



Die "neuen Medien": Chancen und Gefahren

"Revolutionäre technische Entwicklungen im Kommunikationsbereich, vor allem Kabel- und Satellitenfernsehen, machen Entscheidungen notwendig, die über die Frage der Einführung neuer Technologien oder über Medienpolitik im traditionellen Sinne weit hinausgehen; es geht zugleich darum, wie das menschliche und gesellschaftliche Miteinander in Familie, Nachbarschaft und staatlicher Gemeinschaft, wie das Gesicht unseres Landes in Zukunft aussehen soll".
(Peter Glotz, Vorwort zum Aktionsprogramm der SPD zu den neuen Techniken im Medienbereich)

Die Debatte über die "Neuen Medien" in Luxemburg, insofern sie überhaupt eingeleitet wurde, hat sich fast ausschliesslich damit beschäftigt, wie die "goldene Henne" CLT-RTL auch in Zukunft den Staatsäckel speisen könnte. Dabei wurden fundamentale Aspekte der medienpolitischen Problematik so gut wie gar nicht erörtert: Von welchen Kräften wird die öffentliche Meinungsbildung beherrscht? Inwieweit bleiben die Voraussetzungen zu einer pluralistischen Information für heute und für morgen bewahrt? Wie können die Medienangebote verbessert werden? Welche Auswirkungen hat eine Vermehrung des Programmangebots auf die Privatsphäre und auf das öffentliche Leben? Darf ein Mini-Staat sich erlauben, die bestehende öffentlich-rechtliche Medienordnung der BRD zu gefährden? usw. usw.

Diese Fragen sind zu wichtig, um sie der Chefetage von CLT-RTL oder "Luxemburger Wort" oder wichtig tuenden eingeweihten Politikern zu überlassen. Die Öffentlichkeit hat das Recht und die Pflicht, sich mit dem, was auf sie zukommt, zu befassen.



Stichwort Satellitenfernsehen: Fachleute und kritische Beobachter bezeugen, dass z.B. in Belgien die Fernsehprogramme von CLT zu einer Verflachung und zu einer Vereinheitlichung des Angebots beigetragen haben. Bis heute hat man noch nicht in Erfahrung bringen können, ob das in Aussicht gestellte Satellitenfernsehen eine qualitative Verbesserung der Programme mit sich ziehen wird. Kann kommerzielles Fernsehen

überhaupt in den Zuschauern etwas anders sehen als Käufer und Konsumenten? Es liegt an der Politik, ein Lastenheft auszuarbeiten, das eine effektive Einhaltung von Auflagen betreffend die Nachrichten, die Trennung von Werbung und Information, die kulturelle Qualität, die politische Ausgewogenheit, gewährleistet. Bis jetzt waren die Politiker eher die Alliierten der Konzernspitze als die Vertreter allgemeinerer Interessen.

Stichwort "Freier Rundfunk": klar und deutlich hat die Regierung auf die Anfrage des "Gränge Fluessfänkelchen" mit "Nein" geantwortet. Die bestehenden Gesetze sichern das Monopol von RTL-CTL auf den Rundfunk ab, mit Ausnahme der experimentellen Radio-Amateur-Sendungen. Mit Recht haben die Initiatoren von "Gränge Fluessfänkelchen" bemerkt, dass das kommerzielle Sendemonopol aus demokratischer Sicht unvertretbar ist. Der Kampf zwischen nicht kommerziellem Rundfunk und dem Medienriesen ist der der Mücke gegen den Elefanten. Es ist an der Zeit, eine Reform

der Gesetzgebung (nach französischem oder belgischem Muster?) einzuleiten.

Stichwort: Kabelfernsehen: Es ist noch nicht genügend bekannt, dass das sehr ausgedehnte Kabelnetz einer viel interessanteren Benutzung als der bestehenden zugeführt werden kann. Nichts steht technisch der Benutzung dieses Netzes für lokale spezialisierte Programme im Wege; es ist ohne grossen Aufwand möglich, z.B. Sendungen für sprachliche Minoritäten, Informationen über Gemeindepolitik und -verwaltung, usw. auszustrahlen. Politisch muss die Verordnung aufgehoben werden, gemäss der nur die traditionellen - staatlichen oder kommerziellen Programme - in die Kabel eingespeist werden dürfen.

