

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----------|
| Vorwort | V |
| Vorwort zur 2. Auflage | VIII |
| Inhaltsverzeichnis | IX |
| | |
| 0 Einleitung | 1 |
| | |
| 1 Informationswissenschaftliche Kontexte | 5 |
| | |
| 1.1 <i>Das Informationsproblem</i> | 5 |
| 1.1.1 »Informationsarmut im -überfluß« | 6 |
| 1.1.2 Informationsbedürfnisse, Informationsbedarf, Informationsnachfrage und Nutzungsverhalten im Wandel | 10 |
| | |
| 1.2 <i>Die Vermarktung von Information</i> | 14 |
| 1.2.1 Informationsmarkt als ökonomisch-politische Kategorie | 14 |
| 1.2.2 Der Fachinformationsmarkt | 15 |
| 1.2.3 (Fach-) Information als investive Dienstleistung | 22 |
| 1.2.3.1 Dienstleistungen in der Gütersystematik | 22 |
| 1.2.3.2 Einige Besonderheiten der Dienstleistungs-Produktion | 26 |
| 1.2.3.3 Produktionstheoretische Betrachtung von Informationsdienstleistungen | 29 |
| 1.2.3.4 Anmerkungen zum Informationsmarketing | 35 |
| | |
| 1.3 <i>Das Mediensystem als Teil des Informationssystems</i> | 41 |
| 1.3.1 Entwicklung der Kommunikationsmittel | 42 |
| 1.3.2 Konkurrenzbeziehungen zwischen den Medien | 48 |
| 1.3.2.1 Papier- vs. bildschirmgestützte Medien | 48 |
| 1.3.2.2 Die Rolle der Werbung | 56 |
| 1.3.2.3 Typisierung von Konkurrenzbeziehungen | 58 |
| 1.3.2.4 Ansätze zur Erfassung und Beurteilung des intermedialen Wettbewerbs | 62 |
| | |
| 1.4 <i>Entwicklung der IuK-Technologien</i> | 70 |
| 1.4.1 Anmerkungen zur Innovationstheorie | 70 |
| 1.4.1.1 Begriff, Dimensionen und Arten der Innovation | 70 |
| 1.4.1.2 Produktinnovationen | 71 |
| 1.4.2 Entwicklung der Informationstechnologien | 74 |
| 1.4.3 Entwicklung der Telekommunikation und Telematik | 80 |
| 1.4.3.1 Öffentliche Netze | 82 |
| 1.4.3.2 Neue Kommunikationsdienste und -medien | 86 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 2 | Technologie optischer Speicher | 95 |
| 2.1 | <i>Allgemeines</i> | 95 |
| 2.1.1 | Das Problem der externen Speicherung | 95 |
| 2.1.2 | Klassifizierung und Geschichte optischer Speicher | 98 |
| 2.1.2.1 | Klassifizierung | 99 |
| 2.1.2.2 | Optische Speichermaterialien | 100 |
| 2.1.2.3 | Geschichte | 102 |
| 2.1.3 | Technik optischer Punkspeicher | 104 |
| 2.2 | <i>ROM-Speicher</i> | 110 |
| 2.2.1 | Bildplatte | 110 |
| 2.2.2 | CD-ROM-Familie | 115 |
| 2.2.2.1 | CD-ROM | 115 |
| 2.2.2.2 | Multimediale CD-ROM-Varianten | 126 |
| 2.3 | <i>WORM-Speicher</i> | 142 |
| 2.3.1 | Allgemeines | 142 |
| 2.3.2 | Speichermaterialien und -verfahren | 143 |
| 2.3.3 | Systeme | 145 |
| 2.3.3.1 | Allgemeines | 145 |
| 2.3.3.2 | Disksysteme | 147 |
| 2.3.3.3 | Sonderformen | 152 |
| 2.4 | <i>ROD-Speicher</i> | 154 |
| 2.4.1 | Speichermaterialien und -verfahren | 155 |
| 2.4.1.1 | Magneto-optische Verfahren | 156 |
| 2.4.1.2 | Phasenwechselverfahren (amorph-kristallin) | 158 |
| 2.4.1.3 | Farbstoff-Polymere | 159 |
| 2.4.2 | Systeme | 161 |
| 2.4.3 | Aussichten und Anwendungen | 166 |
| 3 | Optisches Publizieren - Produkte, Märkte, Konkurrenzbeziehungen | 169 |
| 3.1 | <i>Verfahren und Einsatzfelder optischen Publizierens</i> | 169 |
| 3.1.1 | Technologieorientierte Betrachtung | 169 |
| 3.1.1.1 | ROM-Speicher | 169 |
| 3.1.1.2 | WORM-Speicher | 172 |
| 3.1.1.3 | ROD-Speicher | 173 |
| 3.1.2 | Anwendungsorientierte Betrachtung | 174 |
| 3.1.2.1 | Bibliothekarische Anwendungen | 175 |
| 3.1.2.2 | Fach- und berufsspezifische Anwendungen | 187 |
| 3.1.2.3 | Institutionelle Anwendungen | 196 |
| 3.1.2.4 | Ausbildung | 197 |
| 3.1.2.5 | Orientierungsinformationen, Heimanwendungen, Unterhaltung | 200 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 3.1.3 | Informationsmethodische Probleme und Herausforderungen | 203 |
| 3.1.3.1 | CD-ROM-spezifische Datenbankstrukturen | 204 |
| 3.1.3.2 | Retrieval-Software und -Funktionen | 205 |
| 3.1.3.3 | Bedienoberfläche | 208 |
| 3.1.3.4 | Software für spezifische Anwendungen | 210 |
| 3.2 | <i>Der Optical Publishing-Markt</i> | 212 |
| 3.2.1 | Struktur und Dienstleistungen der Optical Publishing-Industrie | 212 |
| 3.2.2 | Einige Daten zur Marktentwicklung | 213 |
| 3.2.2.1 | Weltmarkt | 213 |
| 3.2.2.2 | Europa und Deutschland | 224 |
| 3.2.3 | Anmerkungen zum Marketing von CD-ROM-Produkten | 227 |
| 3.2.3.1 | Allgemeines | 227 |
| 3.2.3.2 | Anmerkungen zur Kontrahierungspolitik | 231 |
| 3.3 | <i>Optical Publishing und Kanalkonkurrenz im Bereich der Fachinformation</i> | 238 |
| 3.3.1 | Gedruckte vs. elektronische Fachinformationsversorgung | 239 |
| 3.3.1.1 | Gedruckte Fachinformationsversorgung | 239 |
| 3.3.1.2 | Elektronische Fachinformationsversorgung | 243 |
| 3.3.2 | Beurteilungskriterien | 248 |
| 3.3.2.1 | Gesellschaftspolitische Zielvorgaben | 249 |
| 3.3.2.2 | Ökonomische Perspektive | 250 |
| 3.3.2.3 | Nutzerorientierte Perspektive | 252 |
| 3.3.3 | Vergleich der Systemalternativen | 253 |
| 3.3.3.1 | Tabellarische Übersicht | 253 |
| 3.3.3.2 | Einige grundlegende Erwägungen | 256 |
| 3.3.3.3 | Summarische Diskussion der einzelnen Kanäle | 262 |
| 3.3.4 | Schlußdiskussion und Ausblick | 275 |

Anhang

| | | |
|----|---|-----|
| A1 | »Johoka Shakai« und Informationsflußmessung | 281 |
| A2 | Die Retrieval-Software <i>KnowledgeFinder</i> | 285 |
| A3 | Literaturverzeichnis | 289 |
| A4 | Register | 341 |