



StuZ MuK

Studentische Zeitschrift für Medien und Kommunikation



Abstracts zu Seminararbeiten

Gefährliche Liebschaften

Analog vs. Digital

Wo Unsichtbares sichtbar wird

Abstracts zu Bachelorarbeiten

How I Met Your Mother

Filmtipps für MuK'lerinnen

Venus im Pelz

David Wants to Fly –

ein yogisches Abenteuer

StuZ MuK unterwegs

Utopien - GfM 2015

FAQ

Sprachkurse

Master



StuZ MuK

Studentische Zeitschrift für Medien und Kommunikation

Das Universitätskolleg fördert studentische Initiativen, wie StuZ MuK.
Wir bedanken uns herzlichst für die tolle Unterstützung.

Wenn du auch eine tolle Idee hast,
dann schreib an
stif.kolleg@uni-hamburg.de.

Der Einfachheit halber verwenden wir die weibliche Form.
Gemeint sind immer alle Geschlechter.



Inhaltsverzeichnis

Vorwort

NIHAL UND DANIELA.....	4
PROF. DR. LILIENTHAL Loslassen - ein Geleitwort.....	5

Abstracts zu Seminararbeiten

CORINNA BRAASCH Gefährliche Liebschaften.....	6
ALEX PUTZER Analoges vs. Digitales Compositing	7
SUSAN ENGELS Wo Unsichtbares sichtbar wird und die Ursache unsichtbar bleibt	8
JAN PRIES Messung von Agenda-Setting-Effekten.....	9
JULIA WEBER Mediale Selbstreferentialität am Beispiel von Woody Allens <i>The purple rose of Cairo</i>	11
DANIELA FRIEDRICH Gender in <i>The Walking Dead</i>	12

Abstracts zu Bachelorarbeiten

ANTONIA SCHAEFER „Framing Europe“ aus Gewinner- und Verliererperspektive.....	14
JOHANN JAKOB MAINTZ Formen und Funktionen unzuverlässigen Erzählens in der Sitcom <i>How I Met Your Mother</i>	15

Rein theoretisch

ERIC ZIESE Nachrichtenwerttheorie	18
CATHARINA GERBER Kultivierungshypothese	20

Rausgepickt und Überblickt

JASMIN KERMANCHI <i>Unveiling television's apparatus on screen as a 'para-interactive' strategy</i>	22
LISA SCHACHTSCHNEIDER <i>Reflexivität und Genrereflexivität im Spielfilm. Begriffsklärungen und Überlegungen zu Genrereflexionen im zeitgenössischen Kino</i>	24

Filmtipps für MuK'lerinnen

ANTONIA SCHAEFER <i>Venus im Pelz</i>	26
CATHARINA GERBER <i>David wants to Fly - ein yogisches Abenteuer</i>	27

StuZ MuK unterwegs

NIHAL KANTEKIN <i>Utopien - Wege aus der Gegenwart</i>	28
--	----

Frequently Asked Questions

JASMIN KERMANCHI Wo kann ich Sprachkurse belegen?	30
MALIN STELZNER Was muss ich bei der Bewerbung zu bestimmten Masterstudienplätzen beachten?.....	31

Impressum.....	32
----------------	----

Liebe Studierende, liebe Lehrende, liebe interessierte Leserinnen, die dritte Ausgabe von StuZ MuK ist nun erschienen. Wir sind unglaublich stolz auf dieses Werk und auf unsere Redaktion, die diese Ausgabe nun auch fast ohne uns auf die Beine gestellt hat. Jasmin Kermanchi hat die Aufgaben der Chefredaktion übernommen und Eric Ziese ist als Chef vom Dienst angetreten. Die beiden haben fast alle organisatorischen Aufgaben von uns übernommen. Verdammst gut gemacht ihr zwei! Gemeinsam mit Lisa Schachtschneider, Catharina Gerber, Malin Stelzner und Antonia Schäfer habt ihr die Auswahl der Abstracts erstmals anonymisiert in einem Double-Blind-Verfahren vorgenommen, die Texte aller Rubriken unter euch aufgeteilt und geschrieben und uns rechtzeitig daran erinnert, dieses Vorwort zu schreiben. Danke dafür. Für uns hieß das vor allem eines: loslassen.

Neu in dieser Ausgabe ist, dass wir unseren Call auch an andere Institute und Studiengänge richten. Zwar sprechen wir nicht mehr exklusiv die Medien- und Kommunikationswissenschaften an, aber der stuzige Bezug zu Medien und Kommunikation bleibt uns wichtig. So begrüßen wir in dieser Ausgabe auch Autorinnen aus der Germanistik und Linguistik. Außerdem haben wir auch Arbeiten aus Masterstudiengängen aufgenommen.

Wir freuen uns auch sehr darüber, dass StuZ MuK für 2015 und 2016 eine weitere Förderung durch das Universitätskolleg erhält. Im November findet die Jahrestagung des Universitätskollegs statt, auf

der wir u.a. die redaktionelle Arbeit von StuZ MuK zusammen mit der Redaktion des Universitätskollegs vorstellen.

Mit StuZ MuK geht es aufregend weiter. Wir möchten unsere Redaktion ausbauen, um eure tollen Einreichungen zu bewältigen, neue Rubriken entwickeln und das Format StuZ MuK weiterentwickeln. Um bei StuZ MuK mitzuwirken, ist es nicht wichtig, was ihr studiert oder wie lange schon. Es zählt, ob ihr Lust habt mit uns zusammen darauf aufmerksam zu machen, dass wir als Studentinnen tolle Arbeiten und interessante Themen zu bieten haben. Traut euch! Reicht eure Arbeiten ein oder werdet Mitglied in der Redaktion.

Wir freuen uns auf euch!

Bleibt stuZig



Nihal und Daniela
Herausgeberinnen

Loslassen - ein Geleitwort

Das kennen alle Autorinnen, gleich ob Studierende, fertige Wissenschaftlerinnen, Schriftstellerinnen oder Journalistinnen: die Starre vor dem leeren Blatt Papier, die verzweifelnde Suche nach dem ersten Satz, den *horror vacui*. Da empfiehlt sich: *Loslassen!* Getreu dem Motto dieser Ausgabe von *StuZ MuK*. Doch leichter gesagt als getan. Frisch ans Werk: eine steile These an den Anfang stellen? Oder nicht doch besser ein Zitat? Eine anschauliche Szene, die die Leserin mitten ins Thema führt? Eine Idee muss her, besser zwei und dann die Entscheidung, welche die beste ist.

Loslassen kann aber auch bedeuten, mit dem linearen Erzählen zu brechen. Also vielleicht nicht den Anfang zuerst schreiben, sondern ein Mittelstück zu einem Aspekt, bei dem man sich besonders sicher fühlt. Ist dieser Baustein erst mal abgespeichert, kann das ganze Werk, die Bachelor- oder Masterarbeit, rund um diesen Nukleus wachsen. Bei Dissertationen ist das sogar eher die Regel: erst Forschungsstand und Theorie, Methodik und Ergebnisse. Das große Vorwort voll der Versprechungen, wieviel Desiderate man entdeckt hat und wieviel Forschungslücken man zu schließen gedenkt, wird ganz zum Schluss, mit letztem Atem, aufgesetzt.

Wissenschaftliches Schreiben ist ein Handwerk, also erlernbar. Es gehört aber weit mehr dazu als Zitationsregeln, ein gut gefülltes Citavi, routinierter Referatestil und ein bisschen Struktur. Orthographie und Grammatik sollten selbstverständlich sein – aber sind sie das? Und wie steht es um den Stil, um die richtige Ton-

lage? Nüchternheit, Klarheit und der Verzicht auf Umgangsdeutsch und schlechte Metaphern gehören ganz bestimmt zu den Grundsätzen guten wissenschaftlichen Schreibens. Trotz Sachlichkeit darf man der eigenen Abschlussarbeit aber auch sprachlich Leidenschaft einhauchen. Indem man zum Beispiel die Koryphäen des Faches nicht nur gläubig zitiert und monoton referiert, sondern sich mit ihnen kritisch und argumentativ auseinandersetzt. Das erst macht der Prüferin die eigene Gedankenarbeit glaubhaft.

Wie machen es die anderen? Es ist kein Plagiat, wenn man sich beim Schreibenlernen am ‚Kopieren alter Meister‘ versucht. Malen lernt man beim genauen Blick auf Rembrandt, Picasso, Richter – Schreiben beim Lesen guter Bücher. Und die müssen nicht mal wissenschaftlich sein.

Und später dann die Dissertation? Ein anstrengendes Unterfangen. Drum prüfe, wer sich auf drei, vier Jahre bindet. Wen aber die Kraft auf der Strecke verlässt, der sollte Mut zum Verzicht haben. Wieder heißt es: *Loslassen!*



Prof. Dr. Volker Lilienthal
Inhaber der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur
am Institut für Journalistik und
Kommunikationswissenschaft.

Gefährliche Liebschaften

Eine sprachliche Analyse der *mach's mit*-Kampagne der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

CORINNA BAARSCH

Bei der Seminararbeit handelt es sich um eine werbewissenschaftliche Einordnung und sprachwissenschaftliche Analyse der *mach's mit*-Kampagne der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Die Kampagne ist seit 1993 multimedial in Deutschland sichtbar. Anhand von vier exemplarischen Untersuchungen wird gezeigt, wie sich die Kampagne im Lauf der Jahre (von 1993 bis 2012) entwickelt – sowohl auf visueller als auch auf sprachlicher Ebene. Im Vordergrund der Untersuchungen stehen deshalb die Motive, die Text-Bild-Relation und die Sprachspiele, mit denen die Zielgruppe angesprochen wird. Im Verlauf der Kampagne wird in der Zielgruppenansprache außerdem eine Art „Desensibilisierung“ deutlich. Anfang der 90er Jahre wird provokativ mit der Abbildung von Kondomen geworben, um das Präservativ zu einem alltäglichen Gegenstand zu machen. Heute wird eine größtenteils aufgeklärte Gesellschaft angesprochen, die den Menschen

und seine individuellen Wünsche in den Vordergrund stellt. Die Kampagne konzentriert sich deshalb in ihrer vierten Staffel mithilfe von kognitiv überraschenden Reizen, die durch einen Bruch von Text und Bild erzeugt werden, auf die sexuellen Bedürfnisse des Individuums. Zudem wirbt sie mit sogenannten Testimonials.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Kampagne ist das Social Marketing, da kein wirtschaftlicher Erfolg durch die Rezipientinnen entsteht, sondern vielmehr eine bestimmte Verhaltensweise angesteuert werden soll. Deutlich erkennbar in der Entwicklung ist außerdem die zunehmende Komplexität der Kampagne. So verändert sich nach und nach der vermittelte Informationsgehalt – vom Ziel der Etablierung des Kondoms zur zusätzlichen Aufklärung über andere sexuell übertragbare Krankheiten neben HIV.

