

Die Entwicklungsstufen des Fernsehens

Eli M. Noam

1. Einleitung*

Die Entwicklung der elektronischen Medien verläuft nicht reibungslos: Technische Neuerungen treffen auf kulturelle, politische und wirtschaftliche Widerstände. Die Medienbranche fürchtet den Umbruch, der mit den neuen Kommunikationsformen einhergeht. Das ist heute nicht anders als früher. Doch der Zugang zu neuen Medien ist – politisch wie ökonomisch – ein hervorragender Gradmesser für die Offenheit einer Gesellschaft. Als die Bilder laufen lernten, bot man dem Publikum nicht etwa Shakespeare-Inszenierungen, sondern Varietétänzerinnen und sogar ein paar Zentimeter Bein. Traditionalisten riefen empört nach Zensur. Später, als zum Bild der Ton kam, geißelten erregte Musikerverbände den Tonfilm als »wirtschaftlichen und kulturellen Mord«. Als das Zeitalter des Rundfunks anbrach, konstatierten Wissenschaftler, daß »Eltern rätselhafte Verhaltensänderungen bei ihren Kinder beobachten ...«¹ In England klagte der Leiter der exklusiven Rugby School, daß »... jeder mithöre, was Millionen Menschen gesagt wird – und das erscheint wenig begrüßenswert.«²

Das Telefon ist ein weiteres Beispiel für die Ablehnung eines neuen Mediums als – bestenfalls – unnötiger Firlefanz. Schon bald nach seiner Einführung behauptete ein Psychiater, es treibe Menschen unwiderbringlich in den Wahnsinn. Einige Religionsgemeinschaften beschworen ihre Mitglieder, das Telefon – für sie ein Werkzeug des Teufels, mit dem dieser die Menschen zur Faulheit verführe – nicht zu benutzen.³ Und von den Computern glaubten in den 50er und 60er Jahren zunächst viele, sie läuteten den Orwell'schen Überwachungsstaat ein. Kaum schrieb man aber wirklich das Jahr 1984, stellte man sich als größtes Schreckensszenario vor, 12jährige Computerfreaks könnten womöglich ganz allein einen Atomkrieg anzetteln.

* Der vorliegende Aufsatz basiert auf einer Rede, die Prof. Noam auf einer Tagung mit dem Titel »International Conference on Freedom of the Press and the Mass Media« in Taiwan im Mai 1995 gehalten hat. Er wird im englischen Original von der North America Taiwanese Professors' Association veröffentlicht werden.

1 Eisenberg, A. L.: Children and Radio Programs. New York, Columbia University Press 1936.

2 Daily Telegraph, 23. Oktober 1926. In: Briggs, Asa: The Birth of Broadcasting, London, Oxford University Press 1961. S. 14.

3 Pool, Ithiel de Sola: Forecasting the Telephone: A Retrospective Technology Assessment of the Telephone, Norwood, New Jersey, Ablex 1983. S. 125.

Als in den späten 40er Jahren das Fernsehen aufkam, blieb dies für die etablierten Unterhaltungsmedien nicht ohne Folgen. So ging die Zahl der Kinobesucher dramatisch zurück: von 3,4 Milliarden im Jahr 1948 auf weniger als 1 Milliarde im Jahr 1968. Ebenso fiel die Gesamtzahl der Theaterproduktionen von ungefähr 488 im Jahr 1947 auf 253 im Jahr 1954. Hollywood erklärte dem Fernsehen den Krieg. »Es kann nur einer überleben«, sagte man dort. Ronald Reagan ging zum Fernsehen – und drehte nie wieder einen Kinofilm. Er mußte sich nach anderen Arbeitsfeldern umsehen.

Mit dem Kabelfernsehen war es später dasselbe Lied: Mit dem neuen Medium unterließ Hollywood der alte Fehler, dem die Bourbonen in Frankreich verfallen waren, von denen es hieß, nachdem sie den Thron wiedererlangt hatten – sie hätten »nichts gelernt und nichts vergessen«. Zunächst ignorierte Hollywood das Kabelfernsehen und überließ Programmgestaltung und -verbreitung den anderen. Als man endlich die Bedeutung dieses neuen Mediums erkannte, verlegte man sich auf die Gegenoffensive – vergeblich. Und die TV-Anbieter – als eigentlich neues Medien-Establishment – wehrten sich mit Händen und Füßen gegen das Kabelfernsehen. Nach altbewährter Methode bediente man sich der Regierungen, um dem neuen Medium Grenzen zu setzen. Doch auch diese Strategie konnte das Kabelfernsehen nicht aufhalten.

Wie wird also die Medienzukunft aussehen? Bei der Beantwortung dieser Frage ist es hilfreich, sich klarzumachen, daß das Fernsehen verschiedene Entwicklungsstufen durchläuft. Die ersten beiden sind wohlbekannt, die dritte wird bisher kaum zur Kenntnis genommen. Die erste Stufe ist die des begrenzten Fernsehens (»limited television«), die zweite die des Vielkanalf Fernsehens (»multi-channel television«). Letztere ist die Phase, die sich gegenwärtig abzeichnet, aber damit ist die Entwicklung noch lange nicht abgeschlossen. Die dritte Stufe, das Fernsehen der Zukunft, wird das interaktive Fernsehen (»distributed television«) sein. Sowohl die politisch Verantwortlichen als auch die meisten großen Medienunternehmen sträuben sich immer noch gegen das zweite Stadium, obwohl sie ihr Augenmerk längst auf das dritte richten müßten.

2. Das begrenzte Fernsehen (»limited television«)

Diese erste Stufe, das begrenzte Fernsehen, kennt wiederum vier deutlich unterscheidbare Phasen. Wie in vielen anderen Ländern, folgten auch in Europa auf eine sehr kurze Einführungsphase des privaten Hörfunks die staatlichen Rundfunkübertragungen der 20er und frühen 30er Jahre. Der Hörfunk war ein Instrument der Regierungen. Das läßt sich an den verschiedenen Diktaturen der Zeit mühelos nachweisen. Aber auch im Vorkriegsengland war es einem Winston Churchill nie gestattet, über den Radiosender BBC vor der Appeasementpolitik zu warnen.

