Zeitschrift: Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte = Société Suisse d'Histoire Economique et Sociale

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte

Band: 15 (1998)

Artikel: Radio : ein vielschichtes Instrument für Massenkonsum

Autor: Schade, Edzard

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-872021

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Edzard Schade

Radio

Ein vielschichtiges Instrument für Massenkonsum

«An alle!» lautete die Anrede, mit der sich Lenin am 12. November 1917 mit einer Funkmeldung an die Weltöffentlichkeit richtete und die Annahme des Friedensdekretes durch den Sowjetkongress bekannt gab. Wenige Tage später erklärte Lenin vor dem Zentralexekutivkomitee: «Wir haben die Möglichkeit, uns auf dem Funkwege mit Paris in Verbindung zu setzen; und wenn der Friedensvertrag abgefasst sein wird, werden wir die Möglichkeit haben, dem französischen Volk mitzuteilen, dass er unterzeichnet werden kann und dass es vom französischen Volk abhängt, in zwei Stunden einen Waffenstillstand zu schliessen.»[1] Lenins Ausführungen waren, zumindest was die Reichweite der Radiokommunikation betrifft, weitgehend Wunschdenken. Er konnte damals keine breite Öffentlichkeit direkt erreichen, denn im kriegsgeschüttelten Europa waren private Radioempfangsgeräte meistenorts verboten. Lenin machte sich aber die symbolische Bedeutung der Radiokommunikation zunutze: Mit den Worten «an alle» suggerierte er die Möglichkeit, von einem Ort aus simultan ein grosses Publikum zu erreichen. Wenig später prophezeite Lenin: «Ganz Russland wird einmal die Zeitung hören, die in Moskau gelesen wird.»[2] Er liess auf öffentlichen Plätzen, in Betrieben, Schulen und an anderen Orten sozialen Lebens Lautsprecher installieren, aus denen das Radio als «Zeitung ohne Papier und ohne Entfernung» ertönte. Damit sollte gerade jene Mehrheit der Bevölkerung für kommunistische Bildungs- und Propagandaprogramme erschlossen werden, die nicht lesen konnte oder auf dem Landweg schwer erreichbar war.[3] Dank diesem *planwirtschaftlichen* Konzept, das nicht auf den privaten Massenkonsum von Radioempfangsgeräten abstützte, entwickelte sich das Radio in der Sowjetunion sehr früh zu einem Massenmedium.

In den westlichen Industriestaaten,[4] die hier im Zentrum stehen, führte die Entwicklung des Radios zum Massenmedium gerade über den privaten Massenkonsum von Empfangsgeräten. Denn in den *marktwirtschaftlich* orientierten Staaten waren während der 20er Jahre die Radioindustrie und der -handel die treibenden Kräfte bei der Einführung des Radios: sie wollten industriell gefertigte Radiogeräte in grossen Serien verkaufen. Auch hier stand das Radioempfangsgerät häufig an öffentlichen Orten und machte, für sich werbend, das Hören zum sozialen Ereignis.

Erfolgreich propagiert wurde aber in den westlichen Industriestaaten durchwegs eine Konsumpraxis, die Radiohören als ein privates Erlebnis vor dem eigenen Empfangsgerät popularisierte. Die Entwicklung zum Massenmedium verlief keineswegs zeitlich synchron, und bei der Produktion und Finanzierung von Radioprogrammen setzten sich unterschiedliche Konzepte durch: In den USA dominierten private, kommerzielle Radioveranstalter, in Frankreich konkurrierten private und staatliche Radiostationen und in Grossbritannien entstand die politisch kontrollierte und über Gebühren finanzierte British Broadcasting Corporation (BBC), die als Monopolbetrieb einen Public service[5] zu erbringen hatte. Die Schweizer Behörden orientierten sich stark am britischen Modell und erreichten 1931 mit der Gründung der Schweizerischen Rundspruch-Gesellschaft (SRG) den nationalen Zusammenschluss der in den 20er Jahren entstandenen regionalen Radiogesellschaften; dabei verzichteten die Behörden auf eine Verstaatlichung der Programmproduktion, gaben aber klare programmpolitische Vorgaben.
Das Radio bzw. der Rundfunk lässt sich beschreiben als ein elektronisches Instrument, mit dessen Hilfe sich (in der Regel) ausgewählte Personen an ein Massenpublikum «drahtlos»[6] richten können, d. h. ohne wie beim Telefon mit elektrischen Leitungen vernetzt zu sein. Bei einer präziseren Definition treten sofort Schwierigkeiten auf, denn der Begriff «Radio» ist immer ein offener geblieben. So steht er einerseits als Abkürzung für *radiotelegraphy* (drahtlose Telegraphie) und *radiobroadcasting* (drahtloser Rundspruch), also allgemein für *funktechnisch übermittelte Kommunikation*; andererseits bezeichnet er das einzelne Radioempfangsgerät, das in der Zwischenkriegszeit zu einem *Objekt und Instrument des Massenkonsums* wurde, gleichzeitig aber auch den gesamten Studio- und Sendebetrieb, d. h. den *Arbeitsort und die technischen Einrichtungen der Produzenten* von Radiosendungen.[7] Der Begriff «Radio» steht somit für ein *System*, das *gesellschaftliche Kommunikation als steuerbaren Prozess* möglich macht. Unsere Alltagssprache bietet wenig differenzierte Begriffe, mit denen sich das Radio als System analysieren liesse: Die Begriffe «Radiokonsum» und «Radioproduktion» sind nicht geläufig und mehrdeutig. So konnten und können Durchschnittsverdienende eine doppelte Marktbeziehung eingehen, nämlich ein Radio kaufen (aber keine Radiostation) und damit Radio hören: beides sind Akte des Konsums.

Systembildung durch Radiokonsum

Die Beziehungen zwischen Radiokonsumenten und -produzenten sind gestaltbar. Auch wenn der Erwerb von Empfangsgeräten heute in der Regel durch privaten Konsum[8] erfolgt, so ist das nie der einzig gangbare Weg gewesen: In der Schweiz

(und auch in anderen europäischen Staaten) erwogen die Behörden vor dem Ersten Weltkrieg, Kundengeräte wie beim Telefon leihweise durch die PTT abzugeben.[9] Dieses Modell kam zwar nicht beim Antennenempfang zum Zuge, jedoch beim Radiokonsum via Leitung: dieser wurde in der Schweiz Anfang der 30er Jahre erfolgreich als staatlicher Telephonrundspruch und als privater Drahtrundspruch lanciert.[10] Für die Verbreitung von Radioprogrammen via Leitung sprachen die in der Schweiz vielerorts schwierigen Empfangsverhältnisse, aber auch die niedrigeren Kosten der im wesentlichen aus einem Lautsprecher bestehenden Kundengeräte. Radiohören war dadurch nicht mehr an den Erwerb eines teuren, meist importierten Gerätes gebunden. Dennoch förderte der Drahtempfang insgesamt die ökonomischen Interessen der nur schwach in der Produktion von Radioempfängern engagierten schweizerischen Industrie, mussten doch die entsprechenden Endgeräte auf Geheiss der Behörden anfänglich aus heimischer Produktion sein.[11] Der Massenkonsum von Radiogeräten kann weitgehend als ein marktwirtschaftliches Phänomen verstanden werden: so mussten die Geräte einfach bedienbar sein und ihre technische Funktion gut erfüllen, und ihr Preis musste auf die Kaufkraft breiter Bevölkerungsschichten abgestimmt sein. Die Geräteproduzenten hatten erst dann Erfolg, wenn sich der Erwerb eines Radios in den Augen der Kaufenden durch die Nutzung des Programmangebotes bezahlt machte. Natürlich hatte alleine der Besitz eines Gerätes statusbildenden Symbolwert und nicht erst das Radiohören selber, aber ohne ein breit ansprechendes Programmangebot gab es keine Nachfrage, keinen Massenkonsum.[12] Der Gerätekonsum verweist somit direkt auf den Programmkonsum.

