

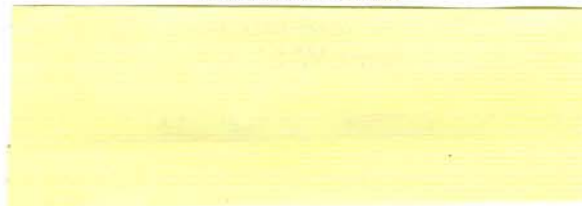
Perspektiven des Interaktiven Fernsehens

Das Beispiel einer Medieninnovation in ihrem technologischen, ökonomischen und sozialen Zusammenhang

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

Betreuer:
Prof. Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:
Alexandra Rühl



Weimar, den 25.02.2002

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	II
1 Einleitung	1
1.1 Themenstellung und Zielsetzung der Arbeit	2
1.2 Theoretische Vorüberlegungen und Aufbau der Arbeit	3
2 Wie kommt das Neue in die Welt?	5
2.1 Was bedeutet neu? Verschiedene Aspekte von Innovation	5
2.1.1 Markt und Innovation	7
2.1.2 Gesellschaft und Innovation	13
2.2 Institutionen und ihre Rolle im Innovationsprozeß	15
2.2.1 Institutionen – Eine Erweiterung des neoklassischen Modells	16
2.2.2 Institutioneller Wandel – Institutionen in der Zeit	18
2.3 Zusammenfassung	23
3 Wie kommt das Medium in die Welt?	25
3.1 Eine Definition von Medium	25
3.2 Mediale Wandlungsprozesse – Medienwandel/Wandel durch Medien	28
3.3 „Medien-Werden“ – ein Zyklus in fünf Phasen	38
3.4 Zusammenfassung	44
4 Auftakt für iTV? – Ein Medium im Entstehen	46
4.1 Das i bei iTV	46
4.1.1 Interaktion & Interaktivität	46
4.1.2 Interaktive Medien	49
4.2 iTV als Medium	52
4.2.1 Die Objektebene des interaktiven Fernsehens	52
4.2.1.1 Ökonomisches Umfeld	53
4.2.1.2 Technische Grundlagen	56
4.2.1.3 Rechtlicher Rahmen	61
4.2.2 Veränderungen im Fernsehdispositiv	65
4.2.2.1 Allokation von Zeit: Der Medienkonsument in Bedrängnis	67
4.2.2.2 Parallele Nutzung der Medien: Multi-Tasking/Split-Screen	70
4.2.2.3 Die Erlebnisorientierung neuer Medien: Medienkultur als Spielkultur	73
4.2.2.4 Von Programmen zu Nutzeroberflächen: Strukturwandel medialer Programme	76
4.2.2.5 Mediennutzung: Medienensembles als Ausdruck kultureller Milieubildungen	78
4.2.3 Die symbolische Form des interaktiven Fernsehens	81
4.3 Zusammenfassung	83
5 Interaktives Fernsehen: Aufbruch in die interaktive Medienkultur?	84
Anhang	III
Literatur	X

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1 - Die Möglichkeiten neuer interaktiver Fernsehdienste	2
Abbildung 2 - Paradoxien der Innovation	12
Abbildung 3 - Evolutionsschema	13
Abbildung 4 - Wechselbeziehung von Individuen und Institutionen	20
Abbildung 5 - Der Bau des Modells	36
Abbildung 6 - Konvergenz von Medien, Informationsverarbeitung und Kommunikationstechnik	53
Abbildung 7 - Die Rezeption des Dispositiv-Modells	67
 Tabelle 1 - Kommunikationsbeziehungen im interaktiven Fernsehen	 50

