

## "Interaktivität im Fernsehen" PDF - herunterladen, lesen sie



HERUNTERLADEN

LESEN

ENGLISH VERSION

DOWNLOAD

READ

### Beschreibung

Diplomarbeit aus dem Jahr 2001 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Medienökonomie, -management, Note: 1,3, Universität Augsburg (Wirtschafts und Sozialwissenschaften), Veranstaltung: Empirische Sozialforschung, Sprache: Deutsch, Abstract: Inhaltsangabe:Einleitung:

Das Schlagwort der Interaktivität bestimmt derzeit die Medienlandschaft und scheint die verschiedensten Anwendungsformen zu durchdringen. Die Vorstellung, in bisher dem Nutzer verwehrte mediale Prozesse steuernd und lenkend - eben interaktiv - eingreifen zu können, ist dabei ein faszinierender Gedanke. Zumal dieses Phänomen - interaktiv zu sein - sich auf das Massenmedium Fernsehen ausweiten kann, welches in 98,6 Prozent der deutschen Haushalte steht, können mit der Bedeutung dieses Mediums für die Menschen weiterreichende gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen verbunden sein.

Im Zuge der digitalen Vernetzung der Gesellschaft - via Internet - wird das in sich schon interaktive Medium Computer in Fernsehzusammenhänge integriert, welche zuvor durch eine rein passive, massenmediale Rezeption gekennzeichnet wurden. Zum einen in Form der Homepage. So integrieren gerade in letzter Zeit erfolgreiche Programmformate wie z.B. Big Brother oder Wer wird Millionär ? über eine Website neuartige interaktive Anwendungen in

ihr Medienangebot. Es scheint der Prozeß einer medialen Konvergenz damit das Zusammenwachsen von Telekommunikation, Fernseher und PC - weiter voranzuschreiten. Zum anderen liefert das Internet die technischen Voraussetzungen für die Digitalisierung des Mediums Fernsehen selbst.

Obgleich die Digitalisierung des Fernsehens in dieser Hinsicht weiter voranschreitet - bisher überwiegend durch den Pay-TV Anbieter Kirch mit Premiere World forciert -, ist das bisherige Interesse bei den Rezipienten noch zurückhaltend. Es scheinen dieser Entwicklung demnach noch soziale, technische und wirtschaftliche Barrieren im Wege zu stehen.

An dieser Stelle knüpft nun die folgende Analyse an. Es sollen in dieser Hinsicht derzeitige Akzeptanzfelder und Nutzungsweisen der Rezipienten in Bezug auf die Integration interaktiver Anwendungen in die Fernsehnutzung untersucht und daraus resultierend sowohl gesellschaftliche Folgen als auch marketingpolitische Ansätze beschrieben werden. Zudem sollen bei der folgenden Untersuchung soziale Entwicklungsprozesse - wie die Individualisierung der Gesellschaft als auch damit verbunden die zunehmende Kommerzialisierung des Mediums Fernsehen berücksichtigt werden. Dieser Untersuchungsgegenstand wird zunächst auf das noch vorherrschende analoge Programmsystem angewendet. Schließlich können diese Erkenntnisse auch auf ein mögliches Nutzungsverhalten der Rezipienten in Bezug auf das digitale Programmsystem übertragen werden.

Inhaltsverzeichnis:Inhaltsverzeichnis:

InhaltsverzeichnisII

AbbildungsverzeichnisIV

AbkürzungsverzeichnisV

1.Einleitung1

2.Der Begriff der Interaktion5

2.1Soziale Interaktion6

2.2Interaktion im technischen Kontext7

2.3Ein einheitlicher Interaktionsbegriff8

3.Interaktive Kommunikation13

3.1Das Fernsehen als Massenmedium13

3.2Die kommunikativen Veränderungen des Fernsehens17

3.3Die Entwicklung der Interaktivität im Fernsehen20

4.Gesellschaftliche Entwicklungen27

4.1Das gesellschaftliche Phänomen der Individualisierung28

4.1.1Die Individualisierungsthese29

4.1.2Individualisierung und Lebensstile31

4.2Individualisierung und Fernsehen32

4.2.1Fernsehen kann standardisieren33

4.2.2Fernsehen und Lebensstilforschung35

4.2.2.1Das Fernsehen als Lieferant von Lebensstilen35

4.2.2.2Das Fernsehen als Lieferant von Erlebnissen37

4.3Akzeptanz der Rezipienten gegenüber interaktiven Anwendungen39

5.Der Nutzenansatz als kommunikationstheoretischer Rahmen44

5.1Das Konzept des Symbolisc...



