

Das Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin versteht sich als duales System, in dem transdisziplinäres Wissen mit Handlungs- und Erfahrungswissen aus verschiedenen Kultur- und Medienpraxiszusammenhängen konfrontiert wird.

Seit 2008 hat das IKM den Forschungsschwerpunkt „kulturell-mediale Transformationsprozesse“ mit einzelnen, aufeinander abgestimmten Forschungsfeldern etabliert: Audience Development und Audience Empowerment; Web 2.0-Kulturen; Strukturwandel der Medien, neue Medienräume, neue Öffentlichkeiten.

Neben empirisch fundierter Grundlagenforschung stehen unterschiedliche Formen angewandter Forschungsprojekte (Auftragsforschung in Kooperation mit Kulturmittlerorganisationen und Medienwirtschaft) im Zentrum der Institutsaktivitäten. Neben Studien, Sammelbänden und Konferenzen sind es vor allem kombinierte Forschungs-Praxis-Projekte, die das besondere Profil des Instituts ausmachen.

Theoretisch-methodisch ergänzt das IKM durch seine Verbindung von sozialwissenschaftlicher Forschung mit geisteswissenschaftlichen Verfahren das wissenschaftliche Profil des Fachbereichs Philosophie und Geisteswissenschaften.

Das IKM ist darüber hinaus Ausgangspunkt und zugleich Plattform unterschiedlicher Beratungs- und Forschungsaktivitäten, die sich transdisziplinär und fachbereichsübergreifend mit anwendungsorientierten Fragestellungen der Schwerpunktbereiche Medienforschung/Medienpraxis und Kulturvermittlung beschäftigen. In die Projekte sind Dozenten, Graduierte wie auch Studierende des IKM forschend und „praktizierend“ eingebunden.

Das Institut bündelt seine Forschungsaktivitäten im Rahmen seiner Forschungseinrichtungen. Die BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS) fokussiert den medialen Bereich, das Zentrum für Audience Development (ZAD) den kulturell-managerialen Schwerpunkt.

Eintritt frei.
Aufgrund begrenzter Platzkapazität bitten wir um
Anmeldung an: bmps@ikm.fu-berlin.de

Veranstaltungsort
E-Plus Gruppe - Repräsentanz Berlin
Unter den Linden 10
10117 Berlin

Veranstalter
Freie Universität Berlin
FB Philosophie und Geisteswissenschaften
Institut für Kultur- und Medienmanagement
BerlinMediaProfessionalSchool
Mit freundlicher Unterstützung der
E-Plus Gruppe

Konzeption und Organisation:
Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
Elias Sievernick, M.A.

Kontakt
Freie Universität Berlin
FB Philosophie und Geisteswissenschaften
Institut für Kultur- und Medienmanagement
BerlinMediaProfessionalSchool
Habelschwerdter Allee 45
14195 Berlin
Tel. +49 30 838 580 75 / 525 70
Fax +49 30 838 525 62
bmps@ikm.fu-berlin.de

www.ikm.fu-berlin.de

Konferenz

„Die neue Nähe“

Kultur, Medien und Politik im Netzwerkzeitalter

Donnerstag, 1. Juli 2010
10:00 - 16:30 Uhr
E-Plus Gruppe - Repräsentanz Berlin
Unter den Linden 10

Mit freundlicher Unterstützung der
E-PLUS GRUPPE

„Die neue Nähe“ Ein multidisziplinärer Austausch über Folgen und Herausforderungen der "digitalen Gesellschaft" für Kultur, Medien und Politik

Kultur, Medien und Politik sind ähnlichen Wandlungsdynamiken unterworfen. Ihnen allen bietet sich im Netzwerkzeitalter die Chance, neue Nahverhältnisse – eine „neue Nähe“ – zu ihren Anspruchsgruppen herzustellen.

