

social mania

Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeit

Einladung zum Kongress am 21./22. Juni 2012
Hochschule der Medien Stuttgart

Kaum ein Medienthema hat im letzten Jahr den aktuellen Diskurs so stark polarisiert wie die sozialen Medien. Der Begriff „SocialMania“ soll das Phänomen eines hochfrequenten sozialen Kommunikationsverhaltens im digitalen Lebensraum des Social Web beschreiben. Positiv kann der Begriff darauf verweisen, dass den Menschen durch das Social Web erstmals in der Mediengeschichte die Möglichkeit gegeben wird, Inhalte mitzugestalten und am politischen Geschehen mitzuwirken. Erfahrungen aus dem arabischen Frühling, aus dem Wahlkampf Barack Obamas oder die Kampagne „Kony 2012“ scheinen diese Erwartungen zu stützen.

Andererseits wird festgestellt, dass zunehmend private und individuelle Präferenzen gegenüber öffentlichen und gesamtgesellschaftlichen favorisiert werden: Wissen, Interesse und damit auch Realitätswahrnehmung werden in *Digital Fellowships* organisiert; was man liest oder sieht, lässt man sich hier empfehlen. Die Frage ist, ob unter diesen Bedingungen die Medien ihre Funktion, in einer komplexen Gesellschaft ein öffentliches Bewusstsein herzustellen, noch erfüllen können: Anstatt einer Öffentlichkeit, einer *res publica*, gäbe es dann viele, gewissermaßen in Gruppen privatisierte Öffentlichkeits-Parzellen.

Verständlich ist, dass eine gewisse Aufregung über diese Entwicklung in der öffentlichen Diskussion besteht. Der Kongress geht der Frage nach, welche Konsequenzen das Social Web für unser Verständnis von Öffentlichkeit, sozialer Realität und politischem Handeln bringt. Und wenn eine grundlegende Veränderung geschieht – wie ist diese zu bewerten?

Wir laden Sie herzlich ein, mit uns diese Fragen auf dem Kongress „*SocialMania – Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeit*“ in Stuttgart zu diskutieren und weiterzudenken.



Prof. Dr. Petra Grimm
Hochschule der Medien



Prof. Dr. Michael Müller
Hochschule der Medien

Anmeldung unter www.hdm-stuttgart.de/socialmania

Donnerstag, 21. Juni 2012

13 00

Begrüßung

Prof. Dr. Alexander W. Roos, Rektor der HdM
Prof. Dr. Petra Grimm
Prof. Dr. Michael Müller

13 15

Eröffnung:

Aus Betroffenen Beteiligte machen

Dr. Marc Jan Eumann – Vorsitzender der Medienkommission beim SPD-Parteivorstand, Staatssekretär für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien, NRW

14 00

Payback: Warum sind wir im Informationszeitalter gezwungen zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie gewinnen wir die Kontrolle über unser Denken zurück?

Dr. Frank Schirrmacher – Herausgeber Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt a. M.

14 50

Pause

15 20

Thesenpanel:

Social Web und soziale Realität

Warum das Social Web in unsere Zeit passt

Dr. Jan-Hinrik Schmidt – Wissenschaftlicher Referent für digitale interaktive Medien und politische Kommunikation, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Hamburg

Der entfesselte Skandal. Empörungslogik im digitalen Zeitalter

Prof. Dr. Bernhard Pörksen – Professor für Medienwissenschaft an der Universität Tübingen

Die Filterblase im Kopf

Kathrin Passig – Sachbuchautorin

Die Zukunft des Eigensinns

Prof. Dr. Gerhard Schulze – Soziologe, Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Wann wird das Fernsehen zum Social TV? Zwischen Storytelling und Technik

Eun-Kyung Park – Geschäftsführerin ProSiebenSat.1 Digital GmbH

16 15

Pause

16 45

Diskussions-Lounges

Lounge: Dr. Jan-Hinrik Schmidt

Moderation: Prof. Walter Kriha

Lounge: Prof. Dr. Bernhard Pörksen

Moderation: Prof. Dr. Wibke Weber

Lounge: Kathrin Passig

Moderation: Prof. Dr. Andreas Baetzgen

Lounge: Prof. Dr. Gerhard Schulze

Moderation: Prof. Dr. Burkard Michel

Lounge: Eun-Kyung Park

Moderation: Prof. Harald Eichsteller

18 00

Imbiss und Gespräche im Foyer

19 00

MEDIA LOUNGE „SocialMania“

Live-Fernsehaufzeichnung im Studio vor Publikum



Freitag, 22. Juni 2012

09 00

*SocialMania revisited – Ergebnisse
des Vortags*

Ina Mäschle, Hendrikje Brüning – Masterstudie-
rende des HdM Open Think Tank

09 30

**Thesenpanel:
Social Web und politische Partizipation**

*Mit dem Internet zu mehr Transparenz
und Mitbestimmung – notfalls durch
Demokratie von unten*

