

# Aus Politik und Zeitgeschichte

Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament

Josef Hackforth

## Neue Medien und gesellschaftliche Konsequenzen

Jan-Uwe Rogge / Klaus Jensen

## Über den Umgang mit Medien in Familien

Betrachtungen über alte Probleme  
und neue Belastungen im Alltag

Werner B. Korte / Wolfgang J. Steinle

## Kultur, Alltagskultur und neue Informations- und Kommunikationstechniken

B 3/86  
18. Januar 1986



Josef Hackforth, Dr. phil., geb. 1949; Studium der Publizistik, Psychologie und Volkskunde an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster; seit 1982 Professor für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Münster; z. Z. als Projektleiter im Kabelpilotprojekt Dortmund tätig; Mitglied in zahlreichen Expertengremien sowie Verfasser kommunikationspolitischer Gutachten im Auftrag von Bund und Ländern.

Zahlreiche Veröffentlichungen zur Wirkungs- und Publikumsforschung, den sogenannten Neuen Medien sowie der Sportpublizistik.

Klaus Jensen, Dr. phil., Dipl.-Psychologe, geb. 1941; Wissenschaftlicher Angestellter am Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft; Mitarbeiter in DFG-Forschungsprojekten, u. a. „Medienangebote für Kinder“, „Medienkultur“, „Alte und neue Medien im häuslichen Alltag“.

Veröffentlichungen u. a.: (zusammen mit Jan-Uwe Rogge) Der Medienmarkt für Kinder in der Bundesrepublik, Tübingen 1980 (Veröffentlichungen des Ludwig-Uhland-Instituts); mehrere Publikationen zum Themenbereich „Kind, Familie und Medien“.

Jan-Uwe Rogge, Dr. rer. soc., geb. 1947; Studium der Germanistik, Politischen Wissenschaft und Empirischen Kulturwissenschaft; Wissenschaftlicher Angestellter am Ludwig-Uhland-Institut der Universität Tübingen; Mitarbeiter in DFG-Forschungsprojekten seit 1977, u. a. „Medienangebote für Kinder“, „Medienkultur“, „Alte und neue Medien im häuslichen Alltag“, Fortbildungstätigkeit in der Eltern- und Erwachsenenbildung.

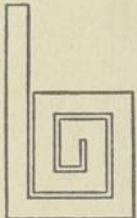
Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden, zuletzt u. a. „Heidi, PacMan und die Video-Zombies“, Reinbek 1985.

Werner B. Korte, geb. 1957; 1979—1983 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Sonderforschungsbereich für vergleichende geschichtliche Städteforschung der Universität Münster; seit 1983 Leiter des Bereichs Medien- und Technologieforschung in der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsgesellschaft „empirica“, Büro Bonn.

Veröffentlichungen u. a.: Neue Medien und Kommunikationsformen — Auswirkungen auf Kunst und Kultur, München 1985; Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken im Bereich Kunst und Kultur, in: M. Schöneberger/D. Weirich (Hrsg.), Kabel zwischen Kunst und Konsum, Berlin 1985; Telearbeit — Status quo und Zukunftsperspektiven. Ergebnisse einer Potentialanalyse, in: Office Management (1985) 12.

Wolfgang J. Steinle, Dr. rer. pol., geb. 1953; im Anschluß an wissenschaftliche Tätigkeiten im universitären Bereich Tätigkeit bei der Kommission der Europäischen Gemeinschaften in Brüssel. 1984 Übernahme der Geschäftsführung von empirica.

Veröffentlichungen u. a.: Dezentrale elektronische Tätigkeiten: Marktpotentiale und Zukunftsperspektiven. Beitrag für die ONLINE '86; (zus. m. Werner B. Korte) Telearbeit — Interesse und Akzeptanz, in: H. R. Hansen (Hrsg.), GI/OCG/ÖGI-Jahrestagung 1985, Informatik-Fachberichte Nr. 108, Berlin u. a. 1985.



ISSN 0479-611 X

Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung, Berliner Freiheit 7, 5300 Bonn 1.

Redaktion: Paul Lang, Karl-Heinz Resch, Rüdiger Thomas (verantwortlich), Dr. Klaus W. Wippermann.

Die Vertriebsabteilung der Wochenzeitung DAS PARLAMENT, Fleischstraße 62—65, 5500 Trier, Tel. 06 51/460 40, nimmt entgegen

— Nachforderungen der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“;

— Abonnementsbestellungen der Wochenzeitung DAS PARLAMENT einschließlich Beilage zum Preis von DM 14,40 vierteljährlich einschließlich Mehrwertsteuer; bei dreiwöchiger Kündigungsfrist zum Quartalsende;

— Bestellungen von Sammelmappen für die Beilage zum Preis von DM 6,50 zuzüglich Verpackungskosten, Portokosten und Mehrwertsteuer;

— Bestellungen von gebundenen Bänden der Jahrgänge 1983 und 1984 zum Preis von DM 25,— pro Jahrgang (einschl. Mehrwertsteuer) zuzügl. Versandkosten.

Die Veröffentlichungen in der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ stellen keine Meinungsäußerung des Herausgebers dar; sie dienen lediglich der Unterrichtung und Urteilsbildung.



## Neue Medien und gesellschaftliche Konsequenzen

Bereits der Name ist eine bewußte Suggestion. Neue Medien — damit wird etwas tatsächlich Innovatives, Fortschrittliches und Modernes suggeriert; zukunftsfruchtig und für uns alle unverzichtbar.

Im Kern beginnen hier Mißverständnisse und gezielte Wortmanipulationen. Kommunikationswissenschaftlich betrachtet und nach publizistischen Kriterien eingeschätzt handelt es sich jedoch de facto bei den sogenannten Neuen Medien lediglich um erweiterte und neue Medientechniken, eigentlich um nichts anderes also als um neue Distributionsformen längst bekannter und entwickelter Medien. Auf diesen, aus der Distanz betrachtet illusionsloseren Standpunkt reduziert, verliert das Wortspiel manches von seiner Faszination. Vielleicht kann allein durch diesen Ausgangspunkt die polemische und bisweilen zynische Debatte um die zukünftige ‚Medienversorgung‘ in der Bundesrepublik entscheidend versachlicht werden.

Die neuen Distributions-, Speicher-, Produktions- und Abruftechniken werden zu einer Vielzahl von sozialen und individuellen Auswirkungen führen, bei denen es gilt, rechtzeitig und wirkungsvoll gestalterisch tätig zu werden, will man nicht von einer neuen „Informations- und Kommunikationsgesellschaft“ überrollt werden, die den unvorbereiteten und unaufgeklärten Bürger verunsichert und in Teilen sicher auch verängstigt. An diese Stelle gehört eine informierende und autonome Diskussion.

Ob McLuhan, Winn, Mander oder Postman genauso wie in Teilen Capra — mit feuilletonistischer und höchst subjektiver Kritik ist dem Komplex der neuen Informationstechnologien nicht gerecht zu werden. Bezeichnenderweise jedoch werden diese Autoren von Politikern, Journalisten und Teilen der Öffentlichkeit stärker und publizitätswirksamer berücksichtigt als informations- und kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse und Analogieschlußfolgerungen — deren Einfluß nur sehr gering bleibt. Politikberatung einerseits und Technologiefolgenabschätzung andererseits sind chronisch unterentwickelt. Es bleibt festzuhalten, daß die Einführung der genannten medientechnischen Neuerungen weitgehend dem Determinismus der Technik gefolgt ist und soziale Rahmenbedingungen sowie politische Orientierungshilfen entweder gar nicht oder nur sehr spät präsentiert worden sind.

Während die föderative Struktur der Bundesrepublik gerade bezüglich der Medientechnologien

eher zu einem Kompetenzgerangel und Gesetzeswirrwarr geführt hat, wird das rudimentäre Postulat mehrmaliger Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts ignoriert: „Kommunikation ist ein besonderes Rechtsgut“, formulierten die Richter und meinten damit schlicht, daß eben jeder Kommunikation — gleichgültig ob personal oder medial — bestimmte Schutzzonen zugebilligt werden müssen, da es sich hierbei um ein „äußerst zartes Pflänzchen der Demokratie“ handelt. Diese Pflanze ist in den vergangenen zehn Jahren nicht gedeihlich behandelt worden. Erinnern wir uns:

Die wissenschaftliche und politische Diskussion begann mit der Vorlage des Berichtes der KtK 1976, also der „Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems“, die der damalige Bundespostminister Horst Ehmke 1974 eingesetzt hatte. Der umfangreiche Abschlußbericht sowie das Nachfolgegutachten 1978 lesen sich noch heute vorzüglich, wenngleich die technische Diskussion über- und die publizistische Argumentation unterrepräsentiert war. Die Aussagen, Empfehlungen (Einrichtung von vier Kabelpilotprojekten) und die angedeuteten Konsequenzen sind bis heute weitgehend unberücksichtigt geblieben. Die sozialliberale Koalition vertagte und verhinderte eher das Problem; der Kanzler formulierte im September 1979 den sogenannten Verkabelungsstopp, während gleichzeitig bundesdeutsche Großstädte und medientechnisch ungünstige Gebiete verkabelt und an Gemeinschaftsantennen angeschlossen wurden.

Von sinnvoller Koordination und langfristiger Konzeption kann nicht gesprochen werden; „wichtigere“ Themen bestimmten die damalige politische Agenda. Mit dem Regierungswechsel im Herbst 1982 und besonders seit der Bundestagswahl im März 1983 erhielt die Medienpolitik einen gewichtigeren Stellenwert. Der Bundespostminister, in Übereinstimmung mit dem Kanzler, forcierte die flächendeckende Verkabelung mit einem gewaltigen Investitionsprogramm, an deren Ende — zu Beginn des nächsten Jahrtausend — ein Universalnetz (ISDN) stehen soll, das sämtliche Dienste der Telekommunikation integrieren wird. Diese Vernetzung von produktiver wie rekreativer Kommunikation, von privater wie öffentlicher und Massenwie Individual-Kommunikation beruht auf Entwicklungen in der Mikroelektronik und der Digitalisierung aller Kommunikationsvorgänge durch technische Hilfsmittel.



Während die Bundespolitik offensiv und klar ist, streiten die Ministerpräsidenten der Länder nach wie vor um ein einheitliches Konzept, wahrscheinlich so lange, bis die realen Medienverhältnisse sehr rasch zu pragmatischen Kompromissen zwingen — quer durch ideologische und parteipolitische Positionen.

Dabei sind die Standorte eindeutig und alle Argumente ausgetauscht. Die wissenschaftliche Literatur, gleichgültig ob Monographien, Anthologien oder Zeitschriftenaufsätze, journalistische Beiträge sowie ungezählte Symposien und Tagungen haben zwei Grundpositionen deutlich gemacht:

1. Die am marktwirtschaftlichen Modell und am Menschenbild des „mündigen Kommunikationsbürgers“ orientierte Leitidee mit dem Versuch, durch ein vielzähliges Medienangebot auch ein gerechteres, mehr an den Bedürfnissen der Bürger entwickeltes Kommunikationsumfeld zu schaffen. Versuche und Neigungen zum staatlichen Handeln und politischen Eingreifen werden abgelehnt oder bewußt zurückgestellt. Die Pluralität, ein Hauptkriterium der westlichen Demokratien, soll auch bei den AV-Medien Anwendung finden, das bisherige System des öffentlich-rechtlichen Rundfunks überwunden werden.

2. Dagegen steht, relativ unversöhnlich, eine medien- wie technikkritische Position, häufig im kulturkritischen Gewand, bei der ordnungspoliti-

sche Rahmenbedingungen und das Postulat der „Innenweltverschmutzung“ im Vordergrund stehen. Vertreter dieser Position warnen vor einer neuen Generation bildschirmgeschädigter Bürger, deren Sekundärerfahrung ständig steigt, während Primärkontakte und persönliche Kommunikation rückläufig sein werden.

Eine verantwortungsvolle, aber auch kompromißbereite Haltung zwischen diesen beiden skizzierten Extremen findet sich selten, obwohl begründbare Standpunkte zwischen dem freien Kommunikationsmarkt und dem bevormundeten Kommunikationsbürger möglich erscheinen.

Aufschlußreich ist, daß eine Vielzahl von Argumenten pro und contra die neue Informationsgesellschaft beim Aufkommen heute längst „Alter Medien“ wiederzufinden sind. Denken wir nur an die Ausbreitung der „Massenpresse“, des Hörfunks und besonders des Films und des Fernsehens. Immer wurde die Diffusion von medientechnischen Neuerungen von massiven Hoffnungen und fatalen Befürchtungen begleitet. Sinnfälliges Beispiel dafür können die „Comics“ sein, deren Aufkommen skeptisch begleitet wurde („Schundliteratur“), aber deren Existenz und besonders Akzeptanz für die Jugendlichen heute dazu benutzt wird, sie — didaktisch geschickt — im Unterricht einzusetzen. Dieses Beispiel mag auch verdeutlichen, wie ahistorisch die Diskussion um die neue Informationsgesellschaft bis heute geführt worden ist.

## Medientechnische Einzelprüfung

Die öffentliche Diskussion um *Videotext* ist fast verstummt. Dieser durch die Dehnung der Auslastung technisch und kapazitativ begrenzte Dienst wird wohl seine Hauptfunktion in der Untertitelnblendung für Hörgeschädigte haben. Die programmbegleitenden, programmunterstützenden und programmankündigenden Informationen von ARD und ZDF spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Auch die bei dieser technischen Erweiterung erstmals erprobte Form der Kooperation von öffentlich-rechtlichen Anstalten und erwerbswirtschaftlichen Presseunternehmen verläuft wenig brisant; dies gilt auch für den Zuschauer. Das ohnehin begrenzte Nachrichtenangebot wird vom Publikum kaum abgerufen. An dieser Technik läßt sich exemplarisch verdeutlichen, welche große Differenz zwischen den medienpolitischen Voraussetzungen („Scheingefechte auf medialen Nebenkriegsschauplätzen“) und den medienrealen Folgen liegen. Dieser Dienst wird durch das oben erwähnte Universalnetz substituierbar und zukünftig technisch effektiver zu transportieren sein.

Um die Einführung des Festbilddienstes *Bildschirmtext* (BTX) hat es unter den Beteiligten jedoch schon größere Auseinandersetzungen gegeben. Von den Verlegern lange als „Bildschirmzeitung“ bezeichnet, ist mittlerweile von diesem Dienst wenig an Brisanz übriggeblieben. Die Anschlußzahlen bei privaten Haushalten sind deutlich hinter den Erwartungen zurückgeblieben, lediglich eine gewisse werbliche Nutzung kann konstatiert werden. BTX eignet sich besonders für geschlossene Benutzerkreise und in Verbindung mit Computern und Bildplatte für die Geschäftskommunikation. Ohne das Ergebnis der beiden Versuchsgebiete (Düsseldorf-Neuss/Berlin) abzuwarten, wurde die bundesweite Einführung beschlossen! Ein Lehrstück versäumter wissenschaftsgesteuerter politischer Exekutive, dessen Fortsetzungen folgen werden.

Der Videoboom zu Beginn der achtziger Jahre ist längst verflogen, realistische Marktzahlen haben allzu euphorische Markthoffnungen abgelöst. Die Ausbreitung des *Videorecorders* in Privathaushalten hat noch lange nicht jeden vierten



TV-Haushalt erreicht; wohlwollend berechnet, dürfte die Zahl bei etwa 20 Prozent liegen. Ein wichtiger Grund für diese vorzeitige Stagnation dürfte das zwischenzeitlich bereits erheblich erweiterte Programmangebot für viele Haushalte in der Bundesrepublik sein sowie die Programmreaktion der öffentlich-rechtlichen Anstalten auf diesen „Boom“. Konkret formuliert: bei meist fünf Spielfilmen allein am Samstagabend im traditionellen Fernsehen bleibt einfach keine Zeit und wenig Interesse an gekauften oder geliehenen Programmkassetten sowie privaten TV-Aufzeichnungen. Die Zukunft des deutschen Mediensystems spricht eher gegen eine breite Diffusion des Videorecorders als dafür: Diese Einschätzung läßt sich durch internationale Befunde weiter belegen.

Im professionellen wie im gewerblichen Sektor scheint es jedoch noch weitere, bisher ungenutzte Möglichkeiten der Videotechnik zu geben. Der gesamte Bereich der „Inhouse“-Information, mit dem „Fernsehen für Kunden“ sowie der Visualisierung heute vorherrschender materieller Information ist erst in Ansätzen bekannt oder gar installiert.

Die *Bildplatte*, nach dem ökonomischen Flop in den frühen siebziger Jahren jetzt wieder eingeführt, scheint nun bessere Chancen der Marktdurchdringung zu haben. Neben dem Musiksektor kann besonders der Lehr- und Ausbildungsbereich von der Bildplattentechnik — kombiniert mit einem Computer — profitieren. Es ist mehr als eindrucksvoll zu erleben, wie aus 40 000 Einzelbildern ein einzelnes Standbild auf den Bildschirm abgerufen werden kann, welches durch eine Computergraphik erläutert und verbessert werden kann. Die Funktionen von Video und Bildplatte ergänzen sich, wiewohl beide Möglichkeiten in Teilen auch konkurrieren.

Diese vier hier aufgezählten privaten wie geschäftlichen AV-Medien stehen heute nicht mehr im Zentrum der politischen wie öffentlichen Diskussion. Das hat zunächst etwas mit der medienrechtlichen Kompetenz, dann aber auch mit der gesellschaftspolitischen Irrelevanz zu tun. Videotext und Bildschirmtext markieren die technologische Übergangsphase und werden bald substituierbar sein; Video und Bildplatte haben zukünftig gegen ein vielzähligeres und kompletteres Medienangebot zu bestehen, die in den privaten Haushalten verfügbar sind. Im geschäftlichen Bereich werden die Konsequenzen wahrscheinlich gravierender sein, ebenso in Dienstleistungsunternehmen und am Arbeitsplatz, denkt man etwa an das Beispiel *Videokonferenzen*.

Das Fernsehen der Zukunft wird wieder — wie in seiner Experimentalphase — draht- bzw. glasfasergebunden ausgestrahlt. Zunächst das Kupferkoaxial-Kabel, dann im Universalnetz des Jahres

2000 die Glasfaser werden eine Reihe von technischen Verbesserungen und publizistischen Erweiterungen nach sich ziehen.

Profitieren wird davon auch der *Kabelhörfunk*, dessen zahlreicheres Programmangebot nun in sehr guter Stereoqualität zu empfangen sein wird. Eigenartigerweise ist der Bereich des Hörfunks kaum Gegenstand öffentlicher Diskussion, obwohl die Kommunikationsforschung weiß, daß Jugendliche vorrangig die Musik, Hausfrauen und Autofahrer das Medium als Sekundärtätigkeit nutzen. Fehlen die aufmerksamkeitsheischenden Bilder, fehlt offenbar auch das sozialpolitische Engagement. Dabei sind solche Entwicklungen wie das Lokalradio und die „Freien Radios“ Beleg für innovative Struktur- und Programmentwicklungen, die mehr wissenschaftliche und politische Aufmerksamkeit verdient hätten.

„Low power stations“ heißt ein zusätzliches Schlagwort, auf das sich bereits die traditionellen Rundfunkanstalten eingestellt haben. Regionalisierung und Lokalisierung des Hörfunks sind die Stichworte, die fast alle ARD-Anstalten bereits in aktuelle Programmstrukturen integriert haben. Auch diese Reaktion der öffentlich-rechtlichen Anstalten ist bereits im Vorgriff auf private Radio-Konkurrenz zu sehen.

Private Programmanbieter haben es momentan noch schwer, ihre Marktnische und ihr publizistisches Profil zu finden. Erste Insolvenzen und Konkurse sind beredtes Beispiel für diese Entwicklung. Gerade beim Hörfunk wären auch alternative Programmformen zu entwickeln und innovative „Profile“ politisch zu fördern.

Im Zentrum der Diskussionen stehen jedoch das *Kabel- und Satellitenfernsehen*. Seit dem 1. Januar 1984, also mit dem Beginn des ersten Kabelpilotprojektes in Ludwigshafen/Vorderpfalz, ist das duale Mediensystem erweitert worden, sagen die einen; es ist zerschlagen und aufgebrochen worden, sagen die anderen. Was 1976 vorgeschlagen wurde, ist ganze acht Jahre später praktiziert worden, obwohl bereits die flächendeckende Verkabelung in Ballungsgebieten beachtliche Ausmaße erreicht hat. Seit diesem Datum haben auch private Programmanbieter die Möglichkeit, eigenverantwortlich Sendungen auszustrahlen. Diese Privatisierung des Mediums Fernsehen wird eine Kommerzialisierung des Programmangebots ebenso nach sich ziehen wie eine Internationalisierung der Inhalte auf weltweit vermarktbar Standards.

Die Ausweitung des Programmangebots soll zunächst einmal nur unter quantitativen Gesichtspunkten beschrieben werden: Anstelle der früher — je nach Sendegebiet — empfangbaren drei bis fünf Fernsehprogramme sind in den Pilotgebiete



ten rund 20 Fernsehkanäle abrufbar von in flächendeckend verkabelten Gebieten etwa elf unterschiedlichen Sendern. Ohne über die Ergebnisse exakter Inhaltsanalysen verfügen zu können, ergibt schon ein Blick in die Programmzeitschriften, daß die Programminhalte in erster Linie dem fiktiven Angebot zuzurechnen sind, also vorrangig unterhaltsame Sendungen präsentiert werden. Es führt nun einmal kein Weg daran vorbei, daß erwerbswirtschaftliche Medienunternehmen auf eine möglichst große Anzahl von Zuschauern angewiesen sind, um darüber den Preis für die einzige Finanzierungsquelle, die Werbung, kostendeckend und profitorientiert zu steuern. Von diesen Sendern Minderheitenprogramme oder zielgruppenorientierte Spezialprogramme zu erwarten, wäre ein Anachronismus. Dies zu leisten, bleibt den öffentlich-rechtlichen Programmbietern vorbehalten, die neben ihren Universalprogrammen auch Kanäle für Teilpublika reservieren und ausfüllen sollten.

Ein bemerkenswerter Versuch ist die kommerzielle Nachrichtenpräsentation: „News shows“ werden dem Zuschauer angeboten, womit so gleich deutlich wird, daß Unterhaltungselemente auch beim Informationsangebot von den Kommunikatoren favorisiert werden.

Diese quantitative Ausdehnung des Programmangebots führt auch zu verstärkter Berücksichtigung regionaler und lokaler Themen. Dies könnte einem latent vorhandenen Kommunikationsbedürfnis der Zuschauer entgegenkommen, und die ersten Erfahrungen sind durchaus positiv zu bewerten. Die Konzentration auf den Nahraum oder die Region ist ein sinnvolles Äquivalent zur nationalen und zunehmend internationalen Berichterstattung im Fernsehen.

ARD und ZDF haben auch auf diesem Feld Anpassungsprozesse hinter sich; sie haben selbst hartnäckigen Kritikern bewiesen, daß Reformen und Strukturveränderungen bei ihnen möglich sind, und sei es erst auf äußeren Druck hin. Einen Sonderfall stellen zwei publizistische Angebote dar: einmal der „Offene Kanal“, mit dem bisher in allen Projekten eher skeptische Erfahrungen gesammelt worden sind, und zweitens die besonders bei Jugendlichen beliebten Musikkanäle, die nahezu rund um die Uhr Video-Clips präsentieren.

Die bisher arbeitenden *Fernmeldesatelliten* — auf den ersten Rundfunksatelliten müssen wir noch etwas warten — strahlen in die vier Pilotprojekte Ludwigshafen, München (1. 4. 1984), Dortmund (1. 6. 1985) und Berlin (28. 8. 1985) ebenso ihr Programm wie sie in bestehende Kabelnetze „eingespeist“ werden. Insgesamt vier Programmveranstalter haben sich bisher mit ihrem Programm behauptet, nämlich: die drei privaten Sender SAT 1, RTL-plus und Sky Channel sowie das öffentlich-rechtliche Gemeinschaftsprogramm von ZDF/ORF und SRG mit dem Titel 3 SAT. Weitere Programmangebote werden folgen, wobei besonders ARD und EBU sich um Lizenzen bemühen. Auch ausländische Programminteressenten werden zukünftig auf den deutschen Fernsehmarkt drängen, ohne sich nur einigermaßen sicher sein zu können, ob ihre Produkte denn auch Abnehmer finden werden. Diese Aussage ist bewußt so formuliert, trägt doch die bisherige Debatte meist oder ausschließlich ökonomische Züge, während die notwendige publizistische Diskussion und Konzeption kaum behandelt werden.

## Soziale und individuelle Folgen

Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken werden zahlreiche und teilweise intensive Veränderungen herbeiführen, die sämtliche Phasen des Alltags, berufliche wie private, erfassen. Diese gesellschaftlichen und persönlichen Auswirkungen sind in sozial unerwünschten und sozial erwünschten Dimensionen zu diskutieren und wo nötig politisch zu gestalten. Kommunikationsmittel jeglicher Art und Funktion isoliert und monokausal für gesellschaftlich bedenklich zu apostrophieren, entspricht nicht dem kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnisstand. Die Medien sind *eine*, wenn auch wichtige Sozialisationsinstanz neben den bekannten und traditionellen wie Familie, Freundeskreis, Kindergarten, Schule, Universität etc.

In diesem Beitrag soll der Diskussionsstand der komplexen Auswirkungen der neuen IuK-Techniken auf drei Ebenen erfolgen, die aus analytischen Gründen voneinander getrennt werden, obwohl Interdependenzen in der Realität sicher sind. Die Konsequenzen durch die Computertechnik am Arbeitsplatz werden hier weitgehend ausgespart, damit der Blick auf die publizistischen Konsequenzen klarer wird.

