

ORTWIN RENN

**DIE AUSWIRKUNGEN DER NEUEN INFORMATIONSTECHNOLOGIEN
UND KOMMUNIKATIONSMEDIEN AUF DEN PRIVATEN VERBRAUCHER**

Ein Essay zu Medienwirkung und Medienpolitik

Einleitung

"Vereinsamung", "Kontaktarmut", "Geistige Verarmung", "Jobkiller", "Dominanz der Technik", "Spaltung der Gesellschaft", "hemmungslose Kommerzialisierung" - das sind nur einige der Schlagworte, mit denen gegen die neuen Kommunikationsmedien zu Felde gezogen werden. Der Gegenschlag der Befürworter ist nicht minder plakativ: die geistige Entfaltung des Menschen werde gefördert, Monotonie in Arbeit und Freizeit überwunden, Netzwerke gleichgesinnter Menschen geschaffen und eine Vielfalt an Informationsangeboten für jeden Geschmack bereitgestellt. Während die einen als Folge der neuen Medien eine technokratisch bestimmte Einheitskultur wahrnehmen, sehen die anderen darin die Erfüllung individueller Lebensgestaltung und eine Zunahme pluraler Lebensstile und kultureller Ausdrucksweisen. Während die einen eine Entwicklung zum allbeherrschenden Kommunikations-Diktator (Großer Bruder) befürchten, erhoffen sich die anderen eine qualitative Verbesserung demokratischer Willensbildung dank direkter Rückkopplung vom Zuschauer zum Sender und Erleichterung von Wahlakten durch elektronische Fernbedienung. Auf der einen Seite Niedergang der Kultur, auf der anderen Seite ihre Vervollkommnung. Welche Seite hat nun Recht?

Die salomonische und leider wenig erhellende Antwort lautet: Es kommt ganz darauf an. Was aber heißt "darauf"? Die folgenden Ausführungen sind dazu gedacht, die Umstände und Bedingungen für das Auftreten von negativen und positiven Folgewirkungen der neuen Technologien zu erhellten. Trotz Fortschritts in der Wissenschaft sind wir noch lange nicht in der Lage, die Folgen von Innovationen auf Wirtschaft und Gesellschaft vorherzusagen. Die Vielzahl und Komplexität der Einflußfaktoren, die Dynamik gesellschaftlicher Entwicklung und die Zufälligkeit individueller Handlungen machen jede Vorhersage zu einer mehr oder weniger intelligenten Spekulation. Wer Recht behalten wird, die Optimisten oder die Pessimisten, wird sich erst im nachhinein entscheiden lassen. Wir sind jedoch in der Lage, Bedingungen ausfindig zu machen, die bestimmte Folgeprozesse erleichtern oder erschweren. Die Sozialwissenschaft kann dazu beitragen, mit Hilfe ihres empirischen Instrumentariums einige

dieser Bedingungen zu identifizieren und von daher Vorschläge für staatliche Regulierung zu unterbreiten.

Die Beschreibung von Bedingungen und die Begründung von Handlungsoptionen kann an dieser Stelle nicht für alle Informationstechnologien und Wirkungsbereiche geschehen. Hier möchte ich mich auf das Thema "Technologien zur Information von und Kommunikation mit privaten Verbrauchern" beschränken. Zum einen lassen sich bei diesem Thema Erfahrungen aus dem Ausland, vor allem den USA, als Vergleichsmaßstab in die Analyse einbringen, zum anderen klafft gerade in diesem Bereich eine große Lücke zwischen der Intensität der öffentlichen Diskussion und ihrer Behandlung in sozialwissenschaftlichen Studien. Diese wissenschaftliche Vernachlässigung, so die Kommunikationsforscher F. Fleischer, K. Hobohm und M. Thüning, "ist überraschend; denn nach Ansicht vieler Fachleute liegt im privaten Bereich langfristig das größte Markt- und Nutzungspotential dieser Technik". Grund für diese wissenschaftliche Abstinenz liegt sicher in der großen Unsicherheit der Prognostik für privates Verhalten, so daß zuverlässige Daten meist nicht verfügbar sind, zum Teil aber auch, wie die Soziologin H. Nowotny bitter anmerkt, in dem Desinteresse vieler Politiker und Industriemanager an den Bedürfnissen und Wünschen der Personen, für die die neuen Technologien eigentlich gedacht sind.

Der folgende Beitrag enthält keine neuen oder noch unveröffentlichten Daten, auf deren Grundlage sich eine veränderte Interpretation der Thematik ergeben würde. Vielmehr ist es die Zielsetzung dieses Beitrages, die bisher durchgeführten wissenschaftlichen Ergebnisse zusammenzutragen und unter dem Aspekt der Verwertung für politische Regulation des neuen Marktes zu interpretieren und bewerten. Es sei ausdrücklich darauf hingewiesen, daß persönliche Urteile des Verfassers in den Text einfließen - jedoch nur bei der Interpretation, nicht aber bei der Darstellung der Forschungsergebnisse.

Geringer Enthusiasmus, aber keine Ablehnung

"Macht mehr Fernsehen glücklich?" In der öffentlichen Diskussion reduziert sich das Problem der Auswirkungen neuer Informationstechnologien häufig auf diese simple Frage. Darüber kann man sicher lange diskutieren; der Sozialwissenschaftler kann und sollte wohl auch zu dieser Frage keine Antwort geben; denn was der Mensch braucht, um glücklich zu sein, ist eine Frage persönlicher Lebenseinstellung und keine Frage er-

fahrungswissenschaftlicher Theoriebildung. Allenfalls läßt sich der Frage nachgehen, wie Personen ihr Glück wahrnehmen und wie Sie sich eine Zukunft mit oder ohne neue Informationstechnologien vorstellen und diese bewerten.

Der Partizipationsforscher Peter Dienel hat 363 nach dem Zufall ausgesuchte Bürger in sogenannten Planungszellen nach ihren Eindrücken, Bewertungen und Verbesserungsvorschlägen zu den sozialen Folgen neuer Informationstechnologien befragt. Im Gegensatz zu üblichen Meinungsbefragungen wurden die Bürger zunächst von Experten über die technischen Möglichkeiten der neuen Technologien informiert und konnten im Gespräch mit Experten und Prozeßbegleitern die Palette an Befürchtungen und Hoffnungen, die in der Fachwelt kursieren, kennenlernen und verarbeiten. Die Diskussionsergebnisse sind in einem sogenannten Bürgergutachten zusammengefaßt, das im Mai 1987 dem Auftraggeber, dem Bundesministerium für Forschung und Technologie, übergeben wurde. Wie also sehen betroffene Bürger nach eingehender Unterrichtung über potentielle Folgen ihre Zukunft? Was ängstigt sie, und was macht sie zuversichtlich? Dazu einige Zitate aus dem Bürgergutachten.

"An der Spitze (31,2 % der positiven Erwartungen) steht die Hoffnung, die neue Technik werde einem die Arbeit erleichtern. Sie schafft sogar Arbeitsplätze. Jede vierte Hoffnung (26,3 % aller Nennungen) ist allgemeiner gefaßt: Bessere Informationsprozesse (schnellere, umfassendere und bequemere Gewinnung, Bearbeitung und Weitergabe von Informationen verschiedenster Art und unterschiedlichen Umfangs) und bessere Kommunikationsprozesse (Beispiel: 'Durch Bildtelefon kann ein besseres Gespräch geführt werden.'). Positive Auswirkungen im öffentlichen, besonders im wirtschaftlichen Bereich sehen über 16 % (Beispiele: 'Marktbereicherung', 'Kostensparnis', 'Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit', 'Produktivitätszuwachs'.) Zuwachs von Freizeit und ein bequemerer Leben versprechen sich rund 14 % der Nennungen. Erst dann geht es um eine menschenfreundliche Gesellschaft mit Gesundbleiben, Humanisierung, Behindertenbetreuung und Verbesserungen in der Natur (8,6 %). Fast 3 % erwarten, daß wir eher und besser gebildet sein werden.

Was wird befürchtet? ... Vorrangig geht es bei den Problemen, die dem Teilnehmer in seiner Gutachterrolle vor Augen stehen, um solche, die sich aus dem Umgang mit Informationstechniken für den einzelnen ergeben. Die Bedenken ...:

Isolation (z.B. 'Vereinsamung' ... 'Kontaktlosigkeit')

Spezialistentum/Geistige Verarmung (z.B. 'Abstumpfung im Beruf'... 'Kreative Einbußen')

Überforderung (z.B. 'Überlastung' ... 'Streß')

An zweiter Stelle wird das Arbeitsplatzproblem genannt (26 % der Nennungen) ... Probleme, die die Gesellschaft mehr als ganze betreffen, sind unter den Kategorien 'Dominanz der Technik' (7,6 %) ... und 'Spaltung der Gesellschaft' (7,1 %) ... zusammengefaßt worden. Nur jeder zehnte der negativen Erwartungen meint, daß die Datensituation zu Mißbräuchen führen wird". (Einschübe in () sind Ergänzungen durch den Verfasser)

Offenkundig sind die meisten Bürger wesentlich differenzierter in ihren Einschätzungen als viele Experten. Die grundsätzliche Einsicht in die Ambivalenz der Auswirkungen der neuen Technologien läßt sich auch aus den vielen Meinungsbefragungen zum Kabelfernsehen ablesen. Nach anfänglicher Skepsis ist die Akzeptanz dieses neuen Mediums stark angestiegen, ohne jedoch eine Begeisterungswelle auszulösen.

Bei je einer Befragung aus dem Jahre 1975 und 1979 ermittelte INFRA-TEST bei rund 70 % eines repräsentativen Querschnitts der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland kaum oder gar kein Interesse an den neuen Medien. Zwei Jahre später ändert sich bereits das Bild: Das Contest-Census-Institut stellte im Oktober 1981 bei einer Repräsentativbefragung in Baden-Württemberg fest, daß rund 50 % der Befragten Kabelfernsehen mit zusätzlichen Programmen befürworten und sich nur 26 % dagegen aussprechen. Das MARPLAN-Institut ermittelte ebenfalls eine relativ hohe Akzeptanz, d.h., zumindest Duldung neuer Programme durch Kabel und Satellit; mehr Gebühren zahlen wollten jedoch nur 23 % der Befragten. Bei einer Begleituntersuchung zum Kabelpilotprojekt Ludwigshafen durch das Institut für Demoskopie, Allensbach, ermittelten die Meinungsforscher zur Jahreswende 1983/84, daß 15 % der Befragten sich "bestimmt" an das Kabelnetz anschließen lassen wollten und weitere 22 % "vielleicht". Bei 41 % lag die Quote derjenigen, die auch in Zukunft auf den Kabelanschluß verzichten wollten. Inzwischen hat sich auch hier die Bereitschaft zum Kabelanschluß wesentlich erhöht. Der Diffusionsprozeß ist keineswegs dramatisch, aber stetig.

Die Reihe der Befragungen ließe sich endlos fortsetzen: Sozialdata, EMNID, Psychodata und viele andere Institute haben Umfragen zu den neuen Kommunikationsmedien durchgeführt und dabei häufig kontroverse Ergebnisse ermittelt. Eins ist aber deutlich: Die neuen Medien werden weder euphorisch gefeiert noch von den potentiellen Konsumenten verdammt. Vielmehr deuten alle Daten auf eine noch ambivalente, abwartende, keinesfalls jedoch von vornherein ablehnende Haltung der meisten Bundesbürger hin.

Ob die Zahlungsbereitschaft der Marktpioniere jedoch ausreichen wird, um die Vorleistungen an Infrastruktur und Programmangeboten finanzieren zu können, ist zur Zeit noch nicht entscheidbar. Eins ist jedoch sicher: Je schleppender und zäher sich die Markteinführung für die neuen Technologien gestaltet, desto schwieriger wird es für kleine und finanzschwache Anbieter, die finanzielle Durststrecke bis zum Marktdurchbruch zu über-

stehen. Will man aber den künftigen Informationsmarkt nicht ganz den kommerziell starken Gruppen in der Gesellschaft überlassen, dann führt kein Weg daran vorbei, zumindest in der Übergangsphase durch staatliche Vorleistungen den Markteintritt finanziell zu erleichtern oder aber die Großen zu verpflichten, anderen Programmanbietern ihre Infrastruktur zur Verfügung zu stellen. Dies kann etwa in der Form eines Offenen Kanals geschehen.

Die Schweizer Beratungsfirma Prognos in Basel sieht die Zukunft des Kabelfernsehens nur dann als finanziell gesichert an, wenn es bereits im Vorfeld des Kabelausbaus zu einer Vermehrung des Programmangebots kommt. Ausländische Erfahrungen hätten gezeigt - so die Gutachter - , daß die Zahl der Anschlüsse mit der Zahl der Programmangebote steigt. Allerdings gilt auch hier das Gesetz des abnehmenden Grenznutzens: Die Sättigungsgrenze dürfte in Europa mit etwa 10 bis 20, in den USA mit 35 Programmen erreicht werden. Inzwischen gibt es aber bereits Gegenden in den USA mit mehr als 100 Fernsehprogrammen, die sich jedoch zum Teil aus den gleichen Quellen speisen. Dieser Vielfalt an Programmangeboten ist keine Programmzeitschrift gewachsen, so daß Informationen über das Informationsangebot (Metainformation) nur durch "trial and error", sprich Wandern durch die Kanäle erfolgen kann. Zu viele Informationsangebote ohne ausreichende Metakommunikation führen letztendlich zur Verarmung des effektiven Angebotes: die Auswahl ist mehr vom Zufall als durch bewußte Präferenzen bestimmt. So kommt es nicht von ungefähr, daß die meisten amerikanischen Serienfolgen meist nur noch 30 Minuten dauern (inklusive Werbung), weil bei längeren Filmen die Wahrscheinlichkeit ansteigt, daß der Fernsehkonsument mit der Fernbedienung die restlichen Kanäle absucht, ob sich nicht doch noch etwas Besseres bietet.

