Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur

Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte

Band: 51 (1971-1972)

Heft: 9: Wer informiert wen worüber zu welchem Zweck?

Artikel: Bessere Information für ein besseres Publikum? : Kommunikationspolitische Erwägungen zum schweizerischen Informationswesen

Autor: Saxer, Ulrich

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-162664

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: 12.07.2025

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

Die Alternative dazu wäre darin zu erblicken, dass die Organisationen der Journalisten in verstärktem Mass selber zum Rechten sehen, wie das der Verein der Schweizer Presse mit seinen Bemühungen um die Einführung eines Ehrenkodexes und eines Presserates anstrebt. Als Krux solcher Vereinsmassnahmen erweist sich in allen Ländern, in denen sie schon bestehen, dass mit der wachsenden Macht der Massenkommunikationsmittel in der modernen Industriegesellschaft auch «die Kritik von Publizisten an Publizisten letztlich abnimmt, ihre berufliche Solidarität wächst und dementsprechend ihre Unangreifbarkeit als Funktionsgruppe» (Ulrich Saxer). Es bleibt trotzdem zu hoffen, dass die nun auch vom VSP nicht verfrüht an die Hand genommene Selbstkontrolle, welche im Prinzip die der freien Presse gemässe Überwachungsform ist, bald sichtbare Ergebnisse zeitigt.

ULRICH SAXER

Bessere Information für ein besseres Publikum?

Kommunikationspolitische Erwägungen zum schweizerischen Informationswesen

So wie allenthalben vermögen auch in der Schweiz die Bemühungen um die gesellschaftliche Gestaltung des Massenkommunikationssektors mit den Neuerungen der Kommunikationstechnik nicht Schritt zu halten. Die vielleicht «vollverkabelte» Gesellschaft von morgen[1] behilft sich mit Rechtsnormen[2] und Organisationsformen von gestern. Die angeblich «informierte» Gesellschaft wiederum verrät mit ihrem Gerede von «Manipulation» bzw. «Meinungsfreiheit» stets aufs neue eine gewisse Ratlosigkeit und Unwissenheit hinsichtlich der publizistischen Information. Das Missverhältnis zwischen dem Überangebot an solcher und dem tatsächlichen Wissensstand des Publikums schliesslich, z. B. in politischen Belangen, belegt jede entsprechende demoskopische Untersuchung[3].

Aus diesem Sachverhalt lassen sich drei Ausgangsthesen für die folgenden kommunikationspolitischen Überlegungen zum Informationswesen in der Demokratie, insbesondere in der Schweiz, gewinnen:

1. Die kommunikationspolitische Diskussion ist in mancher Hinsicht sachfremd und ideologisiert.
2. Die publizistische Kommunikation gesellschaftlich befriedigend zu regeln, bereitet erhebliche Schwierigkeiten.
3. Das Informationswesen funktioniert nicht optimal.

Einem publizistikwissenschaftlichen Beitrag muss es da in erster Linie einmal darum gehen, die Qualität dieser Diskussion zu verbessern. Es soll daher zuerst versucht werden, die Möglichkeiten demokratischer bzw. schweizerischer Kommunikationspolitik grundsätzlich zu bestimmen. These 2 ruft ja sofort der Frage, inwieweit die Strukturen der demokratischen Industriegesellschaften ein besseres Funktionieren der publizistischen Information überhaupt zulassen. Strukturelle Reformen, z. B. «ein besseres Publikum» lassen sich denn auch nur auf diesem Hintergrund diskutieren und sind ihrerseits wieder Voraussetzung dafür, dass die unter «Information», im Zusammenhang mit These 3, zugleich erwogenen organisatorischen Verbesserungen sich auf die Qualität der publizistischen Informationsprozesse auch tatsächlich erheblich auswirken.

Kommunikationspolitik

Kommunikationssektor

Zwischen der modernen Publizistik und den demokratischen Gesellschaften, in denen sie wirkt, besteht ein sehr komplexes Interaktionsverhältnis. Die in diesen Gesellschaften dominierenden Interessen und Bedürfnisse bestimmen also letztlich die Gestalt der Publizistik; diese formt aber ihrerseits auch wieder jene. Wer das Funktionieren der Massenmedien beanstandet, tadelt mithin auch die betreffenden Demokratien, die das Kommunikationswesen so unzulänglich institutionalisiert haben. Kritik, die sich nur gegen die Publizisten und ihre Institutionen richtet, verkennt mit andern Worten den elementaren systematischen Zusammenhang, in den die Publizistik einbezogen ist, und ermangelt dementsprechend des sachlichen Fundaments.

