

## Keine Zeit mehr für produktive Umwege?

All das ist eigentlich nicht revolutionär, sondern viel vertrauter Wein in erneuerten Schläuchen. Es sieht nicht so aus, als ginge von dem, was heute in der Kirche in Frankreich vorgeht, ein umstürzlerischer Anstoß aus. Sofern man nicht den Umsturz darin sieht, daß diese sich nicht mehr für den Nabel der Welt hält. Auch heute werden in Frankreich in Wort und Schrift Fragen des christlichen Lebens auf interessante Weise aufgeworfen, und problematische Reaktionen auf problematische Antworten bleiben nicht unbemerkt. Aber im Vergleich zu den vorkonziliaren Bahnbrechern nehmen sich ihre postkonziliaren Nachfahren kaum bahnbrechend aus. Das kommt vielleicht nicht nur von der Angebotsseite. Theologie ist gegenwärtig sichtlich nicht sehr gefragt. Katechetisches Material, Einführungen in die Bibel, Biographien oder spirituelle Schriften hingegen finden ihre Käufer und auch ihre Leser. Bei Dogma und Moral ist kein Andrang. Was Wunder, daß das seine Rückwirkungen hat nicht nur auf die Verleger, sondern auch auf die Autoren. Das Interesse der am Glauben Interessierten, einschließlich des Theologennachwuchses, für wissenschaftliche Analysen und Synthesen ist abgeflaut. Es sieht so aus, als fänden sie in der Unrast der Lebensangst keine Zeit mehr für diese Art produktiver Umwege.

Die mißtrauische Generation mißtraut den Kontrollinstanzen – auch und gerade den autorisierten – und begegnet Gott und der Welt lieber unvermittelt. Das gibt

Anlaß zu Verwechslungen des Heiligen Geistes mit den schönen Gefühlen edler Seelen, aber das bringt auch junges Leben in die Glieder der immer verknöcherungsbedrohten alten Kirche. Das *Gebet* ist wieder für viele ein spontanes Bedürfnis geworden. Es wird wieder gesungen und auch geschwiegen. Zeremonien langweilen, und man will nicht mehr tun, als ob man täte. Aber die Eucharistie wird als erwartungsvolle Begegnung und Einverleibung erlebt, ohne daß eine Neugier danach zu verspüren wäre, was genau unter Transsubstantiation zu verstehen ist. Junge Menschen interessieren sich kaum noch für ökumenische Probleme, weil ihnen das Problematische daran gleichgültig und die Einheit der Christen selbstverständlich ist. Es ist *mehr von christlicher Praxis als vom Glauben die Rede*, ohne daß praktisch dabei viel herauskommt. Oder vielleicht kommt dabei vor allem heraus, daß viele das Bedürfnis erleben, sich selbst zu ändern, nicht nur die Umwelt und die anderen, und daß sie merken, wie wenig sie das allein fertigbringen. Die älteste Tochter der Kirche ist dabei, bescheiden zu werden. Vielleicht ist sie gar nicht so fertig.

Jean Thomas

*Literaturhinweise:*

Bernard Gouley, *Les catholiques français aujourd'hui. Survol d'un peuple*, Paris, Fayard, 1977.

Yves Congar, *Eglise catholique et France moderne*, Paris, Hachette, 1978.

Robert Pannet, *La paroisse de l'avenir, l'avenir de la paroisse*, Paris, Fayard, 1979.

Serge Bonnet, *Bernard Gouley, Les ermites*, Paris, Fayard, 1980.

Philippe Warnier, *Nouveaux témoins de l'Église, les communautés de base*, Paris, Le Centurion, 1981.

## Tagungen

# Der Videomarkt: Entwicklungen und Auswirkungen

## Zu einer Tagung der Katholischen Akademie Schwerte

Medien – alte und die sogenannten „Neuen“ – werden seit einigen Jahren diskutiert; die sich beschleunigende Entwicklung auf dem Gebiet elektronischer Kommunikation wird möglicherweise öffentliches Leben und soziale Strukturen verändern. Fragen und Probleme stellen sich zuhauf: wie sieht die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus angesichts der Forderungen nach Zulassung privatrechtlich organisierter Programmveranstalter; welche sozialen Auswirkungen werden von einem „Pay-TV“ nach amerikanischem Vorbild zu erwarten sein; warum ist von einem Bürgerfernsehen im „Offenen Kanal“ in kürzlich vorgelegten Gesetzesentwürfen nicht mehr die Rede; wie wird der Arbeitsplatz der Zukunft aussehen, wenn neue Kommunikationstechnologien ihren

Einzug in die Büros halten; wird sich die personale Kommunikation verändern, wenn Einkäufe und Bankgeschäfte vom heimischen Computer-Terminal aus getätigt werden können.

