Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 26 (1974)

Heft: 16

Artikel: Zielvorstellungen entwickeln

Autor: Burri, Sepp

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933342

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: 17.07.2025

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

Minderheitsinteressen			
Erzählungen, Lesungen	1, 11, 12	7, 2, 4, 5, 10	9%
Solistenrezitals	5, 11, 15, 12	7, 1, 2, 4, 6, 10	12%
Kammermusik	5, 11, 15, 12	7, 1, 2, 4, 6, 10	15%
Hörspiele (Hochdeutsch)	1, 11, 12	7, 2, 4, 5, 10	15%
Religion und Kirche	1, 12	7, 2, 4	14%
Dialogsendungen mit schriftlicher oder telefonischer Wunschanmeldung	1, 8, 12	7, 2, 4, 6, 10, 11	16%
Jazz	5, 12	7, 1, 6, 10	17%
Wirtschafts- und Konsumentenfragen	1, 8, 12	7, 2, 4, 6	19%

Zum Abschluss der Darstellung dieses Beispiels der Zusammenarbeit zwischen Forschung und Programm (Seiten 8 und 9), drängt sich allerdings eine grundsätzliche Bemerkung auf: Trotz diesen Methoden und Regeln muss dem kreativen Teil der Programmbildung noch ein grosser Spielraum bleiben, der insbesondere bei der Gestaltung und Plazierung kultureller Minderheitssendungen von Bedeutung ist. Denn trotz aller Regeln und Demoskopie gilt es sich an den Satz von Harry Pross zu erinnern: «Kultur rentiert nie; im Gegenteil, man muss dort auch die kleinsten Ansätze pflegen und redlich mit ihnen umgehen. Das heisst, man muss so viel für sie aufwenden, wie man an materiellen und ideellen Mitteln aufbringen kann. Alles, was darunter bleibt, ist zuwenig [1].» Auch stösst man bei der Anwendung von Regeln immer an Grenzen der Praxis, welche auch mit verfeinerten empirischen Methoden kaum zu überwinden sind. Dies darf nicht weiter verwundern, denn diese Erscheinung hat nicht nur in diesem Bereich der Publikumsforschung ihre Gültigkeit. Wahrscheinlich wird es wohl in allen Bereichen des Fernsehens und des Radios unmöglich sein, theoretische Erkenntnisse in reiner Form anzuwenden, denn die lebendige Wirklichkeit wird sich immer etwas anders zeigen als das erarbeitete Modell, wenn nicht gar eine konsequente Anwendung von Modellen wie die hier erwähnten mit einem Verlust an Lebendigkeit bezahlt werden muss. Matthias Steinmann

Zielvorstellungen entwickeln

Nachrichten im Radio

«Sie hören Nachrichten des Schweizer Radios...» Allein schon diese stereotypen Worte sind mit einer fast unbeschreibbaren Aura von Stabilität und Geschichte, Erinnerung und Verdrängung, Spannung und Langeweile umgeben. «Nachrichten» erfährt man nicht nur als sachliches Informationsgefäss des Radios; man erlebt sie, wenn ein Krieg ausgebrochen ist oder eine Katastrophe die Schweiz heimgesucht hat, oder man geht kommentarlos zur Tagesordnung über, wenn wieder einmal ein Staatsmann mit einem andern Staatsmann Tee getrunken hat. Die geistige und emotionelle Bedeutung der Nachrichten für den Zuhörer erstreckt sich über die ungeheure Spannweite zwischen Apathie und Jähzorn. Nachrichten, so selbstverständlich sie sind, verlangen vom Zuhörer Auseinandersetzung, nicht nur mit dem, worüber die Nachrichten informieren, sondern mit diesen selber, und zwar gerade

[1] Harry Pross: Hörfunk und Fernsehen – Das Problem einer Arbeitsteilung. Vortrag, gehalten am Wortseminar Radio DRS vom 15. bis 18. November 1971 in Edlibach ZG.

weil sie so selbstverständlich sind, weil sie die Institution Radio ausmachen und prägen, zwar nicht allein, aber in einem besonders charakteristischen Masse.

Mehr Nachrichten oder bessere Nachrichten?

