

# Wie frei ist unsere Presse? (Schluss) : V., Vom Agenturwesen und -unwesen ; VI., Klasseninteresse gegen Volkswohl ; VII., Brüchige Demokratie

Autor(en): **Kramer, Hugo**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus**

Band (Jahr): **48 (1954)**

Heft 6

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-139911>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Wie frei ist unsere Presse?

(Schluß)

## V.

### Vom Agenturwesen und -unwesen

Der wichtigste Rohstoff der Presse ist freilich das Nachrichten-, Belehrungs- und Unterhaltungsmaterial, das ihr alle Tage geliefert wird und das sie mehr oder weniger selbständig zum Fertigprodukt verarbeitet. Aber auch diese Belieferung ist in hohem Grad organisiert und zentralisiert und schränkt damit die Freiheit der Presse in der Gestaltung ihres Inhaltes aufs neue wesentlich ein. Das gilt zunächst besonders ausgesprochen von dem Stoff, der den Tageszeitungen durch die *Nachrichtenagenturen* übermittelt wird. Diese Agenturen haben es ja völlig in der Hand, was für Tagesneuigkeiten und in welcher Form sie diese den ihnen angeschlossenen Blättern zustellen wollen; die einzelne Zeitung ist somit gänzlich auf die Auswahl angewiesen, die «ihre» Agentur aus der Fülle des Nachrichtenstoffes trifft, der bei ihr zusammenströmt. Das nimmt der Zeitung von vornherein ein ganz wesentliches Stück ihrer Entscheidungs- und Gestaltungsfreiheit, die jetzt nurmehr darin besteht, ihrerseits auszuwählen und zu bearbeiten, was sie für gut findet. Was Wunder, wenn unsere Zeitungen in der Beurteilung der Tagesereignisse, insbesondere der Vorgänge auf dem großen Welttheater, fast ganz gleichgeschaltet, standardisiert sind! \*

Die Unfreiheit der Presse ist doppelt groß, wenn es sich um die Zeitungen kleiner Länder handelt, deren nationale Nachrichtenagenturen ihren Auslandsdienst zum größten Teil von den Agenturen fremder Länder übernehmen. Die Schweizerische Depeschenagentur zum Beispiel bezieht ihren Nachrichtenstoff zur Hauptsache von Reuter (Großbritannien) und von der Agence France-Presse, die ihrerseits beide eng mit amerikanischen Agenturen verbunden sind. Dieses Material gibt sie an 160 schweizerische Zeitungen weiter, von denen einige außerdem noch durch amerikanische, beziehungsweise englische Agenturen direkt bedient werden. Was für ein Weltbild da in den Köpfen der schweizerischen Leser entsteht, merken wir alle Tage nur zu deutlich!

In den Vereinigten Staaten selbst wird die Belieferung der Presse mit Nachrichtenstoff — wenn man von den eigenen Korrespondenten der großen Tageszeitungen absieht — von drei Agenturen beherrscht: Asso-

---

\* Nach einer von der UNESCO veröffentlichten Untersuchung lesen und hören etwa 65 Prozent der Erdbevölkerung Presse- und Radionachrichten, die von den großen amerikanischen Agenturen geliefert werden. 55 Prozent aller Menschen stehen täglich unter dem Einfluß der britischen und 54 Prozent unter demjenigen der französischen Nachrichtenagentur. Rund 31 Prozent der Erdbevölkerung beziehen ihre Informationen ausschließlich von der sowjetrussischen Agentur Taß.

ciated Press, United Press und International News Service. Die beiden letzten sind eng mit dem Scripps-Howard-Pressekonzern, beziehungsweise mit dem Hearstkonzern verbunden; Associated Press, formell eine Genossenschaft von über 1300 Zeitungen, wird tatsächlich von einer Handvoll großer und größter Zeitungen beherrscht (ähnlich wie die Schweizerische Depeschagentur von den größeren Schweizer Zeitungen), die durch ein ausgeklügeltes Aktien- und Stimmrechtssystem einen allfälligen Einfluß der kleinen und mittleren Presse völlig auszuschalten imstande sind. Die politische Tendenz aller drei Agenturen ist selbstverständlich konservativ-imperialistisch bis reaktionär-scharfmacherisch.