Starke politische Führer verstanden es immer, das Radio für ihre Zwecke zu nutzen, und es verhalf ihnen zu noch mehr Macht – man denke nur an Hitlers Lebensraum-Propaganda, an de Gaulles Aufrufe zum Widerstand, an Churchills Durchhalteparolen oder an Franklin D. Roosevelts Kamingespräche, die seinen Landsleuten zur Zeit der Weltwirt-

schaftskrise neuen Mut machen sollten. Die Wirkung des Radios auf die Zuhörerschaft war gewaltig (wie der Ausbruch der Massenhysterie nach Orson Welles' Hörspiel »Krieg der Welten« bezeugt). Das Radio stellte das perfekte Instrument zur Beeinflussung der Öffentlichkeit dar. Im neuen Massenzeitalter ermöglichte der Hörfunk Fühlung und Führung. Er war ein ganz hervorragendes Medium zur einseitigen und zudem billigen Einflußnahme, denn er finanzierte sich selbst. Die Machthabenden konnten es sich nicht leisten, ein solches Werkzeug in die falschen Hände geraten zu lassen – und sie handelten danach.

Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges wurde der Staatsrundfunk durch die Verbreitung des Fernsehens weiter gestärkt. Der Fernsehbetrieb ist teuer und sein Frequenzbedarf sehr viel höher als beim Hörfunk. Folglich blieb die Zahl der Fernsehkanäle weit unter der der Radiosender. Das Fernsehen nach zwei Jahrzehnten ideologischer Kämpfe und Kriege Privatinteressen zu überlassen, schien nicht ratsam.

Ende der 50er Jahre brachen die starren, stark polarisierten Gesellschaftsstrukturen in Europa allmählich auf. Machtwechsel und sogar Koalitionen zwischen gemäßigten linken wie rechten Parteien waren nicht länger die große Ausnahme. Im Zuge der Stabilisierung der Demokratien wurde staatlich kontrolliertes Fernsehen als immer weniger akzeptabel empfunden, und man ging zu pluralistischen Modellen über. Im Verlauf der 60er Jahre verzichteten die Staaten in weiten Teilen Europas nach und nach auf ihr Rundfunkmonopol und ließen größere Unabhängigkeit zu. Der Staatsrundfunk wurde von der Phase des unabhängigen Fernsehens abgelöst, dem goldenen Zeitalter öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit seinen anspruchsvollen Sendungen, der nach wie vor begrenzten Anzahl von Kanälen und den vielfach parteipolitischen Einflüssen.

Mit der Einrichtung von Anstalten, Körperschaften und Stiftungen des öffentlichen Rechts war kommerziellen Trägern erst einmal der Zugang verwehrt. Die parteiunabhängigen Anstalten konnten auf breite politische Unterstützung zählen. Die parteigebundenen dagegen liefen stets Gefahr, sich politischer Gegenschläge in Form einer Lockerung der Zugangsbeschränkungen auszusetzen. Diejenigen Anstalten, die diese Gefahr mißachteten, verloren ihre Vormachtstellung, als die Opposition an die Regierung gelangte.

Doch auch das System des unabhängigen Fernsehens war nicht von Dauer. Viele Zuschauer sahen ihre Wünsche nicht berücksichtigt; andere stieß das Gerangel um Posten innerhalb der Anstalten oder aber eine erkennbar tendenziöse Berichterstattung ab. Diese latente Unzufriedenheit bereitete den Boden für die Kräfte, die schließlich das begrenzt zugelassene Privatfernsehen durchsetzten, so daß neben öffentlich-rechtlichen Sendeveranstaltern erstmals einige wenige lizenzierte kommerzielle Anbieter tätig werden konnten.

Das Zuschauerverhalten wurde selektiver. Einem wachsenden Informationsfluß ausgesetzt, mußten sie diesen daraufhin prüfen, welchen Angeboten sie am ehesten ihre begrenzte Zeit und Aufmerksamkeit zu schenken bereit waren. Als ein Fernsehgerät in der Wohnstube noch eine Sensation war, hatten die Zuschauer nahezu alles (selbst das Testbild) akzeptiert, doch mit der Zeit waren sie kritischer geworden. Hinzu kam, daß mit steigenden Einkommen auch die Freizeit an Wert gewann. Damit sank die Bereitschaft, diese kostbare Zeit auf nur mäßig interessante Sendungen zu verschwenden. Auch der höhere Bildungsstand spielte eine Rolle und begünstigte eine zunehmend aktive Haltung bei der Programmauswahl.

Alle diese Faktoren trugen zu einer größeren Differenzierung der Zuschauerpräferenzen bei und zu dem wachsenden Unwillen, sich einem Massenpublikum zurechnen zu lassen. In einigen Fällen wollten die Zuschauer nicht unbedingt andere Sendungen als die, die bereits von den öffentlich-rechtlichen Veranstaltern angeboten wurden. Vielmehr wollten sie diese zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl sehen. In anderen Fällen zielten die ausgestrahlten Sendungen nicht auf den breiten Publikumsgeschmack. Dadurch blieben bestimmte Zuschauersegmente unbefriedigt. Folglich wurden Videorecorder, die zeitlich versetztes Fernsehen und Videofilmverleih ermöglichten, ein absoluter Verkaufsschlager.

