

enwissenschaftlichen Theorie, die mit ihrer Hilfe u.a. klassifikatorische, kulturhistorische, stilanalytische, narratologische oder ideologiekritische Arbeit zu leisten vermag. Genres sind mithin für die gesamte Medienlandschaft von großer Bedeutung und liefern oft Aufschluss über ästhetische, ökonomische und soziale Dimensionen der jeweiligen Konstellationen, in denen sie entstehen resp. die sie repräsentieren. Da Genres stets Transformationsprozessen unterliegen und in Wechselbeziehung zu anderen Genres stehen – nicht nur intramedial, sondern in einer medienpluralisierten globalen Gesellschaft immer stärker auch medienübergreifend – lassen sich anhand generischer Strukturen auch komplexe (inter-)mediale und (inter-)kulturelle Austauschprozesse beobachten und analysieren.

Die Arbeitsgemeinschaft Genre Studies möchte eine Plattform bieten, um verschiedene Forschungsperspektiven miteinander zu verbinden, die sich in Bezug auf Genremuster in unterschiedlichen Medien traditionell eher isoliert entwickelt und auch unterschiedlich konzipierte Terminologien hervorgebracht haben. Ein zentrales Anliegen der AG ist daher neben einer Grundlagenarbeit am Begriff auch das Ziel, Genres nicht nur als einzelmediale, sondern insbesondere als transmediale Phänomene zu betrachten und damit den interdisziplinären Austausch über Genrestrukturen zu fördern, deren Dynamik längst mediale Grenzen überschreitet. Die unterschiedlichen disziplinären Perspektiven sollen dadurch nicht aufgehoben, sondern in produktiven Dialog gebracht werden (neben medienästhetischen Prämissen eröffnen sich Anknüpfungspunkte zur Rezeptionsforschung, Soziologie, Kognitionswissenschaft, Kunstgeschichte etc.). Ebenfalls angestrebt wird ein Brückenschlag zwischen verschiedenen Arbeitsgemeinschaften der GfM (Filmwissenschaft, Television Studies, Games, Akustische Medien). Vorangetrieben werden soll die Bündelung und Vernetzung der Genre Studies auch durch regelmäßige Tagungen und die Gründung eines Internetportals bzw. einer (elektronischen) Zeitschrift.

Kontakt:

Ivo Ritzer Ivo.Ritzer@gmx.net & Peter W. Schulze

AG Medienindustrien (NEU!)

Ob es um Einspielergebnisse, Festivals, Produktionsanekdoten oder kontroverse Gesetzesentwürfe geht – für die Nutzer von Internet, Film und Fernsehen sind Medien immer auch als Industrien beobachtbar. Ein eigenes Forschungsfeld von Filmwissenschaft und kulturwissenschaftlich ausgerichteter Medienwissenschaft konstituieren diese im deutschsprachigen Raum gleichwohl nicht. Das ist umso erstaunlicher, als international das Interesse an den Medienindustrien zum lebendigsten Moment disziplinärer Erneuerung, ja selbst zu einer rasant wachsenden Disziplin geworden ist, deren Problemstellungen, Gegenstände, Daten und Methoden einen durch Kohäsion und Korrespondenzen abgegrenzten Bereich konturieren. Die AG trägt dieser Dynamik Rechnung, indem sie den jüngsten Boom von thematisch relevanten Netzwerkgründungen, Forschungsprojekten und Publikationen außerhalb des deutschen Sprachraums für eben jenen fruchtbar macht.

Sie lädt alle aktiv zu den Praktiken, Organisationsformen und Strukturen der Medienindustrien forschenden GfM-Mitglieder zur Teilnahme ein. Von diesem Austausch verspricht sie sich eine engere Zusammenarbeit von Primärforschung und Theoriebildung zum Thema; eine stärkere Wahrnehmung der historischen, ästhetischen, theoretischen und politischen Relevanz der gegenwärtig geleisteten Forschung; schließlich auch die fachpolitische Gelegenheit, den Blick über die Einzelmedien von Film und Fernsehen hinaus zu öffnen und Medienwissenschaft ausgehend vom Wissen und den Praxen der Produktion, Distribution oder Aufführung her neu zu konturieren.