Die Programmanbieter in der Bundesrepublik Deutschland sind noch weit von dieser Größenordnung entfernt. Dennoch scheinen jüngere Untersuchungen zum Medienverhalten bereits eine Überdrußhaltung vieler Fernsehteilnehmer an zu viel Programmangeboten festzustellen. "Wir wünschen nicht mehr, sondern bessere Programme," ist eine häufig geäußerte Kritik. Die Programmanbieter wollen jedoch erst größere Summen in Programmqualität investieren, wenn genügend Kabelanschlüsse vorliegen, damit sie durch entsprechende Werbeeinnahmen eine angemessene Kapitalverzinsung erzielen können. In einer Situation, in der die Anbieter auf die Kunden und die Kunden auf die Angebote warten,

bewegt sich in der Regel wenig. Entweder muß man wie in den USA ein dezentral operierendes Netzwerk mit einem Mindestmaß an staatlichen Regulationen und einer durchgezogenen Kommerzialisierung etablieren, das nach dem Motto "Zug um Zug" schrittweise den Ausbau des Netzes und des Programmangebotes vorantreibt, oder der Staat tritt zumindest beim Netzausbau in Vorleistung. Dafür kann er dann in stärkerem Maße auf die Programmstruktur Einfluß nehmen.

Die Medien der Zukunft

Über der intensiven Diskussion zum Thema Kabelfernsehen wird häufig vergessen, daß dieses neue Übertragungsmedium von Bild und Ton nur die Spitze des Eisberges einer neuen Innovationswelle darstellt, die zur Zeit den Informations- und Kommunikationsmarkt umkrepelt. Die technischen Aussichten der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien beschränken sich nämlich nicht auf die Verbreiterung des Fernsehangebotes für den privaten Verbraucher. Mittelfristig kann die Übermittlung von optischen und akustischen Signalen von beliebigen Sendern zu beliebigen Empfängern und die dezentrale Bearbeitung und Speicherung von Informationen im privaten Haushalt als Ziel im Bereich der privaten Nutzung neuer Informationstechnologien angesehen werden. Welche technischen Vorleistungen sind dazu notwendig?

Karl-Heinz Beckurts, bis zu seiner Ermordung Mitglied des Vorstandes der Siemens AG, hat den Weg zur technischen Neugestaltung der Technologien vorgezeichnet:

"Im öffentlichen wie im privaten Bereich ist das 'dienstintegrierende digitale Nachrichtennetz', kurz ISDN, das erklärte Ziel. In der Bundesrepublik wird ISDN bereits in den nächsten Jahren auf der Basis des 144-Kilobyte/s-Anschlusses mit seinen Diensten schrittweise eingeführt. Dienste, wie Telefonieren, Datenübertragung oder Videotext sollen über eine einheitliche Kommunikationssteckdose dem Endbenutzer verfügbar sein ... Die Netzintegration wird zunächst auf der Basis vorhandener Telefonleitungen stattfinden. Sobald aber Glasfaserkabel hinreichend viele Teilnehmer verbinden werden, ist der Weg frei für ein ISDB-Breitbandnetz, über das das gesamte schmal- und breitbandige Spektrum von Diensten abgewickelt werden kann."

Die Schlüsselwerte sind also Schmalband- und Breitbandkommunikation. Beide Begriffe allein reichen jedoch zur Beschreibung der künftigen technischen Möglichkeiten nicht aus. Über das herkömmliche Fernsprechnetz können Telefonate, Fernkopien und Fernmeß- bzw. Fernsteuerungspro-

zesse abgewickelt werden, Beim Ausbau zum integrierten Text- und Datennetz (IDN) - wie es die Bundespost zur Zeit vornimmt - kommen Telekommunikation (Telex, Teletext), Datenübermittlung (Telebox, Telebriefkasten) und Bildschirmtext hinzu. Als weitere Ausbaustufe kommt das sogenannte "Dienstintegrierende Digitalnetz" (ISDN) infrage, das über die Möglichkeiten des integrierten Datennetzes hinaus noch Bildfernsehen mit Standbild erlaubt. Bis zu diesen Ausbaustufen reicht eine schmalbandige Verkabelung (wie bei Telefonleitungen) aus.

Sofern aber über das neue Netz auch Bewegtbilder übertragen werden sollen, wird ein integriertes Breitband-Netz (IBFN) erforderlich. In dieses Netz können Kabeltext-Programme, zusätzliche Rundfunk- und Fernsehprogramme sowie Bild-Abrufsysteme eingespeist werden. Je nach Kabelbeschaffenheit - Koaxial - oder Glasfaserkabel - können entweder 30 bis 50 oder mehrere hundert Programme pro Kabel gleichzeitig übertragen werden. Beim bisherigen Kabelausbau ist eine Zwei-Weg-Kommunikation nicht vorgesehen. Analog zur Wasserversorgung werden von einer Zentrale aus Impulse über Zwischenstationen an den Empfänger weitergeleitet. Grundsätzlich ist es aber möglich, dem Empfänger - wie heute schon beim BTX mit Texten - die Gelegenheit einzuräumen, eigene Sendungen in das Netz einzuspeisen. Ob dieser Aufwand sich überhaupt je lohnen wird, ob es also für die symmetrische Kommunikationsstruktur eine zahlungskräftige Nachfrage gibt, bleibt der weiteren Entwicklung abzuwarten. Anlagen, die Möglichkeiten der Rückantwort erlauben, werden jedenfalls zur Zeit, wie die Erfahrungen in den Niederlanden zeigen, kaum genutzt. Wahrscheinlicher ist dagegen die Kopplung von Kabelfernsehen mit Btx, so daß die Programmkonsumenten durch Text-Übertragungssysteme mit den Sendern verbunden werden können. Auf diese Weise ließen sich Quizsendungen mit Zuschauerbeteiligung, aktuelle Bewertungen von laufenden Sendungen bis hin zu politischen Abstimmungen realisieren.

Neben den Kommunikationstechnologien, die auf zentrale Netze angewiesen sind, treten netzunabhängig einsetzbare Geräte, die dem Informationsabruf, der Informationsverarbeitung und der Speicherung von Daten dienen. Darunter fallen Anlagen wie Bildplattenspieler, Videorekorder, Datenkommunikation über Diskette oder intelligente Chipkarte, TV-Spiele und neue Tonübertragungssysteme (wie z.B. Compact-Disk-Player). Schließlich können Fernseh- und Rundfunkprogramme auch über

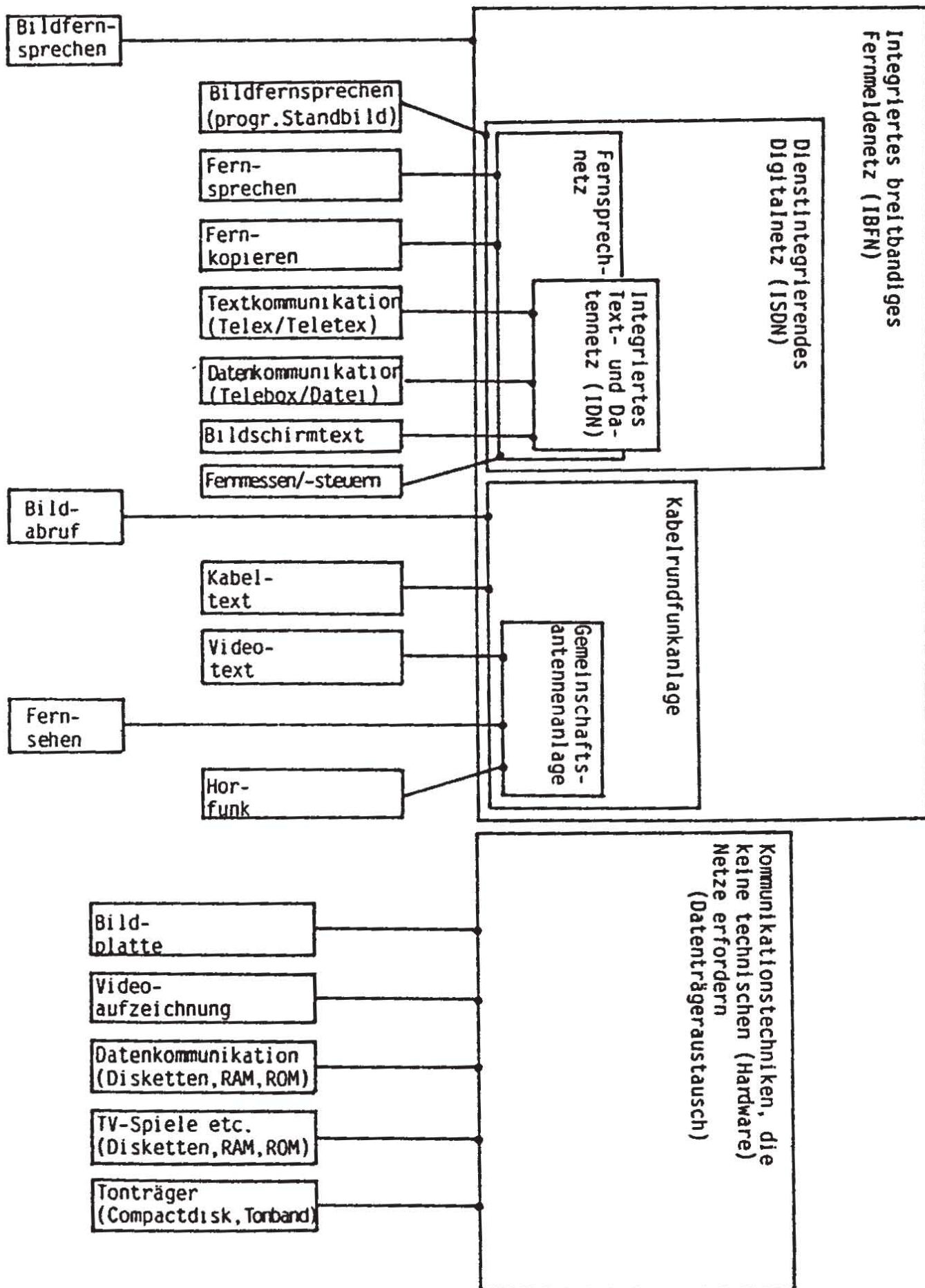


Abb. 1: Übersicht über die Palette der neuen Informationstechnologien für den privaten Verbraucher (Quelle: Jungermann u.a., 1984)

Satellit übertragen werden, wobei Satellitenprogramme entweder in das Kabelnetz eingespeist oder aber direkt mit Parabolantennen vom privaten Haushalt empfangen werden können.

Abb. 1 (S.216) vermittelt eine Übersicht über die verschiedenen technischen Möglichkeiten, die mit den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien im privaten Nutzungsbereich verbunden sind.

In Abb. 2 sind die möglichen Technologien und die voraussichtliche Staffelung ihrer zeitlichen Einführung wiedergegeben. Während die neuen Schmalband-Dienste auf Telefonleitungsbasis sich bereits in der Erprobungsphase befinden, wird die Digitalisierung von Hörfunk und Fernsehen noch etwas auf sich warten lassen. Auch die Breitbandverkabelung wird frühestens zu Beginn der 90er Jahre Realität werden können.