Der Wandel setzte beim Hörfunk ein, bei dem im Vergleich zum Fernsehen der Kapitalaufwand und die Beteiligungshürden niedriger waren. Mehr noch: Die gesetzlichen Bestimmungen waren brüchig geworden, und Rundfunkpiraten brachten die Verantwortlichen immer wieder dadurch in Verlegenheit, daß sie den hartnäckigen Bemühungen um Schließung ihrer Sender widerstanden und sich obendrein ausgesprochener Beliebtheit bei der Zuhörerschaft erfreuten. In vielen Fällen geriet die Liberalisierung beim Hörfunk deshalb zur Legitimierung bereits gängiger Praxis. Sie schuf ein rechtlich und organisatorisch abgesichertes Modell für die sich wandelnde Sendelandschaft, und sie führte zu einem Umdenken angesichts der Belebung durch die Öffnung und den Verzicht auf einseitige politische Kontrolle.

Dank der neuen Übertragungstechnik – Fernsehempfang über Kabel – stellte die Verteilung der knappen Frequenzen kein Problem mehr dar. Sobald die Kabelanschlüsse bis in die Haushalte verlegt waren, wurden zusätzliche Programme eingespeist – die der Öffentlich-Rechtlichen und oft auch die der Nachbarländer, da nur sie sofort verfügbar waren. Doch schon bald traten kommerzielle Anbieter auf. In dem Moment, da die privaten Betreiber sendebereit waren, duldeten die Grundsatzfrage der Zulässigkeit kommerzieller Sender keinen Aufschub mehr. Den Argumenten für ein begrenztes Fernsehen war die Grundlage entzogen, die technisch bedingte Frequenzknappheit entfiel. Obwohl frühe Kabelsysteme nur über fünf bis fünfzehn Kanäle verfügten, war allgemein bekannt, daß die tatsächliche Anzahl ein Vielfaches davon ist. Wenn überhaupt ein Problem auftrat, dann das, wie die Kanäle mit attraktiven Programmen gefüllt werden könnten.

In dem Maße, wie die Kapazitäten stiegen und die Kosten sanken, wurde die Bestandssicherung des etablierten Systems Sache der Politiker und Gesetzgeber und war kein technisches und ökonomisches Problem mehr. Mochte es noch durchaus vertretbar erscheinen, den Betrieb von nur zwei oder drei Kanälen einem staatlichen Monopol zu unterstellen, sah das bei fünfzehn und mehr Kanälen anders aus. Außerdem war ein breiter Widerstand gegen die Kommerzialisierung der Medien schwerlich in Gesellschaften zu mobilisieren, in denen Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Videocassetten und Filme überwiegend kommerziell produziert und vertrieben wurden und in denen auch öffentliche Sendeanstalten oft zu den Werbeträgern gehörten.

Die technische Entwicklung trug zwar zu den Veränderungen bei, doch wäre es falsch, sie als maßgeblich zu bezeichnen und damit wesentliche gesellschaftliche Meinungsbildungsprozesse mit der angeblichen Unaufhaltsamkeit des technischen Fortschritts zu verschleiern. Die Technik gab die Mittel an die Hand, ausschlaggebend war sie nicht.

Neue terrestrische Übertragungsformen bedurften der gesetzlichen Zulassung, nicht neuer Techniken. In Italien gab es zahlreiche Sender, die sich der herkömmlichen Sendetechnik bedienten. Andere Länder nutzten das Kabelfernsehen, bei dem es sich im Grunde nicht um eine besonders innovative Technik handelt und das bereits in den 50er und 60er Jahren zur Verfügung stand, wenn auch mit weniger Kanälen (aber natürlich mehr als die zwei oder drei übertragenen Rundfunkprogramme). Die Satelliten stellten da schon einen bedeutenderen technischen Fortschritt dar, und als Direktempfangsmitteln machten sie einzelstaatliche Regelungen schwierig. Satelliten waren außerdem als Großinvestition die Voraussetzung für das Einzelgeschäft mit den Kabelnetzen, doch auch dieses Ergebnis wäre mit herkömmlicheren Mitteln zu erzielen gewesen. Die Auswirkungen der Videotechnik hingegen zeigten sich eher mittelbar, weil sie die Zuschauer zu selbstbestimmtem Fernsehen anleiteten und einen weniger kostenintensiven Produktionszweig förderten.

Allem innenpolitischen Widerstand von seiten der jeweiligen Regierungen, des linken Spektrums, konservativer Kräfte und etablierter Medienanbieter zum Trotz wurden die meisten europäischen Länder in den 80er Jahren von einer Flutwelle der Liberalisierung erfaßt: die Bundesrepublik Deutschland 1984, Frankreich und Island 1986, Belgien 1987, Dänemark und Irland 1988, Spanien 1989, Israel, die Niederlande, Griechenland und Norwegen 1990, Portugal und Schweden 1991.

Die europäischen Länder näherten sich im Zuge dieser Liberalisierung einem System an, wie es in den Vereinigten Staaten schon seit Jahrzehnten existierte. Dieses darf keineswegs mit einem offenen System verwechselt werden. Das begrenzt zugelassene Privatfernsehen brachte nur teilweise eine Öffnung. Es blieb ein System der Bevormundung insofern, als nach wie vor strenge Auflagen galten und die Regierungen eine Sendeerlaubnis nach undurchsichtigen Kriterien und ohne Angaben aus politischem Kalkül oder schlicht als Gunstbeweis erteilten.

In Frankreich z. B. überließen die Sozialisten die privaten Kanäle den ihnen nahestehenden Unternehmern Rousset, Seydoux und Ribaud. Die Konservativen wiederum bedachten ihre Parteigänger Hersant und Bouyues. Und wo nicht politische Allianzen honoriert wurden, erhielten einflußreiche Medienkonzerne den Zuschlag.