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Albers, Sönke (1998): Besonderheiten des Marketing für Interaktive Medien, in:
Marketing mit Interaktiven Medien. Strategien zum Markterfolg, hrsg. von Sönke
Albers, Michel Clement und Kay Peters, Frankfurt am Main (F.A.Z.-Institut), 1999
- Baudrillard, Jean (1989): Paradoxe Kommunikation, Bern (Benteli Verlag), 1989
- Becker, Gary S. (1976): Ökonomische Erklärung menschlichen Verhaltens, Tübingen
(Mohr), 1993
- Blind, Sofia (1997): Fernsehen und Neue Medien – eine ökonomische Einschätzung,
in: Qualitative Perspektiven des Medienwandels: Positionen der Medienwissenschaft
im Kontext „Neuer Medien“, hrsg. von Helmut Schanze, Peter Ludes, Opladen
(Westdeutscher Verlag), 1997, S. 150-159
- Bredeweg, Udo; Kowol, Uli; Krohn, Wolfgang (1994): Innovationstheorien zwischen
Technik und Markt. Modelle der dynamischen Kopplung, in: Technik und
Gesellschaft, Jahrbuch 7, Frankfurt/Main; New York (Campus Verlag), 1994, S.187-
203
- Cassirer, Ernst (1956): Philosophie der symbolischen Formen, Darmstadt
(Wissenschaftliche Buchgesellschaft), 1994 (deutsche Erstausgabe 1956)
- Castells, Manuel (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie: Das
Informationszeitalter: Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur, Opladen (Leske+Budrich),
2001
- Engell, Lorenz (1998): Ausfahrt nach Babylon, in: Ausfahrt nach Babylon: Essays und
Vorträge zur Kritik der Medienkultur, hrsg. von Claus Pias, Joseph Vogl und Lorenz
Engell, Weimar (VDG, Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften), 2000
- Erlei, Matthias; Leschke, Martin; Sauerland, Dirk (1999): Neue Institutionenökonomik,
Stuttgart (Schäffer-Poeschel Verlag), 1999
- European Communication Council (ECC) (1999): ECC-Report. Die Internet-Ökonomie.
Strategien für die digitale Wirtschaft, hrsg. von Axel Zerdick, Arnold Picot und Klaus
Schrape u.a., Berlin/Heidelberg (Springer), 1999

- Faßler, Manfred (2001): Netzwerke: Einführung in die Netzstrukturen, Netzkulturen und verteilte Gesellschaftlichkeit, München (Fink), 2001
- Faulstich, Werner (1998): Mediengeschichte, in: Grundwissen Medien, hrsg. von Werner Faulstich, München (Fink), 1998, S.29-41
- Halbach, Wulf R. (1994): Interfaces: medien- und kommunikationstheoretische Elemente einer Interface-Theorie, München (Fink), 1994
- Hansel (1996), zitiert in: Hauschildt, Jürgen (1997): Innovationsmanagement, München (Vahlen), 1997
- Hasebrink, Uwe (2001): Das Zuschaueranteilsmodell: Herausforderungen durch Pay-TV und Online-Medien. Kommunikationswissenschaftliches Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg , 2001
- Hasebrink, Uwe (2001): Fernsehen in neuen Medienumgebungen. Befunde und Prognosen zur Zukunft der Fernsehnutzung, Hamburg (Vistas Verlag), 2001
- Hauschildt, Jürgen (1997): Innovationsmanagement, München (Vahlen), 1997
- Hickethier, Knut (1991): Apparat – Dispositiv – Programm. Skizze einer Programmtheorie am Beispiel des Fernsehens, in: Medien/Kultur. Schnittstellen zwischen Medienwissenschaft, Medienpraxis und gesellschaftlicher Kommunikation, hrsg. von Knut Hickethier, Siegfried Zielinski, Berlin (Wissenschaftsverlag Volker Spiess), 1991, S. 421-447
- Hickethier, Knut (1994): Zwischen Einschalten und Ausschalten. Fernsehgeschichte als Geschichte des Zuschauers, in: Vom „Autor“ zum Nutzer: Handlungsrollen im Fernsehen (Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland; Bd. 5), hrsg. von Werner Faulstich, München (Fink), 1994, S. 237-306
- Hickethier, Knut (1998): Geschichte des deutschen Fernsehens (unter Mitarbeit von Peter Hoff), Stuttgart/Weimar (Metzler), 1998
- de Kerckhove, Derrick (1999): Das Internet erobert das Fernsehen. Ein Trojanisches Pferd im öffentlichen Bewußtsein, in: Televisionen, hrsg. von Stefan Münker und Alexander Roesler, Frankfurt am Main (Suhrkamp), 1999

