

Programm für eine humane Medienpolitik

Autor(en): **Jaeggi, Urs**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **35 (1983)**

Heft 7

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932383>

Nutzungsbedingungen

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

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

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

Haftungsausschluss

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

Programm für eine humane Medienpolitik

16 Thesen zur Entwicklung der Massenmedien haben die drei schweizerischen Landeskirchen jüngst gemeinsam vorgestellt. 16 Thesen übrigens, die nicht nur die Sachkundigkeit ihrer Urheberschaft verraten, sondern auch durch ein Engagement auffallen, das sich vom Auftrag durch das Evangelium her erklärt. «Ob sich», schrieb Guido Wüest im Zürcher «Tages-Anzeiger», «die Kirchenführer wirklich im klaren sind, was ihnen da ihre Fachleute ins Osternest gelegt haben?» So unberechtigt ist diese Frage nicht. Die Kirchen nämlich werden mit diesen Thesen auf den harten Widerstand jener stossen, für die Kommunikation vor allem andern ein zukunftssträchtiger Wirtschaftszweig ist. Aber auch die Kreise, denen die Massenmedien in erster Linie als Vehikel für den Transport ihrer eigenen, meist nicht ganz uneigennütigen Interessen zu dienen hat, werden versuchen, dass die 16 kirchlichen Thesen nicht zur Grundlage einer schweizerischen Medienpolitik gemacht werden. Dass einige der Thesen quer zur offiziellen Meinung liegen, andere wiederum hinter Beschlüsse zurückgreifen, die bereits gefasst sind, wird Anlass zu herber Kritik geben. Andererseits haben sich die Kirchen für ihre eigene Medienpolitik mit diesen Thesen einen hohen und überaus strengen Massstab gesetzt und die Bereitschaft zur Mitsprache und Mitverantwortung im Bereich der Kommunikation bekundet. Im folgenden Beitrag stellt ZOOM die 16 Thesen im Wortlaut vor und unternimmt den Versuch einer Interpretation und Kommentierung.

Der Leistungsauftrag der Massenmedien in der Gesellschaft

These 1: Zur Mitverantwortung braucht es Massenmedien

Die Menschen benötigen öffentliche Information und Auseinandersetzung, um die Aufgaben der Gegenwart und der Zukunft angehen zu können. Massenmedien schaffen Öffentlichkeit in einer Welt, die komplex und weiträumig geworden ist. Ohne öffentliche Kommunikation wäre der Mensch nicht in der Lage, eine Mitverantwortung an der Gesellschaft zu übernehmen.

Um sich in einer komplex gewordenen Umwelt orientieren zu können und um an der Gestaltung seiner natürlichen, sozialen und kulturellen Umwelt teilzuhaben, benötigt heute jeder Bürger Informationen und Verstehenshilfen. Sie sind die eigentlichen Grundlagen, auf denen Entscheidungen gefällt werden. In der These 1 wird die Ansicht vertreten, dass

durch das Fehlen entsprechender, durch die Medien verbreiteter Orientierungs- und Entscheidungshilfen unser ganzes Bezugssystem zusammenbrechen müsste. Deshalb entsprechen die Medien einer Notwendigkeit. Sie schaffen die Voraussetzung zur Auseinandersetzung mit jenen Fragen, die unser gemeinschaftliches Zusammenleben bewegen und bilden die Grundlagen für eine Kommunikation auf verschiedenen Ebenen. Der Begriff Kommunikation meint in diesem Zusammenhang mehr als der Vorgang der Informationsübermittlung. Er bezeichnet, schreiben die Verfasser in ihrem Kommentar, darüber hinaus ein Mitteilen und Teilnehmen, das auf Gemeinschaft hin orientiert ist und deshalb an sich schon einen Wert darstellt.

These 2: Die Aufgaben der öffentlichen Kommunikation

Wenn öffentliche Kommunikation in der Gesellschaft zustande kommt, so ist da-

mit eine kulturelle Leistung erbracht, die entscheidend zu einer befriedigenden Lebensqualität beiträgt. Diese Leistung besteht im wesentlichen darin, dass die Massenmedien Kenntnisse und Urteilsvermögen der Menschen fördern, Unterhaltung anbieten und verschiedene Dienste offerieren. Je klarer die Massenmedien ethischen Werten verpflichtet sind, desto besser werden sie ihren Aufgaben gerecht. Der Adressat öffentlicher Kommunikation ist vorwiegend der selbstverantwortliche Bürger, dem ein hohes Interesse an Wahrheit, Freiheit und Solidarität zugetraut werden darf. Zudem gibt es aber zahlreiche Medienprodukte, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Ihre Inhalte müssen zusätzlich an pädagogischen Massstäben gemessen werden.