Eine Tendenz zur oligopolistischen Machtkonzentration ist bei dem begrenzt zugelassenen Privatfernsehen unverkennbar. In Großbritannien schlossen sich die ITV-Gesellschaften zu einem Kartell zusammen und trafen auch mit der Konkurrenz, der BBC, gewisse Absprachen: Man kooperierte beim Rechtehandel und wehrte sich gemeinsam gegen jede weitere Öffnung. Die Opposition gegen die Zulassung weiterer Veranstalter fand eine breite Basis. In Finnland sträubte sich der private Träger MTV ebenfalls gegen neue kommerzielle Anbieter. Und in den Vereinigten Staaten versuchten die Programmgestalter in den 70er Jahren, weitere Eigenprogramme des Kabelfernsehens zu torpedieren. Die Nutznießer sind sich immer schnell über die Unerwünschtheit neuer Konkurrenten einig und entsprechend schnell zum Schulterschuß bereit. So wurde eine weitergehende Öffnung des TV-Marktes von einer eindrucksvollen Koalition aus öffentlich-rechtlichen Trägern, privaten Anbietern und mächtigen Verlagskonzernen bekämpft, denen es gelungen war, die wenigen Sendelizenzen zu ergattern.

In den Vereinigten Staaten waren die ersten dreißig Jahre des kommerziellen, also die Phase des begrenzten Fernsehens, geprägt vom Oligopol dreier überregionaler Programmveranstalter: dem CBS, der NBC und der kleineren ABC. Öffentliches Fernsehen fristete ein bescheidenes Dasein. Die drei Privatanstalten, allesamt in unmittelbarer Nachbarschaft in New York und stets in Kontakt, konkurrierten von Anfang an heftig um Einschaltquoten und Talente, kooperierten aber zugleich dort, wo gemeinsame Eigeninteressen berührt waren - so auch in Sachen Zugangsbeschränkungen für neue Anbieter.

Das System war für eine Handvoll nationaler und regionaler Betreiber höchst lukrativ. Seine Achillesferse aber war: Es basierte auf einer von der Regierung vergebenen Lizenz, die - zumindest theoretisch - bei mißliebigem Verhalten oder unbefriedigender Leistung jederzeit entzogen werden konnte.

Die ersten Fernsehlicenzen wurden auf der Grundlage von Anhörungen vergeben, bei denen die Vorzüge der jeweiligen Antragsteller geprüft wurden - und dank einiger hinter den Kulissen von Parteifreunden gezogener Fäden. Eine andere Vergabemethode, die Lotterie, kam später bei den Fernsehsendern geringer Reichweite und beim Kurzwellenrundfunk (MMDS) zum Einsatz. Die dritte Möglichkeit - Versteigerungen - wurde in den Vereinigten Staaten jüngst im Bereich des Mobilfunks eingeführt, bisher aber nicht auf den Rundfunk angewandt.

Genau genommen gründet sich ein Medienunternehmen auf nichts weiter als ein Stück Papier, das die Regierung dem einen ausstellt und dem anderen verweigert. Lizenziertes Fernsehen ist automatisch ein nur bedingt unabhängiges Fernsehen. Diese Tatsache muß zwar nicht bedeuten, daß Fernsehsender Sprachrohre und Claqueure der amtierenden Regierung sind, doch eine gewisse Vorsicht bei abweichenden Meinungen ist angebracht. Das lizenzierte Fernsehen ist darauf bedacht, politisch nicht zu aktiv zu sein.

In Anbetracht des beachtlichen Kapitalwertes einer Sendelizenz schützten die Veranstalter diese, indem sie ganz bewußt mit verschiedenen Dienstleistungsangeboten um die Publikumsgunst warben und kontroverse Diskussionen und Unausgewogenheiten mieden. Das alles führte zu übervorsichtiger, tendenziell angepaßter Programmgestaltung und -präsentation.

Aufsichtsbehörde für das amerikanische System ist die Federal Communications Commission (FCC), eine unabhängige Kommission ohne direkte politische Weisungsgebundenheit. Im großen und ganzen versah sie ihr Amt gewissenhaft, jedoch kam es vor, daß die Identifikation mit der Medienindustrie übertrieben wurde und die FCC sich zum rundfunkpolitischen Gralshüter aufspielte. Die Lehre daraus ist, daß die rechtlich verankerte Unabhängigkeit eines solchen Organs eine zwar notwendige, aber nicht immer hinreichende Voraussetzung für wirklich souveräne Entscheidungen ist. Ausschlaggebend sind vielmehr die Kriterien bei der Besetzung der Posten, die Binnenstruktur, die Transparenz der Entscheidungen, klare Richtlinien und Vorgaben sowie eine unabhängige Führung. Eine der Stärken der amerikanischen FCC lag darin, daß sie für das gesamte Spektrum elektronischer Medien zuständig war und nicht etwa Telefon, Kabel oder Rundfunk getrennt wurden, wie dies in anderen Ländern zum Teil üblich war und ist. In dem Maße, wie Teletechnik und Geschäftskommunikation zusammenwachsen, müssen

Vorschriften für den Sendebetrieb erarbeitet und ihre Einhaltung angesichts neuer Entwicklungen durchgesetzt werden. Ein ordnungspolitischer Rahmen wurde unumgänglich. Eine Lösung bestand darin, die Aufsicht einem (halbwegs) unabhängigen Kontrollorgan zu übertragen. Diesen Weg beschritt man in Großbritannien mit der Gründung der Independent Broadcasting Authority (IBA), der Cable Authority, der Telekommunikationsanstalt Oftel und der neuen Independent Television Commission (ITC). In Frankreich trat das Informationsministerium in den 80er Jahren die Oberaufsicht an die Haute Autorité, die CNCL und schließlich den Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ab, und mit jedem Schritt wuchs der Grad der Unabhängigkeit. In der Bundesrepublik Deutschland entstanden öffentlich-rechtliche Landesmedienanstalten in den einzelnen Ländern. In Irland gab es den IRTC und in Israel die Independent Broadcast Authority. Man ließ sich offenbar von der in den Vereinigten Staaten 1934 gegründeten Federal Communications Commission und den State Public Utility Commissions der früheren Jahrzehnte leiten. In vielen europäischen Ländern jedoch waren solche unabhängigen Körperschaften – meist mit exekutiven, judikativen und quasi-legislativen Befugnissen – unbekannt, und ihre Einrichtung spricht für einen ordnungspolitischen Wandel, der weit über das Fernsehen hinaus Folgen haben dürfte.

