studierende im ersten Semester	20
Kosten und Wohnen	20
Bewerbung und Einschreibung	21
Kontakt.....	23

Beschreibung des Faches

Heute gibt es kaum noch einen Bereich von Kultur und Gesellschaft, der nicht von Medienkommunikation durchdrungen wäre. Nicht nur Alltag und Freizeit sind heute längst ‚Medienalltag‘ und ‚Medienfreizeit‘, bei deren Gestaltung der individuelle oder gemeinsame Gebrauch von Medien eine wachsende Rolle spielt. Dabei sind Medien immer mehr auch globalisierte Medien; inter- und transkulturelle Kommunikation gewinnt an Bedeutung. Unter diesen Bedingungen ist auch das Berufsfeld ‚Medien‘ einem kontinuierlichen Wandel unterworfen. Treiber und Getriebene dieser Entwicklung sind nicht nur die Medieninstitutionen selbst. Auch in anderen Branchen stehen Mitarbeiter*innen wie Unternehmen vor der Herausforderung, sich mit immer neuen medialen Kommunikationsformen und -werkzeugen vertraut und diese für ihre eigenen Zwecke nutzbar zu machen. In der Folge entstehen kontinuierlich neue medienbezogene Berufsfelder, die ein fundiertes Verständnis medial vermittelter Kommunikationsprozesse erfordern.

Mit Blick auf diese fortschreitende Mediatisierung und die von Medien getragene Globalisierung des (Berufs-)Alltags wie auch von Kultur und Gesellschaft insgesamt, adressiert der forschungsorientierte MA Medienkultur und Globalisierung den Bereich der Medienkommunikation in seiner gesamten Breite von Printmedien (bspw. Zeitung, Zeitschrift) über audiovisuelle Medien (bspw. Film, Fernsehen) bis hin zu digitalen Medien (bspw. computervermittelte Kommunikation und Mobilkommunikation). Damit verbunden ist ein integratives Verständnis von Medienkultur, das ‚Medienkultur‘ nicht auf einen spezifischen Teilbereich von Kultur reduziert, etwa den Bereich hochkulturell geschätzter oder aber populärkultureller Medienprodukte, sondern Kultur insgesamt als durch medial vermittelte Kommunikationsprozesse im weitesten Sinne konstituiert begreift.

Medienkultur und deren aktuelle Globalisierung sind aus einem doppelten Grund der Kernfokus des Masterprogramms: Zum einen können heutige Kulturen und deren Globalisierung jenseits von Medienkommunikation nicht angemessen gefasst werden. Zum anderen ist es nicht möglich, angemessen medienvermittelt – auch in einem ganz praktischen Sinn verstanden – zu kommunizieren, ohne auch den kulturellen Kontext von Kommunikation im Blick zu haben.

Dieser medienkulturelle Ansatz durchbricht die traditionellen Perspektiven einer primär sozialwissenschaftlichen Kommunikations- und Medienwissenschaft wie auch einer primär geisteswissenschaftlichen Medienwissenschaft. Indem er die Prozesse öffentlicher Kommunikation ebenso in den Blick nimmt wie den Bereich der medial vermittelten interpersonalen Kommunikation, erweitert er den vergleichsweise engen Blick publizistischer Studiengänge mit ihrem Fokus auf journalistische Kommunikation, und geht zugleich über literaturwissenschaftliche Medien(kultur)studiengänge mit ihrem ästhetischen Fokus auf Einzelmedien und Medienprodukte hinaus, ohne auf die notwendige fachwissenschaftliche Spezialisierung zu verzichten.

Im Sinne einer solchen übergreifenden Perspektive umfasst das Studiengangskonzept des MA Medienkultur und Globalisierung neben einer vertiefenden theoretischen wie auch methodischen Ausbildung im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich einen disziplinenübergreifenden, wählbaren Ergänzungsbereich mit Studienanteilen in Kulturtheorie, Transkulturellen Medien und Medieninformatik sowie einen unmittelbar an die regionale Medienwirtschaft angebotenen Praxisbereich. Diese Studienstruktur eröffnet den Studierenden breite Wahlmöglichkeiten und Freiräume zur individuellen Schwerpunkt- bzw. Profilbildung.

Dabei ist der MA Medienkultur und Globalisierung inhaltlich konsequent auf eine internationale Ausbildungslandschaft ausgerichtet. Er trägt damit der Tatsache Rechnung, dass nicht nur medial vermittelte Kommunikation an sich immer häufiger auch inter- bzw. transkulturell stattfindet, sondern dass damit auch medienbezogene Berufs- und Tätigkeitsfelder fortschreitenden Globalisierungsprozessen unterworfen sind.

Das integrative Studiengangskonzept konkretisiert sich in folgenden Studienzielen:

- Vertiefende wissenschaftliche und anwendungsbezogene Erarbeitung von Medienkommunikationstheorien in den Bereichen Kommunikator-/ Journalismusforschung, Medienproduktanalyse und Wirkungs-/ Rezeptions-/Aneignungsforschung, jeweils mit Fokus auf Medienkultur und deren Globalisierung;

