

Satellitenfernsehen als Kulturoffensive

Mehr Kanadisches auf dem Bildschirm

„Es wird Zeit, das kanadische Fernsehsystem grundlegend zu ändern.“

CBC-Präsident A. W. Johnson, 1980



Fall 1: Es mutete an wie zu Zeiten der Prohibition: am 21. November trafen sich gut 300 Footballfans in einer Torontoer Innenstadtkeipe, um auf dem Bildschirm den triumphalen 44:7-Erfolg ihres Clubs, der Torontoer „Argonauten“, gegen die „Rough Riders“ aus Ottawa mitzuerleben. Dieser sportive Fernsehkonsum war jedoch illegal, weil gewissermaßen geklaut. Der findige Wirt hatte nämlich mit Hilfe einer Spezialantenne die Football-Übertragung über Satellit eines der benachbarten US-amerikanischen TV-Programme angezapft und so das von der allmächtigen Football-Liga durchgesetzte Ausstrahlungsverbot des Spiels für den Torontoer Raum umgangen. Die Football-Gewaltigen hatten befürchtet, an einem regnerischen Spätherbstnachmittag würden die Fans das Spiel vermutlich lieber vor dem Bildschirm als im kühlen, über 50 000 Plätze fassenden Stadion verfolgen.

Fall 2: Überall in der Provinz Alberta findet man neuerdings auf den Dächern großer Hotels Empfangsantennen für Fernsehprogramme, die vom US-amerikanischen Nachbarn über Satellit ausgestrahlt werden. Die dadurch – illegal – erreichte größere Vielfalt auf den Bildschirmen seiner Etablissements will Albertas Beherbergungsgewerbe als kostenlosen Spezialservice für die Gäste verstanden wissen.

Kanadas Kommunikationsminister Francis Fox hat jetzt allerdings damit gedroht, den Äther-Piraten das Handwerk zu legen und die Satelliten anzupfendenden Antennen abreißen zu lassen.

Denn nach dem kanadischen Rundfunkgesetz braucht man für das Aufstellen und die Nutzung dieser Antennen eine Genehmigung. So gibt es in Kanada bereits weit über 500 private Unternehmen, die ihrer Kundschaft – weit mehr als die Hälfte

te aller kanadischen Haushalte gehört dazu – mit Hilfe des Kabelfernsehens die technischen Voraussetzungen für den Empfang einer Vielfalt von privaten, meist vom südlichen Nachbarn, den Vereinigten Staaten, herüberflimmernden Fernsehprogrammen verkaufen. Bis zu 30 verschiedene Kanäle bieten mancherorts – wie im Südosten Kanadas – den Fernsehzuschauern eine in diesem Ausmaß wohl einmalige televisionäre Vielfalt, die durch rund 80 000 Kilometer Fernseekabel übermittelt wird.

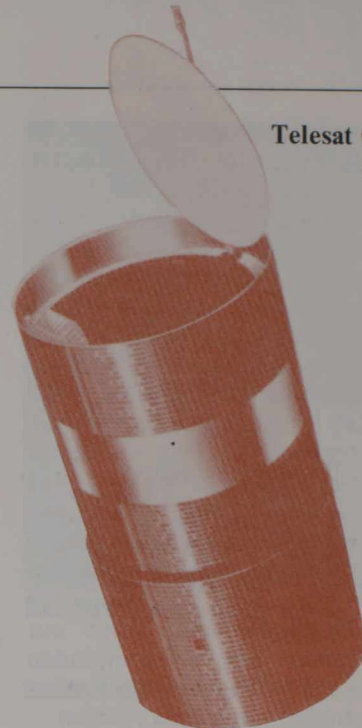
ANIK C-3



Telesat Canadas jüngstes Produkt, der Fernmeldesatellit ANIK C-3, ist der weitaus stärkste aller erdgebundenen Telekommunikationstrabanten, die, mit vielfältigen Aufgaben betraut, durch den Weltraum schwirren. 2,7 m hoch und 1,5 m breit wurde der 3240 kg schwere ANIK C-3 als erstes Frachtgut der US-amerikanischen Weltraumfähre „Columbia“ in den Weltraum transportiert. ANIK C-3 kann gleichzeitig 32 verschiedene Farbfernsehprogramme übermitteln und zusätzlich weitere 21 000 Daten oder Stimmen weitergeben. Der 30-Millionen-Dollar-Satellit ist für einen zehnjährigen Betrieb vorgesehen.

Für Kanadas öffentliche Rundfunk- und Fernsehgesellschaft CBC und die konventionellen kanadischen Privatfernseh-Unternehmen war es schon bislang nicht leicht, sich in diesem Geflimmer mit ihrem Angebot an Programmen mit dominierender kanadischer Komponente zu behaupten. Doch durch die technischen Möglichkeiten des Satellitenfernsehens, das zudem ausgerechnet durch die kürzliche Inbetriebnahme des kanadischen Nachrichtensatelliten „ANIK C-3“ entscheidend verbessert worden ist, gerieten sie voll-

Telesat Canada
Anik C



ends in Gefahr, ins Abseits zu geraten. Schon haben Tausende von Kanadiern – die Schätzungen schwanken zwischen 3000 und 50 000 – im Vorgarten oder hinterm Haus eine handliche, preiswerte (Einzelpreis rund 1500 Dollar), selbst montierbare Parabolantenne stehen, mit deren Hilfe sie sich direkt vom Satelliten US-amerikanische Fernsehprogramme von Hollywood bis New York auf den heimischen Bildschirm einfangen können.

Jetzt aber, so hoffen Kanadas Kulturmultiplikatoren – ist ein Gegenmittel gefunden. Das Rezept ist überaus plausibel: Mit kanadischem Satellitenfernsehen gegen US-amerikanische Bildschirmberieselung! Denn Kanadas Bundesregierung mochte der CBC nicht allein die Verantwortung für die Verbreitung kanadischer Inhalte auf kanadischen Fernsehschirmen überlassen.

Kanada soll seine kulturelle Eigenständigkeit von jetzt an mit Hilfe kanadischer Privatfernsehgesellschaften zu behaupten versuchen, die einer öffentlichen Kontrolle durch den Ausschuss für Rundfunk, Fernsehen und Fernmeldewesen in Kanada (CRTC) unterliegen. Ermöglicht wird diese Konkurrenz über die von kanadischen Technikern entwickelten modernsten Kommunikationsmöglichkeiten sendestarker Satelliten. PAY-TV (Abonnements-Fernsehen) nennt man die Angebote dieser neuen Gesellschaften, weil man mit einer monatlichen Gebühr für das gelieferte Programm bezahlt, nicht allein – wie beim konventionellen Kabelfernsehen (in Kanada CABLE-TV genannt) für die technische Empfangsreinrichtung.

Kommunikationsminister Fox hatte