Die Computerisierung und Mediatisierung unserer Lebenswelt sowie die gesellschaftliche Entwicklung zur Informationsgesellschaft einerseits, bei der der Anteil von Information und Kommunikation am Bruttosozialprodukt stetig steigt, sowie die kontinuierliche Tendenz zur Freizeitge-



sellschaft andererseits, die immer mehr Menschen eine vermehrte tägliche, wöchentliche, jährliche oder allgemeine Lebensfreizeit (vorzeitige Pensionierung) erbringt, werden die nahe Zukunft der Bundesrepublik Deutschland nachhaltig beeinflussen.

### Die erste Dimension: Journalismus

Die Wortschöpfung aus den siebziger Jahren ist bezeichnend: vom „Redaktroniker“ wurde plötzlich geschrieben und gesprochen, wo man sich bisher doch angewöhnt hatte, vom Redakteur zu sprechen. Allein durch diese schlagwortartige Metapher wird deutlich, daß neue Produktions-, Speicher-, Satz- und Drucktechniken das Berufsfeld des Journalisten entscheidend verändern und damit zur Folge haben, daß dieses Berufsbild neue Aspekte erfahren hat oder erfahren wird. Im Printmedienbereich sind einzelne technische Berufe verschwunden, andere haben völlig neue Qualifikationsprofile erhalten.

Dieser Umstrukturierungsprozeß im Druckgewerbe ist durch den hohen Implementierungsgrad der neuen Technik in Printmedien-Unternehmen in seiner arbeitsmarktpolitischen und persönlichen Schärfe nahezu abgeschlossen, was nicht heißt, daß durch neue Computergenerationen hier eine dauerhafte Stagnation zu verzeichnen wäre. Die zahlreichen Streiks — auch von Journalisten — seit 1978 und die tarifrechtlichen Auseinandersetzungen um neue Tätigkeitsbeschreibungen der letzten Jahre sind hierfür eindeutiges Indiz. Während die häufig existenziellen Konsequenzen für Setzer, Metteure und Drucker klar geworden sind, herrscht, was die publizistischen Konsequenzen anbetrifft, noch Unklarheit. Vermutungen und Spekulationen von der veränderten Tageszeitung nach Umstellung auf die neuen Techniken sind bisher kaum wissenschaftlich untersucht. Ob durch den „Computerjournalismus“ die Inhalte uniformer und konsonanter, insgesamt kurzer und stereotyper verlaufen, muß noch überprüft werden; ob die gesteigerte Schnelligkeit des Transports von Informationen zu mehr Oberflächlichkeit führt und die journalistischen Stilformen von der Nachricht bis zur Glosse verarmen, ebenfalls. Ob durch die Bildschirmarbeit physiologische Schädigungen bei den Journalisten und Sekretärinnen zu konstatieren sind, bleibt umstritten, ebenso gegensätzlich ist die Einschätzung von „betroffenen“ Journalisten. Sicher ist, daß Arbeitsvorgänge zusammengefaßt und Arbeitsabläufe zentralisiert werden. Sicher ist auch, daß dezentrale Vorgänge effizienter und störanfällige Strukturen problemloser verlaufen können.

Produktivitätssteigerung und Rationalisierung einerseits sowie kommunikative Leistungserfüllung und journalistische Qualität andererseits müssen

im Zusammenhang betrachtet werden, ehe ein abschließendes Urteil möglich wird. Der Journalist von morgen, eben jener „Redaktroniker“, hat sein neues berufliches Selbstverständnis noch nicht gefunden. Es ergeht ihm genau so wie den Mitarbeitern in anderen Dienstleistungssektoren. Kommunikation und Information über die neuen IuK-Techniken sind unterentwickelt; Wissen und Aufklärung darüber häufig bizarr verzerrt.

### Die zweite Dimension: „Alte Medien“

Die Gesamtauflage der deutschen Tageszeitungen, Umsätze und Erlöse aus diesem Kommunikationsgeschäft werden von anderen Branchen gleichermaßen bewundert wie beneidet. Selbst in Jahren der wirtschaftlichen Rezession sind rückläufige Tendenzen — wenn überhaupt — kaum festzustellen. Der Konzentrationsprozeß stagniert bei den Tageszeitungen seit etlichen Jahren bei etwa 125 publizistischen Einheiten (= Vollredaktionen). Die Situation bei den Wochenzeitungen ist nahezu unverändert, wogegen der Zeitschriftenmarkt sowohl von der Gesamtauflage und den Gesamtumsätzen als auch von Neugründungen nur Positives zu berichten weiß. Über 10 000 (!) Titel erscheinen derzeit, wobei das Marktsegment „special interest“-Zeitschriften teilweise über enorme Steigerungsraten frohlockt. Die Bürger der Bundesrepublik haben noch nie mehr Bücher gekauft — auch gelesen? — als zur Zeit; nie ist die Chance für eine Drucklegung von langweiligen und überflüssigen, weil bereits ähnlich veröffentlichten Büchern größer gewesen als heute! Und das alles trotz größerer Werbung in den elektronischen Medien, trotz einer extensiven Programmerweiterung des Fernsehens und der Elektronisierung vieler Kommunikationsvorgänge.

Die Tageszeitung wird auch weiterhin rund 40 Minuten täglich gelesen, da dieses Medium *nicht mit den AV-Medien konkurriert*, sondern diese ergänzt. Tageszeitungen konkurrieren untereinander, nicht jedoch mit struktur- und angebotsungleichen Medien. Sie haben ein spezifisches Nutzungsprofil, eine unverwechselbare Funktionalität und — bisher noch teilweise nicht praktizierte Reaktionsmöglichkeiten auf die Informationsgesellschaft der Zukunft. Gerade durch die neuen Drucktechniken sind sie in der Lage, sich rasch neuen Gegebenheiten anzupassen. Es kann eine Menge „unternommen“ werden:

— auf besondere Ereignisse wird in besonderer Form durch Beilagen, Sonderausgaben und aktualisierte Ausgaben reagiert;

— der oder *die* Erscheinungszeitpunkte können verändert werden;

— die Abfolge von Ressortbeiträgen kann umgestellt werden (Beispiel: Lokales nach vorn!);



- die einzelnen Beiträge können hintergründiger, analytischer und präziser präsentiert werden;
- tage- und wochenweise können „Themenseiten“ ausgewechselt werden;
- je unterhaltsamer die AV-Medien, desto informativer sollten die Printmedien werden;
- die Zeitung kann verschiedene publizistische Notwendigkeiten in anderen Medien kanalisieren.

Diesen journalistischen und verlegerischen Anpassungsstrategien stehen natürlich noch wirtschaftliche und vertriebliche Aspekte des Problems zur Seite. Das auch durch ständige Wiederholung nicht richtiger werdende Argument der „Existenzbedrohung“ der Tageszeitungen durch die „Neuen Medien“ muß von Kommunikationswissenschaftlern zurückgewiesen werden. Die erfolgreiche ökonomische und publizistische Zeitung von morgen benötigt Innovationen, kein Wehklagen; ihr unverwechselbares Profil ist für die funktionierende Demokratie und ihre Bürger unverzichtbar.

Für die Zeitschriften gilt mit einer wesentlichen Ausnahme ähnliches. Allein die hochgradige thematische Spezialisierung und damit verbundene Zielgruppenorientierung könnte konzeptuell mit möglichen und bereits geplanten TV-Zielgruppenprogrammen kollidieren. Doch auch hier wird sich meines Erachtens einmal mehr die „more and more“-Regel bestätigen: der Sportinteressierte z. B. nutzt bereitwillig Angebote in unterschiedlichen Medien — solange sich deren Produkt unterscheidet.

Die Zukunftsperspektive der Gattung *Buch* dagegen ist nur mit einer größeren Irrtumswahrscheinlichkeit zu prognostizieren. Aber das äußerst „intime“ Verhältnis des Lesers zum Buch, dessen aufklärerischer wie unterhaltsamer Nutzen wiegen allemal mehr als das befürchtete „elektronische Buch“ oder die „immaterielle Bibliothek“ des Forschers. Seien Sie ehrlich: können Sie sich vorstellen, Karl May, Kurt Tucholsky oder Thomas Mann ausschließlich auf dem TV-Schirm durchzublättern?

Ein anderes Problem ist dagegen wichtiger: Verlage und Printmedienunternehmen haben es durch eine geschickte Unternehmenspolitik geschafft, mit den Argumenten der Existenzgefährdung und des „publizistischen know-hows“ Zugang zu den elektronischen Medien zu finden. Dadurch gibt es — wie in den USA — das Problem der Doppel- oder Mehrfach-Eigentümerschaft an Print- wie AV-Medien. So wie es der Lizenzierungsbehörde (FCC) in den Vereinigten Staaten nicht gelingt, Entflechtungen und eine „De-Regulation“ angemessen durchzusetzen, wird dies auch für die Bundesrepublik zu erwarten sein. Die Konsequenz aus diesen Diversifika-

tionsbestrebungen von Medien-Konzernen sind die Reduzierung des thematischen Spektrums und die der journalistischen Stilformen. Diese kulturpolitisch zweifelhaften Auswirkungen gehen einher mit der medialen Austauschbarkeit von „Konzern-Journalisten“. Fluktuation und Mobilität, bis heute wenig in Journalistenkreisen zu beobachten, werden „zwangsweise“ verordnet!

Die gesamte Entwicklung beim Medium *Hörfunk* (Radio) verläuft dagegen fast lautlos — in Praxis und Wissenschaft. Die neun Landesrundfunkanstalten der ARD, die Deutsche Welle und der Deutschlandfunk in Köln, der RIAS in Berlin sowie einige Militär- und Alliiertensender strahlen eine beachtliche Zahl von Programmen aus, wobei die Servicewelle jeweils auch die Publikumsstelle genannt werden kann. Hier hat sich das Magazin-Konzept weitgehend durchgesetzt; gemixt werden Musik, Nachrichten, kurze Interviews und Kommentare, verbunden mit den Verkehrsdurchsagen und — bei fast allen Anstalten — Werbeeinblendungen. Die weiteren Kanäle stehen für regionale, lokale und Spezial-Programme zur Verfügung.

Würden die Hörfunksender bisher nennenswert nur durch den von Luxemburg einstrahlenden Sender RTL beeinträchtigt, sind seit kurzem weitere Radio-Aktivitäten zu verzeichnen: Zuerst die alternativen oder affirmativen „Freien Radios“, dann private Stadtsender und nun auch kommerzielle Hörfunkanbieter „stören und stört“ das gewachsene Fundament der fröhlichen Wellen. Die werbefinanzierten privatrechtlichen Radiostationen favorisieren eindeutig die nur von Nachrichten und Werbespots unterbrochene Publikums-Musik bzw. Musik für Jugendliche. Der Kanal wird total auf massenattraktive Unterhaltung gebracht, Spezial- und/oder Minderheitenprogramme finden keinen Raum im Programmangebot.

Mittlerweile ist aber auch hier die vormalige „Goldgräbermentalität“ zugunsten einer realistischen Einschätzung gewichen. Erste Stationen geben ihre Lizenz zurück: das Werbeaufkommen einerseits, die fehlende breite Akzeptanz andererseits und die noch geringen Möglichkeiten der nationalen Verbreitung sind dafür die Gründe. Ein journalistisches Experimentiermedium wird der Hörfunk der Zukunft kaum werden. Verbesserte Klangqualität, Entspannung und Unterhaltung sowie Nachrichten in Schlagzeilen werden die publizistischen Funktionen sein und bleiben.

Die öffentlich-rechtlichen *Fernsehanstalten* ARD und ZDF reagieren im Hinblick auf die kommende Fernsehkonkurrenz bereits sukzessive auf die Handlungen der privaten Programmanbieter. Nachweislich verläuft das Ergebnis eigener Aktivitäten in Richtung einer „Selbstkommerzialisie-



„Niveau“ bereits merklich antizipierten Privatprogrammen nähert. Das zu besonderen Ereignissen, wie z. B. anlässlich der Olympischen Spiele, praktizierte „Frühstücksfernsehen“, das 1981 eingeführte Vormittagsprogramm, die Präsentation von Ansagen, Moderation und Unterhaltungssendungen sowie nicht zuletzt das überdeutliche Hinweisen auf die Unverwechselbarkeit des Senders sind Indikatoren dafür. Auch die erhöhten Anteile der Live-Berichterstattung und die früher undenkbare Ausdehnung von unterhaltsamen wie spannenden Sportübertragungen können als weitere Belege teilweise überhasteter Aktionen genannt werden.

Sieht man sich die Programmankündigungen der öffentlichen wie privaten Medien einmal an, so kann bereits jetzt eine generelle Regel der nordamerikanischen Kommunikationsforschung zuverlässig bestätigt werden: Das Programm wird durch eine quantitative Vermehrung (Vielzahl) nicht unmittelbar auch qualitativ interessanter (Vielfalt). Die Regel des „more of the same“ erlangt hier wiederum Gültigkeit; die Folge ist ein Fernsehmedium mit einem eindeutig unterhaltsamen Programmangebot, in dem selbst politische, wirtschaftliche und kulturelle Fragen „mediengerecht“ aufgearbeitet werden müssen, im Klartext: publikumswirksam produziert, selektiert und präsentiert werden. Die Parkinsonsche Neigung zur seriellen Manie (Dallas, Denver, Schwarzwald-Klinik oder Lindenstraße), zur Publikumsbindung und möglichst hohen Einschaltquoten, verbunden mit kostendeckenden und profitablen Werbeerlösen ist dem privatrechtlichen Medienmechanismus immanent. Mit zwei bis drei nationalen Sendern wird der lange gesellschaftlich privilegierte und aufgrund zahlreicher Affären sicher reformbedürftige öffentlich-rechtliche Rundfunk (Proporz/Ausgewogenheit) rechnen müssen, und dabei wohl den Programmauftrag oft zugunsten des Publikumsgeschmacks vernachlässigen. Hier bahnt sich ein viertes „Fernsehurteil“ des Bundesverfassungsgerichts bereits an. ARD und ZDF sowie die mittlerweile zu Vollprogrammen etablierten fünf Dritten Programme zeigen „Assimilationseffekte“, anstatt sich auf ihre originären Leistungen zu besinnen und ein unverwechselbares Profil im publizistischen Bereich zu gewinnen.

Die *Kinotheater* und Lichtspielhäuser befinden sich in einer langwierigen und schwierigen Phase auf der Suche nach eben jenem publizistischen Profil. Kontinuierlicher und dauerhafter Zuschauerschwund gehen einher mit Film- und Produktionskrisen, Schließung von Lichtspielhäusern und wichtigen Genre-Veränderungen. Filmförderung und die Kooperation mit dem Medium Fernsehen sorgen zwar für noch überdauernde Existenzen, aber nicht selten werden Kinofilme

*zuerst* im Fernsehen und dann im Kino vorgeführt. Interessant ist jedoch eine weitere augenfällige Veränderung des Kinos: Die Räume werden kleiner, die Filme zielgruppenspezifischer, die Sujets ausschließlicher. Auf das Medium Fernsehen und seine übliche Rezeptionssituation einerseits eingehend, andererseits inhaltlich aber dem Versuch folgend, sich vom „großen, übermächtigen Bruder“ zu trennen, verharret das Kino in einer Situation der Verunsicherung. Unübersehbar ist das Kino dem Fernsehen immer ähnlicher geworden —, sind Produktions-, Distributions- und Rezeptionsbedingungen ohne medien-spezifische Konturen. Ob zur Zeit bereits der Punkt einer medienfunktionalen Koexistenz gegeben ist, scheint fraglich. Weitere Reduzierungen und Modifizierungen des Kinos der Zukunft sind dagegen eher wahrscheinlich.

Die hier beschriebene Situation ist durch die Entwicklung und Ausbreitung des Videorecorders in Privathaushalten der Bundesrepublik noch verschärft worden. Das wesentliche Anschaffungskriterium eines Videorecorders ist die Aufzeichnung und zeitversetzte Wiedergabe von Fernsehsendungen, besonders von Spielfilmen, Musiksendungen, Quiz und Shows. Daneben ist für viele Eigentümer auch das Abspielen von gekauften oder geliehenen Programmkassetten wichtig, besonders jener Genres, die im öffentlich-rechtlichen TV nicht angeboten werden können. Das „Pantoffelkino“ bekommt hier eine neue qualitative Dimension: Pornographie und Brutalität kann im Wohnzimmer, nahezu unkontrollierbar, auch an Zuschauer gelangen, die sicher noch nicht auf diese Inhalte vorbereitet sind und den Umgang damit auch nicht gelernt haben bzw. dazu auf Grund ihrer Entwicklung noch nicht fähig sind. Die tatsächlichen Konsequenzen werden kumulativ und damit langfristig sein, ihre genaue Dimension ist heute noch gar nicht festzustellen.

### **Die dritte Dimension: Soziale Konsequenzen**

Die eingeleitete Computerisierung und Mediatisierung des Alltags, im Beruf wie in der Freizeit wird Folgen haben, die heute sicher noch nicht sichtbar sind. Sie wird jedoch weder apokalyptische noch einzig fortschrittliche Dimensionen zeigen. Die Medien sowie die technische Umwelt werden den Menschen nicht beliebig beeinflussen und verändern oder gar manipulieren können. Andererseits ist das Publikum auch nicht so autonom, als könne es quasi eigenständig und unbeeindruckt den Kommunikationsprozeß steuern. Beide, die Medien und der Mensch, stehen in einem dynamisch-transaktionalen Verhältnis zueinander, steuern und beeinflussen sich gegenseitig.



Die zukünftige Informationsgesellschaft wird Konsequenzen für das Gemeinwesen, die Familie und den einzelnen haben. Diese Erkenntnis ist offensiv in politische Planungen und Steuerungen umzusetzen. Wie bereits nach kurzer Zeit auch hierzulande zu sehen ist, gibt es keinen immanenten Automatismus von medialer Vielzahl und publizistischer Vielfalt. Neben dieser generellen und wesentlichen Erkenntnis ist auch als empirisch gesichert anzunehmen, daß eine quantitative Vermehrung des TV-Angebots nicht oder kaum zur quantitativen Ausdehnung der Nutzungsdauer führen wird. Durchschnittlich wird kaum ein erhöhter Fernsehkonsum festzustellen sein. Die Ausnahmen jedoch sind wesentlich: Kinder, Jugendliche und ältere Menschen einerseits, Minderheiten, Arbeitslose und soziale Randgruppen andererseits. Die jeweilige Kombination — also etwa jugendliche Arbeitslose — führt sicher zur Potenzierung möglicher — eher negativer — Konsequenzen. Hier wird wieder einmal sichtbar, das weitblickende Sozial- oder Wirtschaftspolitik auch ein Stück Medien- oder Kommunikationspolitik sein muß.

Unschwer ist zu erkennen, daß das Medium Fernsehen zukünftig noch stärker als bisher ein weitgehendes Unterhaltungs-Medium sein wird. Information und Dokumentation, Kritik und Kontrolle werden im Fernsehen der Zukunft unterrepräsentiert, Ablenkung, Zerstreuung und Unterhaltung dagegen überrepräsentiert sein. Das vielfältige Programmangebot wird zur Segmentierung des Publikums führen, der bisherige gemeinsame Gesprächsstoff durch und mittels der Medien wird fehlen. Damit wird eine wichtige Wirkungsqualität der Medien, die sogenannte Thematisierungs- und Themenstrukturierungsfunktion, eingeschränkt. Zahlreiche Zuschauersegmente werden verschiedene Gesprächsgrundlagen verzeichnen, da sie sich unterschiedlichen Fernsehhalten zugewendet haben. Diese für den Alltag nicht zu unterschätzende negative Konsequenz geht einher mit einer weiteren sozialpolitisch wichtigen Auswirkung: Die Kluft zwischen den Wissenden und Informierten zu den eher Unwissenden und Uninformierten

dürfte unter dem Einfluß der Massenmedien, besonders des Fernsehens, eher größer als kleiner werden. Dieses Anwachsen der Wissenskluft steht pädagogischen und demokratietheoretischen Erwägungen entgegen. Hier wird die Notwendigkeit einer professionellen Kommunikationspolitik deutlich, aber auch die offenkundige Diskrepanz zu den bisher praktizierten politischen Usancen.

Eine in den vergangenen Jahren zu beobachtende weitere Tendenz läßt jedoch den Stellenwert der Kommunikationspolitik — und das ist zu wünschen — wieder geringer erscheinen: Nie zuvor gab es so zahlreiche und intensive „Außer-Haus-Aktivitäten“ der Bürger der Bundesrepublik. Die zunehmende Freizeit geht nicht ausschließlich in Medienkonsum über; sie wird verstärkt und vermehrt in spielerisch-sportliche, körperbetonte Beschäftigungen investiert. Die Mitgliederzahlen im Deutschen Sportbund, die breite gesellschaftliche Akzeptanz von verschiedenen Fitness-Wellen, die Nutzung und Benutzung kommerzieller Angebote in Ergänzung zum Sportverein sowie die Tatsache, daß das breitgefächerte Freizeitangebot auch von Bevölkerungsschichten oder -gruppen angenommen wird, die bisher daran selten beteiligt gewesen sind, läßt erahnen, daß sowohl die zukünftige Computergesellschaft im Arbeitsleben wie die komplette Mediengesellschaft in der Freizeit dem Individuum Mittel und Möglichkeiten lassen, sich nach eigener Entscheidung davon zu lösen und als sinnvolles Äquivalent selbstgesteuerte Aktivitäten zu initiieren. Hier wird Kommunikation als soziales Handeln begriffen und erlebt, bei dem die Primärerfahrung und sinnliche Erkenntnis eine wichtigere Rolle spielen als Konsum, Rezeption und gesellschaftliche Passivität.

Die Bürger der Bundesrepublik auf die „Kommunikationsrevolution“ vorzubereiten, zu befähigen und damit die Wirkungen kalkulierbar oder gar sozial erwünschbar zu gestalten, ist eine vordringliche Aufgabe von Wissenschaft, Politik und Praxis. Diese Aufgabe muß als dringlicher sozialer Auftrag verstanden werden, soll es nicht für einige Gruppen zu problematischen Konsequenzen kommen.



# Über den Umgang mit Medien in Familien

## Betrachtungen über alte Probleme und neue Belastungen im Alltag

### I. Vorbemerkungen: Familie und Medien in der öffentlichen Diskussion

Der Fernsehkonsum ist — so die neuesten Trends — weiter leicht angestiegen. 183 Minuten war das wohl subjektiv bedeutsamste Medium täglich in bundesdeutschen Haushalten eingeschaltet<sup>1)</sup>. Gegenüber 1983 bedeutete dies einen Anstieg um vier Minuten. Und zwei andere Untersuchungen im Auftrag von ARD und ZDF geben Auskünfte über Tendenzen im Zuschauerverhalten: So hat eine Tagebuchehebung in achtzig Haushalten im Kabelpilotprojekt Ludwigshafen ergeben, daß sich der Schwerpunkt der Nutzung neuer Programmformen auf unterhaltende Sendungen und entsprechend konzipierte Kanäle konzentriert. Diese Gewichtung geht einher mit einem „dramatischen Rückgang“ der Nutzung von Informationsangeboten<sup>2)</sup>. Der Trend erhärtete sich in einer im Frühsommer 1985 durchgeführten Befragung in einigen westdeutschen Kabelhaushalten (Hamburg, Mainz, Ludwigshafen, München), in denen auch das Privatfernsehen SAT 1 zu empfangen war. Dabei konnten die öffentlich-rechtlichen Anstalten ihre führende Position behaupten: ARD und ZDF hatten Einschaltquoten von je 25 Prozent, SAT 1 23 Prozent, die dritten Programme zehn Prozent und 3 SAT sechs Prozent (der Rest entfiel auf ausländische Sender). In jenen Haushalten, die zusätzlich RTL plus empfangen konnten, blieben die Anteile von ARD und ZDF gleich, während die Einschaltquote von SAT 1 auf 14 Prozent sank. Dagegen kam der Luxemburger Sender auf immerhin 16 Prozent<sup>3)</sup>.

Die Umverteilung zugunsten der kommerziellen Anbieter ging besonders zu Lasten der Nachrichtensendungen und der Informationsmagazine von ARD und ZDF. Während der TV-Konsum bei Kindern drastisch anstieg (um etwa 65 Prozent), blieb er bei den Erwachsenen konstant. Bei den Erwachsenen ist allerdings ein Trend zum

„Fiction-Vielseher“ (Bernward Frank) festzustellen, der zwar nicht mehr Zeit zum Fernsehen verwendet, der sich aber im Slalom der unterhaltenen Medienangebote besonders kompetent auskennt.

Nimmt man dann noch Erhebungen zum Videokonsum hinzu, die beispielsweise eine komplementäre Nutzung von Fernsehen und Video im Hinblick auf Spielfilme und Action zutage förderten<sup>4)</sup>, scheinen sich jene Befürchtungen zu bestätigen, die in den audiovisuellen Medien anspruchslose Unterhalter, eine Berieselungsanlage mit öffentlich-rechtlichem oder privatem Auftrag sehen. Dieses Verwiesensein auf massenmediale Unterhaltungsangebote, die Bindung freier Zeit durch vorproduzierte Bilderwelten und die Beeinflussung sozialer Institutionen, Strukturen und Prozesse durch alte Medien und neue Kommunikations- und Informationstechnologien waren und sind Diskussions- und Forschungsgegenstand zahlreicher Gremien und Institutionen.

Während man einerseits auf die problematischen Wirkungen der Medien auf Kinder und Jugendliche aufmerksam machte, in den neuen und alten Medien eine Sprengkraft für die Familie sah (und sieht), die statt einem Mehr an Entlastung ungeheure Belastungen mit sich bringen würden<sup>5)</sup>, gab (und gibt) es andere Untersuchungen, die das Kabelfernsehen für ein harmonischeres Familienleben verantwortlich machten. So kommt eine Erhebung der Demoskopin Noelle-Neumann im Ludwigshafener Kabelpilotprojekt zu eben diesem Ergebnis. Da heißt es unter anderem: „Sagten beispielsweise noch vor ihrem Anschluß an das Kabel noch 36 Prozent der Befragten über

<sup>1)</sup> Wolfgang Darschin/Bernward Frank, Tendenzen im Zuschauerverhalten, in: Media Perspektiven, (1985) 4, S. 245–258.

