UNIVERSITÄT AUGSBURG
Universitätsbibliothek

OPEN ACCESS
OPUS AUGSBURG

Intensiv, international und innovativ: das Studium “Medien und Kommunikation”an der Universität Augsburg

Susanne Kinnebrock

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Kinnebrock, Susanne. 2015. “Intensiv, international und innovativ: das Studium ‘Medien und Kommunikation’ an der Universität Augsburg.” *Sachverhalte* 3 (3): 10–11.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

licgercopyright

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
Deutsches Urheberrecht
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
https://www.uni-augsburg.de/de/organisation/bibliothek/publizieren-zitieren-archivieren/publiz/

Foto: Regio Augsburg Toruismus GmbH

Intensiv, international und innovativ:

Das Studium „Medien und Kommunikation“ an der Universität Augsburg

von **Prof. Dr. Susanne Kinnebrock**

Augsburg verbindet man häufig mit den Fuggern – jenem Handelshaus aus der Renaissancezeit, dessen Erfolg sich nicht zuletzt auf ein neuartiges, hervorragend funktionierendes internationales Kommunikationsnetz gründete. Zugegeben, die Medien der Kommunikation sind inzwischen andere, aber Kommunikationskompetenz und Kreativität, internationale Vernetzung und Innovationsfreude zählen auch heute noch zu den zentralen Erfolgsfaktoren in Berufs- und Wirtschaftsleben. Genau sie kennzeichnen die Bachelor- und Master-Studiengänge „Medien und Kommunikation“ der Universität Augsburg. Seit 2001 kann man in Augsburg „Medien und Kommunikation“ studieren – zunächst als Bachelor-, seit 2003 auch als darauf aufbauendes Master-Programm. Die Studienplätze sind heiß begehrt. Auf rund 50 Bachelor-Studienplätze kommen jedes Jahr zwischen 1.000 und 2.000 Bewerbungen. Die hervorragenden Bewertungen der beiden Studiengänge durch das unabhängige Centrum für Hochschulentwicklung (CHE-Ranking) dürften dazu ebenso beigetragen haben wie die exzellenten Studienbedingungen in Augsburg. Kleine Seminare statt Massenveranstaltungen, eigenständiges Forschen statt passivem Zuhören und nicht zuletzt eine Vielzahl an medienpraktischen Projekten – all dies macht das Studium von „Medien und Kommunikation“ attraktiv und intensiv. Zudem decken die Studiengänge ein breites inhaltliches Spektrum ab und erlauben individuelle Schwerpunktsetzungen: Zu dem grundständigen kommunikationswissenschaftlichen Hauptfach kann eine ganze Palette unterschiedlichster Nebenfächer dazu kombiniert werden wie z.B. Ökonomie, Sozialwissenschaften, Psychologie oder auch Philosophie.

Foto: Uni Augsburg

Im Zentrum des Studiums: Kommunikation von Wissen

Die Besonderheit der Augsburger Studiengänge liegt in ihrer Perspektive auf Wissen. Wir leben in einer Wissensgesellschaft, Wissen ist zur zentralen Ressource unserer postindustriellen Gesellschaft avanciert. Und die Frage, wie Medien zur Vermittlung von relevantem Wissen beitragen, steht in Augsburg im Zentrum. Sie stellt sich im Bereich der Gesundheits- und Umweltkommunikation ebenso wie bei der Kommunikation von neuen Technologien und Risiken, von wissenschaftlichen Erkenntnissen oder globaler Politik. Augsburger Studierende entwickeln im Laufe ihres Studiums die Kompetenz, Kommunikationsprozesse zu analysieren, zu strukturieren und zu gestalten. Diese Fähigkeiten kommen ihnen nicht nur im Berufsfeld Journalismus, sondern auch im Bereich Public Relations und in der Medienforschung zugute.

Intensive Projektarbeit

Sowohl die systematische Analyse als auch das praktische Gestalten von Kommunikationsprozessen wollen gelernt sein. Deshalb gibt es im Augsburger BA-Studiengang zunächst einen verpflichtenden Praxis-Bereich, in dem Lehrbeauftragte aus der Medienbranche gemeinsam mit den Studierenden Medienprodukte entwickeln. Dazu steht ihnen sowohl ein Medienlabor (inkl.