Dass auch der Konsum von Radioprogrammen gestaltbar war und ist, zeigt eine international vergleichende Radiogeschichte: in den Niederlanden beispielsweise erhielten die Organisationen der grösseren gesellschaftspolitischen Strömungen schon Ende der 20er Jahre die Gelegenheit, am Radio die Welt je aus dem eigenen Blickwinkel darzustellen; sie bildeten eigene Radioorganisationen, die ihre Programmproduktion zum grossen Teil durch Spenden finanzierten, was einen engen und kontinuierlichen Kontakt zum Publikum erforderte; in der Schweiz unterdrückten die Behörden und die Radiogesellschaften hingegen den politischen Pluralismus in den Radioprogrammen weitgehend und duldeten keine institutionalisierten Mitwirkungsmöglichkeiten des Publikums; in Frankreich entstanden zur selben Zeit neben privaten Sendern auch staatliche, bei deren Programmgestaltung regionale Hörerorganisationen mitwirken konnten.[13] Marktwirtschaftliches Denken und Handeln prägen auch beim Programmkonsum die Beziehungen zwischen Konsumenten und Produzenten, aber ökonomische Handlungsmotive bzw. Interessen erklären nur einen Teil: zusätzlich wichtig sind gesellschaftspolitische (z. B. Stabilisierung des Gesellschaftssystems) und sozial- und

individualpsychologische Motive (z. B. Reproduktion von Lebensstilen zur Sicherung von Identität). Diese erweiterte Palette von Motiven des Konsums rückt dann ins Blickfeld, wenn die konventionelle Begriffsfassung von «Konsum» so ausgedehnt wird, dass sie nicht nur den «Verbrauch» einschliesst, sondern die *Prozesse der Konsumgüter- und Dienstleistungsproduktion, des Kaufs und Gebrauchs* integriert.[14] Eine solche Definition von «Konsum» stellt die Konsumierenden und Produzierenden direkt in einen gemeinsamen Systemzusammenhang und orientiert sich damit ähnlich schwach an der Differenz der Marktakteure wie der Begriff «Radio». Radiokonsum ist so betrachtet ein vielschichtiger Prozess von Interaktionen, der das *Radio als Kommunikationssystem*[15] konstituiert. Das Radio reproduziert sich nur dann als System, wenn der Konsum von Radiogeräten *und* Radioprogrammen anhält.

Systemtheoretisch betrachtet, funktioniert das Radio als gesamtgesellschaftliches Verteilnetz, das einen Teil des geistigen Verkehrs der Gesellschaft distributiv regelt[16] und damit gestaltend in die Kommunikations- bzw. Gesellschaftsstrukturen eingreift: dort, wo es zum Konsum von Radiokommunikation kommt, bilden bzw. regenerieren sich soziale Systeme. Wie verläuft nun dieser gesellschaftsbildende Konsumprozess? Was prägt die Struktur[17] von elektronischen Kommunikationssystemen? Die beiden Kommunikations- und Medienwissenschaftler Franz Dröge und Gerd Kopper nennen in ihrer Theorie zur Entwicklung moderner Massenmedien *ökonomische Interessen*, *Technik* und *Kommunikationspolitik* als die wesentlichen Parameter, welche die Dynamik und Evolution von Kommunikationssystemen bestimmen.[18] In Anlehnung an diese Gliederung sind nachfolgend der Technik und der Politik je ein Kapitel gewidmet, während die Ökonomie laufend Berücksichtigung findet. Abschliessend steht die Bedeutung und die ambivalente Bewertung der Massengesellschaft im Zentrum.

Zur Orientierung sei hier betont: Dröge und Kopper sehen eine «zunehmende Verkoppelung ehemals disparater und elementarer Einzelsysteme»;[19] den vorläufigen Endpunkt dieser Entwicklung bildet die gegenwärtige Integration von optischen, akustischen und Printmedien zu Multimediaprodukten. Einhergehend mit der zunehmenden Integration der Kommunikationsnetze vollzog und vollzieht sich auch eine zunehmende Verwebung dieser Netze mit der Gesellschaft selber: unmittelbarer kommunikativer Austausch wird immer mehr von den Massenmedien vorstrukturiert. Die raren Ausnahmen bilden noch nachbarschaftliche Beziehungen, Parties, wissenschaftliche Kongresse und gewisse sportliche Anlässe. Veranstaltungen, die eine ähnliche Konsumstruktur wie die Massenmedien haben, sind bereits in die Medienstruktur integriert, so z. B. Zuschauer- und Sportveranstaltungen oder Open-air-Konzerte. Bei diesen Entwicklungen spielte das Radio als ältestes elektronisches Massenmedium ein Pionierrolle.

Die Dynamik der technologischen Entwicklung

Die technische Entwicklung des Rundfunks erforderte eine umfangreiche Grundlagenforschung, an der sich zahlreiche Forscher beteiligten. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts gelang die Übertragung von Morsezeichen. Nur schrittweise konnte die Übertragungsqualität von komplexen Tönen wie menschliche Stimmen oder Musik verbessert werden. 1906 veranstaltete der kanadischstämmige Forscher Reginald Aubrey Fessenden (1866–1932) von seiner Station in Brant Rock (Massachusetts) aus die erste für die Öffentlichkeit bestimmte Übertragung von Sprache und Musik.[20] Dass wenig später in verschiedenen europäischen Staaten ähnliche erfolgreiche Versuche durchgeführt wurden, bedeutete noch nicht den Durchbruch für den an eine breite Öffentlichkeit gerichteten Rundfunk. David Sarnoff (1891–1971), der heute oft als Vater des Unterhaltungsrundfunks bezeichnet wird, musste 1916 erfahren, dass alleine gute Ideen und technische Möglichkeiten nicht ausreichen, um ein neues Produkt zu lancieren. Als Manager der American Marconi Company legte er seinem Vorgesetzten einen Plan zur kommerziellen Nutzung des Rundfunks vor. Demnach sollte das Empfangsgerät so gebaut werden, dass es wie ein Grammophon oder Klavier als Unterhaltungsinstrument in der Wohnstube aufgestellt werden könnte. Der Vizedirektor soll jedoch Sarnoffs Idee einer *Music box* als hirnlos abqualifiziert haben.[21] Die Industrie glaubte damals noch nicht an eine erfolgreiche Lancierung des Unterhaltungsrundfunks, und mit dem Ersten Weltkrieg rückten zivile Nutzungen der Funktechnik gegenüber militärischen gänzlich in den Hintergrund, so auch in den USA nach deren Kriegseintritt 1917. Da die Radiokommunikation für die Militärs von hoher strategischer Bedeutung war, wurde vielerorts der Privatbesitz von Funkanlagen aus militärischen Sicherheitsgründen verboten. So auch in der Schweiz.[22]
Trotz des kriegsbedingten Stillstands beim zivilen Funk wurzelt die industrielle Massenproduktion von zivilen Radiogeräten gerade in jenen Kriegsjahren. In den USA setzte das Marineministerium bei der Radioindustrie einen Patentpool durch und regelte die finanzielle Abgeltung von Patentverletzungen: dadurch sollten die in der Vorkriegszeit häufig wirtschaftspolitisch motivierten Hemmnisse beim Austausch von Patenten ausgeräumt werden, um den Bau möglichst guter Anlagen für den Kriegsgebrauch zu ermöglichen. Nach dem Krieg schloss sich die Privatindustrie erneut in einem Patentpool zusammen, was der Radiobranche in den USA eine effiziente technische Weiterentwicklung sicherte; davon profitierten nun auch zivile Anwendungen.[23]
Auch Frankreich baute während des Ersten Weltkrieges eine äusserst leistungsfähige Radioindustrie auf. Als sich die Radiobranche nach Kriegsende mit schrumpfenden staatlichen Käufen konfrontiert sah, musste sie neue Absatzmärkte suchen.