Ziel der Arbeit war es, mithilfe von exemplarischen Untersuchungen zu zeigen, wie sich die Präventionskampagne in Bild



Corinna studiert deutsche Sprache und Literatur im Hauptfach mit dem Nebenfach Betriebswirtschaftslehre. Ihre Hausarbeit hat sie im 4. Semester im Seminar „Printwerbung analysieren“ bei Frederike Eggs geschrieben.

Heute sagt sie zu ihrer Hausarbeit:

„Werbesprache war für mich während meines Studiums ein sehr spannendes Thema, das mich bis zu meiner Bachelorarbeit begleitet hat. Die *mach's mit*-Kampagne zeigt, wie Werbesprache mithilfe von Social Marketing wirkungsvoll funktionieren kann.“

Liebe Corinna, viel Erfolg weiterhin und bleib StuZig!

und Text verändert hat, welche Bausteine in der Werbung eine wichtige Rolle spielen, wie sich das Werbeziel und somit auch das Involvement der Rezipientinnen erweitert hat und wie eine Zielgruppenansprache mithilfe von Social Marketing stattfindet.

Den Abschluss der Arbeit bildet eine vergleichende Tabelle, die die Ergebnisse der Analyse zusammenfasst und eine Einteilung der Kampagnenstaffeln in zwei Phasen vornimmt.

Analoges vs. Digitales Compositing

Ein Vergleich anhand von *Zelig* und *Forrest Gump*

ALEX PUTZER

Über den Unterschied zwischen analogen und digitalen Verfahrensweisen wurde bereits viel geschrieben. Das Thema scheint abgenutzt und überstrapaziert. Umso mehr verwundert, dass es, nach eigenen Recherchen, noch keinen Vergleich zwischen den beiden Filmklassikern *Zelig* und *Forrest Gump* gab.

Ersterer wurde 1983 von Woody Allen gedreht und erzählt die fiktionale Geschichte von Leonard Zelig, einem New Yorker Juden, welcher anscheinend einige der wichtigsten Persönlichkeiten der 20er und 30er Jahre trifft. Das Format ist jene einer Dokumentation. Interessant war die Tatsache, dass es vermeintliche Filmaufnahmen und Fotos gibt, in welchen Zelig, gespielt von Allen selbst, auf Partys, Veranstaltungen usw. zugegen ist. Das Prinzip wurde elf Jahre später (1994) von Robert Zemeckis in dem Film *Forrest Gump* ebenfalls umgesetzt. Auch dort spielt sich ein fiktiver Held durch die zu dieser Zeit wichtigsten zeitgeschichtlichen Ereignisse, dieses Mal über einen Zeitraum von mehreren Jahrzehnten beginnend bei den 60er Jahren. Der Unterschied der beiden Filme:

Leonard Zelig wurde mit komplett analogen, Forrest Gump mit digitalen Verfahren in das Archivmaterial eingefügt. Das zugrundeliegende Verfahren nennt man Compositing.

Um den Vergleich systematischer zu gestalten, wurde in der Arbeit die Aufmerksamkeit auf die Interaktion der verschiedenen Bildausschnitte sowie die allgemeine Ästhetik insbesondere unter den Begriff der „Nahtlosigkeit“ gelegt. Dieser theoretische Begriff ist von der schweizer Filmwissenschaftlerin Barbara Flückiger sowie dem russisch-amerikanischen Medientheoretiker Lev Manovich geprägt worden und will vereinfacht gesagt das Compositing als übergangsfreie Abbildung zweier unterschiedlicher Bildausschnitte sehen.

Die Arbeit ergibt, dass sowohl mit dem analogen, als auch mit dem digitalen Compositing-Verfahren mehr als zufriedenstellende Resultate kreiert werden können. Da jedoch das analoge Verfahren anfälliger bzw. im Nachhinein schwieriger abänderbar ist, kann man das digitale Verfahren vorziehen. Der zusätzliche Vorteil liegt hierbei

in der Tatsache, dass nicht nur in der Filmindustrie mit der Methode gearbeitet wird, sondern auch in Werbung und sämtlichen anderen Sparten, wo Texte und Grafiken vorkommen. Dies ver-

spricht eine ständige Weiterentwicklung der Technik. Die Filmmacher können sich mehr der kreativen Seite des Filmemachens widmen, was am Ende den Zuschauerinnen zugutekommt.



Alex studiert Medien- und Kommunikationswissenschaften im Hauptfach mit dem Nebenfach Politikwissenschaften. Seine Hausarbeit hat er im 5. Semester im Seminar „Visuelle Effekte im Film und in digitalen Medien“ bei David Ziegenhagen geschrieben.

Heute sagt er zu seiner Hausarbeit:

„Da mich das Thema sehr interessiert hat, fiel es mir leicht, lange und intensiv daran zu arbeiten. Der Vergleich zwischen analogen und digitalen Verfahrenswegen, besonders die Kreativität der Verfahrenstechniken, welche ich durch die Recherche untersuchen durfte, fesselten mich. Ob analog oder digital, mit genügend Mühe ist das Produkt immer sehenswert.“

Lieber Alex, viel Erfolg weiterhin und bleib StuZig!

Wo Unsichtbares sichtbar wird und die Ursache unsichtbar bleibt

Jean-Luc Godards *Le Mépris* als Versuch einer Reflexion auf das Kino

SUSAN ENGELS

Die Tatsache, dass Zuschauerinnen im Kinosaal dem immersiven Potenzial medialer Bilder unterworfen sind, lässt uns vergessen, dass auch die auf der Leinwand abgebildete Geschichte erst erzählt und gesehen werden kann, wenn ihr der Blick einer technischen Apparatur vorausgeht.

Jean-Luc Godard lotet in seinem Film *Le Mépris* die Grenzen der filmischen Darstellung aus, indem er die bildgenerierende Existenz der Kamera nicht verschweigt, sondern ins filmische Bild einschreibt. Bereits im Prolog gibt er den Blick auf die Kameralinse frei und offenbart den Ursprung des filmischen Bildes, dessen Abwesenheit eigentlich Garant sein soll für die sukzessive Verschmelzung der

Zuschauerin mit der Geschichte. Problematisch wird dieser Blick in die Kamera jedoch mit der Erkenntnis, dass auch dieser Blick Ursprung einer technischen Apparatur sein muss, und zwar einer anderen, gegenüberliegenden.

Die für diese Arbeit zentrale Frage ist, auf welchen Ebenen sich filmische Selbstreflexivität vollzieht und inwieweit der freie Blick auf die Kamera überhaupt ein neutraler, unvoreingenommener sein kann. Ist der Reflexionsprozess, der auf den filmischen Blick und auf die Medialität des Bildes verweisen soll, nicht auch gleichzeitig dem Medialen selbst unterworfen?

In Anlehnung an die Apparaturtheorie und die Konzepte der Suture und der Enunziation wird



die grundlegende Problematik der filmischen Autothematization untersucht und festgestellt, dass das für die Zuschauerin sichtbare Feld des filmischen Bildes unauflöslich an die Abwesenheit der Filmkamera gekoppelt ist und dass in dieser Paradoxie die Utopie einer vollständigen Selbstreflexion konserviert ist.

In Hinblick auf Gerard Genettes Erzähltheorie werden zudem die narratologischen Besonderheiten des Films analysiert. Dabei lässt sich konstatieren, dass diese im Verlauf des Films zunehmend in Godards Bildsprache gespiegelt werden. Durch zahlreiche Subtexte verweist Godard außerdem selbstreflexiv

auf die Filmgeschichte und sein eigenes Œuvre. Er thematisiert mit der Verfilmung der Odyssee auch das eigene Filmprojekt und die Problematik der Transformation eines Stoffes in ein anderes Medium.

Abschließend kann festgehalten werden, dass filmische Selbstreflexivität auf allen Ebenen denkbar ist. Dennoch bestätigt sich bei näherer Betrachtung die Vermutung, dass es auch hier Grenzen in der Darstellbarkeit gibt und dass dem Kino eine unsichtbare Außenseite immanent ist, die letztendlich eine vollkommene Auflösung der Immersion unmöglich macht.



Susan studiert Medienwissenschaften (Master). Ihre Hausarbeit hat sie im 4. Semester im Seminar „Mediale Selbstreferentialität: Hörspiel, Film“ bei Heinz Hiebler geschrieben.

Heute sagt sie zu ihrer Hausarbeit:

„Es war spannend, sich mit den Grenzen der Selbstreflexivität auseinanderzusetzen und diese anhand von theoretischen Konzepten genauer zu untersuchen. Dass sich eine Kamera nicht selbst beim Filmen filmen kann, ist ein unlösbares Grundproblem und zeigt die Paradoxie medialer Selbstreflexivität.“

Liebe Susan, viel Erfolg weiterhin und bleib Stuzig!

Messung von Agenda-Setting-Effekten

Eine empirische Untersuchung zur Auslandsberichterstattung der Hauptnachrichtensendung Tagesschau hinsichtlich Agenda-Setting-Effekten auf MuK-Studierende der Universität Hamburg

JAN PRIES

Innerhalb der Kommunikationswissenschaft bildet die Medienwirkungsforschung eine große Teildisziplin, deren Forscherinnen ihren Fokus häufig auf gesellschaftliche Medienwirkungen legen. Diesen Wirkungen widmet sich auch das vorliegen-

de Forschungsprojekt und will Medienwirkungen im Sinne der Agenda-Setting-Theorie nachweisen.

Die Theorie, welche in den 1970er Jahren maßgeblich von McCombs und Shaw geprägt wurde, gilt heute als einer der

meisterforschten Phänomene in der Wirkungsforschung. Das Vorhaben konzentriert sich auf die Untersuchung von Agenda-Setting-Zusammenhängen zwischen der Medienagenda der Tagesschau Hauptausgabe bezüglich ihrer Auslandsberichterstattung und der Publikumsagenda von MuK-Studierenden der Universität Hamburg. Dabei kam eine Kombination aus quantitativer Inhaltsanalyse und Befragung zum Einsatz.

Der Studie kommt eine plausible Relevanz zu, da sie sich im Rahmen gesellschaftlicher Medienwirkungen intensiv mit den Hauptnachrichten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks befasst. Sie sind nach wie vor eine wichtige Quelle für öffentliche und tagesaktuelle Information. Die Arbeit beleuchtet die wesentlichen Wirkungsmodelle und -konzeptionen der Agenda-Setting-Theorie und geht auf deren Weiterentwicklungen ein. Der empirische Teil fokussiert sich auf die Beantwortung der zentralen Fragestellungen dieser Arbeit. Inhaltsanalytisch wird erhoben, welche Medienagenda in der Tagesschau Hauptausgabe hinsichtlich ihrer Auslandsberichterstattung im Oktober 2014 aufgestellt wird.

Durch Befragungen wird geklärt, welche Publikumsagenda bei den MuK-Studierenden der Universität Hamburg in Bezug auf Auslandsthemen im November 2014 vorzufinden ist.