Ebenso verhält es sich mit jeglicher nationaler Kommunikationspolitik. Nationale Kommunikationssysteme sind immer dichter und unlösbarer mit internationalen verwoben. Missverhältnisse in diesem internationalen Zusammenhang, massgeblich etwa dasjenige zwischen totalitär bzw. autoritär kontrollierten und politisch relativ freien bzw. kommerziell kontrollierten publizistischen Diensten oder die Benachteiligung der Entwicklungsländer durch die internationale publizistische Infrastruktur, beeinträchtigen infolge

dieser Abhängigkeit zwangsläufig die Qualität der jeweils national gebotenen Auslandsberichterstattung. Der Spielraum nationaler Kommunikationspolitik ist also in dieser wie in manch anderer Hinsicht recht eng.

Die Alternative: den Ersatz der internationalen Zulieferungen durch publizistische Eigenproduktion, mittels eigener Korrespondentennetze z. B., lassen ja die personellen und wirtschaftlichen Ressourcen einer Gesellschaft wie der schweizerischen nur in sehr beschränktem Umfang zu, ganz abgesehen davon, dass damit noch keine Qualitätsgarantie gegeben wäre. Die Auslandsinformation in der Demokratie kann unter diesen Umständen kaum, und schon gar nicht von Aussenstehenden, sinnvoll normiert oder auch nur adäquat kritisiert werden, da über die Glaubwürdigkeit ausländischer Quellen oder die Relevanz internationaler Entwicklungen noch am ehesten der publizistische Sachverstand einigermassen kompetent befinden kann.

Gerade bei der Auslandsinformation darf zudem nicht vergessen werden, dass demokratische Publizistik zu einem wesentlichen Teil nur durch die Verrechnung redaktioneller Leistungen mit Werbeeinnahmen in der heutigen Vielfalt ermöglicht wird. Dem publizistischen Aufwand für die Auslandsinformation und für die Information überhaupt sind also auch durch diesen gängigen Institutionalisierungsmodus der Publizistik in den modernen Demokratien Grenzen gesetzt. Dieser sichert ja die überaus preiswerte Versorgung des Publikums mit Redaktionsleistungen des sehr kostspieligen publizistischen Apparats dadurch, dass dieser das Publikum zugleich als Kundschaft an Inserenten vermittelt. Die Notwendigkeit der Publikumsmaximierung bzw. der publizistischen Gefälligkeitsproduktion und ein gewisser Einfluss der Inserenten auf den publizistischen Apparat sind, zumindest in bestimmtem Mass, für diesen Institutionalisierungsmodus ebenso charakteristisch wie die Abneigung des Publikums, redaktionelle und zumal Informationsleistungen gemäss ihren tatsächlichen Gestehungskosten zu bezahlen.

In diesem problematischen, aber international überaus häufigen Institutionalisierungstyp spiegelt sich freilich bloss der allgemeine Umstand, dass eben im Kommunikationssektor zugleich das politische, das wirtschaftliche und das kulturelle System der demokratischen Gesellschaft spannungsvoll interagieren. Kommunikationspolitische Forderungen von Parteien, Unternehmern und Kirchen oder Bildungsinstitutionen verraten denn auch regelmässig ihre Bindung an ihr jeweiliges Herkunftssystem und werden dementsprechend dem Gesamtzusammenhang von Publizistik zu wenig gerecht. Verstaatlichungs- und andere extreme Kontrollideen marxistischer Observanz postulieren z. B. einen Vorrang des politischen Systems und eine Politisierung der Publizistik[4], die weder den gegenwärtigen gesellschaftli-

chen Verhältnissen in der Schweiz noch den vielfältigen Funktionsmöglichkeiten der Publizistik entsprechen.

Publizistik, ihrem funktionalen Potential nach, kann ja nicht nur die Umwelt überwachen und Meinungen und Einstellungen formen helfen, sie kann auch, durch Tradierung des kulturellen Erbes, bilden und nicht zuletzt, als unterhaltende, psychisch entlasten. Diese Funktionsvielfalt[5]: Information, Korrelation, Tradition und Gratifikation vermag indes der Kommunikationssektor nur entsprechend den tatsächlichen Bedürfnissen der Gesellschaftsmitglieder zu realisieren, wenn er auf den gesamtgesellschaftlichen Prozess, und nicht etwa bloss auf den politischen, ausgerichtet ist. Dabei dürfte überdies ein System, das sich weitgehend selber steuert, viel eher als ein juristisch streng durchnormiertes oder sonst rigoros kontrolliertes flexibel genug sein, diesen gesamtgesellschaftlichen Prozess bedürfnisgerecht zu verfolgen und publizistisch abzudecken[6]. Zwischen publizistischer Effizienz und demokratischen Kontrollbedürfnissen gegenüber der Publizistik bestehen also ähnliche Antinomien wie zwischen den drei genannten Systemen, die im Kommunikationssektor aufeinander treffen. Kommunikationspolitische Normierungsversuche müssen daher um der Funktionstüchtigkeit des Kommunikationswesens, um der publizistischen Kreativität willen auf jeden Fall behutsam und zurückhaltend in die Wege geleitet werden.