Angesprochen wird in dieser These die Wechselbeziehung zwischen Programmniveau und Mündigkeit des Rezipienten. Die Landeskirchen einer demokratischen Gesellschaft gehen hier von der Meinung aus, dass der Zustand der Mündigkeit beim Adressat gegeben ist und seine Erwartungen entsprechend hoch sind. Insbesondere darf ihm ein grosses Interesse an Wahrheit, Freiheit und Solidarität zugetraut werden. Er ist in der Lage, einen Programmbeitrag zu beurteilen und lehnt es deshalb ab, sich bevormunden zu lassen. Unter diesen Voraussetzungen ist es möglich, Programme von hoher Qualität und anspruchsvollem Niveau zu schaffen. Massstab sowohl der Mündigkeit wie auch der Programmqualität ist die Verpflichtung auf ethische Werte. Ethischen Wertvorstellungen verpflichtete Kommunikation ist wiederum geeignet, die Mündigkeit der Adressaten, d. h. deren Urteilsvermögen zu fördern. Plädiert wird darüber hinaus an die Verantwortung der Medien, Mündigkeit dort herzustellen und zu fördern, wo sie nicht vorausgesetzt werden kann: bei Kindern und Jugendlichen. In ihrer Gesamtheit ist die These 2 eine klare Forderung nach mehr Qualität in den Programmen einerseits und ein Aufruf, die Adressaten der Programme ernster zu nehmen, andererseits. Sie setzt sich damit in den Gegensatz zu jener anderen, nach wie vor weit-

verbreiteten Meinung, wonach die Adressaten vor bestimmten Medienprogrammen zu schützen sind, da ihre Mündigkeit nicht garantiert werden kann.

These 3: Die Rolle der Journalisten und Medienschaffenden

Die Massenmedien können ihre Aufgaben nur erfüllen, wenn Journalisten und Medienschaffende der verschiedensten Sparten ihre Tätigkeit kompetent, ungehindert und verantwortungsbewusst ausüben. Die Freiheit, Informationen zu erhalten, zu überprüfen und zu veröffentlichen, sowie die Freiheit der Meinungsäusserung müssen den in Medienberufen Tätigen sicher sein. Zu diesem fundamentalen Recht gehören die Verpflichtung zur Wahrhaftigkeit, zur Fairness und zum Schutz der Persönlichkeit von dargestellten oder befragten Personen. Journalisten und Medienschaffende sollen, soweit das möglich ist, ihre Leser oder ihr Publikum kennen. Sie müssen ebenso die Sache kennen, die sie behandeln. Befangenheit, Vorurteile oder Bindungen an bestimmte Interessen können zu schwerwiegenden journalistischen Fehlleistungen führen, nicht zuletzt im Bereich des Religiösen und Weltanschaulichen.

An die Journalisten und Medienschaffenden werden hohe Anforderungen gestellt. Verlangt wird von ihnen nicht nur ein grosses Mass an Verantwortung und Sachkompetenz. Sie sollen auch klare Vorstellungen darüber haben, an wen sie

Als Broschüre erhältlich

Die 16 Thesen zur Entwicklung der Massenmedien sind als Broschüre erhältlich. Ergänzt werden sie durch Kommentare und Erläuterungen. Das Dokument kann bei der Geschäftsstelle des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbundes (Postfach 36, 3000 Bern 23) oder beim Pressesekretariat der Bischofskonferenz (Perolles 40, 1700 Fribourg) zum Preise von Fr. 3.– (Fr. 1.50 ab 10 Stück) bezogen werden.

Werdegang der 16 Thesen

EPD. An der Herbst-Abgeordnetenversammlung 1980 wurde der evangelische Kirchenbundsvorstand durch die Freiburger Kirche in einem Postulat ersucht, «aus evangelischer Sicht zur gegenwärtigen medienpolitischen Diskussion Stellung zu nehmen». Nach Ausarbeitung eines ersten Entwurfs durch die Massenmedienkommission des Kirchenbundes verfasste eine interkonfessionelle Arbeitsgruppe eine Grundsatzerklärung zur Entwicklung der Massenmedien. Der Kirchenbundsvorstand, die Schweizer Bischofskonferenz und der christkatholische Bischof hiessen diese Erklärung nach wenigen Präzisierungen gut. An einer Pressekonferenz vom 22. März in Bern wurde das Dokument, das 16 Thesen mit je einem anschließenden Kommentar umfasst, der Öffentlichkeit vorgestellt.

sich wenden. Den hohen Verpflichtungsgrad der Journalisten und Medienschaffenden setzen die Thesen in eine Wechselbeziehung zu umfassenden Rechten und Möglichkeiten der ungehinderten Berufsausübung. So soll den Journalisten und Medienschaffenden ein umfassendes Recht zur Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -verbreitung garantiert werden. Die Meinungsäusserungsfreiheit soll ebenso gewährleistet sein wie eine solide Aus- und Weiterbildung.

These 4: Gefährdung der öffentlichen Kommunikation

Zahlreiche Einflüsse gefährden die optimale Erfüllung der genannten Aufgaben. Verschiedene Kräfte versuchen, die Medien anderen Zwecken dienstbar zu machen. Die Gefährdungen gehen nicht zuletzt von Medienbenützern aus, die sich vielfach ihres Einflusses nicht bewusst sind, den sie durch die Auswahl und die Art des Umgehens mit Medienangeboten ausüben. Sodann sind es Versuche zur kommerziellen und ideologischen Ver-

einnahmung, welche die Massenmedien bei der Erfüllung ihrer an der Gesamtgesellschaft orientierten Funktion behindern. Gesetzgeberische und konzeptionelle Mängel, unbefriedigende Ausbildungs- und Arbeitsverhältnisse bei den Medienschaffenden sowie Hindernisse bei der Informationsbeschaffung sind weitere Faktoren, welche die Qualität der öffentlichen Kommunikation beeinträchtigen.