<sup>2)</sup> Ursula Dehm/Walter Klingler, Programmvialt versus Programmnutzung, in: Media Perspektiven, (1985) 6, S. 659–663. Vgl. dazu auch die Frankfurter Rundschau vom 14. 11. 1985, S. 12.

<sup>3)</sup> Vgl. dazu die Süddeutsche Zeitung vom 15. 11. 1985, S. 14, sowie Kirche und Rundfunk, Nr. 91/1985 vom 17. 11. 1985.

<sup>4)</sup> Jürgen Pfifferling/Joachim Wiedemann, Videoboom und Fernsehkonsum — Eine erste Zwischenbilanz, in: Media Perspektiven, (1983) 8, S. 570–581. Die hier aufgezeigte Tendenz wird durch GfK-Auswertungen über den Fernsehkonsum in 300 Fernsehhaushalten mit Videorecordern bestätigt. „In diesem Fall steigt die Fernsehnutzung (TV-Programm und Video) bei Kindern und Erwachsenen um durchschnittlich 30%.“ (Kirche und Rundfunk, Nr. 92/1985 vom 20. 11. 1985).

<sup>5)</sup> Vgl. hierzu die zahlreichen Veröffentlichungen von Kurt Lüscher; z. B. Medienwirkung und Gesellschaftsentwicklung, in: Media Perspektiven, (1982) 9, S. 545–555.



ihre Familie ‚Wir sind oft verschiedener Ansicht‘, so waren es nach einem Jahr Kabelfernsehen 29 Prozent der Befragten. . . . ‚Öfter ist die Stimmung bei uns gereizt‘, dieser Aussage stimmten nach der einjährigen Erfahrung mit dem vermehrten Programmangebot 17 Prozent zu, vor Sendebeginn im Ludwigshafener Kabelpilotprojekt waren es noch 31 Prozent gewesen . . . Eine Erklärung (für die zunehmende Harmonisierung unter den Familienmitgliedern) sieht Noelle-Neumann darin, daß ‚weniger politisch kontroverse Programme gesehen wurden und sich damit weniger Konflikte in der Familie ergaben‘.“<sup>6)</sup>

Dieses Ergebnis — ohne daß hier auf die Problematik der Untersuchungsanlage und die oberflächliche Interpretation von Daten eingegangen werden kann<sup>7)</sup> — überrascht insofern, als in den Forschungsbemühungen der letzten Jahrzehnte ganz überwiegend das Bedrohliche der technischen Medien für das familiäre Zusammenleben und die psychosoziale Entwicklung der Kinder herausgestrichen wurde<sup>8)</sup>. Und auch die Untersuchungsschwerpunkte verdeutlichen, daß es den Forschungen bisher vor allem darauf ankam, jene Normen und Werte zu betonen, die durch die Medienangebote in die familiäre Kommuni-

kation gelangten, um dort negative Wirkungen zu entfalten: angefangen von der Schmutz- und Schund-Debatte über die Einflüsse verschiedenster Medien auf das Kind bis hin zu den jüngsten Diskussionen über Videospiele und den Horrorfilm. Und es charakterisiert die bisherige Forschung auch, daß sie mediumzentriert arbeitete, d. h., es stand fast ausnahmslos nur *ein* Medium im Zentrum.

Dieses Vorgehen hatte einige sehr gewichtige Nachteile: Da wurde mit jedem neu auftretenden Medium ein neues Bedrohungspotential registriert (zunächst das Kino, dann die Comics, schließlich das Fernsehen und die neuen Medien in Gestalt von Video und Computer), ohne daß gesellschaftliche, soziokulturelle oder individuelle Zusammenhänge in bezug auf Produktion oder Rezeption von Medien festgestellt und Fragestellungen verändert wurden. Und: Da geriet zusätzlich das *Medienensemble*, mit dem Familien und Kinder alltäglich umgehen, aus dem Blickfeld. Dies war und ist um so verständlicher, als der Entwicklung neuer Medientechnologien und der Entstehung eines erweiterten Medienangebots besondere Bedeutung für den alltäglichen Medienumgang zukommen.

## II. Forschungsansätze

Die Auswirkungen von Entwicklungen und Veränderungen der Kommunikations- und Informationstechnologien auf den (Familien-)Alltag waren und sind ein entscheidender Ausgangspunkt von zwei Projekten, die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanziert und am Ludwig Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft an der Universität Tübingen durchgeführt wurden. Im Mittelpunkt beider Projekte stand die Frage, welche Formen integrierter Nutzung des Medienensembles sich in den Familien verfestigt haben bzw. sich durchsetzen werden, wie sich Alltagsrituale im Umgang mit den Medien herausgebildet haben bzw. wie sie sich verändern, und schließlich welche subjektiven Verarbeitungsformen, Deutungsmuster und medienbe-

zogene Handlungen vorherrschen bzw. dominieren werden. Mit Hilfe biographischer Interviews wurde zusätzlich die individuelle bzw. gruppenspezifische Mediennutzungsgeschichte erhellt, auf deren Hintergrund dann aktuelle Umgangsstile fundierter erläutert werden können.

Eine derartige Zielsetzung spiegelt eine Einschätzung der medienbedingten Einflüsse auf Individuum und Gesellschaft wider, die die Medien, ihre Produktion, Distribution und Nutzung nicht als etwas den je herrschenden Normen und Werten Äußerliches betrachtet, sondern als die sachlogisch-konsequente Fortsetzung einer technologischen Entwicklung, in der das technisch Machbare und die ökonomische Verwertungslogik vor dem Menschen rangiert. Eine Medienkritik jedoch, die sich ausschließlich auf ein der Familie gegenüberstehendes Medium einstellt, muß zwangsläufig oberflächlich und folgenlos bleiben. Denn die Komplexität, mit der Medien in den Familienalltag verwoben sind, sie Alltagserfahrungen eine Form geben und diese gleichzeitig binden, macht deutlich, daß man den alltäglichen Umgang mit Medien nur in einer Art „Gemengelage“ (Hermann Bausinger) begreifen kann. Vorschnelle Verallgemeinerungen (z. B. *der* Einfluß *der* Medien *auf* die Familie) und damit einhergehende monokausale Korrelationen zeigen immer wieder, daß ein Großteil der gängigen

<sup>6)</sup> Diese Untersuchung ist zitiert bei Ingrid Scheithauer, *Das Kabel macht müde*, Frankfurter Rundschau vom 10. 7. 1985, S. 10.

<sup>7)</sup> „Die in Mainz präsentierten Ergebnisse . . . sind eine Anhäufung von Banalitäten und Artefakten, die teilweise auf Suggestivfragen zurückgehen und nur noch ungläubiges Staunen hervorrufen. Bei den vier Indikatoren, mit denen man beweisen will, daß Kabelfernsehen das Familienleben harmonisch mache, tut man so, als wären nicht schon Generationen von Soziologen, Psychologen und Pädagogen mit dem komplexen Gebilde ‚Familie‘ befaßt gewesen“ (vgl. Anm. 6).

<sup>8)</sup> Eine knappe Zusammenstellung bietet z. B. Karl-Heinz Hochwald, *Neue Medien — Auswirkungen in Familie und Erziehung*, Münster 1983.



Forschungsanstrengungen wenig zum Verständnis der alltäglichen Rezeption beigetragen haben.

Um dieser angedeuteten Komplexität medienbezogenen Handelns aber ansatzweise gerecht zu werden, ist ein verstehend-interpretativer Forschungsansatz notwendig: ein Ansatz, der die Familien in ihren Alltagswelten, ihren individuellen wie sozialen Bedingungen und Voraussetzungen aufsucht, um dann jene Handlungs- und Strukturmomente zu beschreiben, die für den alltäglichen Umgang von Familien mit Medien bedeutsam werden. Verstehend und interpretativ ist dieser Ansatz deshalb, weil er nicht von konkreten Situationen abstrahiert, sondern den Umgang mit Medien auf Lebenswelten bezieht, ihn in Abhängigkeit von ganz konkreten Alltagswelten betrachtet.

Ein solcher Ansatz kann davor bewahren, sich vorschnell in Spekulationen über *den* Umgang von Familien mit Medien zu verlieren, sondern er hält dazu an, so differenziert und alltagsnah wie möglich Daten und Befunde zu erheben, die für je spezifische Formen des Medienumgangs in Familien kennzeichnend und typisch sind. Ein solcher Forschungsansatz versteht sich ausdrücklich *nicht* im Gegensatz zu jenen quantitativ ausgerichteten Studien, wie sie beispielsweise von ARD und ZDF regelmäßig erhoben werden. Er stellt vielmehr — da er eine Vielzahl an qualitativen und alltagsnahen Einzelbefunden erhebt — eine notwendige Ergänzung und Unterstützung auf dem Weg zu einer Theorie mittlerer Reichweite (bezogen auf den Medienumgang) dar, zu einem Konzept auf mittlerer Ebene, das sowohl theoretische Kenntnisse über den Umgang mit Medien als auch praktische Informationen für die in den Medien Arbeitenden liefert<sup>9)</sup>.

Nun verlangt die hier vorgeschlagene Mehr-Ebenen-Analyse im gegenwärtigen Stadium zunächst die Untersuchung von Einzelfällen, da sie eine Datenqualität und -vielfalt bereitstellt, welche die Feststellung von repräsentativen Zusammenhängen zwischen medienbezogenen Umgangsstilen, soziokulturellen Rahmenbedingungen sowie sozialen Handlungszusammenhängen noch schwierig macht. Ungeachtet dessen lassen sich allerdings einige Tendenzen festhalten, die verdeutlichen, daß sich mediale Sozialisation immer in konkreten, in unserem Fall in familialen Umwelten vollzieht<sup>10)</sup>:

<sup>9)</sup> Vgl. Mediaforschung auf mittlerer Ebene, in: Vierteljahreshefte für Mediaplanung, (1985) 1, S. 31—34.

<sup>10)</sup> Ausführlicher finden sich Ergebnisse der ersten Projektphase bei Hermann Bausinger, Alltag, Technik, Medien, in: Harry Pross/Claus-Dieter Rath (Hrsg.), Rituale der Medienkommunikation, Berlin 1983; Klaus Jensen, Die Verwendung von Massenmedien im familialen Alltag, in: Kanal (Teleforum), (1983) 5; Jan-Uwe Rogge, Heidi, PacMan und die Video-Zombies, Reinbek 1985.

— Massenmedien prägen mit den ihnen eigenen Rhythmen Tages- und Wochenabläufe von Haushalten, wirken sich auf Lebens- und Kommunikationsstile aus.

— Haushalte bzw. Haushaltsmitglieder gehen nie mit dem gesamten Medienangebot um, sondern sie stellen sich subjektiv ein Medienangebot zusammen.

— Elterliches Handeln prägt maßgeblich die Nutzungsstile und Genrevorlieben von Kindern.

— Unter bestimmten Rahmenbedingungen kann das Fernsehen Außenkontakte vermindern, freie Zeit binden und zur schweigenden gemeinsamen Beschäftigung werden.

— Medienumgangsstile sind nicht bloß aktuell, sondern immer auch biographisch geprägt. In die gegenwärtige Wahrnehmung von Medien geht schon immer erworbenes, vorangegangenes Wissen über Medien mit ein. So kann die Integration eines neuen Medienangebots in den Alltag durch die Wirksamkeit biographisch bedingter Offenheit oder Sperrn beeinflusst werden.

— Hier findet auch die Distanz, die gegen den Bildschirmtext, den Homecomputer, das Kabel- und Satellitenfernsehen zu beobachten ist, eine Erklärung. In dem Maße, wie sich der Bildschirm als „Leitmedium“ etabliert und als Schlüsselverhalten in Kindheit und Jugend eingeübt wird, könnten sich hier zukünftige medienbezogene Handlungsmuster herausbilden, so daß die Nicht-Akzeptanz als generationsspezifisches Moment erscheint.

— Rezeptionssituationen zeichnen sich durch Mehrdeutigkeiten aus. So kann das Anschauen eines Krimis für die eine Familie Unterhaltung und Entspannung, für eine zweite familiäre Gemeinsamkeit bedeuten, für eine dritte kann der Krimi schließlich genutzt werden, vorausgegangene innerfamiliäre Spannungszustände zu kompensieren oder von ihnen abzulenken.

— Medienangebote (und nicht nur unterhalten-de) werden häufig genutzt, um innere Leere, Streßzustände und Gefühle des Alleinseins zu kompensieren. Mediale Unterhaltung wird aber auch deshalb genutzt, weil sie Gegenbilder zur Realität anbietet, sie Phantasien und Tagträumen eine szenische Form bietet.

— Bei der Einschätzung des Einflusses der Medien auf individuelle und gesellschaftliche Entwicklungen existieren geschlechtsspezifische Unterschiede: Während Frauen eher die negativen bzw. problematischen Auswirkungen von Kommunikationstechnologien thematisieren, versuchen die Männer diese eher herunterzuspielen oder als bewältigbar hinzustellen; während man bei den Frauen ein sozialetisch ausgeprägtes Problembewußtsein findet, besitzen Männer häufiger ein technologisches know-how.



— Und auch bei den inhaltlichen Interessen an Medien zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede. Da gibt es zum einen Differenzen bei der Zuwendung zu bestimmten Genres (z. B. „männliche“ Action versus „weibliche“ Familienserien), zum anderen werden die Technikinteressen männlicher Haushaltsmitglieder dazu eingesetzt, traditionelle Rollenverteilungen innerhalb einer Familie zu stabilisieren.

Diese Tendenzen im Nutzungsverhalten und in den Einstellungen zu den verschiedenen Medien basieren auf Erhebungen, die von 1981 bis einschließlich 1985 im Raum Tübingen, Stuttgart und der Schwäbischen Alb durchgeführt wurden<sup>11)</sup>. Das methodische Instrumentarium bestand aus einer Kombination von problemzentrierten Interviews, teilnehmenden Beobachtungen und Gruppendiskussionen<sup>12)</sup>.

Statistisch repräsentative Ergebnisse sind von den Erhebungen nicht zu erwarten. Die Ergebnisse und Trends werden jedoch vor dem Hintergrund anderer umfangreicher Analysen interpretiert und können damit an Aussagekraft und Reichweite gewinnen. Insgesamt wird es zu alltagsnahen Einschätzungen über Unterschiede zwischen den befragten Haushaltstypen ebenso kommen wie zu Feststellungen über Stadt-Land-

Unterschiede. Und durch Fallbeschreibungen, deren immanente Deutung und Interpretation im Rahmen vergleichbarer Forschungen, kann auf Entwicklungen, Belastungen und Probleme im familialen „Medienalltag“ ebenso hingewiesen werden wie auf medienbezogene Nutzungsstile von Kindern und Jugendlichen<sup>13)</sup>.

Wenn eingangs die Forderung nach Alltagsnähe und Differenzierung für Forschungen über medienbedingte Einflüsse erhoben wurde, so soll dies eingelöst werden, indem wir einige Tendenzen am Beispiel von Falldarstellungen verdeutlichen und konkretisieren. Ein solches Vorgehen kann klarmachen, daß sich hinter verallgemeinerten Ergebnissen und Trends immer gelebte Alltage, Träume, Sorgen, Leiden oder auch Gleichgültigkeiten verbergen. Die hier wiedergegebenen Fälle stehen *pars pro toto*; ihre über den Einzelfall hinausweisende Bedeutung soll dadurch angesprochen sein, daß sie vor dem Hintergrund von weiteren Sekundäranalysen abgestützt sind. In den Fallbeispielen konzentrieren wir uns zum einen auf jene Haushalte, in denen es zu erheblichen Problemen angesichts einer mediatisierten Umwelt kommt, zum anderen auf subjektive Sperren, die eine Nicht-Akzeptanz neuer Medien bedingen.

### III. Problemhaushalte und Problemgruppen — Fallbeispiele

Ein zentraler Kritikpunkt an vielen Forschungen zum Thema „Familie und Medien“ ist, daß zu oberflächlich von *der* Familie gesprochen wird, die von *den* Medien bedroht sei. Zweifelsohne werden mittlerweile alle Haushalte vom Fernsehen berührt (und auch solche, die keinen Fernseher haben), aber es gibt eine große Anzahl von Familien, die solcherart fernsehbedingte Einflüsse gekonnter und bewußter verarbeiten als

andere. Soziokulturelle und sozioökonomische Rahmenbedingungen spielen dabei eine ganz erhebliche Rolle, weshalb Medienpolitik und Familienpolitik nicht voneinander getrennt diskutiert werden dürfen. Medienbezogene Nutzungsmuster sind niemals isoliert zu betrachten, sondern immer im Zusammenhang mit den realen und praktizierten Interaktions- und Kommunikationsqualitäten in Familien. Von daher ist es unabdingbar, die subjektive Medienwirklichkeit, in der sich mediale Wirkungen aufbauen und vollziehen, zu analysieren; ist es notwendig, medienbezogenes Handeln oder die Nicht-Akzeptanz neuer Medienangebote aus der Perspektive des rezipierenden Haushaltes zu verstehen. Der Medienumgang stellt sich für Familien nicht nur anders dar (als für den Medienforscher oder -politiker); Medien *sind* schlichtweg anders und dementsprechend ist das alltägliche medienbezogene Handeln durch eigene Regeln, Rituale, Muster und Konzepte gekennzeichnet<sup>14)</sup>. Das können die Fallbeispiele ansatzweise verdeutlichen.

<sup>11)</sup> In einer ersten Phase wurden 160 Familien (Zwei-Generationen-Haushalte) und zusätzlich 200 Kinder und Jugendliche befragt. In einer zweiten Phase (ab Herbst 1984) wurden im Raum Ulm und Umgebung 72 Haushalte mit 168 Mitgliedern interviewt. Dabei wurden die drei häufigsten Haushaltstypen in der Bundesrepublik (Zwei-Generationen-, Ein-Generationen- und Ein-Personen-Haushalte) berücksichtigt. In beiden Fällen überwogen Familien, die aufgrund der günstigen geographischen Lage der Wohnorte mehrere Fernsehprogramme empfangen konnten. Formale Programmvelfalt war somit für viele der befragten Familien nicht erst mit der Verkabelung gegeben. Etwa 30 Familien und 40 Kinder, die in der ersten Phase befragt wurden, wurden über drei und mehr Jahre in ihrem medienbezogenen Handeln begleitet. Und auch die zweite Phase, zu der eine neue Stichprobe gezogen wurde, ist als Panel-Studie mit zwei Erhebungswellen angelegt.

<sup>12)</sup> Methodische Hinweise zu den Vorgehensweisen finden sich in vielen Arbeitspapieren und Veröffentlichungen, z. B. in: Klaus Jensen/Jan-Uwe Rogge, Überlegungen zu einer Theorie des alltäglichen Umgangs mit Massenmedien in Familien, Tübingen 1985 (masch., ersch. 1986).

<sup>13)</sup> Anmerkungen über den Medienmarkt für Kinder und medienbezogene Nutzungsstile von Kindern sowie methodische Anmerkungen über eine qualitative Kindermedienforschung finden sich bei Klaus Jensen/Jan-Uwe Rogge, Der Medienmarkt für Kinder in der Bundesrepublik, Tübingen 1980 (Veröffentlichungen des Ludwig Uhland-Instituts).

<sup>14)</sup> Vgl. J.-U. Rogge (Anm. 10).



## 1. Ältere Menschen

„Wenn's heute abend nichts Richtiges gibt“, fängt Martha Krause an, „wenn's da nichts gibt; ja, was kann ich da machen außer früh ins Bett.“ Martha Krause, 78 Jahre, lebt allein in einer großen Fünf-Zimmer-Wohnung. Ihr Mann starb vor sechs Jahren, sie hat vier Kinder; eine Tochter wohnt mit ihrer Familie ganz in der Nähe, zwei Häuser weiter. Kai und Jens, acht und zehn Jahre alt, ihre beiden Enkelkinder, kommen fast jeden Tag vorbei; aber, so erkennt Martha Krause ganz nüchtern: „Das ist wohl auch wegen dem Fernsehen. Meine Tochter hat nicht so'n Ding. Wegen der Kinder, sagt sie. Damit die nicht so viel glotzen. Jetzt müssen sie, wenn sie was sehen wollen, zu mir kommen.“ Nur am Wochenende kommen die Enkelkinder nicht, da ist Martha Krause immer allein. „Freunde und Bekannte besuchen, wen denn? Die wohnen weit weg, da müßte ich den Bus nehmen. Und abends zurück, hab' ich Angst. Man liest doch so viel darüber in der Zeitung oder hört, daß sie die oder die belästigt haben. Das war früher anders. Da habe ich mich sicherer gefühlt.“ Zudem hat sie immer weniger Freunde und Bekannte. „Die sterben alle weg.“

Für ihren Fernsehabend richtet sie es sich gemütlich ein, sie sitzt in ihrem Fernsehsessel, knipst eine Stehlampe an, hat ein Gläschen Sherry neben sich. „Wir hatten den Fernseher schon, als mein Mann noch lebte. Aber da haben wir kaum gesehen. Ich kann mich an nichts genau erinnern. Aber jetzt ist es ein Glück, daß es den Apparat gibt; ein richtiges Glück ist das — vor allem eben samstags.“ Heute steht „Der blaue Bock“ auf dem Programm. „Ich sehe, was kommt. Da bleibt ja auch nichts übrig. Aber den ‚blauen Bock‘ mag ich. Der Schenk redet so gemütlich daher. Ich hab' das Gefühl, als sei man so ganz direkt dabei.“ Und auch „den Fuchsberger“ findet Martha Krause „so beruhigend, so richtig seriös. Den würd' ich mal gern einladen.“

Und manchmal beobachtet sie, wie sie anfängt, sich mit dem Apparat zu unterhalten: „Wenn man älter wird, wird man wohl wunderbar, aber solange das nur so ist, geht's doch noch, oder?“ Einsam fühle sie sich nicht, sagt sie, sie fühle sich geborgen, und daß die Enkelkinder samstags nicht da seien, ist „manchmal auch schon ein Glück“. Denn wenn sie kommen, richtet sich Martha Krause nach den Wünschen ihrer Enkelkinder. „Und die haben mich in der Hand. Als ich neulich mal was anderes sehen wollte, sagten die, dann kämen sie eben nicht mehr. Da hab' ich nachgegeben.“ Und nach einer Pause fügt sie noch hinzu: „Das tut schon weh, nicht ... wenn, ja, wenn der Fernseher eben wichtiger wird. Aber ich bin ja froh, daß sie überhaupt kommen.“

Mit dem Fernsehprogramm ist sie zufrieden. „Irgendwas ist immer dabei.“ Nein, das mit dem

Kabelfernsehen und diesem Video, das sei nun absolut nichts mehr für sie. „Mit so was kann ich doch gar nicht umgehen. Und umgewöhnen will ich mich auch nicht mehr. Ich hab' genug gelernt in meinem Leben. Ich brauch' da was Festes, etwas, wo man weiß, woran man ist, was einen beruhigt. Ja, ich brauch' was im Fernseher, wie den Köpke oder eben den Fuchsberger oder so was, die geben mir das Gefühl, als würden sie das alles nur für mich machen. Und das ist für'n alten Menschen viel, glauben Sie mir.“

Der Medienkonsum älterer Menschen ist bislang kaum erforscht. Über lapidare Feststellungen, wonach das Fernsehen an der Spitze aller Freizeitaktivitäten stünde und als subjektiv unentbehrliches Medium anzusehen sei, sind vereinzelte Untersuchungen bisher nicht hinausgekommen<sup>15</sup>). Das Fallbeispiel Martha Krause zeigt dabei jene Aspekte, die den hohen Fernsehkonsum älterer Menschen bedingen: Medien, vor allem die Bilderwelten des Fernsehens, werden zum Ersatz für Defizite im emotionalen und zwischenmenschlichen Bereich; sie kompensieren Einsamkeit oder das Fehlen von Bezugspersonen und verdecken die Unfähigkeit, Nahwelten aufzusuchen. Medien lenken ab von Sorge und Langleweiligkeit, nehmen Trauerarbeit ab oder binden sie durch vorproduzierte Szenarien und machen den Verzicht auf nicht mehr zu verwirklichende Bedürfnisse und Interessen einigermaßen erträglich. Die Bilderwelten werden zur Primärerfahrung. Das ist vor allem deshalb problematisch, weil jene unterhaltenden Fiction-Szenarien, die für ältere Menschen bedeutsam sind, ein nur unzulängliches, wenn nicht gar verzerrtes Bild der gesellschaftlichen Realität wiedergeben. Hinzu kommt, daß sich ältere Mediennutzer gleichzeitig Informations- und Bildungssendungen verweigern. Angesichts der Zunahme des Anteils von „alten“ Menschen an der Gesamtbevölkerung erscheint es unabdingbar, ihre Mediennutzungsstile differenzierter und alltagsnäher zu erforschen. Und es erscheint nur als folgerichtig, über eine Kommunikationspädagogik für ältere Menschen nachzudenken<sup>16</sup>).

## 2. Unvollständige Familien

Waltraud Reißer lebt mit drei Kindern (Jörn, sechs Jahre; Jakob, elf Jahre; Ingrid, fünfzehn Jahre) in einer Drei-Zimmer-Altbauwohnung im

<sup>15</sup>) Vgl. Eva M. Bosch, Ältere Menschen vor dem und im Fernsehen, in: *Media Perspektiven*, (1981) 6, S. 461—470. Hier finden sich weitere Hinweise. Eine Zusammenstellung bieten auch Richard H. Davis/G. Jay Westbrook, *Television in the Lives of the Elderly*, in: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, (1985) 2, S. 209—214.