3. Das Vielkanalfernsehen («multi-channel television»)

Wird das System des begrenzt zugelassenen Privatfernsehens von Dauer sein? Die Staatsmonopole jedenfalls haben sich nicht halten können. Wird sich das oligopolistische System als widerstandsfähiger erweisen? Die Antwort lautet: nein. Als regulative Instanz unterliegen Regierungen – allen Bemühungen zum Trotz – denselben Wirkungskräften, die schon zum Untergang des einst etablierten staatlichen Monopols führten: unternehmerischer Innovationsdruck, Publikumswünsche, Produzentenunzufriedenheit, größere Senderwahl bei Kabelfernsehen und Satellitenempfang, Auslandsprogramme usw. Es wird allerdings noch einige Zeit dauern, ehe diese Kräfte die nächste Phase des Fernsehens einleiten: das offene Vielkanalfernsehen.

Vielleicht läßt sich dem beschränkten Zugang zugute halten, daß er der Gesellschaft wie auch Teilen der Medien erlaubt, sich graduell auf ein offeneres System einzustellen. Ein weiterer positiver Aspekt des lizenzabhängigen Zugangs ist, daß die Gegner des offenen Fernsehens – die Vertreter der Position »je weniger, desto besser« also – ihn offenbar als geringeres Übel betrachten. Dabei ist es eigentlich umgekehrt: Das fragwürdigste System ist die privatwirtschaftliche Trägerschaft eines äußerst profitablen Mediums unter staatlicher Protektion.

Ein breiteres Unterhaltungsangebot zu ermöglichen, ist nur eines der Ziele eines offenen Mediensystems. Ein anderes besteht darin, für Vielfalt und Auswahl zu sorgen. Gerade das kann das begrenzt zugelassene Privatfernsehen seinem Wesen nach nur bedingt leisten. Denn wirtschaftliche Notwendigkeit zwingt die wenigen zugelassenen Sender zu Abstrichen bezüglich des Niveaus und der Auswahl.

Zwar beeindruckten einige Sendungen des britischen ITV durch hohe Qualität, und so manch einer mag sich zu der Annahme verleiten lassen, daß Gewinne aus dem begrenzt zugelassenen Privatsystem eine notwendige Voraussetzung für anspruchsvolle Sendungen sind. Doch damit wird behauptet, künstlerische Kreativität beruhe auf einer Art Mäzenatentum; aus den Brosamen von den reich gedeckten Tafeln der Begünstigten wird – wie im Feudalismus – das Brot ihres Hohenliedes gebacken. Kreativität aber erwächst ebenso sehr – wenn nicht sogar viel mehr – aus dem freien Spiel der Schaffenslust und Phantasie und aus der fehlenden Macht marktbeherrschender Anbieter, bewegliche Geister zu zügeln. Sie wird weit eher in einer Medienlandschaft mit vielfältigen Gestaltungs- und Sendemöglichkeiten erblühen, obwohl die umschriebenen Rahmenbedingungen allein nicht ausreichen. Das Argument, die Überschüsse der Medienmonopolisten seien notwendig zur Unterstützung künstlerisch wertvoller Projekte, könnte ebensogut zur Rechtfertigung einer einzigen, den gesamten amerikanischen Markt beherrschenden Ölgesellschaft herangezogen werden, denn deren Gewinne könnten vielleicht noch größere Spenden für die schönen Künste ermöglichen. Und mit dem gleichen Recht könnte man für eine einzige überregionale Zeitung plädieren, denn dann würden weniger Leitartikel gebraucht, die verbleibenden könnten besser gefördert werden, und nur die begabtesten unter ihnen würden ausgewählt. Es ist anzunehmen, daß bestimmte Prestigeprojekte in einem offeneren System geringere Chancen auf Verwirklichung hätten. (Aber selbst das ist unter Umständen vertretbar; schließlich müßte jeder neue Programmanbieter investieren, um Zuschauer an seinen Sender zu binden.) Insgesamt dürften jedoch die zunehmenden Möglichkeiten für Fernsehtalente zu größerer Originalität in der Programmgestaltung führen. Das lizenzabhängige Fernsehen läßt der Kreativität weniger Spielraum.

Vor allem aber spricht nichts grundsätzlich für das lizenzabhängige Fernsehen. Für ein staatliches Rundfunk- und Fernsehmonopol gibt es stichhaltige Argumente. Einige, etwa die Kapazitätsgrenzen, halten nicht stand. Andere, z. B. daß grundsätzliche Bedenken angebracht seien, die Medienmacht dem privaten Sektor zu überlassen, berühren Werthaltungen, die zu respektieren sind. Aber es läßt sich schwerlich rechtfertigen, daß wertvolle Fernsehizenzen an einige wenige vergeben werden und der Rest der Gesellschaft von der Partizipation am Rundfunk ausgeschlossen wird.

Oft gehörte Argumente sind:

1. »Zu viel« Fernsehen hat ohnehin keine Überlebenschance. (In diesem Fall würden keine neuen Veranstalter mehr auftreten, oder sie würden scheitern.)
2. Für qualitativ hochwertige Sendungen sind hohe Gewinne erforderlich. (Auf diesen Einwand wurde oben bereits eingegangen.)
3. Interessenten könnten schließlich eine bereits gültige Lizenz übernehmen. (Doch im Kaufpreis müßte der kapitalisierte Monopolgewinn enthalten sein, womit eine fast unüberwindbare finanzielle Zugangshürde errichtet wäre, und der neue Anbieter benötigte trotzdem noch die behördliche Zustimmung.)
4. Ein unbeschränkter Zugang hätte chaotische Verhältnisse zur Folge. (Es muß nicht geordneter zugehen als im Printbereich.)
5. Grundsätzliche Zugangsfreiheit führt zu einem De-facto-Monopol, siehe Berlusconi in Italien. (Es versteht sich von selbst, daß geltende Gesetze zur Verhinderung von Wettbewerbsverzerrungen auch auf das Fernsehen anzuwenden sind.)