In den unterschiedlichen Institutionalisierungsweisen von Presse bzw. Radio und Fernsehen, nämlich privatwirtschaftliche bzw. halbstaatliche, liberalistische bzw. demokratisch kontrollierte Regelung, wiederholt sich z. B. im Guten wie im Bösen das für die schweizerische Gesellschaft wohl überhaupt charakteristische prekäre Gleichgewicht zwischen politischem, kulturellem und wirtschaftlichem System. Insofern sollte diese Gesamtregelung des Kommunikationssektors als einigermassen systemgerechte dessen Funktionstüchtigkeit nicht behindern. Die dürftige rechtliche Basis der SRG wiederum entspricht sogar der eben geforderten juristischen Zurückhaltung, zeitigt aber anderseits freilich eine schon hier und dort kreativitätshemmende publizistische Selbstzensur, die ein stärkerer Schutz der Publizisten wahrscheinlich vermindern könnte[7].

Trotzdem lässt diese Gesamtregelung, soweit erkennbar, zumindest eine einigermassen ausgewogene Erfüllung der vier erwähnten publizistischen Hauptfunktionen zu. Das kommunikationspolitische Interesse könnte sich dementsprechend darauf konzentrieren, wie diese Funktionen im einzelnen zu optimieren seien. Damit soll zugleich mit aller Deutlichkeit gesagt sein, dass die Information, um die es ja in diesem Beitrag geht, nur als eine publizistische Funktion unter andern, aber nicht auf deren Kosten zu fördern ist. In einer Industriegesellschaft, deren Härten die Bedürfnisse nach

psychischer Gratifikation übermächtig anwachsen lassen, z. B. ständig das publizistische Unterhaltungsangebot politisieren, in Lehrstoff verwandeln zu wollen oder ganz einfach zu verdammen, bezeugt einen in jeder Hinsicht systemwidrigen Moralismus[8].

Kommunikationsprozess

Die kommunikationspolitische Optimierung der vier publizistischen Grundfunktionen stösst allerdings auf die Schwierigkeit, dass die Massenmedien widersprüchlichste Interessen und Bedürfnisse aktivieren. Ihrer Funktionsvielfalt entspricht die Pluralität der Kommunikanten, der am Kommunikationsprozess Beteiligten. Drei Gruppen sind hier von besonderer Bedeutung, nämlich diejenige der Publizierten, diejenige der Publizisten und als dritte das Publikum. Die ersteren: Behörden, Gruppenrepräsentanten und andere gesellschaftsgestaltende Kräfte haben ein Recht auf angemessene Aufmerksamkeit der Publizisten, die ihrerseits wieder Arbeitsbedingungen verlangen dürfen, welche die optimale Erfüllung dieser vier Funktionen tatsächlich zulassen. Das Publikum schliesslich erwartet zu Recht die Befriedigung seiner individuellen, gruppenhaften und gesamtgesellschaftlichen Bedürfnisse nach publizistischer Kommunikation. Einer demokratischen Kommunikationspolitik, die sich wie üblich an den Idealen der Gleichberechtigung und des Gemeinwohls orientiert, obliegt es da offenbar, den Ansprüchen dieser drei Gruppen soweit Nachachtung zu verschaffen, als sie der Optimierung der Kommunikationsfunktionen in einer Demokratie dienlich sind.