Die AG grenzt sich zugleich kritisch von drei vorherrschenden Tendenzen ab: einerseits von den Zielen einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Medienökonomie, die sich wechselweise als Hilfsdisziplin der

Betriebswirtschaft oder letzte Instanz der Medienethik geriert. Andererseits distanziert sie sich von Strömungen geisteswissenschaftlicher Medienforschung, die sich dem Hype, Jargon und den Schlagwörtern der Industrie selbst verpflichten. Vielmehr zeigt sie, dass das Studium der Medienindustrie in den Kernbereich der geisteswissenschaftlich eingerichteten Medienwissenschaft gehört. Drittens öffnet sie den Blick über den euro-amerikanischen Kontext hin auf eine Pluralität von Medienindustrien und strukturell-diskursiven industriellen Modellen, sowie auf die in den jeweiligen Kontexten stattfindende theoretische Reflexion. Darüber hinaus fördert sie historisch und empirisch basierte Forschung im interdisziplinären Dialog insbesondere mit der Soziologie, Ethnologie und Kulturanthropologie und tritt für kritische, aber nicht einseitig polemische Annäherungen an alle Phänomene der Medienindustrien ein. Sie verspricht sich von ihren Aktivitäten die Stärkung eines allenfalls latenten Forschungsfeldes, die Internationalisierung der deutschsprachigen Medienwissenschaft und nicht zuletzt auch eine stärkere Profilierung der GfM gegenüber der DGpuK, die den Bereich der Medienwirtschaft bislang öffentlichkeitswirksam für sich besetzt.

Bisherige Aktivitäten

Zur Kommunikation innerhalb der Gruppe, zur gemeinsamen Diskussion jenseits von Tagungstreffen und zur Verbreitung von Calls for Papers oder Literaturscheinungen, wurde eine Emailgruppe eingerichtet. Unter <http://groups.google.com/group/ag-medienindustrien-gfm> können Interessierte der Gruppe beitreten.

Ein konstituierendes Treffen der AG wird auf der GfM Jahrestagung in Frankfurt/M am Freitag, 5. Oktober 2012, 12:00-13:30h stattfinden.

Ein erster inhaltlicher Workshop der AG findet auf der GfM Jahrestagung mit den vier Gründungsmitgliedern am 5. Oktober 2012, 09:30-11:30h statt:

5.1 Workshop „Medien|Industrie|Spekulation“ (HZ11)

Moderation: Patrick Vonderau

Alexander Zons (Konstanz): Pre-Production – Zur kulturwissenschaftlichen Analyse der Filmindustrie

Skadi Loist (Hamburg): Filmfestivals – Vermittler oder Player der Filmindustrie?

Alexander Zahlten (Dongguk/Harvard): Industrielle Strukturen und filmischer Text in Japan

Patrick Vonderau (Stockholm): „Unblock Us“: Strategien des Digitalvertriebs in Europa

Geplante Aktivitäten

1. Panel- und Workshopreichtungen – zu den Jahrestagungen der GfM ebenso wie Tagungen der ECREA, NECS und SCMS

2. Internationale Vernetzung und Aufbau einer umfassenden Web-Resource (basierend auf Vorarbeiten der Gründungsmitglieder)

3. Kollaborative Forschung – analog zur Netzwerkforschung à la HOMER oder Going to the Show (<http://docsouth.unc.edu/gtts/>)

4. evtl. Organisation eines eigenen Workshops bzw. einer Tagung – wie z.B. „screen strike! Gender, Medien, Kritik“ – Tagung der AG „Gender Studies & Medienwissenschaft“ der GfM, 10.–12. Mai 2012, Wien

Kontakt

Patrick Vonderau (Sprecher)

Associate Professor Dr., Department for Media Studies (Institut für mediastudien, IMS), Stockholm University

patrick.vonderau@mail.film.su.se, www.ims.su.se

www.mine-europe.com

Skadi Loist (Stellvertretende Sprecherin)

Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Institut für Medien und Kommunikation, Universität Hamburg

skadi.loist@uni-hamburg.de

www.filmfestivalresearch.org