

■ Populäre Musik kann man studieren

Bachelor- und Masterstudiengang »Populäre Musik und Medien« der Universität Paderborn

Besucht man die Homepage des Bachelor- und Masterstudiengangs »Populäre Musik und Medien« der *Universität Paderborn*, stößt man direkt auf eine eindeutige Aussage: »Populäre Musik kann man studieren«.

Doch der interdisziplinäre und dennoch grundständige Studiengang bietet mehr als ein Studium der populären Musik. Er verbindet die Fächer Musik-, Wirtschafts- und Medienwissenschaften und zielt dabei neben einer theoretischen auch auf eine praxisnahe und anwendungsorientierte Ausbildung der Studierenden ab.

Der Bachelorstudiengang wurde erstmalig im Wintersemester 2002/2003 angeboten, der Masterstudiengang drei Jahre später im Wintersemester 2005/2006. Erfolgreich reakkreditiert wurden beide Studiengänge zum Wintersemester 2008/2009.

Die Studiengänge werden vom Fach Musik der *Universität Paderborn* geleitet und in Kooperation mit weiteren Fächern an der *Universität Paderborn* sowie der *Hochschule für Musik Detmold* betrieben.

Inhalte des Studiengangs

Der auf sechs Semester ausgelegte BA-Studiengang vermittelt neben wissenschaftlichen Kompetenzen und Grundlagen der Forschung auf dem Gebiet der populären Musik und der Medienwissenschaft auch viele Voraussetzungen für eine berufliche Laufbahn in der Musik- und Medienindustrie. In den Modulen beschäftigen sich die Studierenden mit »Grundlagen der Musikwissenschaft«, »Musikgeschichte und (Pop-)Musiklehre«, »Aktuellen Tendenzen der Popmusik- und Medienkultur«, »Musik- und Medienpraxis/Musikjournalismus«, »Medientheorie/-geschichte« und »Medienanalyse« sowie mit Musikproduktion und Musik- und Kulturmanagement. In den Modulen werden gleichzeitig Schlüsselqualifikationen wie Sprachkompetenzen, Moderation, Recherche etc. vermittelt.

Besonders unterstützt wird die anwendungsorientierte Ausbildung durch spezielle Praxisprojekte, bei denen die Studierenden von der Akquise über die Performance bis zum Catering alle Facetten der Veranstaltungsplanung unter Anleitung der Dozierenden selbständig übernehmen. Als größtes und mehrteiliges Projekt dieser Art ist die Veranstaltungsreihe »NOW!« zu nennen. Hier organisierten die Studierenden nicht nur die Live-Events, sondern erarbeiteten mit eigens gegründeten Pro-

jektbands Veranstaltungsbeiträge und komponierten Songmaterial.

Musikalische oder künstlerische Praxis wie z.B. Instrumentalunterricht werden im Rahmen des Studiengangs nicht vermittelt. Allerdings können von den Studierenden z.B. der Jazzchor, das Hochschulorchester, die Uni-Band oder die Big Band besucht werden.

Der größte Teil des Studiums behandelt indes wissenschaftlich-theoretische Fragestellungen. Auf die theoretische und wissenschaftlich notwendige Grundlagenvermittlung sowie Methodenkompetenz wird ein besonderes Augenmerk gelegt. Auch hier werden die Studierenden aktiv in Forschungsvorhaben etwa zu Popmusikrepertoires, Rezeption und Nutzung oder Emotion und Popmusik einbezogen.

Der auf vier Semester ausgelegte aufbauende MA-Studiengang ermöglicht eine wissenschaftlich-analytische, Disziplinen übergreifende Vertiefung im Bereich der Analyse und Reflexion populärer Musik sowie eine individuelle Profilschärfung der Studierenden in Richtung Popmusik- und Kultur-Management bzw. wirtschaftswissenschaftlicher Populärmusikforschung oder eine Vertiefung der kulturwissenschaftlichen Studienanteile in Richtung Journalismus, künstlerischer Tätigkeit oder medienkultur- und musikwissenschaftlich fundierter Populärmusikforschung.