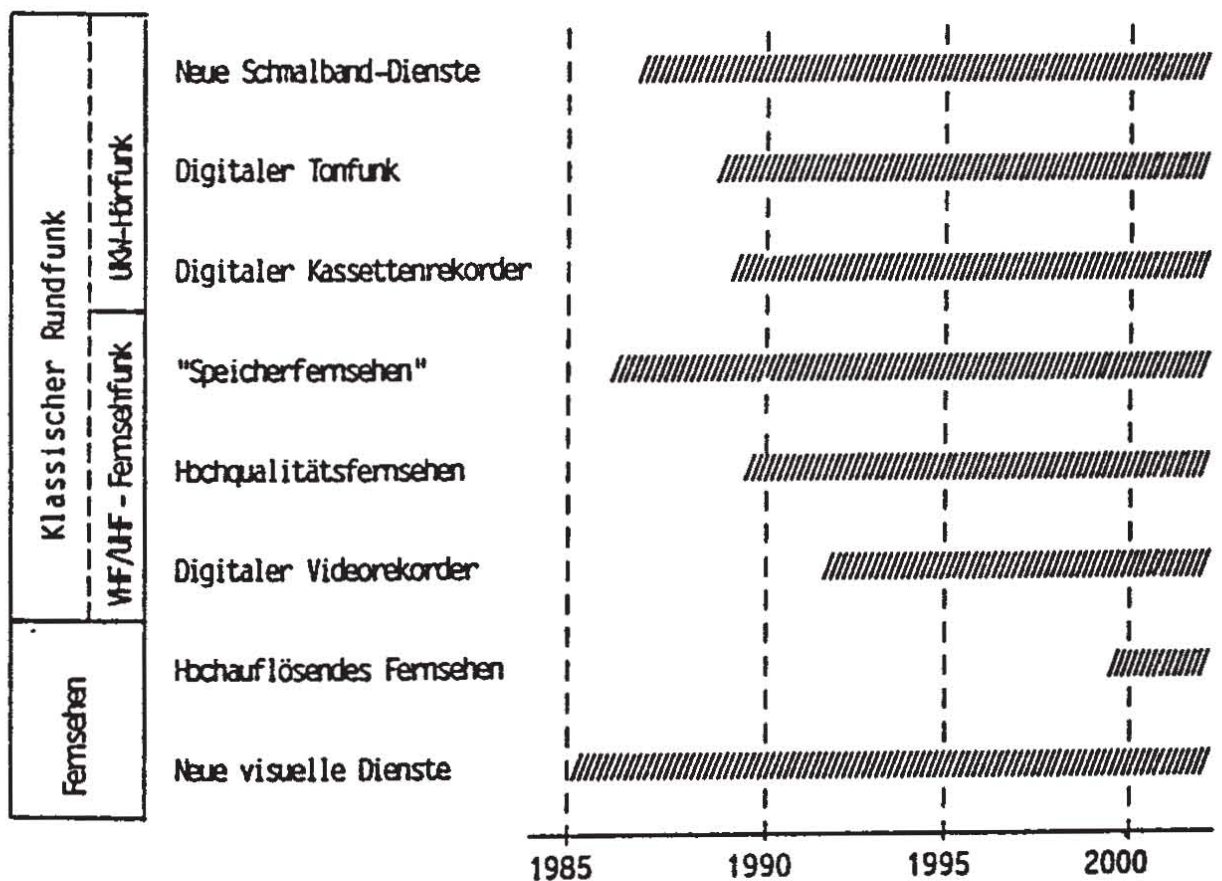


Abb. 2: Einschätzung der gerätetechnischen Verfügbarkeit neuer Entwicklungsansätze der Konsumelektronik (Quelle: W. Klimek)

Aufgrund dieser technischen Vorgaben rechnet man zunächst mit einer schnellen Diffusion für Schmalband-Dienstleistungen, allerdings vorwiegend im kommerziellen Bereich, während für den Konsumbereich die Übermittlung von Texten und - zur Zeit noch recht primitiven - Graphiken weniger attraktiv erscheint, wie die geringen Anschlußzahlen an das Btx-System auch zeigen. Technische Geräte, die Fernsehprogramme speichern, die Programmvierfalt erhöhen und die Bildqualität verbessern, stoßen auf einen weiterhin aufnahmefähigen Markt. Der Ausbau zum integrierten Datennetz wird aufgrund der noch schwachen Nachfrage langsamer erfolgen als ursprünglich geplant: trotz forcierter Verkabelungsstrategien der Bundesregierung dürfte es mindestens 10 Jahre dauern, bis eine großflächige Verkabelung erreicht ist. Mit noch einmal 10 bis 20 Jahren ist zu rechnen, bis die notwendigen Vorarbeiten für ein integriertes Breitband-Kommunikationsnetz abgeschlossen sind.

In Abb. 3 sind die derzeit gehandelten Prognosen für die Verbreitung neuer Kommunikationstechniken zusammengefaßt. Aufgrund dieser Prognosen resümiert Jan Tonnemacher vom Heinrich-Hertz-Institut für Nachrichtentechnik in Berlin, daß keine umwälzenden Veränderungen zu erwarten seien (vgl. Abb. 3):

PROGNOSEN FÜR DIE VERBREITUNG DER NEUEN I+K - TECHNIKEN

Videorekorder/-plattenspieler

bis 1990 56% der PHH mit Videorekorder (Prognos)
bis 1990 20% der PHH mit Bildplattenspieler (Prognos)

Bildschirmtext

bis 1990 3,5 Mio Anschlüsse (DBP)
frühere Prognose der DBP: 2 Mio Anschlüsse

Videotext

Verbreitung ähnlich Btx zu erwarten
Nutzung und Nutzungsmöglichkeiten aber wesentlich geringer

Kabelfernsehen

bis 1990 weiterer Aufbau von Insel-Netzen;
Ergebnisse der Pilotprojekte erst in der zweiten Hälfte der
'80er Jahre; vorher keine großflächige Breitbandverkabelung

Satellitenfernsehen

Kaum vor 1986 in nennenswertem Umfang; bis 1990 wenige
zusätzliche Programme zu erwarten

Integriertes Breitband-Kommunikationsnetz

Wird ab Ende der 80er Jahre nach Abschluß der Bigfon-Projekte auf-
gebaut und integriert dann in wachsendem Maße den Massen- und Indi-
vidualkommunikationsbereich; Aufbauzeitraum: Zehn bis zwanzig Jahre

Abb. 3: Die zeitliche Staffelung der Einführung neuer Informations-
technologien (Quelle: J. Tonnemacher)

"Videorekorder und Videoplattenspieler werden sich in nennenswertem Umfang ausbreiten. Bildschirmtext wird als Medium der Geschäftskommunikation ... eingeführt und setzt sich im geschäftlichen wie auch im privaten Bereich (unter gewissen Restriktionen) durch ... Im darauffolgenden Jahrzehnt jedoch werden auf dem dann verlegten integrierten Breitbandkommunikationsnetz auf Glasfaserbasis die Programme, Texte und Dienste der existierenden und vorstellbaren Medien der Massen- wie auch der Individualkommunikation übertragen. Eine begrenzte Zahl von Verteilerprogrammen wird über Satelliten zugeführt, und spätestens dann - so wird man wohl konstatieren müssen - werden die Voraussetzungen für eine Kommerzialisierung des Rundfunks durch äußere und innere Einflüsse vorliegen."

In einer von der EG finanzierten Studie über die Auswirkungen neuer Kommunikationssysteme auf den Dienstleistungsbereich kommen Jonathan Gershuny und Ian Miles zu dem Schluß, daß nach der Breitbandverkabelung vor allem fünf Bereiche durch neue Kommunikationsmedien betroffen sein werden. Diese sind:

- Steuerung und Regelung hausinterner Dienstleistungen (Heizung, Licht, Einbruchsicherung, Kinderüberwachung, Essenzubereitung u.a.m.)
- Unterhaltung (Vielzahl von Fernseh- und Rundfunkkanälen, Pay-TV, Tele-Software, wie Videospiele, Videotelefon u.a.m.)
- Transport/Kommunikation (Konferenzschaltung, interaktive Videosysteme, TV-Shopping, indirekte Teilnahme an sozialen Veranstaltungen)
- Erziehungswesen (Fernkurse, Fernüberwachung von Hausaufgaben, Ausleihe von Büchereien, Videotheken, Videoteilnahme an kulturellen Veranstaltungen wie Konzerten, Museenführungen, Fortbildungsmaßnahmen)
- Medizin (medizinische Fernbetreuung, ambulante Behandlung, interaktive Ferndiagnose und medizinische Beratung)

Ob diese fünf Bereiche wirklich in Zukunft durch Kommunikationstechnologien bestimmt sein werden, läßt sich zur Zeit noch nicht entscheiden. Noch scheinen die Präferenzen der Konsumenten anders gelagert zu sein: Auch wenn der Arztbesuch teurer sein sollte, die preiswertere Alternative, sich vom Computer untersuchen zu lassen, gilt für die meisten Patienten als unzumutbar. Computer als Diagnosehilfe in der Arztpraxis mag noch angehen, aber sich ganz auf die Maschine zu verlassen, wird überwiegend abgelehnt. Im Gegenteil: Schon jetzt erleben wir starke Gegenströmungen zur Gerätemedizin. Das schon erwähnte Bürgergutachten über neue Informationstechnologien konstatiert einen Nachholbedarf für menschliche Kontakte in der Medizin und ein Überangebot an technischer Infrastruktur (Dienel et al 87, 73 - 81). Technische und soziale Wandlungsprozesse verlaufen selten geradlinig. Strömungen und Gegenströmungen halten einander die Waage.

Dennoch dürfte der grundsätzliche Trend zur Computerisierung des Alltagslebens von Geshuny und Miles richtig erkannt worden sein, nur wird sich das Ausmaß wahrscheinlich anders gestalten. Dies gilt auch für den zweiten Prognosebereich der beiden Zukunftsforscher: die öffentliche Verwaltung. Die Autoren prophezeien eine Revolution im öffentlichen Dienst: von der Sozialhilfe bis zur Baugenehmigung, so ihr Fazit, ließen sich Verwaltungsarbeiten rationeller, bürgernäher und flexibler abwickeln.

Davon sind jedoch die meisten Bürger nicht überzeugt. Auf die Frage, welche Auswirkungen der Einsatz moderner Informationstechnik und Computer in Ämtern und Behörden habe, antworteten mehr als 70 % der Befragten, die Behörden würden unpersönlicher und bürgerferner. Rund 60 % befürchteten einen weiteren Machtzuwachs der öffentlichen Verwaltung und 50 % teilten die Sorge, daß mit den neuen Kommunikationstechnologien die Leistungen der Behörde zunehmend undurchschaubarer würden (siehe Abb.4).

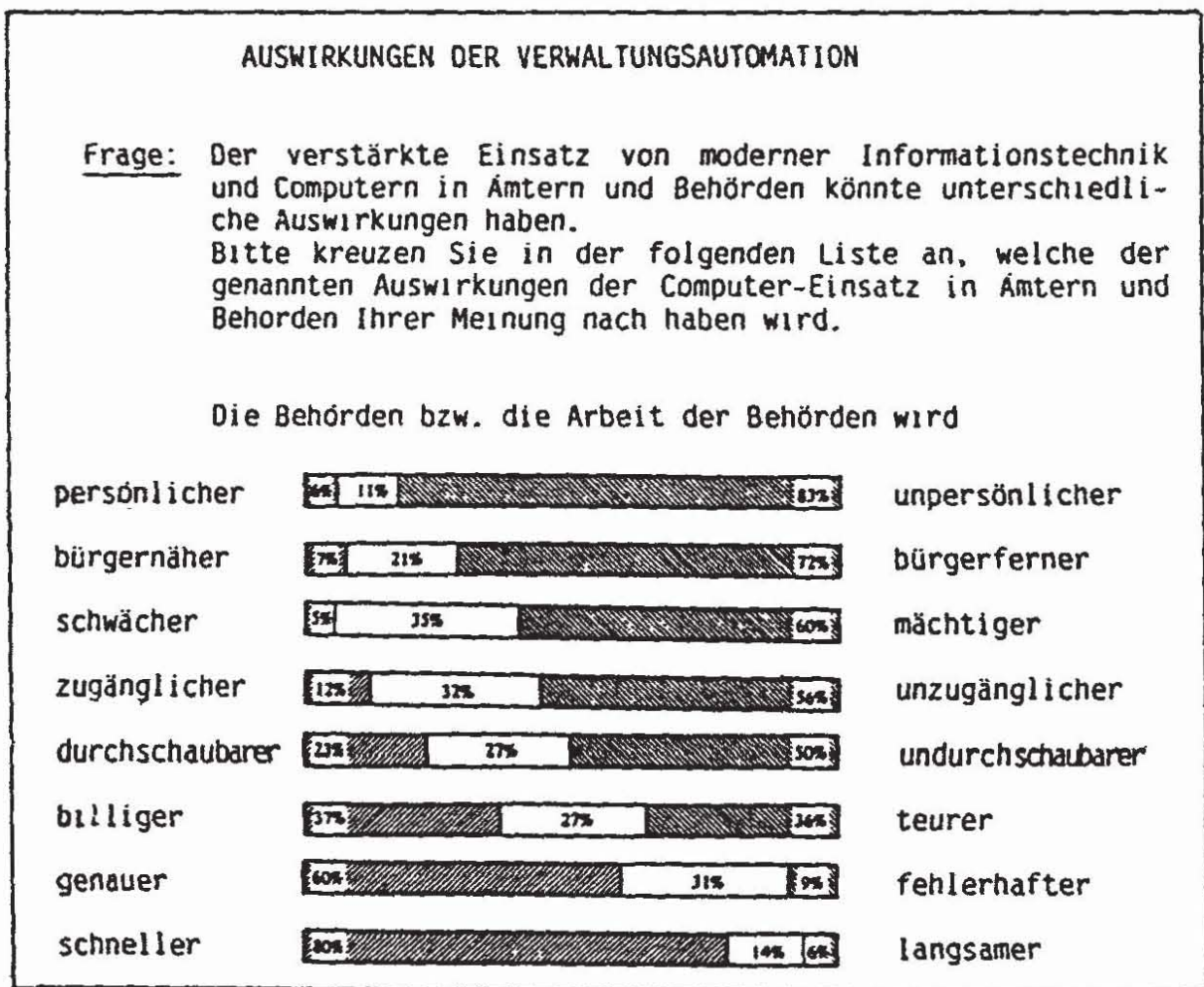


Abb. 4: Die Meinungen der Bevölkerung zur Verwendung von Computern in der öffentlichen Verwaltung (Quelle: GMD)

Die öffentliche Wahrnehmung liegt also genau entgegen dem Trend der EG-Studie, die vor allem die Ausrichtung von öffentlichen Dienstleistungen auf individuelle Bedürfnisse als zentralen Vorteil der neuen Technologien herausstellt. Daß die Verwaltungsarbeit rationeller erledigt werden kann, wird dagegen von keiner Seite bestritten. Eine breite Mehrheit der befragten Bürger ist wie die Experten davon überzeugt, daß die Verwaltungsarbeit billiger, schneller und genauer erledigt werden könne, wenn erst einmal die neuen Medien zum Einsatz kommen. Ähnliche Meinungen sind auch in dem Bürgergutachten über neue Informationstechnologien zu finden.

