

# Inhalt

<b>5</b>	<b>Der Film: die Magie der Bilder.....</b>	<b>9</b>
5.1	Grundzüge: Entstehung und Ausbreitung des Films.....	9
5.1.1	Begriffs- sowie Vor- und Frühgeschichte.....	9
5.1.2	Die technische Entwicklung des modernen Films.....	13
5.1.3	Quantität und Organisation des Marktes.....	18
5.2	Voraussetzungen und Faktoren des Filmerfolgs.....	29
5.2.1	Ökonomischer Erfolg und seine Gefährdung: vom Stummfilm zum digitalen Vertrieb.....	29
5.2.2	Dokumentarische Formen und ihre Marginalisierung ...	39
5.2.3	Der ungebrochene Erfolg von Spielfilm und Kino.....	44
5.3	Gesellschaftliche und politische Reaktionen.....	60
5.3.1	Lerneffekte und Diskussionen.....	60
5.3.2	Von der Subsumtion zum speziellen Filmrecht.....	64
<b>6</b>	<b>Rundfunk: das Fenster zur Welt.....</b>	<b>72</b>
6.1	Grundzüge: Entstehung und Ausbreitung des neuen Mediums.....	72
6.1.1	Begriffsklärungen: Rundfunk = Hörfunk + Fernsehen	72
6.1.2	Anfänge der Rundfunktechnik.....	74
6.1.3	Das elektromechanische und elektronische Fernsehen...	77
6.1.4	Der Rundfunkmarkt quantitativ.....	82
6.2	Die Entwicklung der Rundfunksysteme zwischen Politik und Ökonomie.....	88
6.2.1	Rundfunksysteme idealtypisch: staatlich, privatrechtlich, öffentlich-rechtlich.....	89
6.2.2	Nationale Rundfunkpolitiken.....	93
6.2.3	Internationale Rundfunkpolitik und „free flow of information“.....	111
6.3	Voraussetzungen und Faktoren des Rundfunkerfolgs.....	116
6.3.1	Ökonomische Faktoren, Preisverfall und „Kostenteilung“.....	118
6.3.2	Leistungssteigerung und Zusatznutzen.....	125
6.3.3	Standardisierung.....	128
6.3.4	Die Ausdifferenzierung eines attraktiven Programmmediums.....	130

6.4	Wirkungen: alte und neue Funktionen des neuen Programmmediums .....	143
6.4.1	Die Zeitstrukturierung .....	143
6.4.2	Unterhaltung und Information .....	146
<b>7</b>	<b>Computer und Internet: multimediale Neuerungen ..</b>	<b>151</b>
7.1	Grundzüge: Entstehung und Ausbreitung der neuen Medien .....	151
7.1.1	Begriffs- sowie Vor- und Frühgeschichte .....	151
7.1.2	Der Markt generiert den Computer, der Siegeszug moderner Computertechnik generiert den Markt .....	159
7.2	Voraussetzungen und Faktoren des Multimediaerfolgs .....	171
7.2.1	Preisverfall und Leistungssteigerung .....	171
7.2.2	Standardisierung und Netzwerklogik .....	181
7.2.3	Vereinfachung der Bedienung .....	183
7.2.4	Sogenannte Killerapplikationen .....	187
7.2.5	Die unsichere Internet-Ökonomie .....	189
7.3	Auswirkungen der Existenz von Computer und Internet ..	195
7.3.1	Hoffnungen, Befürchtungen, Kritik .....	195
7.3.2	Staatliche Reaktionen .....	200
<b>8</b>	<b>Zusammenfassende und weiterführende Betrachtungen .....</b>	<b>207</b>
8.1	Ursachen der Ausdifferenzierung der neuen Medien .....	207
8.1.1	Mediendifferenzierung als zirkulärer Prozess .....	208
8.1.2	Phasen der Mediendifferenzierung .....	223
8.2	Die Wirkung der neuen Medien .....	237
8.2.1	Ambivalent: die Wirkung der Inhalte .....	237
8.2.2	Unsicher: Gilt Riepls Gesetz? .....	243
8.2.3	Weitreichend: sozialer Wandel als Wirkung der Existenz .....	248
<b>9</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>263</b>
9.1	Verzeichnis der wichtigeren Abkürzungen .....	263
9.2	Literatur .....	267
9.2.1	Film .....	267
9.2.2	Rundfunk und Fernsehen .....	268