6. Grundsätzliche Zugangsfreiheit wird ausländische Anbieter auf den Plan rufen. (Auch diesem Problem könnte man ordnungspolitisch begegnen.)

Viele sind der Ansicht, daß die Entwicklung hin zum offenen Vielkanalfernsehen lediglich eine Multiplikation des bereits Vorhandenen bedeuten würde, also schlicht eine Vervielfachung von Programmen nach herkömmlichen Strickmustern. Das entspricht – zumindest in den Vereinigten Staaten – weder den Marktgesetzen noch den empirischen Fakten.

Kommerzielles Fernsehen enttäuscht vor allem jene, die das Niveau der öffentlich-rechtlichen Veranstalter erwarten. Solche Erwartungen sind unrealistisch – gerade weil das Privatfernsehen kommerziell ausgerichtet ist. Schließlich arbeiten auch die meisten Presse- und Zeitschriftenverlage ebenso wie die Filmproduzenten profitorientiert – und bringen dabei kulturell Hochwertiges (wie auch weniger Wertvolles) hervor. Das herkömmliche kommerzielle Fernsehen jedoch war auf eine außerordentlich geringe Anzahl von Übertragungskanälen beschränkt und deckte daher primär den Publikumsgeschmack der breiten Masse ab. Die vorherrschende Programmpolitik wurde deswegen oft – fälschlicherweise – als die des kleinsten gemeinsamen Nenners bezeichnet. Tatsächlich hatte man nicht das unterste Zuschauerniveau im Auge, sondern vielmehr das bestimmende – also das gängige Kulturverständnis der mittleren und unteren Mittelschicht.

Kritische Beobachter beklagen das enttäuschende Niveau des begrenzt zugelassenen Privatfernsehens und finden, je weniger wir davon haben, desto besser ist es. Im Gegenteil: Problematisch ist gerade dieses Fernsehen, das auf staatliche Schützenhilfe zur Verteidigung der wenigen Lizenzen gegen die Konkurrenz angewiesen ist, und das wegen der eingeschränkten Zahl der Veranstalter lediglich die breite Masse bedient. Andere glauben, daß die hohen Gewinne, die das zulassungsbeschränkte System abwirft, für hochwertige Produktionen unabdinglich sind. Es wird also davon ausgegangen, daß künstlerische Kreativität der Patronage bedarf, daß finanzstarke Anbieter einen Teil ihrer Überschüsse an Künstler abführen. Wahre Kreativität wird sich jedoch viel eher in einer mannigfaltigen Medienlandschaft mit zahlreichen Möglichkeiten der Gestaltung und Verbreitung für beliebige Zielgruppen entwickeln können.

Die Zugangsöffnung brachte Bewegung in die TV-Landschaft. Die Zahl der Satellitenkanäle stieg von 4 im Jahr 1976 auf 43 im Jahr 1983 und 99 im Jahr 1994. Neue Anbieter mit eigenem Profil und Programmschema, die sich von den Öffentlich-Rechtlichen absetzten, traten an. Während letztere schon aus ökonomischen Gründen, aber auch ihrem öffentlichen Auftrag gemäß dem Vollprogramm verpflichtet waren, bemühten sich die neuen Sender verstärkt um die Programmstruktur: Sie boten rund um die Uhr ausschließlich Sport, Nachrichten, Spielfilme, religiöse Beiträge, Zeichentrickfilme, Science-fiction, Unterhaltung usw. Zwar waren die Zuschauerzahlen der einzelnen Sender nach wie vor bescheiden, aber sie summierten sich.

Einzelne neue Sender griffen herkömmliche, jedoch eher marginale Sparten auf und verschafften diesen erstmals Beachtung. Religiöse Programmkonzepte können hier als Beispiel gelten. Der Discovery Channel bringt Naturfilme, der Weather Channel bietet Landwirten, Seglern und Piloten detaillierte Wetterberichte. Der Travel Channel berichtet über Urlaubsziele. CNBC sendet Wirtschaftsinformationen und Talkshows.

Der Trend hält unvermindert an. 1992 wurden den Kabelnetzbetreibern 20 neue Programmfrequenzen angeboten, 1994 waren es allein in der ersten Jahreshälfte über 70. Sie umfassen: Alkoholikerfürsorge, Antiquitätenauktionen, Autorenfilm, Bingo, Bücher, Business, Computer, Cowboys, Film, Garten, Gehörlose/Behinderte, Geschichte, Gesundheit, Glücksspiel, Golf, Häuser, Haustiere, Heilen, Immobilien, Inspiration, Jazz, Kataloge, Kriminalität, Kunst, Kurzfilm, Liebesgeschichten, Militär, Mode, Multikulturelles, Museen/Ausstellungen, Natur, Neugeborenenmütter, New Age, Öffentlichkeitswesen, Partnervermittlung, Persönlichkeitsentfaltung, Pkw, Seifenoper, Selbst gemacht, Selbsthilfe, Singles, Shopping, Spanisch, Spiele, Sport, Umwelt, Vorträge.

Es wird Abend für Abend mehr anspruchsvolle Sendungen geben, als man sich überhaupt ansehen kann. Doch um sie zu finden, wird großer Aufwand notwendig sein.

