

damit zur Sicherung und Verbreitung seiner Legitimationsbasis kann ein Übergang zur reinen Gebührenfinanzierung beitragen. Allerdings ist dazu erforderlich, ein Gebührenfestsetzungsverfahren zu finden, das einerseits politikfern ausgestaltet ist, das den Rundfunkanstalten Entwicklungsmöglichkeiten einräumt und das andererseits den Druck in bezug auf ein sparsames und effizientes Wirtschaften aufrecht erhält.

Eine stärkere Marktorientierung privatwirtschaftlicher Veranstalter erfordert andererseits eine effektive Konzentrationskontrolle zur Sicherung von Meinungspluralität. Hier bedürfen die Entwicklungen auf dem Rechtemarkt und die Verflechtungen zwischen Rundfunkveranstaltern und Presseverlagen besonderer Aufmerksamkeit. Ein erster Schritt wäre die Herstellung von Transparenz, d. h. die Einräumung kartellamtsgleicher Untersuchungsrechte für die Lizenzaufsicht bzw. deren enge Kooperation mit dem Bundeskartellamt. Auf jeden Fall sollte der Marktzugang so offen wie möglich gehalten werden, um die Potentiale des Marktes für die Vielfalt der Programme produktiv zu machen.

Die Potentiale des Marktes nutzen: amerikanische Erfahrungen

*Eli Noam*¹²

Mark Twain pflegte zu sagen, daß es leicht ist, sich ethisch zu verhalten, wenn man alle Trümpfe in der Hand hält. Genauso leicht ist es, im öffentlichen Interesse hohe Standards zu halten, wenn man alle drei Fernsehsender kontrolliert. Aber heute, da 500 Fernsehsender auf einem offenen Markt um die knappste aller Ressourcen, die Gunst der Zuschauer, kämpfen, lautet die Frage vielmehr, wie hoch – oder wie niedrig – diese Standards angesetzt werden.

¹² Professor Eli Noam ist Direktor des Institute for Tele-Information, Columbia University, New York.

Lassen Sie uns zunächst einen Blick auf die Programmvielfalt werfen. Viele Kritiker glauben, daß die Entwicklung hin zu einer Fernsehlandschaft mit vielen verschiedenen Kanälen einfach nur zu einem »more of the same« geführt hat, einfach nur zu einer Vervielfältigung der alten Art von Programmgestaltung. Aber dieser Eindruck ist falsch, sowohl vom Standpunkt ökonomischer Logik als auch vom Standpunkt empirischer Erfahrung, zumindest so weit es die Vereinigten Staaten betrifft.

Diejenigen, die im kommerziellen Fernsehen die gleiche kulturelle Qualität suchen wie im öffentlichen Fernsehen, sind häufig enttäuscht. Aber das kann nicht nur daran liegen, daß das Medium kommerziell ist. Immerhin arbeiten die meisten Verleger von Printmedien und die Produzenten von Filmen gewinnorientiert und bringen doch viele Werke von hohem kulturellem Wert hervor (allerdings auch von niedrigem). Aber das traditionelle kommerzielle Fernsehsystem war auf eine unglaublich kleine Zahl von Kanälen beschränkt und bediente vor allem den allgemeinen »Publikumsgeschmack«. Als oberstes Prinzip der Programmgestaltung galt häufig, scheinbar, die Suche nach »dem kleinsten gemeinsamen Nenner«. Tatsächlich richtete sich dieses Programmprinzip nicht nach dem niedrigsten, sondern nach dem vorherrschenden Publikumsgeschmack – dem, was die gehobene und untere Mittelklasse schätzt.

Beobachter dieser kulturell enttäuschenden Leistungen des zahlenmäßig begrenzten kommerziellen Systems neigen häufig zu der Auffassung, daß es um so besser sei, je weniger von dieser Art Kost geboten würde. In Wahrheit ist genau das Gegenteil der Fall: Das problematischste Fernsehsystem ist ein kommerzielles System, das zahlenmäßig begrenzt ist und sich darauf verlassen muß, daß staatliche Stellen seine wertvollen Lizenzen vor der Mitbewerbern schützen, und das daher nur dem allgemeinen Publikumsgeschmack entsprechen will. Andere wiederum vertreten die Meinung, daß die hohen Gewinne, die in einem begrenzter Markt erzielt werden, nötig sind, um qualitativ hochwertige Programme zu produzieren. Diese Auffassung geht von der Vorstellung aus, daß künstlerische Kreativität auf einem System des Mä

zenatentums basiert, in dem reiche Institutionen etwas von ihrem Reichtum an die Kulturschaffenden weitergeben. Wirkliche Kreativität gedeiht jedoch am ehesten in einer Atmosphäre, in der viele Wege der Produktion und des Vertriebs von Kunst sich an ganz unterschiedliche Arten von Publikum richten können.

