

wären. Das Papier von Herrn Schmitz zeigte die Verschränkung kunst- und medienwissenschaftlicher Ansätze und versuchte inhaltlich und methodisch zentrale Themenfelder zu bestimmen. Neben den Gegenstandsfeldern wurde die Bedeutsamkeit künstlerischer- bzw. kunstwissenschaftlicher Diskurse für die Selbstreflexion der Medienwissenschaften hervorgehoben.

Bei der Diskussion der Papiere wurden gemeinsame Themenfelder und methodische Überschneidungen der beiden Bereiche skizziert. Zwei Fragestellungen werden auf der Grundlage der Positionspapiere als besonders signifikant im Hinblick auf die Arbeit der AG Kunst und Medien diskutiert: (1) Das Verhältnis der zeitgenössischen Entgrenzung wissenschaftlicher Gegenstandsfelder zu Entgrenzungsphänomenen in der Kunst- und Medienentwicklung – also die Frage nach dem Verhältnis wissenschaftlicher Methodik und Theorie zu künstlerischen und medialen Praxen. (2) Die Frage nach der Ästhetisierung der Medien und den Medien der Ästhetisierung angesichts der umfassenden, auch medienbedingten Ästhetisierungstendenzen von Wirtschaft und Gesellschaft. Die Frage nach den Medien und Künsten der Ästhetisierung erschien besonders geeignet als Themenschwerpunkt zur Bildung einer eigenen AG-Sektion im Rahmen der übernächsten Tagung der GfM im Herbst 2014. Als Arbeitstitel wurde festgelegt: „Medien/Künste der Ästhetisierung“. Michaela Ott und Marc Ries skizzierten das Problemspektrum der „Medien/Künste der Ästhetisierung“ wie folgt: Ästhetisierung, verstanden in einem weiten Sinn als sinnliche Hervorbringung, Aufzeichnung, Aufbereitung, Präsentation, Fixierung, Übermittlung und Bereitstellung von visuellen, akustischen und anderen sensorischen Informationen, bedient sich seit Beginn der kultur- und mediengeschichtlichen Entwicklung sehr vielfältiger, historisch zu unterscheidender technischer Medien: der Medien der Verschriftlichung, der Bild-, Lettern- und Zahlenwiedergabe, der Licht-, Klang- und Musikproduktion. Heute werden „Medien der Ästhetisierung“ in einem raumzeitlich entgrenzten und von der menschlichen Einzelbetätigung weitgehend unabhängigen Rahmen installiert: Elektronische Medien agieren zwischen erdumkreisenden Satelliten und Nanotechnologie als sinnliche Mitgestalter der irdischen Existenz und bringen andere Modi des Sichtbaren, Hörbaren und Fühlbaren, andere menschliche Subjektivierungen und Vermögen hervor. Sie übernehmen zunehmend den städtischen Orientierungssinn, greifen helfend bei der Wegführung in öffentlichen Räumen ein, gestalten die menschlichen Wahlmöglichkeiten mittels Interessens- und Bewegungsprofilen, Kommunikations- und Sozialisierungsangeboten mit, lenken die Wunschproduktion und das Kaufverhalten, produzieren und übermitteln Bilder der Welt und des Universums, halten bildliche Einblicke und auditive Eindrücke von mit menschlichen Sinnesorganen nicht zugänglichen Bereichen ebenso wie schriftliche Ausführungen zu allen erdenklichen Wissensgebieten bereit. Sie registrieren und kontrollieren aber auch das Kommunikationsverhalten und organisieren die Welt auf unterschiedlichen epistemologischen Ebenen derart umfassend mit, dass fraglich ist, ob noch von menschlich-individuellen Entscheidungen und nicht vielmehr von ästhetischen Dividuations- und Interferenzprozessen in allen epistemischen Bereichen gesprochen werden muss.

