

# Inhaltsverzeichnis

Danksagung . . . . .	16
Einleitung . . . . .	19
Forschungsinteresse . . . . .	28
Schluss aus den Erfahrungen vorangegangener Projekte . . . . .	31
Notwendigkeit einer eigenen Softwareentwicklung . . . . .	31
1. Möglichkeiten und Grenzen dieses Textes . . . . .	34
Begriffe . . . . .	34

## *I TEIL*

<b>Aktiver Mediengebrauch . . . . .</b>	<b>37</b>
<b>I.1. Die Ideengeschichte des aktiven Mediengebrauchs . . . . .</b>	<b>38</b>
I.1.1. Der Anfang: Die Entstehung der Massenmedien und die Idee von „demokratischer“ Kommunikation . . . . .	40
I.1.2. Rundfunk: Geburt des Massenmediums ohne Massen? . . . . .	45
I.1.3. Fernsehen: Rundfunk mit anderen Mitteln . . . . .	50
I.1.4. Zusammenfassung . . . . .	64
<b>I.2. Die Rolle des Empfängers als „Sender“ . . . . .</b>	<b>67</b>
I.2.1. Die Emanzipation des Dilettanten . . . . .	71
I.2.1.1. 1921-1982: Schmalfilm . . . . .	72
I.2.1.2. 1982-2005: Video . . . . .	86
I.2.1.3. 2005 bis Heute: Digitale, dateibasierte Verfahren . . . . .	89

<b>I.3. Die Übertragung der Idee des aktiven Mediengebrauchs in die Gegenwart . . . . .</b>	<b>95</b>
I.3.1. Videoaktivismus . . . . .	96
I.3.2. Konsequenzen . . . . .	100

## *II TEIL*

### **Die Entwicklung einer Software zur Videobearbeitung . . . . . 103**

#### **II.1 Einleitung . . . . . 106**

II.1.1. Software-Prototyping als Methode der medienwissenschaftlichen Untersuchung . . . . .	106
II.1.2. Aufbau der Untersuchung . . . . .	110
II.1.3. Verwendete Quellen . . . . .	111

#### **II.2. Videobearbeitung als Zwei-Komponenten-Architektur . . 114**

II.2.1. Komponente I: Der Client . . . . .	115
II.2.1.1. Anforderungen und Vorgaben Technologieentscheidung . .	116
II.2.1.2. Vorteile von Adobe AIR . . . . .	118
II.2.1.3. Plattformunabhängigkeit durch Laufzeitumgebung (Runtime Environment) . . . . .	118
II.2.1.4. Entwicklungsfähigkeit . . . . .	120
II.2.1.5. Verteilung . . . . .	121
II.2.1.6. Gestaltungsmöglichkeiten . . . . .	122
II.2.1.7. Beispiele für Adobe AIR-Anwendungen . .	122
II.2.1.8. Die Schritte des Nutzers in unserem Werkzeug . . . . .	123
II.2.1.8.1. Website – Startseite . . . . .	124
II.2.1.8.2. Startansicht – Offline Tool . . . . .	125
II.2.1.8.3. Erster Schritt im lokalen Client zur Produktion des Videos . .	126
II.2.1.8.4. Bearbeitungsschritt: Ton. . . . .	128
II.2.1.8.5. Bearbeitungsschritt: Text . . . . .	130
II.2.1.8.6. Bearbeitungsschritt: Slideshow . . . . .	131
II.2.1.8.7. Bearbeitungsschritt: Vorschau . . . . .	132
II.2.1.8.8. Bearbeitungsschritt: Bestellung . . . . .	133
II.2.1.8.9. Bearbeitungsschritt: Anmeldung bzw. Registrierung . . . .	134
II.2.1.9. Zusammenfassung und Einschätzung des Clients . . . . .	135
II.2.2. Komponente II: Das Backend. . . . .	136
II.2.2.1. Schnittsystem. . . . .	137