In dieser Situation bot ein Engagement beim zivilen Rundfunk einen vielversprechenden Ausweg.[24] Technisches und industrielles Know-how boten jedoch keine hinreichende Voraussetzung für eine rasche Verbreitung des Radios, wie ein Vergleich zwischen den USA und Frankreich zeigt: trotz einer punkto Know-how vergleichbaren Ausgangslage am Kriegsende entwickelte die US-amerikanische Radiobranche rasch eine viel grössere wirtschaftliche Dynamik. Ausschlaggebend dafür war, dass die politischen Behörden in den USA den ökonomischen Interessen, sprich: dem Gewinnstreben, viel vorbehaltloser freie Hand liessen.

Die breite Umsetzung technologischer Möglichkeiten hing und hängt stark von ökonomischen und politischen Entscheiden ab. Die Geschichte des Radios illustriert, dass Systembildung erst dann beginnt, wenn Technologie mit konkreten Interessen besetzt wird. Von der technologischen Seite her bot die Funkkommunikation verschiedene Anwendungsmöglichkeiten: so hätte eine breite Ausrichtung auf Individualkommunikation oder auf Kollektivempfang erfolgen können. Beide Formen wurden von der rasch wachsenden Radioamateurbewegung bereits vor dem Ersten Weltkrieg im kleinen, meist nichtkommerziellen Rahmen praktiziert. Landauf und landab wurden in losen Gruppen oder auf Vereinsbasis in Abend- und Wochenendkursen Tausende von Radioempfangsgeräten in handwerklicher Heimarbeit gebaut. Aus diesen Zirkeln rekrutierten sich in den 20er Jahren zwar viele der im kommerziellen Bereich tätigen Radiopioniere, aber weder ein genügsames Massenpublikum noch eine breite Käuferschicht. Viele Amateure versuchten, eine möglichst aktive Rolle bei der Funkkommunikation zu übernehmen, dazu gehörten der Traum vom eigenen Sender oder zumindest das als «Radiosport» bezeichnete Herumreisen im Äther zu möglichst entfernten Stationen (heute nennt man eine ähnliche Tätigkeit im Internet Surfen).[25] In den 20er Jahren waren die Bastler eine echte Konkurrenz für die industrielle Produktion. So waren in Deutschland Ende der 20er Jahre mehr als die Hälfte der angemeldeten Geräte in Heimarbeit entstanden.[26] Der Industrie gelang es schliesslich dank immer rationelleren Produktionsabläufen die Preise soweit zu senken, dass der Eigenbau finanziell unattraktiv wurde; gleichzeitig ging die Industrie gegen die sogenannte «Schwarzfabrikation» juristisch vor und forderte für bestimmte Einzelteile hohe, für die Bastler ruinöse Lizenzgebühren ein.[27]

Die programmliche Ausgestaltung des professionellen Radios kann keineswegs als technisch determiniert betrachtet werden. Ausschlaggebend waren die dominierenden ökonomischen Interessen an einem möglichst raschen Massenkonsum von Geräten. Dazu war wichtig, dass das Gerät rasch mit möglichst wenig Aufwand und Risiko zum Tönen zu bringen war. Entsprechend dominierte eine *parasitäre*, von Jean Baudrillard als *recyclage culturel*[28] beschriebene Programmgestaltung, die sich mit der Ausbeutung bereits bestehender Formen wie Schall-

plattenkonzerte, Direktübertragungen aus dem Konzertsaal, Theateraufführungen usw. begnügte. Eigenständige Programmkonzepte für den Rundfunk wurden erst nach der Aufnahme der massenweisen Geräteproduktion entwickelt bzw. ausgehandelt und das auch nur rudimentär. Die konzeptionellen Lücken und Mängel liessen sich grundsätzlich innovativ nutzen. Bertold Brecht erkannte als einer der frühen profilierten Kritiker des Radios gerade für die im dramaturgischen Bereich tätigen Kulturarbeiter im Rundfunk eine «grosse und fruchtbare Chance», da er eine technische Erfindung sei, «die sich das Bedürfnis der Masse erst schaffen und nicht sich einem schon abgenutzten alten Bedürfnis unterwerfen» müsse.[29] Wiederholt beklagte Brecht, dass die technischen Möglichkeiten des Rundfunks nicht zu mehr Aktualität der Sendungen verwendet würden: «Ausserdem können Sie vor dem Mikrophon an Stelle toter Referate wirkliche Interviews veranstalten, bei denen die Ausgefragten weniger Gelegenheit haben, sich sorgfältige Lügen auszudenken, wie sie dies für die Zeitungen tun können.»[30] Tatsächlich entstand in den 20er Jahren ein gewisser Spielraum für emanzipative Radioexperimente, aber in den 30er Jahren wurde nicht nur im nationalsozialistischen Deutschland der Rundfunk gezielt als zentralisiertes Propagandainstrument ausgebaut. Die Instrumentalisierung des Radios für nationale und oft nationalistische Ziele kann in den 30er Jahren für ganz Europa beobachtet werden, und das war der Demokratisierung gesellschaftlicher Kommunikation meist abträglich.[31]

Denkbar wäre auch gewesen, dass das Radio von Anfang an gezielt als technisches Instrument auf ganz bestimmte gesellschaftliche Kommunikationsbedürfnisse hin entwickelt worden wäre, wie dies etwa in der Sowjetunion aufgrund politischer Entscheide geschehen war. Zu Recht geben Dröge und Kopper zu bedenken, dass die Verständigung auf «gesellschaftlich nützliche Technikanwendungen» nur sehr schwer zu erreichen ist; häufig dominieren ökonomische Kräfte solche Suchprozesse, weshalb betriebswirtschaftlich nützliche Technikanwendungen, die auch sozial vertretbar sind, viel wahrscheinlicher sind als gesellschaftlich wünschbare Nutzungen, die auch ökonomisch vertretbar sind.[32]