Hinsichtlich des politischen Systems der direkten Demokratie scheint dabei eine Kombination von Informations- und Korrelationsfunktion für dessen Bestand besonders erheblich zu sein. Wie jedes System bedarf ja die direkte Demokratie einer gewissen Lernfähigkeit, die ihr die ständige Anpassung an die Umweltveränderungen gestattet. Und ebenso kann das einzelne Gesellschaftsmitglied seine politischen Rechte nur wahrnehmen und seinen Gestaltungsbeitrag an das politische Ganze bloss leisten, wenn die Massenmedien zu den Daten auch Interpretationshilfe, Kommentar geben. Im einzelnen lassen sich in diesem heftig umstrittenen Komplex der politischen Funktionen von Publizistik am ehesten drei systemnotwendige publizistische Aktivitäten bezeichnen, nämlich 1. Sachinformation, 2. Gruppenrepräsentation und 3. Meinungsbildungshilfe. Zwar kommt die dritte natürlich auch schon bei der immer selektiven Sachinformation ins Spiel, muss aber, soweit sie Ausdruck eines spezifischen Wollens der Publizisten ist, als eigene Funktion erkannt und von der zweiten, der Bereitstellung des publizistischen Forums für Gruppenanliegen, unterschieden werden.

Die Publizisten verdienen Privilegierung – und diese bedeutet doch immerhin die Verletzung des demokratischen Gleichheitsprinzips zugunsten eines höhern Allgemeinwerts – nur, soweit ihre Tätigkeit für das Funktionieren des politischen Systems der Demokratie unerlässlich ist. Dies heisst, dass Publizistik per se durchaus nicht schutzwürdig zu sein braucht und dass die Publikationswürdigkeit von Sachen und Meinungen sich nach dem eben genannten Kriterium bestimmt. Niemand kann mithin ein absolutes Recht auf Publikation, z. B. durch einen nationalen Monopolbetrieb wie die SRG, anmelden. Immerhin sind Akte oberster Behörden, als staatsgestaltende, natürlich besonders mitteilungs- und interpretationsbedürftig.

Anders verhält es sich dagegen mit den Meinungen von Publizisten, soweit sie sich nur mit der allgemeinen Meinungsäusserungsfreiheit legitimieren können: Die als publizistische Funktionäre besonders Geschützten und damit einen öffentlichen Auftrag als politische Kommunikationsvermittler Erfüllenden können in dieser Eigenschaft nicht auch noch Grundrechte jenseits dieses Arbeitsauftrags geltend machen[9]. Die gängigen Mitbestimmungsanforderungen aussagegestaltender Publizisten[10] im Namen der publizistischen Meinungsfreiheit z. B. verdienen folglich nur unter der Bedingung objektiver Funktionsoptimierung kommunikationspolitische Unterstützung. Die vielbeschworene kritische Funktion der Publizisten auch in Monopolbetrieben[11] wiederum lässt sich hinsichtlich des demokratischen Systems nur im Verein mit bestätigenden Funktionen kommunikationspolitisch allgemein vertreten. Wo ein besonderes verfassungsrechtliches Mandat, wie in der Schweiz, fehlt, sind solche und andere Ansprüche der Publizisten vielmehr als Gruppenideologien unter andern und also nur gemäss ihrem tatsächlichen Beitrag an die Effizienz der demokratischen Kommunikation zu würdigen.

Die publizistische Hilfestellung bei der Meinungsbildung ist es, die sich hier wie in jeder kommunikationspolitischen Diskussion als besonders problematisch erweist. Ihre Notwendigkeit gründet im Umstand, dass in sämtlichen Demokratien ein Missverhältnis zwischen dem Wissen-Sollen, dem Wissen-Können und dem Wissen-Wollen des Publikums besteht, und ferner in der Tatsache, dass Publizistik die Gegenwart bewältigen und die Zukunft im Sinne ständiger Systemanpassung vorbereiten muss. Die Augenblickswünsche und -bedürfnisse der einzelnen Rezipienten und verschiedenen Publikumskategorien können demnach das publizistische Angebot in der Demokratie ebensowenig absolut vorschreiben wie das gesamtgesellschaftlich völlig unkontrollierte, dafür wirtschaftlich um so entschiedener eingeschränkte Gutdünken der Publizisten. Die Kreativität der Publizisten zu erhalten und doch nicht auf jegliche gesamtgesellschaftliche Kontrolle über diese Spezialistengruppe zu verzichten, stellt mithin

ein besonders heikles kommunikationspolitisches Problem dar. Die SRG-Medien haben ja z. B. die Glaubwürdigkeit des offiziösen Massenkommunikationsmittels zu verlieren, wenn die bisherige Ausgewogenheit und Zurückhaltung aggressiveren und einseitigeren Informationspraktiken im Namen grösserer Attraktivität geopfert werden.