<sup>16</sup>) Vgl. Eva M. Bosch, *Alter — Medien — Schutz*, in: Georg Wodraschke (Hrsg.), *Jugendschutz und Massenmedien*, München 1985.



Zentrum einer Großstadt. Sie lebt von ihrem Mann seit Jahren getrennt, arbeitet nachmittags als Kassiererin und kommt erst gegen 20.00 Uhr nach Hause. „Solange erzieht Ingrid“, erzählt Frau Reißer. Am Vormittag ist sie als Heimarbeiterin tätig. Sie bastelt für eine Boutique Holzhänger. „Das brauch' ich“, sagt sie, „sonst wird man trübsinnig“. Sie hört nebenbei Radio, „volkstümliche Musik oder Schlager, dann ist man nicht so allein. Und Nachrichten. Nachrichten muß ich immer hören. Ob was passiert ist. Das muß ich dann auch im Fernsehen sehen oder in der Zeitung lesen. Ich bin 'ne richtige Katastrophenfrau.“ Sie lacht und ist gleichzeitig traurig. „So mit ‚Aktenzeichen XY‘, das soll auch Ingrid schon sehen. Mir läuft's da immer in Schauern runter, wenn ich das seh', so richtige Schauer. Wenn ich allein wär', ich glaub', ich könnt's nicht ertragen. Aber zu zweit macht mir die Angst dann nichts aus.“

Bei den Reißers wird nicht nur viel ferngesehen, die Familie besitzt zusätzlich einen Videorecorder. Dazu Ingrid: „Wenn schlechtes Wetter ist oder es ist Winter oder da ist sonst nichts los, glotzen die Kinder nachmittags schon Video, Heimatfilme, so schöne kitschige oder ganz viel Abenteuer. Manchmal auch zwei Stück hintereinander.“ „Ich finde“, beruhigt sich Frau Reißer, „das ist immer noch besser als wenn sie rumgammeln oder nichts machen. Außerdem: was bleibt uns denn sonst?“ Manchmal bestraft sie die Kinder, vor allem Jörn und Jakob, mit Fernseh- oder Videoentzug, aber „dann reden die beiden nicht mehr mit mir. Da haben sie mich in der Hand. Die wissen, ich mag nicht allein sein. Ich geb' ja fast immer nach.“ Das gilt auch für das abendliche Essen, bei dem häufig die Tagesschau läuft. „Ich glaub', das ist was für sie, da können sie was von lernen.“ Frau Reißer macht ihre Kinder vor allem auf Katastrophen und Unfälle oder Not und Leid aufmerksam. „Einmal müssen die lernen, aufzupassen, und dann sollen die sehen, daß es uns gar nicht so schlecht geht. Wenn wir dann so dasitzen, zusammen, fühl' ich mich so richtig wie 'ne Glucke.“

Ihre Weise, mit Medien umzugehen, sie für sich und ihre Beziehungen zu den Kindern einzusetzen, deutet sich auch in zwei anderen Situationen an. Sie läßt ihre Kinder sehr lange am Tisch sitzen, lebt den Kindern die Bedeutung vor, die sie den Medien in dieser Situation zuweist. Die Fernsehsituation bindet die Kinder, schafft zwanghafte Nähe und eine schweigende Gemeinsamkeit. Vor allem Jörn und Jakob haben die mütterlichen Rituale durchschaut und sie für ihre Alltagsstrategien eingesetzt. So wissen die Kinder, daß Medienverbote von der Mutter nie konsequent durchgehalten werden können.

Spät abends sieht Waltraud Reißer täglich eine „Video-Schnulze“. „Da kann ich dann alles ver-

gessen. Aber da muß ich absolut allein sein. Sonst kann ich mich da nicht richtig reinsteigern.“

In Familien mit alleinerziehenden Elternteilen ist häufig nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität des Medienkonsums ein erhebliches Problem. Fernsehrituale schaffen Stillschweigen der Kinder oder konstruieren eine zwanghafte Nähe, verdrängen reale Konflikte oder bieten vordergründige Gemeinsamkeit und Harmonie. So zeigt denn dieses Fallbeispiel, daß die Schlußfolgerung, wonach das Kabelfernsehen (oder ein erweitertes Medienangebot) Dissonanzen beseitige, verantwortungslos, oberflächlich und zynisch genannt werden muß. Die dokumentierten Nutzungsstile machen weiter klar, wie Haushaltsmitglieder einzelne Medien gezielt zur Kompensation von emotionalen Defiziten einsetzen, wie Medieninhalte reale Mangel Erfahrungen ersetzen können, wie Fernsehsituationen (mütterlicherseits) eingesetzt werden, um Konzepte von Nähe und Bindung auszudrücken oder wie fehlende bzw. schwer lebbare Freizeitalternativen oder Arbeitsbelastungen des Elternteils Kinder auf Medien verweisen. Dabei nehmen die in entsprechenden (Mangel-)Situationen lebenden Familien ein Mehr an Unterhaltung um so selbstverständlicher auf, je mehr und schneller diese Ablenkung und Kompensation versprechen.

Und noch einen Gesichtspunkt macht das Fallbeispiel Reißer deutlich: Die ständige Diskussion und Konzentration auf die jeweils neuen Medien haben die alten Medien in ihrer alltäglichen Fraglosigkeit in den Hintergrund gerückt. Dazu gehört auch der Hörfunk, der quantitativ einen erheblichen Stellenwert in familialen Tagesabläufen — wenn auch meistens morgens — einnimmt. Frau Reißers Rezeptionshaltung läßt dabei qualitative hörfunktypische Nutzungsstile durchscheinen. Das inhaltliche Angebot ist bis auf die musikalische Zusammenstellung — einer der am häufigsten wiederkehrenden Kritikpunkte in den Interviews — relativ unwichtig. Dagegen gewinnt das Radio seinen Stellenwert vor allem aus einer Situationsspezifität. Es dient dazu, negativ-depressive Stimmungen zu kompensieren, außerhäusliche Kontakte herzustellen oder fehlende Kommunikationspartner zu ersetzen. Radio hören stellt durchweg eine Sekundärtätigkeit dar, um beispielsweise die Durchführung von Routinetätigkeiten zu erleichtern<sup>17)</sup>.

Insgesamt kann am Medienalltag der Reißers gezeigt werden, wie unvollständige Familien Medien einsetzen können, um sich zu entlasten.

<sup>17)</sup> Zum Radio vgl. Josef Eckhardt, Stellenwert des Radiohörens, in: Rundfunk und Fernsehen, (1982) 2, S. 178—188; Michael Buß, Die Massenmedien — Begleiter bei Arbeit und Freizeit, in: Media Perspektiven, (1982) 9, S. 584—596.



Gleichzeitig bringt die gezeigte Mediennutzung aber Belastungen mit sich, weil die Flucht in die schweigende Gemeinsamkeit eine dialogische Aufarbeitung von Alltagsproblemen und -konflikten behindert und erschwert. So sind denn die wortlosen Nutzungsrituale letztlich nur Abbild unterentwickelter Kommunikationsqualitäten<sup>18)</sup>.

### 3. Unterschiedliche Familien- und Medienerziehung

Uwe und Gaby Eilers leben mit ihren beiden Kindern Marco und Sonja, elf und neun Jahre alt, in einer Vier-Zimmer-Wohnung in einem Dorf mit achthundert Einwohnern. Die nächste Mittelstadt ist dreißig Kilometer entfernt. Obgleich es viele Pendler gibt, haben ländliche Rituale und Gewohnheiten ihren festen Platz. Vereine und die Kirche sind wichtige Bezugspunkte. Uwe Eilers spielt Fußball, hat aber ansonsten keine Bindung zum Dorf. Gaby Eilers: „Wir gehören zwar dazu, aber nicht so richtig.“ Herr Eilers ist von 5.30 Uhr bis 16.30 Uhr abwesend, danach geht er „kurz in den Garten, ja und dann mach' ich den Kasten an“. Das Haus liegt in einer günstigen Lage, so daß man „Österreich, Schweiz, Frankreich und diese Sender empfangen kann. Ich brauch' so'n Quatsch nicht wie Kabel. Na ja, wenn's die anderen brauchen, aber ich hab's billiger.“ Er findet es „gut“, daß er „immer seine Auswahl hat. Ich hab' eigentlich jeden Tag meinen Film, den ich brauch', manchmal sogar zwei.“

Gaby Eilers ist Heimarbeiterin, sie „werkelt“ vormittags vier, nachmittags drei Stunden. Um 19.00 Uhr beginnt parallel zum Abendessen der Fernsehabend. Uwe Eilers: „Fernsehen ist in Ordnung, das brauch' ich abends einfach. Was anderes machen als Fernsehen ... natürlich spielen wir zusammen oder ich nehm' sie mit zum Kicken. Aber ich kann doch nicht auch noch als Konkurrenz zum Fernsehen auftreten, ich hab' doch genug auf der Arbeit zu tun.“ „Ich seh' auch viel,“ sagt Gaby Eilers, „weil Uwe eben sieht. Natürlich nicht nur, aber doch ganz häufig.“ Sie weiß jedoch auch: „Tagsüber brauch' ich das Radio, das läuft, ich hör' nicht richtig hin, aber es läuft eben.“

Beide machen sich durchaus ihre Gedanken, wie das „mit dem Fernsehen und den Kindern ist“. Dazu Uwe Eilers: „Wenn die Kinder fernsehen, haben sie ihre Gründe. Ich sag' mir, laß sie, wir haben auch viel Scheiß gemacht. Wir sind doch auch was geworden, und das mit dem vielen Fernsehen der Kinder gibt sich schon wieder ...

<sup>18)</sup> Dies wurde schon in sehr frühen Untersuchungen festgestellt. Vgl. dazu die in methodischer Hinsicht immer noch wegweisende Arbeit von Gerhard Maletzke, *Fernsehen im Leben der Jugend*, Hamburg 1959, bes. S. 170ff.

Nur wenn sie Zoff machen, ist's aus mit dem Fernsehen.“ Gaby Eilers hat da eine völlig andere Meinung: „Ich les' viel, was ist mit dem Fernsehen und so. Da mach' ich mir schon meine Gedanken, was wird mit den Kindern. Aber bei meinem Mann finde ich keine Unterstützung. Der macht, was er will, und das merken die Kinder.“ Und an einer anderen Stelle des Interviews fügt sie hinzu: „Schlimm ist, daß ich nicht alles durchhalten kann. Ich will nicht, daß sie so viel fernsehen, aber ich steh' auch unter Strom. Dann ist's schon bequem, daß es den Apparat gibt. Und hinterher hat man ein doppelt schlechtes Gewissen.“

Marco und Sonja haben die widersprüchliche Haltung ihrer Eltern längst erkannt. Sonja: „Mutti sieht das nicht gern, wenn wir mit Papa sehen, sie meckert, wir sollen weg, sollen lesen, spielen oder Hausaufgaben machen. Lesen will ich abends, gespielt hab' ich und Hausaufgaben sind auch fertig ... Papa gibt da immer nach, wenn's beim Fernsehen was Gutes gibt. Mutti ist viel strenger.“ Und Marco ergänzt: „Ja, Mutti ist manchmal streng und manchmal nicht. Das ist schwer, manchmal schreit sie, daß wir soviel ferngucken, manchmal sagt sie nichts. Ich weiß nicht, was richtig ist.“

Das medienbezogene Handeln der Eilers läßt sowohl dorfspezifische Probleme als auch einige sozioökologische Dimensionen der familiären Mediennutzung deutlich werden:

— Eine hohe Arbeitsbelastung, die einhergeht mit dem Fehlen von Freizeitalternativen, führt zu einem höheren Dauerkonsum vor allem der Bildmedien (Fernsehen, Video).

— Gesucht wird vor allem eine eskapistische Mediennutzung, die Langeweile verhindern und depressive Stimmungen vermeiden soll.

— Viele Frauen passen sich widerstrebend männlichen Nutzungsstilen und medienbezogenen Umgangsformen an. Das elterliche Medienverhalten dient den Kindern als Vorbild.

— Unterschiedliche Medienerziehungsstile sind ein Abbild unterschiedlich praktizierter Familienerziehung. Während sich Mütter häufig neuen Fragestellungen in der Erziehung zuwenden, orientieren sich Männer häufig an Erziehungstraditionen: Im Hinblick auf die Mütter kann man von einem „weiblichen Unbegaben“<sup>19)</sup> in der Medienerziehung sprechen; sie fühlen sich von ihren Ehepartnern, aber auch den Pädagogen und Politikern allein gelassen.

— Auf dem Lande sind Heimmedien subjektiv bedeutsamer, weil außerhäusliche Medienaktivitäten wegen der kulturellen Unterversorgung nicht wahrgenommen werden können.

<sup>19)</sup> J.-U. Rogge (Anm. 10), S. 68f.



#### 4. Arbeitslosigkeit

Der Zusammenhang von medienbezogenen Nutzungsweisen und Arbeitslosigkeit ist gleichfalls ein Randthema der Medienforschung. Bei über zwei Millionen Arbeitslosen scheint das ein fahrlässiges Ausblenden sozialer Realität zu sein. Der hier zur Verfügung stehende Raum läßt nur die Darstellung eines Falles zu, obgleich sich der Zusammenhang von Arbeitslosigkeit und Medienutzung als vielschichtig erweist<sup>20</sup>).

Sandra Holst, 31 Jahre, arbeitet ganztägig in der Städtischen Bücherei; Peter Holst, 35, war als Bauingenieur tätig, „ehe die Firma Pleite machte“. Sie haben zwei Kinder, Holger und Heike, sieben und fünf Jahre alt. Die Arbeitslosigkeit von Herrn Holst hat Auswirkungen auf alle Haushaltsmitglieder. Diese Konsequenzen kann man mit Umschichtung, Umorientierung und Funktionswandel umschreiben. Zunächst wurden Zeitschriften, „die man mal so nebenbei kaufte“, nicht mehr gelesen. Ähnliches trifft für Bücher zu. „Wir leihen uns jetzt mehr aus. Und ich kaufe den Kindern weniger. Aber das fällt ihnen nicht so auf, weil ich eigentlich immer was ausleihen kann“, kommentiert Frau Holst die veränderte Lage. Auffälliger ist aber die unterschiedliche Bedeutung, die die Familienmitglieder nun dem Fernsehen zuweisen. Praktizierten die Holsts vor der Arbeitslosigkeit eine sehr konsequente, auf Bildung und gehobene Unterhaltung zugeschnittene Fernsehnutzung, so wird „der Kasten“, wie Peter Holst sich ausdrückt, zunehmend wichtiger, um Langeweile, Unzufriedenheit, Anspannung und Streß zu kompensieren. „Ich merk' so allmählich, wie der Kasten für mich wichtiger wird. Nicht, daß ich augenblicklich nun viel mehr fernseh', aber was ich seh' und wie ich darauf giere, das wär' mir früher nie in den Sinn gekommen ... Wie der Kasten anfängt, einen großen Raum in meinem Denken einzunehmen — das ist mein Problem.“ Und weiter: „Ich hätte nie gedacht, wie schnell sich so etwas einschleicht ... Ja, und wie schwer es ist, davon wieder loszukommen, sich wieder umzugewöhnen ... und dann natürlich, wie die Kinder, die vorher wenig ferngesehen haben, wie die da mitmachen. Da reicht 'n Vierteljahr, und du hast glotzende Kinder, weil du selber viel glotzt.“

Die beiden Kinder wurden ebenfalls aus ihrem gewohnten Rhythmus gerissen, haben sich allerdings mittlerweile an die neue Struktur gewöhnt. Holger: „Ich darf jetzt mehr fernsehen. Auch abends. Mutti erlaubt mir das.“ Er findet aber auch, und das macht ihn häufig traurig, daß

<sup>20</sup>) Damit ist die Vielfalt jener Probleme, die sich bezüglich der Auswirkungen von Arbeitslosigkeit auf den Medienumgang ergeben, nicht angesprochen. Aber der hier vorgestellte Fall läßt eine Anzahl von kritischen Gesichtspunkten durchscheinen. Eine andere Falldarstellung ist abgedruckt in: J.-U. Rogge (Anm. 10).

„Mutti mehr schimpft als sonst. Die ist schneller böse.“ Sandra Holst hat das auch schon an sich beobachtet und gemerkt, wie ihre Tochter dann sehr verunsichert reagiert, sich in ihr Zimmer zurückzieht, in ihre „Kuschelecke“ setzt und ihre Kassetten hört. „Sie braucht diesen Rückzug offensichtlich und fühlt sich auch wohl ganz o. k. dabei. Denk' ich mir jedenfalls. Sie weiß ja, daß ich sie lieb hab'.“ Und noch eines hat Frau Holst bemerkt. „Heike hört in der letzten Zeit nur diese lustigen Sachen, grauenhaft, würd' ich sagen. Ich sag's natürlich nicht. Aber alles, was irgendwelche Probleme hat, lehnt sie ab. Ja und manchmal fängt sie bei ganz harmlosen Sachen, die sie liest oder sieht, an zu weinen. Sie ist viel labiler geworden. Das ist halt ihre Reaktion auf alles.“ Und auch Holger geht zunehmend problemorientiert-realistischen Medieninhalten aus dem Weg. Er nutzt das Fernsehen, so Sandra Holst, um „Zeit totzuschlagen“. Heike und Holger haben eine auf Kompensation angelegte Nutzungshaltung entwickelt.

Auch aus diesem Fallbeispiel können einige, noch vorläufige Einschätzungen über den Zusammenhang von Arbeitslosigkeit und dem familiären Medienumgang gemacht werden:

— Die Arbeitslosigkeit eines Familienmitglieds hat häufig Veränderungen in medienbezogenen Nutzungsroutinen zur Folge. Ein steigender Medienkonsum ist dabei genauso zu beobachten wie Umschichtungen. So ist der Medienkonsum von Herrn Holst nur unwesentlich gestiegen, gleichwohl nimmt das Fernsehen nun einen wesentlich umfangreicheren Platz ein. Ähnliches gilt auch für die anderen Familienmitglieder. Umschichtungen im Zeitbudget können ihre Ursachen in einem veränderten Ablauf des Tages oder auch in materiellen Dingen (z. B. Kündigung eines Abonnements, Konsumverzicht etc.) haben.

— Diese eher quantitativen Gesichtspunkte der Nutzung finden ihre Fortsetzung in der Qualität des Medienumgangs. Bei den Holsts ist (wie bei anderen Familien auch) festzustellen, daß vor allem dem Fernsehen stärker die Rolle des Alleinunterhalters zugewiesen wird, daß Medienangebote deshalb gesucht werden, weil sie Entspannung, Abschalten und Flucht aus dem Alltag versprechen. Die psychosozialen Belastungen, die mit der Arbeitslosigkeit einhergehen, machen die Wechselwirkungen von unbefriedigender Alltagsrealität und einem auf Entlastung und Kompensation angelegten Medienumgang klar.

— Wesentliche Alltagsfigurationen und -rituale verändern sich aufgrund veränderter Tagesläufe und bringen psychosoziale wie physische Belastungen der Haushaltsmitglieder mit sich. Die zurückgehende bzw. eingeschränkte innerfamiliäre Kommunikation ist manchmal nicht (oder nur indirekt) auf die Umschichtung im Medienkon-



sum, besonders auf den Anstieg des Fernsehkonsums zurückzuführen; im Rückgang der Kommunikation drücken sich vielmehr fehlende Handlungskonzepte zur produktiven Bewältigung einer Situation aus, die Orientierungslosigkeit, Entmutigung, Selbstzweifel, Ungewißheit oder Isolation mit sich bringt.

## 5. Geschlechtsspezifika und Computer

Frank Geiger, 14 Jahre, besucht das Gymnasium, besitzt seit drei Jahren eine Telespielkonsole und die dazu passende Software. Sein Vater spielt allerdings genauso häufig mit dem Gerät. Momentan ist das Telespiel allerdings für beide so gut wie vergessen, denn der Vater hat sich im Zuge einer Weiterbildung einen Heimcomputer gekauft. Dazu Herr Geiger: „Ich hab' mir das Ding angeschafft, um zu sehen, was da läuft, aber auch, weil ich merke, daß die Dinger immer mehr im Betrieb auftauchen. Ich muß wissen, wie das funktioniert, was man damit machen kann — und auch wegen der allgemeinen Situation. Zur Zeit läuft's zwar gut, aber man weiß nie, was da noch kommt.“

Franks Vater, Günther Geiger, ist Angestellter im Werkzeugmaschinenbau, hat sich zum Leiter einer technischen Abteilung hochgearbeitet. Seit zwei Jahren hat er sich in „die Computersache reingekniet“, Veranstaltungen besucht, Fachliteratur gelesen, sich über das Angebot informiert. „Technik war für mich sowieso immer ein Hobby, da paßte alles zusammen.“ Als der Heimcomputer gekauft wurde, stieg auch Franks Interesse schlagartig. Auch er informierte sich nun in Katalogen, las Bücher, „aber vieles war nichts für mich, alles in Englisch oder so kompliziert, da mußte ich immer meinen Vater fragen.“ Franks Mutter bleibt bei den technischen Themen weitgehend ausgegrenzt. In der Zwischenzeit hat es Herr Geiger gelernt, eigene Spielprogramme für den Computer zu konstruieren, die man auch anwenden kann.

Für Frank hat der Computer dadurch zusätzliche Bedeutung gewonnen. Auch er kann mittlerweile schon kleinere Spiele programmieren. Selbst das Telespiel hat nach einer Phase geringerer Beachtung neue Aufmerksamkeit gefunden. „Ich hab' nämlich gelesen, daß man Telespiele durch ein Zusatzgerät zum Kleincomputer umwandeln kann. Dann hab' ich auch meinen Computer.“ Franks Vorliebe für den Computer bedeutet für ihn aber auch Teilhabe an den Handlungsmustern seines Vaters und damit der Erwachsenen. Dies wird überdeutlich im Zusammenhang mit den Geschlechtsrollenstereotypen. „Meine Mutter hat von Computern keine Ahnung. Sie liest lieber oder strickt. Die interessiert sich überhaupt nicht für technische Sachen oder so.“ Dieses (Vor-)Urteil hat seine Auswirkungen auf fami-

liale Handlungsabläufe: Der Heimcomputer steht in einem ausgebauten Hobbykeller, wohin sich Frank und der Vater häufig zurückziehen. Franks Mutter betritt den Raum sehr selten — wenn sie etwas will, bedient sie sich der Haussprechanlage („auch so 'ne technische Spielerei von mir“, erzählt Franks Vater nicht ohne Stolz). Das Thema „Technik“ grenzt die Mutter auch von anderen familiären Kommunikationssituationen aus, z. B. bei den Diskussionen während des Abendessens. Maria Geiger ist „darüber sauer, weil ich da momentan überhaupt nichts machen kann. Ich interessier' mich nicht dafür, und will das auch nicht lernen. Aber das stinkt mir schon, die Familie wird irgendwie zweigeteilt, und ich hab' das Gefühl, außen vor zu stehen.“

Bei Berücksichtigung ähnlicher Interviews werden nachstehende Gesichtspunkte deutlich:

— Der Computer und die Computerkultur sind eine „männliche“ Domäne. Während Mütter durchweg eine negative Meinung haben und dem Computer negativ gegenüberstehen, fallen auch Mädchen und weibliche Jugendliche aus dem Rahmen häuslicher Computernutzung heraus. Obwohl sie in entsprechenden schulischen Arbeitsgemeinschaften durchweg vertreten sind<sup>21)</sup>, sich produktive Kooperationen zwischen den Geschlechtern in Informatikkursen zeigen, sind Schülerinnen in ihrer Freizeit häufig von der Nutzung ausgeschlossen oder fungieren als Staf-fage unter Computerfreaks<sup>22)</sup>.

— In dem Maße, wie Mütter und Töchter vom häuslichen Umgang mit dem Computer ausgegrenzt sind, konkretisiert sich in manchen Haushalten das Unbehagen über neue Medien vor allem am Computer. Dieser steht für unterentwickelte zwischenmenschliche Beziehungen und zurückgehende innerfamiliäre Kommunikation.

— Die hier angedeutete Geschlechterspezifika im Umgang kann perspektivisch Bedeutung erlangen, setzt sich doch hier jene traditionelle Rollenverteilung fort, die den Arbeitsmarkt schon immer kennzeichnete. Es bildet sich offensichtlich ein „männlicher Umgang“ mit dem Computer heraus; ein Umgang, der um die produktiven Möglichkeiten des Computers weiß. Dagegen steht ein passiv-rezeptiver (= weiblicher) Umgang, der sich in der bloßen Anwendung von Programmen (in Büro-, Heim- und Hausarbeit) erschöpft. Wer sich das Design einer schönen neuen Bürowelt ansieht, kann keinen Zweifel haben, daß sich in den neuen technologischen Schläuchen alter Wein verbirgt. Die kommunika-

<sup>21)</sup> Aus amerikanischer Sicht vgl. Sherry Turkle, Die Wunschmaschine, Reinbek 1984.

<sup>22)</sup> Georg Seeblen/Christian Rost, PacMan & Co, Reinbek 1984; Matthias Horx, Chip Generation, Reinbek 1984; Jürgen Fritz, Im Sog der Videospiele, München 1985.



tions- und informationstechnologischen Entwicklungen finden nicht nur ohne die Frauen, sondern sogar gegen sie statt<sup>23</sup>).