In den USA dominierten kommerzielle Interessen den Suchprozess. Die wichtigste Initiantengruppe, die Gerätehersteller, war in den frühen 20er Jahren in zwei Lager gespalten, die unterschiedliche Nutzungs- und Programmkonzepte für das Radio verfochten.[33] Die *radio group* war primär an der Absatzsteigerung von Geräten interessiert und gab der kommerziellen Ausbeutung des Programmbetriebes nicht die höchste Priorität: die Programme sollten gesellschaftlich breit abgestützt und attraktiv sein, ein möglichst grosses Publikum erreichen und gleichzeitig optimal zum Gerätekauf animieren. Zur Finanzierung der Programme waren kommerzielle Werbeblöcke vorgesehen. Eine ganz andere Rundfunk-

politik vertrat die durch Punkt-zu-Punkt-Kommunikation gross gewordene Telefonbranche, die sich in der *telephone group* zusammenschloss. ATT erklärte: «Wir selbst werden keine Sendungen produzieren, das Publikum muss schon zu uns kommen. Wer der Welt eine Botschaft mitteilen oder Unterhaltung bieten möchte, muss zu uns kommen und dafür bezahlen, ganz so, als würde er das Telephon benutzen, um sich an ein grosses Publikum zu wenden.»[34] Die Produktion kohärenter Programme war kein Anliegen, da die kommerzielle Ausbeutung einzelner Sendeminuten im Vordergrund stand. Theoretisch hätten beide Lager je ihr eigenes Konzept im Grossmassstab umsetzen und den Markt über den Erfolg entscheiden lassen können. Den damit verbundenen grossen Investitionsentscheiden ging jedoch ein längerer Rechtsstreit voraus, bei dem die *radio group* 1926 in wesentlichen Punkten siegte. Damit setzte sich das programmpolitisch *sozial vertretbarere* Konzept durch. Nach diesem Entscheid erarbeiteten die beiden Lager einen Kompromiss, welcher einer weitgehenden Marktabsprache gleichkam. Die *radio group* gründete die National Broadcasting Company (NBC), die mit der Produktion landesweit ausgestrahlter Programme beauftragt wurde. Die *telephone group* verzichtete auf den Bau eigener Stationen, erhielt dafür das Exklusivrecht bei der landesweiten Vernetzung der Radiostationen via Kabel. Der Aufbau eines nationalen *networks* folgte dem marktwirtschaftlichen Gebot, die Gewinnchancen durch Rationalisierung zu optimieren: Networks minimierten die Programmkosten und erhöhten zugleich die Werbeeinnahmen, da sie der Werbewirtschaft den besten Zugang zur potentiellen Kundschaft boten. Die Einigung unter den marktbeherrschenden Geräteherstellern hatte für die anfänglich sehr zahlreichen unabhängigen und oft nichtkommerziellen Radiostationen schwerwiegende Folgen: sie wurden in der Wirtschaftskrise der 30er Jahre rasch an den Rand gedrängt.

Auch wenn die Technologie die Programme nicht determiniert, so besitzt der technologische Entwicklungsprozess eine eigene Dynamik, der sich ökonomische und politische Interessen nur schwer entziehen können. So verlaufen technologische Entwicklungsprozesse meist *kumulativ*, d. h., die technischen Strukturen von Neuentwicklungen bauen auf den früheren auf und beziehen sich auf weitere Techniken: Technologien entwickeln sich von «einfachen Elemententechniken zu interdependenten Technosystemen», und mit jeder Festlegung wird die Entwicklungslogik zunehmend determinativ.[35] In der Praxis heisst das, dass nur anschlussfähige Erfindungen eine Realisierungschance haben, was Unternehmensentscheide stark vorstrukturiert. Die Entwicklungsgeschichte der Rundfunknetze belegt, wie bei Innovationen immer auf die bereits getätigten Investitionen Rücksicht genommen werden musste: v. a. bei den Kundengeräten liessen sich keine allzu abrupten Systemwechsel durchsetzen, weshalb neue Mediennetze (Kabel-

verteilung, neue Sendefrequenzbänder wie z. B. UKW, Satellit, PC-Anwendungen u. a.) häufig parallel entwickelt und eingeführt wurden.
Indem technische Strukturen einen starken Einfluss auf die Gestalt von Kommunikationsnetzen haben, greifen sie direkt in die gesellschaftlichen Strukturen ein. Der Soziologe Max Weber hat Anfang dieses Jahrhunderts eindrücklich beschrieben, wie die Technik als Motor der *Rationalisierung* des Lebens wirkt: vom arbeitsteiligen, kapitalistischen Industriebetrieb gehe eine Dynamik aus, die immer neue Lebensbereiche der «Rechenhaftigkeit», d. h. der Berechenbarkeit unterwerfe und somit rationalisierbar und technisierbar mache.[36] Schon lange hat diese Dynamik die Grenzen der Arbeitswelt überschritten und die Sphären der Privatheit und der Freizeit durchdrungen.
Das Auftreten des Radios als elektronisches Massenmedium bedeutete für die gesellschaftliche Kommunikation eine Zäsur und brachte eine neue Qualität der Verflechtung von Technik und Gesellschaft. Es war von der Form her zwar wie die Presse ein distributives Vermittlungsinstrument, zugleich aber «mitverursachendes und mitverursachtes Moment der gesellschaftlichen Dynamik» und in seiner ökonomischen Entwicklung und in seinem «politisch-sozialen Machtpotential bereits von grundlegend anderer Qualität» als die Presse.[37] Die erfolgreiche Umsetzung des Modells vom privaten Heimempfang kann gerade als Reaktion auf die Rationalisierung und Technisierung der Lebenswelt verstanden werden. Im Zuge der Industrialisierung und Urbanisierung entstand im ausgehenden 19. Jahrhundert eine hochmobile Lohnbevölkerung, die «ausgesprochen familiaristisch und häuslich-isolationistisch orientiert»[38] war: die Familie wurde als «private Sphäre» von Wirtschaft und Politik abgeschottet.[39] Dröge und Kopper deuten diesen «*Privatismus* des Proletariats und der anderen Unter- und Mittelschichten» als eine sowohl in Deutschland wie auch in Frankreich, England und in den USA beobachtbare «subjektiv adäquate Reaktions- und Verarbeitungsform der industriell induzierten sozialen Strukturveränderungen», bei der jedoch die direkten ausserhäuslichen Kontaktbedürfnisse latent unbefriedigt blieben.[40] Die «erzwungene Mobilität und ihre privatistische Reaktionsform» seien «kausalverursachend verantwortlich für die Zerschlagung der überkommenen informellen Kommunikationssysteme»; bei diesem Prozess habe sich eine Angleichung des Proletariats und des Bürgertums vollzogen: Mobilität und selbstgenügsame Privatisierung seien beide defensiv und entsozialisierend.[41] Diese soziale Dynamik habe die rasche Durchsetzung und Verbreitung des Radios als zentralisiertes Verteilmedium enorm begünstigt, erklären Dröge und Kopper: es ersetzte die im Zuge der um sich greifenden Rationalisierung immer weniger direkt realisierbaren (ausserhäuslichen) Kontaktbedürfnisse und befriedigte das Regenerationsbedürfnis der Arbeitskräfte. Damit war nach dem Ersten Weltkrieg unabhängig von den öko-

nomischen Interessen eine soziale Nutzungsdefinition für den Rundfunk potentiell vorhanden, ohne bereits als klar erkennbares Nachfragepotential aufzutreten. Tatsächlich setzte sich das Radio in der Schweiz besonders schnell in den grossen Arbeiterkreisen und unteren Mittelschichten Zürichs durch.[42]

