

Modul: Profilstudienbereich D: Medien- und Visuelle Anthropologie

Qualifikationsziele:

Qualifikationsziele sind grundlegende Kenntnisse der Forschung zu Themen und Theorien aus den Bereichen der medialen, insbesondere der audiovisuellen Repräsentation und Perzeption. Die Studentinnen und Studenten sind in der Lage, sozialanthropologische Medienanalysen durchzuführen, die zum Verstehen kultureller Kontexte dienen. Die Absolventinnen und Absolventen des Moduls haben vertieftes Wissen über die Bedeutung von Film, Video und Fotografie als historisch gewachsene Methoden zur Auseinandersetzung mit dem „kulturell Fremden“ und als Quelle ethnologischer Daten in der ethnographischen Forschungspraxis. Die Studentinnen und Studenten werden in die Lage versetzt, Analysen von Bilder- und Textwelten sowie performativer medialer Repräsentationsformen mit Berücksichtigung der Perspektive der jeweiligen Produzenten und Rezipienten durchzuführen. Lernziel des Moduls ist es, ikonographisch historische Transformationsprozesse zu rekonstruieren, zeitgenössische stilistische Ausformungen zu interpretieren sowie Hypothesen und Prognosen zu zukünftigen populärkulturellen Entwicklungen formulieren zu können.

Inhalte:

Dieser Profilstudienbereich befasst sich mit der globalen sozialanthropologischen sowie gesellschaftspolitischen Analyse existierender Mediensysteme und Netzwerke. Der Einfluss globaler Ikonen auf lokale Vorstellungswelten und die Produktion von lokalen Gegenbildern werden im Rahmen der Debatte über Fremd- und Eigenbilder und der Forschungsansätze über die Bildproduktion als Strategien von Empowerment beleuchtet. Im Themenschwerpunkt Populärkultur werden afrikanische, asiatische und europäische Repräsentationsformen aus dem Feld der Populärkultur, wie beispielsweise bildliche Souvenirkunst, Literatur, Poster, Cartoons, (Werbe)Plakate/-Tafeln, aber auch Tanz, Musik, Theater und Film, behandelt und auf neuere Theoriedebatten um Globalisierung, Transkulturalität und Medien bezogen. Die Herausforderung aus der Perspektive einer medienanthropologischen Wirkungs- und Nutzungsforschung liegt im Versuch, direkte Korrelationen zur Gestaltung individueller/kollektiver Lebenswelten herzustellen. Das betrifft die Konstruktion der Wirklichkeit, die intrapersonelle (Re-)Konstruktion von Vorstellungsbildern und die jeweilige mediale Kommunikationslandschaft (einschließlich der informellen elektronischen Imaginationsräume und Schnittstellen, die zunehmend um das Internet entstehen).

Die Visuelle Anthropologie thematisiert bildliche Repräsentationsformen, koloniale und postkoloniale Fotografie sowie beispielsweise die bildliche Auseinandersetzung mit dem kulturell und „landschaftlich Anderen“ in digitalen Bilderwelten. Schwerpunktmäßig werden neuere sozialanthropologische Debatten der visuellen Anthropologie zum indigenen und transregionalen Foto- und Filmschaffen und Theorien zum Iconic Turn behandelt. Visualisierungsformen haben innerhalb der Geschichte des Umgangs europäischer Gesellschaften mit nichteuropäischen Gesellschaften eine besondere Rolle gespielt. Jede Form der Repräsentation strukturiert, organisiert und wählt die Elemente aus, die vermittelt werden sollen, und jede Übermittlung folgt dabei impliziten Strukturen, die durch ihren jeweiligen kulturellen Kontext Sinnhaftigkeit konstruieren, wobei Wort- oder Bildwahl und Form implizite Deutung und Bewertung transportieren. Damit hebt sich die vormalige Unterscheidung in Sachübermittlung („faktisch“) und Fiktion auf. Dadurch rücken die sozial verankerten impliziten Grundannahmen „hinter“ den Botschaften und die narrativen Konstruktionsprinzipien und Verfahren ebenso in den Blick wie der konnotative Wertgehalt von Begrifflichkeiten, Sprachkonventionen und Metaphorik. Botschaften und ihre Übermittlungsweisen, wie u. a. von Mythen, Oral History, Fernsehberichten oder einem Werbeslogan, werden aus sozialanthropologischer Perspektive untersucht und umfassend sozial, historisch und medial kontextualisiert.