

VI HÖRFUNK, FERNSEHEN UND ANDERE BILDSCHIRMMEDIEN

Ursula Ott: Das freie Radio. Private Lokalradios in Frankreich.- Marburg: Hitzeroth 1988 (Dissertationes, Bd. 3), 148 S., DM 36,-

So wie die Bezeichnung "Ecoles libres" für die französischen (kirchlichen) Privatschulen, kann auch der Titel *Das freie Radio* leicht irreführen, wenn er nicht ironisch verstanden wird. Wie der Untertitel deutlicher ausweist, untersucht diese Dissertation (angenommen an der Universität München) die Situation der privaten Lokalradios in Frankreich - und es ist die bislang umfassendste Darstellung in deutscher Sprache, sowohl was die gegenwärtige Situation (Stand 1988) als auch was die historische Perspektive angeht. Abgesehen vom Versuch einer kommunikationstheoretischen Fundierung im ersten Kapitel und "Zehn Forderungen an eine bürgernahe Hörfunkpolitik" im letzten Kapitel, die beide auf deutsche Zustände ausgerichtet sind, geht es ausschließlich um die französischen, genauer: Pariser Lokalsender, denn bezeichnenderweise wird allein die "Radioszene Paris anhand von sechs Beispielen" (S.91-117) präsentiert, die Provinz, die ja auch für ein deutsches Publikum nicht uninteressant sein könnte, wird kaum erwähnt.

Die Frage "Warum Lokalradio?" wird im ersten Kapitel summarisch beantwortet mit einem "Trend zur Nahwelt" (S.9), der möglichen Beteiligung der Hörer sowie dem Bestreben "Gegenöffentlichkeit" (S.10) zu etablieren. Mit diesen Bemerkungen ist zugleich eine Leitlinie der Arbeit und ein Bewertungsmaßstab für die französische Entwicklung gegeben. Nachdem im zweiten Kapitel das "französische Mediensystem" (S.10-23) - gemeint ist das französische Rundfunksystem - historisch skizziert worden ist, werden die Etappen der Entwicklung chronologisch dargestellt: die alternativen siebziger Jahre bis zu der Wahl des illegalen Radiomachers François Mitterrand zum Staatspräsidenten im Mai 1981, die Monate Mai bis November 1981 als das 'Goldene Zeitalter' der Freien Radios, die Jahre 1981 bis 1984 mit dem (gescheiterten) Versuch Radiofreiheit gesetzlich zu garantieren und zu überwachen, der Zeitraum 1984 bis 1986 als entscheidender Schritt zur Marktwirtschaft und Kommerzialisierung, die 'Kohabitation' 1986 bis 1988 als 'Wende' zu einem kaum noch kontrollierten Spiel der 'freien' Kräfte des Marktes. Auf die Details dieses Prozesses einzugehen, würde zu weit führen, privilegiert werden soll daher im folgenden das Problem der Finanzierung der Lokalradios, das in den achtziger Jahren immer mehr ins Zentrum der Debatte rückte.

Die illegalen Radios der siebziger Jahre waren notwendigerweise autonom. Mit der 'Abschaffung des Sendemonopols' im Mai 81 und dem darauf folgenden "Wildwuchs im Äther" (S.34) stellte sich bald die Frage, mit welchen Mitteln die Sender auf Dauer arbeiten wollten oder sollten. Drei Möglichkeiten für die 'freien Radios' zeichneten sich mit der Zeit immer deutlicher ab: auf

Werbung und staatliche Unterstützung zu verzichten (wie das anarchistische *Radio Libertaire*) - was verständlicherweise die wenigsten wollten -, sich durch Subventionen und Werbung oder sich ausschließlich durch Werbung zu finanzieren. Zwar verbot das Rundfunkgesetz vom November 1981 jede Reklame und die Einnahme entsprechender Gelder, doch wurde gegen diese Bestimmung auf vielfältige Weise verstoßen - häufig direkt, noch öfter durch sogenanntes Sponsoring. Da die staatlichen Subventionen in Höhe von jährlich 40.000 DM vollkommen unzureichend waren, gerieten mehr und mehr ursprünglich 'freie' Radios in neue Abhängigkeiten oder mußten aufgeben, was den etablierten Medienunternehmen gestattete, ihre Frequenzen zu kaufen. Da zudem die Kontrollinstanzen aufgrund der mangelnden politischen Unterstützung ihrem Auftrag nicht nachkommen konnten, ergab sich nach wenigen Jahren die Situation, daß "die Pioniere von einst die Verlierer" wurden. Das unter Staatskontrolle stehende *Radio France* gehörte zu den Gewinnern, vor allem dank seiner Regionalisierungspolitik. Von Ausnahmen abgesehen, haben sich die von Werbung lebenden Musiksender massiv durchgesetzt: Dies ist an der Stärke der Sender ebenso abzulesen wie an den Hörerzahlen. Im August 1984 zog die sozialistische Regierung mit der Zulassung der Werbung die Konsequenzen aus einer Entwicklung, an der sie selbst nicht unbeteteiligt war und die ihr schließlich das Gesetz des Handelns diktierte.

Diesen Prozeß anhand weiterer Aspekte, etwa des Status' journalistischer Mitarbeiter, der Konzentration durch Aufkauf, Netze und Agenturen oder der Konsequenzen auf dem Werbemarkt, dargestellt zu haben, ist ein wesentliches Verdienst dieser Arbeit. Auch wenn deskriptive Aspekte im Vordergrund stehen, kommt die Analyse nicht zu kurz. Insofern bietet die Verfasserin eine gute Einführung in die Entwicklung der 80er Jahre und ihre Ausführungen zu den "Zukunftstendenzen" (vgl. S.118-121) haben inzwischen Bestätigung erfahren: Monopolisierung, Kommerzialisierung und Entpolitisierung gehen unvermindert weiter, vom ursprünglichen Anspruch der Gegenöffentlichkeit durch Hörerbeteiligung kann nur noch in Ausnahmen die Rede sein.

Wolfgang Asholt (Osnabrück)