Radio DRS vermittelt an jedem Werktag dreizehnmal Nachrichten (von 6 bis 23.25 Uhr), am Sonntag neunmal (von 7 bis 23.25 Uhr). Hauptkanal für die Nachrichten ist das erste Programm; teilweise werden sie im zweiten Programm ausgestrahlt. Das Bulletin um 20 Uhr ist nur im zweiten Programm zu hören. Im Vergleich zu früheren Jahren hat sich die Anzahl der Nachrichtenbulletins vermehrt. Das lässt darauf schliessen, dass den Programmverantwortlichen an einer aktuellen Information gelegen ist. Tatsächlich zeichnet sich das Radio ja durch die aktuelle und rasche Informationsvermittlung ohne komplizierten technischen Aufwand sowie durch die relativ leichte Zugänglichkeit zur übermittelten Information für den Zuhörer aus. Die Besinnung auf die spezifischen Möglichkeiten des Hörfunks dürfte auch für die kommenden Jahre wegleitend sein. So liegen Projekte für eine Vermehrung der Nachrichtenbulletins vor. Lücken zu schliessen wären zwischen 8 und 10 Uhr, 12.30 und 15 Uhr (am Samstag zwischen 12.30 und 16 Uhr), 16 und 18 Uhr, 20 und 22.15 Uhr, 23.25 und 6 Uhr, am Sonntag besonders zwischen 12.30 und 17 Uhr, wobei an eidgenössischen Abstimmungssonntagen im ersten Programm bereits zusätzlich Abstimmungs- und Wahlergebnisse vermittelt werden. Nachrichten rund um die Uhr dürften allerdings in weiter Ferne liegen. Ausserdem sollte nicht bloss die quantitative Vermehrung zur Diskussion stehen, sondern gleichermassen auch die Konsolidierung des schon Erreichten und die grundsätzliche Konzeption von Nachrichtenbulletins.
Die Hauptnachrichten um 7, 12.30 und 19.15/20 Uhr dauern höchstens zehn Minuten, die Zwischennachrichten höchstens fünf Minuten und die Nachrichten von 11 und 15 Uhr normalerweise höchstens 3 Minuten. Innerhalb dieser Grenzen kann sich die jeweilige Dauer je nach Stoffanfall und redaktioneller Gewichtung verschieben. Diese Flexibilität in der Dauer ist insofern vernünftig, dass sie sich nach dem Stoffanfall richtet und den Zeitdruck etwas mildert, der auf dem Redaktor lastet und der als einer von verschiedenen Faktoren die Informationsvermittlung beeinflusst.

Den Heiligenschein abmontieren

Eine allfällige Vergrösserung des Nachrichtenangebotes hätte auch personelle Konsequenzen. Um 4 Uhr beginnt der erste Dienst der Nachrichtenredaktoren, der letzte endet um 23.30 Uhr. In der Nachrichtenredaktion in Bern arbeiten heute die Ressortleiterin Dorothea Howald und zehn Redaktoren (fünf davon in Teilzeitarbeit). Ihr Einsatz geschieht nicht vor dem grossen Publikum; von ihren Namen und ihrer Existenz vernimmt der Hörer in der Regel nichts. Die Nachrichten werden von einem ebenfalls nicht genannten Sprecher (insgesamt sind es eine Sprecherin und sechs Sprecher) verlesen, der zum Text nichts beigetragen hat. Es fragt sich, ob eine solche Anonymität von gutem ist. Die Nachricht erstarrt dadurch leicht in einer amtlichen Pose; sie gibt sich als «rein», «objektiv», «wertneutral», «unverfälscht», was sie zwar dem Ziel nach, nie aber der Realität nach sein kann. Der Zuhörer sollte merken, dass Information nicht nur eine Sache von Technik, Apparaturen, Schaltern und sprechenden «Robotern» ist, sondern dass Menschen daran beteiligt sind. Es schadet nicht, wenn der Heiligenschein um die Nachrichten fällt.
Die Redaktoren stehen schliesslich selten selber an der Quelle der Information oder gar im Geschehen; sie stützen sich auf die Agenturen. Es sind dies in der DRS-Nachrichtenredaktion: die Schweizerische Depeschenagentur (SDA), der Deutsche Depeschendienst (DDP), die britische Agentur Reuter (RTR), die amerikanische Agentur Associated Press (AP) und die ebenfalls amerikanische Agentur United Press International (UPI). Die SDA dient als Hauptquelle für Inlandmeldungen.

Meldungen aus aller Welt laufen über verschiedene Agenturen im Telexraum zusammen.

Sie werden zusätzlich durch eigene Recherchen ergänzt, und zwar mittels Telephon, durch Teilnahme an Pressekonferenzen, an den Verhandlungen im National- und im Ständerat und an anderen Veranstaltungen sowie durch die Pressedienste von Parteien und Verbänden. Selbstverständlich stehen die Nachrichtenredaktoren auch in Kontakt mit den Redaktoren anderer Sendegefässe wie «Echo der Zeit» und «Rendez-vous am Mittag».