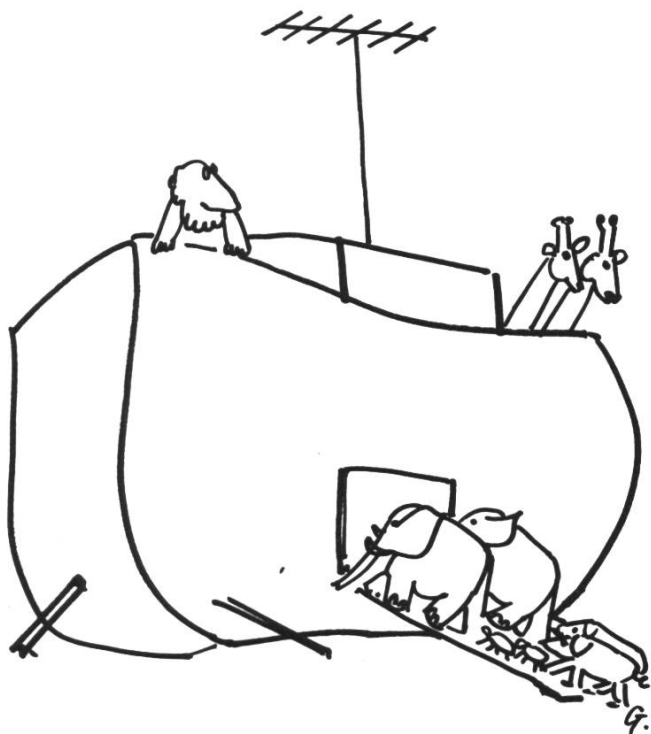
Neben diesen Einflüssen sind im Medienwesen auch Entwicklungstendenzen zu beobachten, welche zusätzliche Erschwernisse und Probleme für die öffentliche Kommunikation und neue Aufgaben für die Medienorganisation mit sich bringen. Es handelt sich vor allem um die Ausweitung des Angebots, den überstürzten Einsatz neuer Techniken und eine zunehmende Kommerzialisierung des Medienwesens.

Die Gefährdung des Kommunikationsauftrags wird keineswegs nur aus einer engen schweizerischen Sicht gesehen. Vielmehr sind sich die Kirchen bewusst, dass bestimmte Mechanismen – etwa eine zunehmende Kommerzialisierung der Medien, die Konzentration des Informationsmarktes auf nur wenige grosse Agenturen und die Beherrschung des Kommunikationsangebotes im Hardware- wie im Software-Bereich durch wenige transnationale Konzerne – sowohl im Nahbereich wie auch weltweit sich auswirken. Sehr eindeutig wird Stellung gegen eine Verschacherung der Kommunikation als Ware genommen, wie sie sich in einer überstürzten und in der Folge nicht mehr kontrollierbaren Einführung neuer Techniken manifestiert. Eine nicht unwesentliche Gefahr wird in der ideologischen Vereinnahmung der Medien gesehen – auch dies übrigens sowohl im Nah- wie im Fernbereich. Werbung in den Medien – die nie ohne Einfluss auf die Programme bleibt – wird dabei durchaus in die Nähe der (Konsum-) ideologischen Vereinnahmung gerückt. Das kann als klare Absage an die neue, provisorische Rundfunkverordnung interpretiert werden, welche die Finanzierung von Lokalradio-Versuchen mit Werbung ausdrücklich zulässt.

These 5: Alle sind für die Massenmedien mitverantwortlich

Die Verantwortung für die Massenmedien kann nicht von bestimmten Berufsgruppen, Behörden oder Institutionen allein getragen werden, sondern nur von der Gesellschaft als ganzer. Auch der einzelne Benutzer hat daran einen unmittelbaren Anteil. Er soll lernen, mit Massenmedien und ihren Angeboten kritisch umzugehen, aber auch bereit sein, seine eigene Meinung und Einstellung durch neue Informationen in Frage stellen zu lassen. Zur Mitverantwortung für die Medien gehört auch die Bereitschaft, für ihre Produkte den notwendigen Preis zu bezahlen, weil sie sonst in zunehmende Abhängigkeit von Werbung oder anderen Finanzierungsquellen geraten.

In der Forderung, die Mitverantwortung für die Medien auch mit der Bereitschaft, einen angemessenen Preis für die Produkte zu entrichten, auszudrücken, ist ein Bekenntnis zur öffentlich-rechtlichen Form der Organisation der Medien zu erkennen. Damit stellen sich die Kirchen in dieser These klar gegen jene bürgerlichen parteipolitischen, aber auch gegen die wirtschaftlichen Kreise, die eine Privatisierung der elektronischen Medien



einleiten möchten, was mit der neuen Rundfunkverordnung ein Stück weit gelungen ist. Sehr interessant ist der Aspekt, wonach die Verantwortung für die Massenmedien nicht von einer bestimmten Gruppe übernommen werden kann, sondern von der Gesellschaft als ganzer getragen werden muss. Auch darin ist eine klare Abwendung von einer Privatisierung der Massenmedien zu erkennen. Andererseits ist der Rezipient aufgefordert, den Medien gegenüber offen zu sein, d. h. eigene Meinungen und Ansichten durch Medien-Informationen infrage stellen zu lassen. Auch darin ist die Absicht zu erkennen, erstarrte Fronten aufbrechen zu lassen, was die Bereitschaft aller erfordert.

