

Stiftung Universität Hildesheim



Master-Studiengang Kulturvermittlung

Fachbereich 2
Kulturwissenschaften und
Ästhetische Kommunikation





Inhalt

1. Master-Studiengang »Kulturvermittlung«
 - 1.1 Studienprofil
 - 1.2 Lehre & Forschung
 - 1.3 Berufsfelder & Chancen
 - 1.4 Aufbau des Studiums
2. Bewerbung & Zulassung
3. Beratung & Service

Willkommen bei der »Kulturvermittlung«!

Wer in profilierten Wissenschaftsbereichen in persönlicher Atmosphäre studieren will und dabei sowohl auf ein fachwissenschaftliches Studium als auch auf einen ausgeprägten Praxisbezug Wert legt, wählt mit der Universität Hildesheim den richtigen Studienort.

Als Profiluniversität mit derzeit mehr als 5500 Studierenden bieten wir Studiengänge in den Bereichen Bildungs- und Kulturwissenschaften, Sprach-, Informations- und Naturwissenschaften. Fachbereichsübergreifende Zentren, Graduiertenkollegs und Stiftungsprofessuren stärken die wissenschaftliche Forschung.

Zum Leitbild der Stiftung Universität Hildesheim gehört auch die besondere Förderung leistungsstarker Studierender durch Stipendien- und Mentoring-Programme. So werden über das Minerva-Kolleg jedes Jahr 100 Stipendien vergeben.

Bei Fragen rund ums Studium hilft Ihnen die Zentrale Studienberatung gerne weiter. Die Kontaktadressen finden Sie am Ende der Broschüre. Sie sind herzlich eingeladen, unsere Hochschule im Rahmen der Infowoche sowie durch Informationsveranstaltungen der einzelnen Fächer näher kennen zu lernen.

Termine und Hinweise finden Sie unter www.uni-hildesheim.de.

Wir freuen uns auf ihren Besuch!



1. Master-Studiengang »Kulturvermittlung«

Studienabschluss: Master of Arts (M.A.)

Studienbeginn: jeweils zum Sommer- und Wintersemester

Regelstudienzeit: 4 Semester

1.1 Studienprofil

Mit dem bundesweit einmaligen Master-Studiengang Kulturvermittlung haben Studierende die Möglichkeit, profunde wissenschaftliche, künstlerisch-gestaltende und organisatorische Kenntnisse zu erwerben. Sie entwickeln neue Konzepte der Kulturvermittlung und realisieren ein eigenes Forschungsprojekt in einem Umfeld, das mit seinen anderen künstlerisch-wissenschaftlichen Studiengängen vielfältige Anregungen dafür bietet.

Der Hildesheimer Ansatz von Kulturvermittlung misst den Künsten eine ganz wesentliche Bedeutung zu. Sie werden als Schlüssel für kulturelle und gesellschaftliche Teilhabe begriffen, weil sie das Potential bieten, neue Perspektiven aufzuzeigen und individuelle Gestaltungsfähigkeit freisetzen können. Auf Augenhöhe der Kunst wird Vermittlung als eine komplexe ästhetische und kreativ gestaltende Praxis verstanden.

Kulturvermittlung hat in den vergangenen Jahren nicht nur innerhalb der Kulturinstitutionen, sondern auch darüber hinaus im Bildungssektor, in sozialen Bereichen ebenso wie in Wirtschaftsunternehmen stark an Bedeutung gewonnen.

Kulturvermittler spielen als Moderatoren zwischen künstlerischer Produktion und Rezeption sowie zwischen Kunstsektor und anderen gesellschaftlichen Bereichen eine zentrale Rolle. Sie sind es, die dafür sorgen, dass Kunst ihr gesellschaftliches Potential entfalten kann.

Dem Studiengang liegt ein breites Verständnis von Kulturvermittlung zugrunde, das u.a. folgende Funktionen und Ziele umfasst:

- **Kunstvermittlung**

Zugänge zur Kunst und zu den Diskursen im Rahmen von Kunst schaffen



- **Vermittlung ästhetischer Kompetenzen**

Künstlerisch-gestalterische Kompetenz als Erweiterung individueller Ausdrucksmöglichkeiten entwickeln

- **Kulturelle Bildung**

Kulturelle Kompetenz im Sinne von Deutungskompetenz und der Fähigkeit zu kreativem Denken initiieren, Anregung zur Teilhabe und Mitgestaltung am kulturellen Leben

- **Kulturpolitik**

Kultur- und gesellschaftspolitische sowie administrative Strukturen und Rahmenbedingungen schaffen, die kulturelle Teilhabe ermöglichen

- **Kulturmarketing und Kultur-PR**

Aufmerksamkeit, Interesse und Nachfrage für Kunst schaffen

Deutsch-Französischer Doppelmaster

Eine Besonderheit bietet die Kooperation mit dem Studiengang Médiation Culturelle de l'Art an der Université de Provence in Frankreich. Sie ermöglicht den Erwerb eines Doppelmasters Kulturvermittlung/ Médiation Culturelle de l'Art und bietet damit die Chance, Kulturvermittlung im deutsch-französischen Vergleich sowie unter einer interkulturellen Fragestellung zu betrachten.

