

Michael Tracy: The Decline and Fall of Public Service Broadcasting

Oxford, New York u.a.: Oxford University Press 1998, 295 S.,

ISBN 0-19-815924- 2, £14.99

Der Titel ist ein wenig irreführend, denn Professor Tracy von der University of Boulder, Colorado, konzentriert sich in seinem Buch auf die Gründerzeit des öf-

fentlich-rechtlichen Fernsehens in drei ausgewählten Ländern (UK, Japan, BRD) und die aktuelle Situation, läßt also den Prozeß des Aufstiegs aus. Aber gerade diese Gegenüberstellung macht den radikalen Wandel, den das *Public TV* vor allem in den letzten 15 Jahren vollzogen hat, deutlich. Seiner Ansicht nach wurden die Grundlagen des den Zuschauern verpflichteten Fernsehens, das für die Gesellschaft wichtig war, systematisch zerstört und in der Analyse der aktuellen Situation spart Tracy nicht mit massiver Kritik und direkten Worten. Denn für ihn ist die Jagd nach hohen Einschaltquoten um jeden Preis ein ebenso falsches Konzept wie dasjenige, sich damit abzufinden, daß man immer weniger Zuschauer erreicht. Tracy stellt diese Veränderungen in einen größeren soziokulturellen Rahmen, wie die Globalisierung der Märkte, den Verlust einer öffentlichen Sphäre und das Zerbrechen der Gesellschaftsordnung. Denn für ihn spiegeln sich im Fernsehen die gesellschaftlichen Zustände wieder: "How we inform, amuse, and educate ourselves through television tells us much about how we wish to be informed, amused, and educated as a society." (S.4f)

Und um auf dem heutigem Medienmarkt zu bestehen, muß das *Public TV* sich seiner Meinung nach auf die spezifischen Stärken und Qualitäten besinnen, nämlich nicht Umsatz, sondern exzellente Programme zu machen: "[...] that it sets its face against the mediocre and the debased and asserts the necessity to nurture quality in life of the public mind through ensuring that the population of the polity can be properly informed, properly educated, and provided with a sense of coherence and belonging; that the national public broadcaster is the most powerful centripetal force in societies with dangerous centrifugal tendencies" (S.286f). Tracy fordert idealisierend ein Zurück auf ursprüngliche Konzepte und Ideen, um den Konkurrenzkampf überhaupt bestehen zu können. Von daher ist es konsequent, daß er in seinem zweiten Kapitel detailliert die Entstehungsgeschichte der BBC, der japanischen NHK und des NWDR in Hamburg nachzeichnet, denn darin entdeckt er mit aller Klarheit die Grundlagen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, das seit den achtziger Jahren aufgrund technologischen Fortschritts und der Privatisierung in vielen Staaten in Frage gestellt wird. In den öffentlich-rechtlichen Systemen setzten sich seither statt der Macher die Technokraten durch, was verheerende Folgen hatte. Entsprechende Schwierigkeiten werden Fernsehverwalter mit dieser Studie haben, die deutlich macht, daß die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens sicher nicht in fortschreitender Kommerzialisierung liegt. Ob allerdings die Konzepte der Pioniere wie Adolf Grimme heute die richtigen wären, kann bezweifelt werden. Schließlich beschreibt Tracy sehr detailliert z. B. den Einfluß der Politik auf den Rundfunk in Deutschland und an anderer Stelle bezeichnet er aufklärerisches Bildungsfernsehen als ideologisch im neunzehnten Jahrhundert verankert. Von daher bietet das Buch durchaus wichtige Anregungen, sich mit der Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu beschäftigen.

Kay Hoffmann (Stuttgart)

Hinweise

Hepp, Andreas: Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen/ Wiesbaden 1998. 278 S.

Kunkel, Andreas: Fernsehleben. Medien-nutzung als Sozialisationsfaktor. Auswirkungen des Fernsehens auf Gesellschaft und Individuum. München 1998. 204 S.

Münker, Stefan / Alexander Roesler (Hg.): Televisionen. Frankfurt/M. 1998. Ca. 250 S.

Strobel, Ricarda / Werner Faulstich: Die deutschen Fernsehstars. Band 3: Stars für die gan-

ze Familie. Göttingen 1998. Ca. 250 S.

Strobel, Ricarda / Werner Faulstich: Die deutschen Fernsehstars. Band 4: Zielgruppenstars. Göttingen 1998. Ca. 250 S.

Wehmeier, Stefan: Fernsehen im Wandel. Differenzierung und Ökonomisierung eines Mediums. Konstanz 1998. 440 S.

Wyss, Eva Lisa: Werbespot als Fernsehtext. Images, Mimikry und kulturelle Variation. Tübingen 1998 (Medien in Forschung und Unterricht. Serie A. Bd. 49). Ca. 250 S.