These 6: Die Mitverantwortung der Kirchen

Die Kirchen wissen sich für die Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens und deshalb auch für die Massenmedien mitverantwortlich. Deshalb legen sie ein Verständnis von Kommunikation, das im christlichen Glauben angelegt ist, öffentlich dar.

Die Einzigartigkeit des Menschen liegt in der Art, wie er zur Kommunikation fähig und auf sie angewiesen ist. Die Bibel sieht das Wesen und den Wert des Menschen in einem Beziehungsvorgang begründet: Sie handelt im wesentlichen davon, dass Gott zum Menschen in Beziehung tritt, dass er ihn annimmt und ihm mit Liebe begegnet. Der glaubende Mensch fühlt sich angesprochen und in Anspruch genommen von der Zuwendung Gottes, und er sucht ihr zu entsprechen in der Zuwendung zum Mitmenschen. Der Glaube, die religiöse Hingebung und die christliche Weltverantwortung des Menschen können daher als Prozesse der Kommunikation verstanden werden. Zum Kern der biblischen Botschaft gehört die Aussage, dass Gott diese Kommunikation schafft und dass sie für den Menschen und für die Welt Versöhnung bedeutet.

In dieser These wird begründet, von wo die Kirchen das Recht und die Pflicht herleiten, für die Gestaltung der Massenme-

dien Mitverantwortung zu beanspruchen und zu tragen. Kommunikation wird dabei als eine grundsätzliche und ureigene Wesensart des Menschseins verstanden. Sie prägt nicht nur das Zusammenleben im Diesseits, sondern ist – in der Beziehung des Menschen zu Gott – Grundelement des Glaubens. Die biblische Geschichte (aber auch die Kirchengeschichte) ist immer auch Kommunikations-Geschichte.

Die Massenmedien in der Perspektive christlicher Hoffnung

These 7: Die Zeichen der Zeit deuten

Alle Menschen sind auf Informationen über Ereignisse und Entwicklung angewiesen. Indem die Massenmedien solche Informationen vermitteln, helfen sie zur Meinungsbildung. Zum Christsein gehört das Interesse für die Welt, denn christliche Hoffnung gilt auch dieser Welt. Christen sollen die Zeichen der Zeit beachten. Massenmedien helfen, sie zu sehen und zu deuten. Doch gerade dieser Dienst, den die Medien der ganzen Gesellschaft zu leisten haben, ruft oft Abwehrhaltungen hervor. Sie äussern sich unter anderem darin, dass den Massenmedien manchmal die Rolle des Sündenbocks zugeschoben wird.

Die christliche Botschaft ist nicht ausschliesslich auf das Jenseits ausgerichtet. Ihre Hoffnung gilt auch dieser Welt. Deshalb kann es den Christen nicht gleichgültig sein, was auf der Welt Tag für Tag geschieht. In den Medien sehen sie die Informationsmittel, mit denen über Ereignisse und Entwicklungen berichtet werden kann. Dass Informationen, aber insbesondere die Deutung dieser Informationen, die Kommentare, oft Widerspruch auslösen und Abwehrhaltungen provozieren, ist den Kirchen bewusst. Aber gerade weil die Medien die Zeichen der Zeit zu erkennen und zu deuten versuchen und damit einer Notwendigkeit entsprechen, bedürfen sie des Schutzes. Die Kirchen wehren sich in dieser These gegen die Sündenbock-Rolle, die den Medien immer dann zugeschoben wird, wenn sie unerfreuliche gesellschaftliche Zustände bewusst oder unbewusst re-

flektieren. Die Medien haben nach der Auffassung der Kirchen der Wahrheit verpflichtet zu sein. Es ist nicht ihre Aufgabe, schönfärberisch Idealzustände vorzugaukeln, die in Wirklichkeit nicht existieren. Sie dürfen die Dinge nicht in ein besseres Licht rücken als sie sind, auch wenn damit bestimmte Interessen verletzt werden.

These 8: Die Perspektive der Versöhnung

Ohne grundlegende Veränderungen in vielen Bereichen hat die Menschheit keine Zukunft. Die öffentliche Diskussion um die Neuorientierung der Gesellschaft setzt funktionstüchtige Massenmedien und verantwortungsfähige Bürger voraus. Damit aber die Auseinandersetzung tatsächlich zu Ergebnissen führt, braucht es in allen Konflikten eine Perspektive der Versöhnung. Sie vermeidet sowohl die unverantwortliche Ausnützung von Konfliktsituationen wie auch das Verschleiern von Gegensätzen. Wer die Probleme und Konflikte der heutigen Welt journalistisch bearbeitet mit dem Ziel, Transparenz zu schaffen und auf mögliche Entscheidungssituationen hinzuweisen, dessen Tätigkeit darf als publizistische Friedensarbeit betrachtet werden.