Anke Domscheit-Berg – Geschäftsführende Bera-
terin opengov.me

Social Media im arabischen Frühling

Lina Ben Mhenni – Bloggerin, Autorin,
Tunis University, Ezzahra/Tunesien

*Soziale Transformationen hybrider
Öffentlichkeiten*

PD Dr. Stefan Münker – Privatdozent am Institut
für Musikwissenschaft und Medienwissenschaft der
Humboldt-Universität zu Berlin

*Pseudo-Beteiligung oder Demokratie „von
unten“? Jugendliche und Partizipation im
Social Web*

Dr. Ulrike Wagner – Direktorin am JFF – Institut für
Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München

*Kontrollverlust durch neue Öffentlichkeiten
im Netz*

Markus Beckedahl – Blogger auf netzpolitik.org,
Berlin

*Vom Klick zur Aktion: People Powered
Campaigning durch Social Media*

Julius van de Laar – Kampagnenberater,
www.juliusvandelaar.com, Berlin

10 30

Pause

11 15

Diskussions-Lounges

Lounge: Anke Domscheit-Berg

Moderation: Prof. Dr. Roland Schmitz

Lounge: Lina Ben Mhenni

Moderation: Prof. Dr. Franco Rota

Lounge: PD Dr. Stefan Münker

Moderation: Prof. Dr. Boris Kühnle

Lounge: Dr. Ulrike Wagner

Moderation: Prof. Dr. Okke Schlüter

Lounge: Markus Beckedahl

Moderation: Prof. Dr. Lars Rinsdorf

Lounge: Julius van de Laar

Moderation: Prof. Dr. Michael Weißhaupt

12 15

Mittagspause

13 30

Abschlusspodium und Auswertung

Moderation:

Prof. Dr. Petra Grimm, Prof. Dr. Michael Müller

14 30

Ende der Veranstaltung

Der Hintergrund: Think Tank „Die Zukunft der Medien“

Entstanden ist die Idee zu dem Kongress vor dem Hintergrund einer Lehrveranstaltung von Prof. Dr. Grimm und Prof. Dr. Müller im Rahmen des Master-Studiengangs Electronic Media an der Hochschule der Medien. Seit dem Sommersemester 2011 machen sich Studierende in einem Think Tank mithilfe narrativer Szenariomethoden Gedanken über die Zukunft der Medien.

Die MEDIA LOUNGE

Seit nunmehr zehn Jahren gibt es das Talkshow-Format MEDIA LOUNGE an der Hochschule der Medien, das von Prof. Stephan Ferdinand und Prof. Eckhard Wendling konzipiert und begleitet wird. In diesem interdisziplinären Projekt werden die unterschiedlichen Kompetenzen der Bachelorstudiengänge Medienwirtschaft, Audiovisuelle Medien und des Masterstudiengangs Elektronische Medien gebündelt.

Milla & Partner: Eventgestaltung

Als Agentur für Kommunikation im Raum verbindet Milla & Partner verschiedenste Disziplinen, die bei der Inszenierung von Räumen und Begegnungen zusammenwirken. Dabei sind schöpferische Vielfalt und organisatorische Perfektion die Ausgangsbasis. Wo verschiedene Disziplinen sich begegnen, entsteht der Zündstoff für Innovationen – in Kommunikationsformaten und -technologien. So wird eine hohe Qualität der Kommunikation zwischen Marke und Mensch, messbar in Wirksamkeit, Sympathie, Freude und nachhaltiger Aktivierung, erreicht. Im Rahmen der Nachwuchsförderung begleitet und berät Milla & Partner die Hochschule sowie die Studierenden von der Konzeption bis zur Durchführung von SocialMania.

www.milla.de

*Künstlerische Dokumentation (analog):
Verena Schwarz (Crestone, USA)*

Veranstalter

Prof. Dr. Petra Grimm, Prof. Dr. Michael Müller

Mitarbeit

Dipl.-Medienw. Karla Neef, Clarissa Henning, M.A.

Moderation

Ariane Binder, Kulturzeit (3sat)

Veranstaltungsort

Hochschule der Medien
Nobelstr. 10
70569 Stuttgart
Tel. 0711 – 8923 2234 (Fr. Neef)

Teilnahmegebühr

€ 170,-
€ 50,- (ermäßigt) — Studierende der Hochschule der Medien, Stuttgart, können nach Anmeldung kostenlos am Kongress teilnehmen.

Anmeldung

Anmeldeschluss: Freitag, 8. Juni 2012
Anmeldung und weitere Informationen unter:
www.hdm-stuttgart.de/socialmania

Sponsoren und Medienpartner

 **ProSiebenSat.1
Media AG**

brandeins
Wirtschaftsmagazin

Wir danken allen Partnern, die die Veranstaltung möglich gemacht haben, sowie den Studierenden der Hochschule der Medien, die am Projekt beteiligt waren.