## 6. Kinder und Jugendliche: Mediennutzungsstile und ihre Ambivalenzen

Matthias, 14 Jahre, Realschüler, regelmäßiger Fernseher („na, so zwei Stunden am Tag“), häufiger Radiohörer („Musik eben“), liest Motorradzeitschriften und Abenteuerbücher. Er erzählt: „Seit Weihnachten haben wir Video... Eigentlich seh' ich wenig. Meine Eltern, die nehmen sich Filme auf, vor allem, die spät kommen. Wenn die die sehen und die gefallen mir, dann seh' ich mit. Aber da ist häufig viel Quatsch dabei, so Filme von früher. Interessier'n mich nicht... Ich nehm' auch auf... Formel 1, Bananas, na eben diese Popsendungen. Geil finde ich die Videoclips... Diese Sachen, echt stark sind da manche Sachen, besser als die Musik manchmal, wirklich wahr. Seh'n tun wir diese Filme dann nachmittags, wenn meine Eltern nicht da sind... Leihen mach' ich nicht, viel zu teuer... Bei Hitchcock und dieser Art Filme, da ist doch absolut was los, das packt einen so richtig... Da kann man diese Zombiefilme glatt vergessen. Für mich sind diese Horrorfilme absolut langweilig. Da riechst du doch die Marmelade auf zehn Meilen gegen den Wind. Ich hab' zwei solcher Dinger angefangen, weil meine Freunde gedrängelt haben. Aber ich laß mich doch nicht verkohlen. Nach zehn Minuten bin ich raus... Echt stark find' ich die Sachen von früher, so die Musketiere oder Ritter, sowas, wo die so Action machen. Sowas kann ich immer und immer wieder sehen, na klar auch lesen. Mensch, da kannst du noch richtig was erleben. Das waren noch ganz klare Sachen, geile Typen... Musik, wenn's keine Musik gäbe, das wär' blöd... Den größten Zoff gibt's bei uns immer, wenn ich die Musik zu laut hab'. Dann flippt mein Vater immer total aus. Manchmal dreht er sogar die Sicherungen raus. Dauert aber nicht lange, weil... er sitzt ja sonst auch im Dunkeln... Wenn ich Musik hör', kann ich alles vergessen, ... das ist wie Träumen, dann bin ich weit weg... ja, dann geht eben manchmal die Sicherung raus, das ist dann, als ob jemand mit'm Holzhammer was vor die Birne gibt oder so ähnlich jedenfalls.“

Kinder und Jugendliche beurteilen ihre Kultur aus ihrer Situation heraus, ihren alltagsweltlichen Erfahrungen, die für sie absolute Richtigkeit und Gültigkeit besitzen. Diese subjektive Bedeutsamkeit von Medien<sup>24</sup>) läßt sich am Interviewausschnitt belegen:

<sup>23</sup>) Anne Ratzki, Die technologische Revolution findet gegen die Frauen statt, in: Neue Deutsche Schule Extra, (1984) 20, S. 9 (Neue Medien und Lernen).

<sup>24</sup>) Ausführlicher dazu z. B. Karl W. Bauer/Heinz Hengst, Wirklichkeit aus zweiter Hand, Reinbek 1978.

— Im Aneignungsprozeß findet ein In-Beziehung-Setzen des massenkulturellen Angebots zur eigenen Lebenswelt statt. Der Umgang mit den Produkten der Kinderkultur hat häufig mehr mit der kindlichen Lebenswelt als mit den inhaltlichen Intentionen dieser Produkte zu tun: Verdrängung von Einsamkeit, Kompensation, Phantasieproduktion.

— In die Deutung medialer Gegenstände gehen Werte und Normen kindlicher Alltagswelten mit ein. So sind Musikvorlieben Gesprächsanlaß nach innen (z. B. innerhalb des Freundeskreises) und Abgrenzung nach außen (z. B. in bezug auf die Eltern, Erzieher), oder der Umgang mit dem Computer symbolisiert ein Stück Autonomie gegenüber der Welt und den Erfahrungen Erwachsener.

Entscheidend ist darüber hinaus, daß nicht die Inhalte oder Gebrauchswerteigenschaften eines Mediums dessen Attraktivität allein ausmachen. Für die Akzeptanz und Bedeutsamkeit sind Aspekte des Umgangs und des Gebrauchs genauso wichtig. Zu den Gebrauchsfunktionen lassen sich z. B. rechnen:

— die Art und Weise, wie kulturelle und mediale Produkte zielgerichtet eingesetzt werden, und

— das Streben nach Autonomie, Identität und Selbständigkeit.

Gerade die sinnlich-emotionalen Qualitäten der Kinder- und Jugendkultur werden von Erwachsenen allzu häufig unterschätzt oder nicht wahrgenommen: Für Kinder bedeutsame Zeichentrickserien (wie „Heidi“, „Biene Maja“ oder andere) bewerten sie vorschnell als trivial und stufen den Umgang mit derartigen Produktionen als passive Rezeption ein. Wie wenig Sensibilität für kindliche Genrevorliebe häufig da ist, zeigen diese populären Beispiele überdeutlich: Geht es in „Heidi“ nicht auch um Erziehung durch Erwachsene als Zurichtung, um die Zerstörung kindlicher Identität, geht es in der „Biene Maja“ nicht auch um den Kampf zwischen Leben und Tod, zwischen Anpassung und Revolte, geht es in „Tom & Jerry“ nicht auch um den Kampf zwischen „Groß“ (= Erwachsenen) und „Klein“ (= Kindern) und die Sehnsucht, den übermächtigen Goliath zu bändigen? Ist die Vorliebe für klar strukturierte Actionabenteuer nicht auch die Suche nach Überschaubarkeit oder die Einfachheit der Verhältnisse, nach Bewegung und Körperlichkeit?

Wer Kindern zusieht, mit ihnen redet, sie das medial Erlebte zeichnen oder in Spiele umsetzen läßt, merkt schnell, daß in die vermeintlich trivialen Produkte und ihre Aneignung Alltagserfahrungen eingehen, die viel mit Angst und Angstbewältigung, Wünschen und Wunscherfüllung zu tun haben — einer Angstbewältigung freilich, die nicht dialogisch ausgetragen wird,



sondern wie die Wunscherfüllung im medialen Kreislauf bleibt.

Dieser Kreislauf und die Ambivalenz des auf die Medien Verwiesenseins macht das Fallbeispiel von Falk überdeutlich. Falk erzählt ständig von „seinen“ Zombies, die ihn bis in den Schlaf hinein verfolgen; er malt seine Alpträume genau aus und genießt die teils bewundernden, teils erschreckten Gesichter seiner Freunde und auch die seiner Eltern. Falk ist vierzehn Jahre und geht auf die Realschule. Dort macht er „Rabatz“, ist abgestempelt zum „Rabauken“, der nur seine „Horrorringer“ im Kopf hat. „Wenn er das doch aber wenigstens nur für sich behalten könnte“, stöhnt einer seiner Lehrer. Aber diesen Gefallen tut Falk ihnen fast nie.

Die Klassenkameraden verhalten sich ambivalent; einige finden es spannend, was „Falk wohl wieder erzählen wird“, anderen „geht er auf den Wecker“, weil er „ein Rad ab hat“; wieder anderen „ist es klar, daß man nur so reden kann, wenn man sich diese Horrorfilme immer wieder ansieht“. „Wenn ich so wäre“, meint einer, „ich würd' wohl auch so spinnen.“ Falks Vater duldet die Zombies stillschweigend. „Was soll's, wenn ich's ihm verbiete, macht er's doch. Nur, wenn er Angst hat, muß er eben sehen, wie er damit fertig wird. Das ist dann seine Sache.“ Falks Mutter versteht ihren Sohn nicht. „Es gibt so viele Videofilme, warum gerade diese Sachen?“ Mit seinen Eltern redet Falk nicht über die Filme: „Was soll's. Die kapiern'n mich ja doch nicht. Denen ist es sowieso egal, was ich sehe oder was ich mach'. Die haben immer was anderes im Kopf.“

Falk kennt seine Zombiefilme, manche hat er schon viele Male gesehen und „immer wird mir dann an der gleichen Stelle kotzig“. „Ich hab' gehört“, sagt er, „daß es die Zombies richtig geben soll, na, eben nicht richtig, aber, das hat sowas mit Totenbeschwörung zu tun, bei den Negern oder so ähnlich. Hab' ich gelesen.“ Solche Informationen holt er sich aus dem Lexikon, aber als „ich mehr von meinem Erdkundelehrer wissen wollte und ihn gefragt habe, hat er nur den Kopf geschüttelt“.

Horrorfilme — und das zeigt das Beispiel Falks deutlich — wirken nicht an sich, sondern immer nur für sich, eben in konkreten wie alltäglichen, sozialen wie individuellen, biographischen wie aktuellen Bedeutungszusammenhängen. So können Horrorfilme für Jugendliche Mutprobe, Teilhabe an jugendkulturellen Ausdrucksweisen, Kompensation von Langeweile oder eine ungekannte zwanghafte Bewältigung psychosozialer Problemlagen sein<sup>25</sup>). Falk steht für jene Fans des Horrorfilms, die filmisch aufbereitete Angst-

szenarien brauchen, um sich eigener Identität und Größe zu versichern, weil sie keine anderen Fähigkeiten ausgebildet haben. Falks nahezu zwanghaft neurotischer Umgang mit den Filmen verweist auf emotionale wie kommunikative Defizite in seiner Nahwelt. Zombies geben Falks Vernichtungs- und Gewaltphantasmen eine Form, sie grenzen ihn als Außenseiter aus, aber sie schaffen ihm auch Freunde, geben ihm das Gefühl, jemand zu sein. So setzt Falk denn die Zombies ein, um sich zu definieren, nicht in einem positiven, sondern eher negativen, d. h. ausgrenzenden Sinn: Körperlichkeit und Sinnlichkeit erfährt Falk nur in Schmerz und Ekel. Und Identität erlebt er nur über Ausgrenzung, die durch die Stigmatisierung seiner Horrorhelden seitens der Umwelt noch verstärkt wird. Die Horrorfilme sind für ihn — objektiv gesehen — deshalb bedrohlich, weil sie Zerstörungs- und Vernichtungsängste nur als destruktive Potentiale vorführen. So verhindern sie im Einklang mit dem Versagen der Nahwelt eine dem psychischen Entwicklungsstand angemessene Auf- und Verarbeitung von Konflikten, Ängsten und Phantasien.

Über diesen Einzelfall hinausgehend lassen sich gerade am Beispiel der Massenunterhaltung, der verstärkten Tendenz zur eskapistischen Mediennutzung, der perspektivischen Wahrnehmung des Medienangebots, d. h. der Reduktion der Programmkomplexität auf immer Wiederkehrendes und Bekanntes<sup>26</sup>), weitere Gesichtspunkte der Mediennutzung andeuten. So kritisch die Zunahme des Konsums eskapistischer Unterhaltungsprogramme oder die Tendenz zu einer Nivellierung des Programms auf schlichte Unterhaltung, einhergehend mit einer Verdrängung von Bildungs- und Informationssendungen auf Randplätze, zu thematisieren ist, genauso bedeutsam scheint die Beantwortung der Frage zu sein, warum sich manche Haushaltsmitglieder verzerrten Realitätsdarstellungen zuwenden.

Hinter dem Umgang mit Unterhaltungsmedien steht offensichtlich eine Fülle unerfüllter Bedürfnisse. Wenn Bedürfnisse nach Ganzheit, Einfachheit, Träumen, Entstrukturierung, Entzeitlichung und der Reduktion von Komplexität in den Medien gesucht werden, dann doch wohl auch, weil die realgesellschaftliche Entwicklung das Ausleben entsprechender Bedürfnisse den Menschen schwer macht oder es ihnen sogar verweigert. Medien, vor allem das Fernsehen und seine Unterhaltung, geben diesen Bedürfnissen eine rezipierbare bzw. lebbare Form. Aber: dieses Angewiesensein auf Medien und diese Bindung von Bedürfnissen durch bzw. ihre Projektion in Me-

<sup>25</sup>) Zur Horror-Diskussion vgl. die Beiträge zum „Video-Terror“, in: Loccumer Protokolle, (1985) 23.

<sup>26</sup>) Siehe auch Ulrich Saxer, Führt ein Mehrangebot an Programmen zu selektivem Rezipientenverhalten?, in: Media Perspektiven, (1980) 6, S. 395—406.



dien sind dann bedenklich, wenn sie zwanghaft und neurotisch werden, sie mit Isolation, Kontaktschwierigkeiten und Defiziten in der sozialen Umwelt von Familien und Kindern einhergehen. Eine notwendige Dialogisierung und ein wirkliches Verfügbarmachen der genannten Bedürfnisse

werden so verhindert. Eine dialektische Aufarbeitung der Unterhaltung in den Medien, ihren Stereotypen und Klischees sowie der in diesen Unterhaltungsangeboten gebundenen Bedürfnisse und deren reale Aneignung scheint aber noch auszustehen<sup>27)</sup>.

#### IV. Subjektive Konzepte über Medien

Medienbezogene Konzepte<sup>28)</sup> umfassen Wissens- und Handlungspotentiale von Familien und Kindern, um die Medien und die von ihnen hergestellte Wirklichkeit zur Einteilung alltäglicher Abläufe, zur Konkretisierung gelebter Alltagskulturen und Kommunikation sowie zur subjektiven Sinngebung einzusetzen. Medienbezogene Konzepte umfassen das Wissen über verschiedenste Medienangebote. Da haben Eltern ihre Meinung über die Nachteile des Fernsehens und die Vorzüge des Buches, da haben andere ihre Erfahrungen mit bestimmten Genres („Sport ist spannend“; „Dallas ist so schön unrealistisch“); wieder andere wissen, wo sie sich umfassender informieren können („die Zeitung bringt mehr Hintergründe“), vierte weisen Medien eine wichtige Bedeutung in Stresssituationen zu („bloß anschalten und nichts denken“). Diese medienbezogenen Konzepte werden bereits in der Kindheit erlernt. Besondere Bedeutung gewinnen die je verschiedenen Medien(-konzepte) z. B. dann, wenn diese den Kindern von ihren Eltern vorgelebt werden. Dazu der schon vorgestellte Marco Eilers: „Fernsehen ist doch spannend, oder muß doch spannend sein. Sonst würd' Papa doch was anderes machen, nicht?“

Zu den Medienkonzepten zählt aber auch das Wissen, daß den Medien im Familienalltag unterschiedliche Bedeutung zukommen kann: Da ist der Vater, der über seine Fernsehinteressen seine Macht durchsetzt; da ist die Mutter, die die Bilderwelten oder die Musik des Radios braucht, um Gefühle des Alleinseins zu kompensieren oder Kontakte zur Außenwelt herzustellen; da ist der Jugendliche, der laute Popmusik immer dann sucht, wenn er mit seinen Eltern Streit hat. In den medienbezogenen Konzepten wird der Zusammenhang zwischen den Medieninhalten, den ihnen zugewiesenen subjektiven Bedeutungen, den ritualisierten Umgangsformen und den mit Me-

dien umgehenden Haushaltsmitgliedern deutlich.

Umgangsmuster und -rituale zeichnen sich durch Wiederholungen, durch etwas immer Wiederkehrendes, durch Sicherheit Verleihendes, etwas für je spezifische Situationen und deren Bewältigung Typisches aus: der vorher eingestellte Sender am frühen Morgen, die gewohnte Zeitansage, die Lese-strategie für Zeitung und Zeitschrift, das Radio auf der Fahrt zur Arbeit, das Einschalten des Fernsehgeräts nach der Rückkehr, „Tagesschau“ oder „heute“ usw. Wie wirksam diese Rituale sind, tritt dann klar hervor, wenn es um die Integration eines „neuen“ Mediums<sup>29)</sup> in gewohnte Interaktions- und Lebenszusammenhänge eines Haushalts bzw. einer Familie geht. Dabei wird klar, daß gewohnte familiäre Alltagsabläufe immer durch lebensgeschichtlich verfestigte (medienbezogene) Konzepte geprägt sind, die man nicht ohne weiteres verändern kann<sup>30)</sup>.

Neben diesen eher unbewußten Beweggründen gibt es auch rational fundierte Bedenken gegenüber derartigen Neuerungen, die demographisch zu spezifizieren sind. So fördern Auswertungen der Begleitforschungen zum Bildschirmtext<sup>31)</sup> oder zum Videotext<sup>32)</sup> nur zielgruppenspezifische Interessen zutage. Und auch das über Kabel eingespeiste Satellitenprogramm erzielt nicht jene Reichweiten, die sich die Betreiber erwartet hatten. Allein dem Videorecorder und dem Kabelfernsehen — beide eher die Fortsetzung des Mediums „Bildschirm“ — werden höhere Akzeptanzen entgegengebracht. Insgesamt zeigen aber alle Befragungen, daß sich eine Mehrheit den neuen

<sup>27)</sup> Es sei erinnert an die Analyse der Kolportage von Ernst Bloch, Erbschaft dieser Zeit, Frankfurt/M. 1967; vgl. aber auch: Umberto Eco, Apokalyptiker und Integrierte, Frankfurt/M. 1984 (zuerst 1964).

<sup>28)</sup> Grundsätzlicher zu Begriffen wie Medienkonzept, Wissens- und Handlungskonzept: Klaus Jensen/Jan-Uwe Rogge, Überlegungen zu einer Theorie des alltäglichen Umgangs mit Massenmedien in Familien, Tübingen 1985 (masch., ersch. 1986).

<sup>29)</sup> „Neu“ wird dabei eher unter dem Blickwinkel der Veränderung von Alltagsgewohnheiten betrachtet, denn technisch ist das Kabelfernsehen kaum etwas „Neues“. Vgl. Günter Bollinger/Martine Kahlert, Kabelpilotprojekt Ludwigshafen. Merkmale erster Teilnehmer, in: Media Perspektiven, (1985) 6, S. 464—470.

<sup>30)</sup> Ausführlicher dazu Jan-Uwe Rogge, Die biographische Methode in der Medienforschung, in: medien + erziehung, (1982) 5.

<sup>31)</sup> Ergebnisse der Begleituntersuchung finden sich u. a. bei Dorothea Jansen u. a., Bildschirmtext, in: Rundfunk und Fernsehen, (1982) 4, S. 447—465.

<sup>32)</sup> Eine Darstellung der Videotext-Begleitforschung findet sich in: Media Perspektiven, (1985) Sonderheft 1.



Medien gegenüber distanziert gibt, uninformiert ist und deutlich ablehnend reagiert. Dabei gibt es allerdings geschlechts-, alters- und generations-spezifische sowie Stadt-Land-Unterschiede<sup>33</sup>).

Diese Nicht-Akzeptanz neuer (Medien-)Angebote, die Sperren, die einer Integration in gewohnte Rituale und alltägliche Routine entgegenstehen, sollen nochmals fallorientiert thematisiert werden. Dies auch deshalb, weil es diesbezüglich erhebliche Defizite in der Kommunikationsforschung gibt. Aus methodischen und Verwertungsgründen überwiegend auf die Analyse kurzfristiger Medienwirkungen konzentriert, blieben bisher rezipienten- und prozeßorientierte Untersuchungen über das Nebeneinander von persönlicher Biographie und Mediennutzung weitgehend unbeachtet<sup>34</sup>).

### 1. Biographische Sperren und kulturelle Traditionen

Helga Peters, 58 Jahre, Realschullehrerin, verheiratet, zwei Kinder, die nicht mehr im Hause leben, erzählt vom Medienumgang während ihrer Kindheit und Jugend: Es gab nur das Buch, die anspruchsvolle Lektüre, den Theater- oder Konzertbesuch; Kino, Unterhaltungszeitschriften und Radiomusik waren verpönt. „So weit ich denken kann, waren Buch und Lektüre immer mit Lernen, mit Genuß verbunden.“ Als Helga Peters einmal das Radiogerät, das von den Eltern nur der Nachrichten wegen in den zwanziger Jahren gekauft wurde, für eine Unterhaltungssendung benutzt, wird sie ebenso mit Stubenarrest bestraft wie beim Lesen einer Frauenzeitschrift. „Diese Anspruchshaltung, diese bildungsmäßige Orientierung hat sich durchgesetzt, mein Leben lang und — heut' würd' ich sagen, schlimm — auch auf meine Erziehung der Kinder durchgeschlagen. Ich hab' das, was mein Vater an mir praktiziert hat, weitergegeben; natürlich ging das nicht mehr so, die sind viel häufiger ausgebrochen als ich es konnte, ich mich getraute. Wenn ich Ihnen das erzähle, wird mir mit Erschrecken klar, daß ich vieles von dem, was ich zuhause erlernt habe, weitergegeben habe, ohne zu überlegen.“ Auch in der ersten Phase ihrer Ehe setzten sich diese Mediengewohnheiten fort, die Helga Peters in Kindheit und Jugend erfahren hatte: „Nehmen wir das Kino. Erst jetzt, in den letzten Jahren, gehen mein Mann und ich ins Kino, aus Spaß, aus Freude, und ich ärgere mich, daß ich nun merke, so viel verpaßt zu haben. Das ist mit dem Fern-

sehen oder mit dem Radio, mit dem Buch genauso, dieser Schritt, sich nicht immer für alles rechtfertigen zu müssen, herunter von diesem Bildungskonsum, sich einzugestehen, das war toll, nicht wie ein Lehrer zu fragen, so und was haben wir davon gehabt. Auf vieles bin ich erst in den letzten Jahren gekommen, als die Kinder aus dem Haus waren, aber im Denken und Handeln war's dann doch ein weiter Schritt, und so ganz raus bin ich nicht und will das auch nicht, denn vieles war doch auch schön. Ich bin doch bewußter mit vielem umgegangen, was mir geboten wurde. Heute wird doch mehr konsumiert oder es ist doch, glaube ich, genauso schlecht, diese Anspruchshaltung.“

Martin Peters' medienbezogenes Handeln unterscheidet sich nur in Nuancen von dem seiner Frau; auch bei ihm dominiert die Bildung. Nur über den Videorecorder und das Kabelfernsehen sind sie sich uneinig; während sie meint, das passe „nun wirklich“ nicht zu ihr, sagt er: „Mir war das Angebot, das wir bisher hatten, zu eng. Die Auswahl ist so größer. Ich kann wählen zwischen vielen Programmen. Da ist häufiger für mich was dabei. Und diese Weltverbesserer bei uns in den ersten und zweiten Programmen, da sind die anderen Länder neutraler.“

Die biographische Bedingtheit der Mediennutzung geht genauso aus dem Interviewausschnitt von Herrn Eilers hervor: „Im Theater war ich mein Leben nie. Da komm' ich mir blöd vor. Das ist nicht meine Welt. Im Kino war ich zuletzt ... das ist schon lange her, die Kinder waren noch gar nicht da. Bücherlesen, mein Gott, im Urlaub mal 'n Krimi, gelesen hab' ich noch nie so gern, das ist mehr Frauensache, glaub' ich.“ Hinsichtlich der neuen Medien interessieren ihn nur das Video und das Kabelfernsehen. „Wir konnten ja schon immer viel empfangen. Da wird's eben nicht langweilig.“ Ich frage nach Bildschirmtext, dem Videotext und dem Computer. „Das ist nichts für mich. Ich hab' andere Sorgen, als darüber was zu denken. Mir reicht das, was ich hab'. Kann sein, daß das mal was für die Kinder sein wird. Aber das muß dann die Schule machen. Das ist mir egal. Ich mach' mir darüber keine Gedanken.“

In diesen Interviewausschnitten ist ein weiterer Aspekt des medienbezogenen Handelns in Familien angedeutet: In den gegenwärtigen Umgang mit Medien geht erworbenes, vorangegangenes, abgelagertes Wissen mit ein. Medienbezogenes Handeln ist das Ergebnis einer entsprechenden, wenn auch häufig impliziten familialen Medien-erziehung. Lebenszeitlich frühe Erfahrungen prägen ganz entscheidend spätere Aneignungs- und Umgangsstile. Es gibt in den jeweiligen individuellen Lebensgeschichten sogenannte Medienkarrieren — bei Helga Peters sind es beispielsweise ihre Kindheit und Jugend, ihre erste Ehephase

<sup>33</sup>) Auf diese Differenzen wird in der Abschlußpublikation, die für den Sommer 1986 vorbereitet wird und deren Veröffentlichung für Ende 1986 vorgesehen ist, näher eingegangen.

<sup>34</sup>) Vgl. dazu die neueren Diskussionen in der Medienwirkungsforschung, z. B. Gerhard Maletzke, Probleme der Medienwirkungsforschung, in: Media Perspektiven, (1982) 12.



ohne Kinder, die Zeit mit den Kindern, nun der Lebensabschnitt mit der Restfamilie. Dabei zeigt sich, daß es — wie auch bei Uwe Eilers ersichtlich — zumindest für verschiedene Zyklen überdauernde Handlungs- und Wissenskonzepte für die Medien gab und gibt. Wenn also der Erwerb bzw. Nichterwerb von medienbezogenen Handlungspotentialen als eine biographisch bedingte Abfolge in Abhängigkeit von soziokulturellen Rahmenbedingungen begriffen wird, hat das eben auch Konsequenzen für die Auswahl des Medienangebots, mit dem ein Rezipient umgeht. Helga Peters und Uwe Eilers verdeutlichen das auf je spezifische Weise. Sie haben sich „ihre“ Medien zusammengestellt. Diese Auswahl entspricht einer perspektivischen Wahrnehmung des Angebots, soll heißen: ihnen steht nie das gesamte Angebot zur Disposition, sondern ihre soziokulturell geprägte Lebensgeschichte führt zu einem spezifischen medienbezogenen Handlungspotential, führt dazu, daß große Teile des Medienangebots handlungsunbedeutend bleiben, sie existieren nicht in den medienbezogenen Konzepten.

