

Zeitschrift: Bündner Jahrbuch : Zeitschrift für Kunst, Kultur und Geschichte Graubündens
Herausgeber: [s.n.]
Band: 44 (2002)

Artikel: Neue Medien : alte Nutzung?
Autor: Eckhardt, Oscar
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-550383>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Neue Medien – alte Nutzung?

von Oscar Eckhardt

Wer heute als «Laie» von Massenmedien spricht, denkt in erster Linie an «traditionelle» Medien wie Zeitungen, Zeitschriften, Radio, TV. Daneben wird vielfach vergessen, dass parallel zur Nutzung der traditionellen massenmedialen Produkte immer mehr so genannte «neue Medien» auf den Markt drängen und bisweilen selbst für die Vertreiber überraschende Erfolge aufweisen. Vielfach aber sind die hoch angepriesenen «neuen Medien» noch nicht marktreif, obwohl dafür schon heftig Reklame betrieben wird.

Was aber sind «neue Medien»? Es ist gar nicht so einfach, diese Frage zu beantworten. Wohl kann in Form einer Liste auf die Vielfalt der neuen Medien hingewiesen werden, eine Definition zu wagen ist allerdings allein schon der täglichen Erweiterung einer solchen Liste wegen nicht möglich. Täglich flattern neue Abkürzungen durch die Zeitungsspalten, viele verschwinden nach kurzer Zeit wieder; andere aber stehen für technische Standards, die vielleicht bald schon unseren Alltag prägen werden.

In der Liste der neuen Medien tauchen alle Formen digitaler Kommunikation auf, wobei die Medien oft an sich nicht neu sind, durch die Digitalisierung aber mit neuen Möglichkeiten aufwarten. Namentlich wären da zu nennen: digitales Fernsehen, digitales Radio, digitales Telefonieren, digitale Fotografie; digitales Video (DVD), digitales Buch, Internet, E-Commerce, Mini-Disc, CD-Rom (als Datenbank, als Programmspeicher für Spiele usw.). – Die Besonderheit sämtlicher digitalen Kommunikationsformen ist die, dass letztlich alles in irgendeiner Form miteinander vernetzt und verknüpft werden kann. Mit dem Personal Computer kann ich schriftliche Nachrichten auf ein Telefondisplay senden; die moderne Stereo-Anlage spielt mir auch Videofilme ab, wenn ich sie mit einem Bildschirm verbinde; das Laptop wird in Verbindung mit einem Verstärker zur Stereo-Anlage; das Telefon ist zugleich Datenbank, Rechner, Fax, Spielzeug, Eingangsgerät zum Internet usw. Wer über einen Bildschirm und einen leistungsfähigen

PC verfügt, kann damit im Idealfall sämtliche elektronischen Geräte zentral (und vermutlich bald auch kabellos) steuern. Steuern heisst einerseits, dass die Geräte angesteuert werden können, andererseits auch, dass der Benutzer die von den Geräten gelieferten Daten verändern kann. Das Bild aus der digitalen Kamera kann ich im Internet zur Präsentation meines Verkaufsangebotes benutzen, ich kann es als digitales Bild per E-Mail (elektronische Post) verschicken, ich kann es in einen Videofilm einbauen; ich kann es mit den entsprechenden Programmen verfremden, vergrössern, verkleinern, spiegeln, in eine Strichzeichnung, in ein Ölbild, in ein Schwarz-weiss-Bild, in ein «Wasserzeichen» umsetzen; ich kann es in ein neues Computerspiel einbauen, kann es einer Druckerei weiterleiten, die es ihrerseits direkt in eine Druckplatte «einbaut».

Das wesentliche Merkmal der neuen Medien ist also, dass sie einerseits digital, d.h. auch vernetzt sind, andererseits, dass die Nutzer die Inhalte nicht nur «passiv» aufnehmen, sondern im weitesten Sinne «interaktiv» nutzen und aufbereiten können, und das in der Regel ohne Qualitätsverlust gegenüber den Originalinformationen. Das bedeutet aber auch, dass die meisten Geräte der «neuen Medien» mehr als nur eine Aufgabe wahrnehmen können. Das Handy kann auch Texte und Bilder weiterleiten und Telefonnummern speichern. Als Empfänger digitaler TV-Sendungen kann ich, wie früher beim Einsatz von Videokassetten, selber bestimmen, wann ich mir welchen Film in welcher Sprache ansehen will. Die bisherigen Grenzen zwischen den Medien lösen sich auf.