Ähnlich industrialisiert und monopolisiert ist in den Vereinigten Staaten die Versorgung der Presse mit *allgemeinem Stoff* zur Unterhaltung und Belehrung der Leser. Von den Bildern und Sportnachrichten über die Frauen- und Modespalten, die Humorseiten und Gartenbaubeilagen bis zu den Bücherbesprechungen, wissenschaftlichen Rubriken, Jugendspalten und Kreuzworträtseln gibt es für jedes Interessengebiet besondere Agenturdienste und Materiallieferanten. Die größten sind diejenigen der Associated Press mit rund 60 Fachgebieten, des Hearstkonzerns mit 140 und des Howard-Scripps-Konzerns mit 126 Rubriken. Eine Eigentümlichkeit der amerikanischen Presse sind die «Columnisten», journalistische Einzelunternehmer, die ihre täglich oder sonst in regelmäßigen Abständen gelieferte «Spalte» direkt an bestimmte Zeitungen oder aber an Pressesyndikate und -agenturen verkaufen, wie Walter Lippmann, die Brüder Alsop, Walter Winchell und Drew Pearson, neben denen es Dutzende, ja Hunderte von Sternen zweiter bis zehnter Größe gibt. Aber wie Werner Richter einmal in der «Neuen Zürcher Zeitung» schrieb (15. Mai 1949):

«Auch der Columnist, der letzte Individualist in der amerikanischen Presse, wird industrialisiert. Stets unter dem Drang der Verpflichtung — wenn sie auch nicht vertragsmäßig festgelegt sein muß —, jede Woche sieben Sensationen im Druck und eine im Radio zu liefern, muß er die Sorgfalt mindern, mit der er sein Material prüft; die Grenzen zwischen Vertretung öffentlicher Interessen und skandalsüchtigem Klatsch müssen sich verwischen, das Taktgefühl sich abstumpfen» —

was alles höchst zartfühlend-zurückhaltend ausgedrückt ist. Und trotzdem sind die Columnisten, wie Richter fortfährt, «oft die einzige, blindlings hingegenommene Informationsquelle zahlreicher Amerikaner, besonders derer, die sich auf das Radio beschränken».

Ich will übergehen, was von den Presseagenturen und Zeitungsstofffabriken anderer Länder zu sagen wäre und nur darauf hinweisen, daß wir in der Schweiz in der ehemaligen Mittelpresse, die sich heute Schweizerische Politische Korrespondenz nennt, ebenfalls eine Agentur haben, die die Herstellung von Pressematerial fabrikmäßig betreibt und mit ihren Hunderten von Abnehmern eine verhängnisvolle Rolle im öffentlichen Leben des Landes spielt. (Darüber nachher noch ein Wort.) Der «Schweizerische Feuilletondienst» ist daneben vergleichsweise harmloser

Art. Aber daß die geistige Unabhängigkeit auch der Schweizer Presse unter der Standardisierung und Uniformierung des Stoffes, den sie dem Leser bietet, mehr und mehr leidet, kann gar keine Frage sein.

In manchen Ländern wird die Zentralisierung der Stofflieferung ganz planmäßig zur Niederhaltung unerwünschter Konkurrenz benützt, so in Amerika, wo es Beispiele gibt, daß sich neugegründete Zeitungen mehr oder weniger unabhängiger Richtung trotz kräftiger Kapitalgrundlage einfach nicht durchzusetzen vermochten, weil ihnen der Nachrichtendienst, die Bilderlieferung und der ganze übrige Pressestoff, ohne den eine moderne Tageszeitung nicht mehr auszukommen vermag, entweder gesperrt oder doch nur schwer erhältlich gemacht wurde.

Aber nicht nur die Stofflieferung an die Presse wird mehr und mehr zentralisiert, sondern auch der *Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb selber*, also die Belieferung des Lesers mit den sogenannten Organen der öffentlichen Meinung. Daß dadurch seine Informationsmöglichkeiten nochmals, und nicht wenig, eingeschränkt werden, ist klar. In den Vereinigten Staaten zum Beispiel beherrscht die American News Company mit ihren 400 Ablagen den Zeitschriftenmarkt weithin, liefert sie doch an 95 000 von den 110 000 Zeitungskiosken deren ganze Magazinliteratur. In Westdeutschland schaltet sich ebenfalls der Großhandel immer stärker in den Zeitungs- und Zeitschriftenverkauf ein. Für Hamburg zum Beispiel bestimmen drei Grossisten unter sich allein, was — mit Ausnahme des Bahnhofvertriebs — zum Verkauf angeboten werden darf und was nicht. (Siehe «Das Andere Deutschland», Nr. 26, 1953.)

