

Zwischen Paradies und Hölle

PRIVATFERNSEHEN IST ERST DER VORGESCHMACK AUF DIE ELEKTRONISCHEN HOCHLEISTUNGSSTRASSEN, DIE DEN BILDSCHIRM ZUM HÄUSLICHEN MEGA-KIOSK MACHEN WERDEN. VOR DEM HINTERGRUND SOLCHER PERSPEKTIVEN ERSCHEINEN MANCHE DER HEUTIGEN DEBATTEN ALS RÜCKZUGSGEFECHTE.

Rainer Stadler

Bahnhofskioske erinnern einen zuweilen an das wirre Treiben vor Bienenstöcken – auf kleinstem Raum strömen da fortwährend eilige Menschen zusammen, um so schnell wie möglich dem Gewühl wieder zu entrinnen und in alle vier Himmelsrichtungen auseinanderzustieben. Angesichts der ausladenden Fülle an Angeboten, konzentriert auf einem Punkt, ist es eigentlich erstaunlich, wie schnell sich der Handel jeweils abwickelt; selbst dann noch, wenn die Ungeduld beim Käufer Gefühle von Ewigkeit aufkommen lässt. Die meisten scheinen genau zu wissen, was sie hier wollen; der Verführungsreiz der schrillen Farben und fetten Lettern bringt offenbar kaum jemanden in existentielle Entscheidungsnot. Auch jene nicht, die in den dicht besetzten Regalen schmökern. Es ist, als ob in den Köpfen der Käufer eine klare Grenze gesetzt sei, an deren Überschreitung selbst der geschickteste Marktstrategie scheitern muss.

In der Tat nehmen wir den Überfluss, der sich täglich an jedem grösseren Kiosk staut, gar nicht mehr wahr: all die Spezialmagazine und Blättchen fürs Segeln, Kochen, Stricken, Basteln und Heiraten; die Billigbücher, Comics und Videos; die Zeitschriften und Zeitungen mit mehr oder weniger geistreichen Inhalten. Von den Rauch- und Esswaren ganz zu schweigen. Es ist eine triviale Feststellung, dass Kioske schon seit langem zum festen Bestand der Kultur des öffentlichen Raums gehören. Wir haben uns auch daran gewöhnt, dass die Verkaufsstellen zu einem immer vielfarbigeren Kommunikationsmarkt herangewachsen sind. Wir sind vielleicht etwas untreuere und flüchtigere Konsumenten geworden, aber wir finden uns zurecht.

Doch genau diese Fähigkeit zu ignorieren, auszuschneiden und bloss dasjenige wahrzunehmen, was uns interessiert – dieses Talent soll uns jetzt abhanden kommen, jetzt, da sich unsere Bildschirme zu Hause zu einem noch immenserem Füllhorn der Kommunikationswelt wandeln? Entsprechende Bedenken haben sich bereits im Standardvokabular der Kulturkritik festgesetzt, noch bevor die Entwicklung zum elektronischen Megakiosk richtig eingesetzt hat. Was das kaum den Kinderschuhen entwachsene Privatfernsehen in Europa bisher gebracht hat, dürfte nämlich erst ein kleiner Vorgeschmack davon sein, welche Umwälzungen uns in den nächsten paar Jahrzehnten erwarten. Das diesbezügliche Schlagwort ist im letzten Jahr geprägt worden: die elektronische Hochleistungsstrasse.

Medienbenützer haben gelernt, sich in einem immensen Angebot von Presseerzeugnissen zu rechtzufinden

Ein Blick auf eine aktuelle Liste von Special-Interest-Zeitschriften auf dem deutschen Markt mag veranschaulichen, wie sich partikuläre Interessen dank speziellen Magazinen immer mehr kultivieren können. Von "Offroad" über "Drachenflieger", "Blinker", "Kraut & Rüben", "Wild und Hund" bis zum sinnigen "Zuhause Wohnen" (wo denn sonst?) reicht das Spektrum der etlichen Dutzend deutschsprachigen Titel, die zusammen eine verkaufte Auflage in Höhe von mehreren Millionen erreichen. Allein der Autofan kann zwischen mehr als einem Dutzend Magazinen wählen; eine reichliche Auswahl finden auch die Computer- sowie die HiFi-Freaks vor, während den Bergsteiger bzw. den Fischer immerhin noch je vier Produkte ansprechen.