Während oben angedeutete Veränderungen in der Medienlandschaft öffentliches Interesse finden, vollzieht sich die *Expansion des Marktes von Videorecordern* und -bändern weitgehend unbeachtet von Medienwissenschaftlern und -pädagogen. Bereits steht in mehr als 5% der bundesdeutschen Haushalte ein Video-Aufzeichnungsgerät, werden optimistische Absatzprognosen geäußert, allorts etablieren sich „Videotheken“, Läden, in denen man bespielte Kassetten tageweise mieten kann. „Zeitversetztes Fernsehen“ ist möglich – man kann eine

Sendung aufzeichnen und zu einem späteren Zeitpunkt abrufen –, Videorecorder-Besitzer haben die Gelegenheit, am häuslichen Bildschirm Filme zu sehen, die niemals im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ausgestrahlt werden. Es scheint an der Zeit, das Informationsdefizit in diesem Bereich abzubauen, die Diskussion über Nutzen und mögliche Folgen in Gang zu setzen.

Eine Tagung der Katholischen Akademie Schwerte vom 5. bis 9. Juli hatte sich zum Ziel gesetzt, „die Vorgänge auf dem Videorecorder-/Bildplattenmarkt in das allgemeine öffentliche Bewußtsein zu rücken“. Zu dieser ersten Tagung ihrer Art trafen sich Beauftragte der Medienarbeit, Vertreter von Handel und Industrie, Pädagogen und Journalisten, um die Situation auf dem Markt für Geräte und *Software* (d. h. bespielte und unbespielte Bänder), Inhalte und Nutzung der angebotenen Programme und ihre Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft zu erörtern.

## Marktsituation und Entwicklungstendenzen

Mit der Lage auf dem Markt für Videorecorder und unbespielte Bänder befaßte sich *Urs Kalbfuß*, TU Berlin. Während die Forschungsförderung aus Bundesmitteln in den 70er Jahren vor allem in Kernkraft, Datenverarbeitung und europäische Raumfahrt investierte, stand in Japan die Unterhaltungselektronik im Jahr 1978 an zweiter Stelle der Investitionen im elektronischen Bereich; 1981 kamen 90% der *Weltproduktion an Videorecordern* aus japanischen Werken. 1978 standen in 1,3% aller japanischen Haushalte Videorecorder, für 1982 wurden Geräte in 10,2% der Haushalte prognostiziert. Eine ähnliche Entwicklung erwartet man auf bundesdeutschem Gebiet: nach einem Absatz von 750 000 Geräten im Jahr 1981 nimmt man einen Verkauf von 1,5 Mio Recordern für 1985 an. Laut einer TKD-Prognose wird bei sinkenden Preisen und handlicheren Geräten eine Marktsättigung noch nicht angenommen; Videorecorder werden in Freizeit, verstärkt auch in Ausbildung und Industrie ihren Einsatz finden. Diesen optimistischen Wachstumsprognosen steht allerdings 1982 ein Absinken des Realeinkommens gegenüber, eine Überproduktion scheint möglich.

*H.-W. Gehrman*, Philips GmbH Hamburg, stellte den Stand der technischen Entwicklung bei Bildplatten und -geräten vor. In den USA ist die *Bildplatte* – von negativem Presseecho begleitet – seit 1978 auf dem Markt; in der Bundesrepublik wurden Geräte mehrfach vorgestellt, ab August dieses Jahres werden einzelne Händler beliefert werden. Das zur Markteinführung kommende VLP-System, Laservision, hat gegenüber anderen Systemen den Vorteil der leichten Handhabung, die Platte unterliegt keinem Verschleiß, sie ist bei hoher Auflage kostengünstiger als Videocassetten; Bild- und Tonqualität sind ungleich höher. Das Software-Angebot wird ab August etwa

100 Titel umfassen, neben dem Konsumbereich setzt man auf den Einsatz von Platten mit Bildungs- und Schulungsprogrammen in Institutionen und Industrie. Von der Qualität des Software-Angebots wird, dies wurde in der Diskussion deutlich, der Erfolg der neuen Technik abhängen – zumal bislang nur ein Abspielen möglich ist, keine eigene Aufnahme.