II.2.2.2.	Scriptfähigkeit von Schnittanwendungen im Backend .	138
II.2.2.3.	Stapelverarbeitung . . . . .	140
II.2.3.	Einschätzung der Entwicklung . . . . .	141
II.2.3.1.	Potentielle Kunden/Nicht-Kunden . . . . .	142
II.2.3.2.	Überprüfung der eigenen Software anhand eines Nutzertests . . . . .	144
<b>II.3.</b>	<b>Überprüfung anhand einer Umfrage . . . . .</b>	<b>147</b>
II.3.1.	Durchführung der Untersuchung . . . . .	147
II.3.2.	Entwicklung des Fragebogens . . . . .	149
II.3.3.	Auswahl der Stichprobe . . . . .	151
II.3.4.	Konzentration der Grundgesamtheit auf den Typ unseres potentiellen Nutzers . . . . .	153
II.3.5.	Möglichkeiten der Beschreibung von Nutzertypen . . .	154
II.3.5.1.	Interesse am Filmen . . . . .	155
II.3.5.2.	Bearbeitung von Videos mit dem PC . . . . .	156
II.3.5.3.	Gewohnheiten der Internetnutzung . . . . .	158
II.3.5.4.	Definition des gesuchten Nutzertyps auf Basis der dargestellten Studien . . . . .	163
II.3.5.5.	Definition des potentiellen Nutzers . . . . .	164
II.3.6.	Durchführung der Befragung . . . . .	164
II.3.7.	Zeitraum, Forschungsökonomie und Praktikabilität . .	166
II.3.8.	Bewertung der Datengrundlage . . . . .	167
II.3.8.1.	Reliabilität, Validität und innere Plausibilität der Daten	169
II.3.8.2.	Zusammenfassende Bewertung der Datengrundlage . .	174
II.3.9.	Auswertung und Darstellung der Ergebnisse . . . . .	174
II.3.9.1.	Motive und Zweck des Drehens . . . . .	175
II.3.9.2.	Technische Ausstattung . . . . .	175
II.3.9.3.	Kompetenz bei der Bearbeitung von Videos . . . . .	176
II.3.9.4.	Präsentation, Verbreitung . . . . .	177
II.3.9.5.	Preisvorstellung . . . . .	177
II.3.10.	Schluss aus der Stichprobenbefragung . . . . .	177

<b>II.4. Wie entsteht ein Amateurvideo? – Sechs Schritte von der Idee bis zum fertigen Film: Analyse vorhandener Hilfsmittel . . . . .</b>	<b>179</b>
II.4.1. Der erste Schritt: Die Entscheidung ein Video erstellen zu wollen . . . . .	181
II.4.2. Der zweite Schritt: Wahl des Themas . . . . .	185
II.4.3. Der dritte Schritt: Filmen – aber wie? . . . . .	187
II.4.3.1 Technische Voraussetzungen . . . . .	187
II.4.3.2. Frühe Beraterliteratur für Amateurfilmer . . . . .	194
II.4.3.3. Häufig wiederkehrende Anfängerfehler . . . . .	197
II.4.3.4. Wilde Schwenks und Zooms . . . . .	200
II.4.3.4.1. Verwackeln und Verkanten . . . . .	204
II.4.3.5. Langweilige Aufnahmen . . . . .	205
II.4.3.5.1. Falscher Bildaufbau/Schlechter Bildausschnitt . . . . .	206
II.4.3.5.2. Ablenkende Details im Hintergrund . . . . .	207
II.4.3.5.3. Schlechte Tonaufnahme/Störgeräusche . . . . .	207
II.4.3.5.4. Schlechte Lichtverhältnisse . . . . .	208
II.4.3.5.5. Unschärfe . . . . .	208
II.4.3.6. Zusammenfassung . . . . .	209
II.4.4. Der vierte Schritt: Bearbeitung . . . . .	212
II.4.4.1. Internet-Editoren vs. lokale Schnittsoftware . . . . .	218
II.4.4.2. Nonlineare Schnittsysteme . . . . .	218
II.4.4.3. Lokale-Schnittsysteme für Endverbraucher . . . . .	223
II.4.4.3.1. Adobe vs. Apple . . . . .	224
II.4.4.3.2. Adobe Premiere . . . . .	225
II.4.4.3.2.1. iMovie . . . . .	227
II.4.4.3.2.1.1. Karten . . . . .	228
II.4.4.3.2.1.2. Blenden und Übergänge . . . . .	228
II.4.4.3.2.1.3. Titelmontage und -effekte . . . . .	229
II.4.4.3.2.1.1. Bilderkennung . . . . .	229
II.4.4.3.2.1.1. iMovie als App für das iPhone . . . . .	231
II.4.4.3.3. Merkmale von Schnittsystemen für Endverbraucher . . . . .	231
II.4.4.3.4. Apple-Final Cut Express vs. Adobe Premiere Elements . . . . .	232
II.4.4.3.4.1. Apple-Final Cut Express . . . . .	232
II.4.4.3.4.2. Adobe Premiere Elements 9 . . . . .	234
II.4.4.3.4.3. Pinnacle Studio / Avid Liquid . . . . .	236