- Differenzierte Kenntnisse gegenwärtiger medienkultureller Formen, auch der Hybridkommunikation (computervermittelte Kommunikation, Mobilkommunikation);
- Vermittlung von differenzierten Kenntnissen über europäische Mediensysteme und Medienkulturen, ihre historische Entwicklung und Wandlung und internationale Kontextualisierung;
- Kenntnisse im Bereich der Kulturtheorie, transkultureller Medien und Medieninformatik mit einem besonderen Bezug zu Fragen der Medienkultur und deren Globalisierung (als Wahlangebote); Medienpraktische Erfahrungen in Bezug auf mindestens zwei unterschiedliche Medien bei einem Fokus auf Prozesse der Medienkonzeption (als Wahlangebote);
- Kenntnisse und praktische Erfahrungen mit etablierten empirischen Methoden der Medienkulturforschung, insbesondere im Hinblick auf die Konzeption und Realisierung eigenständiger empirischer Forschungsvorhaben zu unterschiedlichen medienkulturellen Phänomenen;
- Medienkulturelle Grundlagenforschung und Medienkulturanalyse insbesondere mit Fokus auf den Wandel und die Globalisierung von Medienkulturen;
- Schlüsselqualifikationen insbesondere im Bereich Konzeptionsplanung, Projektmanagement, Präsentationstechniken, Medienkompetenz, Gesprächsführung und Moderation, Teamarbeit und Führungsaufgaben.

Das spezifische Profil des MA Medienkultur und Globalisierung ergibt sich somit aus einer interdisziplinär geöffneten Fokussierung, einer profilierten Methodenausbildung, einer umfassenden Internationalisierung und schließlich einem klaren Bezug zur medienbezogenen Forschungs- bzw. Berufspraxis:

Disziplinäre und interdisziplinäre Fokussierung: Die Verankerung des MA Medienkultur und Globalisierung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft wird durch den wählbaren Einbezug von Kulturtheorie (Kulturwissenschaft), Transkultureller Medienforschung (Ethnologie) und Medieninformatik (Informatik) erweitert. Hierdurch werden solche Disziplinen integriert, die in hohem Maße relevant erscheinen für eine Auseinandersetzung mit dem in Globalisierung und Digitalisierung greifbaren Wandel gegenwärtiger Medienkulturen.

Integrative Methodenausbildung: Innerhalb des MA Medienkultur und Globalisierung erfolgt eine vertiefende Ausbildung in verschiedenen etablierten Methoden der empirischen Medienkulturforschung, die die Grenzen von theoriefindenden und theorieprüfenden bzw. qualitativen und quantitativen Verfahren bewusst übergreift. Dahinter steht die Auffassung, dass sich gegenwärtige Medienkulturen und deren Kommunikationsprozesse nur mit einem breiten methodischen Instrumentarium analytisch fassen lassen.

Internationale Ausrichtung: Der MA Medienkultur und Globalisierung ist klar international profiliert, einerseits thematisch in der Fokussierung auf Medienkulturen in deren inter- und transkulturellen Kontexten, andererseits organisatorisch in umfassenden internationalen Kooperationen insbesondere mit Partneruniversitäten im europäischen Ausland. Hier bestehen vielfältige Austauschbeziehungen (Erasmus-Verträge), durch die sowohl ausländische Studierende ein Auslandssemester im MA Medienkultur und Globalisierung studieren als auch Studierende des MA Medienkultur und Globalisierung ein Auslandssemester verbringen können.

Betreuter Praxisbezug: Der Praxisbezug des MA Medienkultur und Globalisierung besteht zum einen in der Integration einer wählbaren Praktikumsphase in den Studienverlauf, zum anderen in Lehrkooperationen mit Medienunternehmen und -institutionen aus der Region Bremen und darüber hinaus. Insbesondere auf diesen zweiten Bereich des Praxisbezugs wird insofern großer Wert gelegt, als hierdurch eine Rückbeziehung des Studiengangs an die Berufspraxis erfolgen kann und nicht auf der Ebene des individuellen Engagements z.B. im Rahmen der Praktikumsuche verbleibt. Es bestehen exzellente Kontakte zu regionalen und überregionalen Medienunternehmen und -institutionen, die nicht zuletzt durch den Beirat der Medienstudiengänge langfristig gesichert sind.

Damit stellt der MA Medienkultur und Globalisierung den Anschluss her zu den insbesondere in der britischen Universitätslandschaft etablierten Studienangeboten im Bereich Global Media Culture, profiliert sich gegenüber diesen aber durch eine integrative Methodenausbildung und die Einbindung interdisziplinärer Studieninhalte.

Studienvoraussetzungen und Zulassung

Es bestehen folgende Studienvoraussetzungen für eine Zulassung zum MA Medienkultur und Globalisierung:

- Abgeschlossenes BA-Studium bzw. ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss in kommunikations- und medienwissenschaftlichen oder kulturwissenschaftlichen Fächern oder einem als gleichwertig anerkannten Studiengang mit Studienleistungen im Umfang von mind. 180 CP.
- Eine Mindestnote 2,3 als Gesamtnote des vorangegangenen Abschlusses bzw. des zum Zeitpunkt der Bewerbung erreichten Notendurchschnitts (mind.150 CP).
- Fundierte Grundkenntnisse der Kommunikations- und Medienwissenschaft, die durch eine Schwerpunktsetzung im bisherigen Studium mit mind. 40 CP nachgewiesen werden. Insbesondere sind disziplinäre Kenntnisse im Bereich der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Methodenausbildung, im Bereich der Kommunikator-/Journalismus-/Inhaltsforschung sowie der Nutzungs-/Aneignungs-/Rezeptions-/Wirkungsforschung erforderlich.
- Englische Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 des European Framework. Dies entfällt für Bewerber*innen, die ihre Hochschulzugangsberechtigung oder den letzten Hochschulabschluss an einer englischsprachigen Institution erworben haben.
- Deutschkenntnisse, welche die für die Universität Bremen allgemein geltenden Voraussetzungen bezüglich deutscher Sprachkenntnisse gemäß der „Ordnung über den Nachweis deutscher Sprachkenntnisse an der Universität Bremen“ vom 25. Januar 2012 der jeweils geltenden Fassung erfüllen.
- Ein Motivationsschreiben von max. 2 Seiten, das das besondere Interesse am Masterstudiengang Medienkultur und Globalisierung begründet.

