

# 40 Jahre MK

## Projektbeschreibungen

---

### 1. Subjektkonstruktionen und digitale Kultur (Osljak)

Das Forschungsinteresse gilt der Frage, wie sich Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in Online-Netzwerken selbst entwerfen. Unter diesem Gesichtspunkt werden ihre kommunikativen Praktiken im Cyberspace untersucht. Forschungsziel ist die Entwicklung eines Panoramas digital gestützter Subjektkonstruktionen, das der Gesellschaft mit Blick auf die Bereiche Arbeit, Kommunizieren und Bildung Informationen darüber liefert, mit welchen Subjektformen sie in Zukunft rechnen muss und wie sie sich darauf vorbereiten kann.

### 2. Ankommen in Österreich (Schachtner)

Innerhalb der Pilot-LV setzen sich Studierende mit dem Thema Migration auseinander. Die Studierenden konzipierten ein Drehbuch und anschließendes Filmprojekt. Als eindrucksvolles Produkt entstand ein kurzer Spielfilm über das Ankommen ausländischer Studierende in Österreich. Die StudentInnen schlüpften selbst in die Rollen der SchauspielerInnen, drehten und schnitten das Rohmaterial und zeigten auf einfachste Art und Weise, wie die Hauptcharaktere des Films ihren Weg zur Integration bewältigen.

### 3. Ästhetische Bildung: Medienprojekte mit physisch beeinträchtigten Menschen (Augustin)

Die Studierenden produzierten im Rahmen der Lehrveranstaltung „Ästhetische Bildung“ einen Kurzfilm über das Tageszentrum Klagenfurt, eine psychosoziale Einrichtung von Promente Kärnten. Die Studierenden konnten projektbezogen ihre technischen Kompetenzen erweitern sowie wertvolle Erfahrungen durch den persönlichen Kontakt mit KlientInnen sammeln.

### 4. Being Online – Undoing Gender (Roth-Ebner)

Im Rahmen des Seminars "Being online - (un)doinggender" haben sich Studierende des Masterstudiengangs "Medien, Kommunikation und Kultur" im Sommersemester 2011 mit Geschlechterkonstruktionen und der Möglichkeit zur Dekonstruktion von Geschlecht im Internet bzw. im Web 2.0 beschäftigt. Dabei stand die Frage im Mittelpunkt, wie das digitale Netz dazu genutzt werden kann, stereotype Vorstellungen von Geschlecht aufzubrechen und zu Diskussionen darüber anzuregen. Mit ihrem LV-Projekt "SamSox" entwickel-

ten die Studierenden in Gruppenunterschiedliche Möglichkeiten, das Internet zur Subversion von Geschlecht und für Geschlechterverwirrungen zu nutzen. Dabei entstanden angeregte Forumsdiskussionen sowie kreative Medienprodukte wie eine Website, ein Weblog, eine Fotolove-Story, ein Video-Interview sowie eine Facebook-Präsenz, die sich alle um die fiktive Transgender-Figur „SamSox“ drehen.

## **5. Lern-Wiki (Schachtner, Roth-Ebner)**

## **6. Interkulturelle Werbeforschung (Diehl, Koinig)**

Es werden verschiedene Aspekte der interkulturellen Werbeforschung präsentiert, insbesondere die Wirkung von emotionalen und informativen Werbeappellen in unterschiedlichen Kulturen, die Wirkung der Verwendung von Kulturdimensionen in der interkulturellen Werbung sowie unterschiedliche Wirkungen von pharmazeutischer Werbung.

## **7. Mediennutzung in den Lebensumbrüchen Studienbeginn, Berufseinstieg und Pensionierung (Leopold, Diehl)**

Das Forschungsprojekt "Mediennutzung in Lebensumbruchphasen" beschäftigt sich mit der Mediennutzung in besonderen Phasen der Veränderung im Leben von Menschen, beispielsweise nach einem besonderen Ereignis, welches das tägliche Leben, den täglichen Ablauf verändert. Menschen müssen mit einer neuen Situation und vor allem mit den neuen Bedürfnissen, die aus ihr entstehen, umzugehen lernen. Wenn diese Bedürfnisse von Medienunternehmen, wie auch von Werbetreibenden entsprechend befriedigt werden können, so entsteht eine Win-Win-Win-Situation für alle Beteiligten. Die daraus resultierende Forschungsfrage lautet:

„Welche Bedürfnisse haben Mediennutzer/innen in Lebensumbruchphasen und wie können diese durch Angebote der Medienunternehmen/Werbetreibenden befriedigt werden?“

Im Speziellen werden zunächst die Umbruchphasen „Studienbeginn“, „Berufseinstieg“ und „Pensionierung“ untersucht.

## **8. MediaAcT (Karmasin)**

Dieses 7. EU Framework Programme (Laufzeit 2011-2013) dient der Erforschung des Standes der Medienselbstkontrolle in Europa. Ziel ist es, ein PolicyBriefung für die EU Kommission zu erarbeiten.