Kaum jemand weiss wohl um diese Angebotsvielfalt, weil jeder höchstens die Sondermagazine für seine Hobbys kennt. Und kaum jemals hört man die rhetorische Frage der medial Saturierten: "Was soll diese Schwemme?" Ja, in bezug auf die Regionalpresse galt bis vor kurzem ein genau gegenteiliger Massstab: Vielzahl garantiert Vielfalt und demokratische Verhältnisse, so lautete unangefochten die handliche Formel. Ist dies nicht paradox? Da hat sich nach dem – um ein griffiges medienpolitisches Kampfwort zu verwenden – "medienpolitischen Urknall" der TV-Liberalisierung die Urteilsschablone "mehr vom selben" eingeschliffen, und zwar nicht nur bei jenen, die gemeinhin dem Marktdenken kritisch gegenüberstehen. Gewiss lässt sich der Medienmarkt nicht mit jenem für Teigwaren gleichsetzen. Und gewiss bleibt einem als blosser Geniesser von Fischgerichten der Unterschied zwischen Zeitschriftentiteln wie "Fisch und Fang" und "Fliegenfischen" ziemlich schleierhaft. Hier ist zweifellos die Urteilskraft von "Kennern" gefordert, gleich wie uns auch erst das Fachpublikum bzw. die Fangemeinde darüber aufzuklären vermöchte, was denn Seifenopern wie "Gute Zeiten, schlechte Zeiten", "Die Schwarzwaldklinik", "Beverly Hills" und andere televisuelle Kulturgüter mehr an Besonderheiten aufzuweisen haben. Das Urteil "mehr vom selben" steht auf wackligen Fundamenten; es zehrt in erster Linie vom verächtlichen Blick der Hoch- auf die Trivialkultur, wobei die Elite gleichsam das Monopol auf die Kultur der Differenz beansprucht.

Die Kritik an einer Pseudovielfalt greifen die Verfechter des öffentlichen Fernsehens dankbar als Legitimationshilfe auf. Sie klammern sich geradezu an jedes Argument, um ihre zusehends prekärer werdende Position zu stützen. Tatsächlich steht die grosse Bewährungsprobe des öffentlichen Fernsehens erst noch bevor. ARD und ZDF büssen weiterhin Marktanteile ein und stehen vor riesigen Finanzierungslücken. Auch in England zeichnet sich eine Erosion der Stellung der BBC ab, dem grossen Vorbild für anspruchsvolles Fernsehen. Noch verfügt sie über einen komfortablen Marktanteil von 43 Prozent. Doch in den Kabelhaushalten ist er bereits auf 23 Prozent geschrumpft. An dieser Zahl lassen sich die Zukunftsperspektiven ablesen, wie auch BBC-Generaldirektor *John Birt* weiss. Denn die Ausbreitung des elektronischen Mega-Kiosks wird kaum zu bremsen sein; ob die mediale Masskolonisierung der Haushalte via Satellit oder Kabelnetz oder Telefonleitung erfolgt, spielt hier keine Rolle. BBC wie SRG nennen 30 Prozent Marktanteil als Schicksalsgrenze. Werte darunter stellen nach ihrer Meinung das Gebührenprivileg in Frage. Dass sich dieses Niveau langfristig halten lässt, ist allerdings angesichts der zunehmenden Zersplitterung illusorisch. Zweifellos schliesst sich aber ob der zunehmenden Konkurrenz, der abnehmenden Akzeptanz, den spärlicher fliessenden Einnahmen und dem dadurch drohenden Qualitätsverlust ein Teufelskreis. Aktuelles Schweizer Beispiel dafür ist Radio DRS.