Den ganzen Informationsprozess im Auge behalten

Der Nachrichtenredaktor steht eigentlich am Ende einer oft langen Informationskette: Sie beginnt beim Geschehen, bei der Tatsache, setzt sich in einer Sammlungsphase fort (den Bericht abfassen, ihn an die Sammlungs- und Verteilerorganisationen weiterleiten, ihn durch diese Organisationen durchschleusen) und mündet in die Verbreitungsphase ein (die Agenturberichte durcharbeiten, sie miteinander vergleichen, sie durch eigene Recherchen ergänzen, sie nach Form und Inhalt überarbeiten, die Nachrichten durch Ausstrahlung an das Publikum heranbringen, die Reaktion des Publikums). Der Nachrichtenredaktor greift also während der Verteilungsphase den Prozess der Nachrichtenvermittlung auf. Der Hörer der Nachrichten erfährt von diesem Informationsprozess nur in seltenen Fällen, etwa wenn im Bulletin selber auf die Quelle («nach Angaben von Reuter...») oder auf «widersprüchliche Angaben» hingewiesen wird. Bei aller Kritik an Einzelmeldungen in den Nachrichten ist das Ganze des Informationsgeschehens im Auge zu behalten. Die Vorwürfe ideologischer Einseitigkeit schiessen meistens schon deshalb weit übers Ziel

hinaus, weil sie die Klippen, die eine Information durchfliesst, nicht mit in Rechnung ziehen. Die Ursachen wirklicher Falschmeldungen oder angeblicher Einseitigkeit festzustellen, erfordert sorgfältige Detektivarbeit. Ausserdem zeugt das inhaltlose Beurteilungskriterium «links» – «rechts» von einer recht primitiven Weltorientierung. Wenn man Untersuchungen glauben darf, üben die Agenturen einen starken Einfluss aus auf die Arbeitsbereiche, Arbeitsformen und die als eigenständig angesehene Arbeit der Redaktoren. Kritik an den Nachrichten müsste in erster Linie bei den Agenturen und bei deren strukturellem Einfluss auf die Redaktoren ansetzen. Die Konzession schreibt vor, die SRG habe objektiv, umfassend und rasch zu informieren. An diese Programmvorschriften ist auch die Nachrichtenredaktion gebunden. Objektiv sind die Nachrichten in dem Sinne, dass sie keine vermeidbaren Meinungen und Wertungen der Redaktion enthalten. Die Aktualität der Information richtet sich nach der Schnelligkeit der Agenturen und der Redaktoren sowie nach der zeitlichen Plazierung der Bulletins. Umfassend zu sein, fällt einem Nachrichtenmagazin schon schwerer. Wie umfassend sollen Nachrichten sein? Damit ist das heikle Problem der Auswahl angesprochen. Jede der fünf Agenturen übermittelt zwischen 100 und 200 Meldungen pro Tag. Ein festes Auswahlprinzip besteht nicht und dürfte auch unpraktikabel sein. Die Kriterien, welche die Auswahl beeinflussen, liegen teilweise ausserhalb des redaktionellen Entscheidungsbereiches. So sind Grenzen gesetzt durch die Kürze des einzelnen Bulletins und durch das unausgesprochene Prinzip, dass Sportnachrichten sowie reine Sensations- und Unglücksmeldungen fast gänzlich wegfallen. Meldungen mit regionalem Charakter finden Aufnahme, wenn sie über die Region hinaus von Bedeutung sind. Hier gilt auch das Prinzip der gleichen Behandlung. Parteien etwa sollen unter gleichen Voraussetzungen in gleicher Weise berücksichtigt werden. Doch darüber hinaus steht dem Redaktor ein weites Feld offen, für das er keine verbindlichen Regeln hat. Er selbst trifft die Auswahl auf Grund der Nachrichtensituation und der subjektiven Einschätzung der jeweiligen Nachricht.

Zielvorstellung: politische Bildung

Eine genaue Inhaltsanalyse der Nachrichten würde eine längere, repräsentative Beobachtungsphase voraussetzen. Aber auch ohne eingehende Untersuchung lässt sich verhältnismässig leicht feststellen, dass den Auslandmeldungen im allgemeinen das Übergewicht zukommt. Sie bilden den Hauptharst der Nachrichten. Eindeutig geringer ist der Anteil der Inlandmeldungen. Abgesehen von den Wettermeldungen, die zum erweiterten, unabdingbaren Bestand der Nachrichten gehören, fehlen fast vollständig Meldungen aus Wirtschaft, Kultur/Unterhaltung, Sport, Lokales/Regionales. Daraus lässt sich schliessen, dass die Nachrichten ein informierendes Sendegefäss für vorwiegend politische Ereignisse mit dem Hauptakzent Ausland darstellen. Nun fragt sich, welche Zielsetzung mit den Nachrichten verbunden sein soll. Ungenügend wäre eine Formulierung, die sich auf eine reine Information der Öffentlichkeit beschränkt. Die Öffentlichkeit hat ein Recht auf Information; aber der Gedanke an die Unmöglichkeit totaler Information zeigt deutlich die Grenzen dieses Rechts auf. Information ist nur möglich, wenn jemand auswählt und sichtet.
Dem Recht auf Information der Öffentlichkeit liegt ein zweiter Sinn zugrunde, der eng mit einer demokratisch verfassten Gesellschaft zusammenhängt: Information als Vorbedingung zur und Ermöglichung der Demokratie. Die funktionstüchtige Demokratie setzt Informiert-Sein voraus. Die gesellschaftspolitische Bildung wird somit zu einem, wie mir scheint, wesentlichen Ausgangspunkt der Nachrichtenkritik. Rainer Kabel umreisst die Kernfrage nach der Funktion der Nachrichten im Rahmen einer lebenslangen Bildung wie folgt: «Bewirken die Nachrichten eine Vermehrung politischer Kenntnisse, eine Vermehrung politischer und sozialer Fremderfahrungen und Erkenntnisse über die gesellschaftliche und soziale Situation

