

In der digitalen Welt die kulturelle Vielfalt schützen

Die Möglichkeiten, die sich in der digitalen Welt auftun, sind immens: Online können extrem schnell Informationen geholt und verbreitet werden. Die grossen Medienunternehmen überrollen den Markt. Eine Studie prüft, mit welchen Regeln die kulturelle Vielfalt erhalten werden kann.

Von Mira Burri-Nenova

Es ist mittlerweile üblich, dass am Ende einer Show des Schweizer Fernsehens oder eines Radio-DRS-Interviews auf die Möglichkeit zum Herunterladen der Sendungen hingewiesen wird. Kunden des Bluewin- oder Cablecom-Digital-Fernsehens können sogar ihr eigenes TV-Programm gestalten und ihre Lieblingsshow und -filme zur gewünschten Zeit geniessen. Ferner ist bemerkenswert, dass im laufenden US-Präsidentenwahlkampf die Tatsache, dass eine Debatte zwischen den Kandidaten mit Live-Fragestellung in «YouTube» von CNN ausgestrahlt wurde, beinahe mehr Aufmerksamkeit erregte als die politischen Argumente der Mitstreitenden. Diese Beispiele bilden nur einen kleinen Ausschnitt der heute unglaublich vielseitigen digitalen Welt ab. Es ist unverkennbar, dass digitale Medien ein Element unseres Alltags geworden sind. Nichtsdestotrotz bleiben deren Potenzial und Auswirkung auf den Menschen und die Gesellschaft (noch) ungewiss. Skeptiker mögen fragen, ob sich diese «neuen» Medien überhaupt von den «alten» unterscheiden. Oder ob es sich dabei nur um ein technisches Zubehör handelt, das schon bald in Vergessenheit geraten wird.

Die Entwicklungen des letzten Jahrzehnts versetzen sogar die vehementesten Skeptiker in Erstaunen. Das Prinzip der Digitalisierung, bei dem alle Daten – sei es Audio, Video oder Text – in einer Reihe von 0 und 1 dargestellt und aufgrund der

immer leistungsfähigeren Glasfasernetzwerke mit Lichtgeschwindigkeit übertragen werden können, hat die Lieferung von Informationen und den Zugang zu diesen vollständig verändert. Das World-Wide-Web als Netzwerk der Netzwerke hat zu einem Wandel der Informationsumgebung geführt und hat neue Möglichkeiten für die Produktion von kulturellen Inhalten, für Unterhaltung, Interaktion und Kommunikation eröffnet. Neben der schieren Omnipräsenz von Online-Inhalten, mit der alles (und einiges nur) online verfügbar wird, gibt es neue Phänomene: Virtuelle Welten wie «Second Life» und soziale webbasierte Netzwerke wie «MySpace» oder «Facebook» ermöglichen neue Arten der ökonomischen und sozialen Interaktion. Für viele junge Leute, so genannte «Digital Natives», ist diese digitale Umgebung zum natürlichen Lebensraum geworden, in dem sie sich deutlich wohler fühlen als auf dem Pausenhof oder in der Nachbarschaft.

Grosse Medienunternehmen beherrschen die digitale Welt

Vor dem Hintergrund solch radikaler Veränderungen stellt sich natürlich die Frage, ob und wie sich das Recht an die neuen Gegebenheiten anpassen soll. Das Recht, das nicht bloss als ein Konglomerat von Regeln, die vom Staat vorgegeben werden, verstanden wird, sondern als System, das die gegenwärtigen wirtschaftlichen und sozialen Umstände beachtet und diese zu

reflektieren versucht. Die digitale Umgebung und ihre Komplexität stellen den Gesetzgeber vor grosse Herausforderungen. Diese sind vielseitig und abhängig von den Zielen, die der Staat für sich definiert. Manche dieser Ziele sind andauernd – wie der Schutz der Grundrechte, etwa die Freiheit der Meinungsäusserung oder die Unverletzlichkeit der Privatsphäre. Sie gelten zeitlich unbegrenzt, unabhängig von der konkreten Situation, und stellen die existenziellen Werte dieser Gesellschaft sicher. Mit zu den wesentlichen Zielen gehört der Schutz der kulturellen Vielfalt, verstanden als Sicherstellung der mannigfaltigen Weise, wie Kulturen von Gruppen und Gesellschaften ihren Ausdruck finden. Die Gewährleistung dieser Diversität in der stark globalisierten und allgegenwärtigen Medienumgebung ist vermutlich ebenso wichtig wie der Schutz der biologischen Vielfalt in der Natur. Dringlich ist ein solcher Schutz, weil grosse, global agierende Medienunternehmen – versinnbildlicht durch die Hollywood-Mediengiganten – immens an Bedeutung in der digitalen Umgebung gewonnen und ihre Macht von den Offline- zu den Online-Welten transferiert haben. Verständlicherweise stellen sie nicht kulturelle, sondern primär wirtschaftliche Motive in den Vordergrund und streben entsprechend Profitmaximierung und Risikominimierung an. Dies erreichen sie durch die Produktion von Inhalten, die einem möglichst breiten Publikum ge-

fallen, und durch die Platzierung dieser Mainstream-Inhalte auf möglichst vielen Plattformen. Diese Entwicklung, die durch die Digitalisierung deutlich erleichtert und beschleunigt wird, führt zu einer zunehmenden Marginalisierung von kleineren Produktionen und individuellen Künstlern, die über keine entsprechenden Zugangsmittel verfügen. Zudem gefährdet die herrschende Uniformität der neuen Technologien die spezifischen Qualitäten der verschiedenen traditionellen Kulturen. Es entstehen Situationen, in denen kulturellen Ausdrucksformen, wie zum Beispiel den afrikanischen Sakraltänzen, schwerer Schaden oder möglicherweise sogar die Auslöschung droht. Kommt hinzu, dass Ausdrucksformen und Wissenssysteme indigener Völker stets ohne adäquaten Rechtsschutz ihre Länder (insbesondere Entwicklungsländer) verlassen, während Werke der Industrieländer im Rahmen internationaler Abkommen zum geistigen Eigentum gut geschützt sind.