Im engeren Sinn dienen die „Medien und Künste der Ästhetisierung“ der Ausschmückung und Verschönerung der Lebenswelt mit ästhetischen Qualitäten und zeitbedingtem Schönheits-Design. Dazu gehören ihre Instrumentalisierung für die Ausgestaltung des öffentlichen Raum, ihre Indiennahme für politische Mitteilungszwecke, ihre ökonomisch-technologisch-politische Ungleichverteilung, die damit einhergehende unterschiedliche Partizipationsmöglichkeit von Einzelnen, Gruppen, Bevölkerungen, der unterschiedliche Zugang zu unterschiedlichen Medien der Ästhetisierung usw.. Da kein Wahrnehmungs- und Wissensbereich im

Zeitalter des kognitiven Kapitalismus nicht-ästhetisiert vermittelt wird, sind sie die entscheidenden Medien überhaupt, deren Konfigurationen daher zu analysieren und auf ihre konstitutiven Leistungen zu befragen sind.

Die von den Künsten „erfundenen“ ästhetischen Artikulationen können hier ein Korrektiv darstellen, insofern sie im besten Fall auf eben diese medialen Kodierungen und Normierungen verweisen, Medien anders in Einsatz bringen, unbekannte Perzepte und Konzepte liefern und das Ungedachte in der Medienverwendung exponieren. Aber auch Folgendes ist beobachtbar: Technische Medien übernehmen Ästhetiken, die von den Künsten entwickelt wurden, so dass technische Medien und Künste sich visuell angleichen; die Künste wiederum können Wege der Ästhetisierung einschlagen, die sich an technischen Medien orientieren. Diese und andere Beobachtungen zu Konvergenzen und Divergenzen der Künste und Medien sollen Anlass zu weiterführendem und fruchtbarem medienwissenschaftlichem Austausch werden. von den Künsten entwickelt wurden, so dass technische Medien und Künste sich visuell angleichen. Bei der GfM-Tagung 2013 in Lüneburg möchte die AG Kunst und Medien das Thema „Medien/Künste der Ästhetisierung“ in einer Sektion präsentieren, zur Diskussion stellen und zu möglichst vielfältigen Beiträgen einladen. Unabhängig von der geplanten Sektion zum Thema „Medien/Künste der Ästhetisierung“ soll ein Workshop für die Mitglieder der AG „Kunst und Medien“ im April 2014 stattfinden – möglicherweise an der Kunsthochschule Mainz. Angedacht ist eine eventuelle Fokussierung auf einen exemplarischen Gegenstand, an dem vergleichend unterschiedliche disziplinäre und methodische Zugänge im Feld von Kunst- und Medienwissenschaften diskutiert werden (z.B. die Filme von Kathryn Bigelow).

Institutionalisierungsdiskussion

Gefordert wurde, folgende Themen in die Diskussionen bzw. das Selbstverständnis der GfM einzubringen und diese zu problematisieren:

- Status/Repräsentation der Kunsthochschulen innerhalb der GfM
 - Status und Bedeutung der medienwissenschaftlichen Forschung an Kunsthochschulen für die GfM. Dazu sollte unter anderem die Anzahl der Mitglieder, die im Bereich der Kunsthochschulen tätig sind, ermittelt werden. (Diesbezüglich soll der Vorstand der GfM angefragt werden.)
- gez. Henning Engelke/Michaela Ott/Marc Ries/Irene Schütze/Norbert Schmitz

Marie-Luise Angerer mla@khm.de

Norbert Schmitz nmschmitz@t-online.de

AG Medienindustrien

Die AG Medienindustrien wurde im Januar 2012 im Rahmen der GfM-Tagung in Frankfurt am Main gegründet. Zu den Gründungsmitgliedern gehören Skadi Loist (Hamburg), Alexander Zahlten (Harvard), Alexander Zons (Konstanz) und Patrick Vonderau (Stockholm). Die Mitglieder der Gruppe sind über die Liste ag-medienindustrien-gfm@googlegroups.com oder ihre Sprecher zu erreichen.

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 deutschsprachigen 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 Zusammenführung 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 wechselseitig 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 DGPK, 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 (s. oben). Unter <http://groups.google.com/group/ag-medienindustrien-gfm> können Interessierte der Gruppe beitreten.