Am ärgsten steht es damit aber wohl in Frankreich, wo der «grüne Trust» — der Konzern Havas-Hachette — dank der eigentümlichen Organisation des französischen Pressewesens beinahe ein Monopol des Zeitungs- und Zeitschriftenvertriebs besitzt\*. Dazu kommt, daß seit Jahrzehnten in Frankreich auch das Anzeigenwesen in der Agentur Havas (heute Havas-Publicité) vertrustet ist. Und das bedeutet, wie Walter Fabian in der «Roten Revue» (Dezember 1946) schreibt, «daß der Großteil der Anzeigen von einer einzigen Stelle vergeben und nach ihrem Gutdünken verteilt wird. Und bis vor zehn Jahren . . . war in der gleichen Agence Havas auch der Nachrichtendienst monopolisiert! Information und Publizität in einer Hand und fast in der gleichen der Verteilungsapparat, denn Havas war aufs engste mit Hachette vergesellschaftet, und ohne Hachette konnte (und kann vielfach noch immer. H. K.) keine Zeitung an die Massen der Zeitungskäufer gelangen. Havas und Hachette aber unterstanden der Kontrolle einer Bank, der Banque de Paris et des Pays-Bas, der Bank aller großen Wirtschaftsverbände». Gustave Téry, der verstorbene bürgerlich-radikale Journalist, glaubte denn auch einmal prophezeien zu müssen:

---

\* Vergleiche dazu die hochinteressante Studie «Le scandale du Trust Vert», herausgegeben vom Comité Intersyndical des Messageries Françaises de la Presse, 111, rue Réaumur, Paris.

«Eines nahen Tages wird es in Frankreich einen kleinen Kreis von Männern, vielleicht einen einzigen Mann, geben, der sagen kann: Jetzt kann keine Zeitung mehr ohne meine Zustimmung vertrieben, das heißt im eigentlichen Sinne veröffentlicht werden... Ich bin so mächtig, daß ich nach Belieben verbieten kann, was die Erklärung der Menschenrechte die freie Verbreitung der Gedanken heißt; ich stecke die öffentliche Meinung in den Sack und meinen Vertrag obendrein.»

Und das gilt nicht allein von Frankreich. Wenn die Entwicklung des Pressekapitalismus — oder der kapitalistischen Presse — so weitergeht wie bisher, dann wird es in vielen Ländern mit der *wirklichen* Pressefreiheit vorbei sein. Dann werden an Stelle wirtschaftlich und geistig unabhängiger Zeitungen, die alle Denkrichtungen und Interessen in Freiheit vertreten, mehr und mehr große Einzelblätter und Pressekonzerne aufkommen, die die öffentliche Meinung und den Volkswillen nicht ausdrücken, sondern verfälschen und beherrschen. Dann mag in den Verfassungen ironischerweise noch immer die Freiheit der Presse gewährleistet sein — der *tatsächliche* Zustand wird eine Diktatur über Presse und Volk sein, die derjenigen in den Ländern mit förmlicher Diktatur sachlich in nichts nachstünde und nur um so verderblicher und widerlicher wäre, je anmaßender sie im Gewande der Freiheit und der Demokratie aufträte.

## VI.

### *Klasseninteresse gegen Volkswohl*

Aber noch bleibt eine letzte Frage zu beantworten — eine Frage, die sich für viele fast zuerst stellt, wenn sie sich des mehr als zweifelhaften Charakters der sogenannten Pressefreiheit bewußt werden: Was für gesellschaftliche Interessen vertritt denn nun eigentlich unsere «freie» Presse? Nach all dem, was wir über den Geist und den inneren Aufbau der modernen Presse gesagt haben, kann die Antwort nicht mehr zweifelhaft sein: Sie vertritt in ihrer erdrückenden Mehrheit die Interessen und Anschauungen der *bürgerlich-kapitalistischen Herrschaftsschicht*. Die Zeitungen, die wirklich frei von kapitalistischen Einflüssen über die Tagesereignisse berichten und sie kommentieren oder ausdrücklich anti-kapitalistisch-sozialistisch eingestellt sind, bilden im ganzen genommen nur eine kleine, wenn auch nicht immer bedeutungslose Minderheit.

Zunächst fühlt sich der Besitzer eines Zeitungsgeschäftes, sei es klein oder groß, sei es in den Händen eines Einzelunternehmers oder einer Gesellschaft, ganz natürlicherweise solidarisch mit der besitzenden Klasse als ganzer. «Der Verleger, der Erfolg gehabt hat, ist notwendigerweise ein Kapitalist», schreibt E. W. Scripps, der Begründer des Scripps-Howard-Pressetrustes, in seinem Erinnerungsbuch «Damned Old Crank» (zitiert bei Marion). Und weiter:

«Es besteht nicht nur eine Gemeinsamkeit des Interesses, sondern auch eine Gemeinsamkeit des gesellschaftlichen Fühlens zwischen den Kapitalisten jedweder Ort-

lichkeit, Landesgegend oder Nation. Der erfolgreiche Journalist, also derjenige, der seine eigene Zeitung besitzt, ist notwendig ein reicher Mann, ein Kapitalist. Seine Kollegen sind notwendigerweise andere Kapitalisten.»