Die Auswertung der Ergebnisse zeigt deutliche Zusammenhänge zwischen der von der Tagesschau aufgestellten Medienagenda und der Publikumsagenda MuK-Studierender der Universität Hamburg. Es lassen sich signifikante Überschneidungen in der Rangfolge der Medienagenda der Tagesschau und der Rangfolge der Publikumsagenda der MuK-Studierenden feststellen und Korrelationen zwischen einzelnen Themen der Medienagenda und Themen der Publikumsagenda nachweisen.

Dies zeigt, dass die Tagesschau eine Agenda-Setting-Funktion besitzt. Die Ergebnisse werden theoretisch durch das Priorities-Modell der Agenda-Setting-Theorie gestützt. Um die zugrundeliegenden Prozesse gesellschaftlicher Medienwirkungen exakter zu klären, sollte Agenda-Setting in folgenden Studien stärker auf Mikroebene untersucht werden und individuelle Prädispositionen Berücksichtigung finden.



Jan studiert Medien- und Kommunikationswissenschaften im Hauptfach und Politikwissenschaften im Nebenfach. Seine Hausarbeit hat er im 4. Semester im Seminar „Theorien und der Medienwirkung und Mediennutzung“ bei Sascha Hölzig geschrieben.

Heute sagt er zu seiner Hausarbeit:

„Die Überlegung, dass Medien unsere Vorstellung von der Umwelt beeinflussen ist nicht neu. Dass ich dieses Phänomen mit einem eigenen Forschungsprojekt nachweisen konnte, finde ich spannend, zugleich macht es mich aber auch nachdenklich und die Themenagenden von Medien sollten stetig kritisch hinterfragt werden.“

Liebe Jan, viel Erfolg weiterhin und bleib StuZig!

Mediale Selbstreferentialität am Beispiel von Woody Allens *The purple rose of Cairo*

JULIA WEBER

Ausgefeilte Regelverstöße gegen die gängigen Konventionen des klassischen Hollywood-Kinos sowie das Spiel mit dem Verschwimmen von Fiktion und Realität, von Künstlichkeit und Authentizität sind charakteristisch für die Filme des Regisseurs Woody Allen. So setzt er sich in seinen Werken immer wieder auf eine reflexive und selbstreferentielle Weise mit den medialen Modalitäten des Films, der Filmproduktion und der damit verbundenen Welt Hollywoods auseinander. Er legt dadurch Strukturen dieser Welt offen, die bei der gängigen Filmrezeption normalerweise verborgen bleiben. Auch in seinem 1985 erschienenen Film *The Purple Rose of Cairo* ist die Beschäftigung mit dem Medium Film ein wesentliches Gestaltungselement. So lassen sich in dem Film auf verschiedenen Ebenen zahlreiche selbstreferentielle Bezüge wiederfinden, die unterschiedliche Funktionen erfüllen. Diese werden auf inhaltlicher, sprachlicher und formaler Ebene betrachtet. In diesem Zusammenhang werden u. a. die theoretischen Konstrukte

der ontologischen Metalepse und der *Mise en abyme* mit der Struktur des Films in Bezug gesetzt. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass mediale Selbstreferentialität in Woody Allens *The Purple Rose of Cairo* als zentrales Leitmotiv angesehen werden kann, das sich auf verschiedenen Ebenen durch den gesamten Film zieht und durchgehend sehr präsent ist.

So hat die Verwendung medialer Selbstreferentialität in dem Film zum einen die Funktion, das Genre der Liebeskomödie zu parodieren. Allen nimmt in seinem Film im Sinne der filmischen Parodie immer wieder Bezug auf bekannte Konventionen und gibt diesen durch Überformung und Überspitzung einen neuen Anstrich. Dies tut er in einem ausgefeilten Zusammenspiel aus inhaltlicher, formaler und sprachlicher Selbstreferenz und karikiert damit das Genre der Liebeskomödie an sich, die Welt der Filmproduktion, das Starsystem Hollywoods, die Profitgier der Produktionsfirmen und den Drang des Publikums, sich unreflektiert der schönen Illusion



Julia studiert Medienwissenschaften (Master). Ihre Hausarbeit hat sie im 3. Semester im Seminar „Mediale Selbstreferentialität: Hörspiel, Film“ bei Heinz Hiebler geschrieben.

Heute sagt sie zu ihrer Hausarbeit:

„Im Zuge des Seminars und beim Verfassen der Hausarbeit habe ich mit der medialen Selbstreferentialität ein spannendes Forschungsfeld kennengelernt, das meinen Blickwinkel auf medienwissenschaftliche Diskurse und auf mein weiteres Studium nachhaltig geprägt hat.“

Liebe Julia, viel Erfolg weiterhin und bleib Stuzig!

der Hollywood-Filme hinzugeben, um der tristen Realität zu entfliehen. Das permanente Voraugenführen der Filmrezeption, die in *The Purple Rose of Cairo* vor allem als eine Art Realitätsflucht und das damit ver-

bundene Finden von Trost und Befriedigung dargestellt wird, lässt die Zuschauerinnen ihre eigene Stellung als Rezipient innen kritisch reflektieren und infrage stellen.

Gender in *The Walking Dead*

Eine medienwissenschaftliche Analyse der Serie *The Walking Dead* aus einer feministischen Perspektive auf stereotype Darstellung von Männern und Frauen

DANIELA FRIEDRICH

Fernsehen ist das weltweit am meisten verbreitete Massenmedium und ein wichtiger Teil unserer Alltagskultur. Figuren in Filmen und Serien zeigen und reproduzieren gesellschaftliche Konzepte. In der US-amerikanischen Serie *The Walking Dead* des Senders AMC ist der Anteil männlicher und weiblicher Figuren ausgeglichen. Allerdings werden geschlechtliche Stereotypen auch hier vermittelt und reproduziert.

Zurückgehend auf Judith Butler ist kein Teil der Identität angeboren, sondern entwickelt sich durch soziale Einflüsse. Ehemals *patriarchale* Gesellschaftsstrukturen sind heute zwar aufgeweicht, die Arbeits- und Funktionsteilung in den Lebenswelten von Männern und Frauen sind jedoch oft getrennt. Frauen werden vor allem private Belange zugeschrieben, wie die Versorgung und Pflege der Angehörigen. Dagegen ist Gewalt historisch betrachtet eine männliche Eigenschaft und ein Privileg des Mannes. Gewalt stellt Ordnung auf allen Ebenen der Gesellschaft her, manifestiert sie und war schon immer zentrales Element der Machtausübung.

In meiner Hausarbeit zeige ich auf,

wie *The Walking Dead* als Serie im Horror-Genre zwar auf den ersten Blick emanzipiert erscheint, sich in der Darstellung der Charaktere und der Situationen dennoch deutlich traditionelle Rollenbilder von Geschlecht durchsetzen. Im Horror-Genre sind Heldinnen und Täterinnen in der Regel männlich, Opfer sind weiblich. Die Rollen können zwar in der Erzählung auch punktuell vertauscht sein, werden aber durch die Übernahme des männlichen Helden-Verhaltens oder des weiblichen Opfer-Verhaltens der Darstellerinnen begleitet. Typisch dafür ist das von Carol Clover so genannte *Final Girl*. Es übernimmt kurzfristig männliche Eigenschaften, um die Handlung als vorübergehende Heldin voran zu bringen oder eben als *Final Girl* abzuschließen. In meiner Analyse zeige ich, dass die Serie *The Walking Dead* teilweise mit dieser Tradition bricht, keinesfalls aber von einer absolut gleichberechtigten Darstellung von Männern und Frauen gesprochen werden kann. Es wurde deutlich, dass traditionelle Wertesysteme offen und verdeckt dargestellt werden. Vor allem in der Ausübung und dem Umgang mit



Gewalt sowie bei der Darstellung des Alltags ist ein großer Unterschied in der Rollenverteilung erkennbar. Frauen übernehmen im Serien-Alltag vor allem typische Frauenarbeiten wie Kochen, Waschen und das Versorgen der Kinder. Die Männer sind in erster Linie für das Bewachen und Schützen der Gemeinschaft zuständig. In den dargestellten Gewaltszenen wird deutlich, dass der Gewalt von Männern und Frauen unterschiedlich starke Akzeptanz entgegengebracht wird.

In *The Walking Dead* ist das Aushandeln von Macht inner-

halb der Gruppen ein zentrales Element der Erzählung. Die Kategorie Gender ist bei den Konflikten der Machtaushandlung eines der ordnenden Merkmale. Die Gewaltdarstellung in *The Walking Dead* bricht zwar auf den ersten Blick mit dem klassischen Gender-Schema des Horror-Genres, da auch Frauen in die Heldenrolle schlüpfen. Die Handlung erhält den Mythos der männlichen Heldenfigur aber durch die Legitimierung der weiblichen Gewalt durch traditionell weibliche Motive.



Daniela studiert Journalistik und Kommunikationswissenschaften (Master). Ihre Hausarbeit hat sie im 5. Semester (B.A.) im Seminar „Mediengeschichte und Medieng Gegenwart“ bei Tobias Steiner geschrieben.

Heute sagt sie zu ihrer Hausarbeit:

„Die offene und verdeckte Darstellung von stereotypen Rollenbildern von Männern und Frauen in Massenmedien ist ein wichtiges Forschungsfeld der Medienwissenschaft. Scheinbar emanzipierte Formate wie *The Walking Dead* entpuppen sich in Analysen oft als subtile Übermittler von traditionellen Rollenbildern. Ich war überrascht und zugleich fasziniert, wie viele Stereotype ich beim genauen Hinsehen in meiner Analyse entdecken konnte. Seitdem schaue ich Serien und Filme noch viel kritischer.“

Liebe Daniela, viel Erfolg weiterhin und bleib Stuzig!

„Framing Europe“ aus Gewinner- und Verliererperspektive Eine Untersuchung zur Berichterstattung aus Deutschland und Spanien zu den Europawahlen

ANTONIA SCHAEFER

AFD, UKIP, Front national - die Stimmen der EU-Skeptikerinnen werden seit Ausbruch der Eurokrise 2009 allorts in Europa lauter. Doch nicht alle europäischen Staaten leiden wirtschaftlich in gleichem Maße unter den Auswirkungen. In Medienberichten wurde vor den letzten Europawahlen von „Gewinner“- und „Verliererländern“ der Eurokrise gesprochen. In dieser Arbeit habe ich mich mit den Unterschieden in der Medienberichterstattung eines „Gewinnerlandes“ und eines „Verliererlandes“ der Krise auseinandergesetzt; und der Frage, ob die „Verliererländer“ wegen der Wirtschaftssanktionen der EU womöglich kritischer über diese berichten. Um dieser Fragestellung auf den Grund zu gehen habe ich mich der inhaltsanalytischen Frame-Analyse nach Matthes bedient und zwei Wochen rund um die Europawahlen 2014 die Medienberichterstattung der spanischen Tageszeitung *El País* mit den Artikeln der *Süddeutschen Zeitung* verglichen. Aufgrund ihrer hohen funktionalen Äquivalenz bieten sich die Zeitungen als Untersuchungsmaterial an. Spanien galt dabei als Repräsentant der „Verliererländer“, während Deutschland die „Gewinnerländer“ repräsentierte. Die Frame-Analyse nach Matthes geht von Frameelementen aus, die zusammen ein Netzwerk

von Urteilen bilden. Dieses Netzwerk wird als kohärenter Sinnhorizont verstanden, der einen bestimmten Sinnzusammenhang herausgreift (Selektion) und diesen besonders hervorhebt (Salienz), während andere Zusammenhänge ignoriert werden. Die Frame-Analyse lässt verschiedene Methoden und Messungen zu. Hier wurden nach der qualitativen, strukturierenden Inhaltsanalyse induktiv und deduktiv Kategorien als Elemente von Frames aus den Artikeln erhoben.