Der Studiengang ist zulassungsbeschränkt und führt ein Auswahlverfahren durch, Verfahren und Auswahlkriterien sind in der Aufnahmeordnung festgelegt. Die Information über die Zulassungsbeschränkung bezieht sich auf das Wintersemester 2018/19.

Die Angaben zu den Studienvoraussetzungen sind ohne Gewähr. Sie sind ein Auszug aus der Aufnahmeordnung vom 15. November 2017. Für Ihre Bewerbung beachten Sie bitte, dass Zulassungsbeschränkung und Aufnahmeordnungen sich jährlich ändern können. Aktuelle Auskünfte finden Sie auf der Internetseite www.uni-bremen.de/master.

Hinweise zu den einzureichenden Unterlagen (Beglaubigung und Übersetzung, Krankenversicherung, Sprachnachweise etc.) finden Sie unter www.uni-bremen.de/master/faq/

Erwartete Interessen und Fähigkeiten

Interesse an Medienkulturen und deren Wandel, Offenheit gegenüber unterschiedlichen Medienkulturen sowie Begeisterung für empirische Projekte und für medienpraktisches, konzeptionelles Arbeiten.

Tätigkeitsfelder

Insgesamt versteht sich der MA Medienkultur und Globalisierung als forschungsorientierter Studiengang mit Praxisanteilen, der eine Brücke zu den sich wandelnden medienbezogenen Berufsfeldern schlägt und damit seinen Absolvierenden breite Berufschancen eröffnet. Das oben dargelegte Portfolio an fachspezifischen wie auch an fächerübergreifenden Schlüsselkompetenzen qualifiziert für eine wissenschaftlich-analytische ebenso wie für eine praktisch-konzeptionelle Auseinandersetzung mit dem Gesamtbereich medial vermittelter Bedeutungsproduktion in gegenwärtigen Medienkulturen. Insbesondere zielt der kommunikations- und medienwissenschaftliche MA Medienkultur und Globalisierung damit auf eine wissenschaftlich fundierte Ausbildung für konzeptionelle Tätigkeiten innerhalb der Medienbranche, die auf die Planung medienkultureller Inhalte, aber auch auf deren Vermarktung fokussiert sind, auf weitergehende Berufsfelder etwa auf dem Gebiet des Marketing, des Projektmanagements oder der Kultur- oder Öffentlichkeitsarbeit, deren Berufspraxis zunehmend durch Mediatisierung geprägt ist, sowie eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung zu gegenwärtigen Medienkulturen.

Studienaufbau und Studieninhalte

Der Studiengang ist als Vollfach konzipiert und auf eine Studiendauer von 2 Jahren oder 4 Fachsemestern angelegt, wobei den Studierenden nahegelegt wird, ein Auslandssemester oder Auslandspraktikum in das Studium zu integrieren.

Insgesamt umfasst das Studium 13 Module. Davon entfallen 4 Module auf einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich A (A.1 Medienkulturen, A.2 Medienwelten, A.3 Medienwandel, A.4 Selbststudienmodul), 4 Module auf einen wählbaren interdisziplinären Ergänzungsbereich B (B.1 Kulturtheorie, B.2 Transkulturelle Medien, B.3 Medieninformatik, B.4 Freies Wahlmodul), 2 Module auf einen ebenfalls durch Wahl gestaltbaren Praxisbereich (C.1 Medienpraktikum, C.2 Medienpraxis) sowie 3 Module auf einen thematisch übergreifenden, kommunikations- und medienwissenschaftlichen Integrationsbereich (D.1 Methoden, D.2 Medienkulturforschung, D.3 Anfertigung der MA-Arbeit inkl. Kolloquium).

Das Grundkonzept des Studiengangs lässt sich damit wie folgt systematisieren:

Struktur des MA Medienkultur und Globalisierung

(A) Kernbereich	(B) Ergänzungsbereich	(C) Praxisbereich
<p>A.1 Medienkulturen (P, 12 CP)</p> <ul style="list-style-type: none"> · S: Vertiefung Medienkommunikation · S: Transkulturelle Kommunikation <p>A.2 Medienwelten (P, 12 CP)</p> <ul style="list-style-type: none"> · S: Medienorganisationen und -innovationen · S: Medienklüfte <p>A.3 Medienwandel (P, 12 CP)</p> <ul style="list-style-type: none"> · S: Kommunikations- und Mediengeschichte · S: Kommunikations- und Medienethik <p>A.4 Selbststudienmodul (WP, 6 CP)</p>	<p>B.1 Kulturtheorie (W, 9 CP)</p> <p>B.2 Transkulturelle Medien (W, 9 CP)</p> <p>B.3 Medieninformatik (W, 9 CP)</p> <p>B.4 Freies Wahlmodul (W, 9 CP)</p>	<p>C.1 Praktikum (W, 9 CP)</p> <p>C.2 Medienkulturpraxis (W, 9 CP)</p>
(D) Integrationsbereich		
<p>D.1 Methoden (WP, 12 CP)</p> <p>D.2 Medienkulturforschung (WP, 12 CP)</p> <p>D.3 MA-Arbeit/Kolloquium (P, 27 CP)</p>		

Von den 13 Modulen des MA Medienkultur und Globalisierung sind 4 Pflichtmodule (P), 3 Wahlpflichtmodule (WP) und 6 Wahlmodule (W). Während die Pflichtmodule eine vertiefende Ausbildung im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich auf einheitlich hohem Niveau sicherstellen, ermöglichen die Wahl- und Wahlpflichtmodule eine individuelle Schwerpunktsetzung seitens der Studierenden. Dabei werden im Rahmen der Wahlpflichtmodule unterschiedliche Seminare (S) angeboten, aus denen die individuell präferierten Veranstaltungen gewählt werden können. Bei den Wahlmodulen hingegen ist eine Wahl zwischen einzelnen Modulen möglich. Insgesamt müssen dabei 3 der angebotenen 6 Wahlmodule besucht werden, wobei je eines aus dem Ergänzungs- und Praxisbereich belegt werden muss, das dritte dagegen frei zuordenbar ist. Somit werden im Laufe des Studiums einschließlich der Abschlussarbeit 10 Module realisiert.