Wer selber schon beispielsweise eine Tabelle, die mit Hilfe eines bestimmten Programmes erfasst worden ist, in ein anderes Kalkulationsprogramm einbauen wollte, weiss, dass die Ausführungen von oben in der Praxis nicht unbedingt zutreffen; er macht die Erfahrung, dass die Werbung oft mehr verspricht, als am Schluss eingehalten werden kann. Viele Vernetzungen wären theoretisch möglich, die verschiedenen Gerätehersteller konnten sich aber bisher nicht auf gemeinsame

Standards einigen, so dass immer mit «Pannen» zu rechnen ist. Tatsache aber ist, dass gewisse Vernetzungen recht gut funktionieren und beispielsweise in der grafischen Industrie bei sorgfältiger Absprache zwischen den Beteiligten kaum Probleme aufwerfen.

Ein weiteres wesentliches Kennzeichen der neuen Medien ist die Miniaturisierung, die letztlich dem Wunsch der Nutzer entspricht, jedes Medium jederzeit nutzen zu können. Stellte der Walkman in den Siebzigerjahren noch eine Revolution in der Miniaturisierung dar, sind heute bereits Geräte im Handel, die in Form einer grösseren Armbanduhr vier Stunden Musik in digitaler Qualität abspielen können. Die heutigen PDAs (Personal Digital Assistant, eigentlich kleine Taschencomputer) z.B. in Form von Palmtops weisen Speicherkapazitäten auf, von denen der geplagte Anwender vor zwanzig Jahren noch geträumt hat. Die digitalen Mini-Disc-Aufnahmegeräte bieten im Format eines halben Taschenbuches Möglichkeiten, die vor zwanzig Jahren jeden Ton-Ingenieur in Staunen und Begeisterung versetzt hätten.

Das letzte wesentliche Merkmal der «neuen Medien» besteht darin, dass bisherige massenmediale Kommunikationsformen individualisiert werden. Damit werden auch hier die Grenzen zwischen Massenkommunikation und individueller Kommunikation aufgehoben. Wie bereits ausgeführt, ist es möglich, statt des «normalen» Fernsehens auf digitalem Weg ein «Wunschfernsehen» im Abonnement zu beziehen (TV On Command). Man liest sich aus einem Angebot individuell die Sendungen aus, die einen interessieren, und bezieht diese (ohne Werbeunterbrechung) direkt zum gewünschten Zeitpunkt über ein Kabelnetz. Oder: aus dem riesigen Angebot an (literarischen) Texten im Internet kann ich mir eine individuelle Bibliothek elektronischer Bücher zusammenstellen, die ich sogar in portablen E-Books wie Bücher überallhin mitnehmen kann. Oder: Im Internet plaudere (chatte) ich mit verschiedenen anderen Leuten, wobei ich zwar als Individuum auftreten, zugleich aber unter einem Übernamen meine Anonymität wahren kann.

Oder: Im Internet tauchen massenhaft digitale «Spezialzeitschriften» auf, die meine persönlichsten Interessen abdecken und interaktiv auch

einen Meinungsaustausch «unter Spezialisten» erlauben. Das Spektrum reicht von «Spezialzeitschriften» für besondere Krankheitsbilder über Sammlungen von Fotografien verschiedener Filmstars bis hin zu den Ausgaben modernster Lyriksammlungen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich die neuen Medien durch die folgenden Merkmale auszeichnen: Sie beruhen auf digitaler Kommunikation, weisen vielfach einen hohen Miniaturisierungsgrad auf, können passiv oder interaktiv genutzt werden und entsprechen dem zunehmenden Individualisierungsbedürfnis. Über einen PC und einen Bildschirm können die verschiedenen Medien miteinander vernetzt werden. Die Grenzen zwischen den Medien, zwischen den Inhalten der Medien und den Kommunikationsformen verlaufen fließend.

Es stellt sich nun die Frage, ob diese Medien in Graubünden überhaupt genutzt werden. Die Antwort dazu lautet: teils, teils!