Das Zeitalter aktiver staatlicher Kommunikationspolitik

Die USA spielten Anfang der 20er Jahre bei der kommerziellen Einführung des Radios als Massenmedium die Vorreiterrolle. Eine wichtige Voraussetzung dafür bildete die rasche Abkehr der Regierung von ihren kriegsbedingten Restriktionen gegenüber der zivilen Radiokommunikation: 1919 entschied sich Präsident Wilson gegen eine staatliche Dominanz und gab den Äther frei für private Rundfunkversuche.[43] Verlief die Entwicklung bis 1921 noch einigermassen ruhig – Ende Jahr waren erst gut zwei Dutzend Stationen auf Sendung, so brach 1922 das *radio fever* aus. In diesem Jahr eröffneten praktisch täglich neue Stationen und Ende Jahr existierten über 500.[44] Ökonomische Interessen prägten in den USA viel offensichtlicher als in Europa die Struktur des Rundfunks; das bedeutete aber keineswegs, dass die Entwicklung alleine der Marktdynamik überlassen wurde. Nach dem dynamischen Start, der bald zu einem dem Radioempfang abträglichen «Chaos im Äther» führte, folgten mehrere Jahre intensiver Suche nach allgemein verbindlichen Rahmenbedingungen für den Rundfunk. Die US-amerikanischen Behörden verzichteten zwar auf einen staatlichen Programmdienst, betrieben aber als Verwalter der knappen Sendefrequenzen eine aktive Radiopolitik, die jedoch in Programmfragen stets zurückhaltend war. Nach 1927 gelang es ihnen, die durch einen ruinösen Wettbewerb eingetretene Selbstbehinderung der Radiobranche zu beseitigen. Wie der oben dargestellte Streit zwischen der *radio group* und der *telephone group* in den USA illustriert, blieben trotz der klaren Dominanz ökonomischer Interessen verschiedene Programmkonzepte denkbar. Den langfristig strukturprägenden Grundsatzentscheid zugunsten der *radio group* fällten nicht Marktkräfte, sondern politisch kontrollierte juristische Behörden.[45] In Europa griffen die politischen Behörden meist viel offensichtlicher ein, und es entstanden vielerorts staatliche oder zumindest staatsnahe Radioorganisationen. Die Frage nach der gesellschaftlichen Verträglichkeit bzw. der *sozialen Vertretbarkeit* der Programme erfuhr in Europa eine starke Politisierung und wurde zum zentralen Bereich staatlicher Kommunikationspolitik. Entsprechend bietet die europäische Radiogeschichte zahlreiches Anschauungsmaterial für das Zusammenspiel von Politik und Rundfunk.

Wie lässt sich Kommunikationspolitik beurteilen? Der *demokratische Gehalt von*

Kommunikationsstrukturen gilt wenigstens für parlamentarisch regierte Staaten als zentrales Kriterium zur Beurteilung medienpolitischer Zielsetzungen. Er wird noch heute an den von der bürgerlichen Revolution geerbten Grundrechten gemessen, insbesondere an der Meinungsäusserungsfreiheit (Verbreiten von Informationen) und der Informationsfreiheit (Erwerb von Informationen). Diese ursprünglich auf das einzelne Individuum bezogenen Freiheiten können jedoch bei elektronischen Mediensystemen angesichts der technischen Komplexität kaum mehr als Individualrecht wahrgenommen werden. Anders als bei der Presse sind beim Rundfunk die Grenzen der Meinungsäusserungsfreiheit nicht nur ökonomisch sondern auch technisch bestimmt, etwa durch die relative Knappheit von Sendefrequenzen. Tatsächlich wurde in Europa das Problem der Zugangschancen früh diskutiert und als Argument gegen eine rein ökonomische Ausgestaltung des Radiokonsums verwendet. Die meisten europäischen Regierungen machten die Rundfunkpolitik zu einem äusserst aktiven Bereich staatlicher Kommunikationspolitik und begaben sich damit in Widerspruch zu jener Tradition des bürgerlichen Rechtsstaates, wonach sich der Staat aus der Meinungs- und Informationssphäre des Bürgers herauszuhalten hat.[46] Dieser Widerspruch lässt sich aus liberaler demokratischer Sicht dann legitimieren, wenn die Radiopolitik der Demokratisierung gesellschaftlicher Kommunikation dient. In den 30er Jahren setzte sich eine entsprechende Radiopolitik jedoch weder in Deutschland, Frankreich, Grossbritannien oder der Schweiz durch.

Als erste französische Privatstation ging Ende 1922 die Pariser Radiola auf Sendung und damit eine Woche früher als die British Broadcasting Company (BBC). Schon bald aber bremsten instabile politische Rahmenbedingungen die Dynamik in der französischen Radiobranche. Das politische System Frankreichs durchlief in der Zwischenkriegszeit eine ausgesprochen instabile Phase, so dass manches Rundfunkgesetz kaum richtig bekannt wurde, bevor es von der nachfolgenden Regierung bereits verändert wurde.[47] Bald wurden Privatstationen gefördert, bald verboten, bald beschloss eine Regierung den Bau staatlicher Sender, bald verweigerte das Parlament die dazu nötigen Kredite. Unter diesen kommunikationspolitisch instabilen Bedingungen verzögerte sich der Aufbau einer landesweiten Versorgung mit qualitativ guten Radioprogrammen, und entsprechend schleppend entwickelte sich auch der Radiokonsum.[48] Bot die französische Rundfunkstruktur Ende der 20er Jahre mit ihrem publizistischen Wettbewerb zwischen privaten und staatlichen Sendern ansatzweise pluralistische Mitwirkungsmöglichkeiten, so okkupierten die häufig wechselnden Regierungslager in den 30er Jahren das Radio zunehmend als zentralistisches Propagandainstrument für eigene Zwecke.

In der Schweiz entstand 1931 nach einem mehrjährigen Suchprozess die SRG als

öffentlich kontrollierte, aber nicht staatliche Monopolorganisation ohne institutionalisierte Mitsprachemöglichkeiten des Publikums. Der Bundesrat verpflichtete die SRG in der Konzession u. a. dazu, mit ihren Programmen «im Rahmen der Landesinteressen ideale Ziele» zu verfolgen und insbesondere die allgemeine Bildung zu fördern.[49] Entsprechend stark gewichtete die SRG Kultur- und Bildungsprogramme, während sie die aktuelle politische Berichterstattung auf Geheiss der Bundesbehörden weitgehend der bürgerlich dominierten Presse überlassen musste. Auch in der Schweiz wurde die Radiopolitik sehr früh unter dem Aspekt staatlicher Krisenregulierung betrieben. Obschon die Militärs Anfang der 20er Jahre eine zivile Nutzung nicht weiter blockieren konnten, prägte sicherheitspolitisches Denken auch weiterhin die Radiopolitik: Schon in der ersten Konzession des Zürcher Senders von 1924 mussten sich die Programmproduzenten dazu verpflichten, das nationale Wohl zu verfolgen und «im Geiste strikter Unparteilichkeit und Neutralität» zu arbeiten und keinesfalls Unruhe zu stiften weder im Innoch im Ausland.[50]

Die gesellschaftspolitische Funktion der SRG entsprach in wesentlichen Punkten jener der BBC. Der britische Rundfunk hatte sich nach dem Generalstreik 1926 unter der Leitung von Direktor John Charles Reith (1889–1971) als *Public service* ganz in den Dienst nationaler Identität gestellt und bevorzugte eine vereinheitlichte Kontrolle der Programme gegenüber regionalen Einflüssen und Initiativen. Von einer demokratischen, auf die Hörerwünsche ausgerichteten Programmgestaltung *(cultural democracy)* hielt Reith nicht viel. Man müsse den Leuten das bieten, was sie bräuchten, nicht was sie wollten, erklärte er, und dabei sei es der kleinere Fehler, die Fähigkeiten des Publikums einmal zu überschätzen als zu unterschätzen.[51] Damit grenzte er sich bewusst von der in den USA dominierenden Programmphilosophie ab, wonach das Radio als Massenmedium nur erfolgreich sein könne, wenn es *cultural democracy* pflege und die Programmwünsche der Mehrheit erfülle. Bei der BBC waren Vertreter der *professionellen Elite*[52] tonangebend, die gleichzeitig nationale Identität und gesellschaftliche Mobilität fördern und zu diesem Zweck das Radio treuhänderisch als Volksbildungs- und Erziehungsinstrument führen wollten. Ihnen ging es gerade nicht um die Verteidigung alter Privilegien, sondern um eine Nivellierung der Gesellschaft auf einer möglichst hohen Stufe. Die Vision dieser stark in der Mittelschicht verankerten professionellen Elite basierte auf einem umfassenden Fortschrittsglauben. Der britische Publizist John Boynton Priestley (1894–1984) beschrieb 1933 in seiner «English Journey»,[53] wie ein neues auf Mobilität und Wohlstand fussendes England auftauche, das so nahe an eine klassenlose Gesellschaft herankomme wie noch nie. Der endgültige Durchbruch der neuen Gesellschaft sei v. a. eine Frage umfassender Massenproduktion, welche den Zugang zu Gütern und Dienstlei-

stungen verbillige und demokratisiere. Das Bild von einer zufriedenen Massenkonsumgesellschaft besass im gesellschaftspolitisch instabilen Europa einen hohen utopischen Gehalt und bot sich als Programmatik zur Überwindung sozialer Unrast an.