- Kibele, Babette (2001): Multimedia im Fernsehen. Die gesetzlichen Grundlagen audiovisueller Informations- und Kommunikationsdienste auf der Basis des deutschen und europäischen Medienrechts, München (C.H. Beck), 2001
- Kittler, Friedrich (1986): Grammophon Film Typewriter, Berlin (Brinkmann u. Bose), 1986
- Kittler, Friedrich (1993): Draculas Vermächtnis. Technische Schriften, Leipzig (Reclam), 1993
- Kneer, Georg; Armin, Nassehi (1993): Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Eine Einführung, München (UTB), 1993
- Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie, Frankfurt am Main (Suhrkamp), 1984
- Luhmann, Niklas (1990): Die Wissenschaft der Gesellschaft, Frankfurt am Main (Suhrkamp), 1990
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1996
- Luhmann, Niklas (1998): Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt am Main (Suhrkamp), 1998, S.170
- McLuhan, Marshall (1964): Die magischen Kanäle. Understanding Media, Dresden/Basel (Verlag der Kunst), 1995 (amerikanische Erstausgabe 1964)
- Meyen, Michael (2001): Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster, Konstanz (UVK), 2001
- Televisionen, hrsg. von Stefan Münker und Alexander Roesler, Frankfurt am Main (Suhrkamp), 1999
- North, Douglass C. (1988): Theorie des institutionellen Wandels: eine neue Sicht der Wirtschaftsgeschichte, Tübingen (Mohr), 1988
- North, Douglass C. (1998): Institutionen, institutioneller Wandel und Wirtschaftsleistung, Tübingen (Mohr), 1998

- Paech, Joachim (1997): Medien-Macht und interaktive Medien, Bonn (Zeitungs-Verl. Service), 1997
- Paech, Joachim (1999): Das „Programm der Moderne“ und dessen postmoderne Auflösungen: Vom Werk zum Text zu Multimedia, in: Strukturwandel medialer Programme: Vom Fernsehen zu Multimedia, hrsg. von Joachim Paech, Andreas Schreitmüller und Albrecht Ziemer, Konstanz (UVK Medien), 1999, S.13-29
- von Pierer; Heinrich und von Oetinger, Bolko (Hrsg.): Wie kommt das Neue in die Welt?, München (Hanser), 1997
- Rammert, Werner (2000): Technik aus soziologischer Perspektive 2. Kultur – Innovation - Virtualität, Wiesbaden (Westdeutscher Verlag), 2000
- Richter, Rudolf; Furubotn, Eirik G. (1999): Neue Institutionenökonomik: eine Einführung und kritische Würdigung, Tübingen (Mohr Siebeck), 1999
- Rose, Helmuth (1995): Nutzerorientierung im Innovationsmanagement: neue Ergebnisse der Sozialforschung über Technikbedarf und Technikentwicklung, Frankfurt/Main; New York (Campus Verlag), 1995
- Rötzer, Florian (1996): Aspekte der Spielkultur in der Informationsgesellschaft, in: Interaktiv: Im Labyrinth der Wirklichkeiten, hrsg. von Wolfgang Zacharias, Essen (Klartext Verlag), 1996, S.176-195
- Ruhrmann, Georg; Nieland, Jörg-Uwe (1997): Interaktives Fernsehen: Entwicklung, Dimensionen, Fragen, Thesen, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997
- Schanze, Helmut (1997): Vom Werk des Autors zum Werk des Nutzers, in: Qualitative Perspektiven des Medienwandels: Positionen der Medienwissenschaft im Kontext „Neuer Medien“, hrsg. von Helmut Schanze und Peter Ludes, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997, S.189-197
- Schmidt, Siegfried J. (1995): Cyber als Oikos? Oder: ernste Spiele, in: Schöne neue Welten? Auf dem Weg zu einer neuen Spielkultur, hrsg. von Florian Rötzer, München (Boer), 1995, S.69 – 90

