

Medienökonomie und die Transformation von Raum und Zeit

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer
Diplom-Kulturwissenschaftlerin (Medien) an der Fakultät für Medien
der Bauhaus-Universität Weimar

Eingereicht von
Cand. Dipl.
Judith Rhode

Referent:
Prof. Dr. Matthias Maier

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
1 Einleitung	1
1.1 Medienökonomie, Raum und Zeit	2
1.2 Das Medium: Ein Kräftefeld	7
2 Die Transformation im Zeitalter der Industrialisierung	10
2.1 Medien Zeit, Medien-Raum	11
2.2 Eisenbahn – industrialisierter Raum	16
2.3 Telegraph – industrialisierte Informationen	21
2.4 Industriekapitalismus, Raum und Zeit	24
2.5 Zusammenfassung	29
3 Die Transformation im Informationszeitalter	31
3.1 Der Raum	32
3.1.1 Der Raum als Prozess	32
3.1.2 Der Einbruch der Ferne	36
3.1.3 Das Netz des Cyberspace	38
3.2 Die Zeit	40
3.2.1 Das Verschwinden der Zeit	41
3.2.2 Die Ankunft der Zukunft	43
3.2.3 Die erweiterte Gegenwart	45
3.3 Informationskapitalismus, Raum und Zeit	47
3.4 Zusammenfassung	51
4 Mediennutzung, Raum und Zeit	53
4.1 Mediennutzung und Zeit	54
4.1.1 Zeit als ökonomische Ressource	56
4.1.2 Zeit der Aufmerksamkeit	59
4.2.2 Neue Muster der Zeitverwendung	62
4.2 Mediennutzung und Raum	67
4.2.1 Medien im öffentlichen Raum	67
4.2.2 Die Nomadisierung der Medien	70
4.2.3 Der Rückzug ins Private	72
5 Schlussbetrachtung	75
Quellenverzeichnis	III
Ehrenwörtliche Erklärung	VIII

Quellenverzeichnis

- Attali, Jacques (1999): Wege durch das Labyrinth, Hamburg (Europäische Verlagsanstalt), 1999
- Augé, Marc (1992): Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit, Frankfurt am Main (S. Fischer Verlag), 1994
- Bachelard, Gaston (1957): Poetik des Raumes, 5. Auflage (Erstaufl. 1957), Frankfurt am Main (Fischer Taschenbuch Verlag), 1999
- Bauman, Zygmunt (1999): Unbehagen in der Postmoderne, Hamburg (Hamburger Edition), 1999
- Becker, Gary S. (1993): Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens, Tübingen (Mohr), 1993
- Benjamin, Walter (1934/35): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in: Pias, Claus / Vogl, Joseph / Engell, Lorenz u. a. (Hrsg.) (2000): Stuttgart (Deutsche Verlags-Anstalt GmbH), 2000
- Bolter, Daniel (1996): Die Metapher der Stadt im elektronischen Raum, zugänglich über: URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/sam/6000/1.html> [Stand: 06/2002]
- Bolz, Norbert (1999): Die Wirtschaft des Unsichtbaren: Spiritualität, Kommunikation, Design, Wissen: Die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts, München (Econ), 1999
- Busch, Peter (1997): Vergleichzeitigung um Zeit zu gewinnen, in: Backhaus, Klaus / Bonns, Holger (Hrsg.) (1997): Die Beschleunigungsfälle oder der Triumph der Schildkröte, Stuttgart (Schäffer-Poeschel-Verlag), 1997
- Castells, Manuel (1999): Das Informationszeitalter I - Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Opladen / Wiesbaden (Leske & Buderich), 1999
- Deiters, Klaus (1990): Information als Gegenstand des Marktverkehrs, Göttingen (Hilary P. Dannenberg Verlag), 1990
- Dertouzos, Michael L. (1999): What will be? Die Zukunft des Informationszeitalters, Wien / New York (Springer Verlag), 1999
- Elias, Norbert (1984): Über die Zeit, Frankfurt am Main (Suhrkamp Taschenbuch Verlag), 1984
- Engell, Lorenz (2000): Ausfahrt nach Babylon: Die Genese der Medienkultur aus Einheit und Vielfalt, in: ders. (2000): Ausfahrt nach Babylon: Essays und Vorträge zur Medienkultur, Weimar (Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften), 2000
- Featherstone, Mike (1995): Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity, London u. a. (SAGE Publications), 1995
- Flusser, Vilém (1998): Kommunikologie, Frankfurt am Main (Fischer Taschenbuch Verlag), 1998
- Franck, Georg (1991): Aufmerksamkeit, Zeit, Raum, in: Bergelt, M. / Völckers, H. (Hrsg.) (1991): Zeit - Räume. Zeiträume. Raumzeiten. Zeiträume, München (Hanser), 1991

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf, München / Wien (Carl Hanser Verlag), 1998

Gates, Bill (1995): Digitales Business: Wettbewerb im Informationszeitalter, München (Heyne), 1999