Nach Auffassung der Kirchen haben die Massenmedien dazu beizutragen, Probleme und Konflikte unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens ohne Vertuschung aufzuzeichnen. Damit wird eine Auseinandersetzung in Gang gebracht, die letztlich auf eine Veränderung und Neuordnung hinzielt. Dies darf aber nicht mit Rechthaberei geschehen, sondern muss unter dem Aspekt der Versöhnung erfolgen. Unter Versöhnung verstehen die Kirchen die Bereitschaft, Fehler und Ungerechtigkeiten einzugestehen, dafür zu sühnen und unter der vorurteilslosen Mithilfe aller, Veränderungen herbeizuführen, einen Neubeginn zu markieren. Mit dem Bekenntnis zur Notwendigkeit, in vielen Bereichen Veränderungen herbeizuführen, distanzieren sich die Kirchen ganz wesentlich von jener schweizerischen Bewahrungshaltung, die keine Innovationen zulässt, sondern im we-

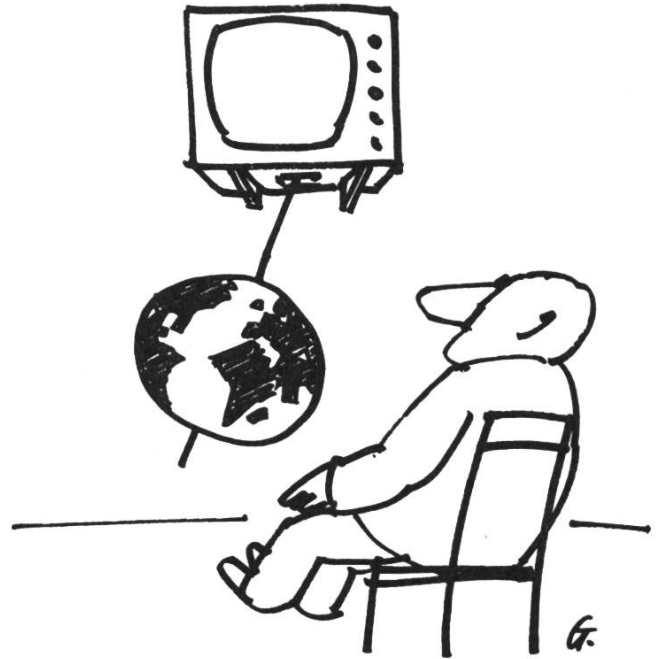
sentlichen den Status quo zu zementieren versucht. Diese Haltung hat besonders in der deutschsprachigen Schweiz einen nicht unwesentlichen Einfluss auf die Programme von Radio und Fernsehen. Sendungen, die auf Veränderungen hinzielen, geraten zunehmend unter Beschuss selbsternannter oder institutionalisierter Medien-Überwachungsorganisationen. Mit der Äusserung, es leiste Friedensarbeit, wer die Probleme und Konflikte der heutigen Welt mit dem Ziele, Transparenz zu schaffen und auf mögliche Entscheidungssituationen hinzuweisen, bearbeite, solidarisieren sich die Kirchen eindeutig und unverholen mit jenen Journalisten und Medienschaffenden, die auf eine Veränderung bestehender Zustände als einzige Zukunftshoffnung hinarbeiten. Die starke Äusserung, die zweifellos auf Opposition stossen wird, verurteilt einen journalistischen Opportunismus, wie er heute gang und gäbe ist.

These 9: Neue Weltordnung der Information und Kommunikation

Die grundlegenden Medienfragen haben auch eine weltweite Dimension. Die Abhängigkeit der Dritten Welt von Medienstrukturen und Informationen, die durch die Industrieländer geprägt und teilweise von grossen Medienkonzernen beherrscht sind, ist eine besonders problematische Form des allgemeinen Nord-Süd-Gefälles.

Für die Lösung der grossen Zukunftsprobleme der Menschheit sind Bildung, kulturelle Identität, Abbau von Vorurteilen und Feindbildern sowie Fähigkeit zu politischer Willens- und Konsensbildung wesentlich. Deshalb muss auch auf weltweiter Ebene die Entwicklung der öffentlichen Kommunikation gefördert werden. Dazu gehört der Abbau von einseitigen Abhängigkeiten, die eigenständige Entwicklung des Medienwesens im jeweiligen Kulturkreis, ungehinderte Informationsbeschaffung und freie Meinungsäusserung sowie ein partnerschaftlicher Austausch auf allen Ebenen.