Stichwort: Video - und Bildschirmtext: In verschiedenen Ländern laufen Versuche für Bildschirmtext (Informations- und Dienstleistungsangebote über Telefontext und Fernvideotext). Die luxemburgische Post studiert die Möglichkeit, ein System von Bildschirmtext auszubauen; finanzielle Gesichtspunkte

„Neue Medien“ – kurz gefaßt

● **Neue Medien:** Genau genommen eine irreführende Bezeichnung, da nicht die Medien neu sind, sondern die Verbreitung von Funk und TV über Kabel statt wie bisher über Äther zur Antenne. In empfangungsgünstigen Gebieten werden schon heute Funk und Fernsehen über Kabel empfangen. Neue Möglichkeiten der Kommunikation erschließt das Glasfaserkabel und dessen sehr hohe Kanalkapazität (weshalb es auch Breitbandkabel genannt wird, im Gegensatz etwa zum Telefonkabel, das ein schmalbandiges Kabel ist). Zu diesen neuen Möglichkeiten gehören die Übermittlung von Daten, Texten und Bildern aller Art, was die Glasfasernetze für Industrie und Verwaltung wichtig macht. Die hohe Kanalzahl macht jetzt auch den „Rückkanal“, einen „offenen Kanal“ oder ein Lokalfernsehen technisch möglich. Ab 1985 wird das Glasfasernetz allmählich das bisherige Telefonnetz ersetzen.

Kritischer Punkt: Wer kontrolliert das Netz, damit nicht Behörden, Firmen oder Privatpersonen vertrauliche Daten mitlesen? Entsprechende Forschungsprojekte sind infolge Geldmangel erst einmal eingestellt.

Das generelle Interesse der Bundesbürger hat sich trotz (oder wegen) wachsender Kenntnisse gegenüber den neuen Medien bei etwa 30 Prozent eingependelt, während knapp die Hälfte der Bevölkerung die neuen Medien ablehnt oder kein Interesse daran hat.

● **Offener Kanal:** Ein Kanal, der allen interessierten Gruppen oder Einzelpersonen offensteht, wobei die Programmgesellschaft die technischen Anlagen stellt, während das Programm „selbst gemacht“ ist. Erfahrungen aus England und Holland haben gezeigt, daß nicht, wie gehofft, alle Schichten diese Möglichkeit nutzen, sondern bevorzugt gebildete Mittelschichtangehörige.

● **Rückkanal:** Möglichkeit des Teilnehmers, sich direkt ins laufende Programm einzuschalten und damit die Einbahnstraße der Massenkommunikation aufzuheben. Im aufwendigsten Fall kann sich der Teilnehmer über die eigene Videokamera im Wohnzimmer in ein



Programm einblenden. Bei einem entsprechenden Versuch in Japan sahen das nur acht Prozent der Teilnehmer als gut und nützlich an. Einfachere Möglichkeiten der Rückmeldung (ja/nein/keine Meinung) werden in Columbus/USA zur direkten Publikumsbefragung über Pop und Politik genutzt. In der Bundesrepublik wären solche Fernsehabstimmungen verfassungsrechtlich bislang unmöglich. Wie sich bei den Pilotprojekten abzeichnet, wird der finanziell aufwendige Rückkanal größtenteils dem Rotstift geopfert.

● **Satelliten-TV:** Fernsehprogramm, das von einem Satelliten abgestrahlt wird und entweder über die hauseigene Parabolantenne (Preis derzeit rund 2000 DM) oder über eine Kabelzentrale, die das Programm empfängt und ins Netz einspeist, empfangen werden kann. Da sich die Abstrahlungsgebiete der verschiedenen nationalen Satelliten über-

lappen, wird mit dem Beginn der Satellitenprogramme in der Bundesrepublik der Empfang von etwa 60 europäischen TV-Programmen möglich.

● **Lokal-TV:** Grundgedanke dieser Einrichtung ist es, durch ein lokales TV den Bürgern mehr Informationen über den lokalen Bereich zu vermitteln, und damit auch lokalpolitisches Interesse zu wecken. Versuche in England und Holland haben nur in einem Fall einer ohnehin intakten Kleinstadt einen entsprechenden Erfolg gehabt, die übrigen Versuche wurden wegen Geldmangel eingestellt. Fazit: lokaler Rundfunk leistet das gleiche wesentlich billiger. Einige Rundfunkanstalten der ARD bauen zur Zeit solche „Lokalradios“ auf. Zeit solche „Lokalradios“ auf.

● **Videotext:** Wird über die sogenannte „Austastlücke“ mit dem laufenden TV-Programm ausgestellt und kann mit einem Zusatzgerät auf dem Bildschirm sichtbar gemacht werden. Dieses Angebot wird zur Zeit von etwa 80 000 Bundesbürgern durchschnittlich zehn Minuten täglich genutzt. Erstellt wird das Programm von ARD, ZDF und Verlegern gemeinsam. Es enthält aktuelle Nachrichten, Sport und Wettermeldungen sowie eine Presseschau und ähnliches.