- Schneider, Irmela (1997): Medienwandel und Wandel durch Medien. Einige Anmerkungen, in: Qualitative Perspektiven des Medienwandels: Positionen der Medienwissenschaft im Kontext „Neuer Medien“, hrsg. von Helmut Schanze und Peter Ludes, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997, S.95-105
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnis-Gesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/Main (Campus-Verlag), 1992
- Schumacher, Heidemarie (2000): Fernsehen fernsehen, Köln (DuMont), 2000
- Schumann, Jürgen (1992): Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Berlin, Heidelberg (Springer-Verlag), 1992
- Schumpeter, Joseph A. (1934): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: eine Untersuchung über Unternehmervergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus, Berlin (Duncker und Humblot), 1993 (Erstausgabe 1934)
- Thierfelder, Jörg (1999): Zugangsfragen digitaler Fernsehverbreitung, München (C.H.Beck), 1999
- Utterback, James M. (1996): Mastering the Dynamics of Innovation, Boston MA, (Harvard Business School Press), 1996
- Veblen, Thorstein (1958): Die Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt am Main (Fischer), 2000 (deutsche Erstausgabe 1958)
- VL „Theorie des Fernsehens“, WS 00/01, Prof. Lorenz Engell, Lehrstuhl Wahrnehmungslehre, Geschichte und Theorie der Kommunikation und der Medien , Fak. Medien, Bauhaus-Universität Weimar
- VL „Innovation und neue Medien“, SS 00, Prof. Matthias Maier, Lehrstuhl Medienmanagement , Fak. Medien, Bauhaus-Universität Weimar
- de Vries, Michael (1998): Die Paradoxie der Innovation, in: Organisation von Innovation – Strukturen, Prozesse, Interventionen, hrsg. von Frank Heideloff und Tobias Radel, München (Hampp), 1998, S. 75-87
- Wehmeier, Stefan (1998): Fernsehen im Wandel: Differenzierung und Ökonomisierung eines Mediums, Konstanz (UVK), 1998

Weyrich, Claus (1997): Was ist eine Innovation?, in: Wie kommt das Neue in die Welt?, hrsg. von Heinrich von Pierer und Bolko von Oetinger, München (Hanser), 1997, S.41-42

Zeitschriften und Zeitungen

Engell, Lorenz (2001): Die genetische Funktion des Historischen in der Geschichte der Bildmedien, in: Archiv für Mediengeschichte - Mediale Historiographien, hrsg. von Lorenz Engell und Joseph Vogl, Weimar (Universitätsverlag Weimar), 2001, S.33-56

Engell, Lorenz und Vogl, Joseph (2001): Archiv für Mediengeschichte - Mediale Historiographien (2001), Weimar (Universitätsverlag Weimar), 2001

Breunig, Gerald; Merkel, Klaus (2001): Die Migration des „Free Universe Networks“ (F.U.N.), in: Sonderdruck aus Fernseh- und Kino-Technik, 55. Jg., 2001

van Eimeren, Birgit; Ridder, Christa-Maria (2001): Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2000. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in: Media Perspektiven, 2001, Nr.11, S.538-553

Esposito, Elena (1993): „Der Computer als Medium und Maschine“, in: Zeitschrift für Soziologie, 22. Jg., 1993, S. 338 – 354

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit: ein Entwurf, München (Hanser), 1998

Goertz, Lutz (1995): Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität, in: Rundfunk und Fernsehen, 43. Jg., 1995, S. 477-493

Jäckel, Michael (1993): Fernsehwanderungen. Eine empirische Untersuchung zum Zapping, München (R. Fischer), 1993. Hasebrink, Uwe; Krotz, Friedrich (1993): Wie nutzen die Zuschauer das Fernsehen? Konzept zur Analyse individuellen Nutzungsverhaltens anhand telemetrischer Daten, in: Media Perspektiven, 1993, Nr. 11-12, S.515-527.

