

► Zahlen und Fakten

Beginn: Winter- und Sommersemester
Dauer: 4 Semester
Abschluss: Master of Arts

► Bewerben und Einschreiben

Zugangsvoraussetzungen

Zugangsvoraussetzung für ein Masterstudium ist in der Regel ein Bachelor-Abschluss oder ein vergleichbarer Abschluss im gleichen oder in einem fachlich eng verwandten Studiengang und ein Nachweis fachlicher und persönlicher Eignung.

Nähere Informationen zu den Zugangsvoraussetzungen und dem Zulassungsantrag entnehmen Sie bitte der Zugangsordnung.

Bewerbung

Mit deutscher Hochschulzugangsberechtigung:
Sie bewerben sich online an der Uni Oldenburg.

EU- bzw. internationale BewerberInnen:
Sie bewerben sich über uni-assist e.V.

Detaillierte Informationen und die Fristen finden Sie im Internet: www.studium.uni-oldenburg.de/bewerben

► Ihre AnsprechpartnerInnen

Für Fragen zum Studiengang/-fach

Fachstudienberatung
Arne Wachtmann (Fachkoordinator Integrated Media)
Telefon: 0441-798-2316
E-Mail: a.wachtmann@uni-oldenburg.de

Prof. Dr. Susanne Binas-Preisendorfer (Institut für Musik)
Telefon: 0441-798-2311
E-Mail: susanne.binas.preisendoerfer@uni-oldenburg.de

Sabine Wallach (Kulturwissenschaftliches Institut)
Telefon: 0441-798-2337
E-Mail: sabine.wallach@uni-oldenburg.de

Für alle Fragen rund ums Studium

Zentrale Studienberatung
Campus Haarentor, A3 1-110 bis 1-117
26129 Oldenburg
Telefon: 0441-798-4405
E-Mail: studienberatung@uni-oldenburg.de
Internet: www.zsb.uni-oldenburg.de/

Für Fragen zu Bewerbung und Einschreibung

BewerberInnen mit deutscher Hochschulzugangsberechtigung:
Immatrikulationsamt
Campus Haarentor (Mensafoyer), M 1-174 bis 1-181
26129 Oldenburg
Telefon: 0441-798-2728
Internet: www.uni-oldenburg.de/i-amt

EU- bzw. internationale BewerberInnen:
International Student Office
Campus Haarentor, A5 1-147
26129 Oldenburg
Telefon: 0441-798-2478
E-Mail: iso@uni-oldenburg.de
Internet: www.iso.uni-oldenburg.de

► Weitere Informationen

Internetseite Integrated Media

www.integrated-media.de/

Studienangebot

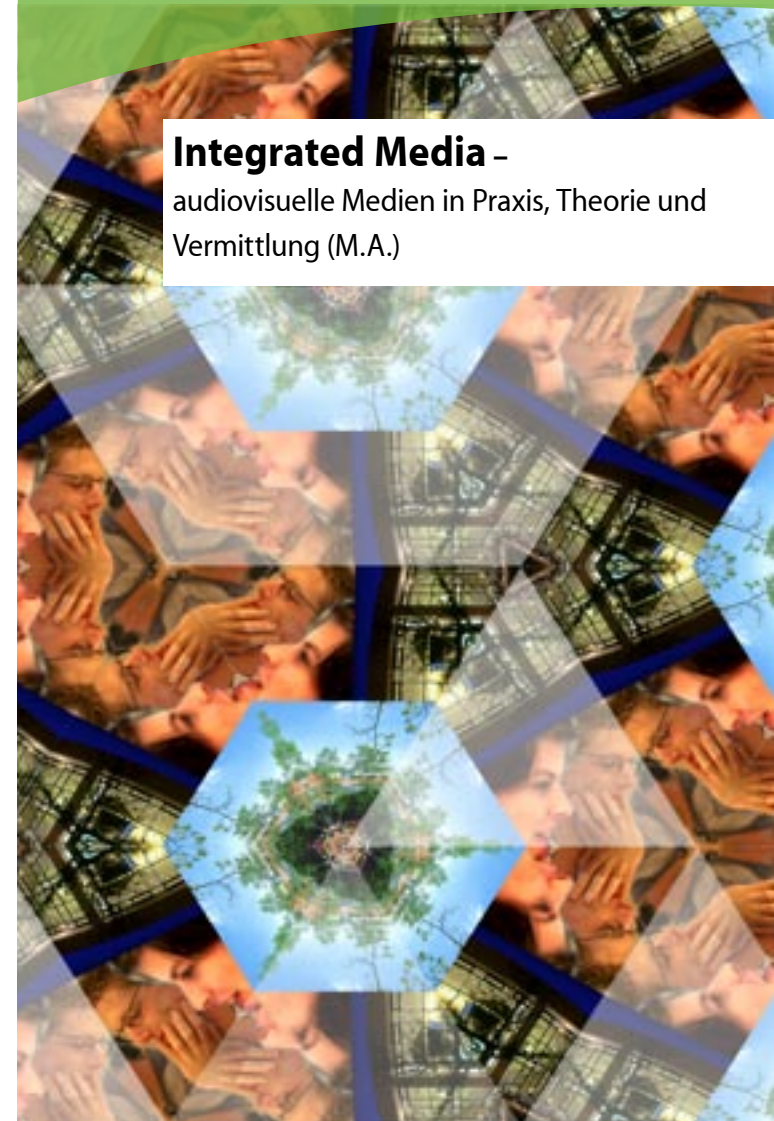
www.studium.uni-oldenburg.de/studienangebot

