

Manfred Mai, Klaus Neumann-Braun (Hg.): Von den „Neuen Medien“ zu Multimedia: Gesellschaftliche und politische Aspekte

Baden-Baden: Nomos 1998 (Reihe Düsseldorfer Kommunikations- und Medienwissenschaftliche Studien), 151 S., ISBN 3-7890-5886-6, DM 38,-

Im ersten Beitrag des interdisziplinären Bandes befasst sich Hans Süssmuth mit den Chancen und Risiken der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Neue Chancen seien für Arbeit, Bildung, Freizeit, Lebensqualität und Chancengleichheit zu erwarten; Risiken lägen in der heutigen Dominanz ökonomischer und technischer Rationalitäten: Es stünden wichtige Regelungen in den Bereichen Arbeits- und Sozialpolitik, Arbeitsrecht, Konsumenten-, Daten- und Jugendschutz noch aus (S.21).

Der Beitrag von Heribert Schatz, „Veränderungen des Fernsehens im gesellschaftlichen Modernisierungsprozeß“, basiert auf einem Buch des Autors. Schatz grenzt sich scharf von Rational Choice- und aktorszentrierten Ansätzen ab und legt einen anthropologisch angereicherten systemtheoretischen Theorieansatz vor. Das Fernsehen befriedige die anthropologischen Grundbedürfnisse nach „Zerstreuung“, Information aber auch Transzendenz des eigenen Seins in seiner Kontingenz (was mit dem Eskapismus-Vorwurf „viel zu oberflächlich verstanden“ worden sei, FN15). An Marshall McLuhan gemahnt die Reihung oraler, literater und Fernseh-Kultur, bei der die zweite eine „Überbewertung des Visuellen“ gegen den Hörsinn bedeute, was im Fernsehen wieder gleichgewichtet würde: eine Extrapolation dieses Trends bedeute Virtual Reality als Nahziel (S.30).

„Das Internet als Leitbild für globale Kommunikation?“ fragt Franz Büllingen im dritten Kapitel. Das Internet sei unberechenbar, da zu viele involvierte Akteure, zu hohe Komplexität und kontinuierliche Strukturieränderungen zusammenkämen. Relevante Strukturmerkmale und adoptionsrelevante Parameter einer künftigen Nutzung seien gleichwohl beschreibbar. Die offene Zweckstruktur der univer-

sellen Kommunikationsplattform Sorge für globale Transparenz und Verfügbarkeit der Informationsmärkte; als hierarchiefreier Kommunikationsraum beinhalte das Internet eine große Macht der Nutzer (S.40). Was Nutzerverhalten und -struktur angehe, sei die empirische Basis bislang schmal, es sei jedoch ein Trend zum Durchschnittsbürger als Netzpublikum erkennbar (S.45).

Unter dem eingängigen Obertitel „High Tech – Low Use“ erörtert Raymond Werle im vierten Kapitel „Probleme der Marktentwicklung bei Multimedia“. „Insgesamt [...] wird sich Multimedia nur relativ langsam ausbreiten“, wobei das Internet und andere Netze impulsgebende Anwendungen sind (S.60). Die volle Digitalisierung des Fernsehens und anderer Dienste erfordere hohe Investitionen für neue Endgeräte etc., wobei die Pfadabhängigkeit den Erstinvestor mit hohen Risiken belaste; so sei ein „System von Abwartern“ entstanden, die sich derzeit für keinen technologischen Entwicklungskorridor entscheiden könnten. (S.73f.).

Dem „Recht im Zeichen der Globalisierung der Medien“ wendet sich der Jurist Klaus F. Röhl im fünften Kapitel zu, wobei er „Recht als einen Strom von Kommunikationen und die Medien eben als Medien der Kommunikation“ versteht (S.79). Die an Luhmann orientierte Erörterung der „strukturellen Koppelung“ von Medien und Recht untersucht unter Rekurs auf Ulrich Beck die mediale Beeinflussung einer globalisierten Rechtskultur, die sich in internationalen Abkommen zeige, aber ebenso auf global verbreitete Bilder und Bewertungen vor allem aus dem US-amerikanischen Justizwesen zurückgehe. Die *popular legal culture*, was sich also Laien unter dem Recht vorstellen, wirke letztlich durch die Erwartungshaltung der Menschen zurück auf Gesetzgebung und Rechtsprechung.

Im sechsten Kapitel untersucht Manfred Mai den „Strukturwandel in der Medienwirtschaft“ in seinen „Konsequenzen für die Medienpolitik“. Mai geht mit der „in kulturwissenschaftliche Subkulturen aufgespaltenen Medienwissenschaft“ hart ins Gericht, deren „mit reichlich Metapherngestöber und Insider-Jargon aufgeladenen Begrifflichkeiten“ er wenig zutraut (S.95); angesichts von Digitalisierung und Business-TV „macht es keinen Sinn mehr, Medien primär als kulturell geprägte Phänomene mit den Kategorien der Ästhetik oder Semiotik zu interpretieren.“ Die „digitale Revolution“ 1993/94 habe in die Informationsgesellschaft geführt, in der eine komplexere Struktur multimedialer Allianzen die traditionelle staatliche Medienpolitik nach Ressortprinzipien obsolet werden lasse. Medienpolitik sei dabei, zur Standortpolitik zu verkommen, bei der Kulturhoheit und staatlicher Schutzauftrag zugunsten des Buhlers der Bundesländer um Banken, Kirch und Bertelsmann zurückstehen müsse (S.102f.). Eine integrierte Kommunikationspolitik müsse künftig die medienpolitischen Ziele Meinungsvielfalt, Kartellverhinderung, Schutzrechte aufnehmen und in der komplexeren Akteurskonstellation der Multimediawirtschaft regulierend umsetzen.

Klaus Neumann-Braun stellt im siebten Kapitel ein Gutachten zum Thema „Fernsehwerbung für Kinder“ vor. Die Studie, aus der sich Forderungen nach erweiterten Schutzrechten für Kinder ergaben und die demgemäss „Gegenwind von

der Werbewirtschaft“ auf sich zog (S.121), zeitigte nur ungenügende politische Folgen: „Man setzt [...] auf Einsichtsfähigkeit und Verantwortung sowie die Freiwilligkeit der Werbewirtschaft.“ (S.125) Die Wirtschaft habe aber anderes im Sinn, indem sie durch Ausbau der Schleichwerbung den Trennungsgrundsatz von Werbung und Programm (auf den die Kinderschutzforderungen sich berufen) weiter durchlöchere (S.128ff.).

Manfred Faßler blieb es Überlassen, die Vielfalt der Sichtweisen in einem Epilog abschließend zu würdigen. Sein Plädoyer einer Verknüpfung von Kulturwissenschaft mit Kognitionsforschung begründet er mit der „kybernetischen Wende“. Die erfordert, epistemologische Ebenen in die Mediendebatte einzubeziehen (S.149), ungeachtet dessen, dass „der globale Prozeß der Informationsbewirtschaftung beginnt, die Szenen der Kommunikation zu beherrschen“ (S.135).

Thomas Barth (Hamburg)