1.2 Lehre & Forschung

Auf Grundlage von kulturpolitischen und kulturwissenschaftlichen Fragestellungen werden Konzeptionen und Formate von Kunst- und Kulturvermittlung analysiert und gestaltet sowie Settings für Forschung und Evaluation erarbeitet und umgesetzt.

Im Mittelpunkt des Studiengangs steht ein **eigenes Forschungsprojekt** zur Kunst- und Kulturvermittlung, das die Studierenden alleine oder im Team entwickeln und das die verschiedenen Dimensionen von Kulturvermittlung berücksichtigt.



Während des Studiums werden Grundlagen der quantitativen und qualitativen empirischen Kulturforschung und Methoden der Evaluation und Wirkungsforschung ebenso wie Methoden der hermeneutischen Forschung vermittelt und auf das eigene Projekt angewendet.

Die Präsentation und schriftliche Reflexion dieses Projekts ist zugleich Bestandteil der Masterarbeit.

Im Sinne des spezifischen Profils der Hildesheimer Kulturwissenschaften ist das Studium in den Künsten genuiner Bestandteil des Masters Kulturvermittlung. Dabei können Studierende zwischen den Künsten Bildende Kunst, Medien/Populäre Kultur, Literatur, Musik und Theater wählen. Die theoretische wie praktische Auseinandersetzung mit den Künsten zielt auf einen experimentellen Umgang mit ästhetischen Praktiken, die über die wissenschaftliche Reflexion an den Diskurs der Kulturwissenschaften rückgebunden werden.

Der Studiengang verfügt über ein großes Netzwerk von Kulturinstitutionen, kulturpolitischen Verbänden und Stiftungen, mit denen gemeinsame Forschungsprojekte realisiert werden, so gibt es etwa mit dem Goethe-Institut, mit dem Zentrum für Kulturforschung und der Bundesvereinigung Kulturelle Bildung Kooperationsvereinbarungen. Regelmäßig werden renommierte Praktiker als Lehrbeauftragte in den Studiengang eingebunden. Relevante Fragestellungen der Kulturvermittlung und Konzeptionen der Wirkungsforschung von Kunst- und Kulturvermittlung werden somit in enger Kooperation mit Praxisinstitutionen generiert.

Mit der Einrichtung und Pflege der [Forschungsplattform www. kulturvermittlung-online.de](http://www.kulturvermittlung-online.de) durch das Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim agiert der Studiengang zugleich als Förderer und Vernetzer von Forschung in den verschiedenen Bereichen der Kulturvermittlung im deutschsprachigen Raum.

1.3 Berufsfelder & Chancen

Das Masterstudium Kulturvermittlung qualifiziert für ein breites Spektrum beruflicher Führungstätigkeiten an der Schnittstelle zwischen Kunstproduktion und ihrer gesellschaftlichen und kulturellen Vermittlung sowie für eine wissenschaftliche Laufbahn in den Bereichen Kultur- bzw. Kunstwissenschaften.



Typische Arbeitsfelder liegen in folgenden Bereichen:

- Kunst vermittelnde Tätigkeiten in Kunst-Institutionen, z.B. in Theatern, Opern, Konzerthäusern, Museen, Galerien, Filmproduktionsfirmen und Tonstudios
- Kultur- und medienpädagogische Arbeit in Jugendkunst- und Musikschulen, in soziokulturellen Zentren und allgemein bildenden Schulen
- Kulturverwaltung und Kulturpolitik in Kulturbüros, Ministerien und Fachverbänden
- Kulturmanagement in Kulturinstitutionen und Agenturen
- Kulturjournalismus
- Vermittlung zwischen Kunst und Wirtschaft, Kultursponsoring, Coaching und Unternehmensberatung mit künstlerischen Mitteln
- Kultur-Tourismus
- Wissenschaftliche Tätigkeiten an Hochschulen und anderen Forschungseinrichtungen

Absolventenstudien zeigten, dass 97% der Absolventen des vorangegangenen Diplomstudiengangs eine studiumsadaquate Stelle gefunden haben, über die Hälfte davon bereits innerhalb von drei Monaten nach Beendigung des Studiums. Die Hildesheimer Kulturwissenschaften sind der älteste und größte Studiengang der Kulturvermittlung in Deutschland und konnten sich über die vergangenen 30 Jahre durch überzeugende Absolventen hohe Bekanntheit und Renommee erarbeiten.