Das Radio müsse der Krisenbewältigung dienen, lautete 1923 die Hauptbotschaft in Hans Bredows Ansprache anlässlich der Eröffnung des Deutschen Rundfunks: «In schwerster wirtschaftlicher Not und politischer Bedrängnis wird der Rundfunk für die Öffentlichkeit freigegeben. Nicht länger soll er ausschliesslich wirtschaftlichen Zwecken dienen, sondern es soll der Versuch gemacht werden, diesen Kulturfortschritt zu benutzen, um dem deutschen Volk etwas Anregung und Freude in das Leben zu bringen. […] Das deutsche Volk ist wirtschaftlich verarmt. Es ist nicht zu bestreiten, dass die geistige Verarmung Fortschritte macht. […] Erholung, Unterhaltung und Abwechslung lenken den Geist von den schweren Sorgen des Alltags ab, erfrischen und steigern die Arbeitsfreude, […] ein freudloses Volk wird arbeitsunlustig. Hier setzt die Aufgabe des Rundfunks ein, und wenn es auf diese Weise gelingen sollte, allen Schichten der Bevölkerung künstlerisch und geistig hochstehende Vorträge aller Art zu Gehör zu bringen, wenn gleichzeitig der Industrie ein neues Tätigkeitsfeld eröffnet und damit neue Arbeitsmöglichkeiten geschaffen werden, dann wirkt der Rundfunk aufbauend, und das deutsche Volk hat ein Recht auf ihn.»[54]

Der Rundfunk wurde und wird als Massenmedium vielfach zur Stabilisierung bürgerlicher Gesellschaften eingesetzt. In den zeitgenössischen Quellen war zwar häufig von demokratisierenden Aufgaben und Funktionen des Radios die Rede, aber diese wurden kaum auf die Kommunikationsstrukturen selber bezogen: das Radio setzte sich als zentralisiertes, bezüglich den Zugangschancen zur Programmproduktion selten demokratisches Verteilmedium durch. Zwangsläufig war der massenhafte Programmkonsum an eine Nivellierung von Interessen gebunden. Wie die Programmpolitik der BBC und der SRG beispielhaft zeigen, ging es schwergewichtig um die *Verallgemeinerung «bürgerlicher» Errungenschaften*. Diese Zielsetzung bürgerlicher Politik war keine neue: Schon im 19. Jahrhundert rechtfertigten die bürgerlichen Kräfte den Universalitätsanspruch ihrer Politik mit dem Ziel, eine «Verallgemeinerung ihrer eigenen Existenzgrundlage» zu erreichen.[55] Mit diesem schwer und nur schrittweise einlösbaren Versprechen provozierten sie jedoch schliesslich Fraktionierungen, die sich bei den Massenmedien im Entstehen der Gesinnungspresse niederschlugen. Der publizistisch ausgetragene Kultur- und Klassenkampf torpedierte den Abstraktions- und Verallgemeinerungsprozess bürgerlicher Interessen. Die auf Verallgemeinerung bzw. Nivellierung ausgerichtete Radiopolitik kann als Reaktion auf die gesellschaftlich fraktionierende Gesinnungspresse gedeutet werden. Tatsächlich verwendeten die

Regierenden vielfach den Rundfunk als Sprachrohr und propagierten die bürgerliche Politik als «Garanten des allgemeinen Interesses gegenüber den Partial-, Fraktions- und schliesslich antagonistischen Klasseninteressen». Das Konzept der *Geistigen Landesverteidigung* in der Schweiz lässt sich genau in diesem Sinne interpretieren: im Namen des Systemerhaltes wurde eine «Abstimmung von politischem und publizistischem System» angestrebt.[56] Beim bürgerlich beherrschten Monopolradio konnte diese Politik weitgehend umgesetzt werden: Medienfähig blieb demnach nur das Verallgemeinerbare, andere Themen wurden negativ ausselektioniert und dem Konsumprozess entzogen. Dröge und Kopper vermerken kritisch, den Medien sei damit die Aufgabe zugekommen, eine «Demokratiefiktion» zu vermitteln, «wonach es in der Heterogenität der Privatbestrebungen eine Substanz legitim verallgemeinerbarer Interessen gebe, die das Allgemeininteresse einer ‹bürgerlichen Gesellschaft› verkörperten».[57] So war die auf Nivellierung ausgerichtete Radiopolitik undemokratisch, da sie missliebige, konfliktträchtige Alternativen zur bürgerlichen Politik und Kultur ausblendete und leugnete. Sie hatte nur insofern einen demokratischen Gehalt, als sie den Zugang zu gewissen bürgerlichen Kultur- und Wissensbeständen entprivilegierte. Auf materieller Ebene symbolisierte und bewies der Massenkonsum von Radiogeräten die nivellierende Wirkung des neuen Massenmediums.

Die Ambivalenz der Massengesellschaft

In der Zwischenkriegszeit provozierten die Bestrebungen, die bürgerliche Gesellschaft durch Verallgemeinerung ihrer Werte und Interessen zu stabilisieren, einen heftig und gegensätzlich geführten Diskurs über *Massengesellschaft* und *Massenkultur*: «Masse» wurde zu einem Schlüsselbegriff und diente als Projektionsfläche für unterschiedlichste Wahrnehmungen und Phantasien.[58] Dabei lagen Gefühle der Bedrohung und Heilserwartungen oft nahe beisammen. Den Hoffnungen auf Demokratisierung standen der Verlust des Individuellen in der Grossstadt, die Bürokratisierung der Industriebetriebe und des Staates und andere Tendenzen der Uniformierung des Alltags gegenüber.[59] Die zeitgenössische Literatur und Kunst problematisierte die Industriegesellschaft und die Massenkultur vielfach unter dem Aspekt des Individualitätsverlustes.[60] Die Kritik an der Massenkultur hatte in bürgerlichen Kreisen bereits eine längere Tradition. Norbert Elias[61] hat eindrücklich beschrieben, wie sich im deutschen Bürgertum seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts ein idealisierter Kulturbegriff verbreitete: Kultur galt als elitäre Gegenwelt zu den Realitäten der Industrialisierung und des modernen Lebens. Dementsprechend gehörten die «Objekte der industriellen Massenkultur zur tech-

nischen Zivilisation» und waren zumindest suspekt. In der Zwischenkriegszeit machte sich Skepsis gegenüber dem heraufziehenden «Massenzeitalter» sowohl in demokratischen, liberalen wie auch in konservativen Kreisen breit; laut wurde die Frage diskutiert, ob die Demokratie bei den sich wandelnden Verhältnissen überhaupt noch praktizierbar sei.[62] Gleichzeitig erwuchs der Demokratie radikale Feindschaft aus kulturpessimistischen und bisweilen apokalyptischen Kritikern, die besonders beim deutsch-nationalen Bürgertum[63] und im Gesinnungsfeld der Action Française[64] Anhänger fanden.