Insbesondere im Masterprogramm wird den Studierenden ermöglicht, kleinere, selbstständig erarbeitete, seminarbegleitende Studien zu erstellen und auch an größeren Projekten von Mitarbeitern mitzuwirken.

Zudem beinhaltet das Studium ein Praxissemester oder wahlweise ein Auslandssemester. Als Praktikumsgeber dienen bisher Major-Labels, aber auch diverse kleinere Labels sowie verschiedene Fernseh- und Rundfunksender (u.a. *RTL*, *PRO7*, *SWR*). Auch in die Bereiche des Konzert- bzw. Eventmanagements und des Online-Gewerbes (z.B. Download-Portale, Musikredaktionen) erhielten die Absolventen Einblicke während des Praktikums. Auslandssemester bzw. Auslandspraktika wurden u.a. in England, Frankreich, Australien, USA, Neuseeland oder auch Ghana absolviert.

Zulassungsvoraussetzungen

Als Zulassungsvoraussetzungen für den Bachelorstudiengang gilt die Allgemeine Hochschulreife oder ein als gleichwertig anerkannter Abschluss sowie das Bestehen der Eignungsfeststellungsprüfung.

Der Test besteht aus einem schriftlichen und einem mündlichen Teil. Im schriftlichen Teil sollen die Bewerber zu tagesaktuellen medien- und/oder musikbezogenen Fragestellungen einen kurzen Aufsatz schreiben. Im anschließenden Interview werden sie zu ihrer Motivation, ihren Vorkenntnissen und praktischen Erfahrungen befragt.

Ebenfalls als wünschenswert angegeben sind Kenntnisse der musikalischen Praxis und der allgemeinen Musiklehre sowie eine Vorstellung vom aktuellen Musikgeschehen. Erfahrungen haben gezeigt, dass ein Großteil der Studierenden zudem in einer Band o.Ä. spielt.

Der Numerus Clausus für den Bachelorstudiengang lag für die letzte Bewerberrunde bei 2,5. Der NC ist allerdings dynamisch an die Anzahl der Bewerber und deren Abiturdurchschnittsnote gekoppelt. Eine Immatrikulation ist nur zum Wintersemester eines jeden Jahres möglich. Bewerbungsschluss ist in der Regel der 15. Juli. Im letzten Jahr haben sich 221 Studieninteressierte auf 45 Studienplätze beworben.

Der Masterstudiengang ist ebenfalls zulassungsbeschränkt und bietet derzeit nur 15 Studienplätze pro Studienjahr. Eingangsvoraussetzung für den Master ist der erfolgreiche Bachelorabschluss im Studiengang »Populäre Musik und Medien« oder eines vergleichbaren Studiums mit Augenmerk auf Populäre Musik wie etwa in Musik-, Medien-, Kommunikations- oder Kulturwissenschaft. Der Prüfungsausschuss legt im Einvernehmen mit den auswärtigen BewerberInnen fest, welche zusätzlichen Prüfungsleistungen als weitere Einschreibungsvoraussetzungen ggf. erbracht werden müssen. Bewerbungsfrist ist auch für den Masterstudiengang der 15. Juli.

... und nach dem Studium

Nach Abschluss des Studiums steht den Absolventen das weite Feld der Kreativwirtschaft als Arbeitsmarkt zur Verfügung. Ob als Kameramann bei *MTV*, als Mitarbeiter im Bereich Kulturmanagement bei der Firma *mediapeers GmbH* in Berlin oder als Popmusikwissenschaftler in der Nachwuchsforschung – die Arbeitgeber der Absolventen sind vielfältig.

Der Masterabschluss befähigt zur Promotion und ermöglicht somit den Zugang zu einer wissenschaftlich-akademischen Laufbahn oder einer privilegierten Position in Musik- bzw. Kreativwirtschaft oder im künstlerischen Bereich.

Stefanie Delhees/Jörg-Uwe Nieland