Diplomarbeit, die am 18.07.2001 erfolgreich an einer Universität in Deutschland im Fachbereich Wirtschafts und Sozialwissenschaften eingereicht wurde. Einleitung: Das Schlagwort der Interaktivität bestimmt derzeit die Medienlandschaft und scheint die verschiedensten Anwendungsformen zu durchdringen.

Pris: 161 kr. Häftad, 2012. Skickas inom 2-5 vardagar. Köp Medien nachhaltig nutzen av Lars Gräber på Bokus.com.

&quot; und erzählt dann die weiteren Geschehnisse in der Reihenfolge ihres Auftretens. . &quot;. Fremdsprachige Originaltexte sind sehr häufig „Vorträge über Sachgebiete&quot;, von denen wir nichts oder nur wenig verstehen, nämlich immer dann, wenn sie auf kulturelle ... Denn: Das Hören ist ein interaktiver Prozeß.

<https://allevents.in/lippstadt/piano-battle-2-reif-fürs./113368782663322>

Alle Videos und Livestreams in der ZDF Mediathek anschauen – ständig verfügbar und interaktiv! Entdecken Sie Filme, Serien, . Zweites Deutsches Fernsehen (&quot;Second German Television&quot;), ZDF, is a public-service German television channel based in Mainz. ZDF (Zweites Deutsches Fern sehen) is.

Die diesem Buch zugrundeliegenden Überlegungen versuchen, &quot;alle&quot; Bilder zu thematisieren, die aus Verwendungskontexten der visuellen .. Die strukturelle Kopplung an Darstellungscodes läßt uns zwar vieles sehen, aber wir können Interpretanten allein soweit interaktiv vorweisen, wie wir etwas im Bild als.

27. Nov. 2002 . Draußen steht ein junger Mann und erklärt, daß er eine der Damen besuchen möchte. Die Puffmutter fragt ihn, wieviel er denn so anlegen möchte, worauf er antwortet: &quot;Na so 10 Euro&quot;. Erboast antwortet ihm die Puffmutter daß er&acute;s sich für 10 Euro selber machen kann und knallt die Tür zu.

Auch die Interaktivität begegne uns im Alltag vielerorts. So seien PC-Spiele ein Paradebeispiel für Interaktivität. Auch das Internet sei zum großen Teil interaktiv. Allein beim Fernsehen sei man noch nicht so weit. Dem stimmte Wolfgang Konrad, Gründer und Geschäftsführer der iTVone GmbH, weitgehend zu, allerdings sei.

JPG twitter <http://twitter.com/haastreht> 2012-05-14 23:16:40 MainFeed Kritik: was soll die App? Und G+ Hangout wirkt zwar interaktiv, aber auch elitär und qualitativ unglaublich schlecht. .. Sonst ist die Reizüberflutung doch zu viel, man ist ja doch eher &quot;passives Fernsehen&quot; gewohnt ;) Florian Schütz

Anders als die offizielle Propaganda behauptet, besteht die Hauptaufgabe der Geheimdienste nicht in der Sammlung und Auswertung von Informationen.

12. Dez. 2011 . Vorträge, praktische Workshops, Firmenbesuche, Fallstudien und Networking Events sind die Formate, die eingesetzt werden, um den Teilnehmern in kürzester Zeit und interaktiv einen Überblick über aktuelle Entwicklungen in den digitalen Produktionsmethoden zu geben. Seit 2005 veranstaltet die.

7. Juli 2015 . AW: Vorschläge &quot;Die 10 schrecklichsten Frauen im deutschen Fernsehen&quot;. Vera int Veen - Diese Frau ist sich für nichts zu schade. - - - Aktualisiert - - - Vera int Veen - Diese Frau ist sich für nichts zu schade. Make me sad, make me mad, make me feel alright - faeles mas.