Konfliktfeld "Bedürfnis nach neuen Medien"

Als sich die Entwicklung zu neuen Medien abzuzeichnen begann, beschäftigte sich bereits der Deutsche Bundestag mit den potentiellen Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft und hat - wie bei umstrittenen Themen inzwischen üblich - eine Enquete-Kommission mit Parlamentariern und Fachleuten ins Leben gerufen, die inzwischen ihren Abschlußbericht vorgelegt hat. Wie nicht anders zu erwarten, prallten dort die unterschiedlichen Meinungen aufeinander.

Die Stellungnahme der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) hebt vor allem auf die Gefahren der neuen Medien für Individuen und Sozialleben ab:

"Die Vermehrung medialer Kommunikation läßt einen weiteren Verlust personaler Gemeinschaft in Familie, Kirche, Vereinswesen und Gesellschaft befürchten. An die Stelle von personal erfahrenen und gelebten Beziehungen treten Ersatzbeziehungen zu medialen Instanzen. Dies trifft nicht nur die Kirche in ihren personalen Gemeinschaftsformen, sondern beeinflusst die Beziehung in Familie und Schule und berührt die Integrationsfähigkeit der Gesellschaft."

Dagegen argumentiert Klaus Haeffner: "Im menschlichen Miteinander wird eine fortgeschrittene Telekommunikation es gestatten, daß Kommunikation und Informationsnutzung wesentlich erweitert werden - ohne jedoch die persönliche Kommunikation zu zerstören, da für diese ausreichend Zeit bleiben kann."

Derartig polarisierte Aussagen finden sich häufig im Zwischenbericht der Enquete-Kommission über neue Kommunikationsmedien. Dabei erscheint die eine Seite oft als die Kehrseite der anderen. Je mehr Programme dem einzelnen Bürger zur Verfügung stehen, desto eher hat er die Möglichkeit, die Sendungen mit dem "seichtesten" Unterhaltungswert auszuwählen

und sich somit von früh bis spät mit der immer gleichen Einheitsbrühe von "Dallas" bis "Denver" einzudecken. Je größer die Programmviefalt, desto eher ist es aber auch denkbar, daß sich Spezialprogramme bilden, die sich auf die Bedürfnisse und Neigungen von bestimmten Zuschauergruppen hin ausrichten. Ähnlich wie auf dem Zeitschriftenmarkt können Spezialprogramme für Philatelisten, Angler, Musiker, Theaterliebhaber, Hundefreunde und was auch immer angeboten werden, die entweder durch gezielte Werbeeinnahmen oder Mitgliederbeiträge entstehen. Die Vielzahl an Programmangeboten kann also zu einer Verflachung des Tele-Konsums, aber ebenso zu einer Ausrichtung einzelner Programme an die besonderen Bedürfnisse der Zuschauer führen.

Von der Angebotsseite aus gesehen kann ein an speziellen Zielgruppen orientiertes Programm genau so lukrativ sein wie ein Massenprogramm, das auf den Querschnitt der Bevölkerung zugeschnitten ist. Eine Differenzierung und Auffächerung der Programme nach den Interessen bestimmter Gruppen, ist im Prinzip mit der Kommerzialisierung der Programmstruktur vereinbar, da potentielle Inserenten lieber ein an ihren Produkten interessiertes Teilpublikum ansprechen als im Gießkannenprinzip die Werbebotschaft unter das Massenpublikum zu streuen. Nicht anders lassen sich die Vielzahl und Spezialisierung des Zeitschriftenmarktes erklären.

Allerdings ist der naheliegende Vergleich mit Zeitschriften nur bedingt zutreffend. Da die Herstellungskosten für Zeitschriften wesentlich niedriger liegen als die zur Erstellung von Fernsehprogrammen, müssen die Werbungskosten beim Fernsehen so hochgeschraubt werden, daß es sich für Spezialanbieter nicht mehr lohnen mag, spezielle Zielgruppen-Programme zu sponsern. Vor allem aber - so argwöhnen Kritiker - würden Programme, die Personengruppen mit niedrigem Einkommen ansprechen oder Interessengebiete mit geringen kommerziellen Nutzungsgrad behandeln, in einem auf Gewinn hin orientierten Programmangebot fehlen. So resümiert Wilfried Schmid in seinem Beitrag "Fernsehen über Kabel - Zukunftsmusik oder Schreckensvision?":

"Dieser bei einer Kommerzialisierung des Fernsehens zwangsläufige Mechanismus bedeutet, daß über kurz oder lang eine Angleichung der einzelnen privatwirtschaftlich organisierten Anbieter erfolgen muß, die wiederum zur Folge hat, daß zumindest zu den Hauptsendezeiten nur die sogenannten massenattraktiven Sendungen - also zum Beispiel Unterhaltung, Sport, Serien, Spielfilme usw. - angeboten werden. Dies führt mittel- und langfristig zu einer Entpolitisierung des Zuschauers."

Die kritischen Einwände von Schmid sind dann berechtigt, wenn die Kosten für Fernsehsendungen so hoch liegen, daß alle Anbieter gleichzeitig ein Massenpublikum erreichen wollen bzw. müssen. Solange aber sichergestellt werden kann, daß kleinere Programmanbieter, die sich auf spezielle Hörer- und Fernsehinteressen spezialisiert haben, auf Dauer im Wettbewerb bestehen können und aufgrund öffentlicher Vorgaben "Minderheitsprogramme" ohne kommerzielle Rentabilität eingerichtet werden können, ist eine Entwicklung zu einem freien Markteintritt für kommerziell ausgerichtete Anbieter durchaus mit einer Vielfalt an inhaltlich unterschiedlichen Programmangeboten vereinbar. Daß Massenprogramm à la "Traumschiff" und "Dallas" dann immer noch mehr Zuschauer anziehen werden als "Report" oder experimentelle Studiofilme, sollte eigentlich niemanden stören, der dem Bürger die Mündigkeit zutraut, selbst auszuwählen, was ihm an Programmen und Sendungen zusagt. Wenn jedoch die Wahlfreiheit auf die Möglichkeit beschränkt ist, zwischen 12 Versionen von "Dallas" und "Traumschiff" eine Auswahl zu treffen, weil alles andere keinen Gewinn abwirft, dann ist staatliche Regulationspolitik - in Form eines weitergeführten öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems oder in Form von inhaltlichen Auflagen - unabdingbar.

Es geht also nicht um die müßige Frage, ob der Bürger mündig genug sei, die neuen Wahlmöglichkeiten verantwortungsbewußt und in seinem eigenen Interesse konstruktiv zu nutzen, sondern darum, ob mit der Einführung neuer Technologien zwangsläufig oder unmerklich eine geistige Verarmung, erhöhte Aggressivität, Kreativitätsverlust und sogar die Einschränkung demokratischer Freiheitsrechte einhergehen.

Der renommierte Kritiker Herbert Kubicek äußerte diese Befürchtungen erst kürzlich in einem Artikel in der Wirtschaftswoche:

"So bedenkenlos, wie damals mit äußeren Natur umgegangen wurde (gemeint ist die Einführung umweltschädigender Technologien, der Verfasser), wird heute mit der aus Information und Kommunikation bestehenden inneren Natur und Kultur umgegangen und massiv in Bereiche eingegriffen, die überhaupt noch nicht verstanden werden. Daher ist zu befürchten, daß auf die Umweltverschmutzung und -zerstörung nun die Innenweltverschmutzung und Kulturzerstörung folgen, wenn der politische Umgang mit diesen Fragen nicht grundlegend geändert wird. Dabei geht es nicht um die irreführende Frage, ob wir neue Techniken brauchen oder nicht, sondern um eine Reihe differenzierter Fragestellungen."

Eine differenzierende Fragestellung ist in der Tat notwendig. Kurt Lüscher von der Universität Konstanz, ebenso wie Kubicek Mitglied der Enquete-Kommission, befürchtet, daß durch die neuen elektronischen Medien negative Verhaltensmuster unmerklich verstärkt werden könnten. Darunter fallen:

- Kurzfristige, individuelle Bedürfnisbefriedigung
- Offene und subtile Aggressivität
- Stereotypisierung der Geschlechterrollen und der Altersrollen
- Gestaltung familiären Zusammenlebens durch externe Stimuli und Fortfall direkter Kommunikation
- Individualisierung der familiären Freizeitgestaltung anstelle solidarischer, gemeinschaftlicher Handlungsweisen
- Abkapselung gegenüber mittleren Bereichen des gesellschaftlichen Lebens wie Nachbarschaft, Gemeinde, Vereine.

Wenn auch, wie Ronneberger hervorhebt, gerade die durch das heutige Fernsehen drohende Gefahr der Emotionalisierung, Personalisierung, Schwarz-Weiß-Malerei und Passivität des Individuums aufgrund der größeren Vielfalt der Informationsmöglichkeiten und -techniken durch die neuen Medien eher verringert werden, so weisen dennoch eine Reihe von ernstzunehmenden Studien nach, daß die von Lüscher beschworenen Gefahren keineswegs Auswüchse eines unrealistischen Kulturpessimismus sind.

Erfahrungen in den USA zeigen deutlich, daß die Vielzahl der nebeneinander bestehenden Kanäle eine Spezialisierung von Programmen für unterschiedliche Interessengruppen nur sehr begrenzt hervorgerufen hat. Organisationen mit festem und finanzkräftigem Publikum, wie beispielsweise die fundamentalistischen Kirchengruppen, haben eigene Kabelstationen gegründet, die erhebliche Gewinne abwerfen, wenn ihre Führungskräfte nicht gerade durch Skandale belastet sind. Besondere kulturelle Interessen werden aber so gut wie überhaupt nicht bedient, da die Gruppe der Interessenten zu privaten Spenden selten zu mobilisieren und sie als Zielgruppe für die meisten Werbespots zu wenig attraktiv ist. Qualitativ hochwertige Kulturprogramme werden fast ausschließlich im öffentlichen Programm angeboten, dann aber mit dem Beigeschmack der schweren Kosten. Quasi als Alibi für die übliche Berieselung mit Seifenoperen bieten auch die drei großen Programmanbieter NBC, ABC und CBS Theateraufführungen von Shakespeare bis zu Arthur Miller an. Was kurioserweise am meisten fehlt, ist ein Programm in der Mitte, etwa niveauvolle Unterhaltung oder anspruchsvolle Spielfilme.

Nirgendwo wird diese Tendenz zur Polarisierung in Trivialität und exklusive Bildungsprogramme deutlicher als im Kinderfernsehen. Entweder entscheidet man sich für Sesamstraße oder andere Lernprogramme (vom Computer Kurs für Kleinkinder bis zum Kochkurs für das Vorschulalter)

oder aber für einen Einheitsbrei von Zeichentrickserien, in denen tagein tagaus patriotische Helden gewalttätige Kämpfe gegen böse Fabelwesen, Russen und gelegentlich auch Deutsche führen. Wenn man bedenkt, daß das amerikanische Durchschnittskind rund 7 Stunden pro Tag (nicht pro Woche!) vor dem Fernsehapparat verbringt, kann man sich nur wundern, mit welcher Einstellung diese Kinder einmal ihre Umwelt erfahren und bewerten werden. Allerdings sollte man zum besseren Verständnis der Einschaltquoten in den USA wissen, daß in vielen Familien das Fernsehen von morgens bis abends eingeschaltet ist, gleichgültig ob jemand davor sitzt oder nicht. Bislang fehlen Untersuchungen, wie viele Stunden Kinder aufmerksam ein Fernsehprogramm verfolgen oder das Programm nur als Geräuschkulisse benutzen (was im übrigen nicht minder problematisch ist).

Die Deregulierung in den USA hat diese Tendenz zum Teil verstärkt. Dennoch haben sich viele anfängliche Befürchtungen nicht bewahrheitet. Obwohl die Sender in der Zahl und Dauer der Werbeeinlagen nicht mehr an staatliche Vorgaben gehalten sind, hat sich die effektive Werbezeit verringert, vor allem weil nun die Länge der Werbeblöcke ein Wettbewerbsvorteil darstellen kann. Allerdings gehen viele kleine Kabelsender dazu über, ganze Sendezeiten an kommerzielle Werbeträger zu verkaufen. Diese bieten dann Programme mit vielen indirekten Werbeeinblendungen an, ohne daß der Zuschauer weiß, daß die Sendung nicht von der Redaktion, sondern von einem privaten Werbeträger stammt.

Dieser Mißbrauch von redaktionellen Sendungen wie auch die offenkundige Lücke für gehobene Unterhaltung im amerikanischen Fernsehen sind natürlich nicht ohne Antwort geblieben. Auf der einen Seite blühen die Videomärkte, die Programmangebote für nahezu alle Bevölkerungsgruppen bereitstellen, zum anderen haben sich Pay-TV Stationen gebildet, die sich speziell an Liebhaber von Kinofilmen wenden (daneben gibt es Spezialsender für Kinder, Musikfreunde und Sportbegeisterte). Ihre Popularität beweist, daß die oft beschriebene Passivität im Medienkonsum durchaus nicht die Norm darstellt, sondern daß der Medienkonsument auf andere Optionen ausweicht, wenn ihm das gelieferte Programm nicht zusagt. Eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein ausbalanciertes Mediensystem ist die Vielzahl funktional äquivalenter Angebote, durch die Defizite in einem Medienbereich ausgeglichen werden können.