Und das heißt, daß er seine Zeitung ganz von sich aus, freiwillig und aus Überzeugung, für die Vertretung allgemein kapitalistischer Interessen zur Verfügung stellt. Aber die kapitalistische Klasse benützt nun ihrerseits diese Bereitschaft des «Pressekapitalisten», ihr zu dienen, planmäßig zur Förderung ihrer wirtschaftlichen und politischen Machtinteressen. Sie gestaltet die Presse ganz bewußt und mit allen nur denkbaren Kunstmitteln zu einem ihrer vornehmsten Propagandawerkzeuge aus. Der soeben erwähnte E. W. Scripps spricht nicht mit Unrecht von «der gewaltigen, der fast unbesiegbaren Macht und Kraft der Tagespresse». «Ich bin», so gesteht er, «einer von denjenigen, die glauben, daß mindestens in Amerika die Presse das Land beherrscht. Sie beherrscht seine Politik, seine Religion, seine gesellschaftliche Praxis.» Nicht zum Sondervorteil der Presse natürlich, so muß man beifügen, vielmehr zum Vorteil der kapitalistischen Klasse als ganzer. So daß die Presse gleichzeitig Herrscherin ist und Dienerin, die von ihrem «Patron» abhängt. Wie Paul Pflüger schon vor mehr als vierzig Jahren sagte (in seinem Schriftchen «Die Presse», Zürich, 1911): «Der schlimmste Übelstand ist die Abhängigkeit der Presse vom Kapitalismus. Gerade auf dem Gebiet der Presse offenbart es sich, daß der Mammon der ‚Fürst der Welt‘ ist.» Und Pflüger führt auch Karl Kautsky an:

«Statt einer Repräsentantin der Interessen des Publikums ist sie (die Presse) daher in Wirklichkeit eine Repräsentantin der Interessen des Kapitals... Sie herrscht unumschränkter, als irgendein Parlament, eine Kirche, ein Souverän jemals gestanden hat... Was die Presse nicht mitteilt, ist für die Masse der Bevölkerung nicht geschehen, und wäre es noch so himmelschreiend. Die Verschwörung des Totschweigens macht unbequeme Lehren (und Tatsachen! H. K.) sicherer mundtot, als die Kleriker der Inquisition vermochten.»

Wie wahr das doch gerade heute ist!

Daß sich die kapitalistische Klasse der Presse zur Vertretung ihrer Interessen bedient, ist zwar an sich durchaus rechtmäßig, sofern man überhaupt auf dem Boden der Pressefreiheit steht. Es ist vollkommen in der Ordnung, wenn Zeitungen geschaffen und unterhalten werden, die der Vertretung bürgerlicher Parteianschauungen und kapitalistischer Wirtschaftsbelange dienen. Aber es soll *offen* geschehen; die Verbindungen der bürgerlichen Presse zur kapitalistischen Geschäftswelt sollen ebenso klar ersichtlich sein wie etwa diejenigen der sozialdemokratischen Presse zu den politischen und wirtschaftlichen Organisationen der Arbeiterschaft. Der Charakter und die Funktion der bürgerlich-kapitalistischen «Gesinnungspresse» (wenn man so sagen darf) soll nicht irgendwie patriotisch-gemeinnützig getarnt sein.

Wie oft wird jedoch diese Sauberkeitsregel noch befolgt? Die Regel ist ja doch beinahe die geworden, daß die Zeitungen und Zeitschriften,

die tatsächlich Organe bürgerlich-kapitalistischer Propaganda sind, sich «unabhängig», «neutral», «parteilos» usw. nennen und das Publikum damit irreführen suchen, wenn schon nicht immer mit Erfolg. Der Grad der Beeinflussung durch wirtschaftlich-politische Interessengruppen schwankt zwar je nach den Umständen bei den einzelnen Zeitungen der genannten Art sehr beträchtlich, ist auch vielfach gar nicht genau festzustellen. Aber Wirklichkeit ist er dennoch, und einige Beeinflussungstypen lassen sich immerhin deutlich unterscheiden.

Am stärksten ist die Abhängigkeit von bestimmten Wirtschaftsinteressen natürlich bei den Zeitungen und Zeitschriften, die direkt im Besitz kapitalistischer Geschäftsgruppen stehen oder doch von solchen maßgebend beeinflusst werden. In der Schweiz ist das die seltene Ausnahme; in den Vereinigten Staaten (wie auch in manchen anderen Ländern) ist es eine recht häufige Erscheinung, wenn auch die Beziehungen zwischen Presse einerseits, Industrie, Handel und Finanz andererseits so gut als möglich verschleiert werden. Auf Einzelheiten einzutreten, erlaubt der Raum nicht; wer sich dafür interessiert, sei auf George Seldes «1000 Americans» und auf Ferdinand Lundberg «Amerikas sechzig Familien» (auch deutsch übersetzt) hingewiesen; er findet in diesen Büchern reiches Tatsachenmaterial.