Während der GfM-Jahrestagung 2012 veranstaltete die AG einen gut besuchten Workshop mit dem Titel „Medien|Industrie|Spekulation“. Alexander Zons (Konstanz) sprach zum Thema „Pre-Production – Zur kulturwissenschaftlichen Analyse der Filmindustrie“, Skadi Loist über „Filmfestivals – Vermittler oder Player der Filmindustrie?“ und Patrick Vonderau (Stockholm) hielt einen Vortrag mit dem Titel „'Unblock Us': Strategien des Digitalvertriebs in Europa.“

Über die vergangenen Monate hat die AG die internationale Vernetzung der Forschung im Bereich Medienindustrie stark vorangetrieben und über die Netzwerke der ECREA, SCMS und von NECS ausgeweitet. Mitglieder der AG sind überdies als Gründungsmitglieder in Netzwerken aktiv, darunter dem Film Festival Research Network (Marijke de Valck, Skadi Loist, www.filmfestivalresearch.org) mit Arbeitsgruppen in SCMS (Skadi Loist, Ger Zielinski) und NECS (Marijke de Valck); Scholarly Interest Group Media Industries in der SCMS (Patrick Vonderau), der NECS Workgroup Media Industries (Patrick Vonderau), und dem jüngst gegründeten Media Industries Journal (mediaindustriesjournal.wordpress.com) (Patrick Vonderau).

Als nächstes ist der Aufbau einer umfassenden Web-Ressource (basierend auf Vorarbeiten der Gründungsmitglieder) geplant. Die Antragsteller haben laufende Forschungsanträge bei verschiedenen internationalen Stiftungen eingereicht. Geplant ist ferner ein eigener GfM-Workshop evtl. mit der Publikation von Proceedings in einem Rhythmus von 2 Jahren. Ein Forum zum Generationenaustausch (Stichwort: junge Forschungsassistent_innen der Social Media Generation) und Nachwuchsförderung sind angedacht. Innerhalb der AG besteht der Wunsch, einen Überblick über die deutschsprachige Forschung zu Medienindustrien zu kartografieren.

Patrick Vonderau (Sprecher) patrick.vonderau@ims.su.se
www.ims.su.se
www.mine-europe.com

Skadi Loist (Stellvertretende Sprecherin) skadi.loist@uni-hamburg.de
www.filmfestivalresearch.org

Skadi Loist (Stellvertretende Sprecherin) skadi.loist@uni-hamburg.de
www.filmfestivalresearch.org

AG Medienkultur und Bildung

Vom 31.1. bis 2.2.2013 fand unter dem Titel „Verflechtungen: Medien Bildung Dispositive“ eine von den AG-Mitgliedern Andreas Weich und Julius Othmer organisierte Tagung in Braunschweig (Haus der Wissenschaft) statt. Wir beschäftigten uns mit neuen Forschungsfragen und Ansätzen für die Medienbildungsforschung. Die interdisziplinär angelegte Veranstaltung richtete sich an Interessierte aus den Bildungs-, Erziehungs-, Kommunikations-, und Medienwissenschaften, um den fächerübergreifenden Dialog über den Zusammenhang von Medienkultur und Bildung zu intensivieren. Ergebnisse dieses Dialogs lassen sich im geplanten Tagungsband nachvollziehen.



Am 15.2.2013 fand ein von Daniela Reimann am KIT organisierter Workshop zu aktuellen medienpädagogischen Positionen zur Medienbildung in Karlsruhe statt. Anhand einer Auswahl von Texten wurden Diskurse der Medienpädagogik mit dem Ziel einer medienwissenschaftlichen Positionierung diskutiert. Als Ergebnis dieser Diskussion wurde beschlossen, in der zweiten Jahreshälfte ein Treffen mit Medienpädagogen (wie Benjamin Jörissen zur „Strukturalen Medienbildung“) zu organisieren. Darüber hinaus wird gerade die erste Publikation der AG als Sonderausgabe des online-Journals dichtung-digital.org vorbereitet. „Grundlagen der