Studienfinanzierung

www.studium.uni-oldenburg.de/finanzierung

Impressum

Herausgeber: Zentrale Studienberatung, Stand: 05/2011



Integrated Media - audiovisuelle Medien in Praxis, Theorie und Vermittlung (M.A.)

Die fortschreitende Medialisierung bestimmt heute maßgeblich die Kommunikationsformen im Alltag, Berufsleben, Freizeit und den Künsten. Mit jedem Schritt technischer Entwicklungen ändern sich dabei die Strukturen und Formen der Produktion, Organisation, Vermittlung und Aneignung von Medien. Medieninhalte werden heute in konvergenten und integrativen Zusammenhängen produziert und angeeignet.

In modernen Medienproduktionen sind bild- und klangbezogene Arbeitsfelder nicht als isolierte Bereiche zu betrachten; das betrifft sowohl den Produktions-, Distributions- als auch den Prozess ihres Gebrauchs, Umgangs und Konsums. Diese Entwicklungen erfordern in Ausbildungszusammenhängen veränderte Konzepte der Lehre und Vermittlung.

Der Masterstudiengang Integrated Media reagiert auf diese Entwicklung und richtet seinen Fokus auf die wissenschaftliche Betrachtung künstlerischer Formen (z.B. Medienkunst, Musikvideo), kultureller Praktiken (z. B. net-communities) und juristischer Herausforderungen (z. B. Urheberrecht in der Informationsgesellschaft), die im Zuge von Medienkonvergenz und Interaktivität technologisch, ästhetisch und ökonomisch relevant werden. Gegenstand der Lehre sind sowohl medienkünstlerisch als auch kommerziell ausgerichtete Medienproduktionen und -prozesse.

Die Ausbildung ist an der sich dynamisch verändernden beruflichen Praxis in verschiedenen Bereichen der Medienarbeit orientiert und ermöglicht ein übergreifendes Verständnis der entsprechenden Tätigkeitsfelder und Anforderungen.

Als interdisziplinärer Studiengang wird der MA von zwei Instituten der Fakultät III, dem Institut für Musik und dem Kulturwissenschaftlichen Institut/Kunst und Medien verantwortet.

Im Masterstudium Integrated Media werden folgende Kenntnisse und Kompetenzen vermittelt:

- die Kenntnis aktueller Entwicklungen integrierter bild- und klangbezogener Aspekte von Medien, ihrer ästhetischen Besonderheiten, wirtschaftlichen Grundlagen sowie rechtlichen Rahmenbedingungen
- die Fähigkeit, sowohl künstlerisch als auch kommerziell ausgerichtete Medienprozesse zu gestalten und zu vermitteln
- medientheoretische, medienpraktische, organisatorische und kommunikative Kompetenzen

► Studienaufbau und -inhalte

Der viersemestrige Studiengang umfasst 120 Kreditpunkte (KP), die in insgesamt sieben Modulen erworben werden. Pro Modul werden 15 KP vergeben. Die Masterarbeit wird mit 30 KP eingerechnet. Der Studiengang wird mit dem Master of Arts abgeschlossen.