Soziale Isolation durch "Funktionalisierung" von Kommunikation

Die Auflösung der Großfamilie, die Lockerung sozialer Bindungen in sinngenerierenden Gruppen, die Säkularisierung der Wertvorstellungen und damit verbunden ihre Relativierung, die Anonymisierung von Nachbarschaften, die auf Funktionserfüllung getrimmte Arbeitsatmosphäre (beispielsweise im Großraumbüro) und nicht zuletzt die durch geringe Kontaktmöglichkeiten gekennzeichneten Freizeitaktivitäten wie z.B. das Fernsehen, haben Tendenzen zur individuellen Vereinsamung gefördert. Nicht zuletzt war es dieser Problembereich, der die meisten negativen Befürchtungen der von Dienel befragten Bürgergutachter auslöste. Ob ähnliche Tendenzen in der vorindustriellen Zeit nicht bestanden haben, mag hier dahin gestellt sein. Jedenfalls liegt die Gefahr nahe, daß mit den neuen Medien auch eine verstärkte Vereinsamung einhergehen mag. Oft karikiert, aber viel weniger bedeutsam, als gemeinhin angenommen, ist die Ablösung der Tante-Emma-Läden durch moderne Supermärkte, bei denen häufig die persönliche Kommunikation auf der Strecke bleibt.

Soziologen bezeichnen diesen Vorgang als Tendenz zur "Monofunktionalisierung" von Kommunikation, bedingt durch zunehmende Arbeitsteilung und Versuche der Effizienzsteigerung. Der Fachbegriff "Monofunktionalisierung" weist auf den Umstand hin, daß durch moderne Technik und Arbeitsorganisation der Kommunikationsvorgang allein auf einen bestimmten Zweck ausgerichtet bleibt und alle Nebenfunktionen, die Zeit in Anspruch nehmen und manchmal auch dem Hauptzweck zuwiderlaufen, bewußt ausgeklammert werden. War es beispielsweise im Tante-Emma-Laden noch möglich, neben dem Kauf (Hauptzweck) noch Informationen über das Wetter, die Nachbarn und "Gott und die Welt" (Nebenzwecke) auszutauschen, so ist der moderne Supermarkt ganz auf den Hauptzweck, nämlich den Einkauf, spezialisiert. Für Nebenzwecke ist hier meist kein Platz mehr. Interessant am Rande ist die Beobachtung, daß eine Reihe von Supermärkten (vor allem in den USA) inzwischen dazu übergegangen sind, innerhalb der Verkaufsfläche Kaffeestände zu integrieren oder Schwarze Bretter für Kleinanzeigen einzurichten, um zumindest zwischen den Kunden ein Kommunikationsforum anzubieten. Oft sind solche Angebote nur symbolisch zu verstehen, da echte und spontane Kommunikation auch im Kaffeeshop nicht zustandekommt. Solche Einrichtungen suggerieren bloß eine offene Kommunikationsatmosphäre, ohne sie jedoch inhaltlich auszufüllen.

Mit der Entwicklung neuer Kommunikationsnetze wird sich der Trend zur "Monofunktionalisierung" noch verstärken. Mit der Bildschirmkommunikation, etwa beim TV-Shopping, tritt der Zweck der Interaktion - nämlich der Erwerb von Waren - allein in den Vordergrund. Die in den USA inzwischen florierenden TV-Sender, die sich ganz auf den Verkauf von Waren spezialisiert haben, versuchen diesem Trend zur Monofunktionalisierung durch eine Verkaufsshow à la "deutsche Kaffeefahrt" zu kompensieren. Die Waren werden von einem Showmaster (übrigens ein Anglizismus, der in der englischen Sprache nicht existiert) feilgeboten, und Zuschauer können sich per Telefon mit dem Showmaster über die angeblichen Vorzüge der Ware unterhalten. Die ebenfalls in diesen Programmen enthaltenen Werbeblöcke werden kostenlos an karitative Organisationen vergeben, wodurch sich ein eigenartiger Kontrast zwischen kommerziellem Programm und nicht-kommerzieller Werbung ergibt. Der krampfhafte Versuch, den Warenverkauf an Unterhaltung und Zuschauerpartizipation zu koppeln, ist nur ein schaler Ersatz für die verlorenen Nebenfunktionen des traditionellen Einkaufs.

Ähnliches kann man von der Konferenzschaltung erwarten. Die unpersönliche Atmosphäre der Datenübertragung macht es wenig wahrscheinlich, daß bei Videokonferenzen mehr als nur "Business" abgewickelt wird. Die wichtigen sozialen Kontakte, die während Geschäftskonferenzen beim Small Talk an der Bar miteinander geknüpft werden, müssen zwangsläufig darunter leiden. Wiewohl es vom technischen Standpunkt möglich ist, jede Art von Information über die neuen Kanäle zu verteilen, so ist es vom psychologischen Standpunkt nicht zu erwarten, daß etwa private Mitteilungen bis hin zu intimen Botschaften ausgetauscht werden. Liebesbriefe über Teletext zu schicken, dürfte selbst dem eingefleischten Technik-Freak "unangebracht" erscheinen.

Unter formalen Gesichtspunkten eignet sich jedes Übertragungsmedium auch für intime und private Kommunikation, sofern Kommunikationskanäle die Übertragung nonverbaler Signale gestatten, in denen sich Emotionen ausdrücken können, und Dritte von der Kommunikation ausgeschlossen werden können. In der Praxis zeigt sich aber, daß mit der Technisierung der Kommunikation die Intimität des Gedanken- oder Gefühlsaustauschs verloren geht. So sehr man mit Liebesbriefen eine Kulturform des Austausches intimer Botschaften verbindet, so sehr assoziiert man mit dem Liebestelefon einschlägige, "technisierte" Sex-Bedienung. In vielen

Großstädten der USA gibt es bereits Spezialfirmen, die Erotisches per Telefon für alle noch so abwegigen Geschmacksvorlieben anbieten. Diese Entwicklung ist keineswegs aus technischen Gründen zwangsläufig, scheint aber aus den psychologischen Assoziationen mit diesen Technologien ableitbar. So wäre es in der Tat unwahrscheinlich, daß mit dem Übergang zum Bildtelefon die ursprüngliche Funktion des Liebesbriefes wieder neu zur Geltung kommen würde, weil sich die beiden Partner optisch wahrnehmbar gegenüber sitzen. Wahrscheinlicher ist vielmehr, daß mit den neuen optischen Möglichkeiten sich eine neue Sex-Branche für den verwöhnten Voyeur etabliert. So wie das Telefon schon eine gewisse Trivialisierung der Kommunikation gegenüber dem Brief bedeutet, so ist mit dem Aufkommen der Telekommunikation eine weitere Funktionalisierung des Gespräches zwischen Privatpersonen zu erwarten.

Aufgrund dieser immanent technischen Tendenzen zur Verstärkung der ohnehin grassierenden Einsamkeit in modernen Industriegesellschaften folgert Walter Volpert von der Technischen Universität Berlin:

"Wenn eine derartige Beschränkung der Kontakte auf reine Nützlichkeits erwägungen aus der Arbeit auf die Freizeit übertragen wird, dann steht zu befürchten, daß der sachlich-kühle und verschlossene Einzelgänger, der hinter seiner Kontaktscheu seine Kontaktängste verbirgt, noch mehr als bisher zum Massenphänomen wird. Die Datenstation im Wohnzimmer wird das passende 'Environment' für solche geschädigten Persönlichkeiten werden."

Allerdings erscheint es notwendig, das Argument der Vereinsamung aufgrund der Kommunikationsmedien zu relativieren. Zunächst einmal ergibt sich aus der Logik der "Monofunktionalisierung" des kommerziellen und zum Teil privaten Lebens, daß mehr Zeit für andere Funktionen zur Verfügung steht. Wie vor allem die Freizeitforschung überzeugend nachweisen konnte, hat sich der Anteil der Freizeit, den man für soziale Kontakte und Gespräche einsetzt, in den letzten Jahrzehnten kaum geändert. Im Gegenteil - vor allem bei Jugendlichen ist dieser Anteil wesentlich höher als in den 50er Jahren. Das liegt zum einen daran, daß die Freizeit insgesamt zugenommen hat, zum anderen daran, daß die Defizite der "Monofunktionalisierung" besser als solche wahrgenommen und durch die Suche nach direkten Kontakten kompensiert werden. Im Endeffekt mag es durchaus sinnvoll erscheinen, bei allen Tätigkeiten mit bestimmten Hauptzwecken (z.B. Arbeit, Kauf und Geschäftskommunikation) die Nebenzwecke auszuschließen, um diese Nebenzwecke in anderen Situationen zu Hauptzwecken zu machen.

Naturgemäß setzt eine solche bewußte Suche nach sozialen Kontakten als Kompensationsstrategie, zu Arbeit und Alltag eine Persönlichkeitsstruktur voraus, die selbst initiativ wirkt und sich um soziale Kontakte bemüht. Sofern Menschen diese Eigenschaften besitzen, werden sie auch in einer Informationsgesellschaft ihr Bedürfnis nach sozialen Kontakten stillen können. Wenn aber durch besondere Persönlichkeitsmerkmale - gleichgültig, ob derartige Merkmale genetisch vorprogrammiert oder durch die Umwelt geformt werden - eine Anfälligkeit zu Kontaktarmut und Schuchternheit vorliegt, so ist mit einer zunehmenden Vereinsamung zu rechnen, da die betreffenden Personen von sich aus nicht die Initiative zu einem direkten Gespräch mit anderen Menschen ergreifen. Diesen Menschen fällt es dagegen erheblich leichter, im Rahmen von ausgeführten Berufs- und Alltagsrollen über die damit verbundenen Nebenzwecke soziale Kommunikation zu initiieren, als sich in Situationen zu begeben, in denen die Kontaktsuche primäres Ziel ist.

An dieser Stelle scheint durchaus eine vorausschauende Kulturpolitik der öffentlichen Hand (Staat, Land und Kommunen) sowie kultureller Institutionen sinnvoll zu sein, um Freizeitangebote (etwa über Volkshochschulen, Nachbarschaftsfeste usw.) bereitzustellen, bei denen soziale Situationen entstehen, in denen Menschen einander näherkommen können. Oft sind Kontakte, die im Rahmen solcher Veranstaltungen eingeleitet worden sind, intensiver und "menschlicher" als die eher zufälligen Begegnungen beim Einkaufen oder anderen personenbezogenen Beschäftigungen.

Daneben darf nicht übersehen werden, daß die neuen Kommunikationsmedien die alten nicht verdrängen werden. Viele Prognosen gehen von der falschen Annahme aus, daß neue technologische Entwicklungen die alten Formen der Kommunikation ablösen und sich vollständig am Markt durchsetzen. Dieser Eindruck täuscht jedoch: Gerade im Kommunikationsbereich kann man nachweisen, daß bei jeder neuen Entwicklungsstufe die alten, überkommenen Kommunikationsmedien nicht einfach ausgetauscht, sondern im Rahmen des neuen Kommunikationskonzeptes integriert werden und zum Teil neue Funktionen übernehmen oder Nischen im System ausfüllen. So hat das geschriebene Buch nicht die Vorlesung ersetzen können, das Telefongespräch hat nicht das Briefeschreiben reduziert, das Fernsehen hat nicht das Radio aus dem Markt verdrängt (wohl aber seine Funktion verändert), und so werden auch die neuen Medien nicht die alten Kommunikationsformen außer Kraft setzen.