In den 20er Jahren begann auch in linken Kreisen eine kritische intellektuelle Debatte über die «Massenkultur». Einzelne Autoren der Frankfurter Schule suchten eine differenzierte Auseinandersetzung mit der kommerzialisierten Massenkultur. Heute noch richtungweisend sind v. a. die Arbeiten von Max Horkheimer und Theodor Adorno, die in ihrem Werk «Die Dialektik der Aufklärung»[65] den Begriff der *Kulturindustrie* einführten. Dieser Begriff erschien ihnen adäquat für die seit den 20er Jahren zunehmende Industrialisierung der Kulturproduktion und -vermarktung. Der Ausdruck Industrie sei nicht wörtlich zu nehmen, erklärte später Adorno, er beziehe sich auf die «Standardisierung der Sache selbst […] und auf die Rationalisierung der Verbreitungstechniken, nicht aber streng auf den Produktionsvorgang».[66] In den Textentwürfen sei ursprünglich von Massenkultur die Rede gewesen, aber das habe das Missverständnis nahegelegt, «dass es sich um etwas wie spontan aus den Massen selbst aufsteigende Kultur handele, um die gegenwärtige Gestalt von Volkskunst».[67] Das Wort Massenmedien, das sich für die Kulturindustrie eingeschliffen habe, verschiebe bereits den Akzent ins Harmlose: «Weder geht es um die Massen an erster Stelle, noch um die Techniken der Kommunikation als solche, sondern um den Geist, der ihnen eingeblasen wird, die Stimme ihres Herrn.»[68] Die Autoren der Frankfurter Schule sahen sich rasch dem Vorwurf elitärer Perspektivenverengung konfrontiert. Umberto Eco, der Adorno aus Gesprächen kannte, thematisierte Anfang der 60er Jahre die kommerzielle Massenproduktion von Kulturobjekten erneut und trat für ein unelitäres Kulturverständnis ein. Er betonte den demokratischen Impetus der Kulturindustrie: viele Kulturobjekte seien erst durch die Massenproduktion auch unterprivilegierten Schichten zugänglich geworden. Zwei Jahrzehnte später beschrieb Eco im Vorwort zur deutschen Ausgabe seiner Aufsatzsammlung: «Apocalittici e integrati»,[69] wie schwierig damals die Auseinandersetzung gewesen sei: «Einerseits war ich konfrontiert mit den Autoren der ‹Frankfurter Schule›, die […] uns das Modell eines Intellektuellen vor Augen führten, der auf die Vulgarität der industriellen Welt mit entschiedener Ablehnung antwortete; andererseits mit vielen amerikanischen Soziologen, welche die Merkmale und Wirkungen der Massenkultur studierten, ohne ideologische Zweifel anzumelden – sie akzeptierten die Welt,

wie sie war.»[70] Er habe versucht, eine «mittlere» Lösung zu finden und habe zu politischem und kulturellem Handeln innerhalb der Kulturindustrie angeregt. Dafür sei er des «Reformismus» und des übermässigen Optimismus bezichtigt worden.

Die hier nur bruchstückhaft aufgezeigte Debatte über die Massenmedien ist noch keineswegs ausgestanden und neue Entwicklungen harren ihrer kritischen Analyse. Moderne Medien wie z. B. das Internet besitzen ein grosses Demokratisierungspotential, geben sie doch einer kaum begrenzbaren Anzahl von Menschen die Möglichkeit, Botschaften «an alle» zu übermitteln und interaktiv zu kommunizieren. Die symbolische Bedeutung der Integration in dieses System scheint vorerst genug gross zu sein, um den Mangel an ökonomischem Gewinn zu kompensieren. Nur, wenn alle alle erreichen können, dann sind auch die Gewinnchancen grundsätzlich gleich verteilt; für die Werbewirtschaft sind da zentralistische Verteilmedien wie der Rundfunk vorerst attraktiver, denn hier erreichen nur wenige alle. Tatsächlich wird das Problem der Aufmerksamkeitslenkung beim Internet zügig angegangen: Es werden Filter und Plattformen geschaffen und angeboten, welche die Kommunikation steuerbarer machen. Damit droht eine Trendwende bei der Zugänglichkeit der Kommunikationsnetze: neue Hürden statt Demokratisierung. Diese Entwicklung kennen wir bereits aus der Radiogeschichte: Der Radiokonsum ist, unabhängig von den daran geknüpften ökonomischen Interessen, gesellschaftsbildend; er führt jedoch nur im Zusammenspiel mit einer entsprechenden Kommunikationspolitik zu einer Demokratisierung gesellschaftlicher Kommunikation.

Anmerkungen

1 *Lenin über den Rundfunk*, Moskau 1973, 31 f.; *Beiträge zur Geschichte des Rundfunks* 4(1973), Berlin (DDR), 8. Zit. nach: Erwin Reiss und Siegfried Zielinski, «Internationaler Medienzusammenhang», in: *Argument-Sonderband* 10 (1976), Berlin (BRD), 170.

2 Vladmir Yaroshenko, «Broadcasting in Russia», in: William McCavitt (Hg.), *Broadcasting around the World*, Blue Ridge Summit 1981, 52 f.; Paul Roth, «Massenmedien in der Sowjetunion. Presse, Rundfunk und Fernsehen», in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Beilage zu *Das Parlament* 52 (1971), 32.

3 Philo Wasburn, *Broadcasting Propaganda. International Radio Broadcasting and the Construction of Political Reality*, Westport 1992, 2 f.

4 Wenn nicht anders vermerkt, sind die Informationen aus meinem bis Herbst 1997 laufenden Dissertationsprojekt, in dem ich die Entstehung des Radios in der Schweiz und in vier weiteren westlichen Industriestaaten darstelle: Edzard Schade, *Der Anfang der Radiopolitik in der Schweiz im internationalen Vergleich.*

5 Die Übersetzung von *public service* in *öffentlicher Dienst* ist verfänglich, wird doch damit

in Deutschland ein staatlicher Dienst assoziiert. Die Aufsicht der BBC wurde gezielt so gestaltet, dass sie durch die Öffentlichkeit, aber möglichst wenig durch den Staat erfolgte. Der Public service sollte der breiten Öffentlichkeit dienen, nicht partikulären wirtschaftlichen Interessen. Edzard Schade, *Der Anfang der Radiopolitik in der Schweiz im internationalen Vergleich.*

6 1912 beschloss die internationale Radiokonferenz in London, den Begriff «drahtlos» (englisch: *wireless)* durch «Radio» zu ersetzen. Tatsächlich ist dieser Begriff heute international eingeführt.

7 Begriffsdefinition gemäss: *Brockhaus Enzyklopädie. In zwanzig Bänden*, Wiesbaden 1972.

8 Dazu gehören auch alle Formen des Leasings und der Ratenzahlung.

9 Edzard Schade, *Vom militärischen Geheimfunk zum Rundspruch für alle. Die Anfänge schweizerischer Radiopolitik bis zur Gründung der Schweizerischen Rundspruch-Gesellschaft (SRG) 1905–1931*, Lizentiat Uni Zürich 1993, 13.

10 Anfang der 30er Jahre entstanden in der Schweiz neben dem Telephonrundspruch der PTT auch private Kabelgesellschaften, so die Rediffusion AG und die Allgemeine Radibus AG. Siehe: Generaldirektion PTT (Hg.), *Hundert Jahre elektrisches Nachrichtenwesen in der Schweiz 1852–1952, Bd. III*, Bern 1962, 342 f.; Schweizerische Rundspruch-Gesellschaft, *Erster Jahresbericht*, Bern 1932, 34 f. Der Telephonrundspruch wird Ende 1997 aus technischen und ökonomischen Überlegungen eingestellt werden.