Jedes Modul umfasst in der Regel zwei inhaltlich zusammenhängende Präsenz-Lehrveranstaltungen im Umfang von jeweils 2 Semesterwochenstunden (SWS), die unterschiedliche Lehr-, Lern- und Prüfungsformen integrieren und damit unterschiedliche Fähigkeiten der Studierenden fordern und fördern. Durch Vorträge bzw. Referate, schriftliche Hausarbeiten oder Projektkonzeptionen und -berichte werden die in den Präsenzveranstaltungen erarbeiteten wissenschaftlichen und praktischen Inhalte bezogen auf einzelne thematische Schwerpunkte oder praktische Studien vertieft.

Zur Gewährleistung der Studierbarkeit werden alle Module zyklisch angeboten, d. h. Module des 1. und 3. Fachsemesters jeweils im Wintersemester, Module des 2. und 4. Fachsemesters jeweils im Sommersemester. Auf diese Weise werden alle Pflicht- und Wahlpflichtveranstaltungen im Immatrikulationszyklus realisiert.

Insgesamt beläuft sich der Umfang des Masterstudiums Medienkultur auf 30 bis 34 SWS (je nachdem, ob das Praktikum als Wahlmodul gewählt wird oder nicht), wobei die Präsenz pro Semester in den ersten eineinhalb Studienjahren je nach Wahl zwischen 10 und 12 SWS liegt, im letzten Fachsemester bei 2 SWS für das Betreuungskolloquium.

Die Rücknahme der Präsenz im 4. Semester begründet sich in der wachsenden Kompetenz der Studierenden zum forschenden Selbststudium und zur eigenständigen Projektarbeit. Sie zielt darauf, den Raum für die Erstellung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit zu schaffen.

Bezogen auf eine Studiendauer von 4 Semestern ergibt sich folgender Studienverlauf:

Das 1. Semester dient einer Vertiefung der Grundlagen im Bereich der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Medienkulturforschung und bietet eine erste Orientierung im Bereich der Medienkulturpraxis, die in den folgenden Semestern auf individuellen Wunsch hin weiter vertieft werden kann. Ziel ist die Erarbeitung eines einheitlichen Begriffsapparats in der Studierenden-gruppe.

Der Fokus des 2. Semesters liegt auf den Methoden der empirischen Medienkulturforschung. In diesem Semester ist nicht nur das Methodenmodul lokalisiert, darüber hinaus beginnt auch das zweisemestrige Forschungsseminar mit der Entwicklung des empirischen Studierendenprojekts. Daneben dient das zweite Fachsemester der vertiefenden Auseinandersetzung mit weiteren Teilbereichen von Medienkultur mit besonderer Akzentsetzung auf Fragen verschiedener globalisierter Medienwelten.

Im Zentrum des 3. Semesters steht die Forschungspraxis. Erstens wird in den Forschungsseminaren die Datenerhebung und -auswertung realisiert; zweitens bearbeiten die Studierenden ihre Selbststudienmodule. Dabei erfolgt eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem globalisierten Medienwandel. Daneben finden auch in diesem Semester Medienpraxisveranstaltungen statt und kann bei Interesse das freiwillige Medienkulturpraktikum realisiert werden. Dass dies im 3. Fachsemester empfohlen wird, fußt nicht nur auf didaktischen Überlegungen (Kenntnis der entscheidenden Vertiefungen und Methoden), sondern auch auf berufspraktischen Erwägungen: Den Studierenden soll es ermöglicht werden, in diesem Semester umfassende Kontakte zu Unternehmen und Institutionen aufzubauen/zu vertiefen, die als mögliche Arbeitgeber in Frage kommen. Ziel ist, einen möglichst raschen Einstieg in den Berufsalltag nach Abschluss des Studiums vorzubereiten.

Das 4. Semester ist auf den zielgerichteten Abschluss des Studiums fokussiert, d. h. auf das Verfassen der MA-Arbeit und deren Verteidigung.

Studienplan

1. Semester

Modul	Lehrveranstaltungen	SWS	LN	CP
A.1 Medienkulturen (P)	<ul style="list-style-type: none"> · Vertiefung Medienkommunikation (S) · Transkulturelle Kommunikation (S) 	2 2	KP	12
B.3 Medieninformatik (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Lehrveranstaltungen aus den Angeboten der Medieninformatik (S) 	2 2	KP	9
B.1 Kulturtheorie (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Grundlagen der Kulturtheorie (S) · Kulturtheorie an aktuellen Fallbeispielen (S) 	2 2	KP	9
B.4 Freies Wahlmodul (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Lehrveranstaltungen aus anderen Masterstudiengängen 			9
C.1 Medienpraktikum (W)	<ul style="list-style-type: none"> · fakultatives Praktikum von 8 Wochen, wählbar ab erstem Fachsemester 		ET	9
C.2 Medienpraxis (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Praxisseminar 1 (S) 	2	KP	3