Die massive Boulevardisierung des Fernsehens nach der Liberalisierung sorgte in letzter Zeit für Katerstimmung. Plötzlich konnte sich das öffentliche Fernsehen wieder höherer Wertschätzung erfreuen. Diese nostalgische Rückbesinnung dürfte allerdings instabiler Natur sein, solange das Publikum völlig gegenteilige Signale gibt. Auch wenn es keinen Anlass gibt, ob der Erfindungen des

Special-Interest-Titel für immer speziellere Zielgruppen

Ausweitung des Fernsehangebots wird schablonenhaft kritisiert

Öffentliches Fernsehen steht vor einer Bewährungsprobe

Marktanteile des gebührenfinanzierten Fernsehens werden unter die "Schicksalsgrenze" sinken

Akzent: Programme im Fernsehmarkt

Privatfernsehens in Euphorie auszubrechen, wäre es gleichwohl eigenartig, das Bild einer einst heilen Medienwelt zu kultivieren, das eine um so magischere Verführungskraft zu entfalten scheint, je schwärzer einen die Realität dünkt. Und es wäre ebenso falsch, faule Argumente für die Relevanz des öffentlichen Rundfunks zu mobilisieren. Der Vorwurf der Pseudovielfalt beispielsweise zählt im Prinzip zu diesen. Der sogenannte *Service public* stellt nicht einen Wert an sich dar. Öffentliche Medien braucht es nur, solange ein gesellschaftliches Bedürfnis nach Dienstleistungen besteht, die der Markt nicht zu befriedigen vermag – eine eigentlich triviale, aber verschüttete Einsicht. Die SRG befindet sich diesbezüglich in einer relativ komfortablen Lage. Denn es besteht ein breiter Konsens, dass ohne sie die Schweiz medial fremdbestimmt würde. Je kleiner der kulturelle und wirtschaftliche Raum ist, desto mehr wird man auf das öffentliche Fernsehen zurückgreifen, meinte jüngst auch CLT-Chef *Gaston Thorn* gegenüber dem "Tages-Anzeiger".

Doch immer noch geht das Feindbild vom bösen Geschäftemacher und vom bösen neoliberalen Politiker um, die das öffentliche Rundfunksystem zum Einsturz gebracht hätten. Das hiesse deren Einflussmöglichkeiten überschätzen. In erster Linie hat der technische Fortschritt den Systemwechsel bewirkt. Seitdem sich Radio- und Fernsehprogramme effizient und relativ kostengünstig über Satelliten verbreiten lassen, ist das Problem der Knappheit an terrestrischen Übertragungskapazitäten hinfällig geworden. Eine beträchtliche Programmvermehrung war die Folge – eine letztlich unabwendbare Entwicklung, solange man den Grundsatz der Presse- und Meinungsfreiheit ernst nimmt.

Ein anderes Residuum monopolgläubigen Denkens stellt das Argument der Integrationsleistung des öffentlichen Rundfunks dar. Die Monopole der grossen Anstalten, so transportierte jüngst "Der Spiegel" wieder das Klischee, hätten früher dafür garantiert, dass potentiell jeder Zuschauer an den grossen Kontroversen teilhaben konnte. Wenn dies stimmte, müsste ja schleunigst die Pressevielfalt reduziert und eine Monopolzeitung geschaffen werden, um endlich die Leute gründlich aufzuklären! Doch grosse Debatten entstehen ebenso sehr aus der Summe einer Vielzahl von Medienstimmen. Das deutsche Nachrichtenmagazin zitiert ferner einen Fernsehproduzenten, laut dem sich die künftigen TV-Magazine ideologisch und politisch ausschliesslich an die eigene Gruppe wenden werden. Nichts absurder als das, wenn man bedenkt, wie schwankend die politischen Präferenzen einer Vielzahl von Bürgern heute sind! Publizistische Erzeugnisse mit einem offenen Meinungsspektrum sind mehr denn je gefragt. In der Skepsis gegenüber einer für den einzelnen uneinholbaren Vielfalt manifestiert sich letztlich ein tief sitzendes, vormodernes Bedürfnis nach Überschaubarkeit. Der berstende Pluralismus der Moderne scheint eine ständige Bedrohung in sich zu enthalten. Oder wie *Stanislaw Lem* in seiner "Vorschau auf das nächste Jahrhundert" schreibt: "Das 'elektronische Höhlenzeitalter' mit seiner 'automatischen Bedienung' und der 'Erfüllung aller Wünsche' in Rückkoppelung wird eine mit der Hölle gekreuzte Form des Paradieses werden."