## 9. Neue Trends in der Medienkonvergenz (Karmasin, Diehl)

In der heutigen Gesellschaft ist Konvergenz zu einer Alltagserscheinung geworden und bestimmt den Medienalltag jedes einzelnen. Sie kann dabei unterschiedlichste Formen annehmen (technisch, inhaltlich) und hat weitreichende Implikationen für Individuen und Unternehmen. Der Begriff meint zum einen den Zusammenschluss vorher unabhängiger Dienste und Services (zB mobile Internet), zum anderen die Koppelung einzelner Mediendienste bzw. Technologien (z.B. Unified Messaging und Unified Communications). Die daraus resultierenden Veränderungen in der (Medien)Kommunikation werden beleuchtet, aktuelle Trends werden diskutiert und ein Zukunftsausblick wird getätigt.

## 10. Relational Aesthetics (Hudelist)

"Relational Aesthetics" ist ein Begriff, den der französische Kurator Nicolas Bourriaud geprägt hat und beschreibt im Rahmen des MK-Tags den Ausschnitt eines Projekts, das sich mit dem künstlerischen bzw. kreativen Potential von Volksschulkindern befasst. Ein Kurzfilm dokumentiert Kinder, wie sie durch Tierpuppen, welche sie selbst hergestellt haben, die Stadt Villach ergründen und damit der Stadtgeschichte kreativ auf den Grund gehen. Dabei entsteht eine Geschichte, die die Kinder mit Hilfe ihrer Puppen selbst erzählen. Im Vordergrund steht die Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten [agency] und das emanzipatorische Potential dieser relationalen Ästhetik.

## 11. Forschung im Alltag (Küttel)

## 12. Der ländliche Raum in den Medien (Hipfl, Schütt, Künstler)

Im Kontext der gegenwärtigen Diskussionen um die Abwanderung junger Menschen aus dem ländlichen Raum wird in einer explorativen Studie die Frage untersucht, wie der ländliche Raum in den Medien dargestellt wird. Insbesondere interessiert dabei die Art und Weise, wie die Jugendlichen, die im ländlichen Raum leben, in den Medien repräsentiert werden. Theoretischer Hintergrund dieser Studie ist ein Verständnis von Medien als Konstrukteure einer „imaginären Geographie“, die Bilder und Vorstellungen von bestimmten Räumen vermittelt: Wie sehen diese (Lebens)räume aus? Welche Menschen leben dort und was machen sie? Handelt es sich dabei um attraktive Räume und wenn ja, für wen sind sie attraktiv? Welche Möglichkeiten und Perspektiven eröffnen diese Räume den jungen Menschen?

Methode: Quantitative und qualitative Inhaltsanalyse der zwei Tageszeitungen (Kleine Zeitung und Die Neue Kronenzeitung) und einer Wochenzeitung (Die Woche) für jeweils zwei Monate; Diskursanalyse ausgewählter Texte aus den Zeitungen; Qualitative Inhaltsanalyse von Fernsehsendungen (Musikantenstadl, Mei liabste Weis, Saturday Night Fever, Der Bergdoktor, Kärnten Heute)

### **13. Das Absurde in SixFeetUnder (Kleinrath)**

SixFeetUnder ist eine jener neuen US-Fernsehserien, die dem Bereich des Quality-TV zuzuordnen sind. Ein Faktor, der diese HBO-Serie einzigartig macht, ist ein anderer Umgang mit dem Tod. Dieses Dissertationsprojekt verbindet die Repräsentation des Todes mit existenzialistischen Konzepten. Dabei wird vor allem auf die Philosophie des Absurden von Albert Camus eingegangen, die mit dieser Erfolgsserie verknüpft wird.

### **14. Der Proband (Schwarzbauer, Zavodnik)**

In Kooperation mit dem BRG Viktring und dem Filmverein 26 Frames entstand im Rahmen der Lehrveranstaltung „Spielfilmproduktion / Drehbuchrealisierung“ der wettbewerbsfähige Kurzfilm „Der Proband“. Die Projektverantwortlichen delegierten und instruierten dabei 30 StudentInnen. Das Drehbuch zu dem Film wurde im vergangenen Wintersemester ebenfalls im Rahmen einer Lehrveranstaltung entwickelt und von der Drehbuchautorin Sonja Otti zur Umsetzung zur Verfügung gestellt. Im anschließenden Sommersemester war das Ziel, das entstandene Drehbuch professionell und filmästhetisch umzusetzen. Mit der Rekrutierung vier erfahrener Schauspieler, einem ausgebildeten Stuntman und den imposanten Drehorten im Stift Viktring konnte das Ziel sogar übertroffen werden.

### **15. ÖH-Studienvertretung**

### **16. aufMUKen**

Das aufMUKen Team wird mit einem Stand präsent sein, an dem zu einem Schreibwettbewerb aufgerufen wird. Außerdem haben die Studierenden erneut die Möglichkeit, Bewerbungsbilder von sich machen zu lassen. Desweiteren wird das Team mit einer Präsentation am Stand über das Projekt aufMUKen, das Team sowie seine Vorhaben berichten.