So viel zur Theorie. Wie steht es nun mit der Wirklichkeit? Im Augenblick gibt es in Amerika 99 verschiedene Kabelkanäle. Das Tempo der Entstehung neuer Kanäle hat sich beschleunigt. Während im Jahre 1992 erst 20 neue Programmkanäle beantragt wurden, waren es im Jahre 1993 bereits 40 und in der ersten Hälfte des Jahres 1994 mehr als 70. Diese Kanäle befassen sich mit: Antiquitäten, Autos, Kunst, Bingo, Büchern, Computern, Cowboys, Behinderten, Umwelt, Mode, Glücksspielen, Gartenbau, Gesundheit, Geschichte, unabhängigen Filme, Inspiration, Vorträge, Militär, Museen, den neuen Müttern, Haustieren, öffentlichen Angelegenheiten, Immobilien, der Behandlung von Alkoholabhängigkeit, Liebesgeschichten und Singles.

Auf diese Weise werden die Kräfte des Marktes für gutes Fernsehen sorgen; viel mehr, als eine einzelne Person an einem Abend sehen kann. Es wird auch qualitativ gute Kanäle geben. Aber es wird einigen Navigierens durch die Kanäle mit Schlammcatchen, Liebesgeschichten und Glücksspielen bedürfen, um sie zu finden. Und sie werden nicht kostenlos sein, und daher werden sie sich auch nicht alle leisten können. Selbst wenn die Qualität einiger Kanäle darunter leidet, wird die größere Auswahl diesen Nachteil mehr als wettmachen.

Heute gibt es im Fernsehen mehr Nachrichtensendungen und politische Magazine als jemals zuvor. Dabei darf man nicht nur die Lokalsender betrachten, man muß die Sendungen aus dem gesamten Spektrum der Fernsehkanäle zusammenzählen. Andererseits haben die Nachrichtensendungen Wichtigtuern und Personen mit extremen Ansichten mehr Möglichkeiten gegeben, sich zu bestimmten Themen zu äußern, und der Konkurrenzdruck zwischen den einzelnen Nachrichtenmagazinen hat dazu geführt, daß sich der Schwerpunkt der Sendungen mehr auf Sensationsthemen verlagert hat. Aber dennoch bleibt die Tatsache bestehen,

daß die Zahl der ernstzunehmenden Nachrichtenmagazine stark zugenommen hat (nach letzten Zählungen waren es 14) und daß sie sehr beliebt geworden sind. Vier von ihnen zählen zu den Top 20 der beliebtesten Sendungen.

Was fehlt uns also noch? Spezielle Unterrichtsprogramme Programme in Sprachen, die in den USA nicht so stark vertreten sind; ausländische Kanäle. Außerdem gibt es bisher auch noch keine interaktiven Kanäle, die diesen Namen verdienen. Die Anfänge des interaktiven Fernsehens finden sich beim Einkäufer und bei Spielen und in Zukunft wahrscheinlich auch bei den Programmen für Erwachsene. Es gibt keine politisch umstrittenen extrem linken oder extrem rechten Programme. (Einige Programme dieser Art werden auf lokaler Ebene über gemeinnützige Sender verbreitet.) Insbesondere aber gibt es keine Kinderprogramme mehr. Es gibt keinen »Märchensender« oder ein »Grundschulfernsehen«.

Eine Schlußfolgerung, die man aus der Liste der fehlenden Sender ziehen könnte, ist, daß ein duales System aus privaten und öffentlichen Anbietern heute nötiger ist denn je. Das öffentliche Fernsehen muß eine sichere finanzielle Basis haben, um Qualität produzieren zu können, um nicht wegen der Einschaltquoten einfach die kommerziellen Programme zu kopieren. Aber »öffentliches Fernsehen« muß nicht unbedingt die Form annehmen, die es heute hat, mit seinen großen, vertikal strukturierten Sendeanstalten. Alternativ könnten auch unabhängige Produktionen von Sendungen mit öffentlichen Mitteln gefördert werden, die dann von jedem beliebigen Sender ausgestrahlt werden können.

Die Vielfalt hat noch eine zweite Dimension, die im öffentlichen Interesse liegt, nämlich ihre Offenheit. Das Prinzip der freien Meinungsäußerung muß vom Reich Gutenbergs auf das Reich von Marconi und Bell ausgedehnt werden. Ein System kann nur dann als wirklich offen bezeichnet werden, wenn es allen gleichermaßen zugänglich ist und selbst für unbequeme Meinungen und für diejenigen offenbleibt, die auf wirtschaftlicher Ebene mit dem Übertragungsmedium konkurrieren. Besonders dort, wo die Marktkräfte zu einer vertikalen Integration von Inhalt und Über-

tragungsmedium führen, ist es wichtig, daß andere Produzenten von Inhalten Zugriff auf das Übertragungsmedium haben.