Beispielsweise digitales Fernsehen, digitales Radiohören und digitale Bücher sind zwar technisch ausgereift, mangels interessanter Programm-Anbieter oder wegen zu teuren Endgeräten haben sie sich aber auf dem Markt nicht, bisher (?) nicht durchsetzen können. Internetanschlüsse via Starkstromkabel («Internet aus der Steckdose») ist zwar in aller Munde, in der Praxis aber weist die Technik noch beträchtliche Mängel auf, was die Elektrizitätswerke aber nicht hindert, bereits jetzt kräftig die Werbetrommel zu rühren. Andere Formen neuer Medien können sich aber durchaus auf dem Markt behaupten. Eine ganze Serie von Firmen, Hotels und Organisationen weist einen eigenen Internet-Auftritt auf. Entsprechend sind diese auch per E-Mail erreichbar. Von einzelnen Hotels weiss man, dass mehr als die Hälfte der Geschäfte via Internet abgewickelt werden, wobei hier nicht klar ist, was letztlich den Ausschlag zur Buchung via Internet gegeben hat: die hoteleigene Homepage oder die anderen Werbebemühungen. Die meisten in Graubünden ansässigen Banken bieten die Möglichkeit des Internet-Banking, also des Zahlungsverkehrs über Internet, an.

Viele der Bündner Firmen aber präsentieren in ihren Homepages mehr oder weniger ihren Prospekt, ohne auf die besonderen Möglichkeiten des

Internets einzugehen. Beispielsweise könnte ein Hotel dem Gast folgende Dienstleistung anbieten: der Gast gibt in einer Agenda an, wann er mit wie vielen Personen (Erwachsene, Kinder) erscheinen möchte. Der Hotelcomputer meldet automatisch zurück, ob in der entsprechenden Periode Zimmer frei sind, was das Angebot kosten würde, fragt evtl. nach, ob ein billigeres oder teureres Arrangement gewünscht wird und bietet entsprechende Varianten an. – Im Internet angeboten wird aber meistens nur eine Tabelle, die auch auf dem gedruckte Prospekt abgebildet ist und dem interessierten Kunden den Gang zum Telefon nicht erspart.

Wie auch im Rest der Schweiz hat die Handy-Euphorie auch die Bündner Jugendlichen erfasst. Genaue Zahlen liegen nicht vor, aber die Erfahrung zeigt, dass mehr als Dreiviertel aller 16-Jährigen über ein eigenes Handy verfügen (vgl. den nachstehenden Artikel). Das Handy wird dabei überraschenderweise mehrheitlich für die Übermittlung von Kurzmeldungen eingesetzt, da das Telefonieren am Festnetzanschluss zu Hause offenbar immer noch billiger ist. Fleissige Autoren

von Kurzmeldungen tippen diese am Computer ein, was die Effizienz gegenüber der doch kleinen Handy-Tastatur erhöht, und leiten die Botschaften anschliessend via Internet an einen Mobilfunk-Betreiber weiter. Im Jahr 2000 sind in der Schweiz übrigens rund 7 Millionen Kurzmeldungen täglich durch den Äther gejagt worden. Viele Schülerinnen und Schüler nutzen zu Hause den PC als Spielkonsole, üben sich nebenbei im Knacken von geschützter Software und holen sich die nötigen Tipps für beides aus dem Internet. Als Sekundärmedium erwerben sie Spezialzeitschriften, welche auf die interessantesten Internet-Seiten zu den Spielen hinweisen.

Die durch die neuen Medien gesetzten Trends werden sich vermutlich fortsetzen. Die Frage ist oft allerdings berechtigt: Bringen die technischen Fortschritte auch inhaltliche Fortschritte? Filme, Musik, Radiosendungen, Bücher werden an sich nicht besser, nur weil sie digitalisiert sind. Erst wenn es gelingt, die spezifischen Möglichkeiten der Digitalisierung auszuschöpfen, lohnt es sich, in die neuen Medien zu investieren.



**„REGIONAL VERWURZELT,
INTERNATIONAL AUSGERICHTET.“**

Hier im Engadin bekommen wir eine solide Basis für unser Leben: zukunftsweisende Unterrichtsschwerpunkte, individuelle Förderung, fairen Sport und eine gute Betreuung in einer internationalen Gemeinschaft.

 **Lyceum Alpinum Zuoz**
DIE LEGENDÄRE SCHULE IM ENGADIN
CH-7524 Zuoz / Engadin · www.lyceum-alpinum.ch
Tel: 081-851 3000 · Fax: 081-851 3099

• 5. und 6. Primarklasse • Gymnasium mit allen Maturitätstypen • Deutsches Abitur • Handelsmittelschule mit Berufsmatura • IGCSE • International Baccalaureate (IB) with Diploma • Summercamps