Fernsehstudio und Schnittplätzen) als auch ein Crossmedia-Labor zur Verfügung; ebenso sieht der BA-Studiengang ein zweimonatiges Pflichtpraktikum in einem Medienbetrieb vor. Die systematische Analyse von Kommunikationsprozessen und Medienwirkungen wird dann in zahlreichen Projektseminaren eingeübt: Themenkarrieren in Massenmedien, aber auch in Social Media, die Wahrnehmung von journalistischen Beiträgen, aber auch den Erfolg von Kampagnen, die „Usability" von Homepages und Apps – all dies untersuchen Augsburger Studierende in empirischen Projekten. Grundlage dafür bilden neben einer soliden Methodenausbildung mehrere gut ausgestattete Forschungslabore. Zur Verfügung stehen ein Eyetracker-Arbeitsplatz und eine mobile Brille zur Registrierung von Blickrichtungen, ein psychophysiologisches Labor, in dem Reaktionen auf Medieninhalte in Echtzeit gemessen werden, und schließlich ein CATI-Studio für Telefonbefragungen.

PROJEKTARBEIT wird also in Augsburg großgeschrieben. Und dies hat auch mit Blick auf Kompetenzen, die im Berufsleben wichtig sind, positive Nebeneffekte. Da die Studierenden ihre Projekte zumeist in kleinen Teams eigenständig umsetzen, entwickeln sie Teamfähigkeit und Kompetenzen im Projektmanagement.

Foto: S. Wyszengrad

Internationale Orientierung

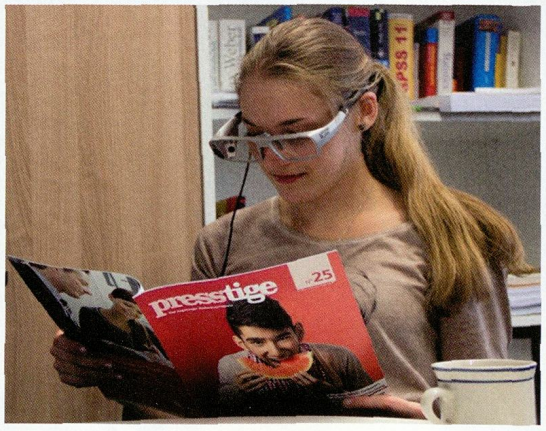
Es gehört zu einem Studium von „Medien und Kommunikation" in Augsburg dazu, mindestens ein Semester ins Ausland zu gehen. Die Universität Augsburg unterhält zu rund 250 Partneruniversitäten in 50 Ländern enge Beziehungen. Und die „MuK-ler", so die Augsburger Bezeichnung für ihre Medien-Studierenden, profitieren davon in ganz besonderem Maße. Da im Studiengang „Medien und Kommunikation" regelmäßig englischsprachige Kurse angeboten werden, sind sie aufs Auslandsstudium gut vorbereitet, ebenso ist die Sprachbarriere für ausländische Studierende niedriger. Augsburg hat sich dank seiner englischsprachigen Kurse inzwischen zu einem höchst attraktiven Studienort für ausländische Medien-Studierende entwickelt, aber auch für Dozenten aus dem Ausland. Allein in diesem Sommersemester sind drei Gastprofessoren – zwei aus den USA und einer aus Portugal – am Augsburger Institut für Medien, Wissen und Kommunikation tätig.

Campus-Universität

Während im Bachelor-Programm die Praxis-Anteile hoch sind, wird im Masterprogramm vor allem die Forschungsexpertise vertieft. Eines bleibt aber: das Arbeiten in Projekten. Ein typisches Bild sind Teams, die auf dem Uni-Campus gemeinsam über Fragebögen, Experimentaldesigns und Datensätze brüten – das allerdings im schönen Ambiente. Die Universität Augsburg ist eine Campus-Universität inmitten eines Parks mit See. Und im Sommer ist Outdoor-Working angesagt. Vor allem aber sind die Wege auf dem Campus kurz. Bibliothek und Mensa, Seminarräume und Medienlabor, alles ist nur einen Katzensprung entfernt. Und verirren kann man sich inzwischen auch nicht mehr – dank der Campus-App, die natürlich unter der Ägide einiger „MuK-ler" entwickelt wurde.

Foto: A. Brücklmaier

Foto: M. Hallermayer



Kontakt:
Prof. Dr. Susanne Kinnebrock
Institut für Medien, Wissen und Kommunikation
Studiengang BA/MA „Medien und Kommunikation
Universität Augsburg
Universitätsstr. 10
86159 Augsburg
E-Mail: susanne.kinnebrock@phil.uni-augsburg.de
http://www.imwk.uni-augsburg.de/