Information

Mediensystem

Weil publizistische Medien unterschiedliche Kommunikationstechniken nutzen, sind sie hinsichtlich Rezeptionssituation, Rezeptionsweise wie Rezipientenkategorie nur bedingt substituierbar. Die Medienvielfalt, vom Film über die eigentlichen Massenmedien bis zum Buch, ist deshalb prinzipiell erhaltenswert, da sie am ehesten die ausreichende Versorgung der verschiedenen Publika mit publizistischer Information und deren tatsächliche Kenntnisnahme sicherstellt. Kommunikationspoltische Hilfsmassnahmen für Medien sind aber nur soweit empfehlenswert, als sie der Funktionsdifferenzierung innerhalb des publizistischen Gesamtsystems zugutekommen.

Für die Presse bedeutet dies, dass z. B. moribunde Lokalzeitungen, deren Informationsleistung vornehmlich im Abdrucken von Agenturmeldungen besteht, keinerlei direkte oder indirekte Subventionen verdienen. Überhaupt sollten die erwähnten Vorzüge der Selbststeuerung des Kommunikationssektors trotz der bekannten Kostenexplosion[12] auch bei der Presse sich möglichst lange auswirken können, in der Erwartung, diese bleibe so eher an der interessanten Information und am Publikum. Zumal als Gruppen- und Interessenten-, aber selbst auch als Regionalpublizistik vermag ja die schweizerische Presse unter dem jetzigen privatwirtschaftlichen Institutionalisierungsmodus durchaus zu bestehen und bildet diesbezüglich die notwendige funktionale Ergänzung zur nationalen Information, welche die SRG vermittelt.

Trotzdem darf die Konzentrationsproblematik bzw. die Frage der Lokalmonopole, zumal in einem solch reichsegmentierten politischen System wie dem schweizerischen, nicht bagatellisiert werden. Die systematische öffentliche Überwachung der entsprechenden, freilich oft recht undurchsichtigen Vorgänge ist unerlässlich. Der Zwang zur Offenlegung der Eigentumsverhältnisse könnte dabei der Kontrollinstanz die Analyse erleichtern und überdies auch dem publizistisch einigermassen gewitzten Teil des Publikums gewisse Interpretationsschlüssel geben. Darauf, bei tatsächlicher Beeinträchtigung der publizistischen Chancen bestimmter Publikums-

kategorien, sollten zwar erfolgreiche Verleger nicht systemwidrig durch Entflechtungsmassnahmen oder Auflagenbeschränkungen bestraft werden, aber zumindest im lokalen, das Publikum am unmittelbarsten interessierenden Bereich der publizistische Pluralismus, sei es durch eine Presseschiedsgerichtsbarkeit, sei es durch lokale, demokratisch kontrollierte SRG-Radio-Dienste, gesichert werden[13]. Auf jeden Fall sollte für die ständige Verschlechterung der postalischen Leistungen nicht in erster Linie der vermeintliche Rivale der PTT-Medien bezahlen müssen.

Die gegenwärtige demokratische Kontrolle des schweizerischen Radios und Fernsehens gewährleistet, trotz ungenügender Distanz zur Gruppe der Publizierten, zumal zu den Bundesbehörden, eine immerhin solch befriedigende nationale Information, dass sie Spitzenbeteiligungen des ohnehin erstaunlich SRG-treuen Schweizer Publikums bei den eigentlichen Nachrichtensendungen zeitigt[14]. Verbesserungen liessen sich hier wohl in erster Linie durch noch entschiedenere Interregionalität der Information, durch noch konsequentere und gezieltere Vergegenwärtigung je anderer nationaler Gruppen erreichen. Der Abbau intranationaler Vorurteile und Unwissenheit ist schliesslich nicht minder wichtig als derjenige internationaler, wobei freilich die gruppenspezifische Selektivität der jeweiligen Publika nur durch raffinierteste Programmierung geschwächt werden kann. Schon allein der intensivere Austausch von Redaktoren aus verschiedenen Landesteilen könnte etliches in dieser Richtung zustandebringen.

Das künftige zweite Televisionsprogramm der SRG sollte unter diesem Gesichtspunkt wohl noch einmal überdacht werden: bevor unter dem verheissungsvollen Titel «Kontrastprogramm» weitere fremde Leitbilder aus übernommenen Unterhaltungsprogrammen eingestrahlt werden und der Wettlauf um das grössere Publikum dann schliesslich auch die Sensationalisierung der Information vorantreibt[15]. Das offenbar von der SRG vielerorts selber geteilte Misstrauen gegen ihr eigenes Monopol, das aus diesem Drängen auf Kontrastprogramme spricht, lässt sich möglicherweise besser und billiger durch eine pluralistischere Organisation der SRG beheben. Eine solche organisatorische Pluralisierung bräche, mit ihren Auswirkungen auf das Programm, auch den Forderungen nach privaten Radio- und Fernsehgesellschaften manche Spitze. Die Existenz solcher kommerziellen Betriebsgesellschaften würde ja das bestehende Gleichgewicht des publizistischen Gesamtsystems radikal erschüttern und ihre Gefälligkeitsproduktion zudem voraussichtlich die Qualität des publizistischen Gesamtangebots senken[16].