These 9 plädiert für den Abbau des Ungleichgewichtes im Informations- und



Kommunikationsbereich zwischen den Industrienationen und den Ländern der Dritten Welt. In ihren Überlegungen folgt sie im wesentlichen den Erkenntnissen, wie sie in der Studie «Viele Stimmen – eine Welt» – nach dem Vorsitzenden der UNESCO-Studiengruppe auch MacBride-Bericht benannt – festgehalten sind: Durch die Vorherrschaft vor allem westlicher Industriestaaten im Bereich sowohl der Hardware (Medien-Infrastruktur) wie auch der Software (Medien-Programme) geraten immer mehr Länder in die Abhängigkeit einiger weniger Anbieter. Durch die Einführung neuer Kommunikationstechnologien wird diese Situation noch verschärft. Schwerwiegende Folgen davon sind ein einseitiger Informationsfluss von Nord nach Süd einerseits – fünf grosse Agenturen beherrschen mehr als 80 Prozent des gesamten Informationsangebotes und kontrollieren selbst den Informationsaustausch zwischen Entwicklungsländern – und eine kulturelle Entfremdung, verbunden mit dem Verlust der eigenen Identität, andererseits. Durch «mehr Gerechtigkeit, mehr Gleichheit, mehr Gegenseitigkeit im Informationsaustausch, weniger Abhängigkeit im Kommunikationsfluss, weniger Verteilung von Botschaften von oben nach unten, mehr Autonomie und kulturelle Identität», sollen mit einer neuen Welt-Informations- und Kommunikationsordnung gerechtere Verhält-

nisse geschaffen werden. Wenn der Friedens-Nobelpreisträger Sean MacBride in der Einleitung zu seinem Bericht festhält, dass «die menschliche Geschichte immer mehr zu einem Wettlauf zwischen Kommunikation und Katastrophe wird», tönt er damit die Bedeutung der Kommunikation in der Frage der Friedenssicherung und im Überlebenskampf der Menschheit ganz allgemein an. Damit die Kommunikation die Funktion der Vermittlung und der Versöhnung erfüllen kann, bedarf sie einer Neuordnung, die gleichlange Spiesse schafft.

Es ist nun allerdings keineswegs das Interesse auch der Industrienationen, das Ungleichgewicht zu beseitigen. Insbesondere die Länder, deren transnationale Gesellschaften den Informations- und Kommunikationsmarkt kontrollieren, widersetzen sich den Bestrebungen der UNESCO-Kommission. Sie finden dabei auch die Unterstützung der offiziellen Schweiz. In These 9 wird gegen diese Politik Stellung genommen. Die Kirchen erwarten von einer schweizerischen Medienpolitik auf internationalem Parkett Solidarität mit den Benachteiligten und nicht Wahrung der Besitzverhältnisse zugunsten der ohnehin bevorzugten Nationen. Damit aber begeben sie sich bewusst in eine Konfliktsituation mit der offiziellen Politik.

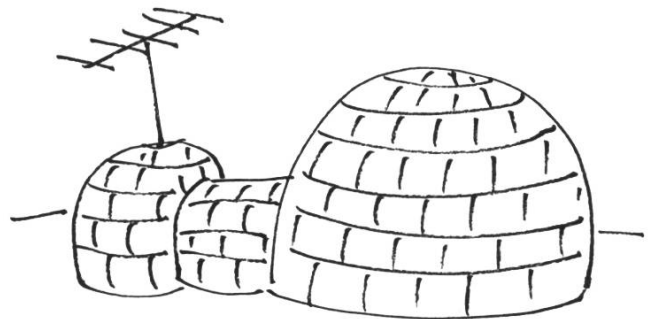
Technische Entwicklungen und ihre möglichen Folgen

These 10: Eine breite und gründliche Diskussion ist nötig

Die gegenwärtigen technologischen Entwicklungen im Medienbereich bieten Möglichkeiten kommerzieller und propagandistischer Nutzung. Sie können aber auch zur Erfüllung gesellschaftlicher Bedürfnisse eingesetzt werden. Wegen der grossen kulturellen Bedeutung der Massenmedien und ihrer starken Einwirkung auf das Zusammenleben muss jedoch in jedem Fall vor der Anwendung neuer Informationstechniken und vor der massiven Ausweitung von Medienangeboten die Frage nach den Auswirkungen gestellt und auf breiter Basis gründlich dis-

kutiert werden. Dieser Diskussion ist unbedingt Vorrang zu geben vor wirtschaftlichen Sachzwängen, die angeblich auf schnelle Realisierung drängen.

Ob die technologische Entwicklung im Medienbereich rein kommerziellen Gesetzen folgt oder ob sie den wirklichen Kommunikations-Bedürfnissen der Gesellschaft unterstellt wird, kann den Kirchen keineswegs gleichgültig sein. Kommunikation ist ein Gut, das allen gehört. Ihre Zukunft kann deshalb nicht allein von einer gesellschaftlichen Gruppe bestimmt werden. Eine sinnvolle Diskussion um die künftige Gestaltung der Medien muss deshalb einsetzen. Dabei gilt es genau abzuklären, welche Auswirkungen die Einführung neuer Kommunikationstechnologien haben. Ein hemmungsloses Wachstum, das allein von den Sachzwängen wirtschaftlicher Überlegungen bestimmt wird, ist unerwünscht. Die These 10 ist kein Plädoyer gegen die Einführung neuer Medien und Technologien, sondern eine Aufforderung, diese sinnvoll, d.h. zum Nutzen der Gesellschaft einzusetzen.