2. Semester

Modul	Lehrveranstaltungen/Prüfungen	SWS	LN	CP
A.2 Medienwelten (P)	<ul style="list-style-type: none"> · Medienorganisationen und -innovationen (S) · Medienklüfte (S) 	2 2	KP	12
B.2 Transkulturelle Medien (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Grundlagen der Medienanthropologie (S) · Visuelle Anthropologie und Medienethnografie (S) 	2 2	KP	9
B.4 Freies Wahlmodul (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Lehrveranstaltungen aus anderen Masterstudiengängen (alt. zum 1. Fachsemester) 			9
C.2 Medienpraxis (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Praxisseminar 2 (S) 	je 2	KP	je 3
D.1 Methoden (WP)	<ul style="list-style-type: none"> · Methoden der Medienkulturforschung (S) · Methodenpraxis (Ü) 	2 2	MP	12
D.2 Medienkultur-forschung (WP)	<ul style="list-style-type: none"> · Forschungsseminar Teil 1 (S) 	2	KP	6

3. Semester

Modul	Lehrveranstaltungen/Prüfungen	SWS	LN	CP
A.3 Medienwandel (P)	<ul style="list-style-type: none"> · Kommunikations- und Mediengeschichte (S) · Kommunikations- und Medienethik (S) 	2 2	KP	12
B.3 Medieninformatik (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Lehrveranstaltungen aus den Angeboten der Medieninformatik (S) 	2 2	KP	9
A.4 Selbststudienmodul (WP)	<ul style="list-style-type: none"> · Selbststudieneinheit 		MP	6
B.4 Freies Wahlmodul (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Lehrveranstaltungen aus anderen Masterstudiengängen (alt. zum 1. o. 2. Fachsemester) 			9
C.2 Medienpraxis (W)	<ul style="list-style-type: none"> · Praxisseminar 3 (S) 	2	KP	3
D.2 Medienkultur-forschung (WP)	<ul style="list-style-type: none"> · Forschungsseminar Teil 2 (S) 	2	KP	6

4. Semester

Modul	Lehrveranstaltungen/Prüfungen	SWS	LN	CP
D.3: MA-Arbeit inkl. Kolloquium (P)	<ul style="list-style-type: none"> • Betreuungskolloquium für MA-Kandidaten/-innen • MA-Arbeit und Verteidigungskolloquium 	2	MA- Thesis	27

S = Seminar; Ü = Übung; V = Vorlesung

P = Pflichtmodul; W = Wahlmodul; WP = Wahlpflichtmodul

MP = Modulprüfung; KP = Kombinationsprüfung; ET = erfolgreiche Teilnahme

SWS = Semesterwochenstunden; LN = Leistungsnachweis; CP = Credit Points

Studienschwerpunkte/Vertiefungsrichtungen

- Der Masterstudiengang Medienkultur und Globalisierung vermittelt mit Fokus auf seine allgemeinen Ausbildungsziele klare Fähigkeiten für eine sowohl wissenschaftlich-analytische als auch praktisch-konzeptionelle Auseinandersetzung mit gegenwärtigen Medienkulturen und deren Globalisierung. Im Einzelnen sind hier folgende Bereiche zu nennen:
- Analysekompetenzen: Innerhalb des Studiengangs wird auf strukturierte Weise ein kommunikations- und medienwissenschaftlicher Begriffsapparat vermittelt, der es ermöglicht, gegenwärtigen und historischen Wandel von Medienkulturen auf unterschiedlichen Ebenen (bspw. Produktion, Produkt, Aneignung) zu erfassen, analytisch einzuordnen und zu bewerten.
- Methodische Kompetenzen: Der Studiengang vermittelt breite methodische Kompetenzen im Bereich der empirischen Medienkulturforschung, indem unterschiedliche etablierte Methoden anwendungsbezogen vermittelt und im Rahmen eigenständiger empirischer Projektarbeit forschungspraktisch erprobt werden.
- Inter- und transkulturelle Kompetenzen: Vor dem Hintergrund, dass gegenwärtige Medienkulturen zunehmend durch die fortschreitende Globalisierung der Medienkommunikation geprägt sind, werden in dem Studiengang umfassende selbstreflexiv ausgerichtete Kompetenzen im Bereich transkultureller Prozesse bzw. der inter- und transkulturellen Kommunikation vermittelt.
- Praktische Kompetenzen: Im Rahmen des Studiums findet schließlich eine medienpraktische Ausbildung statt, die insbesondere auf konzeptionelle Fähigkeiten (bspw. Medien- und Produktplanung, Medienmanagement, Medienkonzeption und -evaluation) ausgerichtet ist.