Freilich wird die Zukunft auf jeden Fall, mit Satelligenkommunikation, Bild-Ton-Kassetten und Kabelfernsehen, zumindest eine Privatisierung des Programms in dem Sinn bringen, dass die Rezipienten über ein un-

vergleichlich grösseres Angebot zeitlich und örtlich viel freier verfügen können werden. Daraus kann indes keinesfalls die kommunikationspolitische Konsequenz gezogen werden, die öffentlichen Radio- und Fernsehanstalten sollten da eben hinsichtlich bestimmter Funktionen vor der privaten Kommunikationsindustrie mehr oder weniger die Segel streichen und sich etwa weitgehend auf die Information beschränken. Auch in den Bereichen Bildung und Unterhaltung bedarf das schweizerische Publikum verantwortungsbewusster publizistischer Anregung, und eine solche, die preiswert alle hier rechtens gegebenen Bedürfnisse absättigte, ist durch die profitorientierte private Kommunikationsindustrie nicht gesichert.

Diese und weitere Herausforderungen der Zukunft zu bestehen, bedarf es indes der besseren Koordination des Kommunikations- mit dem Bildungssektor. Nur so, durch die Vereinigung von beider Können und Mittel, kann der vielgewünschte Medienverbund zu Bildungszwecken zustandekommen. Und nur entsprechend geschulte Publizisten und Rezipienten bringen die Kompetenz bzw. die Einstellungen auf, die eine grössere Effizienz der publizistischen Informationsprozesse gewährleisten.

Kommunikanten

Die Qualität der publizistischen Information kann schliesslich nicht diejenige der für sie Verantwortlichen übertreffen, und dies sind Publizierte und Publikum ebenso wie die Publizisten. Zwar hat man sich bei den Bundesbehörden endlich dazu durchgerungen, die umfassende, regelmässige Informierung des Publikums als selbstverständliche Pflicht der Exekutive anzuerkennen und beginnt sie auch zu organisieren[17]. Mit einer weiteren Branche blosser good-will-Industrie, genannt public relations, wäre allerdings nichts gewonnen. Informationsethische Appelle gegen den oft unlauteren Wettbewerb der Publizierten um positive öffentliche Geltung sind indes wenig wirksam; dagegen helfen am ehesten wirklich kompetente und kritische Publizisten, die den Informations- vom Überredungsstoff zu unterscheiden wissen und entsprechend filtern und kommentieren.

Wie aber sollen Publizisten sachgerecht informieren, die relevanten und folglich zu vermittelnden Meinungsströme erkennen und selber Meinungsbildungshilfe im schnellen soziokulturellen Wandel leisten, wenn sie dafür nicht systematisch ausgebildet werden? Die These vom freien Beruf, zu dem der Zugang nicht durch Kompetenzanforderungen beschränkt werden dürfe, kann schon allein darum niemanden mehr überzeugen, weil ja die Publizisten zugleich ständig mit dem Hinweis auf ihr fachliches Können als Kommunikationsspezialisten Forderungen begründen. Allen Behauptungen alter Theorieverächter unter den Publizisten zum Trotz erwirbt man sich indes in der

publizistischen Praxis normalerweise nicht das vertiefte kulturelle, soziologische, politische und wirtschaftliche Wissen, das für eine optimale Funktionserfüllung vonnöten wäre, ganz abgesehen davon, dass auf diese Weise die Gesellschaft viel zu lange das Lehrgeld bezahlt. Das immer gewichtigere Schulungsprogramm, dem die SRG neuerdings vor allem ihre TV-Mitarbeiter unterzieht, ist demnach als Schritt zur fälligen wirklichen Professionalisierung der publizistischen Berufe kommunikationspolitisch überaus begrüssens- und fördernswert, um so mehr als es allmählich auch die Presse zwingen dürfte, nachzuziehen.

Ein Publikum schliesslich, das in seiner Mehrheit gerade die qualifiziertere und anspruchsvollere Information verschmäht oder missversteht, braucht darum noch nicht verstockt, dumm oder aber das alleinige Erziehungs- bzw. Überredungsobjekt der Publizisten zu sein. Dass das schweizerische Publikum immerhin so reges Interesse an der Tagesschau, am Radio-Nachrichtendienst und an der Lokalinformation der Presse bekundet, lässt jedenfalls keine allzu negativen Schlüsse zu, selbst wenn auch davon längst nicht alles richtig ankommt.