Weitere Vorteile der Bildplatte erläutert *Franz Nettar*, Telemedia Gütersloh: die Bildplatte verbindet das Heim-Video-System mit der hohen Qualität eines Hifi-Systems. Zusätzlich kann, bei den sogenannten „Aktivprogrammen“, Videotext eingespeichert werden, ebenso Computerprogramme, die das System „dialogfähig“ machen – etwa ein Bestellkatalog auf Bildplatte, mit der Möglichkeit, das Gewünschte per Tastendruck zu ordern. Der Hersteller produziert vor allem Programme mit hohem Wiederholungswert, wie Musik-, Bildungs-, Kinderfilme; daneben erweisen sich, etwa bei Spielen, Hobby- und Bildungsprogrammen, die Eingriffsmöglichkeiten als vorteilhaft: Zeitlupe und Zeitraffer, Standbild, Vor- und Rücklauf bis zu jeder gewünschten Stelle sind jederzeit und beliebig lange möglich.

Die Vertriebswege für Bildplatten und Videobänder standen im Mittelpunkt der nächsten Diskussionsrunde; *Gerd Cremer*, Vorsitzender des im März dieses Jahres gegründeten Verbandes der deutschen Videofilmverleiher e. V., wies darauf hin, daß der *Software-Markt* von einem anfänglichen Verkaufsgeschäft sich mehr und mehr zu einem Vermietgeschäft entwickelt habe; Ähnliches erwarte man auch für die Bildplatte. *Hans-Peter Dumke*, Bertelsmann Club GmbH Gütersloh, zeichnete die Entwicklung der Nachfrage nach: in einer ersten Phase waren vor allem Filme der B- und C-Kategorie abgesetzt worden, Genre-Produktionen unbekannter Regisseure und Schauspieler – diese Filme seien noch reichlich in Videotheken zu finden. In der zweiten Phase werden „Starproduktionen“ gewünscht, erfolgreiche Kinofilme, die vor allem gemietet werden; die Prognose für die dritte Phase: es werden verstärkt Filme des gehobenen Niveaus und Bildungsprogramme verlangt werden. Diesen Tendenzen wird auch der *Versandhandel* Rechnung tragen müssen. Der Verband Deutscher Lesezirkel e. V. vermietet, wie *H. Busack* schilderte, neben Zeitschriften seit kurzer Zeit bespielte Videocassetten, die Vermietung von Bildplatten ist ebenfalls geplant. Während bei Videotheken ein Trend zum kurzen, 1–2tägigen Verleih zu beobachten ist und der Versandhandel eher im Verkauf tätig ist, werden die Lesezirkel bei der Wochenvermietung mit Hauszustellung und -abholung bleiben.

## Wie sehen die Programme aus, wie werden sie genutzt?

Eine Analyse der auf dem Markt befindlichen bespielten Bänder unternahm *Siegfried Zielinski*, TU Berlin. Der Software-Markt besteht derzeit aus mehr als 3000 Titeln, das Programm erweitert sich ständig. Zunächst wurde Vi-

deo vor allem in *Bildungseinrichtungen* eingesetzt, für den Heim-Video-Bereich sind in erster Linie Unterhaltungsprogramme von Bedeutung: 1981 bestanden 60% des Gesamtangebots aus Spielfilmen. Einen hohen Marktanteil,  $\frac{1}{3}$  des Angebots, machen pornographische Filme aus. Die Nachfrage nach Videospiele und „Ratgeberprogrammen“, die man wiederholt nutzen kann, nimmt zu, doch steht nach wie vor der *Spielfilm* im Mittelpunkt. Nachdem in der Anfangsphase Filme dominierten, die aufgrund ihres pornographischen oder gewaltverherrlichenden Inhalts den Programmrichtlinien des Fernsehens widersprachen, dort also nicht ausgestrahlt werden konnten, und alte Filme aus der NS-Produktion, ist das heutige Angebot aktuell wie das eines Großstadtkinos – zusammen mit dem Umstand, daß Anfang des Jahres ein Rückgang im Kinobesuch um 13% zu verzeichnen war, muß dies zu denken geben. Nach wie vor spielen erotisch-pornographische und Action- und Kriegsfilm die größte Rolle (die „Bestsellerliste von Mai“: 1. „The Bronx“, 2. „Das Boot“, 3. „Auf dem Highway ist die Hölle los“, 4. „Ein Mann sieht rot II“, 5. „Roar“). In diesem Zusammenhang verwies Zielinski auf die Bedeutung der Video-Zeitschriften, die einen nicht unerheblichen Anteil daran haben, daß und wie in diesem Bereich Bestseller und Märkte „gemacht“ werden.