## 2. Geschlechts- und generationsspezifische Unterschiede<sup>35)</sup>

In die Wahrnehmung des Medienangebots gehen aber immer auch generationsspezifische Erfahrungen ein, die dann häufig noch geschlechtsspezifisch gebrochen sind. Dies kann anhand der produzierten Kultur für Kinder gezeigt werden. Die Kinderkultur ist durch zwei Tendenzen geprägt:

— Auf der Ebene der hergestellten Kultur wird in den Produkten größtenteils das traditionelle Bild von Kindheit reproduziert. Kindheit wird als Ausschluß aus der Erwachsenenwelt, als Kindlichkeit, Verspieltheit und gesellschaftsferne Unterhaltung vorgestellt.

— Dieser inhaltlichen Kontinuität stehen zwei Brüche gegenüber: Das Vertriebssystem der Kinderkultur vereinnahmt seine Zielgruppe, erschließt sie kommerziell, spricht sie als Kunden an und beendet damit das traditionelle Bild von Kindheit. Die eigentätige „konsumistische Aneignung“ überwiegt. Eine andere Veränderung zeigt sich in der Herausbildung von Qualifikationen, die für den Umgang mit Computern, Tele- und Videospiele erforderlich sind. Hier erlangen Kinder Erfahrungsvorsprünge, werden zunehmend autonomer.

Die unterschiedliche Ausformung der Kinderkultur, die auf soziale, politische wie gesellschaftliche Veränderungen in den letzten fünfzig Jahren

<sup>35)</sup> Auf geschlechtsspezifische Unterschiede im Umgang mit Medien durch Mädchen wird hier nicht genauer eingegangen (vgl. dazu Anm. 33).

zurückzuführen ist, hat auch verschiedenartige Generationenerfahrungen mit sich gebracht. Diese Diskrepanzen können in wenigen Stichworten so umschrieben werden:

— Die gegenwärtige Generation geht mit einer Medienvielfalt um, die den Nutzern das Gefühl einer totalen Versorgung suggeriert. Medien sind zu zentralen Bezugssystemen geworden, die zielgerichtet eingesetzt und interpretiert werden. Gesucht wird eine Entdifferenzierung der Wahrnehmung. Man erkennt die erste und zweite Wirklichkeit als gleichberechtigt an und weist dem Bildverstehen eine höhere Bedeutung zu als dem Schriftverstehen.

Noch die Generation der heute Dreißig- bis Vierzigjährigen kannte in ihrer Kindheit die Medienvielfalt ebensowenig wie die Ausformungen des multimedialen Verbundsystems. Zudem hatte die Wortkultur klaren Vorrang vor der Bildkultur. Der Trennung in erste und zweite Realität entsprach eine Wertschätzung der Eigentätigkeit und der unmittelbaren Aneignung von Wirklichkeit. Gefragt war darüber hinaus der „richtige“ Umgang mit den Medien; Lese- und Hör-Haltung war erwünscht, Emotion und Gefühl sollten unterdrückt werden. Allerdings: Gerade dieser Teil der Medienerfahrung bzw. der massenkulturellen Sozialisation wird allzu leicht aus der eigenen Biographie verdrängt.

Die hierarchische Erwachsenen-Kind-Beziehung wird durch die technologische Entwicklung zwar nicht aufgehoben, in einigen Erfahrungssektoren jedoch in Frage gestellt. Kinder repräsentieren in der Art und Weise, wie sie sich alte und neue Medien aneignen, auch Zukünftiges mit all den wünschbaren wie problematischen Konsequenzen. Und: Erwachsene repräsentieren Gegenwärtiges mitsamt den notwendigen wie überflüssigen Traditionen. Diese Widersprüchlichkeit von Fortschritt und Tradition, Vergangenheit und Zukunft aufzulösen, ausdiskutieren, auszuleben, das wäre ein Ausgangspunkt für einen gemeinsamen Kommunikations- und Lernprozeß.

Aber dieser findet häufig nicht statt. Vor allem Mütter begegnen den alten und neuen Medien mit Unsicherheiten. Diese werden als Störenfriede und als Sündenböcke für ein defizitäres, nicht gelungenes Familienleben betrachtet. „Man muß alles danach ausrichten, gestern der Fernseher, heute Video und morgen, was weiß ich. Ich werd' damit nicht fertig. Da hat man sich gerade mit Mühe und Not eine Strategie zurechtgelegt, damit das einigermaßen läuft, schon ist das nächste Ding da. Und man weiß nicht, was soll ich nun machen. Da schwankt alles, aber alles. Und wenn ich dann das hör', mündiger Bürger, mein Gott, das können doch nur Männer sagen, die vom Familienleben keine Ahnung haben,“ berichtet Sonja Rabe, Mutter von zwei Kindern,



„und die die menschlichen Schwächen nicht kennen. Und gegen das Fernsehen stinkt doch sowieso keiner an. Fernsehen ist bei den Kindern doch sowieso das Größte. Der Fernseher schimpft nie, ist immer da, immer lieb, wie die allertollste Mutter. Da ist man doch selber fast ohnmächtig, absolut machtlos.“

Sonja Rabe spricht hier drei Punkte an, die bei der Ablehnung vor allem der neuen Medien (insbesondere des Videos, des Kabelfernsehens und dem Computer) ständig thematisiert werden: Man fühlt sich den Medien ausgesetzt, ist unin-

formiert und reagiert entsprechend unsicher; man ist sich seiner Schwächen bewußt, sich sicher, der Attraktion eines (neuen) Medienangebots zu verfallen, und vor allem bei Kindern und den Jugendlichen wird eine Verführung zu Passivität und Lustlosigkeit beklagt. Hinzu kommt, daß viele Mütter die „neuen Medien“ unbewußt als „männliche“ Medien begreifen, denen man sich unterzuordnen hat. Die Unsicherheit und Hilflosigkeit wird dadurch verstärkt, daß medienpädagogische Maßnahmen „doch nichts bringen“, so Sonja Rabe.

## V. Medienpolitik — Medienpädagogik — Familienpolitik — Ein knapper Ausblick

Alte und neue Medien bringen für das familiäre Zusammenleben mehr Be- als Entlastungen. Diese Belastungen äußern sich in Unsicherheit, Hilflosigkeit und in der Suche nach einfachen Rezepten. Betrachtet man den Umgang von Familien mit Medien aber nicht isoliert, sondern im Zusammenhang mit den sozialen Rahmenbedingungen und den Kommunikationsqualitäten, dann wird deutlich, daß es Familien gibt, welche die mit dem Medienumgang einhergehenden Belastungen und Einflüsse durchaus bewältigen können. Aber es existiert eine (größere) Zahl an Familien, besonders der unteren Mittel- wie der Unterschicht, die keine Möglichkeiten haben, mit diesen Belastungen produktiv umzugehen. Häufig gibt es Wichtigeres in der alltäglichen Lebensweise, als über die Einflüsse von Medien nachzudenken und entsprechend zu reagieren. Während Väter einem „laissez-faire“-Stil huldigen, herrscht bei Müttern häufig Ratlosigkeit. Nicht selten werden pädagogische Ratschläge als Bevormundung betrachtet oder wegen ihrer Untauglichkeit für den Alltag abgelehnt. So kommt es nicht von ungefähr, wenn sich die Wissenskluft über mögliche Bewältigungsstrategien ständig weiter öffnet<sup>36</sup>). Während jene Eltern, die einen mehr oder minder gekonnten Umgang mit den Medien alltäglich praktizieren, für den pädagogischen Rat und eine entsprechende Hilfestellung offen sind, verweigern sich jene, die die medienbedingten Einflüsse kaum bearbeiten können. Dies hat weniger mit dem Willen der Beteiligten zu tun als damit, daß viele der vorgeschlagenen pädagogischen Maßnahmen mittelschichtorientiert sind und zu wenig das Ineinander von Mediennutzung und defizitären Alltagserfahrungen beachten.

<sup>36</sup>) Vgl. Ulrich Saxer, Medienverhalten und Wissensstand, in: Bertelsmann Texte 7. Buch und Lesen, Gütersloh 1978, S. 35—69.

Stigmatisierungen und selbstgerechte Beurteilungen führen am Kern des Problems vorbei. Dagegen wäre eine handlungsorientierte Hilfestellung angesagt, welche die schichten- und bildungsspezifischen Unterschiede in der Wahrnehmung und Bewältigung von medialen Einflüssen nicht nur beachtet, sondern auch ernst nimmt. Dazu müssen Medien- und Familienpolitik im Zusammenhang gesehen werden. Das heißt aber auch: Die Entwicklung elektronischer Medien kann angemessen nur im Verhältnis zur Bedeutung und zu den Rahmenbedingungen personaler und familialer Kommunikation betrachtet und beurteilt werden, denn der Maßstab der Medienpolitik darf nicht das technisch Machbare und der Maßstab einer Medienpädagogik darf nicht eine pragmatische Kompensatorik sein: Im Zweifel für den Menschen und eine Medienethik<sup>37</sup>).

Und generell sollte gelten: Die Auswirkungen neuer Kommunikationstechnologien sind konkret zu diskutieren und nicht in apokalyptischen Bildern und Horrorgemälden zu beschwören; denn wer so argumentiert, macht sich unglaubwürdig und handlungsunfähig. Aber gleichzeitig trifft auch das zu: Nicht erst Sachzwänge schaffen und dann über Auswirkungen lamentieren. Spätere lapidare Feststellungen wie: „Das habe man aber so nicht gewollt“, gelten nicht, dafür ist das sozial- und kommunikationswissenschaftliche Problembewußtsein und Forschungsinstrumentarium zu weit entwickelt; dafür liegen (vorläufige) Ergebnisse und Trends vor, an denen nicht vorbeigegangen werden darf. Was aber benötigt wird, sind Arbeiten an einer Theorie mittlerer Reichweite, die im Bereich der Analyse medienbedingter Einflüsse auf Gesellschaft und Familie praktische Anwendung und theoretische Grundlagenforschung miteinander verknüpft.

<sup>37</sup>) Vgl. dazu Wolfgang Wunden, Medienethik — Medienpädagogik, Stuttgart 1985 (masch., ersch. in: Zeitschrift für Evangelische Ethik, 1986).



# Kultur, Alltagskultur und neue Informations- und Kommunikationstechniken

## I. Problemstellung

Im vorliegenden Beitrag werden derzeitige und künftige Nutzungen und Anwendungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken in relevanten Lebensbereichen dargestellt. Dabei wird — aufbauend auf ein Gutachten für den Bundesminister des Innern<sup>1)</sup> — zunächst auf den Bereich der traditionellen Kunst und Kultur eingegangen, um daran anschließend Auswirkungen auf die Alltagskultur (Arbeit, Konsum, Freizeit, Bildung) zu analysieren.

Herkömmliche Kunst- und Kulturbegriffe sind durchaus angemessen, die in traditionellen Kulturbereichen wie Oper, Schauspiel, Konzert usw. durch die neuen Medien mitbedingten Veränderungen zu erfassen. In gesellschaftlicher Hinsicht kann jedoch nicht von einem solchen Kulturbegriff ausgegangen werden. Die Auswirkungen neuer Medien — in ihrer gesellschaftlichen Tragweite — lassen sich nur mit Rückgriff auf die Alltagskultur verstehen.

Neben einer Darstellung der Auswirkungen der Entwicklung neuer Informations- und Kommunikationstechniken, die mit den drei Stichworten

- Multifunktionalität,
- Dezentralisierung und
- Vermischung von Arbeits- und Privatleben

umschrieben werden können, wird auf Faktoren der sozialgruppenspezifisch unterschiedlichen Nutzung der neuen Medien (Kaufkraft, Bildungsvoraussetzungen, Interesse an deren aktiver und kreativer Nutzung) und auf die sich daraus ergebenden gesellschaftlichen Auswirkungen eingegangen.

Der Beitrag endet mit der Formulierung von Forderungen und Maßnahmen, die helfen können, einer nicht wünschenswerten Entwicklung entgegenzuwirken.

## II. Ausgangspunkte

Durch den Ausbau und die Entwicklung einer immer leistungsstärkeren Kommunikationsinfrastruktur mit ihren immer billiger werdenden multifunktionalen Endgeräten und den schier endlos erscheinenden Möglichkeiten der weltweiten Vernetzung und Verknüpfung halten Informations- und Kommunikationstechniken mittlerweile Einzug in alle Lebensbereiche und prägen die Informationssuche und -verarbeitung ganz entscheidend.

Nach Alexander Kluge handelt es sich bei dieser rasanten Entwicklung der neuen Medien („die Gründerjahre der neuen Medien“) um das „Projekt einer Industrialisierung des Bewußtseins“, das mit „Unterhaltungsprogramm durch Fernsehsendungen allenfalls indirekt zu tun“ hat. „Es umfaßt eine radikale Modernisierung des Indu-

strieverkehrs: Breitbandverkabelung, Möglichkeit dezentraler Arbeitsplätze, Kommunikation der Warensammlungen untereinander. Umgekehrt als bei der Evolution der menschlichen Geisteskräfte hat sich das gesellschaftliche Bewußtsein, wie es in den Industrien verfaßt und gespeichert ist, erst als Großhirnrinde, dann als Nervenbänder verkabelt: Jetzt geht es darum, sozusagen ein Klein- und Mittelhirn, weitgehend automatisiert, die Motorik von Wirtschaftsströmen unterhalb des Bewußtseins steuernd, nachzuentwickeln.“<sup>2)</sup>

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage: Wohin tendieren die zum Teil ungeheuren technologischen Potentiale der Digitalisierung, der Breitbandkabel, der Telematik — dem Zusam-

<sup>1)</sup> W. B. Korte, Neue Medien und Kommunikationsformen — Auswirkungen auf Kunst und Kultur. Untersuchungen zum künftigen Verhältnis von neuen Techniken und traditionellen Kunst- und Kulturbereichen, München 1985.

<sup>2)</sup> A. Kluge, Zum Unterschied von machbar und gewalttätig. Die Macht der Bewußtseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit, in: K. v. Bismarck/G. Gaus/A. Kluge/F. Sieger, Industrialisierung des Bewußtseins. Eine kritische Auseinandersetzung mit den „neuen Medien“, München—Zürich 1985, S. 32.



B-ISDN:	Breitband-ISDN. Ausweitung des ISDN auch auf breitbandige Fernmeldedienste (z. B. Videokonferenz).
Breitbandkommunikation:	Nachrichtenübertragung, die besondere breitbandige Leitungssysteme, d. h. Leitungssysteme mit höheren Kapazitäten voraussetzt. Dazu gehören Fernsehen, Videotext u. ä.
Datex-L:	Datenübertragungsdienst der Post, der leitungsvermittelt arbeitet, d. h. Daten werden im Datexnetz über eine für die Dauer der Übermittlung festgeschaltete Leitung zwischen den Teilnehmern übertragen.
Datex-P:	Datenübertragungsdienst der Post, der paketvermittelt arbeitet, d. h. Daten beispielsweise im Datexnetz überträgt und dadurch die Leitungskapazitäten sehr gut ausnutzt.
Direktrufnetz (HfD):	Datenübertragungsdienst der Post, bei dem die Hauptanschlüsse für Direktruf (HfD) bei zwei Teilnehmern über festgeschaltete Leitungen miteinander verbunden sind.
IBFN:	Integriertes Breitband Fernmeldenetz; Weiterentwicklung des Breitbandverteilnetzes (B-ISDN) zu einem universellen Fernmeldenetz, in dem auch Fernseh- und Hörfunkprogramme verteilt werden können.
IDN:	Integriertes Text- und Datennetz. Postnetz zum Zwecke einer im Vergleich zum Fernsprechnetzen verbesserten Datenübertragung.
ISDN:	Integrated Services Digital Network; Bezeichnung für ein internationales öffentliches Postnetz für digitale Fernübertragung von Daten, Text, Sprache und Bild mit schnelleren Übertragungsraten als beim IDN.
Modem:	Abkürzung von Modulation/Demodulation. Hardwareeinrichtung zur Signalumsetzung binärer Zeichen in Frequenzen bei der Datenübertragung über Leitungen des Fernsprechnetzes.
Telematik:	Kunstwort, das zunächst im Französischen geprägt wurde aus telecommunication und automatique. Es bringt das Zusammenwachsen von Telekommunikation und Automation (Datenverarbeitung) treffend zum Ausdruck, hat sich aber im deutschen Sprachraum noch nicht ganz durchgesetzt.
Teletex:	Andere Bezeichnung für Bürofern schreiben; ein Telekommunikationsdienst der Post; Anschlußgeräte: Speicherschreibmaschine, Textverarbeitungsanlage.

menwirken von Telekommunikation und Automation (Datenverarbeitung) —, kurz: die umfassende Anwendung und Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken in allen Lebensbereichen?

Nicht mehr nur punktuell und auf wenige Anwendungsfelder beschränkt erlaubt die Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken eine erweiterte, ortsunabhängige Nutzung und Inanspruchnahme von Gütern und Dienstleistungen. Das Fernsehgerät, versehen mit entsprechenden Zusatzeinrichtungen (z. B. Tastatur, Modem, Decoder) avanciert mehr und mehr zu einem alles verwendbaren Medium zur Informationserstellung, -vermittlung und -nutzung, nicht nur im Freizeit-, sondern auch im Arbeits- und Kulturbereich.

Im vorliegenden Beitrag wird eine Bestandsaufnahme von neuen, informationstechnisch gestützten Nutzungen der Informations- und Kom-

munikationstechniken und dadurch entstehende Partizipationsmöglichkeiten in den Bereichen

— Kunst und Kultur und

— Alltagskultur (Arbeit, Konsumbereich [Inanspruchnahme von Dienstleistungen, Einkauf], Freizeit, Bildung)

vorgenommen. In der Verrichtung dieser Tätigkeiten sind umfassende soziale Veränderungen zu erwarten. Ziel dieses Beitrags ist es, solche möglichen, durch die neuen Medien bedingten gesellschaftlichen Veränderungen aufzuzeigen. Die Ausführungen basieren auf Forschungsarbeiten der Autoren<sup>3)</sup>.

Es dürfte wenig sinnvoll sein, die Anwendungen und Nutzungen einzelner Informations- und

<sup>3)</sup> W. B. Korte (Anm. 1); empirica, Trends and Prospects of Electronic Home Working — Results of a Survey in the Major European Countries, FAST Series der EG, Brüssel-Bonn 1985; empirica, Telearbeit — Interesse und Akzeptanz in Europa, in: CEDEFOP



Kommunikationsdienste in den unterschiedlichen Lebensbereichen (gleichgültig ob räumliche, soziale oder institutionelle Lebensbereiche) jeweils isoliert oder singulär zu betrachten.

Das Besondere an der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken liegt in der Möglichkeit der kombinierten multifunktionalen Nutzung verschiedener Techniken. Diese Feststellung gewinnt um so mehr an Bedeutung, wenn man sich vergegenwärtigt, daß die neuen Informations- und Kommunikationstechniken unter Verwendung einer schon bestehenden bzw. einer bevorstehenden, noch weiterentwickelten Kommunikationsinfrastruktur (ISDN mit der Möglichkeit der integrierten Nutzung von Sprache, Bild, Text, Daten) eine vermischte, ortsunabhängige arbeitsplatz- und freizeitbezogene Nutzung dieser Techniken ermöglichen.

### III. Kunst und Kultur

Über die Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken auf Kunst und Kultur existieren nach den Feststellungen der Enquête-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ kaum gesicherte Erkenntnisse<sup>4)</sup>.

Dem hohen Stellenwert von Kunst und Kultur wurde in den bisher geführten Verhandlungen über die Nutzung und Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken nur unzureichend Rechnung getragen. Diese verliefen im wesentlichen zwischen Juristen und Kaufleuten, wobei der Lebensbereich Kunst und Kultur kaum berücksichtigt wurde. Vor diesem Hintergrund beauftragte das Bundesministerium des Innern die Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Forschungs- und Beratungsgesellschaft mbH empirica mit der Erstellung eines Gutachtens zum Thema „Auswirkungen neuer Informationstechniken im Bereich Kunst und Kultur“, das zwischenzeitlich publiziert vorliegt<sup>5)</sup>.

Dieses Gutachten versucht, Antworten auf die folgenden, kontrovers diskutierten Fragestellungen zu finden bzw. den derzeitigen kontroversen Stand der Diskussion darzustellen:

a) Wie wird das künftige Verhältnis zwischen

NEWS, (1985) 11; W. B. Korte, Telearbeit — Status quo und Zukunftsperspektiven. Ergebnisse einer Potentialanalyse, in: Office Management, (1985) 12; W. B. Korte/W. J. Steinle, Telearbeit — Interesse und Akzeptanz, in: H. R. Hansen (Hrsg.), GI/OCG/ÖGI-Jahrestagung 1985, Wirtschaftsuniversität Wien, Informatik Fachbetriebe Nr. 108, Berlin 1985, S. 959—969.

<sup>4)</sup> Vgl. Deutscher Bundestag, Zwischenbericht der Enquête-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“, Drucksache 9/2442, 28.3. 1983, S. 125.

<sup>5)</sup> W. B. Korte (Anm. 1).

Die nachstehende Übersicht gibt einen Überblick über den gegenwärtigen Stand und die zukünftige Entwicklung unserer Kommunikationsinfrastruktur, die — gegenwärtig noch kaum sichtbar — komplexe sozialräumliche Auswirkungen auf den einzelnen, die Familie, die Nachbarschaft, den lokalen und regionalen, nationalen und internationalen Raum aufweist.

Es werden zunächst derzeitige Anwendungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken in unterschiedlichen Lebensbereichen und daraus erwachsende Partizipationsmöglichkeiten für den Bürger dargestellt, um daran anschließend in einer Zusammenführung und Gesamtbeurteilung die gesellschaftlichen Auswirkungen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken in Form von Zukunftsbildern herauszuarbeiten.

neuen Informations- und Kommunikationstechniken und traditionellen Kunst- und Kulturträgern aussehen?

b) Wie wirken sich neue Informations- und Kommunikationstechniken auf Kunst- und Kulturinhalte aus?

c) Wie wird sich die Beteiligung der Bevölkerung an dem Kunst- und Kulturgehen im Zuge der Entwicklung und Ausbreitung neuer Informations- und Kommunikationstechniken entwickeln?

1. Ein Ergebnis dieser Studie ist, daß in allen untersuchten Kunst- und Kulturverbänden die Nutzungspotentiale der neuen Informations- und Kommunikationstechniken erkannt sind und diese teilweise auch genutzt werden, sei es als zusätzliches Distributionsmedium oder zur Schaffung neuer Kunstformen bei der Erstellung von Kunstprodukten. Mit Ausnahme der Filmtheater wird in allen Kunst- und Kulturbereichen die Meinung vertreten, daß sich die neuen Möglichkeiten der Kunsterstellung, -vermittlung und -nutzung eher komplementär zu den existierenden traditionellen Möglichkeiten entwickeln werden. Selbst in der freien Kunst- und Kulturszene besteht keine Schwellenangst, neue Informations- und Kommunikationstechniken nutzen zu wollen. Allerdings werden die Nutzungspotentiale auch realistisch, d. h. mit Skepsis, eingeschätzt. Es darf aber nicht außer acht gelassen werden, daß sich in der „Szene“ gleichzeitig auch die schärfsten Gegner der neuen Medien befinden.

2. Negative Auswirkungen durch die neuen Medien werden hinsichtlich der Präsenz von Kunst- und Kulturbeiträgen in den neu entstehenden privaten Kabel- und Satellitenfernsehnets be-



## Kommunikationsinfrastruktur: Status quo und Zukunftsperspektiven

### *Status quo*

#### a) Kommunikationsdienste und -netze

- Fernsprechnet
  - Fernsprechen
  - Datenübertragung im Fernsprechnet
  - Telefax Gruppe 2/3
  - Bildschirmtext
- IDN
  - Telex
  - Teletex
  - DATEX-P
  - DATEX-L
  - Direktrufdienst (HfD)
- Datenübertragung via Satellit
- Terrestrischer Rundfunk
- Breitbandkabelnetz
  - Kabelfernsehen
    - Basic Cable
    - Pay TV
  - Videotext (Teletext)
- Satellitenfernsehen
  - Fernmeldesatellit

#### b) Endgeräte

- DV Systeme (Einplatz[PC]-, Mehrplatzsysteme)
- Textverarbeitungssysteme (elektronische Speicherschreibmaschinen, Einplatz-, Mehrplatzsysteme)
- Fernsehgerät

### *Zukunftsperspektiven*

#### a) Kommunikationsdienste und -netze

- ISDN Integration
- B-ISDN von Sprache,
- IBFN Bild, Text, Daten
  
- Breitbandkabelnetz (Ausbau)
  - Kabelfernsehen (Ausbau)
    - Basic Cable (Ausbau)
    - Pay TV
  - Zweiwegkabelfernsehen
- Satellitenfernsehen (Ausbau)
  - Rundfunksatelliten (Direct Broadcasting Satellite)

#### b) Endgeräte

- leistungsstarke multifunktionale Endgeräte

fürchtet. Theoretisch erscheint ein ausreichendes Kunst- und Kulturangebot auch im Privatfernsehen unter den gegebenen ordnungspolitischen Rahmenbedingungen in der Bundesrepublik Deutschland möglich. Umfassende Realisierungschancen dürften ihm allerdings nicht eingeräumt werden können, da die Produktion und Sendung derartiger Beiträge kommerziell wenig attraktiv ist.

Solange keine praktikablen Alternativen vorliegen, erscheinen Quotenfestlegungen (ähnlich den Canadian Content Rules in Kanada)

— zur Sicherung von Kunst- und Kulturangeboten im Fernsehen und

— als Instrument gegen eine kulturelle Überfremdung (Amerikanisierung)

geeignet.

Auch im europäischen Ausland existieren unterschiedliche Quotenregelungen. Programmquotie-

rungen gibt es in Frankreich, Belgien, Dänemark und Spanien. Quotierungen in anderen Kulturbereichen wie Film und Theater z. B. in der Schweiz, in Schweden und Großbritannien. Auch Lizenzbestimmungen für private Anbieter — wie beispielsweise in der Schweiz, Schweden, Großbritannien und Kanada — sorgen für die Wahrung des kulturellen Charakters der Programme.