These 11: Mögliche positive Auswirkungen

Im lokalen Bereich können zusätzliche elektronische Massenmedien einen möglicherweise wichtigen Beitrag zur Verbesserung der öffentlichen Kommunikation leisten, sofern sie in der Lage sind, die wesentlichen lokalen Themen aufzugreifen, und sofern sie den Bewohnern des Bereichs zur aktiven Mitwirkung offen stehen. In Gebieten, die in bezug auf Lokalinformation unterversorgt oder von Pressemonopolen abhängig sind, können etwa Lokalradiosender als Ergänzung gute Dienste leisten.

Neue Medientechniken sind teilweise auch geeignet, bisher vernachlässigten Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation und somit die Integration in die Gesellschaft zu erleichtern.

Verschiedene Techniken der Bild- und Tonspeicherung können dem Medienbenutzer mehr Unabhängigkeit vom Angebot verschaffen und sind besonders im Bildungswesen vielseitig einsetzbar.

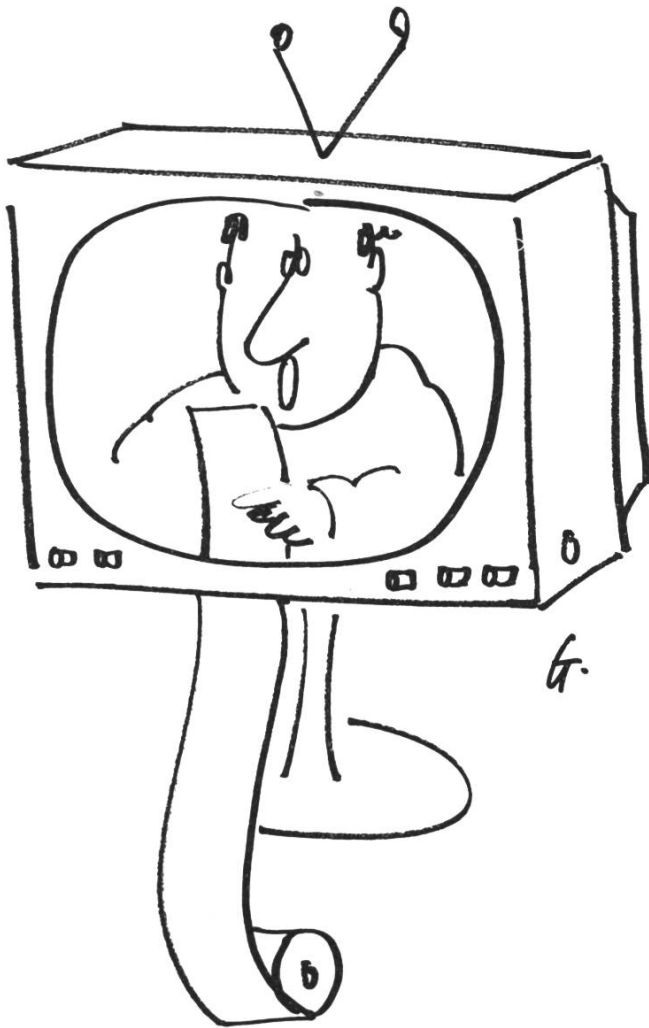
In den Thesen 11 und 12 werden mögliche positive und negative Folgen beschrieben. These 11 befasst sich dabei mit dem unmittelbar vor der Einführung stehenden Lokalrundfunk. Dass dieser vor allem dort eine wichtige Funktion erlangen kann, wo Gebiete unterversorgt oder durch Zeitungsfusionen unter ein Informationsmonopol geraten sind, wird keineswegs bestritten. Ebenso werden die vielseitigen Aufgaben der neuen Medien im Bildungsbereich erwähnt. Voraussetzung, damit die Medien die ihnen zugeordneten Funktionen erfüllen können, ist nach Auffassung der Kirchen eine weitreichende Unabhängigkeit, zum Beispiel gerade auch von Veranstaltern, die bereits im Medienbereich tätig sind. Plädiert wird zudem für Medien, in denen die Bevölkerung aktiv mitwirken kann. Diese Mitwirkung soll sich nicht in der Mitgliedschaft bei einer Trägerschaft erschöpfen, sondern wird als direkte Mitgestaltung am Programm – zum Beispiel über einen Offenen Kanal – verstanden. Dass so dann die neuen Technologien dazu verwendet werden, mehr Menschen die Teil-



nahme an der Kommunikation zu ermöglichen, erachten die Kirchen als selbstverständlich.

These 12: Mögliche negative Folgen

Vergrößerung der Programmauswahl, Verstärkung der Konkurrenz zwischen verschiedenen Anbietern und eine fast grenzenlose Ausdehnung der durch den Medienbenutzer abrufbaren Informationsmenge – dies alles sind an und für sich noch keine positiven Neuerungen. Es gibt im Gegenteil Anzeichen dafür, dass sie die personale Kommunikation weiter zurückdrängen und die Diskrepanz zwischen den Bildungsschichten wie auch das Nord-Süd-Gefälle verschärfen. Der Konkurrenzdruck in den elektronischen Medien bewirkt nach allen Erfahrungen bei den Programmen deutlich eine Nivellierung nach unten und nicht eine Steigerung der publizistischen Qualität. Unkontrollierte Ausbreitung von kommerziell interessierten Medien kann wichtige Kommunikationsträger wie lokale oder ideell profilierte Presseerzeugnisse in ihrer Existenz bedrohen. Die steigende Informationsflut mit immer mehr, immer



schneller übermittelten und immer weniger publizistisch verarbeiteten Aktualitäten fördert beim Medienbenutzer Bequemlichkeit und Oberflächlichkeit und bewirkt, dass er trotz wachsender Informationsflüsse immer weniger Bescheid weiss.