Prognosen sind allerdings heikel in einer durch rasenden Fortschritt destabilisierten Welt. Wer hätte noch vor kurzem geglaubt, dass Fernsehunternehmer und solche, die es werden wollen, so schnell wieder am Lokalfernsehen Geschmack finden würden! Gleichwohl ist es erstaunlich, wie Lem bereits Anfang der sechziger Jahre in seinem Buch "Summa technologiae" die Verführungskraft der Illusionierungstechniken der sogenannten *Virtual reality* vorausgesehen hat. Sollen wir also dem Schriftsteller auch folgen in seiner Diagnose über die "abortiven Frühgeburten der geistigen Produktionen unserer Zeit"? Dass alles Kluge, Klare, Zusammenhängende, Sinngebende vom Wahnwitzigen, Schizophrenen, Chaotischen, Selbstherrlichen verdrängt werde? Dass verschwommene Redensarten, dem "Menschenverstand Hohn sprechende Parolen" für den "Gipfel des Ge-

Der Service public ist kein Wert an sich, sondern Antwort auf Bedürfnisse, die der Markt nicht befriedigt

Der Systemwechsel ist vor allem technisch bedingt

Skepsis gegen Vielfalt kommt vom vormodernen Bedürfnis nach Überschaubarkeit

rechten und Richtigen ausgegeben" würden? Wenn man *Oliver Stones* groteske High-Tech-Serie "Wild Palms" oder Infotainment-Magazine wie "ZAK" als Produktionen ansieht, welche die Marschrichtung vorzeichnen, scheint Lems Vision naheliegend.

Besteht deshalb Grund zur Panik? Wohl kaum. Die Wirkungen der elektronischen Medien werden im Zeichen einer gesteigerten Empfindlichkeit gegenüber negativen Folgen der gesellschaftlichen Entwicklung überschätzt. Denn der Mensch, um den Philosophen *Odo Marquard* zu zitieren, "ist in einem anthropologischen Sinn weniger ruinierbar, als manche glauben". Trotz den unvollständigen und oft unkorrekten Sätzen, die wir im Alltag äussern, vermag beispielsweise ein Kind sich Sprachkompetenz anzueignen. Und es gibt gute Gründe anzunehmen, dass wir über dieselbe erstaunliche Fähigkeit zur Fehlerkorrektur verfügen, wenn wir uns mit dem dichten unterhaltungselektronischen Filz aus Fiktionen, Phantomen, Halbwahrheiten und Informationsbruchstücken konfrontiert sehen. Wie anders wären wir in der Lage, angesichts des täglichen Bombardements aus widersprüchlichen Daten einem Kommunikationsdesaster zu entkommen und überhaupt noch einen einzigen, halbwegs vernünftigen Schritt zu tun? Wir haben unsere Existenz gleichsam verdoppelt. Einerseits lassen wir uns willig durch immer flüchtigere Reize verführen, während wir uns andererseits im Innersten durch eine zusehends dickere Haut vor dem "medialen Wahnsinn" schützen. Oder systemtheoretisch gesagt: Die elektronischen Massenmedien haben sich als gesellschaftliche Untereinheit herausgebildet, die autonomen Gesetzen folgt und nicht universal die Sphäre des Menschlichen besetzt. Wenn das Baby nach neuen Windeln schreit, muss auch die "Traumhochzeit" schweigen.

