



Handreichung zum Modul P1 Projektstudium

Als BA-Student_in Medienwissenschaft/Medienpraxis absolvieren Sie im zweiten oder dritten Studienjahr das Modul *P1 Projektstudium*. Das gilt für Hauptfach und Nebenfach sowie für die Prüfungsordnungen 2016, 2010 und 2008 (hier unter der Modulnummer P4). Sie können das Modul entweder als Medien- oder als Forschungsprojekt absolvieren. Ein Medienprojekt beinhaltet ein medienpraktisches Werkstück und einen schriftlichen Projektbericht; ein Forschungsprojekt entwickelt eine wissenschaftliche Fragestellung hin zur eigenen Forschungsarbeit.

Das Projektstudium ist nicht an ein Seminar gekoppelt; Sie suchen aus dem Dozent_innenkreis des Instituts eine betreuende Person aus und stimmen das weitere Vorgehen mit ihr ab.

Umfang: 180 Stunden Selbststudium (entspricht 1 Monat Vollzeit), 6 ECTS.

1 Medienprojekt

Das Medienprojekt ist eine medienpraktische Arbeit mit künstlerischem oder journalistischem Charakter, mit der Sie auf Grundlage Ihrer medienwissenschaftlichen Kenntnisse Ihre medienpraktischen Fähigkeiten unter Beweis stellen. Sie erstellen – dem geforderten Arbeitsaufwand von 180 Stunden entsprechend – grundsätzlich eine ‚größere‘ Form; den genauen Umfang stimmen Sie mit der betreuenden Person ab. Beispiele:

- **Auditive Medien:** Feature, Hörspiel, Podcastserie usw.
- **Audiovisuelle Medien:** Kurzfilm, Werbespot, Animation usw.
- **Print:** Artikelserie mit mehreren Darstellungsformen, Pressemappe usw.
- **Online:** Website, Multimedia-Reportage usw.
- **Crossmediale Projekte:** PR-Kampagne, journalistische Crossmedia-Story usw.

Von Ihren medienwissenschaftlichen Kenntnissen ausgehend entwickeln Sie das inhaltliche Konzept für Ihr Werkstück. Sie können dabei von Anfang an eigene Schwerpunkte setzen, auf die Sie sich in Planung und Produktion besonders konzentrieren, und die entsprechend auch in der Bewertung eine zentrale Rolle spielen.

Beispiele:

- **Medienwissenschaftliche Fragestellung:** Wie haben die Sozialen Medien die Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Stakeholdern verändert? **Werkstück:** PR-Kampagne mit Schwerpunkt auf Einsatz von Social-Media-Kanälen für ein konkretes oder fiktives Unternehmen

- **Medienwissenschaftlicher Schwerpunkt:** Interviewtypen im Radiojournalismus. **Werkstück:** Podcastreihe mit unterschiedlichen Interviews
- **Medienwissenschaftlicher Schwerpunkt:** Leistungsfähigkeit von Darstellungsformen im Zeitungsjournalismus. **Werkstück:** Dossier mit Artikeln unterschiedlicher Gattungen zu einem gemeinsamen Thema

Wenn Sie sich für ein *medienpraktisches Projekt* entschieden haben, verfassen Sie zusätzlich zum Werkstück auch einen Projektbericht von 3000 bis 4000 Wörtern (das entspricht etwa 8 bis 12 Seiten) mit dem Charakter einer Hausarbeit. Im Projektbericht

- ordnen Sie ihr Medienprojekt in seinen medienwissenschaftlichen Kontext ein;
- stellen Sie Ihr Vorgehen anhand wissenschaftlicher und medienpraktischer Literatur dar;
- begründen Sie ihre Entscheidungen im Produktionsprozess von der Themenfindung über die Planung bis hin zur Umsetzung;
- reflektieren Sie den Prozess und die Ergebnisse mitsamt eigenen neuen Erkenntnissen und Erfahrungen;
- begründen Sie ihre Schwerpunktsetzung und stellen diese in einen medienwissenschaftlichen Zusammenhang.

2 Forschungsprojekt

Das Forschungsprojekt ist eine forschungspraktische Arbeit. Der Zuschnitt ist frei wählbar und wird in Absprache mit der jeweiligen betreuenden Person spezifiziert. Das Forschungsprojekt umfasst eine eigene empirische (Fall-)Studie (z.B. Einzelmedienanalyse, Interviews mit Mediennutzer_innen, Diskursanalyse), wobei die Darlegung der Konzeption und Durchführung der Analyse oder Studie und der schriftlichen Präsentation den Kern bilden. Die Auswertung vorhandener Publikationen (Forschungsstand) ist Teil der Arbeit. Die Auswertungs- und Interpretationsarbeit erfolgt hier bezogen auf die eigenen Befunde und Analyse.