Vor allem das allgemeine Verständnis der publizistischen Information liesse sich indes zweifellos durch eine entsprechende Rezipientenschulung erheblich verbessern, aber diese sollte eben primär durch den Erziehungs- und bloss sekundär durch den Kommunikationssektor geleistet werden. Damit soll durchaus keine Pädagogisierung des Medienkonsums, nun einfach durch die Lehrerschaft, postuliert, sondern lediglich dem Umstand Rechnung getragen werden, dass man die entscheidenden Verhaltensdispositionen hinsichtlich der Publizistik schon während des Sozialisationsprozesses erwirbt[18] und diese im Arbeitszusammenhang der Schule wirkungsvoller beeinflusst werden können als beim Freizeitkonsum von Publizistik. Das entsprechende Fach «Medienkunde», von wirklich kompetenten Lehrkräften erteilt, hätte dabei in erster Linie eine gewisse Entmythologisierung der publizistischen Information durch Blosslegung von deren notwendiger Selektivität und Perspektivität zu besorgen und allgemein in die verschiedenen Mediensprachen einzuführen.

Immer geht es ja um die intensive und sinnvolle Teilnahme der Rezipienten am publizistischen Informationsprozess, wobei «sinnvoll» den Empfang und das Verstehen eben jener Informationen meint, die den eigenen Bedürfnissen entsprechen. Hier könnten organisatorische Massnahmen die Funktionsgerechtheit der SRG-Dienste in manchem noch beträchtlich erhöhen. Da wäre einmal eine Vermehrung der qualitativen Publikumsforschung zu wünschen; neben den gewöhnlich erhobenen Sozialdaten und Sendungspräferenzen ist ja die genauere Ermittlung der Motivationsstrukturen und Rezeptionsverläufe für eine adäquate Programmgestaltung uner-

lässlich. Alles hängt freilich an der kompetenten und auch nicht allzu ängstlichen Interpretation solcher Befunde: regiert nämlich erst einmal der Zwang der grossen Beteilungszahlen und optimalen Beurteilungsindices in den Studios, so verkümmert bald jegliche publizistische Kreativität, die eben auch an eine gewisse Spontaneität und einigen Experimentierraum gebunden ist. Umgekehrt sollte aber die Publikumsforschung auch besser als bloss zu Alibizwecken bzw. zur Austragung interner Rivalitäten von den Publizisten genutzt werden. Ihre Verbindlichkeit für die politische Informationstätigkeit eines Monopolmediums endet allerdings eben dort, wo Publizistik die Anpassung an die Zukunft vorbereiten und dabei das Publikum unter Umständen auch mit Ungewohntem und Unerwünschtem konfrontieren muss.

Die Rückkoppelung von den Rezipienten zu den Publizisten kann indes nicht nur mithilfe der Publikumsforschung verbessert werden, sondern auch durch den vermehrten Einbezug des Publikums in den Sendungsverlauf bzw. in die publizistische Produktion – freilich nur nach festen, genauen und wohlüberlegten Spielregeln. Technische Möglichkeiten, z. B. die Kombination von Telefon und Computer, stehen an sich ja schon zur Verfügung, den Radio- und Fernsehkonsumenten stärker zu aktivieren. Mit etwas mehr Mut und Phantasie könnten die Programmgestalter solche Apparaturen ebenso wie das Publikum selber gewiss noch erheblich intensiver zugunsten einer wirklich zweiseitigen und damit durch stete Selbstkorrektur optimalen Kommunikation einsetzen[19].

«Seine» und zugleich die für das politische System der Schweiz beste Information durch die SRG-Medien ist indes dem Publikum nur gesichert, wenn es gemäss seiner politischen, kulturellen und sozialen Zusammensetzung in deren Kontrollgremien vertreten ist. Der gegenwärtige Rekrutierungsmodus der SRG garantiert diese Repräsentativität zweifellos nur ungenügend. Insbesondere müsste darauf geachtet werden, dass sich solche Gremien gemäss dem Wandel der gesellschaftlichen Kräfte auch ständig erneuern und das SRG-Management ebenso wirksam entlasten wie kontrollieren. Das sture Regime des politischen Proporzes ist allerdings jeglicher publizistischen Kreativität abträglich. Die bekannte Spannung zwischen ihr und der demokratischen Kontrolle der Publizistik gilt es also auch hier noch einmal auszugleichen. Einen gangbaren Weg dazu dürfte ein Kontrollmodus eröffnen, der zwar die Ausgewogenheit des Gesamtprogramms bzw. der Information der SRG in nicht zu grossen zeitlichen Zyklen sichert, den Gestaltern der einzelnen Sendungen aber freiere Hand lässt als bisher. So könnte zugleich den Programmschaffenden, ihrem oft geäusserten Verlangen entsprechend, mehr Verantwortung zugestanden werden.