und die Möglichkeiten des Zuschauers und Hörers[1]?» Die Redaktoren schätzen ihre Funktion falsch ein, wenn sie sich bloss als Transporteure von Meinungen und Ereignissen verstehen. Ihre Aufgabe besteht in der politischen Bildung und damit letztlich in der Ermöglichung von funktionierenden und sich gegenseitig ertragenden Gebilden der Gesellschaft.
Daraus folgt erstens, dass die Redaktoren eine aktive Information zu betreiben haben: aufgeworfene Fragen nicht ruhenlassen, bis sie beantwortet sind, gegebenenfalls nachfragen, Belangloses weglassen, auch wenn es von prominenter Stelle kommt. Zweitens ist eine Verschiebung des Hauptakzentes Ausland zugunsten des Inlandes (des *ganzen* Inlandes inklusive der andern Sprachregionen) notwendig, weil das politische Geschehen im Ausland dem Entscheidungs- und Mitbestimmungsbereich des Bürgers entzogen ist. Ergänzend zu den DRS-Radionachrichten müsste auch den Nachrichten aus dem lokalen/regionalen Bereich in den Lokalsendungen entsprechendes Gewicht verliehen werden. Wirtschaftliche Meldungen gehören in die Nachrichten, soweit sie der skizzierten politischen Bildung dienen. Für weitergehende Informationen (zum Beispiel für die Bereiche Wirtschaft und Kultur) sollen eigene Sendegefässe vorgesehen werden, die sich an ein besonderes Interessenpublikum wenden. Drittens bedarf schliesslich die typische Nachrichtensprache mit kompliziertem Aufbau und mit für viele Zuhörer unbekannten Begriffen einer Entschlackung. Untersuchungen zeigen, dass die Angehörigen höherer sozialer Schichten die Sprache der Nachrichten besser verstehen als Unterschichtsangehörige. Die Teilnahme aller Bürger an demokratischen Entscheiden setzt aber ein grösstmögliches Verstehen voraus.

Stark bei den Hörern

Die letztgenannten Einsichten weisen darauf hin, dass die Frage nach den Erwartungen der Hörer an die Nachrichten für deren Weiterentwicklung von untergeordneter Bedeutung ist. Die Hörer können nicht etwas erwarten, was sie gar nicht kennen. Sie können bloss über die bestehenden und ihnen bekannten Nachrichten subjektiv Auskunft geben. Untersuchungen konstatieren eine sehr hohe Zuhörerquote für die Nachrichten. Sie zählen eindeutig zu den meistgehörten Sendungen des Radios. In der DRS-Region erreichen die Mittagsnachrichten die höchste Hörbeteiligung aller Programme von Radio DRS; die Nachrichten haben das grösste Interessens- und das kleinste Desinteressenspublikum; die Hörer der Nachrichten bilden ein ausgesprochenes Mehrheitspublikum. Diese ihre faktische Stärke bei den Hörern müsste die Programmanstalt bewusst pflegen. Sie tut das beispielsweise durch das an die 12.30 Uhr-Nachrichten angehängte Mittagsmagazin mit informierenden Beiträgen. Sie könnte aber noch mehr guten Willen zeigen, wenn sie die grundsätzliche Bedeutung und Zielsetzung von Radionachrichten von sich aus und öffentlich hinterfragen würde.

Sepp Burri

Filmtechnik-Ausstellung

mak. Die erste internationale Filmtechnik-Ausstellung ist für die Woche vom 13. bis 18. Juni 1975 in Paris geplant. Sie befasst sich sowohl mit dem Produktionsbereich von Film und Fernsehen als auch mit der Ausstattung von Kino und Theater. Informationen sind zu beziehen über «CISCO», Cathérine Domange, 3, rue Garnier, 92200 Neuilly-sur-Seine, Frankreich.

[1] R. Kabel: Politische Bildung und Nachrichtenkritik. Rundfunk und Fernsehen 21/2–3 (1973), S. 148.