

Matthias Karmasin/Carsten Winter

Konvergenzmanagement und Medienwirtschaft

Wilhelm Fink Verlag München

Inhalt

Vorwort.....	11
--------------	----

I.TIME-Konvergenz als Herausforderung für Management und Medienentwicklung Einleitung (Carsten Winter).....13

1.1 TIME-Konvergenzmanagement und Medienentwicklung - eine neue empirische Herausforderung.....	13
1.2 Zur Geschichte und Logik der Kategorien und Konzepte von Wandel und Entwicklung in der Soziologie.....	20
1.3TIME-Konvergenz und die Entwicklung von digitalen Netzwerkmedien und von Konvergenzmanagement.....	22
1.3.1 Die Entwicklung von Quartärmedien oder digitalen Netzwerkmedien als Medien der inhomogenen Integration von Verschiedenem ...	24
1.3.2 TIME-Konvergenzmanagement als Entwicklung der inhomogenen Integration von Verschiedenem.....	29
1.4 Digitale Netzwerkmedien, Konvergenzmanagement und die neue Logik der Konzepte „Netzwerk“, „Flow“ und „Konnektivität“.....	39
1.4.1 Die Entdeckung von TIME-Konvergenzprozessen und Problemen, sie zu beschreiben und zu verstehen.....	40
1.4.2 Das neue informationstechnologische Netzwerkkonzept.....	44
1.4.3 „Flow“ und „Konnektivität“ als neue Netzwerk-Konzepte.....	46
1.5 Neue Bedingungen und Möglichkeiten von Medienentwicklung und Konvergenzmanagement in Raum und Zeit.....	49
1.6 Übungs- und Kontrollfragen.....	51

2. Konvergenz Fakten und Fiktionen rund um einen Begriff und seine politische Bedeutung (Hans J. Kleinsteuber)..... 55

2.1 Techüentwicklung zwischen Politik und Ökonomie.....	55
2.2 Kommunikation und Konvergenz.....	57
2.3 Bruchpunkt 70er-Jahre: Sätturiertheit und Digitalisierung.....	59
2.4 Konvergenz in der aktuellen Technologie- und Medienpolitik.....	60
2.4.1 Der „Bückkanal“ im Kabelfernsehen.....	61
2.4.2 Das hochauflösende Fernsehen: HDTV.....	62
2.4.3 Digitalisierung des Hörfunks: DAB.....	63
2.4.4 Digitalisierung des Fernsehens: d-box, DVB, MHP.....	64
2.5 Konvergente Strategien von Wirtschaft und Politik.....	66
2.5.1 Wirtschaft.....	66
2.5.2 Konvergenz und Begulierung: Internationale Erfahrungen.....	67
2.5.3 Konvergierende Aufsicht in den USA und Großbritannien.....	68

7. Kommunikation an Schnittstellen: Neue Anforderungen durch technologische Konvergenz in Organisationen (Matthias Karmasin und Jörg Freienstein).....131

