

Medien- und Musikentwicklung

Die Entwicklung jedes neuen Mediums ist immer auch die Entwicklung neuer Gemeinsamkeiten und Gemeinschaften: Notendrucke veränderten die Produktion, Verteilung, Wahrnehmung und Nutzung von Musik. Sie wurden Bezugspunkte für neue Gemeinschaften, wie später die Zeitung mit dem Feuilleton, Musikzeitschriften, Radio, Schallplatten, Walkman und CDs.

Die besondere Beziehung von Jugendlichen zu Musik im Fernsehen machte MTV zur wertvollsten Medienmarke der Welt. Zurzeit verändern neue digitale Netzwerkmedien mit ihren Speicher- und Übertragungstechnologien erneut das Verhältnis zur Musik. Noch nie war sie medial so zugänglich wie mit iTunes, das fast jede Musik jederzeit und an jedem Ort unmittelbar bereithält. Auch über MySpace, das immer mehr Künstler mit anderen Künstlern und Fans verbindet, kommen viele Menschen mit Musik auf neue Art in Berührung. Last.fm zum Beispiel zeigt an, wer ähnliche Musiktitel hört. So entstehen völlig neue Beziehungen. Diese fordern in der Regel bestehende mediale Beziehungen zur Musik heraus, weil sie zu diesen neue demokratische Alternativen bieten, auf die im Rahmen der bestehenden Beziehungen in der Regel kreativ reagiert wird.

Wie hängen Medienentwicklungen mit Musik als Zusammenhang von Produktion, Verteilung und Aufführung, aber auch von Wahrnehmung und kultureller Aneignung in sozialen Gruppen zusammen? Welche Rolle spielen welche Medien bei welchen historischen Entwicklungen von Musik? Warum werden nun, wo Musik allgegenwärtig geworden ist, Konzerte wieder wichtiger? Welche Beobachtungen und Erfahrungen von Musik helfen, Entwicklungszusammenhänge von Medien und Musik besser zu verstehen?

Obwohl Musikvermittlung in aller Munde ist, steht ihre Analyse ihrer Medialität noch am Anfang. Das gilt für die Geschichte ebenso wie für aktuelle digitale, musikalische und soziale Trends.

Der Workshop im Studiotheater an der Expo Plaza 12 lädt aber nicht nur zu Vorträgen und Diskussionsrunden ein, sondern auch zu Konzerten: Am Freitag ab 20 Uhr beim 1. Hannover Song Contest „HÖREN! 2009“, der in Kooperation von IJK und dem Pop-Institut der HMTH im Musikzentrum, Emil-Meyer-Straße, veranstaltet wird, und am Samstagabend im Rahmen der Late-Night-Lobby mit klassischer Musik auf höchstem Niveau, an die sich eine Party anschließt.

Infos & Anmeldung

Termin:
30. bis 31. Januar 2009

Ort:
Institut für Journalistik
und Kommunikationsforschung
Hochschule für Musik und Theater
Studiotheater
Expo Plaza 12
30539 Hannover
www.ijk.hmt-hannover.de

Leitung:
Prof. Dr. Gunter Reus
Prof. Dr. Carsten Winter

Kontakt:
Tel: 0511-3100-497

Die Teilnahmegebühr für den gesamten Workshop inklusive Bewirtung beträgt 45 Euro, für Studierende 30 Euro.
Schnell sein lohnt sich: Die ersten 33 Studierenden bekommen die Teilnahme am Workshop von der HMTH gesponsert!

Anmeldung:
E-Mail: memuworkshop2009@ijk.hmt-hannover.de
Bitte melden Sie sich **bis Dienstag, 27. Januar 2009**, verbindlich an.
Nach Eingang der Teilnahmegebühr auf folgendem Konto erhalten Sie eine Anmeldebestätigung.

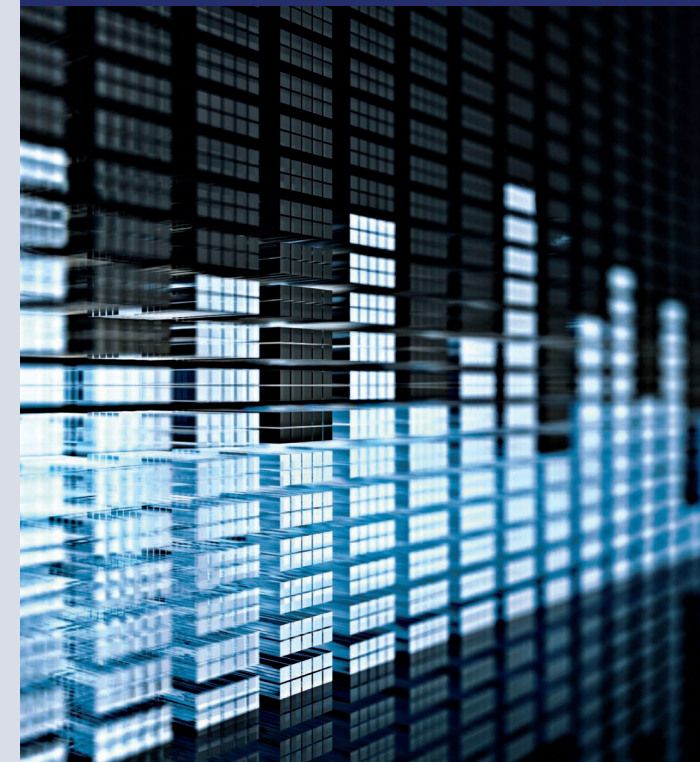
Kommunikationskultur e.V.
Kontonummer: 03 14 19 50 00
BLZ: 251 900 01 (Hannoversche Volksbank)
Verwendungszweck: MeMu2009 + Vorname, Nachname