Ein weiterer Aspekt von öffentlichem Interesse, der besonders in den Vereinigten Staaten mit ihrer heterogenen Bevölkerungsstruktur wichtig ist, ist eine Vielfalt bei den Besitzverhältnissen, besonders im Hinblick auf die Minoritäten. Im großen und ganzen hat das Fernsehen in den Vereinigten Staaten die Minoritäten in den vergangenen Jahren ziemlich fair dargestellt. Das ist zum Teil auf die mutigen Bemühungen meines Kollegen und Mitarbeiters an diesem Bericht, Rev. Everett Parker, zurückzuführen. Aber die Erfahrungen in Amerika zeigen auch, daß man von einem marktorientierten System, selbst mit einigen staatlichen Eingriffen, nicht erwarten kann, daß es beim Fernsehen und beim Kabel zu einer gerechteren Verteilung in der Gesellschaft führt als bei den anderen Wirtschaftsgütern.

Hat die Darstellung von Gewalt im amerikanischen Fernsehen zugenommen oder abgenommen? Die Fakten sind umstritten. Es scheint, daß die Darstellung von Gewalt zur Hauptsendezeit etwas abgenommen hat, obwohl sie möglicherweise plastischer dargestellt wird. Der Kongress hat für drei Jahre eine kartellrechtliche Ausnahmegenehmigung erteilt, damit die Fernsehbranche freiwillige Richtlinien entwickeln kann, d. h. vorausgesetzt, daß unkontrollierter Wettbewerb zu immer mehr Gewalt im Fernsehen führt. Dem intensiven politischen Druck gehorchend, haben Fernsehanbieter und Kabelnetzwerke 1994 ein Programm zur unabhängigen Selbstkontrolle ins Leben gerufen.

Aber selbst auf diesem Gebiet sollten wir die Marktkräfte nicht außer acht lassen. Ein wichtiger Ansatz, der aus dem Kongreß kommt, ist der, den Schutz der Kinder vor Gewalt zu kombinieren mit der Möglichkeit der freien Wahl der Sendung, indem man einen »V-Chip« in das Fernsehgerät einbaut, der für jede Sendung einen vom Sender mit übermittelten »Gewaltschlüssel« abfragt und jede Sendung automatisch blockieren kann, wenn die Eltern das Gerät entsprechend programmiert haben. Dies läßt darauf hoffen, daß es in Zukunft ein System des freien Marktes, der freien Meinungsäußerung und der »offenen Bewertung«

geben kann, bei dem die Hersteller der Programme und unabhängige Gutachtergremien, wie zum Beispiel Elternverbände, Programmzeitschriften usw., den Zuschauern auf technischem Wege ihre Bewertung anbieten und ihnen helfen könnten, ebenfalls technischen Wege geeignete Sendungen auszusuchen. Die Zuschauer könnten sogar die Begutachtung der Sendungen an Institutionen ihres Vertrauens delegieren. Es würden zwar immer noch Sendungen produziert, in denen Gewalt gezeigt wird, Zuschauer hätten jedoch die Möglichkeit, sie elektronisch auszuschließen.

Dies bringt uns zu der abschließenden Frage: Können wir erwarten, daß jede private kommerzielle Fernsehgesellschaft sozial verantwortungsbewußt verhält? Die erwarteten Gewinne werden einige Kanäle dazu veranlassen, qualitativ hochwertige Programme zu produzieren, andere werden Boulevardprogramme senden, genau wie bei den Printmedien. Für einige wird sich sogar auszahlen, im Interesse der Öffentlichkeit zu handeln. Sie werden Gutes tun, damit es ihnen gut geht. Wir sollten die Manager der Fernsehsender dazu ermutigen, nicht nur ihren Aktionären gegenüber Verantwortung zu zeigen, sondern auch gegenüber den Zuschauern, ihrer Gemeinde und ihren Mitarbeitern verantwortlich zu handeln. Eine Möglichkeit wäre z. B., einzelne Mitarbeiter namentlich als verantwortlich für eine bestimmte Programmentscheidung zu nennen. Wir sollten freiwillige Codes der Medienunternehmen, der Berufsverbände der Journalisten und anderer unterstützen. Wir sollten Verfahren für den Umgang mit Zuschauerbeschwerden für die Medienunternehmen entwickeln, und wir sollten hoffen, daß der Geschmack der Öffentlichkeit verantwortungsvolles Verhalten auch belohnt, unverantwortliches hingegen bestraft. Wird das unverantwortliche Verhalten aus der Welt schaffen? Darauf würde ich nicht wetten. Sind staatliche Kontrollen die Lösung? Solange das Prinzip der freien Meinungsäußerung gilt, sind die Möglichkeiten dessen, was eine Regierung tun könnte oder sollte, begrenzt. Man sollte glauben, daß Lizenzen und Überwachung sicherstellen können, daß die Belange des öffentlichen Interesses gewahrt werden, aber