Ziel der Arbeit war, einige wenige Frames aus dem Material zu extrahieren und so neue Impulse für weitergehende Forschung zu setzen. Neben einem Kodierbuch mit Kodieranweisungen wurde ein Kodierfragebogen erstellt. Die Fragen leiteten sich aus dem theoretischen und länderspezifischen Überblicken ab. Durch den Kodiervorgang ergaben sich jeweils ein Kategoriensystem für die *Süddeutsche* und eines für *El país*. Durch das Auszählen der vorkommenden Kategorien wurden die vorherrschenden Frames extrahiert.

Als Fazit der Analyse stellt sich heraus, dass die spanische *El país* die EU als notwendiges, gutes Projekt framt, das in der Krise die falsche Richtung eingeschlagen hat. Wachstumsstarke Länder und vor allem Deutschland übten einen Einfluss auf die EU aus, der die Grundsätze der EU ins



Wanken bringe. Man müsse Strategien abseits der Austeritätspolitik finden und durch eine stärkere EU-Fokussierung der Parteien und Regierungen, die Identifizierung der Bürgerinnen mit der EU fördern. Dass diese Besinnung für soziale Gerechtigkeit und Bürgerrechte eintreten werde, daran zweifelten die spanischen Journalistinnen eher.

Auch die Journalistinnen der Süddeutschen Zeitung als Vertreterinnen der „Gewinnerperspektive“ framteten die EU als unbedingt aufrechtzuerhaltendes Projekt, das durch demokratische Strukturreformen und die verstärkte Zusammenarbeit der Regierungen seine schwierige Lage meistern wird. Den Regierungen der anderen Mitgliedstaaten wurde nur in Ausnahmefällen die Verantwortung an EU-spezifischen Problemen gegeben,

dafür war eher ein Appell der Journalistinnen an die EU-Bürgerinnen herauszulesen, der EU mehr Vertrauen entgegen zu bringen und sich für deren Belange zu interessieren. Eine Abneigung gegen das europäische Projekt im Allgemeinen konnte nicht festgestellt werden, was vermutlich auch mit der Auswahl von Qualitätszeitungen für die Untersuchung zusammenhängt.

Durch Ankerbeispiele, genaue Beschreibungen und Revision der Kategorien, sowie die Aufführung der Kodierungen im Anhang, wurde versucht, die Validität der Forschung zu erhöhen. Das Fehlen einer einheitlichen Methode zur qualitativen Frame-Analyse in der Kommunikationsforschung stellt jedoch bis heute ein Hindernis für die Gütekriterien von Frame-Untersuchungen dar.



Antonia studiert inzwischen International Relations (Master) und arbeitet als freie Journalistin.

Heute sagt sie zu ihrer Bachelorarbeit:

„Bei der Suche nach einer Fragestellung habe ich mich stark am aktuellen politischen Geschehen orientiert. Das war zwar spannend, verursachte aber viel Unsicherheit gerade am Anfang. Mit der qualitativen Analyse von 35 Zeitungsbeiträgen habe ich mich außerdem wohl etwas übernommen - mit einigen Nachtschichten ist die Arbeit zuletzt aber doch glücklick!“

Liebe Antonia, viel Erfolg weiterhin und bleib Stuzig!

Formen und Funktionen unzuverlässigen Erzählens in der Sitcom *How I Met Your Mother*

JOHANN JAKOB MAINTZ

Unzuverlässiges Erzählen – 1961 von Wayne C. Booth als Begriff in die Erzähltheorie eingeführt – ist spätestens seit den 1990er

Jahren auch im Kino ein gängiges Stilmittel. In jüngster Zeit hat das Phänomen auch im eher konventionell erzählenden For-

mat der Fernsehserie Einzug gehalten. Während zu unzuverlässigem Erzählen im Film bereits ausführliche Untersuchungen vorliegen, hat erzählerische Unzuverlässigkeit in Fernsehserien – und speziell in Sitcoms – bisher vergleichsweise wenig Beachtung gefunden. Die von 2005 bis 2014 für den US-amerikanischen Fernsehsender CBS produzierte Sitcom *How I Met Your Mother* kann als prototypisches Beispiel für unzuverlässiges Erzählen in Fernsehserien gelten. Ted Mosby, der diegetische Ich-Erzähler, der seinen beiden Kindern im Jahr 2030 rückblickend schildert, wie er ihre Mutter kennengelernt hat, erweist sich in vielerlei Hinsicht als Informationsquelle von zweifelhafter Seriosität. Sein Bericht ist nicht nur durch die Subjektivität seiner Wahrnehmung und die Lückenhaftigkeit seines Gedächtnisses gefärbt, sondern auch von bewusster Manipulation geprägt, die Ted unter anderem aus narzisstischen und pädagogischen Motiven vornimmt. Durch häufige Wechsel in der Erzählperspektive und eine verschachtelte Struktur aus Binnenerzählungen kommt mit der Multiperspektivität eine weitere Unzuverlässigkeit erzeugende Komponente

hinzu.

In der vorliegenden Arbeit wird untersucht, welche spezifischen Formen und Funktionen narrativer Unzuverlässigkeit sich in *How I Met Your Mother* finden. Dazu wird zunächst – als Synthese literatur- und medienwissenschaftlicher Ansätze – ein Raster zur Analyse unzuverlässigen Erzählens in audiovisuellen Medien erstellt, das Formen erzählerischer Unzuverlässigkeit unter anderem nach dem Kanal der Unzuverlässigkeit, der Erzählebene, der Qualität bzw. Quantität, der Form und dem Zeitpunkt der Auflösung kategorisiert. Auf der Analyse der unterschiedlichen Formen aufbauend, werden mögliche Funktionen unzuverlässigen Erzählens im Genre der Sitcom untersucht. Eine zentrale Frage lautet dabei, ob spezielle Strategien ausgemacht werden können, mit Hilfe derer die Produzenten hochkomplexe Erzählformen in ein Genre integrieren, das traditionell eher von narrativer Unkompliziertheit geprägt ist, ohne das Publikum abzuschrecken. Außerdem wird untersucht, welche ästhetischen und philosophischen Implikationen die Verwendung unzuverlässigen Erzählens in *How I Met Your Mother* beinhaltet.



Johann hat seinen Bachelor in Deutsch und Evangelische Religion auf Lehramt für Gymnasien gemacht und studiert inzwischen Education (Master).

Heute sagt er zu seiner Bachelorarbeit:

„Dass man heutzutage der Erzählinstanz in Thrillern und Horrorfilmen nicht mehr über den Weg trauen kann, ist uns allen klar. Dass sich inzwischen jedoch auch in scheinbar seichten Fernsehformaten wie der Sitcom, die traditionell eher zum Lachen als zum Nachdenken anregen, hochkomplexe Erzählformen und massive narrative Unzuverlässigkeiten etabliert haben, war mir vor der Beschäftigung mit *How I Met Your Mother* nicht bewusst. Daher war die Arbeit für mich besonders spannend.“

Lieber Johann, viel Erfolg weiterhin und bleib StuZig!



CALL 4 PAPERS

Du hast eine Haus-, Bachelor- oder Masterarbeit mit Bezug zu Medien und Kommunikation geschrieben, auf die du stolz bist?

Dann mach sie lebendig!

Schicke uns deine Arbeit
und eine eiseitige Zusammenfassung
für unser nächste Ausgabe bis zum

30.11.2015

an

einreichung@stuzmuk.de



Nachrichtenwerttheorie

Jede, die sich innerhalb ihres Studiums einmal mit Nachrichten beschäftigt hat oder selbst als Journalist tätig geworden ist, wird sicherlich auf den Begriff der Nachrichtenwerttheorie oder des Nachrichtenwertes gestoßen sein. Grundannahme der Theorie beruht auf der Selektion der Information durch Journalisten und Redaktionen, um sie auf den Veröffentlichungsrahmen des jeweiligen Mediums zuzuschneiden. 1922 beschrieb Walter Lippmann, Begründer der Theorie, in seinem Werk *The nature of News* dieses Problem wie folgt: Egal wie lange alle Journalistinnen der Welt arbeiten würden, sie könnten nie alle Geschehnisse auf der Welt in ihrer gesamten Masse bezeugen und als Nachrichten an die Öffentlichkeit tragen (vgl. Lippmann 1922: 338). Journalistinnen sehen sich einer Informationsflut gegenüber, die sie systematisieren und ordnen müssen, um dann die berichtenswerten Themen und Ereignisse auszuwählen (vgl. Maier 2010: 13). Das Selektieren von Nachrichten und Meldungen macht den größten Teil ihrer Arbeit aus. Die Nachrichtenwerttheorie versucht diese Selektion nachzuvollziehen und somit drei Sachverhalte zu erklären: die Auswahl der Nachrichten selbst, deren Umfang und deren Platzierung (vgl. Kepplinger / Rouwen 2000: 462-475).

Lippmann benannte 1922 in seinem Werk *Public Opinion* so genannte ‚news values‘ oder Nachrichtenfaktoren, also Merkmale,

die die journalistische Veröffentlichungswahrscheinlichkeit von Geschehnissen bestimmen (vgl. Fretwurst 2008: 15). Erhöht sich eine Veröffentlichungswahrscheinlichkeit einer Meldung durch einen Nachrichtenfaktor, so erhält sie Nachrichtenwert. Durch einen Nachrichtenwert wird also die mediale Bedeutung eines Themas bemessen (vgl. Boetzkes 2008: 55). Nach Lippmann gelten hierbei die Nachrichtenfaktoren als die an die journalistische Profession gebundenen Wahrnehmungskriterien, um möglichst schnell relevante Informationen aus einer komplexen Informationsmasse zu filtern (vgl. ebd.: 15). Auf der Theorie Lippmanns aufbauend wurden in der ersten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts diverse Experimente zur Selektionsentscheidung von Journalisten durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass das Selektionsverhalten von den Nachrichtenfaktoren abhängig sei. Parallel entwickelte Einar Östgaard ein komplexes Konzept des Nachrichtenflusses, welches sich ebenfalls auf Nachrichtenfaktoren als Ursache für dessen Verzerrung stützte. Aus diesem Konzept entwickelten Galtung und Ruge 1965 die erste umfangreiche Liste an Nachrichtenfaktoren für empirische Analysen (vgl. Maier 2010: 18), welche als Grundlage für zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten dient und diente (vgl. Boetzkes 2008: 57ff.). Die von Galtung und Ruge erstellte Auflistung umfasste die 12 Nachrichtenfaktoren: Frequenz, Schwellenfaktor, Ein-



deutigkeit, Bedeutsamkeit, Konsonanz, Kontinuität, Variation, Elite-Nationen, Elite-Personen, Personalisierung und Negativismus (vgl. Galtung/Ruge 1965: 65-68). Zusätzlich etablierten sie die quantitative Inhaltsanalyse als vorherrschendes Instrument der Forschung an der Nachrichtenwerttheorie, welche aber in starke Kritik geriet, da sie lediglich Schlüsse aus den bereits selektierten Daten ermöglichte und keinen Vergleich zur ‚Realität‘ der Geschehnisse liefern konnte.