Was fehlt? Programme mit Fortbildungsangeboten; Programme, die nur in sogenannten kleinen Sprachen senden; Programme, die aus dem Ausland kommen. Auch gibt es zur Zeit noch keinen interaktiven Kanal, der die Bezeichnung verdient. Erste Ansätze zu Rückkanälen zeichnen sich beim Teleshopping und bei Spielen ab, bald wohl auch im nicht jugendfreien Bereich. Es gibt keine politisch kontroversen Programme der extremen Rechten oder Linken (mit Ausnahme einiger lokaler, nichtkommerzieller offener Kanäle). Es gibt keinen Kanal für die nordamerikanischen Ureinwohner, die Indianer, vor allem aber gibt es kein neues Kinderfernsehen, keinen Märchen-, keinen Grundschulkanal. Der freie Markt bietet also vieles, aber bei weitem nicht alles. Es ist noch genügend Platz für gemeinnütziges, öffentlich-rechtliches und Bildungsfernsehen.

Der Trend zu immer mehr Programmen wird weiter anhalten. Probleme bereitet der Engpaß der begrenzten Übertragungskapazität, die derzeit bei 35 bis 55 Programmen liegt, doch zeichnen sich hier bereits Lösungen ab. In New York hat ein Kabelnetz 150 Kanäle. Neue Techniken, etwa die Datenkompression, finden dort bereits Anwendung, und ein Pilotprojekt in Orlando, Florida, stellt 500 Kanäle zur Verfügung. Andere Programme werden (versuchsweise) über drahtlose Kurzwellen-Direktverbindungen oder via Satellit ausgestrahlt.

4. Das interaktive Fernsehen («distributed television»)

Nur zu leicht wird man daher zu dem Schluß verleitet, daß uns als nächstes, wenn es so weitergeht, das Vielkanalfernsehen ins Haus steht. Doch das wäre eine unzulässige Folgerung. Ganz im Gegenteil: Wir werden in eine dritte Phase eintreten, und zwar in die des interaktiven Fernsehens. Als Schlüsseltechniken sind hier zu nennen Video-on-demand, Breitbandkommunikation und Navigationssysteme. Glasfaserkabel werden weiterhin eine wichtige, aber nicht die entscheidende Rolle spielen. Technisch kommt man mit verbessertem Kupferkoaxialkabel aus, so daß mit Hilfe von Verschlüsselungs- und Filterver-

fahren einfache Telefonkabel zur Bildübertragung verwendet werden können. Obwohl die Faseroptik durchaus von Nutzen ist, bleibt das Entscheidende die Möglichkeit zur individuellen Verbindung zwischen Sendern und einzelnen Empfängern. Video-on-demand setzt riesige, in Rechnern gespeicherte Bilddatenbanken voraus, in denen Tausende von Spiel- und Dokumentarfilmen und anderen Produktionen bereitgehalten werden. Zahlreiche Firmen werden solche Mediadatenbanken betreiben und wahlweise eine Kombination aus Anschalt- und Bearbeitungsgebühren, Mitgliedsbeiträgen, Werbeentgelten und Provisionen für den Abruf berechnen. Es wird individualisierte Anzeigen geben, erstellt nach demographischen und Interaktionsdaten.

Diese Datenbanken werden in der gleichen Weise über Telefon- und Kabelnetze verknüpft sein, wie das Internet schon heute den Zugriff auf Computer und Datenbanken in der ganzen Welt ermöglicht. Zusammen bilden diese Informationen dann ein internationales, jederzeit verfügbares und ungeheuer umfangreiches Programmangebot.

Und was tut der, der die Qual der Wahl hat? Er wählt den einfachsten, den bequemsten Weg. In den USA machen sich nur die wenigsten die Mühe, Filme bei den Pay-per-view-Anbietern zu bestellen. Künftig werden ihnen Navigationshilfen und persönliche Menüs in den Netzen die Suche und Auswahl erleichtern. In der neuen digitalen Welt werden Kanäle verschwinden oder sich vielmehr in virtuelle Kanäle verwandeln. Es wird einen persönlichen Kanal («me channel») geben, der den Interessen des Nutzers, seinen bisherigen Sehgewohnheiten, den Empfehlungen von Kritikern seines Vertrauens bzw. beauftragten Informationsmaklern sowie einem gewissen systemimmanenten Zufallsmoment Rechnung trägt. Deshalb sehen wir nicht etwa einer Zukunft der 50, 500 oder 5 000 Fernsehkanäle entgegen. Es kommt viel schlimmer. Es wird die Zukunft des einen, einzigartigen Kanals sein: des Kanals nach persönlichem Zuschnitt. Das kollektive Massenmedienerlebnis weicht dem Individualerlebnis, »self made« statt »special interest« heißt die Devise.

Das Computernetzwerk Internet weist die Richtung. Auf seinem Weg zum Massenmedium wird es jetzt kommerzialisiert. Um in großem Stil bewegte Bilder übertragen zu können, muß es seine Kapazität erweitern und einen Modus zur Berechnung von Grund- und Anschaltgebühren einführen. Diese Probleme sind rein technischer Natur und mit modernen Verschlüsselungsverfahren leicht lösbar.

Wann immer in Ländern mit staatlichem Rundfunksystem ein Umsturz versucht wird, gehört unweigerlich der Fernsehsender zu den ersten Angriffszielen der Revolutionäre. Nur: Welchen Sender gälte es, in einem offenen Rundfunksystem zu kapern, um das herrschende Regime mundtot zu machen? Im offenen System ist kein mediales Machtzentrum mehr auszumachen. Nirgends auf der Welt ist dieses System annähernd erreicht, aber viele Länder bewegen sich allmählich in diese Richtung. Der Prozeß, der dem Staat diese Entwicklung ermöglicht, heißt Liberalisierung.