Jäckel, Michael (1995): Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff, in: Rundfunk und Fernsehen, 43. Jg., 1995, S. 463-476

- Krotz, Friedrich (1995): Elektronisch mediatisierte Kommunikation. Überlegungen zur Konzeption einiger zukünftiger Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft, in: Rundfunk und Fernsehen, 43. Jg., 1995, S. 445-462
- Lauff, Werner (2001): Neue Inhalte und Nutzungsformen als Folgen technischer Konvergenz. Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 2001, Heft 149
- Odin, Roger (1993): Cinéma et interactivité, in: Les Cahiers du Circav, No. 3, Université de Lille 3, 1993
- Paech, Joachim (1994): Das Fernsehen als symbolische Form, in: ZDF Schriftenreihe, Heft 50, hrsg. von Zweites Deutsches Fernsehen, Mainz (Fromm Verlagsservice GmbH), 1994
- Rötzer, Florian (1994): Interaktion – das Ende herkömmlicher Massenmedien, in: ZDF Schriftenreihe, Heft 50, hrsg. von Zweites Deutsches Fernsehen, Mainz (Fromm Verlagsservice GmbH), 1994
- Rotermund, Hermann (2001): Deutsche Kleinstaaterei bremst Digital-TV, in: Die Welt, 06. September 2001
- Sirleschtov, Antje (2001): Netze sind besondere Güter, in: Der Tagesspiegel, 08. April 2001, S.24 (Wirtschaft)
- Stipp, Horst (2000): Nutzung alter und neuer Medien in den USA. Neue Erkenntnisse über die Wechselwirkung zwischen Online- und Fernsehkonsum, in: Media Perspektiven, 2000, Nr.3, S.127-134
- Vogl, Joseph (2001): Medien-Werden: Galileis Fernrohr, in: Archiv für Mediengeschichte - Mediale Historiographien, hrsg. von Lorenz Engell und Joseph Vogl, Weimar (Universitätsverlag Weimar), 2001, S.115-123
- Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation?, in: Zeitschrift für Soziologie, 26. Jg., 1997, S. 96-114

Winston, Brian (1998): Ein Sturm vom Paradies. Technologische Innovation, Verbreitung und Unterdrückung. Die Informationsrevolution als Hyperbel, in: Archiv für Mediengeschichte - Mediale Historiographien, hrsg. von Lorenz Engell und Joseph Vogl, Weimar (Universitätsverlag Weimar), 2001, S. 9-22

Zimmer, Jochen (2000): Interaktives Fernsehen – Durchbruch via Internet? Entwicklungsstand und Perspektiven interaktiver Fernsehanwendungen in Deutschland, in: Media Perspektiven, 2000, Nr.3

Linkliste

Deutsche TV-Plattform (Hrsg.) (1999): Multimedia-Home-Plattform (MHP). Grundlage für die Konvergenz der Medien. Basispapier zum Einstieg in einen freien Markt für digitales Fernsehen in Deutschland. Vorgelegt von der Arbeitsgruppe Runder Tisch-MHP. Release 1.0 vom 20.12.1999, elektronisch veröffentlicht: URL: <http://www.tv-plattform.de> [Stand 15.12.01]

„Gemeinsame Erklärung der deutschen Programmveranstalter und der Landesmedienanstalten zur zügigen Einführung von MHP“, elektronisch veröffentlicht: URL: <http://www.alm.de/index2.htm> [Stand 11.11.01]

Löwenstein, Richard: Videospiele: Ups, wir sind gesellschaftsfähig!, elektronisch veröffentlicht: URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,175322,00.html> [Stand: 05.01.02]

Neitzel, Britta: Videospiele: Zwischen Fernsehen und Holodeck, elektronisch veröffentlicht: URL: http://www.digitalcraft.org/index.php?artikel_id=128 [Stand 01.02.02]

NFO Infratest: Monitoring Informationswirtschaft, 3. Faktenbericht 2001, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie; elektronisch veröffentlicht: URL: <http://www.bmwi.de/Homepage/Politikfelder/Informationsgesellschaft/Monitoring.jsp>. [Stand: 23.02.2001]