Folge der Kritik war eine 1976 durch Winfried Schulz eingeleitete theoretische Neuorientierung. Schulz entwickelte aus der Arbeit von Galtung und Ruge 18 Nachrichtenfaktoren, die er unter 6 Kategorien zusammenfasste. Er definierte dabei Nachrichtenfaktoren als bestimmte Ereignismerkmale, welche durch ihre spezifische Intensität und Kombination jedem Ereignis einen spezifischen Nachrichtenwert verleihen (vgl. Maier 2010: 19). Dieser Nachrichtenwert entscheidet dann über die Gewichtung von Meldungen und Nachrichten im Bezug auf deren Platzierung, Umfang oder Aufmachung, jedoch nicht so sehr über die generelle Selektionsentscheidung.

Die genaue Spezifikation jener Nachrichtenfaktoren heutiger Theoretiker ist durchaus unterschiedlich, jedoch lässt sich erkennen, dass insbesondere Betroffenheit, Personalisierung und Emotionalisierung fast immer eine entscheidende Rolle bei der Nachrichtenauswahl spielen (vgl. Maier 2010: 44).

In der heutigen Forschung besitzt die Nachrichtenwertthe-

orie nicht nur Relevanz bei der Anwendung auf die journalistische Selektion. Es können ebenfalls Aussagen über die Rezeption der Berichterstattung durch das Medienpublikum gemacht werden (vgl. Maier 2010: 13). Nachrichtenfaktoren sind nicht auf das professionelle journalistische Handwerk begrenzt, sondern stellen allgemeine kognitionspsychologische Mechanismen dar (vgl. ebd.: 26). Die Rezeption der Nachrichten durch das Publikum beeinflusst daraufhin wieder den Selektionsprozess der Journalistinnen.

Kritische Stimmen zur Nachrichtenwerttheorie existieren heute immer noch. So bemängeln beispielsweise Kepplinger und Rouwen den geringen prognostischen Gehalt (Kepplinger/Rouwen 2000: 463). Nichtsdestotrotz dient die Theorie auch heute noch als Basis für zahlreiche empirische Studien und bestimmt unser Verständnis von Nachrichten und deren Auswahl und Gewichtung innerhalb der Medien.

Eric Ziese

Literatur

Boetzkes, Claus-Erich (2008). Organisation als Nachrichtenfaktor: Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Fretwurst, Benjamin (2008). Nachrichten im Interesse der Zuschauer: eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie. Konstanz: UKV Verlagsgesellschaft mbH.

Galtung, Johan / Ruge, Mari Holmboe (1965). „The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers.“ *Journal of Peace Research*. 2:1 (1965): 65-68.

Kepplinger, Hans / Bastian Rouwen (2000). Der prognostische Gehalt der Nachrichtenwert-Theorie. *Publizistik* 45:4, S. 462-475.

Lippmann, Walter (1922). *Public opinion*. New York: Mac-Millan.

Maier, Michaela / Karin Stengel / Joachim Marschall (2010). „Nachrichtenwerttheorie“. *Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. Hrsg. Patrick Rössler / Hans-Bernd Brosius. Baden-Baden: Nomos.

Uhlemann, Ingrid Andrea (2012). *Der Nachrichtenwert im situativen Kontext: Eine Studie zur Auswahlwahrscheinlichkeit von Nachrichten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kultivierungshypothese

Im Kontext der Medienwirkungsforschung stößt man neben Begriffen wie Agenda Setting und Schweigespirale auch immer wieder auf die sogenannte Kultivierungshypothese, welche seit den 80er Jahren ebenfalls zu den meistbeachteten theoretischen Ansätzen der Medienwirkungsforschung gehört (vgl. Lücke 2007: 39). Diese seit Ende der 1960er Jahre vom amerikanischen Kommunikationswissenschaftler George S. Gerbner entwickelte Theorie besagt, dass häufiger Medienkonsum dazu führe, dass Konsumenten die reale Welt eher so wie die medial dargestellte Welt wahrnehmen (vgl. Kroeber-Riel 2013: 667). Dabei kommt der Theorie zufolge dem damals noch jungen, aber sehr erfolgreichen Medium Fernsehen neben der Familie und dem Freundeskreis die Rolle des Sozialisationsagenten unseres Zeitalters zu (vgl. Wulff 2008: 274). Das Fernsehen sei demnach das entscheidende Massenmedium der modernen Gesellschaft, welches aufgrund seiner allgegenwärtigen Verfügbarkeit, seiner scheinbaren Realitätsnähe sowie der Konsistenz der transportierten Botschaften zur Formung eines kollektiven Bewusstseins in der Kultur beitrage (vgl.: ebd.). Nicht zuletzt deshalb wird das Fernsehen auch als ‚kultureller Schmelztiegel‘ der amerikanischen Nation bezeichnet (vgl. Vitouch 2007: 18).

Inhaltsanalysen haben in diesem Zusammenhang gezeigt, dass die TV-Realität häufig übertrieben, verzerrt oder idealisiert dargestellt wird (vgl. Kroeber-Riel 2013: 667). Die kumulativ und

konsonant auf einem hohen Niveau angebotene Gewalt im Fernsehen kultiviere medien-spezifische Bilder in den Köpfen der Zuschauerinnen und mache diese ängstlich (vgl. Bonfadelli 2008a: 837). Vielseherinnen nehmen demnach, längerfristig betrachtet, ihre Umwelt im Vergleich zu den Wenigseherinnen durch eine ‚TV-Brille‘ war (vgl. ebd.). Es zeigt sich, dass Vielseherinnen die Realität letztlich für viel gewalttätiger halten als Wenigseherinnen (vgl. Wulff 2012). Gleichzeitig zeichnen sich erstere auch durch eine größere Angst vor Gewalt und durch Misstrauen gegenüber den Mitmenschen aus (vgl. ebd.). Letztlich haben sie damit insgesamt eher den Eindruck in einer „gemeinen und gefährlichen Welt“ („mean world“) zu leben (vgl. Hasebrink 2006: 190). Anders als der Begriff der Mediensozialisation beinhaltet der Begriff der Kultivierung eine explizit kritische Haltung gegenüber den Medien und ihren langfristigen Einfluss auf die Realitätswahrnehmung der Menschen (vgl. ebd.: 189).

Auch wenn es in Bezug auf die Operationalisierung des Konstrukts „Vielseher“ viel Kritik gab, zudem nicht-lineare Beziehungen zwischen Medienkonsum und Realitätsverzerrung ebenfalls beobachtet werden konnten und schließlich auch zusätzliche Kontrollvariablen (Bildung, Wohnort, etc.) berücksichtigt werden sollten, lässt sich die Kernthese der Theorie doch durch über 300 empirische Studien stützen (vgl. Kroeber-Riel 2013: 668). Damit gilt die Kultivierungsthese als empi-



risch relativ breit abgesichert, auch wenn die dokumentierten mittleren Kultivierungseffekte in den meisten Studien als relativ schwach bezeichnet werden müssen (vgl. Bonfadelli 2008a: 837). Journalistinnen müssen sich vor dem Hintergrund fragen, aus welcher Perspektive sie über ein kontroverses Thema berichten (ebd.). Meist liegen der Berichterstattung sogenannte Medienframes zugrunde, welche bestimmte Aspekte der Realität betonen und in den Vordergrund rücken, während andere Aspekte abgeschwächt werden und in den Hintergrund treten (ebd.).

Auf der Basis der Annahme des Kultivierungseffekts formulierte Gerbner später das sogenannte ‚Mainstreaming-Konzept‘, demzufolge das Fernsehen Einstellungsunterschiede in der Bevölkerung angleiche und zu einer Konvergenz der Standpunkte führe (vgl. Wulff 2012). Die Menschen würden durch das Fernsehen demnach auf ein gemeinsames Mittelmaß hin beeinflusst (vgl. Hasebrink 2006: 190). Auch die sogenannte Resonanz-Annahme wurde aus der Kultivierungshypothese entwickelt. Sie besagt, dass eine Botschaft des Fernsehens, die mit den Alltagserfahrungen der Rezipientinnen übereinstimmt, die Kultivierungseffekte zusätzlich verstärkt; stimmen sie nicht überein, schwächen sich auch die Effekte ab (vgl. ebd.). Allerdings werden oft konvergierende (also: einander verstärkende) Programme selektiert (ebd.).

Winfried Schulz hat Gerbners Methode im Jahr 1986 auf Deutschland übertragen und

vergleichbare Ergebnisse erhalten, so dass auch hier eine Korrelation zwischen TV-Konsum und Angst bzw. Depression plausibel erschien, wenn sie auch nicht als monokausal erklärbar anzusehen war (vgl. Wulff 2008: 277). Neben genaueren Longitudinal-Untersuchungen oder experimentellen Studien gibt es auch aktuelle Arbeiten der Medienforschung (z.B. zur Wirkung der Online-Video-Games), die sich bewusst auf den Kultivierungsansatz beziehen (ebd.).

Catharina Gerber

Literatur

Bonfadelli, Heinz (2008a). „Medienwirkungsforschung“. Rhetorik und Stilistik. Hrsg. Ulla Fix/ Andreas Gardt/ Joachim Knappe. Berlin: Mouton de Gruyter. S. 837-850.

Bonfadelli, Heinz /Mirko Marr (2008b). „Informationsleistungen von Medien im Vergleich“. Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Hrsg. Gabriele Melischek/ Josef Seethaler/Jürgen Wilke. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 359-383.

Hasebrink, Uwe (2006). „Kultivierung“. Medien von A bis Z. Hrsg. Hans-Bredow-Institut. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 188-190

Kroeber-Riel, Werner/Andrea Gröppel-Klein (2013). Konsumentenverhalten. München: Wahlen.

Lücke, Stephanie (2007). Ernährung im Fernsehen. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Vitouch, Peter (2007). Fernsehen und Angstbewältigung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Wulff, Hans Jürgen/ Ingo Lehmann (2008). „Kultivierungshypothese (Cultivation Hypothesis)“. Handbuch Medienpädagogik. Hrsg. Uwe Sander/ Friederike von Gross/ Kai-Uwe Hugger. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 274-277.