Pflicht- und Wahlpflichtfächer

- Die Module im A-Bereich sind Pflichtmodule und müssen von allen Studierenden absolviert werden. Wahlmöglichkeiten bestehen vor allem im Ergänzungs-, Praxis- und Integrationsbereich:
- Es sind drei Wahlmodule über den Ergänzungs- und Praxisbereich hinweg zu wählen, wobei die Regel gilt, dass ein Wahlmodul aus dem Ergänzungs- und eines aus dem Praxisbereich kommen muss, das dritte ist frei zuordnenbar.
- Innerhalb des Moduls Medieninformatik (B.3) werden zwei Veranstaltungen aus einem Pool ausgewählter Veranstaltungen des Studiengangs ‚Digitale Medien‘ belegt.
- Das Freie Wahlmodul (B.4) beinhaltet frei wählbare Angebote aus anderen Master-Studiengängen (in Ausnahmefällen und nach Absprache auch aus anderen Bachelor-Studiengängen). Die Prüfungen finden hier gemäß den Prüfungsordnungen der jeweiligen Studiengänge statt.
- Das Unternehmen bzw. die Institution, bei denen das Medienpraktikum (C.1) über mindestens acht Wochen fakultativ abgeleistet wird, kann in Rücksprache mit dem/der Praktikumsbetreuer*in frei gewählt werden, so lange es auf den Gegenstandsbereich ‚Medienkommunikation‘ ausgerichtet bleibt.
- Die Praxisseminare des Moduls Medienpraxis (C.2) können aus einem umfangreichen Angebot medienpraktischer Lehrveranstaltungen ausgewählt werden.
- Im Integrationsbereich bestehen innerhalb des verpflichtenden Methodenmoduls (D.1) Möglichkeiten der Wahl bei der praktischen Einübung einzelner Methoden. Beim zweisemestrigen Modul Medienkulturforschung (D.2) kann unter einem wechselnden Angebot aktueller Forschungsveranstaltungen ausgewählt werden.
- Auch das Thema des im Kernbereich eigenverantwortlich realisierten Selbststudienmoduls (A.4) ist im Gegenstandsbereich des Studiums frei wählbar.

- Ziel dieser Kombination von Pflicht-, Wahl- und Wahlpflichtangeboten ist es, einerseits ein gemeinsames hohes Ausbildungsniveau des Studiengangs sicherzustellen, andererseits individuelle Wahlmöglichkeiten zu eröffnen, um sowohl im Bereich der forschungsorientierten Lehrveranstaltungen als auch im Bereich der praxisorientierten Lehrveranstaltungen eine individuelle Profilierung zu erlauben. Aktuelle Wahlangebote können der Homepage des Studiengangs entnommen werden.

Praktikum

Das Modul C.1 „Praktikum“ (Wahlmodul) wird als ein achtwöchiges, betreutes, aber freiwilliges Praktikum in der vorlesungsfreien Zeit realisiert. Bei der Vermittlung von Kontakten zu entsprechenden Unternehmen sind der Praxisbeauftragte des IPKM und das Praxisbüro des Fachbereichs 9 behilflich, um sicherzustellen, dass alle interessierten Studierenden einen Praktikumsplatz erhalten. Abgeschlossen wird das Praktikum durch einen zehnteiligen, schriftlichen Kurzbericht an die Praktikumsbetreuer*in, in dem die Transfererfolge des Praktikums reflektiert werden.

Typische Lehrveranstaltungsformen

Das Lehrangebot des MA Medienkultur und Globalisierung umfasst Seminare, Vorlesungen, Praxisseminare, Praktika und Exkursionen sowie Kolloquien und Selbststudienmodule. Seminare sind die Hauptunterrichtsform des MA Medienkultur und Globalisierung. Sie dienen der Vertiefung der Fachkenntnisse und behandeln aktuelle Aspekte und Entwicklungen der Forschung und Praxis. Vorlesungen vermitteln das systematische Verständnis der Grundlagen des Stoffgebietes. Praktika sowie Exkursionen zu Medienunternehmen stellen unmittelbare Bezüge zwischen den in Vorlesungen und Seminaren erlernten Theorien zur Praxis her. Das Forschungskolloquium bietet eine Plattform für Diskussionen der aktuellen wissenschaftlichen Theorieentwicklung und empirischen Forschung. Im Selbststudienmodul eignen sich die Studierenden wissenschaftliche Kenntnisse teilweise in Eigenleistung an oder vertiefen bekannte Theorien und Verfahren.

Unterrichtssprache

Deutsch und Englisch

Auslandssemester

Möglich/Erwünscht

(Forschungs-)Kooperationen

Im Bereich der Forschung ist der Masterstudiengang Medienkultur und Globalisierung rückbezogen auf die Forschungsaktivitäten des Zentrums für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) des Fachbereichs 9 Kulturwissenschaften in Kooperation mit den Fachbereichen 3 Mathematik/Informatik und 12 Erziehungs- und Bildungswissenschaften. Die 2005 als Forschungsinstitut IMKI gegründete und 2011 in ein Forschungszentrum (ZeMKI) umgewandelte Einheit trägt den Forschungsschwerpunkt Medien und kultureller Wandel bzw. Mediatisierung in Kooperation zwischen Sozial- und Kulturwissenschaften und Medieninformatik und veranstaltet ein Forschungskolloquium, an dem auch die Studierenden des Masterstudiengangs Medienkultur partizipieren. Die Lehre im MA Medienkultur und Globalisierung ist eng vernetzt mit den am ZeMKI durchgeführten Forschungsprojekten und -aktivitäten, wodurch forschungsorientiertes Lehren und Lernen an der Schnittstelle von Kultur- und Sozialwissenschaften und Technikwissenschaften gefördert wird. Das Institut für historische Publizistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft (IPKM) koordiniert die Lehrangebote in den Studiengängen BA Kommunikations- und Medienwissenschaft, MA Medienkultur und Globalisierung, ab WS 2018/2019 MA Digital Media and Society sowie Lehrangebote im Medienbereich des Studiengangs BA Kulturwissenschaft.

Internationalisierung

Der Masterstudiengang Medienkultur und Globalisierung ist klar international profiliert, was auf verschiedenen Ebenen greifbar wird. So sind die Inhalte aller Module nicht nur auf den deutschen Kulturraum bezogen, sondern Medienkultur wird in dem Studiengang insgesamt als ein zunehmend von Globalisierungsprozessen geprägtes Phänomen begriffen. Entsprechend wird nicht nur dezidiert internationale, insbesondere englischsprachige Grundlagenliteratur in die Lehre einbezogen, sondern alle Module können neben Deutsch auch auf Englisch unterrichtet werden.