Aber auch der *indirekte* Einfluß von wirtschaftlich-politischen Interessengruppen auf die ihnen zugängliche Presse ist stark. Einige seiner Formen haben wir bereits kennengelernt (zum Beispiel Vergebung von Inseraten und Druckaufträgen); dazu kommen persönliche und gesellschaftliche Beziehungen aller Art, Vertretung in den Leitungsorganen der Zeitungen, Kapitalbeteiligungen und was dergleichen Möglichkeiten mehr sind. Wie wirksam diese oft ungreifbaren Milieueinflüsse sind, zusammen mit der von vornherein gegebenen politisch-sozialen Einstellung der Verleger und Redaktoren, sieht man an jeder Nummer dieser Presseorgane, nicht zuletzt an der Masse der Wochenblätter und anderen Zeitschriften, die ihren Lesern und Leserinnen ein gänzlich einseitiges, tendenziös verzerrtes Welt- und Gesellschaftsbild vermitteln und dadurch politisch wie sozial ausgesprochen konservativ, ja reaktionär wirken. Wobei die Beeinflussung um so wirksamer ist, je raffinierter und unmerkbarer sie geübt wird; man denke etwa als an ein fast unerreichtes Muster, an «Reader's Digest» mit seinen verschiedenen internationalen Ausgaben.

Besonders planmäßig ist der *amerikanische* Kapitalismus in seiner Bearbeitung der öffentlichen Meinung. Seldes spricht geradezu von «einer Art Generalstab von Milliardärfirmen», bestehend aus zwölf großen Gesellschaften, die «die Oberregierung der amerikanischen Industrie — und Politik» darstellten und einen ganzen riesigen Propagandaapparat leiteten. Und Henry Wallace führt in seinem Buch «Toward World Peace», gestützt auf eine Fachzeitschrift, ein nur zu bezeichnendes Beispiel für die Art und Weise an, wie dieser Apparat arbeitet.

Im Frühjahr 1946 waren (offenbar nach einer Gallup-Erhebung) 85 Prozent des amerikanischen Publikums für die Fortsetzung der Preiskontrolle. Nun griff aber die National Association of Manufacturers (der Zentralverband amerikanischer Industrieller) ein. Mit Inseraten, Zeitungsartikeln, Radiosendungen, Broschüren, Flugblättern, Zeitschriftenaufsätzen, Vorträgen usw. wurde die Bevölkerung so heftig unter Druck gesetzt, daß nach acht Monaten nur noch 26 Prozent der befragten Amerikaner für die Preiskontrolle waren, die denn auch prompt aufgehoben wurde. Ähnliche Feldzüge führen die NAM und eine Reihe anderer Wirtschaftsorganisationen zu Dutzenden durch — und meistens mit gleichem Erfolg.

In anderen Ländern wird ungefähr mit denselben Methoden gearbeitet. Erinnern wir — um nur das eine Beispiel anzuführen — an die Rolle, die in Großbritannien die Massenpresse wie auch die regionale und lokale Presse, beliefert und beeinflußt durch die Interessenten der bürgerlich-kapitalistischen «Ordnung», beim Sturz der Labourregierung Macdonald im Jahre 1931 und dann bei der Wahlniederlage der Regierung Attlee im Jahre 1950 gespielt hat. Erinnern wir aber auch an die triste Rolle, die in unserem eigenen Land Presse- und Propagandaagenturen wie die bereits erwähnte Mittelpresse (jetzt Schweizerische Politische Korrespondenz), das Büro Büchi («Gesellschaft zur Förderung der schweizerischen Wirtschaft»), der «Trumpfbuur», der «Steuerbatzen», der Vaterländische Verband, das Redressement National usw. spielen. Aus Kreisen der kapitalistischen Wirtschaft freigebig finanziert — einer, der es wissen mußte, Herr P. Béguin in Genf, sprach einmal von jährlichen Beiträgen in der Höhe von 250 000 Franken an die Mittelpresse und von «unbekannt vielen Zehntausenden von Franken» an ein paar andere Organisationen —, betreiben sie das ganze Jahr über, aber besonders auf Wahlen und Volksabstimmungen hin, eine derart wüst demagogische Heße, daß dagegen eine irgendwie antikapitalistische Propaganda kaum mehr aufzukommen vermag. «Es ist leider eine Tatsache, daß man mit genügend Finanzmitteln, mit einer oder zwei Millionen, eine Abstimmung machen, jedenfalls eine Vorlage zur Verwerfung bringen kann», sagte am 18. Dezember 1953 in öffentlicher Versammlung Bundesrat Dr. Max Weber, der nicht zuletzt zum Protest gegen solche Methoden von seinem Posten zurückgetreten ist. Und Ständerat Klöti prangerte schon vor Jahren das Büro Büchi als «hinter den Kulissen arbeitende, mit reichen Mitteln ausgestattete Propagandazentrale der großkapitalistischen Kreise» an, fürchtend, es könne sich «zu einem plutokratischen Geschwür an unserem Volkskörper auswachsen» . . . \*