1.4 Aufbau des Studiums

Die vorgesehene Studiendauer beträgt einschließlich Master-Prüfung zwei Jahre. Für einen erfolgreichen Abschluss des Studiums ist der Nachweis von 120 Leistungspunkten (LP) erforderlich. Die Studienbereiche setzen sich wie folgt zusammen:

- **Studienbereich 1: Forschungsprojekt**

Im Mittelpunkt des Studiums steht die Entwicklung und Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts im Bereich der Kulturvermittlung. Dieses Projekt wird von einem Lehrenden als Mentor betreut, in regelmäßigen Kolloquien mit anderen Studierenden und Lehrenden diskutiert und weiter entwickelt. Die Präsentation und schriftliche Reflexion dieses Projekts ist zugleich Bestandteil der Masterarbeit.



- **Studienbereich 2: Studiengangsspezifische Module**

Vertiefende Kenntnisse in den Bereichen Kulturpolitik, Kulturvermittlung, Kulturelle Bildung, Kulturmarketing, Kultur-PR, Audience Development, Grundlagen der empirischen Kulturforschung

- **Studienbereich 3: Künstlerisch-wissenschaftliches Schwerpunktfach**

Studienbereich 3 beinhaltet die künstlerisch-praktische und theoretisch-reflektierende Auseinandersetzung mit den Künsten mit Schwerpunkt jeweils auf einer der Kunstformen aus dem Spektrum Theater, Film/Medien, Literatur, Musik, Bildende Kunst.

In wechselseitigen Prozessen von eigener Produktion und wissenschaftlicher Analyse werden Verfahren der Vermittlung, Produktion und Inszenierung der Künste erprobt und beobachtet.

- **Studienbereich 4: Transdisziplinäre Kulturforschung**

Im Studienbereich 4 wird das Themenspektrum der Studienbereiche 1 bis 3 kulturwissenschaftlich verortet. Im Zentrum stehen Fragen der Kulturforschung in den Bereichen der Kulturtheorie, Kulturphilosophie, Kulturgeschichte oder Kultursoziologie.

- **Studienbereich 5: Praktikum**

Eine Auseinandersetzung mit der praktischen Arbeit von Institutionen unter einer Fragestellung der Kulturvermittlung findet in Form eines sechswöchigen, wissenschaftlich reflektierten Praktikums statt.

2. Bewerbung & Zulassung

Zugangsvoraussetzungen:

- Abschluss in einem geistes- oder kulturwissenschaftlichen Studiengang, ggf. mit künstlerisch-praktischen Anteilen oder in einem künstlerisch-praktischen Studiengang
- Nachweis besonderer künstlerischer Vorerfahrungen, dies beinhaltet unter anderem die Idee zu einem Thema, das Sie zu Ihrem Forschungsprojekt entwickeln wollen (siehe S.8).

Persönliche Voraussetzungen

- grundlegende Kenntnisse in Hinblick auf Kultur- oder Kunsttheorie, Kultur- oder Kunstgeschichte, Kultur- oder Kunstvermittlung
- ausgeprägte kommunikative Kompetenzen als Voraussetzung für Kul-



tur vermittelnde Tätigkeiten im weitesten Sinne sowie eine besondere künstlerische Befähigung

Bewerbung und Zulassung für das erste Fachsemester

Die Zulassung erfolgt in einem gestuften zweiteiligen Verfahren.

1. Teil: Der erste Teil besteht in der **schriftlichen Bewerbung**.

Es ist ein Bewerbungsschreiben einzureichen, in dem Sie folgende Inhalte darlegen müssen:

1. Beschreibung eines Forschungsprojektes, das Sie im Verlauf des zweijährigen Studiums bearbeiten wollen. Die Skizze nimmt auf folgende Punkte Bezug: Forschungsgegenstand, Fragestellung, Erkenntnisinteresse, methodisches Vorgehen und umfasst ein bis zwei Seiten.
2. Beschreibung der Motivation für den angestrebten Studiengang
3. Beschreibung der künstlerisch-praktischen Fähigkeiten und Erfahrungen
4. Beschreibung, inwieweit Sie zu wissenschaftlicher bzw. grundlagen- und methodenorientierter Arbeitsweise fähig sind und über welche wissenschaftlichen Grundlagen bzw. welches Basiswissen Sie aus dem Erststudium verfügen