Entwicklung der Versorgung der Bevölkerung der Bundesrepublik mit Medien der Massen- und Individualkommunikation

	Anzahl (in Mio)		Haushaltssättig.	
	1970	1979	1970	1979
Bevölkerung (15 Jahre u.m.)	46,6	49,6		
Privathaushalte	22,0	24,5		
Tageszeitungen (verk. Auflage)	20,5	23,7	0,9	1,0
Publikumszeitschriften (verk. Aufl.)	79,6	97,0	3,6	4,0
Radiogeräte (Anmeldungen für ¹⁾ Erstgeräte)	19,4	22,3	88 %	91 %
Fernsehgeräte (Anmeldungen) ¹⁾	15,9	20,3	72 %	83 %
Farbfernsehgeräte	1,5	17	1 %	69 %
Videorekorder	---	0,5 ²⁾	--	2 %
Verkaufte Theaterkarten	22	22 ³⁾	--	--
Verkaufte Kinokarten	160	142	7	6
Verkaufte Schallplatten (Single)	36,4	47,8	1,7	2,0
(LP)	42,1	111,2	1,9	4,6
Verkaufte Tonkassetten	2,1	43,4	0,1	1,8
Buchproduktion ⁴⁾	47	53	--	--
Telefonanschlüsse	8,8	19,2	40 %	78 %

Quellen: Media Perspektiven 2/1981, S. 144, Amtliche Statistik, Verbandsstatistiken und eigene Berechnungen

- 1) Der tatsächliche Wert liegt wesentlich über diesen Werten, da die Zahl der Anmeldungen nicht identisch ist mit der Zahl der Anschlüsse. Es ist praktisch bei beiden heute die Vollversorgung erreicht.
- 2) Geschätzte Zahlen für 1980. 1981 wurde die Millionengrenze überschritten.
- 3) 1976/77
- 4) In 1.000 Titeln
- 5) 1978

Abb. 5: Die Versorgung der privaten Haushalte mit Massenmedien (Quelle: J. Tonnemacher)

Abbildung 5 vermittelt einen Eindruck der Versorgung der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland mit Medien der Massen- und Individualkommunikation. Auf den ersten Blick wird deutlich, daß alle Medien in der Zeit von 1970 bis 1979 zulegen konnten, d.h. daß ein Verdrängungs-

wettbewerb nicht stattgefunden hat. Allerdings wird aus dem Schaubild auch deutlich, daß eine Reihe von Medien bis an die Sättigungsgrenze gelangt sind, so daß mit einem wachsendem Bedarf nicht mehr gerechnet werden kann. Die neuen Medien werden also nicht die alten ersetzen, sondern als zusätzliches Angebot dem Konsumenten zur Verfügung stehen. Auf die Verdrängung von herkömmlichen Kommunikationsformen durch neue Technologien hebt aber Michael Troesser in seiner Analyse der Bildschirmtext-Versuche ab. Er schreibt:

"Dabei geht es gar nicht darum, ob der einzelne mündige Bürger eines Tages in freier Entscheidung vor dem BTX-Fernseher sitzen will, sondern es geht vielmehr um den sanften Zwang, eines Tages davor sitzen zu müssen, weil man bestimmte Informationen nur noch auf telekommunikativem Weg wird bekommen bzw. so kostengünstig wird bekommen können. Der Lottoschein am Kiosk nebenan wird konstenintensiv, weil personalintensiv sein (inklusive Smalltalk); der Lottoschein über BTX wird schnell und kostengünstig zu erwerben sein, ohne Personal und Gespräche ...

Heute geht es bereits nicht mehr darum, ob man BTX einführt oder nicht; ebensowenig geht es um die Frage, ob man andere telekommunikative Technologien einführt oder nicht, vielmehr geht es nur noch um das Wie der Einführung, oder, wie das so schön umschleiernd umschrieben wird, um das 'Implementieren'".

In der Tat hängt es stark von der Implementierung ab, wie sich die neuen Informationstechnologien in die Sozialstruktur einpassen werden. Allerdings ist die Befürchtung, mit den neuen Medien sei der Zwang zu ihrer Nutzung immanent angelegt, mit Skepsis zu betrachten. Die Diffusionsforschung hat augenscheinlich belegen können, daß Innovationen nur in sehr seltenen Fällen ihre Vorgänger völlig verdrängt oder das in ihnen steckende Veränderungspotential voll ausgeschöpft hätten. An den Beispielen Brief, Telefon und Telekommunikation wurde diese These ja bereits erörtert.

Die Implementationsforscherin Renate Mayntz hat in einem Beitrag für den Kongreß "Kulturelle Strategien einer Informationsgesellschaft" sehr deutlich darauf hingewiesen, daß z.B. die Möglichkeit, über Telekommunikation vom eigenem Heim aus eine Berufstätigkeit auszuüben, kaum dazu führen wird, daß der traditionelle Arbeitsplatz im Betrieb aussterben werde. Mit Ausnahme der Mütter mit Kleinkindern hätten die meisten Erwachsenen gar kein Interesse daran, den ganzen Tag zu Hause zu verbringen. Immer wieder könne nachgewiesen werden, daß die Gelegenheit zur außerhäuslichen Kontaktaufnahme eines der wesentlichen Motive für die Aufnahme einer Berufstätigkeit sei - auch für die mitverdienenden Ehefrauen. Abgesehen davon läge es weder im Interesse der Manager noch im Interesse der Gewerkschaften, Tätigkeiten in größerem Umfang aus dem Betrieb in das private Heim der Arbeitnehmer zu verlagern.

So wird auch die viel beschworene Heimarbeits-Gesellschaft Wunschtraum oder Alptraum bleiben. Eine völlige Verdrängung von industriellen Arbeitsplätzen durch Heimarbeit ist aufgrund der bisherigen Erfahrungen extrem unwahrscheinlich. Analoges gilt auch für die private Nutzung von Telekommunikation: Weder Bildschirmtext noch Kabelfernsehen werden eine Monopolisierung der Kommunikation herbeiführen können. Sollte sich aber wider Erwarten eine Verengung der Kommunikationsmöglichkeiten auf die neuen Technologien zeigen, so wäre ein regulativer Eingriff des Staates notwendig, um eine Klassenspaltung der Gesellschaft in Bürger erster Klasse mit Zugang zu den neuen Techniken und Bürger zweiter Klasse ohne diesen Zugang zu verhindern. Somit gilt es, durch entsprechende staatliche Maßnahmen sicherzustellen, daß infrastrukturelle Leistungen (etwa das Netz von Telefonhäuschen) auch für die alten Kommunikationswege erhalten bleiben, damit eine Vielfalt nebeneinander bestehender Medien und Kommunikationskanäle garantiert werden kann.

Bislang haben sich diese Tendenzen zur Zwei-Klassen-Gesellschaft, in die Nutznießer der neuen Technologien und die Außenstehenden, in den USA und Kanada nicht bestätigen lassen. Trotz Geldautomaten und Geldübertragung durch BTX ist die Zahl der Bankangestellten im Service-Bereich gestiegen und nicht gefallen, wie viele befürchtet hatten. Die Computerisierung der Gesellschaft hat vor allem die Mittler zwischen Konsumentenwünschen und Produktangeboten erfaßt. Es ist nicht der Kunde, der am hauslichen Bildschirm seine Reise mit dem Traumschiff bucht, sondern der Mitarbeiter des Reisebüros, der den Computer benutzt, um den Wunsch des Kunden mit dem kaum überschaubaren Angebot zur Übereinstimmung zu bringen. Die meisten Kunden haben weder die Zeit noch die Lust, und häufig auch nicht das Geld für die Geräteinvestition, um sich direkt mit dem Produzenten von Gütern und Dienstleistungen in Verbindung zu setzen. Sie erwarten aber von den professionellen Mittlern, daß diese über den Zugang zu Datenbanken und anderen Netzwerken eine kundengerechte Dienstleistung erbringen. Dennoch sollte diese Entwicklung weiter kritisch verfolgt werden, um bei auftretenden Fehlentwicklungen Gegensteuerungsmöglichkeiten einzuleiten.

Binäre Logik und Kreativitätsverlust

Ein weiterer Kritikpunkt an den neuen Medien und den Informationstechnologien im Konsumbereich entzündet sich an der Künstlichkeit der Compu-

tersprache. Selbst bei intelligenten Videospiele und dem Gebrauch von Heimcomputern reduziert sich die Sprachlosigkeit auf die Grundalgorithmen: "wenn-dann", "ja-nein" sowie "und/oder". Der ständige Umgang mit Rechnern bedeute, so Walter Volpert, auch den ständigen Umgang mit einer solchen binären Logik. Untersuchungen bei Schulkindern, die sich intensiv mit Computern und Videospiele beschäftigen, haben nachgewiesen, daß zwar die logischen Fähigkeiten gefördert werden, jedoch Originalität und Phantasie leicht auf der Strecke bleiben. Vor allem konnte ein Zusammenhang zwischen der Computertätigkeit und einer Verarmung der Sprache festgestellt werden.

Besonders eindrucksvoll ist dieser Effekt beim sogenannten "Hacker". Als solche werden fanatische Videospiele oder Home-Computer-Freaks bezeichnet, die ihre gesamte Freizeit vor dem Bildschirm verbringen. Untersuchungen über diese besondere Gruppe unter den Jugendlichen kommen zu dem Schluß, daß in hohem Maße eine Flucht vor der komplexen Wirklichkeit in die einfache Logik der Maschine vorliege und daß "Hacker" oft psychisch gestört seien. Dazu noch einmal ein kritischer Kommentar von Walter Volpert:

"Die Informationstechnologie führt uns immer mehr in simulierte Welten, in denen sie uns das volle Verfügen-Können verspricht. Sie bedroht damit unsere Fähigkeit, die wirklichen Probleme dieser wirklichen Welt zu sehen und in verantwortlicher Weise damit umzugehen. Stattdessen gehen wir daran, uns eine künstliche Welt aufzubauen, die zwar in sich rational und geschlossen, aber sinnentleert ist."

Vor allem befürchten Kritiker einen Rückgang der Kreativität aufgrund des eingeschränkten Sprach-Codes, der sich bei intensiver Beschäftigung mit den neuen Kommunikations- und Informationstechnologien über die Alltagssprache stülpt. Eine zu starke Normierung der Kommunikation auf vorgegebene maschinelle Abläufe sowie die fehlende sinnliche Wahrnehmung von neuen Eindrücken und Erlebnissen werden von den Kritikern als zwei Mechanismen begriffen, die die Entwicklung von neuartigen Gedankenketten aufgrund von Intuition, Erfahrung und Wissen behindert. Vielmehr werde gelernt, schon einmal Gedachtes neu aufzureihen und im Rahmen einer vorgegebenen Logik zu variieren. Bestenfalls könne durch den Umgang mit Computern und Informationstechnologien Transferwissen vermittelt, aber keineswegs die Befähigung des Sprachgebrauchs als ein Medium, das heute noch Unfaßbare in eine vermittlungsfähige Struktur zu bringen, durch den Umgang mit Computer-Sprachen erlernt werden.

Aus der Fernseh-Wirkungsforschung liegen inzwischen unzählige Untersuchungen über den Verlust von Kreativität aufgrund der Übermittlung

von optischen Bildern vor. Je weniger der Phantasie Spielräume überlassen werden, um vermittelte Kommunikationsinhalte selbst mit Bildern zu schmücken, desto weniger wird die Fähigkeit gelernt, aufgrund von unvollständigen Informationen eigene bildhafte Assoziationen zu entwickeln. Amerikanische Untersuchungen belegen augenscheinlich, daß Kinder, die öfter als der Durchschnitt fernsehen (d.h. mehr als sieben Stunden pro Tag), schlechtere Schulleistungen zeigen und insgesamt unkonzentrierter und weniger kreativ sind. Allerdings mag der geringere Schulerfolg schon damit zu erklären sein, daß die Kinder bei derartigem Fernsehkonsum gar keine Zeit mehr für ihre Schularbeiten haben.

Darüber hinaus muß auch beim Fernsehkonsum die Frage nach der Henne und dem Ei gestellt werden. Möglicherweise ist das Viel-Fernsehen nur ein Symptom für eine andere Erziehungs- oder Sozialisationschwäche, die sich aufgrund der sozialen Situation im Elternhaus oder in der Primärgruppe ausgebildet hat. Kinder, die den ganzen Tag vor dem Fernsehbildschirm verbringen, tun dies häufig aus Langeweile, weil sie bei ihren Eltern, Geschwistern oder Spielkameraden keine Kommunikationsangebote erhalten, die für sie attraktiver sind. Der Fernseher als "elektronischer Babysitter" ist eine bequeme und zum anderen auch billige Lösung, um sich dem Gespräch und dem Spiel mit Kindern zu entziehen, obwohl empirische Umfragen zumindest in der Bundesrepublik Deutschland eine solche Strategie der Kinderbeschäftigung nur selten belegen. Wahrscheinlich geben Eltern in Interviews nicht gerne zu, daß sie den Fernseher zum Babysitten benutzen, sondern verbrämen die eigene Bequemlichkeit mit allen möglichen Scheinargumenten.

Zudem läßt sich an Hand von Untersuchungen nachweisen, daß Kreativitätshemmnisse nicht medienspezifisch sind, sondern von der Qualität des Medienkonsums abhängen und nicht von der Art der Informationsquelle. Der Sozialforscher Erwin K. Scheuch führt dazu in seinem Buch über die Soziologie der Freizeit aus:

"Die wenigen guten Untersuchungen deuten darauf hin, daß nicht die Medien allgemein einander substituieren, sondern nur Medien, insoweit sie für das Publikum jeweils die gleiche Funktion erfüllen ... So wird das Lesen von Comic Books (Bildzeichnungsheftchen) durch Wild-West-Sendungen im Fernsehen konkurriert, nicht jedoch durch ernsthafte Sendungen des Fernsehens. Umgekehrt bleibt das Lesen von Büchern weitgehend unberührt vom Konsum der Unterhaltungssendungen im Fernsehen. Die Individuen scheinen sich jeweils mit den verschiedenen durch Massenmedien für sie erfüllten Funktionen das passende Medium auszusuchen, und nur dann, wenn ein neues Medium die gleiche Funktion wie ein bisher benutztes Medium "besser" erfüllt (im Sinne geringeren Aufwandes für die Benutzung), wird das Medium gewechselt oder in seiner Funktion verändert (z.B. Illustriertenromane statt Groschenhefte)."

In die gleiche Bresche schlägt Renate Mayntz: "Die Informationsangebote und Spielmöglichkeiten, die Videotext heute anbietet, verdrängen eben nicht die anderen Kommunikationsmedien, wie Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Radio oder Fernsehen. Videotext tritt vielmehr als Ergänzung zu diesen traditionellen Medien auf."