Wulff, Hans Jürgen (2012). „Kultivierungshypothese“. Filmlexikon Uni-Kiel.<<http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=4651>>. (30. Jul. 2015)

Unveiling television's apparatus on screen as a 'para-interactive' strategy

Dieser Artikel der israelischen Wissenschaftlerin Oranit Klein Shagrir erschien 2015 in der Zeitschrift *Media, Culture & Society* (Vol. 37(5) 737–752). Er handelt von der zunehmenden Sichtbarkeit des Apparats Fernsehen als Folge der aktuellen Medienentwicklung zu mehr Interaktion und Partizipation. Zunächst stelle ich den Inhalt vor und diskutiere das beschriebene Phänomen in Hinblick auf das deutsche Fernsehen. Abschließend folgt eine Bezugnahme auf die Apparatustheorie, die sowohl in dem Artikel von Klein Shagrir als auch in der Hausarbeit *Wo Unsichtbares sichtbar wird und die Ursache unsichtbar bleibt* von Susan Engels thematisiert wird.

Klein Shagrir beginnt ihren Artikel mit einer Zusammenfassung der Medienentwicklung der letzten Jahre. Sie legt den Fokus auf die zunehmende Vermischung der Rollen von Produzentinnen und Empfängerinnen medialer Mitteilungen. Das Publikum konsumiert nicht nur Medien, sondern nimmt häufiger aktiv an ihnen teil. Diese Interaktivität ist das Versprechen, dass alle Teilnehmerinnen an der Produktion der Mitteilung mitwirken können. Unterstützt wird der Zugang zur Medienproduktion durch die technische und kulturelle Entwicklung zu mehr Mitwirkungsmöglichkeiten. Während das Internet aufgrund dieser Möglichkeiten als sehr interaktives Medium gilt, kann das Fernsehen nur bedingt Interaktionen bieten. Die Zu-

schauerinnen können beispielsweise durch das Abstimmen für ihre Favoriten in TV-Shows oder durch das eigene Auftreten in Shows partizipieren. Die Fernsehproduzentinnen entwickeln Strategien, um mehr Interaktivität für ihr Medium zu ermöglichen. In diesem Kontext führt Klein Shagrir den Begriff der Parainteraktivität ein. „Para-interactivity is a term that brings together several salient elements in contemporary television texts as well as positing a contemporary context for established and familiar television strategies. These strategies are ‘para-interactive’ in that the features or elements embraced by television echo interactive communication processes and are characteristic of digital media and participatory culture, but when employed by and adapted to television, they do not usually construct communication that is actually interactive“ (S. 740).

Die Parainteraktivität beschreibt Strategien, die eine Interaktivität vorgeben, wo in Wirklichkeit keine vorhanden ist. Eine solche Strategie ist nach Meinung der Autorin das Enthüllen des Apparats Fernsehen auf den Bildschirmen. Klein Shagrir untersucht sie am Primetimeprogramm des israelischen Fernsehens. Sie stellt dabei fest, dass beinahe alle untersuchten Programme von zusätzlichen Inhalten oder Backstage-Einblicken, die den Produktionsprozess zeigen, begleitet werden.

Des Weiteren zeigt die Untersu-



chung eine bidirektionale Entwicklung auf: Während sich die Fernsehkameras zurückziehen und den Zuschauerinnen einen Blick in den Produktionsraum erlauben, treten die Elemente, die traditioneller Weise Bestandteile des Backstage-Bereichs sind, wie z.B. Auditions, als Bühnenaufführung in den Vordergrund. Die Zuschauerinnen sollen sich als Teil der Produktion fühlen. Klein Shagrir sieht jedoch die Öffnung zur Welt des Fernsehens und seiner Produktion kritisch. Sie bezeichnet sie als „simulation of a changed relationship with its audience“ (S.748) und “staged back stage” (ebd.). Denn in Wirklichkeit kann die Zuschauerin nicht an der Produktion mitwirken. Sie sehen auch nur die Elemente des Backstage-Bereichs, die sie sehen sollen: „As the apparatus of television becomes seemingly visible on screen, the actual back stage is protected behind fences“ (S.748).

Klein Shagrir macht in ihrem gut strukturierten Artikel deutlich, dass das Fernsehen eigene Strategien entwickelt, um in Zeiten gesteigerter Interaktivität attraktiv zu bleiben. Der kritische Ansatz des “staged back stage” (S. 748) deckt auf, dass diese Strategien eine Illusion vermitteln. Die Zuschauerinnen sollen das Gefühl haben, Teil der Produktion zu sein, ohne jedoch überhaupt einen Einfluss üben zu können. Auf der anderen Seite muss aber auch bedacht werden, dass das Fernsehen eben nicht wie das Internet unendlich viele Möglichkeiten der Partizipation und Interaktion beinhaltet. Klein Shagrir geht zwar auf diesen Aspekt ein, lässt ihn

jedoch bei ihrer Kritik zu kurz kommen. Die Fernsehproduzentinnen schöpfen bereits viele dieser Möglichkeiten aus und dies nicht nur in dem von der Autorin untersuchten israelischen Programm. Auch das deutsche Fernsehen verfolgt Strategien, um mehr Interaktivität zu erreichen, was zudem an den international populären Fernsehformaten liegt. Das Format *The Voice* bringt die traditionell in den Backstagebereich gehörenden Auditions auf die Bühne, das Format *Deutschland sucht den Superstar* strahlte als Ableger von *Pop Idol* über mehrere Jahre ein begleitendes Backstageprogramm unter dem Titel *DSDS-das Magazin* aus.

Der Artikel beschreibt eine Strategie der Offenlegung des Fernsehapparats, die einen Vergleich mit der des Mediums Film wert ist. Susan Engels setzt sich mit der Selbstreflexivität im Film *Le Mépris* auseinander und stellt dabei fest, dass diese auf allen Ebenen prinzipiell möglich ist, es jedoch eine Problematik gibt: Die Kamera kann sich als Apparat nicht selbst filmen. Damit zeigt Susan Engels die Grenzen filmischer Autothematizierung. Der Film kann ebenso wie das Fernsehen nur bedingt dem Zuschauer einen neuen Blick eröffnen. Es ist aber anzumerken, dass Filme grundsätzlich zum Ziel haben, den Zuschauerinnen die Apparatur vergessen zu lassen und sie in ihren Bann zu ziehen (Realitätseffekt) und Fernsehshows durch das Sichtbarmachen des Produktionsbereichs einen zusätzlichen Unterhaltungswert generieren.

Jasmin Kermanchi

Reflexivität und Genrereflexivität im Spielfilm. Begriffsklärungen und Überlegungen zu Genrereflexionen im zeitgenössischen Kino

Dieser Artikel von Katja Hettich ist 2014 in *Rabbit Eye. Zeitschrift für Filmforschung* (Vol. 6, 48-67) erschienen. Die Autorin diskutiert darin die filmische Selbstbetrachtung von Genre und grenzt ihren Ansatz von anderen Begriffen und Diskursen ab. Darüber hinaus schlägt sie eine Systematik vor, die aus vier Formen der ästhetischen Reflexivität besteht. Die Eigenbetrachtung medialer Artefakte ist besonders im Kino der Postmoderne ein gängiges Stilmittel. So auch in Woody Allens *The Purple Rose of Cairo* (1985), zu dem Julia Weber eine in dieser Ausgabe von *StuZ MuK* erschienene Hausarbeit geschrieben hat: *Mediale Selbstreferentialität am Beispiel von Woody Allens The Purple Rose of Cairo*. Im Titel der Arbeit wird bereits deutlich, dass in der Diskussion des Phänomens (Selbst-)Reflexion zahlreiche verschiedene Begriffe verwendet werden.

Hettich stellt den Begriff der (Genre-)Reflexivität zunächst Synonymen und verwandten Phänomenen gegenüber. Sie nennt hier „Selbstreflexivität, Selbstreferentialität, Autofiktionalität, Autothematizierung, Metaisierung, Autopoiesis, Mise-en-abyme“ (S. 48), dazu kommen weitere Begriffe in anderen Sprachen und spezifischen Systematiken anderer Forschungsansätze. Die Autorin hält den Begriff der Selbstreflexivität für problematisch, weil die aus der Semiotik stammende Überlegung, dass eine Einheit von reflektierendem Subjekt und

reflektiertem Objekt besteht, nicht auf die Filmanalyse übertragbar sei. Um bei einer Einheit von Reflektierendem und Reflektiertem noch von Selbstreflexion zu sprechen, müsste sich ein Film auf sich selbst als Ganzes beziehen.

Die Problematik in der Diskussion selbstbezoglicher Erzählweisen im Film ist jedoch, dass das Forschungsobjekt Film nicht nur eine Eigenschaft hat, was eine eindeutige Definition des ‚Selbst‘ des Selbstreflexiven erschwert. So ist ein Film unter anderem ein Medienartefakt, ein fiktionaler Text, Teil des Produktionssystems Hollywood, zugehörig zu einem Genre, usw. Hettich fokussiert in ihrem Aufsatz die ästhetische Reflexion von Filmen über ihre eigene Genrezugehörigkeit und entwickelt vier distinkte Typen.

Ohne das Präfix ‚Selbst-‘ definiert sie Reflexivität als Oberbegriff für „verschiedene Spielarten bedeutungsgenerierender Selbstbetrachtung“ (S. 49) und unterscheidet zwischen autothematischer, transtextueller, selbstreferenzieller und metaisierender Reflexivität. Unter ‚autothematischer Reflexion‘ versteht sie Phänomene wie der ‚Film im Film‘ und die Thematizierung von Produktionsbedingungen oder Filmrezeption. Mit ‚transtextueller Reflexivität‘ meint Hettich Filme, die auf konkrete andere Filme Bezug nehmen, wie zum Beispiel Parodien, Pastiche oder Remakes. Filme, die explizit auf sich selbst als Werk Bezug nehmen, erfasst



Hettich unter ‚selbstreferenzieller Reflexivität‘. Unter metaisierende Reflexivität schließlich fallen Verfahren wie Metanarration oder Metafiktion, in denen der Film auf den eigenen Status als Erzählung verweist. Speziell auf Genrereflexion bezogen sind damit solche Verweise gemeint, die Genre aus einer Metaebene heraus betrachten. Die Filme beziehen sich also nicht auf spezifische Merkmale des eigenen (autothematisch, selbstreferentiell) oder eines anderen (transtextuell) Genres, sondern auf Genre als Konzept und Ordnungsprinzip.

An dieser Stelle wird Hettichs Verständnis von Genre allgemein wichtig: Die Autorin definiert Genre mithilfe von Aaron T. Becks Ansatz aus der Kognitionspsychologie als kognitive Schemata, mithilfe derer Zuschauerinnen schnell Muster in Erzählungen erkennen und kategorisieren können. Mit der metaisierenden Reflexion ist also die „Reflexion menschlicher Geistestätigkeit“ (S. 59) gemeint, die besonders in solchen Filmen eingesetzt wird, die mit einem plot twist, also einer überraschenden Wendung, enden.