2. Teil: Haben Sie den ersten Teil des Verfahrens erfolgreich bestanden, erfolgt im zweiten Teil ein **Auswahlgespräch**, in dem folgende Punkte geprüft werden:

- Fähigkeit zu wissenschaftlicher bzw. künstlerisch-wissenschaftlicher Arbeitsweise
- Kenntnis der wissenschaftlichen Grundlagen der Kulturvermittlung und dem künstlerisch-wissenschaftlichen Schwerpunktfach (Bildende Kunst, Literatur, Medien/Populäre Kultur, Musik oder Theater)
- Nachweis der besonderen künstlerischen Eignung im angestrebten künstlerisch-wissenschaftlichen Schwerpunktfach (über geeignete Dokumentation, z.B. Mappe oder Video, bzw. künstlerisch-praktische Präsentation, z.B. Vorspiel bzw. Vorsprechen)
- Fähigkeit zur Reflexion der eigenen künstlerischen Arbeit

Die Bewerbungsfrist für einen Studienplatz endet jeweils am **2. Mai** (zum Wintersemester) bzw. am **1. Dezember** (zum Sommersemester) eines Jahres.



Bewerbung & Zulassung für ein höheres Semester

Die Bewerbung für ein höheres Fachsemester erfolgt über einen formalen Zulassungsantrag. Der Antrag steht auf den Internetseiten des Immatrikulationsamtes zum Download zur Verfügung.

www.uni-hildesheim.de/index.php?id=5089

3. Beratung & Service

Zentrale Studienberatung (ZSB)

Die Zentrale Studienberatung (ZSB) ist eine Beratungs- und Serviceeinrichtung der Universität Hildesheim. Sie berät Studieninteressierte, Studierende und Absolventinnen und Absolventen zu allgemeinen Fragen rund um Wahl und Durchführung eines Studiums. Im Rahmen ihres Beratungsangebotes informiert die ZSB über Studienmöglichkeiten oder klärt über Inhalte, Aufbau und Anforderungen insbesondere der an der Universität Hildesheim angebotenen Studiengänge auf und gibt Hinweise zu Weiterbildungsmöglichkeiten.

Im vertraulichen Beratungsgespräch unterstützt sie Studieninteressierte bei ihrer Studienentscheidung und leistet Studierenden Hilfestellung bei Fragen, die die Orientierung des Studiums, Arbeits- und Prüfungsprobleme, die Studienfinanzierung und anderes betreffen können.

Kontakt

Zentrale Studienberatung (ZSB)

Fon: bis 31.03.2011: 0 51 21-2 06 55 18 (Infoline)

Fon: ab 1.04.2011: 0 51 21-883 385 (Infoline)

Mail: studieninfo@uni-hildesheim.de

Die Sprechzeiten finden Sie unter www.uni-hildesheim.de/?id=zsbs

Besucheradresse:

Goslarsche Str. 71
31134 Hildesheim

Postadresse:

Universität Hildesheim
Marienburger Platz 22
31141 Hildesheim



Fachstudienberatung

Spezielle Fragen zu Aufbau und Inhalten des Studiums beantwortet Ihnen die Fachstudienberatung:

Prof. Dr. Birgit Mandel

Mail: mandel@uni-hildesheim.de

International Office

Mehr als 140 Kooperationen mit Partnerhochschulen in 30 Ländern weltweit sprechen für sich! Ein Studium an der Universität Hildesheim bietet vielfältigste internationale Perspektiven. Das International Office hilft Ihnen bei der Planung eines Auslandsaufenthaltes und berät Sie gerne über entsprechende Fördermöglichkeiten.

Zudem finden Sie in der Infothek des International Office ein breites Angebot an Informationsmaterialien. Das Team des International Office unterstützt auch ausländische Studierende und Austauschstudierende. Um ihnen den Einstieg in Hildesheim zu erleichtern, bietet das International Office ein spezielles Betreuungsprogramm an.

Weitere Hinweise und Informationen finden Sie unter:
www.uni-hildesheim.de/?id=io

Stipendienprogramm »Minerva-Kolleg«

Das Minerva-Kolleg der Universität Hildesheim fördert Studierende aller Fächer und Disziplinen, die sich durch besondere Leistungen auszeichnen. Kolleg-Mitglieder können an einem breiten Angebot an Kolloquien, Tagungen, Workshops und Sommerschulen teilhaben und somit von einem intensiven Wissensaustausch profitieren.

Die Aufnahme in das Minerva-Kolleg umfasst zudem ein Stipendium von 600 Euro pro Semester für maximal drei Jahre in einem grundständigen Bachelor- und maximal zwei Jahre in einem konsekutiven Masterstudienang der Universität Hildesheim.