Darüber hinaus werden insbesondere in das Modul D.2 Medienkulturfor-
schung, wann immer möglich, ausländische Gastforscher*innen einbezogen.
Ziel hierbei ist nicht nur, den Gegenstandsbereich von Medienkultur stärker
transkulturell zu kontextualisieren. Gleichzeitig geht es auch darum, im Be-
reich der Projektrealisierung fremdsprachliche Kommunikationsfähigkeiten zu
trainieren.

Weiterhin wird den Studierenden angeboten, einen Auslandsaufenthalt in das
Studium zu integrieren, wobei Auslandssemester für das dritte Fachsemester
bzw. ‚zwischen‘ drittem und viertem Fachsemester (also in den Wintersemes-
terferien bei vorher verkürztem dritten Fachsemester in Bremen) empfohlen
werden. Alternativ ist ein Auslandspraktikum im Anschluss an das dritte Fach-
semester möglich. Mit folgenden Universitäten wurden Erasmus-Verträge
abgeschlossen: Katholische Universität Leuven (Belgien), Freie Universität
Brüssel (Belgien), Universität Tampere (Finnland), Université Charles de
Gaulle Lille 3 (Frankreich), Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
(Frankreich), Université Paris 8 Vincennes - Saint Denis (Frankreich), Univer-
sität Oslo (Norwegen), Universität Klagenfurt (Österreich), Universität Karlstad
(Schweden), Södertörn University (Schweden), Universität Stockholm
(Schweden), Università della Svizzera italiana, Lugano (Schweiz), Univer-
sidad Carlos III de Madrid (Spanien), Charles University, Prag (Tschechien),
Universität Bahcesehir, Istanbul (Türkei) (*Änderungen vorbehalten!*). Für
fachspezifische Information und Betreuung des Studierendenaustauschs so-
wie als Ansprechpartner*in für die Koordination der Auslandskontakte ist
die/der Internationalisierungsbeauftragte des IPKM zuständig; die organisato-
rische Abwicklung liegt in der Hand des International Office der Universität
Bremen.

Studienbeginn, Semesterzeiten und Studiendauer

Studienbeginn: jeweils im Wintersemester

Regelstudienzeit: 4 Semester

Nach dieser Regelstudienzeit richtet sich die BAföG-Förderung.

Sommersemester 2019

Veranstaltungszeit: 01.04.19 - 12.07.19

Veranstaltungsfrei: 15.04.19 - 18.04.19

Wintersemester 2019/20

Veranstaltungszeit: 14.10.2019 - 02.02.2020

Veranstaltungsfrei: 23.12.2019 - 04.01.2020

Sommersemester 2020

Veranstaltungszeit: 14.04.2020 - 17.07.2020

Zu Beginn der Veranstaltungszeit des ersten Semesters und zum Teil auch schon vorher werden die neuen Studierenden in das Studium eingeführt. Beachten Sie für die Einführung zum Wintersemester das Uni-Start-Portal www.uni-bremen.de/uni-start, ansonsten wenden Sie sich an die Studienfachberatung (siehe unter Kontakt hinten).

Abschluss

Master of Arts

Lehrende/Professuren mit Forschungsgebiet

5 Professuren im Fach Kommunikations- und Medienwissenschaft, im Wahlbereich 3 Professuren im Bereich der Kulturwissenschaft und 2 Professuren im Bereich der Digitalen Medien

Studierende im ersten Semester

Weiblich: 22, männlich: 3 (Stand: Wintersemester 2017/18)

Kosten und Wohnen

Der **Semesterbeitrag** liegt im Wintersemester 2018/19 bei **361,12 Euro**. Darin enthalten ist ein **Semesterticket** für den öffentlichen Bahn- und Busverkehr. Informationen zum aktuellen Semesterbeitrag finden Sie unter www.uni-bremen.de/semesterbeitrag

Ab dem 15. Hochschulsesemester und ab dem 55. Lebensjahr fallen zusätzlich 500 € **Studiengebühren** an. Informationen zu den Studiengebühren unter www.uni-bremen.de/studiengebuehren

Auf www.bremen.de werden die Stadt und das Land Bremen vorgestellt. Dort und unter www.studentenwerk.bremen.de werden **Wohnungsangebote** veröffentlicht. Studierende, die ihren Erstwohnsitz nach Bremen verlegen, erhalten ein Begrüßungsgeld von 150 €

Eine Übersicht über Möglichkeiten der **Studienfinanzierung** finden Sie unter www.uni-bremen.de/studienfinanzierung

Informationen für **internationale Studierende** zu **Visum, Krankenversicherung und Finanzen** finden Sie unter www.uni-bremen.de/formalitaeten-fuer-internationale-studierende

Bewerbung und Einschreibung

Frist für die Antragsstellung

Wintersemester: 15. Juni (für das erste und höhere Fachsemester)

Sommersemester: 15. Januar (nur für höhere Fachsemester)

Eine **Bewerbung für das 1. Fachsemester** ist nur zum Wintersemester möglich. **Fortgeschrittene Studierende** können sich zum Winter- und Sommersemester bewerben.

Wenn das vorangegangene Bachelorstudium bis zum Bewerbungsschluss am 15. Juni noch nicht abgeschlossen ist, jedoch Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von mindestens 150 CP erbracht worden sind, ist eine Antragstellung zum Wintersemester als Studienanfänger*in möglich. Voraussetzung ist, dass die Bewerbung die weiteren Aufnahmevoraussetzungen bis auf die Sprachkenntnisse erfüllt. Im Falle einer Zulassung müssen für die Immatrikulation der erfolgreiche Bachelor-Abschluss sowie die geforderten Sprachkenntnisse spätestens zwei Wochen nach Lehrveranstaltungsbeginn nachgewiesen werden.