Die Entwicklung hat jedoch auch Schattenseiten. Sie führt z. B. zum Diktat der Fünfzehn-Sekunden-Ton-Häppchen, zum maximalen Fünfzehn-Minuten-Ruhm und zu kürzeren Konzentrationsspannen. Die monatliche Mediarechnung des Nutzers wird steigen: mehr als einhundert Dollar – gegenüber dem heute fast kostenlosen Angebot. Aber dafür hat er auch viel mehr Möglichkeiten.

Wird die digitale Technik bei solcher Angebotsfülle die Printtechnik in den Hintergrund drängen? Blüht uns das Zeitalter der Bildkultur? Nein, das wohl nicht. Schrift trans-

portiert abstrakte Inhalte sehr gut, bei Bildern ist das Fernsehen überlegen. So hat jeder Datenstrom, jede Datenrepräsentation ihre eigenen Vorteile. Es gilt, sie optimal zu kombinieren. Genau das ist Sinn und Zweck der Multimediatechnik. In meinen Augen ist das Medium der Zukunft der Comic strip, vielmehr der Hyper-Comic strip: Textfelder mit Standbildern, die nach Berührung des Bildschirms als Videofrequenzen ablaufen. Daneben wird es Ton und sogar Duft geben. Der Text wird sich verzweigen, sich immer weiter ins Detail aufblättern und – wie Hypertext – mit anderen Texten verknüpfen lassen. Dieser Hyper-Comic strip gestattet das Blättern wie die Navigation. Die Benutzeroberfläche, ein leichtes, flaches Display panel, nimmt man in die Hand wie ein Buch. Man kann den Comic strip beschreiben, abspeichern und beliebig überspielen.

Was ein Kunstwerk, was Literatur, was Film ist, wird ganz neu definiert werden müssen. Alles kreative Schaffen setzt technische Mittel und Verfahren voraus. Reift eine neue Technik heran, wird der menschlichen Kreativität ein neues Werkzeug an die Hand gegeben.

Das alles schränkt wiederum die staatlichen Kontrollmöglichkeiten ein und wirft überhaupt die Frage nach der künftigen Rolle des Staates auf. Seine bisherige Aufgabe als Lizenzgeber wird hinfällig und faktisch unmöglich. Die Regierungen müssen allerdings ein Mindestmaß an Kompatibilität der Netze und den freien Zugang sichern. Das leidige Problem, wie die Entstehung einer Zweiklassengesellschaft und eine drohende Informationsarmut zu verhindern sind, läßt sich relativ leicht lösen. Für die Anbieter wäre es durchaus sinnvoll, Preise nach den finanziellen Möglichkeiten der Abnehmer zu staffeln und die Untergrenze knapp über den Mindestkosten anzusetzen. Bedingung wäre lediglich ein Sicherungsverfahren, das einen Mißbrauch, d. h. den gewinnbringenden Weiterverkauf von Nutzungsberechtigungen, erschwert. Das Thema Zugang ist da schon heikler, insbesondere die Frage, wie zu verhindern ist, daß von interessierter Seite der freie Zugriff auf Informationen blockiert wird. Und schließlich wäre der Staat wohl doch gefordert, Bildungs- und Kinderprogramme zu garantieren, falls der Markt versagt. Während also eine weitgehend unabhängige Regelinstanz mit eindeutigen Auftrag und klaren Verfahrensrichtlinien für die ersten beiden Phasen des Fernsehens noch unabdingbar ist, wird sich diese mit Beginn der dritten Phase wahrscheinlich überholen.

Interaktives Fernsehen wird neue und kreative Nutzungschancen erschließen. Es wird sich um ein vollkommen neues Medium handeln. Kommerziellen wie nichtkommerziellen Anbietern winken ungeahnte Möglichkeiten. Die bisherigen Rundfunkveranstalter – ob öffentlich-rechtlich oder privat – müssen umdenken. Das können sie nicht, solange sie noch die zweite Phase, das Vielkanalfernsehen, bekämpfen, anstatt sich der eigentlichen Herausforderung, der dritten Phase, zuzuwenden.

Das elektronische Wohnzimmer, in dem sich allabendlich ganze Nationen versammeln, wird bald der Vergangenheit angehören. Das gemeinschaftliche Informations-sharing stellt nur eine flüchtige Episode in der Zivilisationsgeschichte dar. Sie bricht ebenso mit dem größeren Medienindividualismus früherer Zeiten, wie sie sich an der immensen Informationsdichte der Zukunft reibt. Bestimmende Faktoren in diesem Zwischenstadium sind das eingeschränkte Angebot an Programminhalten und die Kapazitätsknappheit. In dem Maße, wie sich die Grundbedingungen ändern, wandelt sich auch das Fernsehen. Eines nicht allzu fernen Tages wird ein offenes System erreicht sein, offen

für neue Stimmen – kommerzielle wie nicht-kommerzielle –, offen über Länder und Grenzen hinweg, offen für den gezielt auswählenden Zuschauer. Es wird so manches Gute bieten, viel Schlechtes und vor allem Unerwartetes.

Die Dinosaurier sind vor einer Million Jahren ausgestorben, nur wenige haben als Vögel überlebt und sich in die Lüfte emporgeschwungen – unsere heutigen Adler, Falken und Eulen. Die jeweiligen Regierungen und die etablierten Rundfunkveranstalter müssen sich ebenfalls aufschwingen – aus dem Saurierzeitalter des Massenpublikums in das Zeitalter des nahezu unbegrenzten Horizontes eines persönlichen Kanals.

Es ist an der Zeit, sich von der nostalgisch verklärten Sehnsucht nach einem goldenen Zeitalter zu verabschieden, das so nie existiert hat, vom elitären Dünkel gegenüber dem Publikumsgeschmack der breiten Masse, von der Scheu der Politik vor offenen Diskussionen und vom Protektionismus etablierter Unternehmen. Es ist an der Zeit, sich einer Zukunft zuzuwenden, die all jenen, denen die Phantasie Flügel verleiht, nur rosig erscheinen kann.