Was folgt daraus für den öffentlichen Rundfunk? Vergleiche hinken, und das gilt teilweise auch für das Bild des elektronischen Mega-Kiosks, das wir skizziert haben. Denn der herkömmliche Bahnhofs- und Strassenkiosk nimmt sich angesichts des heranwachsenden audiovisuellen Supermarkts geradezu altväterisch aus. In vielem erinnert das Fernsehen bereits jetzt an eine Spielhölle oder einen Rummelplatz, wo jahraus jahrein, Tag für Tag ein Karneval den andern ablöst. Auch die Journalisten machen sich zunehmend zu Variété-Künstlern; es scheint, als ob sie nur noch mit möglichst viel Faxen auf sich und die Sache aufmerksam zu machen vermöchten. Es liegt indessen in der Logik eines televisuellen Kasperle-Theaters, dass die Pirouetten immer spektakulärer ausfallen müssen, während die Sache immer mehr in den Hintergrund gedrängt wird. Und wer nicht mitmacht, driftet zusehends ins Abseits. Die Folgen für die Vermittlung von Kultur am Fernsehen sind damit absehbar. Das öffentliche Fernsehen sieht sich mit einer Spagatübung konfrontiert. Zum einen muss es einen möglichst breiten Kreis von Interessierten zu erreichen versuchen (die traditionelle Kulturelite der Feuilletonleser kann nicht der Adressat sein, da diese sich kaum für Kultur am Fernsehen interessiert.) Andererseits gilt es, Aufmerksamkeit zu schaffen, ohne die läppi-sche Übertreibungsrhetorik der Konkurrenz zu kopieren. Es ist naheliegend, diesem Konflikt auszuweichen, grosse Teile der Kultur als fernsehuntauglich zu erklären und deren Betreuung der Presse zu überlassen. Dies wiederum würde indessen die Legitimationsbasis des öffentlichen Rundfunks schmälern. Einiges deutet aber darauf hin, dass die Kulturprogramme ausgedünnt, bzw. zwischen Information und Unterhaltung aufgerieben werden. Werden sie nur noch in kleinen "Lyrischen Augenblicken", wie sie der "Blick" neustens als Rubrik pflegt, der *Personality-show* entrinnen können?

Im Grunde genommen haben die privaten Fernsehunternehmer eine einmalige Situation geschaffen: Am elektronischen Kiosk ist nunmehr ein gewichtiger Teil des Angebots gratis erhältlich. Was indessen nichts kostet, stärkt beim Zuschauer nicht eben die Wertschätzung. Dies prägt wiederum sein Konsumverhalten, was sich auch auf seine Einstellung gegenüber den öffentlichen Pro-

Die Wirkungen der elektronischen Medien werden überschätzt

Menschen entwickeln die Fähigkeit, mit dem medialen Wahnsinn umzugehen

Öffentliches Fernsehen muss bei der Kulturvermittlung breite Kreise erreichen und gleichzeitig Qualität zu halten versuchen

Akzent: Programme im Fernsehmarkt

grammen auswirkt. Für diese muss er zwar Geld zahlen. Doch ein Kostenbewusstsein kann er dabei nicht entwickeln, da sich die Höhe der Auslagen nicht nach seinem Konsum richtet. Die Gebühren sind letztlich eine Form von Steuern, die nach Gutdünken der Verantwortlichen in einer Mischrechnung auf die verschiedenen öffentlichen Programme verteilt werden. Diese intransparente Form der Finanzierung wirkt jedoch immer schwerer verständlich in einem primär marktwirtschaftlich orientierten Mediensystem. Und dieser Widerspruch wird noch klarer zutage treten, wenn zunehmend Abonnements- und *Pay-per-view*-Fernsehen, *Teleshopping* und andere "Dienstleistungen" auf den Plan treten.

Düstere Aussichten? Der Schriftsteller *Robert Menasse* meinte jüngst im "Standard": "Wir haben uns vom Tod Gottes, dem Tod des Romans, dem Tod der Kunst überhaupt, dem Sterben des Waldes und der Wale, vom Tod der sozialen Utopien und vom Ende der Geschichte noch nicht erholt, und wir haben den drohenden Tod der Menschheit insgesamt noch gar nicht richtig überlebt, da werden schon die Leidzirkulare verschickt, die uns vom Tod der Kultur durch das Privatfernsehen künden. Woher kommt diese Wollust, unser Leben als stete Auseinandersetzung mit dem Tod von Abstrakta zu organisieren?"

Gebührenfinanzierung ist im marktwirtschaftlichen Mediensystem schwer verständlich