3. Das Verständnis und die Funktion der Kunst lassen sich nicht loslösen von der gesellschaftlichen Kultur. Die Gesellschaft der fortgeschrittenen Industrienationen ist geprägt von einer Kultur der Abhängigkeit. Es ist eine Kultur entstanden, in der Erziehung, Ausbildung und Arbeits Erfahrung auf abhängige Tätigkeiten ausgerichtet sind. Dies spiegelt sich auch im Verständnis und in den Funktionen der Kunst wieder. Stand in der Vergangenheit der Zugang zu traditionellen Kunst- und Kulturangeboten immer nur kleinen, elitären Gruppen (Bildungsbürgertum) offen, die



diese Angebote passiv rezipierten, so bieten die neuen Medien zumindest Potentiale für eine aktivere Kulturpartizipation. Um die Rolle der Kunst als abhängig konsumiertes Kulturgut zu ändern, bedarf es zunächst jedoch aktivierender und motivierender Maßnahmen. Die neuen Medien können diesbezüglich sicherlich Potentiale bieten, welche über die der traditionellen bei weitem hinausgehen.

Eine verstärkte kulturelle Partizipation breiterer Bevölkerungsgruppen durch die Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken scheint nach den Ergebnissen der genannten Studie allerdings wenig wahrscheinlich. Die Erwartungen einiger Autoren, mit Hilfe der neuen Informations- und Kommunikationstechniken mehr kulturelle Angebote einem breiteren Publikum zugänglich zu machen, müssen mit großer Zurückhaltung gesehen werden. Es ist kaum davon auszugehen, daß Bevölkerungsgruppen, die der Kunst und Kultur fernstehen, durch ein Mehr an kulturellen Angeboten im Rundfunk sich aktiv diesem Bereich zuwenden werden. Uns erscheint eher eine Entwicklung wahrscheinlich, wonach sich sowieso schon an Kunst und Kultur Interessierte nur noch mehr derartige Angebote ansehen werden.

### **Offener Kanal, Bürgerfernsehen**

Möglichkeiten der kreativen, künstlerischen und kulturellen Nutzung neuer Medien bietet vor allem der Offene Kanal im Lokalfernsehen. Das Lokalfernsehen kann über den Offenen Kanal zu einer Art Bürgerfernsehen werden und damit zu einer völlig neuen Art der mittelbaren Interaktion zwischen Einzelpersonen und Gruppen und deren kultureller und kreativer Betätigung.

Allerdings zeigen Erfahrungen mit dem Bürgerfernsehen z. B. in den USA, daß die Möglichkeiten des Zugangs der Bürger zum Fernsehen nicht so positiv zu beurteilen sind, wie dies den Anschein hat, bzw. diese überhaupt nicht realisiert sind. Es existieren zwar eine Reihe von Bürgerfernseh-Versuchen auch in verschiedenen europäischen Ländern, die bisher aber nie über die Versuchsdauer hinweg fortgesetzt wurden.

Bisherige bundesdeutsche Erfahrungen mit dem Offenen Kanal in den Kabelpilotprojekten geben auch keinen Anlaß zu Optimismus. Erste Analysen deuten beispielsweise darauf hin, daß das mangelnde Interesse beim Bürger/Zuschauer auf die äußerst laienhafte Präsentation und das nicht vorhandene Programmschema beim Offenen Kanal, das keine Orientierungsmöglichkeit für den Zuschauer bietet, zurückzuführen sind<sup>6)</sup>.

In diesem Zusammenhang kommt den Häusern der freien Kulturarbeit eine besondere Bedeu-

<sup>6)</sup> W. B. Korte (Anm. 1), S. 308.

tung zu. Dies sind Institutionen, die schon im Rahmen ihrer Arbeit ohne neue Medien breitere Bevölkerungsgruppen, insbesondere Jugendliche, zu einer aktiven und kreativen Freizeitgestaltung animieren und motivieren. Viele freie Kunst- und Kulturgruppen wie auch die Bundesvereinigung sozio-kultureller Zentren zeigen sich deshalb auch aufgeschlossen gegenüber den Nutzungsmöglichkeiten, die der Offene Kanal bietet.

Die Häuser der freien Kunst- und Kulturszene können somit einerseits als „aktive“ Alternative zu den elektronischen Medien helfen, gegen mögliche negative Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken (Veränderungen der Sprach- und Denkstrukturen, Mangel an Kreativität und Erlebniszfähigkeit u. a. m.) insbesondere bei Kindern und Jugendlichen erfolgreich anzugehen. Andererseits könnten sie sich gleichzeitig — vorausgesetzt, sie erhalten die entsprechende finanzielle Unterstützung und institutionelle Absicherung — zu einem Ort der kreativen Betätigung und Auseinandersetzung mit den neuen Informations- und Kommunikationstechniken entwickeln<sup>7)</sup>.

Claus Helmut Drese hat die Bedeutung solcher freien Kunst- und Kultureinrichtungen innerhalb der Kommune wie folgt formuliert: „Ganz zweifellos entsprechen solche Kommunikationszentren einem Bedürfnis unserer Zeit. Besonders in Vororten, Trabantenstädten und Industriesiedlungen sind sie eine soziale Notwendigkeit. Die unter Entfremdung und Isolation leidenden Bewohner uniformer Hochhäuser suchen kulturelle Animation.“<sup>8)</sup> Durch ein bürgernahes Angebot sollen Bürger dazu angeregt werden, an politischen Veranstaltungen teilzunehmen, Kultur selber zu machen, sich an Arbeitsgruppen zu beteiligen<sup>9)</sup>.

### **Kulturarbeit per Video**

Aber auch in Form des neuen Mediums Video bieten sich für breitere Bevölkerungsgruppen Möglichkeiten einer aktiven kulturellen Betätigung. In diesem Zusammenhang kommt erneut den Häusern der freien Kulturszene eine besondere Bedeutung zu, da sie am ehesten den Rahmen dafür abgeben könnten. Eines der bekanntesten Häuser, das Kulturarbeit per Video macht, ist die Medienoperative Berlin e. V. (MOB), „die grand old group alternativer Videoproduzenten“<sup>10)</sup>. Sie leistet seit 1977 kommunale Kulturarbeit per Video und produziert eigene Beiträge.

<sup>7)</sup> Ebenda, S. 317.

<sup>8)</sup> C. H. Drese, Kommunikationsprobleme des Theaters, in: Neue Zürcher Zeitung v. 1. 5. 1981.

<sup>9)</sup> Vgl. Informationsheft der Bundesvereinigung sozio-kultureller Zentren e. V., o. O. 1985.

<sup>10)</sup> G. Mackenthun, Video — aufklärerisch und emanzipatorisch genutzt, in: Die Feder, (1985) 5.



Grundstein des Erfolgs ist ein über Jahre erarbeiteter solider handwerklicher Standard, vergleichbar dem des Fernsehens. „Auch sind die Mitarbeiter der MOB nicht jener mißverständlichen Spontaneität erlegen, die in vielen anderen Gruppen zu einer unzuverlässigen Arbeitsweise und letztendlich zur Auflösung führte“<sup>11)</sup>, beispielsweise des Medienladens Hamburg, der von 1975 bis 1979 existierte, in erster Linie Videoarbeit leistete und das „Video-Magazin“ und andere Medienpublikationen herausbrachte<sup>12)</sup>.

Ein generelles Problem aller soziokulturellen Zentren und Häuser der freien Kunst- und Kulturszene ist die mangelnde finanzielle und institutionelle Absicherung der Projekte und die daraus resultierenden unsicheren Perspektiven: „Daß diese Soziokultur sich entwickeln konnte, ist allerdings weniger der öffentlichen Unterstützung zu verdanken, die oft erst nach langwierigen und zähen Verhandlungen und in bescheidener Höhe angefordert werden konnte, als vielmehr dem Interesse und der Eigenarbeit der Akteure.“ Gleichwohl: „Die öffentliche Hand entzieht sich ihrer kulturellen Verantwortung und überstrapaziert das Ehrenamt und die Privatinitiative.“<sup>13)</sup>

#### **Kanadische Erfahrungen mit Förderprogrammen zur kreativen Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken**

##### *Special Program of Cultural Initiatives des D. O. C.*

Zur Beurteilung einer möglichen zukünftigen kreativen Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken durch freie Kunst- und Kulturgruppen bzw. Einzelpersonen können kanadische Erfahrungen herangezogen werden. Mittlerweile hat die kanadische Regierung eingesehen, daß kreative Individuen und Sozialgruppen an der Entwicklung des technischen Wandels partizipieren müssen, um auf den sozialen Wandel kreativ, informell und ohne manipuliert zu sein Einfluß nehmen zu können<sup>14)</sup>.

Vor diesem Hintergrund hat die Media Arts and Culture Section des Department of Communications 1982 ein neues ‚Special Program of Cultural Initiatives‘ (SPCI) beschlossen, das nicht nur, wie in der Vergangenheit, speziell kulturelle Projekte,

sondern auch professionelle non-profit-Kultureinrichtungen bei der Entwicklung von Projekten, die sich mit der Nutzung neuer Technologien befassen, fördern soll<sup>15)</sup>.

Im Vorwort des SPCI wird ausgeführt, daß derartige Förderprogramme im Rahmen der Arbeitsplatzbeschaffung für Kunst- und Kulturschaffende eine besondere Bedeutung haben, der Fortbestand derartiger kultureller Einrichtungen somit von großer Bedeutung ist. Aus diesem Grund werden deshalb ebenfalls Projekte gefördert, in denen auch entsprechende Managementkenntnisse vermittelt werden. In diesem Zusammenhang wird auch die Anschaffung von entsprechender Computerhardware finanziell unterstützt<sup>16)</sup>.

Das Budget dieses Programms betrug 1982/83 30 Millionen, 1983/84 32 Millionen Dollar.

##### *The Canada Council, Media Arts Section*

Verglichen mit diesem Betrag ist das Budget der Media Arts Section des Canada Council mit 300 000 Dollar sehr gering. The Canada Council Media Arts Section hat es sich zur Aufgabe gemacht, finanzielle Beihilfen an Einzelpersonen oder Gruppen zu geben, die sich experimentell mit der kreativen Nutzung neuer Medien befassen wollen. Art Councils in den einzelnen kanadischen Provinzen haben bei der Unterstützung derartiger Projekte zwischenzeitlich ähnliche Programme gestartet<sup>17)</sup>.

Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Non-profit-initiativen in Kanada, die von diesen Geldern Gebrauch machen und mit neuen Informations- und Kommunikationstechniken im Kunst- und Kulturbereich arbeiten und experimentieren. Nicht nur aufgrund des dort arbeitenden Personenkreises (z. B. Studenten, Kunst- und Kulturinteressierte, independent artists) wäre eine ähnliche Entwicklung auch in der Bundesrepublik Deutschland denkbar.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß durch die Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken im Kunst- und Kulturbereich potentiell neue Partizipationspotentiale für den interessierten Bürger entstehen werden. Diese beziehen sich einerseits auf ein mehr passives Rezipieren von internationalen Kunst- und Kulturbeiträgen, die im Zuge des Ausbaues der Massenkommunikationsinfrastruktur (Kabel- und Satellitenfernsehen) angeboten werden<sup>18)</sup>.

<sup>11)</sup> G. Mackenthun, ebenda.

<sup>12)</sup> Vgl. W. Uka, Video did not kill the media-workers. Emphase und Frust, Trennung und Neuanfang. Zur Krise alternativer Medienarbeit... in: Videomagazin Nr. 18/19, Januar 1980; G. Roscher, Gibt es eine Krise alternativer Medienarbeit?, in: Videomagazin Nr. 18/19, Januar 1980; G. Roscher Gegenöffentlichkeit und Hilfe zur Selbständigkeit, in: Päd. extra, 15. Mai 1979.

<sup>13)</sup> N. Sievers, Zweite Kulturmesse in Unna. Vorstellungen einer entwickelten soziokulturellen Praxis, in: Kulturpolitische Mitteilungen, Nr. 25 II/1984, S. 1 ff.

<sup>14)</sup> N. Paterson, Art, Technology and Public Policy, in: Parallelogramme, Vol. 9, No. 5, Summer 1984, S. 17.

<sup>15)</sup> Ebenda.

<sup>16)</sup> Government of Canada, Department of Communications: A Special Program of Cultural Initiatives, 1982.

<sup>17)</sup> N. Paterson (Anm. 14), S. 18.

<sup>18)</sup> Um die Präsenz von Kunst- und Kulturbeiträgen auch im bundesdeutschen Privatfernsehen sicherzustellen, sind allerdings entsprechende ordnungspolitische



Andererseits eröffnet der Offene Kanal potentiell aktive Partizipationspotentiale für den einzelnen. Dasselbe trifft z. B. auf einen in Zukunft über Btx in Verbindung mit einer Bildplatte und einer Computer-Textdatenbank realisierbaren ortsunabhängigen Abruf von bisher in Museen ausgestellten oder dokumentierten Kunstobjekten zu, die sich der interessierte Bürger über sein Home-Terminal in die eigene Wohnung holen kann. Das gilt auch für den dezentralen Informationsabruf bei der Nutzung von Nachschlagewerken,

Fachinformationsschriften usw.

Ob bzw. inwiefern diese Potentiale von breiteren Bevölkerungsgruppen wahrgenommen werden, ist äußerst fraglich. Der Normalbürger wird sein Konsumverhalten diesbezüglich kaum ändern und künstlerische und kulturelle Angebote wie bisher auch konsumieren — nämlich kaum oder überhaupt nicht, da er unter den gegebenen Bedingungen weder zu einem Konsum kultureller Angebote und schon gar nicht zu einer aktiven Beteiligung motiviert und interessiert wird.

## IV. Alltagskultur

Die soeben beschriebenen und analysierten Beispiele von Nutzungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken betreffen nur am Rand den Einfluß des Auf- und Ausbaus neuer Medien auf die Alltagskultur. Unter Berücksichtigung des derzeitigen Einsatzes der Informationstechnik und der angestrebten Pläne für eine Ausweitung durch öffentliche Netze bis in den privaten Bereich erscheint für eine umfassende Analyse der gesellschaftlichen Auswirkungen der neuen Medien eine Erweiterung des Kulturbegriffs auf die Alltagskultur hin erforderlich.

Unter Alltagskultur verstehen wir alle relevanten Lebensbereiche eines Individuums sowohl in der Arbeits- als auch der Privatsphäre mit den in diesen Bereichen ausgeübten Funktionen der Informationserstellung, -vermittlung und -nutzung bei der Arbeit, in der Freizeit, im Konsum-(Einkauf, Inanspruchnahme von Dienstleistungen) und im Bildungsbereich.

### 1. Arbeitswelt

Durch die Anwendung neuer Informations- und Kommunikationstechniken in der Arbeitswelt zeigen sich schon heute massive Veränderungen sowohl des Produktions- als auch des Bürobereichs. Mittlerweile dringen diese neuen Techniken, die der Verrichtung von Büroarbeiten dienen (z. B. Personal Computer, Btx), auch verstärkt in die Privatsphäre ein.

Diese Entwicklungen auf den Gebieten Büroautomation und Telekommunikation erlauben die dezentrale Arbeitserbringung von Bürotätigkeiten mit der elektronischen Rücksendung der Arbeitsergebnisse über die vorhandene Kommunikationsinfrastruktur, die unter der Bezeichnung „Telearbeit“ publik geworden ist. Auch in der Bundesrepublik Deutschland wird mittlerweile

an mehreren solcher Telearbeitsprojekten gearbeitet. Dabei sind die Meinungen und Standpunkte dazu — insbesondere die der Sozialpartner — äußerst kontrovers. Zur momentanen Situation der Telearbeit in der Bundesrepublik Deutschland kann gesagt werden:

- Wir stehen am Anfang dieser Entwicklung.
- Noch sind die technischen Voraussetzungen nicht optimal bzw. ausreichend.
- Es gibt eine große Anzahl an internationalen Erfahrungen, die aber noch nicht vergleichend aufgearbeitet worden sind.
- Mögliche Auswirkungen auf Mitarbeiter, Unternehmen und Gesellschaft sind noch weitgehend hypothetisch und bedürfen einer verstärkten wissenschaftlichen Durchdringung.
- Es existieren keine umfassenden Konzepte einer sozialverträglichen und humanen Gestaltung der Telearbeit.

Ähnlich wie schon in den USA, aber auch in Großbritannien erfolgt die Einrichtung dezentraler Telearbeitsplätze primär aus Rationalisierungsbestrebungen seitens der Unternehmen (vgl. z. B. F International Ltd., Rank Xerox<sup>19</sup>). Dabei kommt es vielfach zu arbeits- und sozialrechtlich zweifelhaften Arbeitsverträgen, die den Arbeitnehmern jeden arbeits- und sozialrechtlichen Schutz nehmen, eine akkordähnliche Bezahlung und eine zunehmende Dequalifizierung zur Folge haben.

Es kommt nicht von ungefähr, daß gerade die Unternehmer dabei der dezentralsten Form der Telearbeit, der elektronischen Heimarbeit, die Priorität geben. Sie erfordert für sie den geringsten organisatorischen und finanziellen Aufwand, ermöglicht eine Beschäftigung der Telearbeiter auf Werkvertragsbasis bzw. nach dem

Rahmenbedingungen erforderlich. U. E. ist der derzeitige Ordnungsrahmen theoretisch ausreichend. Vor dem Hintergrund aber, daß unter diesen Bedingungen Kunst- und Kulturangebote im Privatfernsehen kommerziell nicht attraktiv sein werden, ist dennoch einige Skepsis am Platz.

<sup>19</sup>) Vgl. u. a. P. E. Judkins/D. West, *Networking. The Distributed Office. A New Venture in Modes of Employment*, London 1984; V. S. Shirley, *Office Workstations in the Home. Case Study: F International*, New York 1983; V. S. Shirley *F International: Twenty Years' Experience in Homeworking*, in: *Office Workstations in the Home*, Washington 1985.



Heimarbeitsgesetz und ist geradezu ideal für eine nur kapazitätsorientierte Beschäftigung der Telearbeiter. Siemens sieht darin beispielsweise die Möglichkeit der Schaffung eines „Sekretariats an der langen Leine“, d. h. die Telearbeiter — zumeist Frauen — werden lediglich bei Kapazitätsengpässen in der Zentrale zum Abarbeiten der Kapazitätsspitzen eingesetzt<sup>20</sup>). Die dabei auftretenden sozialen Folgeprobleme, z. B. soziale Isolation, rücken kaum ins Blickfeld der Betrachtung.

Daß Telearbeit nicht ausschließlich elektronische Heimarbeit bedeutet, ist mittlerweile auch in der Bundesrepublik Deutschland bekannt. Sie stellt den Extremfall einer Dezentralisierung der betrieblichen Organisation dar. Andere Formen der Telearbeit — beispielsweise Nachbarschaftsbüros — finden zwar auch Erwähnung, praktische Anwendungen existieren z. Z. in der Bundesrepublik Deutschland jedoch nicht oder erst in äußerst rudimentärer Form. In Großbritannien beispielsweise, wo die Nutzung und Haushaltsdeckung von Home-Computern und somit auch die Vertrautheit mit diesen Technologien weiter fortgeschritten ist als in der Bundesrepublik, werden unterschiedliche Formen der Telearbeit weitaus umfassender praktiziert.

Während der Einsatz und die Nutzung neuer Informations- und Kommunikationssysteme sicherlich sowohl in Privathaushalten als auch in der gewerblichen Wirtschaft zunehmen wird, ist jedoch die Nutzungsfähigkeit per se noch kein entscheidender Faktor, der ausreichend Auskunft über mögliche Auswirkungen und Veränderungen in den unterschiedlichen Lebensbereichen geben kann. Vielmehr spielen qualitative Veränderungen eine entscheidende Rolle. Letztendlich wird nicht die Menge der eingesetzten Geräte, Systeme oder Dienste Leben und Arbeit verändern, sondern die Art ihrer Nutzung. Obwohl wir beispielsweise von einer integrierten Nutzung neuer Informations- und Kommunikationssysteme in Privathaushalten noch weit entfernt sind, läßt sich bereits jetzt eine Reihe von qualitativen Verschiebungen der Nutzung von Heimcomputern beobachten.

Der prototypische Heimcomputernutzer ist männlich, eher jung und in Berufen tätig, die überdurchschnittlich viel Computerarbeit beinhalten. Zum Beispiel besitzt fast jeder fünfte Programmierer einen Heimcomputer, während im Durchschnitt nur jeder zwanzigste Bundesbürger über ein solches Gerät verfügt. Entscheidend ist jedoch nicht die Nutzungshäufigkeit, sondern die Nutzungsart. Die Zeit, in der Heimcomputer lediglich für Spiele und sonstige Vergnügen genutzt

wurden, liegt längst hinter uns. Heute spielt der Heimcomputer schon eine entscheidende Rolle im Rahmen arbeitsbezogener Tätigkeiten. Unsere Untersuchungen haben ergeben, daß schon annähernd 10% der Programmierer, die einen Heimcomputer besitzen, diesen primär geschäftlich nutzen. Des weiteren zeigt sich diese Berufsgruppe dezentralen Arbeitsformen gegenüber weitaus aufgeschlossener und interessierter als andere Berufsgruppen<sup>21</sup>).

Der hier einsetzende Prozeß der Umgestaltung von Erwerbsarbeit wird durch den verstärkten Einzug neuer Medien in die Privathaushalte gefördert. Geht man außerdem davon aus, daß durch die zunehmende Vertrautheit mit den technischen Geräten Interesse und Akzeptanz an derartigen computergestützten dezentralen Arbeitsformen zunehmen werden, so stehen wir an der Schwelle einer zunehmenden, informationstechnisch bedingten Vermischung von Arbeits- und Privatsphäre.

## 2. Konsumbereich (Inanspruchnahme von Dienstleistungen, Einkauf)

Neben einer zunehmenden dezentralen, arbeitsbezogenen Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken in bestimmten Berufen werden auch private und öffentliche Dienstleistungen ortsunabhängig in Anspruch genommen werden. Der Informationsverarbeitungsprozeß wird sich in Abhängigkeit von den Informationsträgern verändern (vgl. die nachstehende Abbildung). Dabei vollziehen sich Informationsherstellung, -vermittlung und -nutzung nicht mehr primär über Personen, sondern vermittelt über eine hochentwickelte technische Kommunikationsinfrastruktur. In vielen Bereichen kann ein verändertes Nutzerverhalten schon heute beobachtet werden (Stichwort: Electronic Home-Banking). Eine derartige Übertragung von Arbeitsvolumen an den privaten Kunden hat in vielen Wirtschaftsbereichen bereits Tradition. Es ist davon auszugehen, daß in den verschiedensten Bereichen in Zukunft die unterschiedlichsten Formen der Selbstbedienung durch die neuen Informations- und Kommunikationstechniken ermöglicht werden.

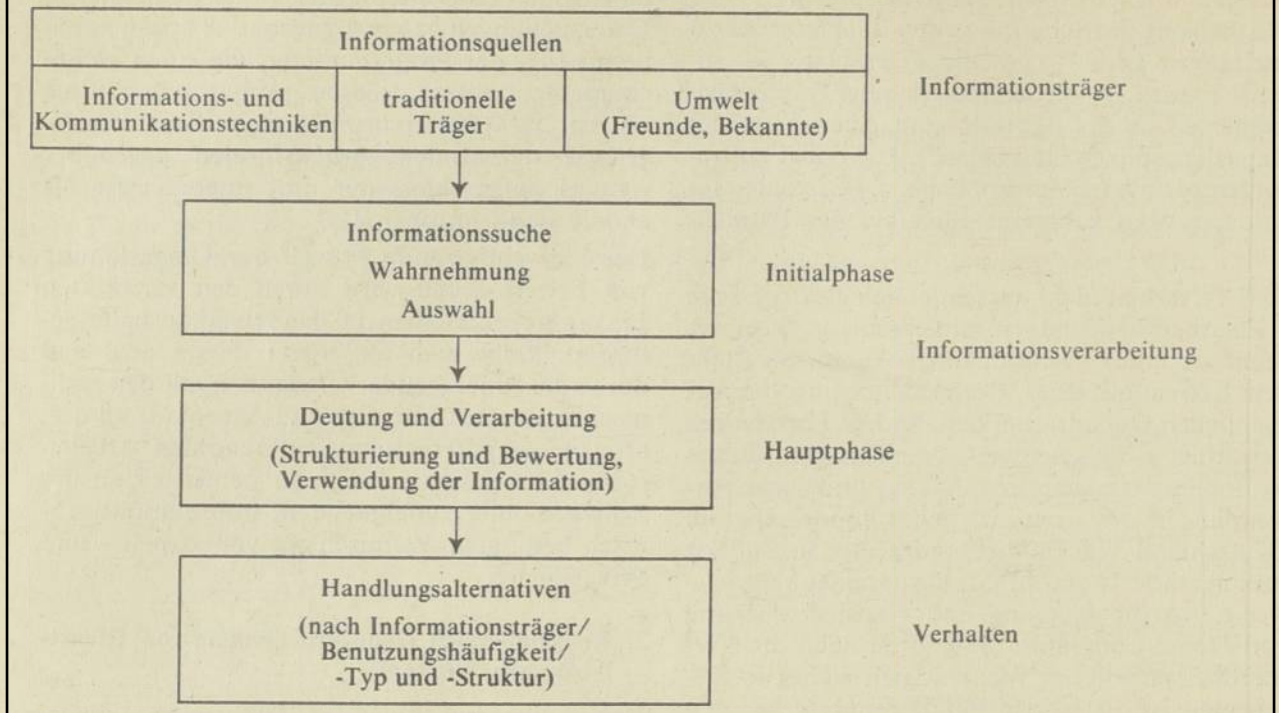
Ähnliche Systeme (z. B. Fernbestellungen, Fernauskunft) existieren teilweise schon und werden sich, unterstützt durch eine verbesserte Kommunikationsinfrastruktur, vermehren und vielfältig genutzt werden, was unmittelbare Auswirkungen auf alle sozialen Lebensräume der Bürger (Familie, Nachbarschaft, Kommune) haben wird.