Die Nutzung von Videorecordern und -bändern in privaten Haushalten hatten *Walter Tacke*, Emnid-Institut Bielefeld, und *Reinhard Berrang*, Novoton Dortmund, untersucht; von den „Neuen Medien“ haben *Videorecorder* mit 85% den höchsten Bekanntheitsgrad, vor Videotext, Kabelfernsehen, Satellitenfernsehen und Bildplatte. Derzeit befinden sich in 5% der Haushalte Videorecorder, bis Ende 1982 erwartet man 7–8% bundesweit; die Geräte sind keine ungenutzten Prestigeobjekte, 40% der VTR-Besitzer nutzen ihre Geräte an drei und mehr Tagen in der Woche – überwiegend zum „zeitversetzten Fernsehen“, zur Dokumentation und Archivierung von Fernsehsendungen; die Wiedergabe bespielter Kassetten und eigene Aufzeichnungen spielen eine geringere Rolle – allerdings ist die hohe Zahl vorhandener Videokameras von Bedeutung (bis Ende 1982 werden 230 000 Kameras in den Haushalten vermutet), hier sollten Einrichtungen wie Volkshochschulen Unterstützung sowohl technischer als auch inhaltlicher, medienpädagogischer Art geben. Unbespielt gekaufte Kassetten haben einen weitaus höheren Anteil am Software-Markt als bespielte – von letzteren werden 95% als Vermietkassetten an Videotheken geliefert, nur 5% gehen in den Verkauf; 52% der VTR-Besitzer haben noch nie Kassetten geliehen. Die beliebtesten Leihfilme sind Western, erotische Filme, Krimis, Science-Fiction und Kriegsfilm; aufgezeichnet werden häufig „lustige“ Filme, Kriminalfilme, Western und Sportsendungen, weniger beliebt sind Sendungen zum Zeitgeschehen und Konzerte.

Von der Öffentlichkeit weithin unbemerkt hat sich ein eigener *türkischer Videomarkt* etabliert, den *Dietrich Klitzke*, Berlin, vorstellte. 1980 nahm der erste türkische Video-

cassetten-Produzent in München seine Tätigkeit auf, mittlerweile gibt es mehr als dreißig Firmen; die Auflagenhöhe pro Titel liegt bei 300 Stück, bei besonders beliebten Titeln, wie Liebesfilmen, werden bis zu 3000 erreicht. Die Anbieter sind angewiesen auf das türkische Filmangebot meist niedrigen Niveaus, Filme zur religiösen Unterweisung und Ratgeber für alltägliche Probleme spielen eine eher untergeordnete Rolle. Beliebt sind Melodramen, Liebesfilme, Komödien, Abenteuerfilme, Krimis und türkische Western, auch türkisch synchronisierte Pornofilme dänischer Provenienz, entscheidend für die Beliebtheit eines Films ist in erster Linie das Staraufgebot, nicht der Inhalt. Filme der auch im Ausland bekannten sozial engagierten Filmemacher fehlen, sie dürfen nicht ausgeführt werden; hingegen findet sich rechte Propaganda und religiöse Propaganda im Angebot. Die neue Technik wurde sofort angenommen: rund 20% der türkischen Haushalte verfügt über ein Videogerät. Ursache für die Orientierung auf das Medium Heim-Video liegt vor allem in der defizitären Versorgung der türkischen Mitbürger mit muttersprachlichen Sendungen der Massenmedien und dem mangelnden Freizeitangebot – Folgen sind eine erhebliche finanzielle Belastung, ein Abnehmen gemeinsamer familiärer Aktivitäten und eine geringere Nutzung der deutschsprachigen Programme; eine solche Entwicklung kann der Integration nicht förderlich sein, Abhilfe schaffen könnte eine vermehrte Berücksichtigung der türkischen Mitbürger in den öffentlich-rechtlichen Medien; Sendungen, die der Integration dienen, können, ohne besondere technische Schwierigkeiten, mit Bildschirmtext untertitelt werden.