Hettichs These ist, dass diese Filme bewusst auf die Aktivierung von Genreerwartungen bei ihren Zuschauerinnen setzen, sodass diese am Ende eindrucksvoll konterkariert werden können. Häufig ändere sich durch einen solchen plot twist rückwirkend die Genrezugehörigkeit eines Films. Während Genrereflexion allgemein seit Jahrzehnten ein beliebtes Stilmittel ist, seien diese metaisierenden Reflexionen ein neueres Phänomen

des Hollywood-Kinos: „Genres werden in diesen Filmen nicht mehr als Vehikel einer spezifisch medialen Illusionsmaschine enttarnt. Sie werden vielmehr als besonders effektives Mittel zur Darstellung der Realität eingesetzt“ (S. 62).

Obwohl Begriffe wie Selbstreferenzivität und Selbstreferentialität selten so streng definiert werden, wie es Ansätze aus der Semiotik vorschlagen, liefert Hettich mit ihrem Aufsatz einen überzeugenden Beitrag zur Begriffsdiskussion und damit zusammenhängende Definitionen und Abgrenzungen. Der Verzicht auf das gängige Präfix ist sicherlich ein sinnvoller Vorschlag, beseitigt aber nicht alle Definitionsschwierigkeiten. Ihr Systematisierungsversuch erlaubt jedoch eine genauere Differenzierung zwischen verschiedenen Typen der Genrereflexion. Der besondere Fokus auf metaisierende Reflexion ist ein hochaktueller Ansatz, der sowohl im Kino als auch in der Forschung sicher noch weiter relevant bleibt.

Auch *The Purple Rose of Cairo* thematisiert solche Genrekonventionen, indem die Figuren in Dialogen explizit auf das erwartbare Happy End romantischer Komödien hinweisen. Nach Hettichs Systematik wäre dies ein Fall von autothematischer Genrereflexion. Ein weiterer Film von Woody Allen illustriert, wie die von Hettich vorgeschlagene Kategorie der metaisierenden Reflexion aussehen kann: In *Melinda and Melinda* (2004) wird dieselbe Story einmal als Komödie und einmal als Tragödie ausgelegt.

Lisa Schachtschneider

Venus im Pelz

Roman Polanskis Geschlechterkampf auf verschwommenen Ebenen:

Theaterregisseur Thomas (Mathieu Almaric) verzweifelt nach einem Tag voller Castings fast an der mangelnden Auswahl an Darstellerinnen für seine Hauptrolle. Er sucht eine gebildete, schöne und starke Frau, die die Wanda von Dunajew in seiner Adaption von Sacher-Masochs Novelle *Venus im Pelz* verkörpert. Er sucht: eine Venus eben. Als das Casting lange vorbei ist, öffnet sich noch einmal die Tür des Theaters und herein kommt Wanda (Emmanuelle Seigner). Sie verkörpert das genaue Gegenbild zu dem, was Thomas sucht: Sie ist grob, ungebildet und naiv. Doch dann beginnt sie zu spielen und beide versinken zunehmend in die Novelle, deren Autor namensgebend für den Masochismus war. Polanski gelingt es mit dieser Adaption, Kinoliebhabern gerecht zu werden und gleichzeitig Leopold von Sacher-Masochs Novelle von 1870 zu erzählen – sie gar weiter zu spinnen. Während Wanda und Thomas sich immer weiter in der intradiegetischen Welt* von *Venus im Pelz* verlieren, wird der Zuschauer durch plötzliche Unterbrechungen immer wieder in die Rahmenhandlung des Films zurückgeholt. An einem Punkt wechseln die Figuren jedoch in eine dritte, metadiegetische Erzählebene hinüber – diegetische ‚Realität‘ und intradiegetisches ‚Spiel‘ verschwimmen. Die Adaption Polanskis beruht nicht lediglich auf Sacher-Masochs Novelle; er hat sich

wie schon zuvor bei *Gott des Gemetzels* als Grundlage ein Theaterstück gesucht. Mit der Positionierung der Figuren auf der Bühne, übertriebener Theaterkostümierung und den leeren Publikumsreihen auf der einen und Kameraeinstellungen, Musik und Ton auf der anderen Seite, schafft er eine Atmosphäre, die Theater und Film vereint. Die Medialität beider Medien kommt hier voll auf ihre Kosten. Wenn Thomas Wanda einen imaginären Kaffee einschenkt und der Zuschauer das Klirren der Tasse und das Plätschern des Kaffees tatsächlich hört, gelingt Polanski ein fließender Übergang von Theater zu Film und Spiel zu Realität. Die Effekte übertünchen jedoch nicht die Kernaussagen von Sacher-Masochs Werk: „Gott hat ihn gestraft und ihn in die Hände eines Weibes gegeben“. Das Bibelzitat ist das Motto der Novelle und wird bereits darin auf Herz und Nieren überprüft. Polanski schließt sich dem an. Sein erweitertes, an das Theaterstück von David Ives' angelehnte Ende, wirft für die Zuschauerinnen jedoch andere Fragen bezüglich der Richtigkeit des Zitates auf, als die Novelle. Das Spiel mit Dominanz und Unterwerfung steht jedoch in allen drei Ausführungen von *Venus im Pelz* im Vordergrund. Neben Geschichte und Effekten überzeugen in dieser Adaption die darstellerischen Fähigkeiten der beiden Schauspielerinnen. Beide beeindrucken im Wechsel zwischen den Erzählebenen mit Vielfältigkeit im Ausdruck, die den Zuschauerinnen nahtlos in

*der Begriff der Diegese wird hier nach Genettes Definition verwendet (Gérard Genette: Die Erzählung, Fink Verlag, München 1998)



die verschiedenen diegetischen Welten des Films hinübergleiten lässt: Die Zuschauerin ist wie aus einem Traum herausgerissen, wenn Wanda ihre Darstellung der Wanda von Dunajew durch lautes Zwischenpöbeln plötzlich unterbricht.

Polanski hat mit *Venus im Pelz* einen Film geschaffen, der zu Recht mit dem „Prädikat besonders wertvoll“ ausgezeichnet wurde. Die Novelle zu lesen ist für das Filmverständnis zwar kein Muss, lohnt sich aber auch unabhängig davon.

Antonia Schaefer

David Wants to Fly - ein yogisches Abenteuer

Dieser autobiografische Dokumentarfilm des deutschen Filmmachers David Sieveking ist aus dem Jahr 2010. Sieveking begegnet darin seinem Idol, dem Regisseur und Künstler David Lynch, der sich für eine Organisation namens „Transzendente Meditation“ stark macht. Die Organisation verspricht ihren Mitgliedern unter anderem, sie für viel Geld yogisches Fliegen zu lehren. Angeblich ließen sich Quanten regulieren, indem man sich mit den Naturgesetzen in Einklang bringt. Angestrebte Ziele sind dabei neben Unbesiegbarkeit und Weltfrieden die Verringerung von Leid.

Beim Aufeinandertreffen von Sieveking und Lynch wirbt dieser für die Meditationslehre, die Sieveking in seiner Schaffenskriese als junger Filmmacher auch wieder beruflichen Erfolg verschaffen soll: „I think, the intuition and the catching of ideas gets easier - it's money in the bank!“. Das Treffen setzt im Film bei Sieveking eine spirituelle Suche in Gang und führt ihn dabei quer durch die Welt bis hoch in den Himalaya zur Quelle des Ganges. Zunächst noch völlig naiv von der Begeisterung seines Idols an der Organisation angesteckt, entwickelt sich ein zunehmend in-

vestigativer Film, der zahlreiche Absurditäten der von Maharishi Mahesh Yogi, auch Lehrmeister der Beatles, angeführten Bewegungen offenlegt. Versickerte Spendengelder, Machtstreitigkeiten um die Führung und das falsche Versprechen des Erlernens von „yogischem Fliegen“ sind nur einige Kritikpunkte. Sieveking, der sich durch das Filmprojekt praktische Lebenshilfe in einer Schaffenskriese erhoffte und selbst Atheist ist, stößt dann durch sein zunehmend offensives Vorgehen und seine kritische Haltung gegenüber der Organisation verstärkt auf Widerstand. Dies mündet unter anderem während des Drehs in Androhungen von Klagen durch den Anwalt David Lynchs oder auch in die ‚Bereitstellung‘ eines Cutters, um Kontrolle über das Filmprojekt zu haben. Sieveking gelingt ein spannender Film über die Bizarrie einer populären spirituellen Bewegung der 60er Jahre. Der zu Beginn leicht unbeholfen wirkende Filmstudent nimmt die Zuschauerinnen mit auf eine spannende Reise mit zunehmendem Tempo in die Abgründe der Organisation. Sieveking fängt dabei auch immer wieder Momente mit seiner Freundin ein und zeigt die

in die Abgründe der Organisation. Sieveking fängt dabei auch immer wieder Momente mit seiner Freundin ein und zeigt die Entwicklung der Beziehung mit ihren Höhen und Tiefen in Form von Liebes- und Trennungsintermezzi. Dadurch erhält der Film zusätzlich einen weiteren unterhaltsamen Erzählstrang. Der vielfach ausgezeichnete

Dokumentarfilm überzeugt letztlich vor allem durch die authentische Haltung, den hohen Unterhaltungswert und die Spannungsmomente. Auf der DVD zum Film finden sich außerdem noch interessante Experten-Interviews mit Psychiatern und Journalisten sowie mit Aussteigern.

Catharina Gerber

StuZ MuK unterwegs

Utopien - Wege aus der Gegenwart

Bericht von der Jahrestagung 2015 der Gesellschaft für Medienwissenschaften

Die diesjährige Jahrestagung der GfM fand vom 30. September bis zum 02. Oktober in der Universität Bayreuth statt. Auf der Jahrestagung konnte ich StuZ MuK vertreten und meinen Vortrag *Algorithmen als Utopien?* halten.

Eher aus einem Gedankenblitz heraus (und Dank Danielas Bachelorarbeit) bin ich zu meinem Vortragsthema gekommen. Bei Sina Farzin habe ich kürzlich in der Soziologie ein Seminar zu Utopien und Dystopien besucht, in meinen Gedanken schwirrten also allerlei Utopieverständnisse herum. Das Thema des Kongresses, so erklärte Prof. Dr. Christine Hanke stellvertretend für unsere bayreuther Gastgeberinnen, entstand aus der Wahrnehmung der aktuellen (politischen) Lage heraus und ist als eine Art Aufforderung zu verstehen. Die Eröffnung der Jahrestagung wurde daher auch eindrucksvoll vom Zentrum für politische Schönheit begleitet. Das Thema Utopien blieb je-

doch, wie es häufig bei Jahrestagungsthemen zu sein scheint, eher in einem alltäglichen Verständnis behaftet und jede schaute, wie die eigene Arbeit sich dem Thema der Utopien zuordnen lässt. So verbanden sich die einzelnen Panels nicht nur dank Kaffee und Kuchen, sondern auch mit einer eher leichten Rahmung. Das ist zumindest mein Eindruck. Meinen kleinen Definitionskoffer habe ich daher eher für mich behalten und mich auf das Beobachten konzentriert.