11 Schweizerischer Rundspruchdienst (Hg.), *10 Jahre Schweizer Rundspruch*, Bern 1941, 45 f.

12 Beim Entstehen der ersten Stationen war dieser Zusammenhang auch ohne Publikumsforschung einfach ersichtlich: nur dort, wo Programmgesellschaften erfolgreich Sendungen veranstalteten, wuchs das Interesse am Radiokonsum rasch.

13 Edzard Schade, *Der Anfang der Radiopolitik in der Schweiz im internationalen Vergleich.*

14 Grant McCracken, *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Bloomington 1988, XI.

15 Niklas Luhmann, *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Frankfurt a. M. 1984.

16 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess. Zur Struktur innerer Errungenschaften der bürgerlichen Gesellschaft*, Opladen 1991, 130.

17 Hier folge ich der Begriffsbildung von Hansjörg Siegenthaler: «Er definiert *Struktur* als *Gesamtheit aller institutionellen und kognitiven Regelsysteme*, die den Menschen bei seinem Denken und Handeln anleiten. Institutionelle Regelsysteme bzw. *Institutionen* werden verstanden als gesellschaftlich sanktionierte oder internalisierte Gebots- und Verbotsnormen […]. *Kognitive Regelsysteme* bestehen aus Regeln, gemäss denen Informationen ausgewählt, beurteilt und interpretiert werden können.» Siehe: Edzard Schade, «Radio und Föderalismus in der Schweiz. Radiogeschichte als Strukturgeschichte», in: Theo Mäusli (Hg.), *Schallwellen. Zur Sozialgeschichte des Radios*, Zürich 1996, 88 f.

18 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess*, 96.

19 Ebd., 130.

20 Christopher Sterling und John Kittross, *Stay tuned. A concise history of American Broadcasting*, Belmont 1990, 28.

21 James Wood, *History of international broadcasting*, London 1992, 12.

22 Edzard Schade, *Vom militärischen Geheimfunk*, 22 f.

23 Christopher Sterling und John Kittross, *Stay tuned*, 587.

24 Christian Brochand, *Histoire Générale de la Radio et de la Télévision en France, t. I:*

1921–1944, Paris 1994, 71; Martin Meise, *Die Entwicklung des französischen Fernsehens vom Staatsmonopol zum dualen System. Eine Untersuchung des Wandels institutioneller Rahmenbedingungen und ökonomischer Strukturen*, Frankfurt a. M. 1995, 9.

25 Edzard Schade, *Vom militärischen Geheimfunk*, 168 f.; Chup Friemert, «Radiowelten. Objektgeschichte und Hörformen», in: Wolfgang Ruppert (Hg.), *Chiffren des Alltags. Erkundungen zur Geschichte der industriellen Massenkultur*, Marburg 1993, 86 f.

26 Chup Friemert, «Radiowelten», 65 f.

27 Ebd., 71 f.

28 Jean Baudrillard, *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Saint-Amand 1996, 149 f.

29 Zit. nach: Dieter Wöhrle, *Bertold Brechts medienästhetische Versuche*, Köln 1988, 47.

30 Zit. nach: Ebd., 49 f.

31 Philo Wasburn, *Broadcasting Propaganda*; Claude Schubiger, *La guerre des ondes*, Lausanne 1942.

32 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess*, 87.

33 Edzard Schade, *Der Anfang der Radiopolitik in der Schweiz im internationalen Vergleich*.

34 Zit. nach: Patrice Flichy, *Tele. Geschichte der modernen Kommunikation*, Frankfurt a. M. 1994, 186.

35 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess*, 22.

36 Max Weber, *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie, Bd. 1*, Tübingen 1922, 4–10.

37 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess*, 137.

38 Ebd., 61.

39 Gisela Dörr, *Der technisierte Rückzug ins Private. Zum Wandel der Hausarbeit,* Frankfurt a. M. 1996, 35 f.

40 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess*, 61.

41 Ebd.

42 Edzard Schade, *Vom militärischen Geheimfunk*, 112.

43 Peter Lewis und Jerry Booth, *The Invisible Medium. Public, Commercial and Community Radio*, Washington D. C. 1990, 21.

44 Christopher Sterling und John Kittross, *Stay tuned*, 62 f.

45 Ebd., 67 f.

46 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Der Medien-Prozess*, 115 f.

47 Johannes Georg Müller, *Staats- und Parteieinfluss auf die Rundfunkanstalten in Frankreich und Deutschland. Eine vergleichende Analyse*, Frankfurt a. M. 1987, 34 f.

48 Schweizerische Rundspruch-Gesellschaft (Hg.), *Vierter Jahresbericht über das Geschäftsjahr 1934*, Bern 1935, Tabelle IV. Edzard Schade, Dissertation.

49 Edzard Schade, *Vom militärischen Geheimfunk*, 208 f.

50 Ebd., 94.

51 Asa Briggs, *The History of Broadcasting in the United Kingdom, vol. 1: The Birth of Broadcasting*, London 1961, 238.

52 Harold Perkin, *The Rise of Professional Society. England since 1880,* London 1989, 266 f.

53 John Boynton Priestley, *English Journey*, 1934, 300 f.

54 Hans Bredow, «Geleitwort zur Eröffnung des Rundfunks», in: *Der Deutsche Rundfunk* 1 (1923), 1, zit. nach: August Soppe, «Die Einführung des Rundfunks in Deutschland», in: *Argument-Sonderband* 10 (1976), 133.

55 Franz Dröge und Gerd Kopper, *Medien-Prozess*, 101.

56 Ebd., 103–105.

57 Ebd., 101.
58 Helmut König, *Zivilisation und Leidenschaften. Die Masse im bürgerlichen Zeitalter*, Reinbek 1992, 14–19.
59 Wolfgang Rupert, «Zur Geschichte der industriellen Massenkultur. Überlegungen zur Begründung eines Forschungsansatzes», in: Wolfgang Rupert (Hg.), *Chiffren des Alltags*, 17 f.
60 Ein Beispiel differenzierter Auseinandersetzung bietet Robert Musils (1880–1942) Roman «Der Mann ohne Eigenschaften», dessen erster Band 1930 erschien. Robert Musil, *Der Mann ohne Eigenschaften*, Reinbek 1952.
61 Norbert Elias, *Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychologische Untersuchungen*, 2 Bde., Frankfurt a. M. 1976, (Erstausgabe 1939).
62 Hans Fenske et al. (Hg.), *Geschichte der politischen Ideen. Von der Antike bis zur Gegenwart*, Frankfurt a. M 1996, 503.
63 Exemplarisch für diese Kritik an der modernen, technisch geprägten Zivilisation ist das 1928/29 in 2 Bänden erschienene Werk Oswald Spenglers (1880–1936) «Untergang des Abendlandes».
64 Hans Fenske et al. (Hg.), *Geschichte der politischen Ideen. Von der Antike bis zur Gegenwart*, Frankfurt a. M. 1996, 519 f.
65 Max Horkheimer und Theodor Adorno, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt a. M. 1989, 128 f.
66 Theodor Adorno, «Résumé über Kulturindustrie», in: Theodor Adorno, *Ohne Leitbild*, Frankfurt a. M. 1967, 60–69.
67 Ebd.
68 Ebd., 60.
69 Umberto Eco, *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*, Frankfurt a. M. 1984, 11 f.
70 Umberto Eco, *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*, Frankfurt a. M. 1984.