## Mediale und soziale Auswirkungen

*Auswirkungen von Heim-Video auf andere Medien* untersuchte *Klaus Brepohl*, Institut der deutschen Wirtschaft: Bei annähernd gleichbleibendem Zeitaufwand für Mediennutzung (377 Minuten im Wochendurchschnitt) hat die regelmäßige Nutzung des Fernsehens zugenommen, hingegen ist der Anteil des Buchs zur Unterhaltung zurückgegangen. Videorecorder bilden keine Konkurrenz zur Zeitung, bei Publikums- und Zielgruppenzeitschriften hingegen könnten Überschneidungen auftreten; das Angebot an bespielten Kassetten wird als Ergänzung zum Fernsehprogramm angesehen, besonders Spielfilm auf Kassette können eine Konkurrenz zum Kino bedeuten. Auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden sich auf die veränderte Situation einzustellen haben, wie *Horst Schering* und *Siegfried Mohrhof* vom WDR ausführten. Videolizenzen von Eigenproduktionen werden bereits vergeben. Es werden vermehrt Live-Programme gesendet werden; der Bevölkerungsgruppe, die sich keine Videogeräte leisten kann, müssen Angebote gemacht werden, hingegen könne das Fernsehen möglicherweise von Minderheitenprogrammen „entlastet“ werden – eine Perspektive, die in der Diskussion als mit Gefahren für die integrative Funktion des Rundfunks und Fernsehens ver-

bunden und dem Programmauftrag zuwiderlaufend angesehen wurde; man warnte vor einer „Selbstkommerzialisierung“ des Fernsehens, wie sie nach Meinung der Teilnehmer in der Erwägung showwähnlicher Anbietungsformen auch für politische, wissenschaftliche Sendungen zum Ausdruck komme.

Der Diskussion über Auswirkungen im Urteil der Parteien stellten sich *Franz Heinrich Krey* (CDU), *Reinhard Klimmt* (SPD) und *H. Schwidder* (FDP). Die CDU sehe, so F. H. Krey, keinen Regelungsbedarf, Eltern, Erzieher, Autoren und Produzenten tragen die Verantwortung. Der große Bedarf an Videogeräten sei in anderen Ländern mit mehr Fernsehprogrammen nicht so ausgeprägt, hier zeige sich ein Bedürfnis nach „mehr Freiheit vor dem Bildschirm“. Auch Reinhard Klimmt verneinte die Notwendigkeit eines gesetzlichen Eingreifens, trotz der Gefahren (Kinder sehen vermehrt Dinge, die sie nicht verarbeiten können, Vereinzelnung verstärkt sich, der Markt wird segmentiert); die Medienpädagogik muß gestärkt werden; als positiv empfindet man die Entlastung des öffentlich-rechtlichen Systems, der Ruf nach mehr Programmen, die für private Anbieter nicht mehr lukrativ genug sind, wird nachlassen. Für die FDP stelle, so H. Schwidder, Video eine wünschenswerte Technologie dar; die Chancen überwiegen. In der Diskussion wurde diese optimistische Einschätzung bezweifelt: der Medienpädagogik werde eine Alibifunktion zugeschoben, wenn technische Entwicklungen begrüßt, ihre sozialen Auswirkungen jedoch der Pädagogik und der Verantwortung des einzelnen zugewiesen werden – zumal bei den derzeitigen Einsparungen im Bildungsbereich Medienpädagogik wohl bejaht werde, doch darf sie nichts kosten; Politiker seien aufgerufen, zu „gestalten“, nicht nur auf laufende Entwicklungen zu reagieren.