Verantwortungsvoller, vor allem, sollten freilich zuerst überhaupt das

kommunikationspolitische Denken und Diskutieren in der Schweiz werden[20]: dann fänden auch diese paar fragmentarischen Erwägungen bald ihre notwendige Ergänzung und Revision.

[1] Vgl. u. a. Alphons Silbermann: «Die Zukunft der Medien», in: «Dossier Schweiz: Massenmedien», Zürich 1971. – [2] Bekanntlich stehen die Revision von Bv Art. 55 bzw. die gültige Formulierung eines Radio- und Fernsehartikels immer noch aus. – [3] Vgl. z. B. die entsprechenden Befunde von Gerhard Schmidtchen: «Schweizer und Entwicklungshilfe», Res publica Bd. 4, Bern/Stuttgart 1971 und von Jürg Steiner: «Gewaltlose Politik und kulturelle Vielfalt», Res publica Bd. 2, Bern/Stuttgart 1970. – [4] Vgl. z. B. Robert Ruoff: «Kritik oder Akklamation?», in: «Civitas» Nr. 12 (1970), Ralf Zoll (Hrsg.): «Manipulation der Meinungsbildung», Kritik Bd. 4, Opladen 1971. – [5] Diese gängige Typologie habe ich eingehender in «Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft», in: SRG-Jahrbuch 1969, Bern 1970, erläutert. – [6] Franz Ronneberger: «Konzentration und Kooperation in der deutschen Presse aus kommunikationspolitischer Sicht», in: «Publizistik», 16. Jg. (1971), H. 1, S. 26/7. – [7] Vgl. Jürg Steiner: a. a. O., S. 141. – [8] Zur ganzen Unterhaltungsproblematik vgl. Gerhard Prager (Hrsg.): «Unterhaltung und Unterhaltendes im Fernsehen», Mainzer Tage der Fernseh-Kritik Bd. III, Mainz 1971. – [9] Vgl. hierzu die Diskussion in Dieter Stolte (Hrsg.): «Die gesellschaftskritische Funktion des Fernsehens», Mainzer Tage der Fernseh-Kritik Bd. II, Mainz 1970, S. 30 f. – [10] Vgl. z. B. das den Nationalräten anlässlich der SRG-Debatte (Juni 1971) ausgehändigte Arbeitspapier der Schweizerischen Journalisten-Union. – [11] Vgl. Gerhard Prager, Robert Ruoff, Dieter Stolte a. a. O. – [12] Florian H. Fleck: «Überlegungen zur Pressekonzentration», in: «Publizistik», 16. Jg. (1971), H. 1, S. 42/3. – [13] Zur ganzen Diskussionsmaterie vgl. «Die Konzentration im schweizerischen Pressewesen», Veröffentlichungen der Schweizerischen Kartellkommission, 4. Jg. (1969), H. 3, und, aus interessierter Sicht, die «Bulletins» Nr. 476, 477, 478 (1965), 499, 500 (1967), 511, 512 (1968) des Schweizerischen Zeitungsverleger-Verbands. – [14] Matthias F. Steinmann: «Massenmedien und Werbung», Freiburg i. B. 1971, S. 327–329. – [15] Zur Diskussion um «Die Einführung eines Zweiten Fernsehprogramms in der Schweiz» vgl. z. B. die Nr. 24, 36 und 48 vom 16., 23. und 30. Januar 1971 der «Neuen Zürcher Zeitung». – [16] Anders: Alphons Silbermann: «Vorteile und Nachteile des kommerziellen Fernsehens», Düsseldorf/Wien 1968. – [17] Max Nef: «Ausbau der Information aus dem Bundeshaus», Bern 1968. – [18] Franz Ronneberger: «Sozialisation durch Massenkommunikation», in: «Sozialisation durch Massenkommunikation», hrsg. v. Franz Ronneberger, Stuttgart 1971, S. 79–84. – [19] Das holländische und das erste Deutsche Fernsehen sind z. B. in dieser Hinsicht schon viel experimentierfreudiger. – [20] Die Programme der schweizerischen Parteien waren z. B. selbst im Wahljahr 1971 kommunikationspolitisch gesamthaft unergiebig.