\* Über die Schweizerische Politische Korrespondenz unterrichtet die Schrift «Das Gesicht der Schweizer Mittelpresse», Sonderabdruck aus der «Nation» (Bern, ohne Jahreszahl), mit vernichtenden Feststellungen über die Schädlingnatur dieses Unternehmens.



## VII.

### *Brüchige Demokratie*

Man hört nun allerdings manchmal sagen: wenn schon von wirtschaftlichen und politischen Druckgruppen her die Freiheit der Presse gefährdet sei, so mische sich doch wenigstens die *Staatsgewalt* demokratischer Länder nicht in die Angelegenheiten der Presse ein. Aber auch das ist ein Märchen für politische Kinder. Es war immer ein Märchen und ist es besonders seit den beiden Weltkriegen, die auch in den westlichen Demokratien ein oft geradezu diktatorisches Presseregiment der Staats- und Militärgewalt sahen. Und es sind mehr als bloß leichte Spuren, die davon zurückgeblieben sind. «Der Fortbestand kriegszeitlicher Kontrollen», so schreibt Alexander Werth im «New Statesman» (26. Dezember 1953), «und aller Arten von regierungsseitigen Druckformen gegenüber Journalisten sind sehr wirkliche Dinge.» Das sehe man auch im «freien» England: «Das Außenministerium sagt tatsächlich der Presse — oder suggeriert es ihr vielmehr — genau, was sie zu schreiben hat; man ersieht dies aus der auffallenden Ähnlichkeit aller Berichte über internationale Konferenzen, die in der britischen Presse erscheinen, und in denen fast unweigerlich immer die gleichen Punkte betont werden.» An der Presse der übrigen westlichen Länder kann man genau die gleiche Beobachtung machen. Auch die Korrespondenten der auswärtigen Presse, so stellt Werth fest, stünden unter mehr oder weniger sanftem Druck der Regierungen ihrer Gastländer, und wenn es nur, wie in Frankreich, das rote Bändchen der Ehrenlegion sei, das als Lockmittel diene . . .

Vollends über die amtliche und halbamtliche Propaganda im Ausland wären Bücher zu schreiben. Der «Kalte Krieg» wird ja größtenteils mit sogenannten psychologischen und ideologischen Waffen geführt. Die USA Informations Agency zum Beispiel, die amerikanische Propagandazentrale für das Ausland, ist ein eigentlicher Großbetrieb. Ihre Radioabteilung beschäftigt viele Tausende von Angestellten; ihre Bücherabteilung unterhält im Ausland etwa 190 Lesestuben und Bibliotheken mit Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und sonstigem Propagandamaterial. Im Jahre 1951 sollen 36 Millionen Besucher davon Gebrauch gemacht haben. Die «New York Times» schrieb einmal (13. Dezember 1951) recht offenherzig:

«Im letzten Jahr hat die Regierung der Vereinigten Staaten für Informationszwecke in Frankreich 7 Millionen Dollar ausgegeben (also mehr als 30 Millionen Schweizerfranken. H. K.). Um ihre Ziele zu erreichen, verwenden die Vereinigten Staaten eine neue Technik, die darin besteht, sich selbst im Hintergrund zu halten und den Charakter, die Fabrikmarke der amerikanischen Betätigung zu verbergen. Infolgedessen werden alle Tätigkeitsformen des psychologischen Krieges einheimischen Organisationen überlassen, obwohl ihre Inspiration amerikanisch ist.» (Zitiert nach «Regards», Paris, November 1953, Nr. 371.)

Daß die französische Presse besonders anfällig für politische Beeinflussung ist, ist eine alte Geschichte. Die vielberufene Korruptheit der

französischen Zeitungen, so schreibt Walter Fabian in dem früher angeführten Artikel der «Roten Revue», könne eigentlich kaum überraschen; sie sei einfach eine Folge der materiellen Verhältnisse im Pressewesen. «Die weder durch Abonnementsgelder noch durch Inserateneinnahmen gesicherten Zeitungen sind dem Monopol Havas-Hachette ausgeliefert; sie können sich — mit Ausnahme von ein oder zwei sehr großen Blättern — keinen eigenen Nachrichtenapparat leisten, und dies weder in der Welt noch auch nur in Frankreich; die Verleger wie die schlechtbezahlten Redaktoren und Journalisten sind, von der eigenen Regierung oder von fremden oder von Interessentengruppen, sehr leicht zu kaufen.»