Der Typ des Hackers wird also nicht durch die Technologie des Videospiele geschaffen, vielmehr findet der Wunsch nach Abkehr von der Realität in dem Videospiel den bestverfügbaren Kanal zum Eindringen in eine andere Welt (oder besser Scheinwelt). Sicherlich vergrößern die neuen Medien die Möglichkeit, bei vorhandenen Sozialisationsdefiziten oder beginnenden neurotischen Störungen vor den Problemen der Realität zu fliehen und Ersatzbefriedigungen zu suchen. Ebenso dürfte es eindeutig sein, daß ein übermäßiger Konsum von visuellen Informationen die Gestaltungsräume der Phantasie einschränkt. Aber auch die Fernseh-Besessenheit kann wiederum auf andere Faktoren zurückgeführt werden, bei denen eine wirkungsvolle Therapie ansetzen muß. Die neuen Medien können also in dieser Hinsicht Verstärkerfunktion ausüben. Sie jedoch als Ursache für psychische Deformationen und Kreativitätseinschränkungen anzusehen, erscheint nach heutigem Wissensstand verfehlt.

Macht Fernsehen aggressiv?

Einer der erbittertsten Streitpunkte im Rahmen der Mediendiskussion ist die Frage, ob mit den neuen Medien, vor allem mit der Ausweitung der Programmvielfalt, die Wahrscheinlichkeit aggressiven Verhaltens zunimmt. Spektakuläre Verbrechen, die angeblich durch Fernsehsendungen initiiert worden sind, haben dieser These zu einer breiten Publizität in der Öffentlichkeit verholfen. Die Forschungsergebnisse sind jedoch keineswegs so eindeutig, wie dies die journalistischen Berichte nahelegen.

Zwei Theorien liegen derzeit im Wettstreit miteinander: die Kanalisations-Theorie und die Gewöhnungs-Theorie. Vertreter der Kanalisations-Theorie behaupten, daß durch Gewaltdarstellung im Fernsehen vorhandene aggressive Strömungen im Menschen abreagiert und von daher neutralisiert werden. Da es innerhalb der zivilisierten Welt an "aufregenden Situationen" mangle, müßten die Kommunikationsmedien mit künstlichem Ersatz aufwarten, um Übersprungshandlungen bei Menschen in die Kriminalität vorzubeugen. Im Klartext: durch Fernsehkrimis und Wild-West-Filme

werden Aggressions-Staus abgebaut und wird insgesamt das Aggressionsniveau einer Gesellschaft gesenkt.

Zum gegenteiligen Schluß kommt die Gewöhnungs-Theorie: durch die Darstellung von Gewalt im Fernsehen wird bei den Zuschauern der Eindruck erweckt, als sei Gewaltanwendung ein übliches und alltägliches Mittel der Problemlösung. Vor allem, wenn nicht nur die "Bösen" im Film zur Durchsetzung ihrer Interessen Gewalt anwenden, sondern auch die positiven Helden Gewalt als Mittel einsetzen, um sich von dem "Bösen" zu befreien, wird außer durch Gewöhnung auch durch deren vermeintliche Legitimität Gewalt als Instrument der Interessendurchsetzung hoffähig gemacht. Da der Spannungseffekt auf Dauer nur dadurch erhalten werden kann, daß die Gewaltdarstellungen ständig eskalieren, kommt es zu einem "visuellen Bluttausch", der zu einem völligen Abstumpfen gegenüber Leid, Elend und Schmerzen führt. Die Gewöhnungs-Theorie besagt also, daß sich das Maß von aggressivem und rücksichtslosem Verhalten in der Gesellschaft aufgrund der Gewaltdarstellung im Fernsehen erhöhen wird.

Die empirischen Untersuchungen zu dieser Frage haben ein sehr differenziertes Bild ergeben: sowohl die Gewöhnungs- wie auch die Kanalisationstheorie sind unter bestimmten Umständen richtig, wenn auch, wie Kurt Lüscher hervorhebt, die Belege für die Gewöhnungstheorie überzeugender und eindrucksvoller sind. Dennoch ist der Schluß gerechtfertigt: Psychisch stabile Menschen, ausgereifte Persönlichkeiten mit vielen Kontakten zu anderen Menschen und Personen mit nur gelegentlichem Konsum derartiger Filme benutzen die dargestellte Gewalt als Ventil für die Reizarmut ihrer Berufs- und Alltagssituation. Psychische Labilität, geringe Intelligenz, Kontaktarmut und sexuelle Probleme begünstigen dagegen den Nachahmungseffekt. Ähnlich wie bei der Kreativität und dem Hacker-Syndrom zeigt sich auch hier wiederum, daß Fernsehen und neue Medien bessere und intensivere Möglichkeiten schaffen, vorhandene Tendenzen zur persönlichen Destabilisierung zu verstärken. Sie rufen diese jedoch nicht hervor.

Fraglich bleibt auch, ob mit der Entwicklung der neuen Kommunikationsmedien die Fülle an Gewaltsendungen und Pornographie zwangsläufig zunimmt. Zwar zeigen die bisherigen Erfahrungen mit Videofilmen und Privatfernsehen im Ausland, daß der Anteil an Gewaltsendungen und harter Pornographie in der Regel angestiegen ist und gleichwertig eine effektive Alterskontrolle nicht stattfindet. Das amerikanische Fernsehsystem beweist aber auch, daß bei genügendem politischem Willen Uner-

wünschtes vom Bildschirm verbannt werden kann. Selbst bei 120 Kabelsendern wird man in den USA vergeblich nach harter Pornographie suchen. Nackte Busen gibt es allenfalls bei den Pay-TV Sendern, ansonsten werden sie radikal aus den ausgestrahlten Spielfilmen und Unterhaltungssendungen herausgeschnitten. Dagegen ist Gewalt allgegenwärtig und kann nicht brutal genug sein. Das kulturelle Umfeld einer Gesellschaft ist der entscheidende Faktor: was an Darstellungen als anstößig und was als stimulierend gilt, entzieht sich einer objektiven Bewertung, kann aber sicher kulturspezifisch durch Konsens bestimmt werden. Folglich bedarf es auch in der Bundesrepublik Deutschland einer vorausschauenden Regulationspolitik, die die Gratwanderung zwischen Zensur und Jugendschutz aufnimmt. Ein überparteilicher Konsens sollte möglich sein, um durch einen sinnvollen Satz von Regulationsregeln die Einspeisung von jugendgefährdenden und gewaltverherrlichenden Sendungen zu verhindern.

Die Frage, die sich die Volksvertreter letztendlich stellen müssen, lautet also: Dürfen wir durch Regulation solche Programme ausschließen, die zwar die legitimen Bedürfnisse einiger Konsumenten befriedigen, bei denen wir aber nicht ausschließen können, daß sie Gefahren für bestimmte Gruppen (z.B. Jugendliche) in unserer Gesellschaft hervorrufen? Diese Frage läßt sich nur politisch beantworten. Zur Zeit wird selbst von den Verfechtern der De-regulation des Medienmarktes eine wirksame Kontrolle des Staates zum Schutze der Jugend und anderer gefährdeter Gruppen nicht infragegestellt.

Darüber hinaus ist noch unklar, ob in der Tat die neuen Medien aggressionsverstärkende Programme in stärkerem Maße aussenden werden. Dazu Ronneberger:

"Nahezu alle empirischen Untersuchungen gehen (verständlicherweise) vom gegenwärtigen Angebot des Fernsehens aus und unterstellen, daß die neuen Medien im wesentlichen zusätzliche Unterhaltungsbeiträge bringen werden, die obendrein qualitativ minderwertiger sein müßten, weil sie von weniger Produzenten (nach kapitalistischen Regeln der Gewinnmaximierung) hergestellt würden. Dennoch lassen die empirischen Ergebnisse weder eindeutige Bestätigungen noch Widerlegungen der genannten Befürchtungen zu."

Außerdem erscheint es sinnvoll, das Argument von Scheuch in Erinnerung zu halten, daß nämlich aggressive Tendenzen immer wieder Quellen der medialen Umsetzung finden. Gäbe es keine Gewaltfilme oder kriegerischen Videospiele, so kämen wahrscheinlich die nicht minder blutrünstigen "Landser-Hefte" wieder in Mode, deren Wirkung zwar nicht so spektakulär,

aber keinesfalls als harmlos angesehen werden kann. Wieder mag die USA als Beispiel dienen: Die für unseren Geschmack eher prüde Abstinenz von Sexszenen im Fernsehen hat der Video-Branche zu einem Verkaufsboom sondergleichen verholfen. Obwohl leichte Komödien und Action Filme ähnlich wie in der Bundesrepublik Deutschland die Liste der beliebtesten Videofilme anführen, werden pro Woche in den USA rund 300.000 mal pornographische Filme an Kunden ausgeliehen.

Dennoch üben die neuen Medien intensiver als die alten Verstärkerfunktionen aus, und zwar in zweifacher Hinsicht: zum einen in quantitativer Hinsicht, da sie allgegenwärtig und jederzeit verfügbar sind, zum anderen in qualitativer Hinsicht, da sie ihre Botschaften noch eindringlicher und visuell detaillierter aussenden können. Die Tatsache, daß ein Mangel an Gewaltsendungen oder Pornographie zur erhöhten Nachfrage nach Ersatzmedien (Videos oder Landser-Heften) führt, zeigt, daß die neuen Medien diese Nachfrage nicht hervorgerufen haben. Wenn sie diese Nachfrage jedoch bedienen, tun sie es wesentlich effektiver und flächen-deckender, als es die Ersatzmedien je vermocht haben.

Bricht die Gesellschaft auseinander?

Die Diskussion um die Wirkungen der neuen Kommunikationsmedien haben sich an vielen Stellen entzündet. Fragen des Datenschutzes, Aspekte der persönlichen und privaten Integrität, die Ausbreitung einer nivelierenden Massenkultur u.a.m. sind in diesem Artikel nicht näher ausgeführt worden. Vielmehr ging es hier um die sozialpsychischen Auswirkungen der neuen Medien auf den Konsumenten. Mit den Stichworten "Vereinsamung, Isolation, Kreativitätsverlust und Aggressionssteigerung" sind die wichtigsten Problembereiche benannt, die innerhalb dieses Themenkomplexes die Aufmerksamkeit der Fachleute erregt haben. Wie bei allen technologischen Neuerungen sind die Wirkungen ambivalent. Wichtige Funktionen innerhalb der Gesellschaft können rationeller und gezielter mit Hilfe der neuen Medien erfüllt werden. Außerdem verbessern sie die Chance, individueller, flexibler und vielfältiger auf die Bedürfnisse des Bürgers einzugehen. Ob es aber zur Entfaltung dieser positiven Eigenschaften kommen wird, hängt weitgehend davon ab, inwieweit die Bürger mit den neuen Medien umzugehen lernen und sie die mögliche Erweiterung des Freiheitsspielraumes, der mit den neuen Medien verbunden ist, auch nutzen werden. Zweifellos wird es eine große Zahl von Bürgern

geben, die diese Chance von vornherein wahrnehmen. Andere werden Anfangs-Schwierigkeiten haben, die mit Schulung und Gewöhnung überwunden werden können. Wiederum andere können durch die neuen Medien in ihrer psychischen Integrität gefährdet werden.

Über die sozialpsychologische Perspektive hinaus wird das wohl schwerwiegendste Problem darin bestehen, die Integration aller Bürger zu einem Gemeinwesen in der zukünftigen Informationsgesellschaft sicherzustellen. Herbert Kubicek hat auf diese Gefahr eindringlich aufmerksam gemacht:

"Hier geht es zum einen um die Gefahr der Verkümmern sozialer Fähigkeiten und Werte, zum anderen um eine starke Erhöhung der gesellschaftlichen Differenzierung und Komplexität in einer Zeit, in der die bisherigen orientierungsbildenden und integrativen Institutionen immer mehr an Funktionsfähigkeit einbüßen und keine neuen in Sicht sind. Dies wird längerfristig als Existenzbedrohung unserer Gesellschaft gewertet."

Ohne Zweifel werden es die neuen Kommunikationsmedien erlauben, aufgrund des individuellen Zuschnitts von Programmen und Kommunikationsinhalten die Absonderungstendenzen von sozialen Gruppen innerhalb der Gesellschaft zu verstärken. Es könnten unabhängige Netzwerke für Industriegläubige, Alternativ-Denkende, Kirchgänger, Atheisten, Kulturschaffende und Kulturbanausen geben. Während durch die Mehrzweck-Kommunikationssysteme herkömmlicher Art der einzelne in der Gesellschaft immer wieder gezwungen wird, auch die Standpunkte anderer Gesellschaftsmitglieder kennenzulernen, kann es bei stetiger Differenzierung des Kommunikationsangebotes zu einer völligen Einseitigkeit der Informationsaufnahme und -verarbeitung kommen. Auf diese Weise können Untugenden wie Intoleranz und Engstirnigkeit gefördert werden.

Das öffentlich-rechtliche Fernsehsystem, dessen grundlegender Auftrag in einer Mischung von Programmen besteht, die alle Bevölkerungsgruppen und deren Interessen in etwa widerspiegeln, hat zwar auf der einen Seite zu einer Massenkultur geführt, die es allen Bevölkerungsgruppen gleichzeitig recht zu machen trachtet, hat aber auf der anderen Seite integrationsfördernd gewirkt, weil Botschaften unterschiedlicher Subgruppen unserer Gesellschaft über die Fernsehkanäle an ein breites Publikum ausgestrahlt werden konnten. Sofern jede Gruppe in unserer Gesellschaft ihre eigenen Nachrichtensendungen anwählen kann, wird das Bild der vermittelten Wirklichkeit immer stärker von den eigenen Interessen bestimmt. Die Differenzierung des Angebotes kann also durchaus mit einer Vereinheitlichung der Nachfrage durch den jeweils einzelnen Bürger verbunden sein.