Eine schöne Überraschung war dabei, auch auf bekannte Gesichter zu stoßen. Die Doktorandinnen aus Hamburg sind selbstverständlich auch angereist – so ein Kongress sollte nicht verpasst werden. Als Erstling auf den GfM-Jahrestagungen war es beruhigend, eine Gruppe für den obligatorischen Tagungsaustausch oder den Weg zur unbekanntenen Mensa zu haben. Auf einer solchen Tagung sind Besucherinnen zwar der wissenschaftlichen Elite



der Medienwissenschaften ganz nah. Schnell zeigte sich aber auch, dass manch nervöse Doktorandin, äußerst ambitionierte PostDoc und gelassene Professorinnen sich auf den Bühnen abwechseln. Der Druck ist für alle, die keine feste Professur haben, sehr groß, genauso wie die Konkurrenz. Wie in einem Seminar gab es auch einige Varianz in der Qualität der Vorträge. Gnadenlos abgelesene Vorträge, die auch nach den vorgeschriebenen zwanzig Minuten nicht endeten und äußerste Konzentration einforderten, gab es genauso wie frei vorgetragene, einstudierte sowie gut vorbereitete Präsentationen, die Spaß machten. Besonders einprägend war für mich eine Situation in einer Diskussionsrunde. Eine Rückfrage an eine frisch promovierte Vortragende zeugte von einem völlig gegensätzlichen Verständnis des Themas. Als es um die Rückantwort ging, tauschten die zugehörige Professorin, die zuvor ebenfalls einen Vortrag gehalten hatte, und entsprechende PostDoktorandin kurz Blicke aus. Die Professorin gab das Mikrofon weiter und wir Teilnehmerinnen kamen in den Genuss einer sehr diplomatischen, eleganten und ausführlichen Antwort. Für den Fragenden schien nun doch jeder Zweifel aufgehoben und seine vormals stichelnde Körperhaltung verwandelte sich in ein anerkennendes Nicken. Die Professorin war sichtlich stolz und für einen Moment hat sich meine eventuell doch utopische Vorstellung von einem solchen Jahreskongress noch erfüllt. Denn für einen Moment war ich auf einer Tagung, in der ein Thema oder eine Fragestellung im Mittelpunkt stand. Basierend auf dem Inhalt (nicht dem Status) und fokussiert auf die besseren

Argumente (nicht Meinungen) ergab sich ein Austausch, der sich für den Fragenden, die Antwortende und uns Zuhörende als eine Bereicherung darstellte.

Mein eigener Vortrag war die reinste Bewährungsprobe für meine Nerven, schließlich war ich die einzige Studentin, die zu den Vortragenden gehörte. Noch nie habe ich etwas so oft vorgesprochen, dabei die Zeit gestoppt, gekürzt und meine Notizen geändert. Gelohnt hat es sich allemal, das Feedback (um das ich explizit gebeten habe) und die Rückfragen helfen mir, mein Thema besser abzurunden. Es wird deutlich, an welchen Stellen sich bereits gute Ansätze zeigen, und wo noch Bearbeitungsbedarf besteht.

Der Aufwand ist in etwa so groß gewesen, wie für eine Bachelor-Hausarbeit und der Lerneffekt größer als in einem Seminar.

Ich kann es nur weiterempfehlen.

Nihal Kantekin

Wo kann ich Sprachkurse belegen?

Eine Möglichkeit, im Optionalbereich des Bachelorstudiums Leistungspunkte zu erwerben, ist das Belegen von Sprachkursen. Besonders bei Bewerbungen ist das Vorweisen von Sprachkenntnissen ein Vorteil. Die Universität Hamburg bietet zwei Möglichkeiten, diese Kenntnisse zu erwerben: Die **Allgemeinsprachkurse der Hamburger Volkshochschule** können im Rahmen der Universität Hamburg von Studierenden zu vergünstigten Tarifen belegt werden. Je nach Niveau und Anzahl der Unterrichtseinheiten (UE) variieren die Preise. Je mehr UE ein Kurs umfasst, desto mehr Punkte (ECTS) können erworben werden. Um die Punkte tatsächlich im Optionalbereich einbringen zu können, wird eine Teilnahmebescheinigung und die Zustimmung des Studienbüros benötigt. Die Leistungsbescheinigung erhält man bei erfolgreichem Abschluss des Kurses. Dafür ist es notwendig, 80% der UE zu belegen, die Aufgaben zu bearbeiten und die Klausur mit 60% der Gesamtpunktzahl zu bestehen. Es gibt Semesterkurse, die meist wöchentlich stattfinden, und Ferienintensivkurse, die in einem Zeitraum von zwei bis vier Wochen täglich mehrere Stunden umfassen. Die Allgemeinsprachkurse werden für die Niveaus A1, A2 und B1 angeboten, jedoch nicht bei allen Sprachen. Die Anmeldungen erfolgen auf der unten aufgeführten Website zu den ausgeschriebenen Anmeldefristen. Bei Fortgeschrittenenkursen muss ein Einstufungstest

abgelegt oder eine Bescheinigung über den Vorgängerkurs vorgelegt werden. Die Einstufungstermine werden ebenfalls auf der Website veröffentlicht. Weitere Informationen: www.sprachkurse-hochschule.de

Ab dem Niveau B2 werden die Sprachkurse vom **Sprachenzentrum der Universität Hamburg** angeboten. Die Anmeldung für diese Kurse erfolgt über Stine. Auch hier ist eine Einstufung oder ein offizielles Sprachzertifikat als Teilnahmevoraussetzung notwendig. Die Intensivkurse umfassen beim Sprachenzentrum eine Woche lang täglich ca. 5 Stunden. Die wöchentlichen Kurse verteilen sich auf das Semester. Das Sprachenzentrum bietet unterschiedliche Arten von Sprachkursen. Bei Brückenkursen werden die Kenntnisse von Grammatik bis Vokabular auf einen Stand gebracht. Bei interaktiven Vorlesungen werden viele Teilnehmer zugelassen, die Diskussionsmöglichkeit bleibt aber erhalten. Alle Kurse des Sprachenzentrums sind kostenlos. Weitere Informationen: www.uni-hamburg.de/sprachenzentrum.html

Ob von der Volkshochschule oder über Stine- ein Blick in die Vielfalt der Sprachkurse lohnt sich!

Jasmin Kermanchi



Was muss ich bei der Bewerbung für bestimmte Masterstudiengänge beachten?

Medienwissenschaft / Media Studies

Voraussetzung ist ein Abschluss im Bachelorstudiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft im Hauptfach an der UHH oder ein vergleichbarer Studiengang einer anderen Universität sowie ein Nachweis über deutsche Sprachkenntnisse. Als Abschluss eines vergleichbaren Studiengangs werden zum Beispiel Abschlüsse in einem medienwissenschaftlichen Hauptfach, wie etwa Medienwissenschaft, Filmwissenschaft und Fernsehwissenschaft anerkannt. Außerdem ist ein Abschluss in einem medienwissenschaftlichen Nebenfach mit einem Umfang von mindestens 45 Leistungspunkten für die Zulassung ausreichend.

Journalismus und Kommunikationswissenschaft

Voraussetzung ist zunächst ein berufsqualifizierender Hochschulabschluss entweder im Fach Journalistik/Kommunikationswissenschaft bzw. Medienwissenschaft mit sozialwissenschaftlicher Ausrichtung oder in einem sozialwissenschaftlichen Studiengang mit journalistischer/kommunikationswissenschaftlicher Ausrichtung. Außerdem müssen ausreichende Kenntnisse der Methoden der empirischen Sozialforschung (mindestens neun Leistungspunkte) und Englischkenntnisse nachgewiesen werden. Falls ihr im Neben- oder Hauptfach ein sozialwissenschaftliches Fach habt, solltet ihr auf jeden Fall an den Veranstaltungen zu empirischen Methoden teilnehmen. Da im Studium der Medien- und Kommunikationswissenschaft

der medienwissenschaftliche Teil mit etwa zwei Dritteln überwiegt, ist es wichtig, während des Bachelors kommunikationswissenschaftliche Seminare innerhalb der Module und/oder im Wahlbereich zu belegen, zum Beispiel verschiedene Vorlesungen aus dem MuK V2-Modul oder kommunikationswissenschaftlich relevante Angebote anderer Fächer.

Des Weiteren braucht ihr Vorstudienpraktika von mindestens acht Wochen, wovon mindestens vier Wochen im Bereich Journalismus absolviert werden müssen. Die restlichen Wochen Praktikum könnt ihr wahlweise auch in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit/PR oder Medienforschung ableisten. Ein guter Tipp ist, sich für studentische Hilfskraftstellen mit kommunikationswissenschaftlicher Ausrichtung zu bewerben, zum Beispiel am IMK, am IJK oder am HBI. Positiv bewertet wird außerdem, wenn ihr eure Bachelorarbeit für eine empirische Untersuchung zu einem kommunikationswissenschaftlichen Thema nutzt. Habt ihr alle Punkte beachtet, bittet euren Erstgutachter um ein Referenzschreiben über die kommunikationswissenschaftlichen Inhalte und Methoden, die ihr während des Studiums absolviert habt.

Für beide Masterstudiengänge müsst ihr euch online über Stine bewerben. Genauere Informationen findet ihr im Studienkatalog der Universität Hamburg.

Viel Glück wünscht StuZ MuK!

Malin Stelzner



StuZ MuK

Studentische Zeitschrift für Medien und Kommunikation

wird gefördert vom



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Universitätskolleg

IMPRESSUM

StuZ MuK
Studentische Zeitschrift
für Medien und Kommunikation

www.stuz-muk.de

HERAUSGEBERINNEN (V.i.S.d.P.)
Nihal Kantekin und Daniela Friedrich

CHEFREDAKTION (V.i.S.d.P.)
Jasmin Kermanchi

CHEF VOM DIENST
Eric Ziese

REDAKTION
Eric Ziese, Jasmin Kermanchi, Antonia Schaefer, Lisa Schachtschneider, Catharina Gerber, Malin Stelzner

CHEFLEKTORAT
Jasmin Kermanchi

AUTORINNEN DER ABSTRACTS ZU SEMINARARBEITEN
Corinna Braasch, Alex Putzer, Daniela Friedrich, Jan Pries, Julia Weber, Susan Engels

AUTORINNEN DER ABSTRACTS ZU BACHELORARBEITEN
Antonia Schaefer, Johann Jakob Maintz

GEMALTE BILDER
Jasmin Kermanchi FOTOLIO

FOTOS
Lisa Schachtschneider, Volker Lili-entahl, Corinna Braasch, Alex Putzer, Jan Pries, Julia Weber, Antonia Schaefer

GESTALTUNG UND LAYOUT
Nihal Kantekin
Malin Stelzner

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Dieses Vorhaben wird aus Mitteln des BMBF unter dem Förderkennzeichen 01PL12033 gefördert.

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Herausgebenden und Autorinnen und Autoren.



Bleibt StuZig!