Ähnliche Sitten haben auch in manchen anderen Ländern Eingang gefunden, wenngleich nicht immer in dieser krassen Form. Aber wo liegen die Grenzen zwischen «erlaubter» Subventionierung der Presse und eigentlicher Bestechung? In Westdeutschland sind oder waren noch vor wenigen Jahren, nach einer in der Presse veröffentlichten Liste, 42 Zeitungen von den Vereinigten Staaten unter verschiedenen Titeln «unterstützt»; in Italien scheint es nicht viel anders zu stehen. Von mehr orientalischen Ländern gar nicht zu reden. In den Ländern deutscher Zunge geben die amerikanischen Propagandadienste mehrere Zeitschriften zur besonderen Werbung unter den Arbeitern und Gewerkschaftern heraus; andere Bevölkerungsgruppen werden durch andere, ihren vermeintlichen Bedürfnissen entsprechende Organe bearbeitet. Und so weiter.

Kurz, der Einfluß der amerikanischen Presse — von deren «Freiheit» wir einen Begriff gewonnen haben — und der amerikanischen Regierungspropaganda auf Westeuropa ist ganz gewaltig und kommt zu uns durch tausend Kanäle, die nur zum geringeren Teil sichtbar werden. Und das ist nur *eine* Quelle des planmäßigen und in größtem Maßstabe betriebenen Mißbrauches der Pressefreiheit, dem die Völker des «demokratischen» Westens ausgesetzt und weithin bereits erlegen sind!

Was bleibt da, so müssen wir wirklich fragen, von der vielgerühmten Demokratie der westlichen Welt noch übrig? Demokratie, Selbstregierung des Volkes, verlangt freie Meinungs- und Willensbildung dieses Volkes. Wie soll aber bei dem Pressebetrieb, wie wir ihn kennengelernt haben, eine solche freie Meinungs- und Willensbildung auch nur einigermaßen noch möglich sein? Zum Beruf der Presse gehört vor allem die Vermittlung eines möglichst unverfälschten Bildes der Tagesereignisse und des Weltgeschehens. Ihre Arbeit sollte ein *öffentlicher Dienst* sein, dazu bestimmt, das Volk zu einer reifen, selbständigen, erwachsener Menschen würdigen Beurteilung der öffentlichen Dinge zu erziehen. Kann von der Erfüllung dieser Aufgabe wirklich noch die Rede sein, wenn man die Struktur der immer mehr überhandnehmenden modernen Geschäftspresse bedenkt? Kann die Presse noch ein getreues Spiegelbild sich frei betätigender Kräfte des Volkslebens wie auch der Strömungen

und Entwicklungen in der Welt draußen sein? Muß sie nicht — zu einem großen Teil wenigstens — dieses Bild täglich aufs neue verzerrt und tendenziös verfälscht wiedergeben? Ist nicht die Pressefreiheit, die in unsere Grundgesetze hineingeschrieben ist, vielfach nur die Freiheit einer kapitalkräftigen Minderheit, die Volksmehrheit irrezuführen und an der Erkenntnis und Vertretung ihrer eigenen Bedürfnisse und Notwendigkeiten zu verhindern? Ist so die Presse nicht ein Hauptbestandteil jenes allumfassenden Beeinflussungsapparates geworden, den sich die kapitalistische Klasse geschaffen hat, um in den Formen der Demokratie die Demokratie tatsächlich unwirksam zu machen? Oder ist ein Volk, das mehr und mehr in Unkenntnis über entscheidende Tatsachen und Bewegungen der Welt von heute gehalten und des selbständigen Denkens entwöhnt wird, ist solch ein Volk noch fähig, seine Angelegenheiten selber zu führen und sein Schicksal frei zu gestalten, soweit das überhaupt uns Menschen gegeben ist? \*

Was Henry Wallace in dem erwähnten Buch von Amerika sagt, das gilt auch für manches andere Land, das auf seine demokratischen Freiheiten stolz ist: «Die führenden Kapitalisten üben auf die öffentliche Meinung in den Vereinigten Staaten einen Einfluß aus, der raffinierter ist als wie ihn die herrschenden Mächte in den Ländern ausüben, in denen die Presse nicht frei ist. Die Weitergabe einer von ihr angenommenen Auffassung durch unsere Presse ist jedenfalls gerade so wirksam und fast ebenso einheitlich.»