Eine **Bewerbung für ein höheres Fachsemester** ist möglich, wenn bereits das Erststudium ganz oder fast abgeschlossen wurde. Der Abschluss ist durch eine offizielle Studien- und Leistungsübersicht nachzuweisen. Insgesamt dürfen nur 15 CP für den Bachelorabschluss fehlen.

Darüber hinaus müssen fortgeschrittene Bewerber*innen anrechenbare Studienleistungen für den beantragten Masterstudiengang im Umfang von mindestens 10 CP nachweisen. Die anrechenbaren Studienleistungen können nur durch ein Studium im beantragten oder einem fachlich entsprechenden Masterstudiengang erworben werden. Der Nachweis über die anrechenbaren Studienleistungen im Umfang von mindestens 10 CP muss bei zulassungsbeschränkten Masterstudiengängen (Z) bis zum Ende der Bewerbungsfrist, bei zulassungsfreien Masterstudiengängen bis zum 31. März (Sommersemester) bzw. 30. September (Wintersemester) vorliegen.

Antragstellung online über www.uni-bremen.de/master

Die Antragstellung erfolgt online über das Masterportal des Sekretariats für Studierende www.uni-bremen.de/master. Die Onlinebewerbung steht ca. 8 Wochen vor Ende der Bewerbungsfrist zur Verfügung. Für Sonderanträge (z.B. Fortgeschrittene, Härtefälle) bitte nur die Formulare nutzen, die von der Universität Bremen im Internet zur Verfügung gestellt werden. Alle Unterlagen, die mit der Einschreibung eingereicht werden müssen, werden mit dem Zulassungsbescheid/der Einschreibbestätigung mitgeteilt.

Sekretariat für Studierende Sfs

Ansprechpartner für Bewerbung, Rückmeldung, Beurlaubung, Adressänderungen sowie für Master und internationale Bewerber*innen/Studierende

Besuchsadresse: Bibliothekstraße 1, Verwaltungsgebäude,
Erdgeschoss, Eingangsbereich

Postadresse: Universität Bremen, Sekretariat für Studierende
Postfach 33 04 40, 28334 Bremen

Telefon: 0421 218-61002 Fax: 0421 218-61125
apply@uni-bremen.de, master@uni-bremen.de
www.uni-bremen.de/sfsi, www.uni-bremen.de/master

Öffnungszeiten: Mo, Di & Do 9–12 Uhr, Mi 14–16 Uhr (ohne Voranmeldung)

Kontakt

Internetadresse des Studiengangs

www.uni-bremen.de/medien/

Verwaltung/Geschäftsstelle

Informationen und Informationsmaterial über den Studiengang

Institut für historische Publizistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft (IPKM)

Heide Pawlik

ZeMKI, Raum 40290, Linzer Str. 4, 28359 Bremen

0421 218 67601

hpawlik@uni-bremen.de

Sprechzeit: Mo–Mi 11–13 Uhr

Studienzentrum

Anlaufstelle bei allgemeinen Fragen zum Studium.

Juliane Schoppe und Dr. Monika Urban

SFG, Raum 3280

0421 218 67511

studienzentrumfb9@uni-bremen.de

www.studienzentrum-fb9.uni-bremen.de

Studienfachberatung

Die Studienfachberatung des MA Medienkultur und Globalisierung berät überblickend insbesondere vor und bei Studienbeginn bzw. zur Bewerbung.

Prof. Dr. Andreas Hepp

ZeMKI, Raum 40200, Linzer Str. 4. 28359 Bremen

0421 218 67620

andreas.hepp@uni-bremen.de

Praxisbüro

Beratung und Unterstützung für Studierende bei der Vorbereitung, Planung und Durchführung von Praktika sowie bei der beruflichen Orientierung

Praxisbüro FB 9

Wiltrud Hoffmann

SFG, Raum 3090

0421 218-67510

praxfb9@uni-bremen.de

Servicestellen der Universität

www.uni-bremen.de/studium/beratung-service

Angebote und Informationen für internationale Studierende

Wohnen, Arbeiten, Finanzierung, Sprachen lernen

www.uni-bremen.de/angebote-fuer-internationale-studierende

Information und Beratung zu Aufenthaltsrecht und zur sozialen Sicherung:

www.inneremission-bremen.de/beratungen/internationale_studierende

Studentische Interessenvertretung

StugA Media and Communications/Culture (MAC)

Studentische Vertretung im Studiengang

stugamac@uni-bremen.de

<http://de-de.facebook.com/stugamac>

Allgemeiner Studierendenausschuss (AStA)

Studentische Vertretung für die gesamte Universität

Serviceangebote: BAföG- und Sozialberatung, Kinderbetreuung

AStA-Etage, Studentenhaus (StH)

www.asta.uni-bremen.de

Aktualisiert: 12/2018 (Mo)

KONTAKT

Zentrale Studienberatung

Besuchsadresse:

Bibliothekstr. 1, Verwaltungsgebäude VWG,
Haupteingang, Erdgeschoss, Flur links

Postadresse:

Universität Bremen
Zentrale Studienberatung
Postfach 33 04 40
28334 Bremen

0421 218-61160

zsb@uni-bremen.de

www.zsb.uni-bremen.de

Beratungszeiten (ohne Voranmeldung):

Mo, Di & Do 9–12 Uhr

Mi 14–16 Uhr

Zusätzliche Termine für Berufstätige und Auswärtige
nach Vereinbarung