

# narrowcasting

engl., dt. etwa: Schmalfunk; im Gegensatz zum broadcasting = allgemein und massenhaft adressierender Rundfunk

Der Begriff *narrowcasting* wurde 1968 von dem am MIT arbeitenden Psychologen und Computerwissenschaftler Joseph C.R. Licklider in einer scharfen Kritik an der Dominanz der großen Networks NBC, ABC und CBS, die mehr als 90% des Marktes kontrollierten, eingeführt. Er verstand darunter eine Vielzahl spezialisierter und unabhängig produzierter Fernsehprogramme, die sich an ganz unterschiedliche Zielpublika wandten. In den 1980ern wurde der Begriff zum Schlagwort für die vom Kabel-(und später vom Satelliten-)fernsehen erwarteten Effekte, nicht nur eine größere Vielfalt an Sendungsformaten anzubieten, sondern vor allem ein breiteres Spektrum an politischen wie ästhetischen Meinungen öffentlich kommunizieren zu können. Es waren auf dem US-Markt spezialisierte Sender wie MTV (=Music Television), VH1 (=Video Hits One) und TNN (=The Nashville Network), ergänzt um Nachrichtensender wie CNN (= Cable News Network), Sportkanäle wie ESPN (=Entertainment Sports Network) oder auch C-Span, der ausschließlich über den U.S.-Congress berichtete, die die Utopie Lickliders einzulösen schienen. Hinzu kamen Shopping-Kanäle, SF-Sender, Kanäle für spezifische Ethnien und Sprachgruppen und anderes mehr. Paradoxerweise beschränkten die vielen neuen Kanäle auch die Reichweiten der öffentlich-rechtlichen Sender des Public Broadcasting Service. Die Kritik an der Realität des narrowcasting unter der Vorgabe eines werbefinanzierten Fernsehsystems beklagte, dass zwar die Anzahl der Sender zugenommen habe, dass es auch gelegentlich zur Übernahme von Formaten der Special-Interest-Sender in die unspezifischen Programme gekommen sei, dass die erwartete Vielfalt von Meinungen und politischen Positionen sich aber keineswegs eingestellt habe.

Als Perfektionierung der vor allem für die Werbewirtschaft interessanten Ansprache individueller Nutzer und sehr kleiner Nutzergruppen gilt das Internet.

Literatur: Naficy, Hamid: *Narrowcasting and Nationality: Middle Eastern Television in Los Angeles*. In: *Afterimage* 20,7, 1993, S. 8-12. – Vane, Edwin T. / Lynn S. Gross: *Programming for TV, Radio, and Cable*. Boston, Mass.: Focal Press 1994. – Waterman, David: 'Narrowcasting' and 'Broadcasting' on Nonbroadcast Media: A Program Choice Model. In: *Communication Research* 19,1, Febr. 1993, S. 3-28.

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/n:narrowcasting-7454>

Last update: **2012/10/13 17:35**