Aktuelles zum Thema des Workshops gibts auf:
www.muke-blog.org

Weitere Informationen unter:
www.ijk.hmt-hannover.de
www.hoeren2009.de
www.musikzentrum-hannover.de



Workshop Medien- und Musikentwicklung 30. bis 31. Januar 2009



In Kooperation mit



Deutsche Telekom Laboratories



Freitag, 30.01.09

11.30 Uhr
Öffnung des Tagungsbüros
im Foyer des Expo Plaza 12

14.00 Uhr
Vizepräsident Prof. Dr. Franz Riemer:
Eröffnung des Workshops im Studiotheater
Prof. Dr. Gunter Reus und Prof. Dr. Carsten Winter: Begrüßung
– Medien- und Musikentwicklung als Herausforderung

14.30 Uhr
Impulsreferate

Prof. Dr. Ulrich Tadday (Uni Bremen)
Musikgeschichte als Mediengeschichte – Plädoyer für einen
integrativen Begriff von Musikwissenschaft

♪
Dr. Benedikt von Walter (MTV Berlin)
Internet boosts the Video Show – MTV im digitalen Zeitalter

♪
Stefan Weinacht (Hannover) und Till Krause (Gießen)
Zum Wandel journalistischer Angebote in Musikzeitschriften

♪
PD Dr. Thomas Düllo (Uni Magdeburg)
Popmusik als Medienentwicklungskraft

♪
Sören Birke (Kesselhaus/Kulturbrauerei Berlin)
Web 2.0 Strategien für Veranstalter am Beispiel des
Kesselhauses der Kulturbrauerei in Berlin

♪
Klaus Georg Koch (Musikland Niedersachsen)
Musikkultur als Medienkultur – Innovationen im Musikland
Niedersachsen

16.00 Uhr
Kurze Pause – anschließend Diskussionsrunden

18.00 Uhr
Ergebnispräsentation im Studiotheater
Anschließend Abendessen

20.00 Uhr
1. Hannover Song Contest „HÖREN! 2009“
im Musikzentrum, Emil-Meyer-Straße

Samstag, 31.01.09, vormittags

09.00 Uhr
Begrüßung im Studiotheater
Prof. Dr. Gunter Reus und Prof. Dr. Carsten Winter

09.15 Uhr
Impulsreferate

Prof. Dr. Christoph Jacke (Uni Paderborn)
Alright oder nicht: The Kids Have Grown Up –
(Selbst-)Reflexion zwischen Pop und Wissenschaft in „Spex“.

♪
Dr. Wolfgang Rumpf (NWR/Radio Bremen)
Poparchivare, Kritiker oder Gehilfen der Branche –
Musikjournalismus im Formatradio heute

♪
Enno Müller-Stephan (Stage Entertainment, Hamburg)
Musical – Der “hidden Champion” auf dem Weg zu neuen
Medienpublika

♪
Prof. Dr. Holger Schulze (Uni der Künste Berlin)
Das gestalterische Gespür: Mit technischen
Klangmedien leben lernen

♪
Maike Berndt-Zürner (Musikland Niedersachsen)
Musikvermittlung und Medien – Perspektiven in
einem neuen Arbeitsfeld

♪
Sabine Lange (NDR Kultur)
Oper im Radio – eine Zukunft für die Vergangenheit?

10.45 Uhr
Kurze Kaffeepause – anschließend Diskussionsrunden

12.30 Uhr
Ergebnispräsentation im Studiotheater
Anschließend Mittagessen

Samstag, 31.01.09, nachmittags

14.30 Uhr
Impulsreferate

Prof. Dr. Gerhard Gensch (Donau Uni Krems)
Musik, Medien und Management: Herausforderungen
an universitäre Weiterbildung

♪
Dr. Irving Wolther
(phonos Journalistenbüro, Hannover)
Das Medium als Rahmen: die Fernseh-
geschichte des Eurovision Song Contest

♪
Isabell Palmtag (GEMA München)
Von der Brand-Bio via Website zum MySpace-Profil
Möglichkeiten und Herausforderungen für die
Selbstvermarktung/-promotion

♪
Dr. Michael Ahlers (Uni Paderborn)
Medienentwicklung: neue Möglichkeiten der Analyse,
Produktion und Vermittlung von Popmusik
an ausgewählten Beispielen

♪
Claus Spahn (DIE ZEIT)
Schreiben über das, was nicht gesagt werden kann.
Musikjournalismus im Feuilleton heute

16.00 Uhr
Kaffeepause – anschließend Diskussionsrunden

17.30 Uhr
Ergebnispräsentation und Abschlussdiskussion
Anschließend Abendessen

20.00 Uhr
Late Night Lobby: klassische Musik auf höchstem Niveau
Anschließend Party