Das Studium setzt sich aus folgenden Modulen zusammen:

Pflichtmodule

Künstlerisch-technische Medienkompetenz	15 KP
Medienanalyse	15 KP
Medienwirtschaft/Medienrecht	15 KP
Medienexperimente und -vermittlung	15 KP

Wahlpflichtmodul (1 Modul)

Medientheorie: Schwerpunkt visuelle Medien	15 KP
Medientheorie: Schwerpunkt auditive Medien	15 KP

Professionalisierung	15 KP
Masterabschlussmodul	30 KP

120 KP

Kernbereiche des Fach-Masters Integrated Media sind die kunst- und musikbezogenen Lehrangebote des Instituts für Musik und des Kulturwissenschaftlichen Instituts, hier insbesondere in den Modulen künstlerisch-technische Medienkompetenz und Medienexperimente und -vermittlung. Im Vordergrund stehen dabei Übungen in Multimedia, Bild/Video und Klangbearbeitung, deren Ergebnis die Erstellung von künstlerisch-technischen Produktionen und/oder wissenschaftlich-künstlerischen Arbeiten ist.

Als Wahlpflicht-Module wird Medientheorie mit dem Schwerpunkt visuelle Medien oder dem Schwerpunkt auditive Medien angeboten. Um universitäre Vielfalt und notwendige Spezialisierungen zu ermöglichen, kann eines der genannten Module ausgewählt werden, wobei jedes der Module auch intermediale Aspekte einbezieht.

Veranstaltungen zu Medienwirtschaft und Medienrecht werden durch Lehrangebote der Fakultät II Informatik, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften abgedeckt und durch Spezialveranstaltungen, Projektutorien, Workshops und Gastvorträge aus den Fächern Musik, Kunst & Medien ergänzt.

Das Modul Medienanalyse thematisiert die komplexen Formen der Gestaltung und Wahrnehmung von visuellen und auditiven Elementen in verschiedenen medialen Kontexten (z. B. Sounddesign, Hörspielmusik, Musikvideo, Filmmusik, Performances, Videoinstallationen, integrative Phänomene der Medienkunst).

Der Professionalisierungsbereich (Fremdsprachen, Schlüsselqualifikationen, Projektmanagement, freie Module) ist Teil des Curriculums. Praktika und die dazugehörigen Begleitveranstaltungen sind diesem zugeordnet.

Alle genannten Module werden im Verlauf des 1.-3. Semesters studiert. Im 2. oder 3. Semester besteht die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes an einer Universität mit ähnlichen Studiengängen bzw. eines Wechsels an eine andere deutsche Universität oder Hochschule, um dort spezielle Angebote (z. B. Soundstudies/UdK Berlin, Kulturinformatik/Universität Lüneburg, mediale Inszenierung/Kunsthochschule für Medien Köln) wahrzunehmen. Im 4. Semester wird das Abschlussmodul mit Masterarbeit und Kolloquium absolviert.

Eine Besonderheit des Studienganges besteht in der Kooperation mit außeruniversitären Medieneinrichtungen der Region, u. a. mit dem Edith-Ruß-Haus für Medienkunst Oldenburg, öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten, Netzwerken, Verbänden der Medienbranchen in Niedersachsen und Hamburg sowie weiteren bundesweit und global agierenden Medieneinrichtungen und Unternehmen.

► Berufs- und Tätigkeitsfelder

Das Studium des Masterstudienganges Integrated Media befähigt zur beruflichen Tätigkeit in Institutionen und Projektzusammenhängen der Medienproduktion und Medienvermittlung wie z.B. Rundfunk, Film, Online, Medienagenturen, Medienlaboren und -studios, Medienkunstfestivals, Labels, Netzwerken, Projekten, Vereinen, Branchenvertretungen etc. Die permanenten Veränderungen dieser Arbeitsfelder erfordern Interesse an selbständigen und ungewöhnlichen Tätigkeitsperspektiven, Eigenaktivität und Risikofreudigkeit.