Ähnlich wie bei einer Hausarbeit, sollten Sie sich klar machen, was Sie in Ihrem Forschungsprojekt bearbeiten wollen. Von zentraler Bedeutung ist es, eine *Forschungsfrage* zu formulieren, damit Sie Ziel und Zweck Ihrer Arbeit stets klar vor Augen haben. Versuchen Sie Ihre Forschungsfrage und Vorgehen in einem kurzen Exposé zu formulieren und sprechen Sie dieses mit der betreuenden Person ab (s.u.). Es ist nicht schlimm, wenn Sie sich noch etwas unsicher bezüglich des Themas sind, aber Sie sollten auf keinen Fall unvorbereitet zum Gespräch erscheinen.

Stellen Sie sich zur Themenfindung beispielsweise folgende Fragen:

- Was hat mich schon immer interessiert, aber wurde bisher noch nicht als Seminar angeboten?
- Was liegt mir besonders? Auf welchen Theorien und Methoden, die ich bereits kennengelernt oder angewandt habe, kann ich aufbauen?
- Ist mir in einem Seminar bei einem Thema oder Text etwas Besonderes/Außergewöhnliches/Strittiges aufgefallen, was ich noch gerne bearbeiten würde?

Beispiele für Forschungsarbeiten

Generell sollten Sie sich eine geeignete betreuende Person für Ihre Arbeit suchen. Die Lehr- und Forschungsschwerpunkte der Betreuungspersonen finden Sie auf den Webseiten der Mitarbeiter_innen des Instituts. Hierbei können Sie selbst verschiedene theoretische und methodische Schwerpunkte ähnlich wie bei einer Hausarbeit setzen, wozu Sie im folgenden als Anregung ein paar Beispiele finden.

- Medienanalyse mit selbstgewähltem Fokus (z.B. Raumanalysen im Film, Vorstellungen von Weiblichkeit in einem Reality-TV-Format, Adaptionenanalysen von Game of Thrones)
- Quantitative Inhaltsanalyse (Frequenzanalyse, Bewertungsanalyse, Kontingenzanalyse durch bspw. Befragungen oder Interviews)
- Qualitative Inhaltsanalyse (in Verbindung mit Bildanalyse, als Diskursanalyse von öffentlichen Auseinandersetzungen unterschiedlicher Themen)
- Rezeptions- und Aneignungsstudie (z.B. Interviews oder Gruppendiskussionen mit Zuschauer_innen von The Bachelor oder Nutzer_innen von Tinder)
- Experiment zu Medienwirkungen (z.B. in Verbindung mit Gewalterfahrungen im TV oder Priming-Effekte der Massenmedien)
- und vieles mehr

Sie präsentieren ihr selbständig erarbeitetes Forschungsprojekt und die Ergebnisse entweder als wissenschaftliches Paper (ca. 20-25 Seiten) oder als wissenschaftliches Poster inklusive Forschungsbericht oder -tagebuch (8-12 Seiten).

3 Projektidee, Exposé und Wahl des Betreuers

Das Projektstudium ist nicht fest an ein Seminar mit seinem Zeitablauf gekoppelt. Sie entwickeln selbständig eine Projektidee und entwerfen ein Exposé. Das Exposé erläutert auf etwa einer Seite stichwortartig je nach Art des Projekts

- **Medienprojekt:** das präzise Thema, die Darstellungsform(en), den wissenschaftlichen Kontext, die persönliche Schwerpunktsetzung
- **Forschungsprojekt:** das zu erörternde Problem, die Forschungsfrage, den Forschungsstand, die theoretische Fundierung sowie die Methoden
- **in beiden Fällen:** einen Zeitplan für die Umsetzung

Mit dem Exposé wenden Sie sich dann an eine geeignete betreuende Person. Grundsätzlich kommen alle hauptamtlich lehrenden Mitarbeiter_innen des Instituts in Frage. Wählen Sie jemanden aus, deren/dessen Profil zu ihrem Projekt passt – die Profilsseiten auf der Instituts-Website können Ihnen dabei helfen. Vereinbaren Sie einen Sprechstundentermin und stellen Sie Ihr Projekt dort vor. Wenn das Projekt akzeptiert wird, legen Sie gemeinsam Umfang und gegebenenfalls weitere Details zum Projekt fest.

Die Umsetzung des Projektes selbst erfolgt dann selbständig.

4 Gruppenprojekte

Sie können das Projektstudium (sowohl Medien- als auch Forschungsprojekte) auch als Gruppe absolvieren. In diesem Fall reichen Sie gemeinsam ein Exposé ein und schreiben auch einen gemeinsamen Projektbericht bzw. ein gemeinsames Paper. Schlüssel Sie im Bericht aber deutlich auf, wer welche Aufgaben übernommen und Leistungen erbracht hat.

Ein Gruppenprojekt ist notwendigerweise umfangreicher als ein Einzelprojekt. Legen Sie es von vornherein auf einen Zeitaufwand von etwa 180 Stunden *pro Person* an.