Wenn bereits die Homogenisierung der Inhalte während der Zeit der analogen Medien einen Grund für Staatsintervention bildete, dann ist ein solcher erst recht in einer digitalen Umgebung legitim, welche die Globalisierung von Kommerz und Kultur unterstützt. Die konkrete Ausgestaltung solcher Interventionen ist aber, sowohl national als auch international, ein äusserst schwieriges Unterfangen.

Die Regelung ist erst bruchstückhaft

Erschwert wird die Regulation der digitalen Umgebung vor allem durch deren Grenzlosigkeit. Auch die ursprüngliche Diskrepanz zwischen der umfangreichen Regulierung von analogen Medien und der nicht existierenden für digitale Medien ist ein Problem. Mit der Zeit sind verschiedene, immer zahlreichere Regeln zu Stande gekommen, die aber äusserst fragmentiert sind: einerseits, weil sie auf diversen Ebenen (national, regional oder international) formuliert wurden, und andererseits, weil sie verschiedene inhaltliche Aspekte regulieren. So sind beispielsweise auf internationaler Ebene

verschiedene Gremien für die Klärung von Fragen der kulturellen Vielfalt zuständig – unter anderem die Welthandelsorganisation (WTO), die Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO), der Weltgipfel zur Informationsgesellschaft (WSIS) und die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO). Die Fragmentierung des Regelwerks ist besonders sichtbar, wenn man den Schutz der kulturellen Vielfalt als Konflikt zwischen Handel und Kultur betrachtet. Aus dieser Perspektive verabschieden diverse Gremien nämlich oft miteinander kollidierende Beschlüsse. Ein Beispiel aus jüngster Zeit ist das UNESCO-Abkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, das im Frühjahr 2007 in Kraft getreten ist und demnächst vom schweizerischen Parlament ratifiziert werden soll. Trotz dem im UNESCO-Abkommen genannten verdienstvollen Ziel, die kulturellen Ausdruckformen mit der Schaffung einer völkerrechtlich verbindlichen Grundlage für das Recht aller Staaten auf eigenständige Kulturpolitik zu schützen und fördern, ignoriert das Abkommen wesentliche Aspekte: So enthält die UNESCO-Konvention zum Beispiel keine Normen betreffend das geistige Eigentum und keine klaren Kollisionsnormen. Letztere wären insbesondere wichtig bei einer Kollision mit den Regeln und Verpflichtungen der Mitgliedstaaten innerhalb der WTO, die für den Handel mit Gütern und Dienstleistungen essenziell sind. Weil die Konvention auch keine Kriterien für die Unterscheidung zwischen legitimen und nicht legitimen kulturellen Massnahmen vorsieht, könnten die Staaten protektionistische Massnahmen ergreifen, die den Wettbewerb für kulturelle Güter und Dienstleistungen auf globaler Ebene gefährden, und somit in gewissem Sinne auch die Vielfalt.

Übersicht schaffen

In Anbetracht dieser sehr dynamischen digitalen Welt einerseits und der komplexen Regulation andererseits, analysiert das

NCCR «eDiversity»-Projekt die gegenwärtigen und potenziellen Auswirkungen der digitalen Technologien auf kulturelle Inhalte. Es versucht ein kohärentes Modell für die Medienregulation zu skizzieren, das die Ziele des Freihandels und der kulturellen Vielfalt gleichermaßen berücksichtigt. Diese anspruchsvolle Aufgabe wird im Rahmen von fünf Modulen an den Universitäten Bern und Luzern vorgenommen, die sich der bedeutendsten Problemfelder annehmen. Bei diesen handelt es sich um Freihandel, Urheberrecht, Medienregulation, Wettbewerbsrecht und Entwicklung. Obwohl die Module als eigenständige Forschungsgebiete angelegt sind, fliessen deren Ergebnisse ineinander und ermöglichen damit die Schaffung eines Modells, das effizient und effektiv den Schutz und die Förderung kultureller Vielfalt gewährleisten könnte.

Obschon das «eDiversity»-Projekt von Rechtswissenschaftlern betreut wird, wendet es auch Erkenntnisse und Instrumente der Ökonomie, Politologie, Soziologie und der Medienwissenschaft an. Dieses transdisziplinäre Vorgehen erlaubt eine dynamische und differenzierte Beleuchtung der Problematik der kulturellen Vielfalt. Dies ist wesentlich, weil die Risiken der digitalen Umgebung nicht einseitig betrachtet werden dürfen. Letzten Endes könnte es auch sein, dass digitale Medien und Netzwerke – welche die Grundlagen für die Wissensproduktion, Kommunikation und kreative Äusserung verändern – auch neue Arten von Kreativität und Vielfalt ermöglichen, die aber rasch vom Rechtssystem anerkannt und geschützt werden müssen.

Auch wenn der «US-Supreme Court»-Richter Oliver Wendell Holmes (1841–1935) treffend festhielt: «Es kann nicht anders sein; es ist, wie es sein sollte, dass das Recht hinter der Zeit ist», sollte das Recht dennoch versuchen, mit der digitalen Umgebung Schritt zu halten, denn die Formen unserer Kultur sind stark davon abhängig.

Kontakt: Dr. Mira Burri-Nenova, World Trade Institute, mira.nenova@wti.org