

Interview mit**Prof. Dr. Caja Thimm*****Geschäftsführende Direktorin des Zentrums für Kommunikations- und Medienwissenschaft ZfKM an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn***

MB: Die Medienwissenschaft befindet sich momentan irgendwo im Schnittpunkt von Literatur, Germanistik und Anglistik, aber auch von Kommunikationsforschung, Musikwissenschaft und Soziologie: Hat dieses Fach schon seinen endgültigen Standort gefunden?

CT: Wir verstehen uns eigentlich mehr als etwas wahrhaft Interdisziplinäres. Ich habe beispielsweise hier in Bonn die einzige „reine“ Professur für Medienwissenschaften; alle anderen, die an dem Gesamtkonzept mitwirken, vertreten durchaus ihre eigenen Fächer. Wir haben da Leute, die von der Soziologie bis hin zur Computer-Linguistik ihren jeweiligen Bereich und darin wiederum den medienbezogenen Anteil vertreten.

MB: Also keine fest abgegrenzte Positionierung inmitten des bisherigen universitären Fächerangebotes?

CT: Das ist ein ganz wichtiger Diskussions-Punkt, den wir übrigens jetzt auch von der wissenschaftstheoretischen Warte her vorantreiben wollen. Es ist nämlich wirklich so: Die Medienwissenschaft hat einfach keinen eigenen Platz! Viele, die sonst vielleicht Romanistik, Germanistik oder Anglistik betreiben würden, denken: „Oh ja, Medien! Dass ist immer spannend“ und belegen dann Medienwissenschaft. Aber ein eigenen Kanon an Methoden und Theorien, das ist erst in der Ausarbeitung und darüber läuft eine intensive Diskussion im Fachbereich, was natürlich sehr spannend ist!

MB: Lässt sich denn eher noch von „Pilotphase“ oder gar „Experiment“ sprechen?

CT: Nun, der Studiengang Medienwissenschaft läuft seit einiger Zeit schon sehr solide: Wir haben immerhin jetzt die ersten Zwischenprüfungen, bei einigen ganz Fleißigen jetzt bereits nach drei Semestern. Noch sind es –bisher, im Laufe der weiteren Semester wird sich das ändern!- nicht so viele Studenten, da können halt alle eine sehr gute Betreuung bekommen und können daher gut und zügig studieren.

MB: Aber demnächst bei wachsender Studentenzahl wünschen sie sich schon noch mehr personelle Verstärkung?

CT: Es ist halt für die jeweilige Universität eine grundsätzliche Frage, wieweit sie dieses Fach fördern, dort einsteigen und entsprechend Leute berufen wollen. Wir haben konkret hier in Bonn noch viel mehr Ausbaupläne - etwa was Medien betrifft im Bereich Ästhetik, im Bereich Geschichte oder in Bezug auf Medienrecht. Da gibt es noch so viele Bereiche, die fehlen, aber andererseits wird man alles sicher nie abdecken können.

MB: Was wird denn demnächst der typische Student der Medienwissenschaft nach seinem Abschluss alles beherrschen? Gibt es da schon klare Vorstellungen und Zielvorgaben?

CT: Nun, wir hier in Bonn haben mehrere gewichtige Schwerpunkte gesetzt: Ganz vorne ist da Radio und der dazugehörige Produktionsbetrieb, außerdem legen wir viel Wert auf Erfahrungen im Bereich Print und deshalb soll es dort von uns auch zunehmend Anstrengungen geben. Als weiteren Bereich, den ich persönlich unbedingt gerne weiter vorantreiben möchte, sehe ich das weite Feld von Online-Bildung. Das Lernen mit und durch Medien ist sehr wichtig und zukunftsweisend!

Man spricht ja mittlerweile auch bei den Universitäten von Alleinstellungsmerkmalen, denn die müssen sich wie große Firmen ebenfalls profilieren - und speziell dort im Online-Bereich liegen noch viele Potentiale und Bereiche, wo ich uns in Zukunft vermehrt aktiv sehe.

MB: Und die in Bonn intensiv geübte Verbindung mit den anderen Universitätsfächern wie Germanistik oder Musikwissenschaft hat sich bewährt?

CT: Absolut! Speziell die Beherrschung der Sprache erweist sich als geradezu unverzichtbar! Es ist halt so, dass die Einen vielleicht in den Musikbereich, wieder andere in den visuellen oder mehr technischen Bereich gehen wollen – aber überall zeigt es sich ganz deutlich, dass ohne gute Sprachkenntnisse oder ordentliche Sprach-Kompetenz sowohl Produktion als auch Rezeption von Medien gar nicht verantwortlich machbar sind.

MB: Wird sich ein Absolvent der Medienwissenschaft später beim zu erwartenden Kampf um die begehrten Stellen besser als die bisherigen Kandidaten durchsetzen können?

CT: Ja, denn sie haben eine solide praktische Ausbildung, sie können sowohl ein Video digital bearbeiten als auch eine Radiosendung schneiden und moderieren. Die Studenten sollen und werden später sehr gute Multimedia-Kenntnisse haben, sie haben dann bereits in der Medienpraxis gearbeitet, und meine Vorstellung und große Hoffnung ist, dass sie, wenn sie an der Magisterprüfung sitzen, schon zu 90 Prozent einen Job haben werden.