Giddens, Anthony (2001): Entfesselte Welt: Wie die Globalisierung unser Leben verändert, Frankfurt am Main (Suhrkamp Verlag), 2001

Goebel, Johannes / Clermont, Christoph (1997): Die Tugend der Orientierungslosigkeit, Berlin (Verlag Volk und Welt), 1997

Gräf, Peter (1992): Wandel von Kommunikationsräumen durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien, in: Hömberg, Walter / Schmolke, Michael (Hrsg.) (1992): Zeit Raum Kommunikation, München (Ölschläger GmbH), 1992

Großklaus, Götz (1997): Medien-Zeit Medien-Raum. Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne, Frankfurt am Main (Suhrkamp Taschenbuch Verlag), 1997

Guggenberger, Bernd (1991): Unterwegs im Nirgendwo: Von der Raum- zur Zeitordnung, in: Bergelt, M. / Völckers, H. (Hrsg.) (1991): Zeit - Räume. Zeiträume. Raumzeiten. Zeiträume, München (Hanser), 1991

Guggenberger, Bernd (1997): Das digitale Nirvana, Hamburg (Rotbuch Verlag), 1997

Guggenberger, Bernd (1998): Sein oder Design: Im Supermarkt der Lebenswelten, Hamburg (Rotbuch Verlag), 1998

Hack, Günter (2001): Tickt das Netz richtig? URL:
<http://www.heise.de/tp/deutsch/special/med/7559/1.html>[Stand: 06/2002]

Harvey, David (1989): Condition of Postmodernity: En enquiry into the Origins of Cultural Change, Cambridge / Oxford (Blackwell Publishers), 1989

Heinrich, Jürgen (1994): Medienökonomie, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1994

Henckel, Dietrich (1988): Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit. Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart / Berlin u.a. (Verlag W. Kohlhammer GmbH / Deutscher Gemeindeverlag), 1988

Heuser, Jean Uwe (1996): Tausend Welten: Die Auflösung der Gesellschaft im digitalen Zeitalter, Berlin (Berlin Verlag), 1996

Hofer, Michael (1999): Medien-Shopping im Internet: Die Veränderung der Wertschöpfungsketten bei Medienprodukten, in: Knoche, Manfred / Siegert, Gabriele (Hrsg.) (1999): Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation, München (Verlag Reinhard Fischer), 1999

Huber, Joachim (2002): Urbane Topologie: Architektur der randlosen Stadt, Weimar (Universitätsverlag der Bauhaus - Universität - Weimar), 2002

Kelly, Kevin (1998): New Rules for the New Economy, Harmondsworth, Middlesex, England (Penguin Books Ltd.), 1998

Kern, Stephen (1983): The Culture of Time and Space 1880 - 1918, Cambridge, MA (Harvard University Press), 1983

Kiefer, Marie Louise (2001): Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien, München (Oldenbourg), 2001

Kotkin, Joel (2000): The new geography: How the Digital Revolution is reshaping the American Landscape, New York /Toronto (Random House Inc. / Random House of Canada), 2000

Kuhlen, Rainer (1996): Informationsmarkt, Köln (UvK Medien Verlagsgesellschaft), 1996

Lévy, Pierre (1997): Die kollektive Intelligenz: Für eine Anthropologie des Cyberspace, Mannheim (Bollmann Verlag), 1997

Magretta, Joan (1999): Managing in the New Economy, Cambridge, MA (Harvard Business Press), 1999

Manovich, Lev (1996): Virtuelle Welten: zur Ästhetik des Cyberspace, URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/sam/6002/1.html> [Stand: 06/2002]

McLuhan, Marshall (1992): The Gutenberg galaxy: the making of typographic man, Toronto u.a. (Toronto University Press), 1992

McLuhan, Marshall (1964): Die magischen Kanäle. Understanding Media, 2.Auflage, (Erstaufl. 1964) Dresden / Basel (Verlag der Kunst), 1995

Negroponte, Nicholas (1995): Total digital: Die Welt zwischen 0 und 1 oder die Zukunft der Kommunikation, München (Bertelsmann Verlag GmbH), 1995

Neverla, Irene (1998): Das Netz-Medium: Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung, Opladen / Wiesbaden (Westdeutscher Verlag), 1998

Neverla, Irene (1999): Chrono – Visionen im Cyberspace: Über die Zeitordnung der Medien im Zeitalter des Internets, in: Schneider, Manuel (1999): Flimmernde Zeiten: Vom Tempo der Medien, Stuttgart (Hirzel), 1999

Oberliesen, Rolf (1982): Information, Daten und Signale: Geschichte technischer Informationsverarbeitung, Reinbek bei Hamburg (Rowohlt Taschenbuch Verlag), 1982

Pavlik, John (1996): New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives, Needham Heights, MA (Allyn & Bacon), 1996

Pierenkemper, Toni (1996): Umstrittene Revolutionen: Die Industrialisierung im 19. Jahrhundert, Frankfurt am Main (Fischer), 1996