<sup>20</sup>) Vgl. H. U. Wegener, Telearbeit für das Büro. Bericht über einen Modellversuch der SIEMENS AG, in: data report, (1983) 18, S. 6.

<sup>21</sup>) Vgl. W. B. Korte/W. J. Steinle, Programmierer und dezentrale Arbeit — Gedanken über das mögliche Diffusionspotential, in: Computerwoche, 25.10. 1985, S. 10; W. B. Korte, Telearbeit — Status quo und Zukunftsperspektiven. Ergebnisse einer Potentialanalyse, in: Office Management, (1985) 12.



## Allgemeine Darstellung des Informationsverarbeitungsprozesses in Abhängigkeit von den Informationsträgern



### 3. Freizeit

#### Massenmedien

Schon heute und auch in Zukunft wird an dem Ausbau der vorhandenen Infrastruktur für die Massenmedien (Kabelfernsehen, Satellitenfernsehen), die primär im Freizeitbereich genutzt werden, gearbeitet. Trotz massiver Kritik von seiten der Bonner Opposition und des Bundesrechnungshofes (vgl. Gutachten des Bundesrechnungshofes vom 18. Juni 1984) an den Verkabelungsplänen des Bundespostministeriums hält der Bundespostminister an seinen Milliardeninvestitionen in die Breitbandverkabelung der Bundesrepublik fest, die zu einer flächendeckenden Verkabelung und damit einer bundesweit verfügbaren Infrastruktur zur Nutzung von Kabelfernsehprogrammen führen soll.

Auch im Bereich des Satellitenrundfunks steht eine deutliche Zunahme der Programmempfangsmöglichkeiten bevor. Beispielsweise wird schon heute der Westbeam des Fernmeldesatelliten ECS-1 von der Anstalt für Kabelkommunikation (AKK) Ludwigshafen genutzt. Eine deutliche quantitative Angebotszunahme ist nach dem Start und der Betriebsbereitschaft von sogenannten direkt strahlenden Rundfunksatelliten zu erwarten (vgl. TV-Sat), die dem Nutzer den direkten Empfang von weltweit ausgestrahlten Rundfunkprogrammen ermöglicht.

Auch im Freizeitbereich stehen somit durch die rasche Entwicklung auf dem Gebiet der Massenkommunikationsmedien tiefgreifende Veränderungen, d. h. zunächst eine deutliche Zunahme

des Angebots an Fernsehprogrammen in der Bundesrepublik Deutschland bevor bzw. sind schon in Ansätzen realisiert.

Der Strukturwandel im Mediensystem hat in der Vergangenheit neu hinzutretende Medien allmählich in das System integriert und bisher nicht zu einer Verdrängung schon existierender Medien geführt. Bei den jetzt neu hinzukommenden Medien wird sich der Wettbewerb unter den Massenmedien in Zukunft verstärken. Dabei sind sowohl Ergänzungs- als auch Verdrängungswirkungen zu erwarten.

Des weiteren bedeutet eine Vermehrung der Programme noch keine zwangsläufige Vermehrung der Programmvialt. Die Enquête-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ ist jedoch der Meinung, daß eine breitere inhaltliche Auffächerung der Programmangebote realisiert werden kann. Als Beispiele zur Realisierung nennt sie:

- eine zunehmende Lokalisierung,
- Spezialisierung und Individualisierung,
- Internationalisierung,
- Bürgerbeteiligung über einen Offenen Kanal<sup>22)</sup>.

Theoretisch mögen diese Beispiele durchaus geeignet erscheinen, eine Programmvialt zu erreichen. Mit Ausnahme der Empfehlung der Bürgerbeteiligung über einen Offenen Kanal gehen sie jedoch alle von einem passiven Rezipienten von Programmangeboten aus, so daß dadurch

<sup>22)</sup> Vgl. Deutscher Bundestag (Anm. 4), S. 132.



keine unmittelbare aktive Einbeziehung des Rezipienten ermöglicht wird. Das Fernsehen ist letztendlich als konsumtives Medium entwickelt worden und wird auch fast ausschließlich entsprechend genutzt.

Auch die Funktion des (kulturellen) Fernsehangebots als Anreiz zur Entwicklung eigener (kultureller) Aktivitäten muß mit einiger Skepsis betrachtet werden, ganz zu schweigen von den unsicheren Perspektiven für eine mögliche Finanzierung solcher Angebote.

Die Realisierung einer umfassenden lokalen Berichterstattung dürfte u. E. für private Anbieter kommerziell wenig attraktiv sein. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten kommen für eine lokale Berichterstattung auch nicht in Frage. Sie dürften mit ihrer Regionalisierung des Fernsehprogrammangebots (vgl. z. B. WDR-Landesstudios mit den regionalen Fenstern) die letzte finanziell und organisatorisch noch tragbare regionale Differenzierung erreicht haben.

Auch eine zunehmende Spezialisierung beim Fernsehangebot, d. h. die gezielte Gruppenansprache durch Spezial- und Gruppenkanäle (z. B. Musikkanal, Kulturkanal, Nachrichtenkanal) für bestimmte Gruppen (z. B. Kinder, Senioren, Kulturinteressierte) wird unseres Erachtens allenfalls zum verstärkten passiven Rezipieren von Informationen führen und keine Anreize für Eigenaktivitäten des Zuschauers hervorrufen, sondern möglicherweise vorhandene Ansätze in diese Richtung sogar noch blockieren. Davon abgesehen dürfte allenfalls für Zielgruppenkanäle, die massenattraktive Beiträge für große Gruppen anbieten (z. B. Musikprogramme für Jugendliche) eine hinreichende Nachfrage und damit auch das finanzielle Überleben sichergestellt sein. Inwiefern die Zielgruppenkanäle allerdings eine wünschenswerte Entwicklung bzw. eine inhaltliche Bereicherung des Fernsehangebots darstellen, sei dahingestellt und darf bezweifelt werden.

Alle Hinweise und Meinungen, daß durch eine z. B. durch Satelliten mögliche Internationalisierung des Programmangebots eine inhaltliche Auffächerung bewirkt und dadurch ein „Beitrag zur Horizont-Erweiterung jedes einzelnen sowie zur Verbesserung der internationalen Verständigung und Zusammenarbeit“<sup>23)</sup> geleistet werden könnte, scheitert an den vorhandenen Sprachbarrieren bzw. kann nur von bestimmten Bevölkerungsgruppen, die entsprechende Fremdsprachen beherrschen, genutzt werden.

Die Hoffnungen zu verstärkter kultureller und politischer Partizipation breiterer Bevölkerungsgruppen sowie der Entwicklung eigener Aktivitäten durch den Offenen Kanal müssen auch mit Skepsis gesehen werden.

<sup>23)</sup> Deutscher Bundestag (Anm. 4), S. 133.

Zusammenfassend kann man sagen, daß Massenmedien im Freizeitbereich — nicht zuletzt deshalb, weil sie als konsumtives Medium entwickelt worden sind und auch entsprechend genutzt werden — kaum zusätzliche kulturelle und politische Partizipationsmöglichkeiten für den Normalbürger bieten und auch nur sehr begrenzt eine Anreizfunktion zu eigenen Aktivitäten ausüben. Eine heute vielleicht noch teilweise feststellbare eigenbestimmte Freizeitnutzung unter Ausbau von Kreativitäts- und Aktivitätsspielräumen wird beim Normalbürger zunehmend einer primär konsumorientierten Freizeitgestaltung weichen. Daran werden auch die dargestellten Möglichkeiten einer inhaltlichen Auffächerung des Programmangebots nichts ändern; der Durchschnittszuschauer ist und bleibt in erster Linie ein passiver Rezipient mehr oder weniger anspruchsvoller Fernsehprogramme.

Die audiovisuellen Medien Videorecorder und Bildplatten werden diesen Trend nur noch verstärken. Sie machen den Fernsehkonsument von den Programmen und den Programmabfolgen der Fernsehstationen weitgehend unabhängig. Auch wenn kaufkraftbedingt nicht so bald mit einer Vollversorgung der bundesdeutschen Bevölkerung mit Videorecordern zu rechnen ist, wie beispielsweise in Kuwait, wo 92% der Haushalte ein Videogerät besitzen<sup>24)</sup>, werden laut Prognose 1990 rund 16 Millionen Videorecorder in deutschen Haushalten stehen, verglichen mit etwa 3,8 Millionen Ende 1983. Für das Jahr 1995 wird mit einer 80%igen Haushaltsdeckung gerechnet<sup>25)</sup>.

#### *Individualmedien*

Auch die zunehmende private Nutzung von Home- und Personal Computern wird zu Veränderungen der Alltagskultur führen. Nach einer Phase, in der Heimcomputer fast ausschließlich für einige Spiele und sonstige Vergnügungen genutzt wurden, werden sie — nicht zuletzt aufgrund technischer Weiterentwicklungen bei den immer billiger werdenden Geräten — heute für immer komplexere Anwendungen genutzt. Dabei dominieren gegenwärtig noch eindeutig die privaten vor den geschäftlichen Nutzungen. Mittlerweile liegt die Haushaltsdeckung mit Heimcomputern in der Bundesrepublik bei ca. 5%; für 1990 erwartet man einen Bestand von einer Million Kleincomputern.

Vor dem Hintergrund, daß

- die Haushaltsdeckung mit leistungsfähigen Kleincomputern deutlich zunehmen wird,
- die privaten Anwendungen und Nutzungen dieser Geräte an Komplexität zunehmen werden,

<sup>24)</sup> Vgl. InterMedia, Juli/September 1983, S. 38.

<sup>25)</sup> Vgl. ZAW-Service Nr. 119, April 1983, S. 12.



— die arbeitsbezogene Nutzung von Heimcomputern zunächst in bestimmten Berufsgruppen, später aber auch auf breiterer Front zunehmen wird,

— private und öffentliche Dienstleistungen sowie Einkäufe verstärkt über einen Heimcomputer ortsunabhängig und zu beliebigen Zeiten in Anspruch genommen werden können,

— die zunehmende Vertrautheit mit den technischen Geräten — insbesondere bei der jüngeren Bevölkerung — die Bereitschaft, diese mannigfaltig zu nutzen, zunehmen wird,

sind massive Veränderungen durch Individualmedien auch im Bereich der Alltagskultur zu erwarten. Diese beziehen sich auf alle relevanten Lebensbereiche — längst nicht nur auf den Freizeitbereich —, da Heimcomputer mit den potentiellen Möglichkeiten ihrer weltweiten Vernetzung deren vermischte Nutzung in der Arbeits- und Privatsphäre ermöglichen, ja geradezu heraufbeschwören.

#### 4. Bildung

Auch im Bildungsbereich halten neue Informations- und Kommunikationstechniken verstärkt Einzug. Trotzdem herrscht bei der Mehrzahl der Pädagogen eine tiefe Skepsis gegenüber dem Einsatz bestimmter neuer Informations- und Kommunikationstechniken in Bildungseinrichtungen, nicht zuletzt aufgrund der fehlgeschlagenen Versuche in den siebziger Jahren mit dem Konzept eines computergestützten Unterrichts und auch des massiven Einsatzes von Sprachlabors.

Ohne hier das gesamte Spektrum der im Unterricht einsetzbaren neuen Medien (im wesentlichen: Computer, audiovisuelle Medien, Bildungfernsehen) beschreiben und analysieren zu wollen, kann festgehalten werden, daß sie durchaus neue didaktische Möglichkeiten bei der Wissensvermittlung erkennen lassen. Es hat sich jedoch herausgestellt, daß sie den persönlichen Direktunterricht durch den Lehrer nicht ersetzen, sondern ihn nur unterstützen bzw. ergänzen können.

Die Enquête-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ hat in diesem Zusammenhang festgestellt, daß „Bildungstechnologien ergänzende und unterstützende Funktionen übernehmen und Unterrichtsinhalte veranschaulichen, in bestimmten Bereichen unter Umständen Defizite ausgleichen helfen“<sup>26)</sup> können. Für die Zukunft und bei einem Ausbau des

<sup>26)</sup> Vgl. Deutscher Bundestag (Anm. 4), S. 116.

Telekommunikationssysteme eröffnen sich im Bildungsbereich völlig neue Möglichkeiten durch die Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken, die wie folgt beschrieben werden<sup>27)</sup>:

— zeitlich/örtlich unbegrenzte Verfügbarkeit,

— individueller Auswahl-Abwurf,

— interaktive Arbeit mit Materialien und Programmen,

— auditive und visuelle Präsentation (Bewegtbild),

— audiovisuelle Kommunikation (Bildtelefon).

Darüber hinaus meint Georg-Berndt Oschatz, daß „der Computer, seine Faszination, seine Exklusivität irgendwann zur Normalität und zum selbstverständlichen Instrument unseres Lebens und damit auch der schulischen Anwendungen wird“<sup>28)</sup>.

Um die sich bietenden positiven Potentiale auch im Bildungsbereich sinnvoll und sozialverträglich für jedermann nutzbar zu machen, bedarf es einer besonderen Förderung von Bildungseinrichtungen, von medien- und sozialpädagogischen Beratungsangeboten, die den Umgang mit den neuen Medien vermitteln. Derartige Maßnahmen sind unumgänglich, da die neuen Informations- und Kommunikationstechniken andernfalls eher zu einer Erweiterung der Wissensklüft zwischen den verschiedenen Bildungsschichten führen. Martin Furian hat dazu — bezogen auf das Bildungsfernsehen — äußerst treffend festgestellt, daß „die Bildungsprogramme in den Neuen Medien nur von denen angenommen werden, die ohnehin bereits bildungsbeflissen sind. Andere nehmen sie überhaupt nicht an.“<sup>29)</sup> Diesen Kontrast, die sich abzeichnende Teilung unserer Gesellschaft in sogenannte „information rich“ und „information poor“, gilt es durch die Vermittlung des notwendigen Wissens zur Handhabung und positiven Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken an alle Bürger zu vermeiden.

<sup>27)</sup> Vgl. zum folgenden: Deutscher Bundestag (Anm. 4), S. 118.

<sup>28)</sup> G. B. Oschatz, Computer + Bildung. Einführungsvortrag, in: Bundesministerium für Forschung und Technologie/Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.), Computer + Bildung. Schriftenreihe: „Berichte und Dokumentation“ der Bundesregierung, Bonn, Mai 1984, S. 26.

<sup>29)</sup> M. Furian, Kinder und Jugendliche vor dem Bildschirm — Hilfen zum Umgang mit dem Medium, in: Arbeitsgemeinschaft für Jugendhilfe (Hrsg.), Jugend und Neue Medien — Hilfe vor dem Bildschirm!? Bonn, August 1984, S. 59.



## V. Resumee

Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken erlauben durch die Möglichkeiten ihrer weltweiten Vernetzung und ihrer Multifunktionalität eine ortsunabhängige, dezentrale und zeitungebundene Nutzung sowohl zum Zwecke

- der Partizipation an und der Nutzung von Kunst und Kultur,
- der Arbeiterbringung,
- der Abrufs und der Bereitstellung von Dienstleistungen,
- der Bestellung und des Einkaufs von Waren,
- der Freizeitbetätigung,
- der Bildung.

Die hier einsetzende Entwicklung kann unter den drei Stichworten

- Multifunktionalität,
- Dezentralisierung,
- Vermischung von Arbeits- und Privatleben umschrieben werden.

Dabei ist die Aufnahmebereitschaft und Akzeptanz neuer Medien in den Privathaushalten im wesentlichen von mehreren Faktoren abhängig:

- der Entwicklung bei den potentiellen Abnehmern (Bevölkerungszahl, Altersstruktur, Privathaushalte, Bildungsstand),
- deren Kaufkraft und die wirtschaftliche Entwicklung allgemein (Arbeitslosigkeit),
- dem Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit,
- dem subjektiven Interesse an neuen Medien.

Man kann davon ausgehen, daß mit zunehmender Kenntnis über neue Medien auch das Interesse und die Akzeptanz der Privathaushalte zunehmen werden. Interesse und Akzeptanz sind altersspezifisch unterschiedlich; insbesondere für die jüngere Bevölkerung, die mit den neuen Medien aufwächst, wird deren Nutzung zur Alltäglichkeit werden.

Wie schon weiter oben ausgeführt, bestehen in allen untersuchten relevanten Lebensbereichen des einzelnen deutliche sozialgruppenspezifische Unterschiede in der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken, die durch mehrere Faktoren bedingt sind:

- das unterschiedliche Interesse, diese kreativ und nicht nur passiv rezipierend nutzen zu wollen,
- die unterschiedliche Kaufkraft, diese erwerben zu können, und
- der unterschiedliche Bildungsstand verschiedener Sozialgruppen, diese kreativ handhaben zu können.

Demnach ist zu befürchten, daß sich unsere Gesellschaft hinsichtlich der Nutzung neuer Infor-

mations- und Kommunikationstechniken in zwei größere Gruppen teilen wird: die „information rich“ und „information poor“. Dabei ist anzunehmen, daß die Trennlinie auch parallel zu den Generationsschichtungen verläuft.

Auf der einen Seite sind dies junge, aufstrebende, gebildete Generationen, die vom Interesse, der Kaufkraft, den bildungsmäßigen Zugangsvoraussetzungen usw. her in der Lage und gewillt sind, die vorhandene Kommunikationsinfrastruktur aktiv zu nutzen: angefangen von der stark selektiven Nutzung des Kabel- und Satellitenfernsehens über den PC (geschäftlich und privat), über Btx und andere Kommunikationsdienste, die den informationstechnisch gestützten Abruf von Informationen, die dezentrale Inanspruchnahme von Dienstleistungen und die Bestellung von Einkaufsgütern usw. ermöglichen, bis hin zu einer kreativen und aktiven Nutzung neuer Medien (z. B. Offener Kanal, Bürgerfernsehen) im Rahmen von mehr innovativer kultureller Partizipation.

Auf der anderen Seite stehen insbesondere Bevölkerungsgruppen, die alle die genannten Voraussetzungen (Interesse, Kaufkraft, Bildungsstand) nicht aufweisen und bei denen sich somit im Sinne einer Technologie-Gesellschaft alle Rückständigkeitsphänomene kumulieren. Davon dürften im wesentlichen die ältere Generation und sozial schwächer gestellte Personengruppen betroffen sein. Für diese Sozialgruppen wird den Massenmedien wie dem Fernsehen unter den gegenwärtigen und zukünftigen Rahmenbedingungen von hoher Arbeitslosigkeit, früherem Ruhestand, aber auch einer wachsenden Anzahl von Einpersonenhaushalten als preisgünstigem Medienangebot mehr noch als bisher die Funktion als Kommunikationsersatz und Kontakt zur Außenwelt zufallen.

Wie kann nun einer solchen wenig wünschenswerten Entwicklung entgegengewirkt werden? Der Ansatzpunkt liegt u. E. bei den Faktoren, die die sozialgruppenspezifisch unterschiedliche Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken bedingen:

- Kaufkraft zum Erwerb neuer Medien,
- Bildungsvoraussetzungen, die deren Handhabung ermöglichen, und
- Interesse, neue Medien nicht mehr nur passiv konsumieren, sondern auch aktiv und kreativ nutzen zu wollen.

Dabei sind die einzigen kurz- und mittelfristig beeinflussbaren Größen Bildung und Interesse. Zwischen diesen Größen besteht ein kausaler Zu-



sammenhang dahingehend, daß beispielsweise das Interesse, neue Informations- und Kommunikationstechniken aktiv und kreativ z. B. im kulturellen Bereich einsetzen zu wollen, an ein Mindestmaß an bildungsmäßigen Voraussetzungen geknüpft ist, derartige Ideen überhaupt entwickeln zu können. Hier liegt somit der primäre Ansatzpunkt z. B. bildungspolitischer Maßnahmen.

Vor diesem Hintergrund sind unsere Bildungspolitiker und -planer aufgefordert, schon jetzt in den Bildungseinrichtungen das notwendige Wissen zum sinnvollen Umgang mit allen Medien (unter Einschluß neuer Informations- und Kommunikationstechniken) an alle Bürger zu vermitteln. Dazu bedarf es spezieller Maßnahmen, welche die Bürger aus allen Sozialschichten für die Entwicklungen auf dem Gebiet der neuen Medien und die sich dadurch bietenden positiven Nutzungsmöglichkeiten sensibilisieren, sie zur

aktiven und kreativen Teilnahme motivieren und ihnen dabei das notwendige Wissen zur sinnvollen Nutzung der neuen Medien vermitteln. Ziel dieser Wissensvermittlung soll nicht ein Heer von Technikvirtuosen sein, die vollgepfropft mit technischem know-how neue Technologien exzessiv für sich nutzen. Vielmehr soll am Ende ein mündiger Bürger stehen, der fähig ist, die neuen Informations- und Kommunikationstechniken in allen Lebensbereichen aktiv, kreativ und sozialverträglich nutzen zu können

Geschieht dies nicht, wird das breite Publikum den Anschluß an die technologische und gesellschaftliche Entwicklung verpassen — ein problematischer Sachverhalt, den sich eine fortschrittliche Industrie- und Technologiegesellschaft nicht leisten kann, zumal er auch ein nicht zu unterschätzendes Potential an sozialem Konfliktstoff beinhalten würde.



## **Josef Hackforth: Neue Medien und gesellschaftliche Konsequenzen**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 3/86, S. 3—10

Bereits der Name ist eine bewußte Suggestion. Bei den sogenannten Neuen Medien handelt es sich ausschließlich um neue mediale Distributionstechniken; das jeweilige Medium ist längst erfunden.

Auf dem Weg in eine „Informations- und Freizeitgesellschaft“ werden die Argumente pro und kontra die neuen Medientechniken diskutiert sowie grundsätzliche Positionen abgesteckt. Danach erfolgt eine medientechnische Einzelprüfung vom Videotext bis zum Satellitenrundfunk, bei der die aktuelle Situation ebenso behandelt wird wie prognostizierbare Entwicklungen.

Die sozialen und individuellen Folgen der Neuen Medien werden unter drei grundlegenden Aspekten geprüft:

1. Die Konsequenzen für den zukünftigen Journalismus;
2. die Folgen für die traditionellen tagesaktuellen Medien (Alte Medien);
3. die Auswirkungen auf die Demokratie, die Familie und den einzelnen.

Die gesamte Diskussion wird sprachlich bewußt populär formuliert. Dem Austausch bekannter Argumente wird mehr Augenmerk geschenkt als wissenschaftliche Standards berücksichtigt werden.

## **Jan-Uwe Rogge/Klaus Jensen: Über den Umgang mit Medien in Familien. Betrachtungen über alte Probleme und neue Belastungen im Alltag**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 3/86, S. 11—25

Ausgehend von aktuellen Erhebungen zum Fernseh- und Medienverhalten wird auf einige Trends im medienbezogenen Handeln von Familien eingegangen, die in zwei Forschungsprojekten ermittelt wurden. Das Erhebungsinstrumentarium bestand aus einer Kombination von Intensivbefragungen und teilnehmenden Beobachtungen. Der Beitrag konzentriert sich in seinen Falldarstellungen auf jene gesellschaftlichen Gruppen, in denen die Medienvielfalt schon vorhandene defizitäre Kommunikationsstrukturen verstärkt und zu neuen Belastungen und Problemen im zwischenmenschlichen Miteinander führt: auf ältere Menschen, unvollständige Familien, auf Familien mit unterschiedlich praktizierter Medienerziehung und auf Familien mit einem arbeitslosen Haushaltsmitglied. Darüber hinaus wird auf einige geschlechts- und generationsspezifische Unterschiede in der Wahrnehmung und Aneignung des alten und neuen Medienangebots eingegangen.

Anhand subjektiver Wissens- und Handlungskonzepte über Medien wird dann die lebensgeschichtliche Prägung des medienbezogenen Handelns angerissen. Diese biographische Formung des Medienumgangs bietet eine Erklärung für die Nicht-Akzeptanz neuer Medienangebote. Der den Forschungen zugrundeliegende verstehend-interpretative Ansatz ist ein Beitrag zu einer Theorie mittlerer Reichweite hinsichtlich einer Erforschung medienbedingter Einflüsse auf Gesellschaft und Familie — einer Theorie, die theoretische Grundlagenforschung und praktische Anwendung miteinander verknüpfen will.

## **Werner B. Korte/Wolfgang J. Steinle: Kultur, Alltagskultur und neue Informations- und Kommunikationstechniken**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 3/86, S. 26—38

Die Einführung und Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken führt zu umfassenden gesellschaftlichen Veränderungen, die in allen Lebensbereichen des einzelnen wirksam und heute schon in Ansätzen sichtbar werden.

Durch die Möglichkeiten ihrer weltweiten Vernetzung und ihrer Multifunktionalität erlauben die neuen Informations- und Kommunikationstechniken eine ortsunabhängige, dezentrale und zeitungebundene Nutzung, die mit den drei Stichworten „Multifunktionalität“, „Dezentralisierung“ und „Vermischung von Arbeits- und Privatleben“ umschrieben werden kann. Es bestehen jedoch deutliche sozialgruppenspezifische Unterschiede in der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken, die durch mehrere Faktoren bedingt sind und eine Teilung unserer Gesellschaft in „information rich“ und „information poor“ befürchten lassen.

Ansatzpunkte, einer solchen wenig wünschenswerten Entwicklung entgegenzuwirken, liegen im Bildungsbereich, wo alle Bürger zu mündigen Bürgern erzogen werden müssen, die fähig sind, die neuen Informations- und Kommunikationstechniken aktiv, kreativ und sozialverträglich nutzen zu können.