Kulturinstitutionen eröffnen die Neuen Medien innovative künstlerische Ausdrucksformen und neue Arten der Interaktion mit dem Publikum. Nachrichtenmedien stehen in Konkurrenz zu nutzergenerierten Angeboten und müssen Strategien entwickeln, die ihre Relevanz sichern. Die Politik wird mit neuen Formen der Kommunikation und Partizipation konfrontiert, die demokratische Prozesse grundlegend verändern könnten. So kann der Kulturkonsument Kulturinstitutionen neu erleben, der einstige Leser den Nachrichtenkreislauf mitgestalten und der Wähler leichter als je zuvor zum politischen Aktivist werden.

Wenn etablierte Institutionen aus Kultur, Medien und Politik von dieser „neuen Nähe“ profitieren wollen, dürfen sie die Neuen Medien, und besonders die Sozialen Medien, nicht lediglich als neue Kommunikations-, Marketing- oder Vertriebskanäle begreifen. Vielmehr müssen sie ihre traditionellen Rollenverständnisse, Organisationsformen und Ablaufprozesse aus normativen, strategischen und operativen Blickwinkeln kritisch hinterfragen und neu durchdenken.

Isoliert werden die Folgen und Herausforderungen der Neuen Medien in Kultur, Medien und Politik schon länger diskutiert. Da die resultierenden Wandlungsdynamiken übergreifende gesellschaftliche und kulturelle Relevanz besitzen, will die Konferenz zum Dialog zwischen Kultur, Medien und Politik anregen und damit einen Beitrag zur Debatte über die „digitale Gesellschaft“ leisten.

10:00 Eröffnung und Einführung

Klaus Siebenhaar

10:15 „Neue Nähe“ dank Neuer Medien?

Thomas Steg

„Neue Nähe“ aus normativer und strategischer Perspektive

In diesem Block werden die normativen und strategischen Auswirkungen der Neuen Medien auf Institutionen aus Kultur, Medien und Politik diskutiert. Wie verändert sich die Interaktion mit Anspruchsgruppen? Verändern sich auch die Institutionen selbst?

10:45 Impulsreferate

Kultur: Joachim Sauter; Medien: Michael Maier, Christoph Dowe, Horst Seidenfaden

11:45 Paneldiskussion

Christoph Dowe, Michael Maier, Stefan Rosinski, Joachim Sauter, Horst Seidenfaden, Thomas Steg

12:45 Q&A

13:15 Mittagspause

„Neue Nähe“ aus operativer Perspektive

In diesem Block stehen die operativen Auswirkungen im Vordergrund. Was sind die Stärken der Neuen Medien und der Sozialen Medien und wie können sich Kulturinstitutionen, Medienunternehmen und politische Akteure diese zu Nutzen machen?

14:00 Impulsreferate

Kultur: Tobias Möller; Politik: Gunnar Bender, Robert Heinrich, Stefan Hennewig

15:00 Paneldiskussion

Gunnar Bender, Robert Heinrich, Stefan Hennewig, Robin Meyer-Lucht, Tobias Möller

16:00 Q&A

16:30 Ende der Veranstaltung

Dr. Gunnar Bender

Director Corporate Affairs E-Plus Gruppe

Christoph Dowe

stellv. Chefredakteur ZEIT ONLINE

Robert Heinrich

Leiter Öffentlichkeitsarbeit BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Dr. Stefan Hennewig

Leiter Internes Management CDU

Dr. Michael Maier

Journalist, Geschäftsführer Blogfom Group GmbH

Dr. Robin Meyer-Lucht

Strategieberater, Herausgeber CARTA

Tobias Möller

Leiter Marketing und Kommunikation Berlin Phil Media GmbH (Stiftung Berliner Philharmoniker)

Stefan Rosinski

Kulturmanager

Prof. Joachim Sauter

Vorstand ART+COM AG

Horst Seidenfaden

Chefredakteur Hessische/Niedersächsische Allgemeine Zeitung

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

Direktor Institut für Kultur- und Medienmanagement

Dr. Thomas Steg

Public-Affairs-Berater, stellv. Sprecher der Bundesregierung a.D.

Moderator

Markus Förderl

Journalist, Redaktionsleiter TV21