Aus der Sicht der Kirche lautete die Hauptforderung von Prälat *Wilhelm Schätzler*, Zentralstelle Medien, sind neue Technologien stets auf ihren Nutzen für Mensch und Gesellschaft zu überprüfen; auf lange Sicht, so Schätzler, werde Videotechnik auch ihren Platz in der kirchlichen Medienarbeit finden. Für die evangelische Kirche bezeichnete *Hans Wolfgang Heßler*, der Vorsitzende des Gemeinschaftswerks der evangelischen Publizistik, Video und Bildplatte als interessante Medien, von denen in der Gemeindegemeinschaft durchaus Gebrauch gemacht werden sollte, doch sei zu fragen, ob eine vermehrte mediale Kommunikation nicht eine verminderte personale Kommunikation nach sich ziehe, ob mediale Entwicklungen helfen, gesellschaftliche Probleme abzubauen oder diese verschärfen. Zu den Hauptbetroffenen werde das öffentlich-rechtliche Fernsehen gehören. Die Kirche werde dementsprechend nach wie vor für die Belange des von seinem Programmauftrag her der Gesamtgesellschaft verpflichteten Rundfunks eintreten; auch für Buch und Film zeigten sich Gefahren, wenn das Buch an den äußersten Rand der medialen Aufmerksamkeit gerät und Filme, die wenig Chancen auf dem Videomarkt haben, nicht mehr produziert oder der Öffentlichkeit leicht zugänglich ge-

macht werden. Bedenklich stimme, daß Video und Bildplatte als neue Werbeträger nicht den Regeln des Öffentlich-Rechtlichen unterstehen. Zu den konkret zu unternehmenden Schritten müßte nach Heßler gehören ein vernünftiger *Ordnungsrahmen* (etwa eine Selbstkontrolle des Videohandels, eine Präzisierung des Jugendschutzes), eine *Verstärkung der Medienkunde* in Schule und Ausbildung, eine von der Industrie unabhängige wissenschaftliche Begleitforschung. Heßler: Die evangelische Kirche werde die neuen Angebote in Anspruch nehmen, jedoch auch ihre kritische Funktion ihnen gegenüber engagiert wahrnehmen.

Nach dem Urteil des Vertreters der Landesarbeitsgemeinschaft der Familienverbände NRW, Prof. *Klaus-Joachim Spangenberg*, liegt schließlich in Video und Bildplatte die Chance zu einer größeren Programmvielfalt. Besondere Bedeutung komme den aktiven Gestaltungsmöglichkeiten mittels Videokamera zu. Bedenklich ist nach Spangenberg eine Verstärkung des Rückzugs in das Private und ein Abbau der „gesellschaftlichen Thematisierungsfunktion (des öffentlich-rechtlichen Fernsehens) in Politik, Kultur und Unterhaltung“; Gefahren sah Spangenberg vor allem in der exzessiven Nutzung von Kriegs-, Gewalt- und Pornofilmen. Hier müsse der Jugendschutz verstärkt werden, die Familien- und Freizeitpädagogik sei in besonderer Weise gefordert.

## Perspektiven und Fragen

Angesichts der Fülle des Materials und der erst noch teilweise überschaubaren Probleme sind in Schwerte noch viele Fragen offengeblieben. Die Auswirkungen des Videomarktes auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen werden zu verfolgen sein; eine Entwicklung, die Minderheitenprogramme auf den Videobereich verlagert, dem Nicht-Videoeigentümer (ihn wird es auch in Zukunft noch geben) die Chance nimmt, mit anderen Gruppen und Meinungen als den ihm vertrauten konfrontiert zu werden, ist sicher nicht wünschenswert. Zu bedenken sind mögliche Folgen für Familie und Gesellschaft; in diesem Zusammenhang hatte neben Spangenberg vor allem *Rudolf Steffen*, Leiter der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften, auf die Bedeutung des *Jugendschutzes* hingewiesen. Letztlich sollte man sich überlegen, wie die Möglichkeiten der Videotechnik zu nutzen sind: die Chance, vom Konsumenten vorgefertigter Beiträge mittels Videokamera zum Produzenten zu werden, die Gelegenheit zum Aktivwerden in Familie, Nachbarschaft, Stadt sollten mehr als bisher wahrgenommen werden – Hilfestellung durch Volkshochschulen, kirchliche Medienstellen etc. ist denkbar. Die Verantwortlichen für Technik und Inhalte, Politiker, Medienfachleute, Pädagogen und die „Konsumenten“ sind aufgerufen, die Diskussion über positive wie negative Folgen sachlich zu führen, Schritte zu unternehmen, um negative Auswirkungen zu unterbinden; dazu dürfte die Tagung einen guten Beitrag geleistet haben.

*Ute E. Patsch*