9.2.3	Computer und Internet.....	270
9.2.4	Allgemeine Mediengeschichte .....	271
9.3	Register.....	273
9.3.1	Personenregister .....	273
9.3.2	Register der Medien, Medienfirmen und -institutionen .....	276
	<b>Nachwort .....</b>	<b>281</b>
	<b>Übersicht zu Band 1 .....</b>	<b>282</b>

## Abbildungen

5-1:	Kinos und Kinobesuch in Deutschland vor 1939.....	22
5-2:	Filmproduktion in Deutschland vor 1914 .....	23
5-3:	Filmproduktion in Deutschland 1919-1945 .....	24
5-4:	Kinobesuch/ Fernseher in der Schweiz .....	26
5-5:	Kinobesuch/ Fernsehhaushalte (BR Deutschland) .....	27
5-6:	Anteil inländischer Filme am heimischen Markt.....	28
5-7:	Film(re)finanzierung (Deutschland/USA seit 1980) .....	39
5-8:	Von Hay's Office abgelehnte Filme .....	68
6-1:	Rundfunkteilnehmer in Tausend 1924-1941 .....	85
6-2:	Verfall der Videogerätepreise.....	124
6-3:	Durchschnittliche Sendekosten je Min. (ARD) .....	125
6-4:	Zeitnutzung des Radio.....	144
6-5:	Zeitnutzung des Fernsehens .....	145
7-1:	Distributed communications networks .....	166
7-2:	Entwicklung der Internet-Hosts.....	167
7-3:	Onlinenutzer: Weltweit/ Deutschland (in Mio.).....	169
7-4:	Moore's Gesetz.....	178
7-5:	Marktanteil der Internet-Browser in den USA .....	182
7-6:	Textbasierte Menüsteuerung und GUI-Steuerung .....	185
7-7:	Dotcom-Sterben 2000-2002.....	192
7-8:	Rechtsextreme deutsche Homepages im Internet .....	202
8-1:	Zirkuläre Prozesse der Medienentwicklung .....	210
8-2:	Der kulturelle Diskurs über Medien.....	211
8-3:	Politisch-legislative Reaktionen auf neue Medien .....	212

8-4: Technischer Kreislauf der Medienentwicklung .....	215
8-5: Ökonomischer Kreislauf der Medienentwicklung.....	221
8-6: Lebenszyklus neuer Medien .....	236

## Tabellen

5-1: Kinosäle.....	18
5-2: Filmproduktion.....	19
5-3: Kinotheater, Kinobesuch, Sitzplätze .....	19
5-4: Prüfkriterien für die Filmkontrolle.....	62
5-5: Rating der Kino-Filme in den USA .....	69
6-1: Leistungsvermögen moderner Fernsehrohren.....	78
6-2: Radio- und Fernsehgeräte weltweit .....	83
6-3: Rundfunkgerätelizenzen.....	86
6-4: Fernsehgerätelizenzen .....	88
6-5: Fernsehgeräte in den USA.....	88
6-6: Prüfkriterien für Rundfunksysteme .....	91
6-7: Entwicklung der Konzentrationsregeln in den USA.....	97
6-8: Verurteilungen wegen Schwarzhörens .....	105
6-9: Überseerundfunk/ Kurzwellenfunk.....	111
6-10: Radio-Formate (Auswahl).....	140
7-1: Verschiedene Zahlensysteme .....	154
7-2: Verbreitungszahlen.....	164
7-3: Computer (in Tausend) .....	164
7-4: Onlinenutzung in Deutschland.....	170
7-5: Kosten von „Supercomputern“ .....	172
7-6: Preisverfall von Rechenzeit .....	173
7-7: Preisentwicklung für die Rechenleistung von PCs.....	174
7-8: Rechenleistung von „Supercomputern“ .....	176
7-9: Verkaufs- und Verlagselös „Zweite Hand“ .....	194
7-10: Prüfkriterien für die Multimediakontrolle .....	206
8-1: Invention .....	225
8-2: Innovation.....	228
8-3: Diffusion .....	232