Bei Gruppenarbeiten wird die Benotung nicht einzeln aufgeschlüsselt.

5 Technische Hilfestellung

Sie können bei aufwendigeren Medienprojekten Unterstützung von Dritten hinzuholen – beispielsweise von Kommilitonen oder den Mitarbeiterinnen des ZFM. Die wesentliche konzeptionelle und inhaltliche Arbeit müssen Sie selbst erbringen; die Hilfestellung sollte in erster Linie technischer Art sein. Die Verantwortung für das Ergebnis tragen Sie in jedem Falle selbst.

Beispiel Website: Sie entwickeln das inhaltliche Konzept für eine Website, verfassen Texte, erstellen Fotos und produzieren Videos. Für die Programmierung und das Design samt Grafiken holen Sie Hilfe von einer Kommilitonin.

Die eigene Leistung muss schon im Exposé klar abgegrenzt und im Projektbericht dokumentiert sein. Die zeitliche Anforderung von 180 Stunden bezieht sich natürlich ausschließlich auf Ihren eigenen Anteil.

Auch das ZFM kann Sie in vielen technischen Belangen unterstützen, von der Beratung bis hin zum Verleih von Equipment. Melden Sie Ihren Bedarf bitte rechtzeitig an. Gegebenenfalls müssen Sie vor einer Ausleihe noch entsprechende ZFM-Kurse belegen, die nur einmal pro Semester stattfinden, z.B. den Kameraführerschein – bedenken Sie das bei Ihrer Zeitplanung.

6 Publikation

Das Projektstudium muss einen Bezug auf die Berufsfelder der Medienwissenschaft haben; es soll ein publikationsfähiges Produkt oder Manuskript herauskommen. Es ist darüberhinaus durchaus erwünscht, aber keineswegs verpflichtend, dass das Werkstück oder der Artikel tatsächlich publiziert wird. Der Weg hin zu einer Publikation (z.B. Erstellen eines Exposés, Verhandlungen mit Zeitungen oder Rundfunksendern, Einrichten einer Internetpräsenz) kann dabei gegebenenfalls als Teilaspekt des Produktionsprozesses ins Projekt eingehen. Ob es zu einer Publikation kommt, hat aber keinen Einfluss auf die Note. Informieren Sie sich über mögliche Angebote direkt am Institut, wie z.B. direkt bei Micro-Europa (s.u.) oder auch Media-Bubble.

Unabhängig von einer Publikation gelten für Projekte die presse- und medienrechtlichen Vorgaben (z.B. Urheberrechte und Persönlichkeitsrechte) sowie die wissenschaftsethischen Standards.

7 Auftragsarbeiten

Nur unter bestimmten Bedingungen können Sie auch Aufträge von Dritten als Medienprojekt umsetzen, zum Beispiel eine Website für ein kleines Unternehmen konzipieren. Wichtig dabei ist, dass Sie auch in diesem Fall Ihre Handlungsfreiheit behalten. Sie dürfen sich vom Auftraggeber nicht auf zu konkrete Vorgaben festlegen lassen. Die inhaltliche Konzeption muss von Ihnen selbst erarbeitet werden und der Umsetzung muss Ihr wissenschaftlicher Ansatz zugrunde liegen.

Das ZfM bietet Ihnen bei Fragen zu Auftragsarbeiten Unterstützung und verleiht Equipment für Auftragsarbeiten nur gegen eine Gebühr. Es wird Ihnen geraten, dass Sie sich Ihre Leistung vom Auftraggeber ebenfalls honorieren lassen. Kontaktieren Sie vor Projektbeginn das ZfM (Oliver Lichtwald oder Kurt Schneider) und lassen sich beraten.

8 Nachträgliche Anrechnung oder Doppelanrechnung

Die nachträgliche Anrechnung einer bereits abgeschlossenen Arbeit als Projektstudium ist grundsätzlich ausgeschlossen. Eine Arbeit kann auch nicht sowohl als Seminarleistung als auch fürs Projektstudium angerechnet werden. Das Projekt muss von Anfang an von einem Dozenten oder einer Dozentin betreut werden.

9 Notengebung

Das Projektstudium wird benotet. Bei Gruppenprojekten wird nur eine gemeinsame Note vergeben. Sie erhalten einen Papierschein; eine Prüfungsanmeldung in Campus ist nicht notwendig.

10 Micro-Europa

Als Alternative zum klassischen Projektstudium können Sie auch durch die Teilnahme am Radioprojekt *Micro-Europa* einen Schein für das Modul P1 erwerben. Micro-Europa ist als Praxisseminar mit wöchentlichen Präsenzzeiten konzipiert, die Anmeldung erfolgt zu Semesterbeginn über Campus. Ansprechpartner ist PD Dr. Ulrich Hägele (ZfM).

Weitere Informationen zu Micro-Europa online: micro-europa.de/projektstudium/