Diese Entwicklung ist keineswegs zwangsläufig: die gesunde Skepsis des Bürgers vor allzu "hoffähiger Berichterstattung", die Neugierde, um andere Standpunkte kennenzulernen, die Möglichkeit, sich die Wertvorstellungen und Anschauungen anderer Kulturkreise nahezubringen, die Möglichkeit der direkten Kommunikation mit Vertretern unterschiedlicher sozialer Gruppierungen und andere Anreize zum gemeinsamen Gespräch wirken mit Sicherheit den Desintegrationserscheinungen entgegen. Außerdem dürfte darüber Konsens zu erzielen sein, daß eine Funktion des öffentlichen Fernsehens - in welcher Institutionsform auch immer - erhalten bleiben soll, nämlich eine Drehscheibe für unterschiedliche Informationen und Botschaften aus der Gesellschaft zu sein. Schließlich werden und sollen neben den neuen Medien auch die alten weiter bestehen bleiben.

Die Vielzahl von Fernsehprogrammen in den USA hat bislang zur Überpluralisierung und Segregierung von sozialen Gruppen in der Gesellschaft in keiner Weise beigetragen. Im Gegenteil: nach wie vor wirken Publikumsマグnete, wie etwa Dallas oder Dynasty als sekundäre Sozialisationsinstanzen und bestimmen Mode, Gehabe und Lebensstil in den USA. Die Spezialisierung von Fernsehprogrammen hat, wie bereits oben ausgeführt, nur in wenigen Teilsegmenten der Gesellschaft zu geschlossenen Kommunikationssystemen geführt, etwa im Bereich der fundamentalistischen Kirchen, die nicht nur religiöse Programme, sondern auch entsprechend gefärbte Unterhaltungs- und Nachrichtensendungen anbieten. Auch in diesem Falle beweist sich die generelle Einsicht, daß erst der Wille zur Abkapselung die entsprechende Wirkung der eingesetzten Technik hervorruft. Die dominante Erkenntnis aus den Erfahrungen mit den Medien bleibt: Medien üben eine Verstärkerfunktion im öffentlichen Leben aus, aber lösen, zumindest kurzfristig, keine sozialen Wandlungserscheinungen aus.

Vorausschauende Regulationspolitik ist notwendig

Überblickt man die sich heute abzeichnende Entwicklung der neuen Informationstechnologien, so lassen sich zwei Leitlinien staatlicher Regulationspolitik entwerfen, die dem Ziel einer sozialverträglichen Diffusion der neuen Technologien zugutekommen: Zum einen muß sichergestellt werden, daß die neuen Medien nicht die alten verdrängen werden, zum anderen bedarf es einer vorausschauenden Regulationspolitik, die den

Zugang zu den neuen Medien regelt und auch den Gruppen die Möglichkeit zur Programmeinspeisung verschafft, die sich aufgrund ihrer finanziellen Situation diesen Zugang nicht erkaufen können. Zum zweiten erscheint es legitim, Programme, die für bestimmte Bevölkerungsgruppen gefährdend wirken können, im Interesse des Allgemeinwohls auszuschließen, auch wenn damit legitime Bedürfnisse einzelner Bürger verletzt werden. Da der Gebrauch der neuen Medien schwer zu limitieren ist, also Kommunikation ein teil-öffentliches Gut darstellt, ist eine solche Vorsorge des Staates auch unter ordnungspolitischen Gesichtspunkten vertretbar. In konkrete Politikforderungen umgesetzt, bedeuten diese beiden Grundforderungen:

- Erhalt und Förderung der Medienvielfalt und der funktions-äquivalenten Systeme (organisatorisch, technisch, intermedial)
- Finanzielle und organisatorische Unterstützung für lokale und regionale Fernsehanbieter (etwa durch Bereitstellung von Infrastruktur)
- Gewährung von festen Sendezeiten für unterschiedliche politische oder soziale Gruppen in der Gesellschaft (wie Erfahrungen aus den Niederlanden zeigen, dauert es relativ lange, bis der Offene Kanal auch beim Zuschauer ankommt; nach anfänglicher Euphorie, sinkt das Interesse erheblich, steigt aber dann wieder allmählich an)
- Organisatorische oder finanzielle Hilfe für soziale und politische Gruppen, Videoprogramme zu erstellen und über den Offenen Kanal auszustrahlen
- Ausbau eines dualen Mediensystems mit privaten und öffentlichen Sendern, wobei zumindest ein öffentlicher Sender Minderheiten-Programme anbieten sollte (ohne Rücksicht auf Zuschauerzahlen)
- Strikte Trennung von Werbung und redaktionellem Programm (Verbot von indirekter Werbung in Spielfilmen oder Informationssendungen)
- Bildung einer überparteilichen Kommission zur Regelung von gewaltverherrlichenden, politisch extremen, pornographischen oder anderen jugendgefährdenden Sendungen. In diesem Punkte ist besondere Sensibilität notwendig, um gesellschaftlichen Prozessen der kulturellen Verschiebung von Normen der "Anstößigkeit" gerecht zu werden.
- Verbesserung der Metakommunikation über Programmangebote, um die Vielzahl der Angebote noch überblicken zu können und wirklich eine Auswahl zu treffen. Obwohl dies in erster Linie eine Forderung an die Programmanbieter ist, könnte die Regulationsbehörde bestimmte

metakommunikative Vorschriften erlassen, etwa die Einrichtung eines reinen Programmkanals mit Übersicht über das Programmangebot. Mit Hilfe von Suchkommandos könnten besondere Angebote (Krimis, Magazinsendungen, Konzerte etc.) identifiziert und möglicherweise vorprogrammiert werden.

- Vorbereitende kulturelle Initiativen, um dem Trend zur Monofunktionalisierung des Alltags durch die neuen Medien entgegenzuwirken. Jugendzentren, regionale und lokale Kulturprogramme, Veranstaltungen der Volkshochschule, Nachbarschaftsfeste und anderes mehr sollten vor allem von kommunalen Mandatsträgern gefördert und angeregt werden.
- Vorbereitende Medienerziehung in Schulen und Vereinen, um einer unkritischen Konsumhaltung, wie sie leider bei amerikanischen Kindern mehr und mehr zu finden ist, entgegenzuwirken und eine passive Berieselung mit bewegten Bildern durch eine aktive Auswahl von visuellen Stimuli zu ersetzen. (die Bürgergutachter forderten z.B. eine allgemeine Medienerziehung über das Medium selbst, etwa im Stile von "Der 7. Sinn".)
- Kritische Begleitforschung der Einführung und Marktdurchsetzung der neuen Medien. Dadurch können negative Erscheinungen, die nicht oder nur mit großer Unsicherheit vorhergesagt werden können, rechtzeitig diagnostiziert und entsprechende Korrekturmaßnahmen eingeleitet werden.

Viele andere, häufig in den Mediengesetzen als zentral angesehene Elemente einer Regulationspolitik, sind dagegen aufgrund der internationalen Erfahrung weniger bedeutsam oder sogar kontraproduktiv. Die Regelung der Zeiten für Werbeblöcke, der Anteil der Informations- versus Unterhaltungssendungen, die Einhaltung von Fairness-Geboten und dergleichen mehr regelt sich in der Tat am besten über den Markt und nicht über staatliche Regulierung. Diese Regelungen mögen für eine Übergangszeit sinnvoll und notwendig sein, bis sich eine kritische Masse an Programmen gebildet hat, dann aber wirken die Wettbewerbskräfte besser und gezielter als staatliche Vorschriften. Die Gefahr der neuen Medien liegt vor allem darin, daß ihre technische und ökonomische Struktur zu einer Vereinheitlichung und Vermassung des Programmangebotes führt. Dies zu vermeiden, wird die wichtigste Aufgabe der künftigen Regulationspolitik sein.

Literatur

- BECKURTS, K.-H.: Wohin geht die technische Innovation? Technische Rundschau Nr. 26(1984). S. 66-70.
- BRUNNSTEIN, K.: Einige grundsätzliche Überlegungen zu Wirkungen der Informationstechnologien. In: Technikfolgen und sozialer Wandel. In: Kruedener, J. v., Schubert, K. v. (Hrsg.): Technikfolgen und sozialer Wandel. Köln 1981. S. 19-34.
- BUNDESPOST, DEUTSCHE: Bonn informiert. Verkabelungspolitik der Deutschen Bundespost durch zwei Untersuchungen bestätigt. In: Mitteilungen der Deutschen Bundespost, Nr. 2, 1985. S. 10-11.
- BUNDESTAG, DEUTSCHER: Zwischenbericht der Enquete-Kommission "Neue Informations - und Kommunikationstechniken". Drucksache 9/2442. Bonn, 28.3.1983.
- DIENEL, P.C., HUPPERTZ, M., POSCHMANN, H.: Bürgergutachten Regelung sozialer Folgen neuer Informationstechnologien. Universität Wuppertal, Forschungsstelle Bürgerbeteiligung und Planungsverfahren. 3. Auflage, Wuppertal, November 1987.
- FLEISCHER, F., HOBOHM, K., THÜRING, M.: Zwischenbericht des Forschungsprojektes "Die Arbeit mit Szenarien bei der Abschätzung von Technologiefolgen. Neue IuK-Techniken im privaten Haushalt". Institut für Psychologie der Technischen Universität Berlin. Forschungsbericht. Berlin 1985.
- GERSHUNY, J., MILES, I.: The New Service Economy. The Transformation of Employment in Industrial Societies. London 1983.
- GÜNTSCH, F.-R.: Informationstechnik und Gesellschaft. In: IBM (Hrsg.): Technik und Gesellschaft durch Information. Stuttgart 1983. S. 51-58.
- HAEFNER, K.: Der "Große Bruder". Chancen und Gefahren für eine informierte Gesellschaft. Wien, Düsseldorf 1980.
- JUNGERMANN, H. u.a.: Die Arbeit mit Szenarien bei der Abschätzung von Technologiefolgen. Vervielfältigtes Manuskript. Institut für Psychologie der Technischen Universität Berlin. Berlin, März 1985.
- KLIEMECK, W.: Technische Entwicklungsperspektiven im Bereich der Konsumelektronik. In: Entwicklungen der Informationstechnik. Arbeitsbericht für die Konferenz "1984 und danach". Berlin, 28. bis 30. November 1984.
- KUBICEK, H.: Konfliktfeld eröffnet. Wirtschaftswoche Nr. 13, 23.3.1984. S. 166-167.
- LANGE, K.: Das Image des Computers in der Bevölkerung. GMD Studie Nr. 80, Gesellschaft für Mathematik und Datenverarbeitung. MDH Bonn, März 1984.
- LÜSCHER, K.: Neue Medien und ihre Auswirkungen auf die Familie und die heranwachsende Generation. In: Rau, J., Rüdén, P.v. (Hrsg.): Die neuen Medien. Eine Gefahr für die Demokratie?. Frankfurt 1984. S. 143-154.
- MAYNTZ, R.: Informations Society - A Sociological Scenario. Paper prepared for the International Congress "Cultural Strategies for an Information Society". Milano, 25. - 27. Oktober 1984.

- NOWOTNY, H.: Der Übergang zur Informationsgesellschaft. Soziologische Überlegungen zu einem nicht nur technischen Problem: In: Technik kontrovers, 3(1982). S. 27-34.
- SCHEUCH, E.K.: Soziologie der Freizeit. In: Scheuch, E.K., Scherhorn, G.: Freizeit. Konsum. Handbuch der empirischen Sozialforschung. Band 11. 2. Aufl. Stuttgart 1977.
- SCHMID, W.: Fernsehen über Kabel - Zukunftsmusik oder Schreckensvision? In: Rau, J., Rüdén, P.v. (Hrsg.): Die neuen Medien. Eine Gefahr für die Demokratie? Frankfurt 1984. S. 89-110.
- STACHELSKY, Fr. v.: Ausgewählte Aspekte von vorliegenden Stellungnahmen zu Nutzungsmöglichkeiten von Informations- und Kommunikationstechnologien und zu ihren sozialen Auswirkungen im Bereich privater Haushalte. In: Seetzen, J. u.a.: Zwischenbilanz zur Einschätzung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Heinrich-Hertz-Institut für Nachrichtentechnik, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Arbeitsberichte 1982/3. Berlin 1982.
- TONNEMACHER, J.: Zwischenbilanz zur Massenmediendiskussion. In: J. Seetzen u.a.: Zwischenbilanz zur Einschätzung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Heinrich-Hertz-Institut für Nachrichtentechnik, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Arbeitsberichte 1982/3. Berlin 1982.
- TROESSER, M.: Bildschirmtext - Werbemedium und Verkaufsdienst in einem? Kritische Betrachtungen zwischen Politik und Kommerz. In: Rau, J., Rüdén, P.v.: (Hrsg.): Die neuen Medien. Eine Gefahr für die Demokratie? Frankfurt 1984. S. 49-70.
- VOLPERT, W.: Positionspapier: Formen des Zusammenlebens. Vortrag auf der Tagung "1984 und danach". Berlin, 28. - 30. November 1984.