Postman, Neil (1992): Das Technopol: Die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft, Frankfurt am Main (Fischer Verlag GmbH), 1992

Postman, Neil (1985): Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, 12. Auflage (Erstaufl. 1985), Frankfurt am Main (Fischer Taschenbuch Verlag), 1999

Rinderspacher, Jürgen P. (1988): Wege der Verzeitlichung, in: Henckel, Dietrich (Hrsg.) (1988): Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit, Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart / Berlin u.a. (Verlag W. Kohlhammer GmbH / Deutscher Gemeindeverlag), 1988

Rinderspacher, Jürgen P. (1985): Gesellschaft ohne Zeit: Individuelle Zeitverwendung und soziale Organisation der Arbeit, Frankfurt / New York (Campus Verlag), 1985

Rinderspacher, Jürgen P. (1999): Tele@arbeit und Zeit: Der Bildschirm als Schnittstelle realer und virtueller Welten, in: Schneider, Manuel (1999): Flimmernde Zeiten: Vom Tempo der Medien, Stuttgart (Hirzel), 1999

Rötzer, Florian (1996): Flanieren in den Datennetzen, URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2029/1.html> [Stand: 06/2002]

Sandbothe, Mike (2002): Mediale Temporalitäten im Internet: Zeit- und Medienphilosophie nach Derrida und Rorty, URL: <http://www.hgdoe/pol/sand.htm> [Stand: 06/2002]

Sassen, Saskia (2000): Machtbeben: Wohin führt die Globalisierung? Stuttgart / München (Deutsche Verlags Anstalt GmbH), 2000

Schivelbusch, Wolfgang (1977): Geschichte der Eisenbahnreise: Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert, München / Wien (Carl Hanser Verlag), 1977

Schulze, Gerhard (1997): Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart; 7. Auflage (1. Auflage 1992), Frankfurt am Main / New York (Campus Verlag), 1997

Schumann, Matthias / Hess, Thomas (2000): Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin / Heidelberg / New York u.a. (Springer Verlag), 2000

Schumann, Matthias / Hess, Thomas (Hrsg.) (1999): Medien – Unternehmen im digitalen Zeitalter: Neue Technologien – Neue Märkte – Neue Geschäftsansätze, Wiesbaden (Gabler), 1999

Sennett, Richard (1998): Der flexible Mensch: Die Kultur des neuen Kapitalismus; 2. Auflage (Erstauflage 1998), Berlin (Berlin Verlag), 2000

Shapiro, Carl / Varian, Hal R. (1999): Information Rules: A strategic guide to the Network Economy, Boston, MA (Harvard Business School Press), 1999

Stalk, George / Hout, Thomas M. (1990): Zeitwettbewerb, Frankfurt / New York (Campus Verlag), 1990

Varian, Hal R. (2001): Grundzüge der Mikroökonomik, München (Oldenbourg), 2001

Virilio, Paul (1980): Ästhetik des Verschwindens, Berlin (Merve Verlag), 1986

Virilio, Paul (1991): Der echtwahre Augenblick, in: Bergelt, M. / Völckers, H. (Hrsg.) (1991): Zeit – Räume. Zeiträume. Raumzeiten. Zeiträume, München (Hanser), 1991

Virilio, Paul (1993): Die Eroberung des Körpers: Vom Übermenschen zum überreizten Menschen, 2. Auflage (Erstaufl. 1993) Frankfurt am Main (Fischer Taschenbuch Verlag), 1996

Virilio, Paul (1990): Rasender Stillstand, 3. Auflage (Erstaufl. 1990), Frankfurt am Main (Fischer Taschenbuch Verlag), 1997

Weizenbaum, Joseph (1978): Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft, Frankfurt am Main (Suhrkamp Verlag), 1978

Wolf, Klaus / Scholz, Claudia Maria (1999): Neue Zeitverwendungsstrukturen und ihre Konsequenzen für die Raumordnung, Hannover (ARL), 1999

Zerdick, Axel / Picot, Arnold / Schrape, Klaus et al. (2001): Die Internet – Ökonomie: Strategien für die digitale Wirtschaft; 3. erweiterte und überarbeitete Auflage, Berlin / Heidelberg / New York u. a (Springer Verlag), 2001

Zu Medien als Werkzeugen zur Überwindung vom Raum und Zeit vgl.(ohne Autor)
URL: <http://www.hgdoe.de/pol/zeit2/htm> [Stand: 06/2002]

Zu Microsoft – tracenet: vgl. URL: <http://www.microsoft.com/technet/treeview/>
[Stand: 06/2002]

Zu Sanford Fleming vgl. (ohne Autor) URL:
<http://webexhibits.org/daylightsaving/ref/Sandford.html> [Stand: 06/ 2002]

Zum Begriff des Cocooning vgl. Popcorn, Faith: URL:
<http://www.faithpopcorn.com/trends/cocooning.htm> [Stand: 06/ 2002]