Und von der amerikanischen Rüstungsindustrie im besonderen stellt Wallace fest:

«Die Führer dieser Industrien... liefern der amerikanischen Presse und dem Radio einen sehr substantiellen Rückhalt bei der Stimmungsmache gegen Rußland, die sich so ausgezeichnet für große Rüstungsaufträge eignet. Der Umfang der Inseratenaufträge, die sie vergeben, ist so groß, daß Presse und Radio ganz natürlicherweise einschwenken. Man muß es ihnen gar nicht erst sagen. Die paar Menschen, die ihre Knie nicht beugen, werden mehr und mehr isoliert und verschwinden aus allen Stellungen, in denen sie die öffentliche Meinung beeinflussen könnten.»

Braucht man also noch sehr weit zu suchen, wenn man die Verantwortlichkeiten für den Kalten Krieg feststellen will, den der Westen gegen den Osten führt, so wie der Osten ihn auch gegen den Westen führt? Zu einem ganz großen Teil liegt er ohne jeden Zweifel bei unserer Presse — bei der Presse der westlichen Länder ganz allgemein und

---

\* Sogar Graf Coudenhove-Kalergi schreibt einmal: «Die politische Macht des Kapitalismus stützt sich in erster Linie auf die Presse... So sind die Zeitungen Fabriken öffentlicher Meinung. Die öffentliche Meinung, die den demokratischen Staat lenkt, ist Fabrikware. Ihre Rohstoffe sind Geld und Ideen. Die kapitalistische Minorität kauft den größten Teil dieser Fabriken politischer Schlagworte auf. Sie läßt ihre Ansichten durch geschickte Stilisten formulieren und in Millionen Exemplaren in die Massen werfen. So zwingt sie durch mechanische Massensuggestion den demokratischen Staatsapparat in ihren Dienst.»

der westlichen Großmächte insbesondere, von denen wir Kleinen so vielfältig abhängig geworden sind. Eine *neue Presse* ist darum eine erste Notwendigkeit, wenn die politische Demokratie wirklich gerettet und wiederhergestellt und der Völkerfrieden gesichert werden soll — eine Presse, die nicht mehr Geschäft ist, sondern öffentlicher Dienst, nicht mehr Werkzeug kapitalistischer Interessen, aber auch nicht Werkzeug einer antikapitalistischen Staatsgewalt. Dann erst wird man wieder von wahrhafter Pressefreiheit reden und der Presse — neben ihren anderen Funktionen — wirklich die Aufgabe anvertrauen können, die sie unter dem unheilvollen Einfluß des Gelddenkens so weithin zu erfüllen versäumt, ja in ihr Gegenteil verkehrt hat: Erzieherin des Volkes zu selbständigem Urteil über seine eigenen Angelegenheiten und sein Verhältnis zu den anderen Nationen zu sein.

Hugo Kramer

## WELTRUNDSCHAU

**Indochinesisches Dschungel** Die hohe Politik steht weiterhin im Zeichen der Genfer Konferenz über *Indochina*. (Denn über Korea redet man kaum noch im Ernst.) Sieben Wochen dauern nun schon die Verhandlungen. Was ist aber bisher herausgekommen? Ich verfolge den Fortgang der Konferenz aufmerksam von Tag zu Tag, habe zahllose Artikel darüber gelesen, bin an Pressekonferenzen gegangen, habe Fühlung mit einigen Delegationen genommen — aber das Ganze erscheint mir immer mehr als ein ungeheurer Leerlauf. Natürlich schiebt jede Seite der anderen die Schuld daran zu. Besonders die Westmächte (und ihr «neutraler» Anhang) beschuldigen alle Tage die kommunistischen Staaten, sie *wollten* überhaupt keine ehrliche Verständigung, spekulierten vielmehr nur «auf Zeitgewinn», das heißt auf einen endgültigen Umschwung der militärischen Lage in Indochina zu ihren Gunsten, der ihnen dann auch in Genf von selber den Sieg bescheren werde. Daran ist soviel richtig, daß der Vietminh natürlich seine militärischen Erfolge nach Kräften auszuweiten sucht, solange kein Waffenstillstand vereinbart ist, und daß jeder neue Erfolg, den er auf dem Schlachtfeld erringt, auch die Stellung seiner Unterhändler in Genf verbessert. Aber falsch ist es, wenn daraus geschlossen werden will, dem Vietminh sei es überhaupt nicht wirklich um einen Waffenstillstand auf Grund der *gegenwärtigen* Kriegslage zu tun; er wolle einfach Indochina vollends ganz erobern und dann den Frieden diktieren — wenn das überhaupt noch nötig sei. In Wahrheit hat der Vietminh gar kein Interesse an einer Fortsetzung des Krieges; die große Mehrheit des Volkes von Indochina ist, wie alle halbwegs sachlichen Beobachter übereinstim-