● **Bildschirmtext:** Wird zur Zeit von etwa 400 Firmen aller Art in der Bundesrepublik als Informationsangebot in Form von 77 000 Fernsehseiten angeboten und kann über das Telefon, das mit dem TV-Gerät verbunden ist (samt Zusatzgerät, Modem genannt) abgerufen werden. Über Bildschirmtext sind auch etwa Bestellungen im Kaufhaus möglich.

Ähnlich wie beim Videotext ist das Interesse an diesen Informationsmöglichkeiten besonders bei Besserverdienenden groß.

P. W.

spielen eine erhebliche Rolle für den Zeitpunkt, wann damit begonnen werden kann. Die Zeitungen sind sehr stark am Bildschirmtext interessiert: Welche Auswirkungen hat dieser Kommunikationsdienst auf die Werbeeinnahmen? Wer hat das Recht, die für die All-

gemeinheit bedeutsamen Informationen bereitzustellen? Die von der Regierung eingesetzte Arbeitsgruppe kommt mangels politischen Willens in ihren Arbeiten fast gar nicht weiter. Michel DELVAUX

(...)

Wer mit dem TV-Geschäfte machen will, muß Quantitäten von Zuschauern statt Qualität von Programmen produzieren. Und das geht eben am besten mit Action, Spaß und Spannung. Ist diese Mischung ausgereizt, wird eine Nummer härter produziert. So schaffte 1975 beispielsweise das Network ABC mit Mord und Totschlag im Programm den Sprung von Platz drei auf Platz eins der Quotenjäger.

Die beiden Beispiele zeigen, daß genau das nicht stimmt, was immer wieder behauptet wird: daß die marktwirtschaftliche Konkurrenz ein medienpolitisch neutrales Ordnungsmittel sei. Der negative Einfluß auf Programmvielfalt und Niveau beweist das Gegenteil.

Dieser Einfluß stellt sich dann ein, wenn die Konkurrenz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Anstalten ausgetragen wird, wie das die Unicon sich vorstellt. Das lehrt der Blick zum englischen Nachbarn. Dort schaltete der Kommerzkonkurrent der legendären BBC von Anfang an auf die bewährte US-Mischung und zog der

BBC so viele Zuschauer ab, daß der Schuldenberg ins Unbezahlbare zu wachsen drohte. So blieb der Anstalt nicht viel übrig, als Show gegen Show zu setzen. Ergebnis: trotz mehr Kanälen weniger Auswahl, da sich die Konkurrenten nicht einigen konnten, ihre Magazine zeitversetzt anzubieten, und so aus Vielzahl auch Vielfalt zu machen.

Damit in England nicht auch bald amerikanische Fernsehzustände herrschen sollten, wurde der dritte Kanal wieder an die BBC vergeben. Frau Thatcher, sonst ganz auf Marktwirtschaft eingeschworen, greift zu hartem Dirigismus bei der Gestaltung des jetzt entstehenden vierten Kanals. Der soll jetzt das senden, was bislang eindeutig zu kurz kommt: Nachrichten, Informationen, Bildung und Zielgruppenprogramme.

Fazit des englischen Beispiels: die Konkurrenz zwischen Öffentlich-Rechtlichen und Privaten bringt nur dann ein breiteres Programm, wenn die öffentlich-rechtlichen Anstalten eben das bringen, womit die Privaten kein Geld verdienen können.

(...)

Der entscheidende Grund dafür, daß das Gespräch über die Medienzukunft so schlechte Aussichten hat, ist politischer Natur. Eine Reform der nicht zu leugnenden Mißstände in den Funkhäusern, etwa in Richtung besserer Einflußmöglichkeiten der Gebührenzahler, hätte eine unabdingbare Voraussetzung: den politischen Konsens aller Parteien, den elektronischen Medien eben ein hohes Maß an politischer Unabhängigkeit zuzugestehen.

Doch genau das Gegenteil ist der Fall. Seitdem Parteien und Regierungen in Bund und Ländern in verstärktem Maß Politik über die Medien machen, seitdem Medienstrategen zunehmend mehr die Wahlkämpfe bestimmen und die sachliche Auseinandersetzung bisweilen zur Farce gerinnt, seitdem können und wollen die Parteien den elektronischen Medien nicht mehr den freien Lauf lassen, den ihnen Verfassung und Rechtsprechung zubilligen.

Peter Wingert,

in: Publik-Forum 15/1981