Weitere Informationen finden Sie unter www.uni-hildesheim.de/minerva-kolleg



Handicampus –

Studieren mit Behinderung und chronischer Krankheit
an der Stiftung Universität Hildesheim

Ansprechpartnerin

Professorin Dr. Stefanie Schardien

Fon: 051 21–883 520

Mail: schardie@uni-hildesheim.de

www.uni-hildesheim.de/?id=handicampus



Redaktion: Britta Lehradt, Zentrale Studienberatung (ZSB)

Gestaltung: Büro von F, Dr. Ulrike Franzki

Stand: Januar 2011

- Änderungen vorbehalten -

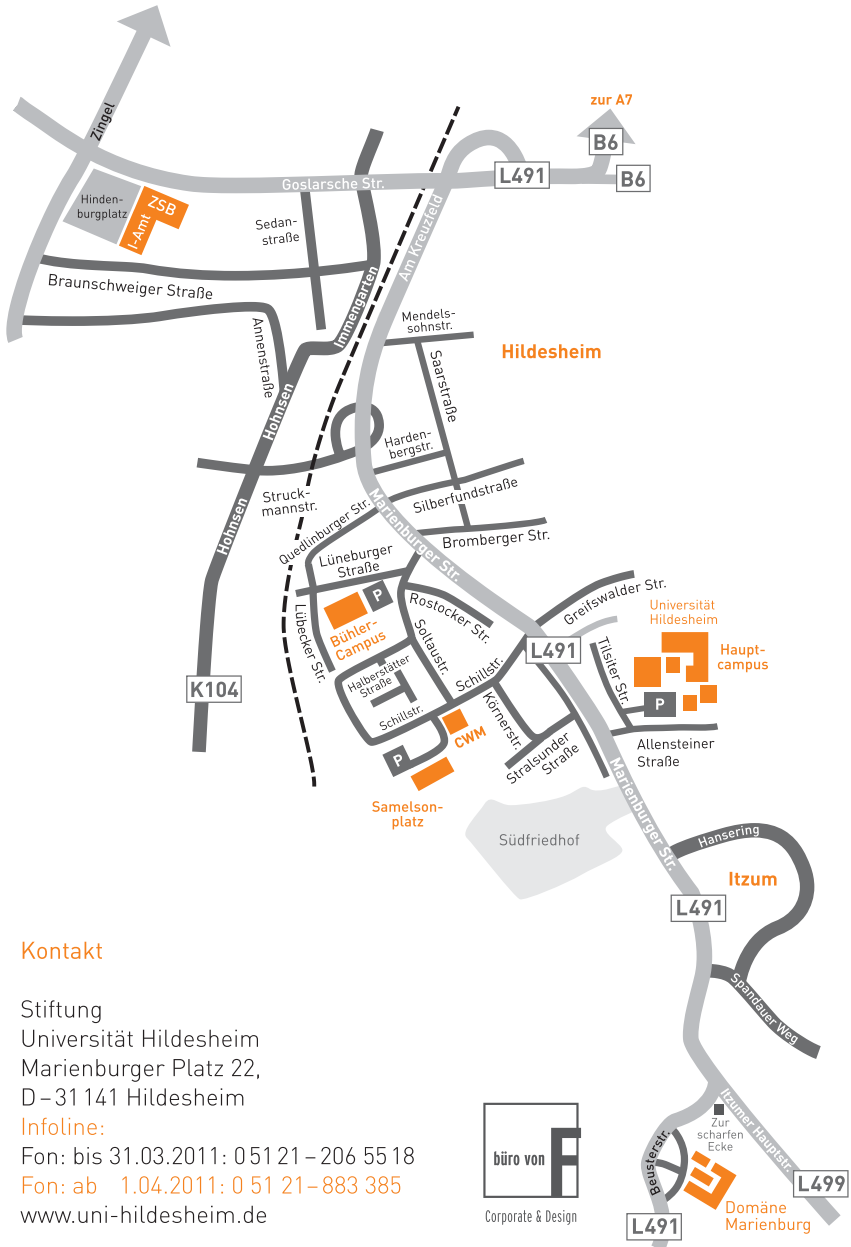
Titel: ©photocase.com/Marquis

© 2011

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar.

Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



Kontakt

Stiftung
Universität Hildesheim
Marienburger Platz 22,
D-31141 Hildesheim

Infoline:

Fon: bis 31.03.2011: 0 51 21-206 55 18

Fon: ab 1.04.2011: 0 51 21-883 385

www.uni-hildesheim.de



Corporate & Design