7.1 Einleitung.....131

7.2 Einsatzgebiete und Anwendungen von IT entlang der Wertschöpfungskette.....131

7.3 Konvergenz und IT in Organisationen.....134

7.4 Grenzen der Nutzung von IT.....136

7.5 Konvergenz von Informationssystemen durch technologische Innovation.....139

7.6 Konvergenz als Auslöser von Innovation und Veränderung in Organisationsstruktur, -Strategie und -prozessen.....142

7.7 Konsequenzen von Konvergenz für Organisation und Organisationskommunikation.....146

 7.7.1 Die Organisation wird zum Netzwerkknoten in der Kommunikation.....146

 7.7.2 Stakeholder wollen über alle Kanäle offen kommunizieren.....147

 7.7.3 Mitarbeiter müssen kommunikativ kompetent sein.....147

7.8 Fazit: Loyalität wird zum Ziel der Organisationskommunikation.....148

7.9 Übungs- und Kontrollfragen.....149

8. Fernsehunterhaltung und TIME-Konvergenz (Gerd Hallenberger).....151

8.1 Einleitung und methodischer Ansatz.....151

8.2 TIME-Konvergenz und ihre Bahmungen.....152

 8.2.1 Politische Integration.....152

 8.2.2 Ökonomische Integration.....153

 8.2.3 Kulturelle Integration.....154

8.3 TIME-Konvergenz und Mediennutzer.....154

 8.3.1 Medientechnologische Konvergenz oder Das Verschwinden der Technik.....155

 8.3.2 Eine zweite Form medialer Konvergenz.....156

8.4 TIME-Konvergenz und das Fernsehen.....157

 8.4.1 Binnenkonvergenz der Fernsehangebote.....158

 8.4.2 Internationale Konvergenz der Fernsehangebote: Formathandel.....158

 8.4.3 Fernsehunterhaltung und intermediale Konvergenz.....159

8.5 Spezifika der Fernsehunterhaltung.....161

 8.5.1 Fernsehunterhaltung als konkurrenzfähiger Content.....161

 8.5.2 Singuläre Aspekte von Fernsehunterhaltung.....162

8.6 Fazit.....163

8.7 Übungs- und Kontrollfragen.....164

9. TIME-Konvergenz und Zeit (Matthias Maier)	165
9.1 Konvergenz und Zeit.....	165
9.2 Zeit und Medien.....	165
9.3 Konvergenz der Zeit durch Medien des Transportes.....	167
9.3.1 Zeit auf hoher See.....	167
9.3.2 Zeit im Zug.....	169
9.3.3 Koordinierte Weltzeit.....	170
9.4 TIME-Konvergenz und die Transformation der Zeit.....	171
9.4.1 TIME-Konvergenz und konvergente Zeitstrukturen der globalen Medien.....	171
9.4.2 Transformation der Zeit im informationstechnologischen Paradigma.....	172
9.4.3 Transformation von internen und externen Intervallen.....	173
9.4.4 TIME-Konvergenz und Zeitdivergenz.....	175
9.5 Zeit der Medienproduktion und Allokation von Medienzeit.....	176
9.6 Zeit für Zeit.....	179
9.7 Übungs- und Kontrollfragen.....	180

10. Medienentwicklung und der Aufstieg einer neuen Beziehungskunst (Carsten Winter)	183
10.1 Einleitung: TIMES-Konvergenz aus der Perspektive gewöhnlicher Menschen.....	183
10.2 Zugangs- und Beziehungskünste in den Momenten und Kontexten medialer Kommunikation.....	184
10.2.1 Mediengeschichte als Beziehungsgeschichte.....	185
10.2.2 Die TIMES-Konvergenz medialer Kommunikation und darüber von Beziehungskünsten.....	186
10.2.3 Die Kontexte und Momente der Entwicklung neuer Medien und ihrer Angebote.....	187
10.3. Der Aufstieg einer neuen Beziehungskunst.....	187
10.3.1 Die TIMES-Konvergenz der Produktion medialer Kommunikation.....	188
10.3.2 Die TIMES-Konvergenz der Allokation medialer Kommunikation.....	191
10.3.3 Die TIMES-Konvergenz der Rezeption medialer Kommunikation.....	197
10.3.4 Die TIMES-Konvergenz der Nutzung medialer Kommunikation.....	198
10.4. Die TIMES-Konvergenz medialer Konnektivität.....	209
10.4.1 Mediale Konnektivität die Vorgeschichte.....	211
10.4.2 TIMES-Konvergenz als Verflüssigung und Verflüchtigung öffentlicher und privater medialer Beziehungen.....	212

10.5 Fazit: Medienentwicklung und Konvergenzmanagement im Kontext neuer Konnektivitäten, Flows und Netzwerke.....	215
10.6 Übungs- und Kontrollfragen.....	215
11. Konvergenzglossar (Rene Rummel).....	217
Literaturverzeichnis.....	235
Angaben zu den Herausgebern und Autorinnen.....	251
Personenregister.....	257
Sachregister.....	261