II.4.4.3.5.	Einfachste Schnittwerkzeuge zu geringem Preis . . . .	240
II.4.4.3.5.1.	Movavi Video Converter . . . . .	240
II.4.4.3.5.2.	Flip Video und Flip MinoHD . . . . .	241
II.4.4.3.5.3.	MAGIX Video deluxe . . . . .	245
II.4.4.3.5.4.	Windows Live Movie Maker . . . . .	247
II.4.4.3.5.4.1.	Schnitt-Automatisierung mit Windows Movie Maker . .	249
II.4.4.3.6.	Zusammenfassung lokaler Schnittsysteme . . . . .	249
II.4.4.4.	Internet basierte Schnittsysteme . . . . .	250
II.4.4.4.1.	Kaltura . . . . .	252
II.4.4.4.2.	Motionbox . . . . .	255
II.4.4.4.3.	TrueTube . . . . .	257
II.4.4.4.4.	One True Media . . . . .	259
II.4.4.4.5.	Animoto . . . . .	262
II.4.4.4.5.1.	Test der Basic Version von Animoto . . . . .	265
II.4.4.4.6.	Stupeflix . . . . .	267
II.4.4.5.	Dienstleister, Freunde oder öffentliche Einrichtungen .	269
II.4.4.6.	Zusammenfassende Beschreibung der Möglichkeiten der Videobearbeitung . . . . .	270
II.4.5.	Der fünfte Schritt: Mastering/Authoring . . . . .	271
II.4.6.	Der sechste Schritt: Vorführung, Verbreitung oder Sendung	273
II.4.6.1.	Sendung im Offenen Kanal . . . . .	273
II.4.6.2.	Sendung im Fernsehen . . . . .	280
II.4.6.2.1.	Fallbeispiel Bundestagswahl 2009 . . . . .	283
II.4.6.2.2.	meinFritz tv . . . . .	284
II.4.6.2.3.	British Broadcasting Corporation (BBC). . . . .	285
II.4.6.2.4.	Zusammenfassung . . . . .	286
<b>II.5.</b>	<b>Zusammenfassung . . . . .</b>	<b>287</b>

### III TEIL

<b>Konsequenzen</b> . . . . .	<b>290</b>
<b>III.1. Die Bedeutung des aktiven Mediengebrauchs</b> . . . . .	<b>291</b>
<b>III.2. Wie der „Empfänger“ zum „Sender“ avanciert</b> . . . . .	<b>295</b>
III.2.1. Video im Long Tail . . . . .	297
III.2.2. Video und das Modell der Agora . . . . .	303
III.2.3. Video und die Grenzen der Kapazität der öffentlichen Wahrnehmung . . . . .	305
<b>III.3. Fazit</b> . . . . .	<b>314</b>
 <b>Quellen</b> . . . . .	 <b>328</b>
1. Literatur . . . . .	329
2. Weblinks . . . . .	358
3. Filme . . . . .	267
<b>Abbildungsnachweis</b> . . . . .	<b>368</b>
<b>Anhang</b> . . . . .	<b>375</b>
1. Patentschrift DE 10 2008 002 276 B4 2011.02.03 . . . . .	376
2. Fragebogen der Befragung vom 22.9.2010 bis zum 13.12.2010 . . . . .	390
<b>Abstract</b> . . . . .	<b>399</b>