Die Abwicklung von bisher im persönlichen Kontakt vollzogenen Alltagsvorgängen über elektronische Informationssysteme zieht soziale Schäden nach sich und ermöglicht eine immer weitergehende Überwachung des Einzelnen.

Die Verkümmerng der personalen Kommunikation, eine verstärkte Diskrepanz zwischen den Bildungsschichten durch eine qualitative Nivellierung der Programme und eine zusätzliche Verschärfung des Nord-Süd-Gefälles sind mögliche schlimme Folgen einer unkontrollierten Einführung neuer Kommunikations-Technologien. Diese Befürchtungen sind nicht aus der Luft gegriffen, sondern lassen sich bereits weitgehend belegen. So

etwa sind die Erfahrungen, wie sie mit der Verfügbarkeit eines grossen Fernseh-Programmangebotes gemacht wurden, ernüchternd. Unter dem Konkurrenzdruck ist die Programmqualität nicht etwa, wie immer wieder behauptet wird, gestiegen, sondern wesentlich schlechter geworden. Indem sie auf mögliche negative Folgen hinweisen, wollen die Kirchen die Einführung neuer Kommunikations-Technologien allerdings nicht verhindern, sondern mithilfe, sie bewusst, d. h. unter Mitwirkung einer informierten Bevölkerung, zu gestalten. Darin, dass dies bisher gar nicht oder nur in einem sehr bescheidenen Umfang geschah, ist ein Vorwurf an eine Medienpolitik zu erkennen, die sich bisher mehr dem Sachzwang der technischen Machbarkeit unterzogen hat, statt sich von den Kommunikations-Bedürfnissen der Gesellschaft leiten zu lassen.

Die Position der Kirchen

These 13: Kirchliche Medienkonzeption und -politik

Wo es heute um medienpolitische Zukunftsentscheidungen geht, liegt es den Kirchen daran, dass Gesichtspunkte eines biblischen Menschenbildes und einer christlichen Weltverantwortung zur Sprache kommen.

Die Kirchen wollen ferner dazu beitragen, dass die Massenmedien an ihrem gesellschaftlichen Leistungsauftrag gemessen werden; dass die Medienschaffenden die nötige Ausbildung, Begleitung und Unterstützung erhalten; dass den Medien die unerlässliche Freiheit gegenüber kommerziellem und ideologischem Einfluss erhalten bleibt.

In diesem Engagement vertreten die Kirchen ihren Auftrag. Sie sehen sich dabei als Partner all jener, die bei ihrem Einsatz für das Medienwesen die humane Entwicklung der Gesellschaft im Auge haben. Die Kirchen begründen jedoch ihre Mitverantwortung für die Medien von der biblischen Botschaft her. In diesem Sinn handelt es sich für die Kirchen gerade auch dann um Gehorsam gegenüber ihrem Verkündigungsauftrag, wenn sie in

Medienfragen nicht nur ihre spezifischen Verkündigungsmöglichkeiten vertreten.

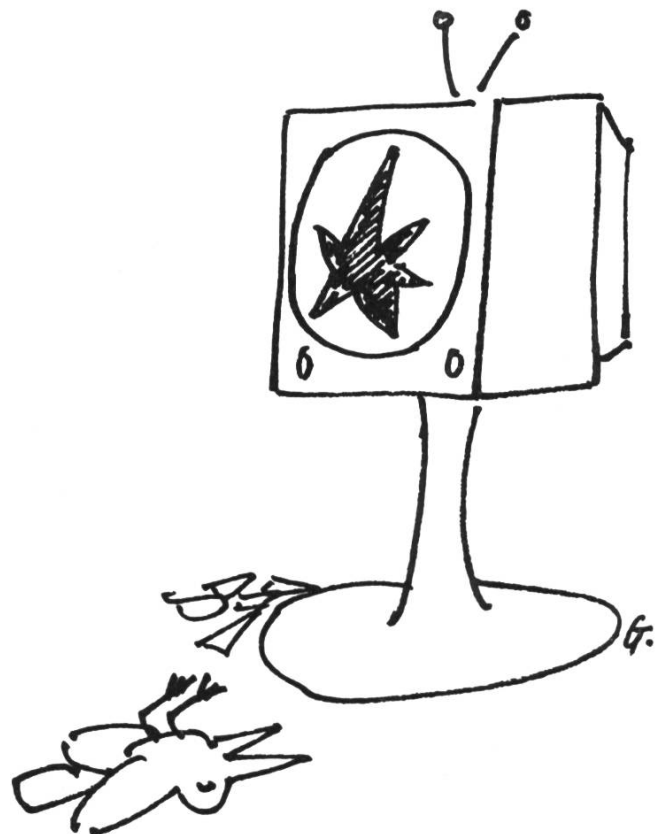
Die Thesen der Kirchen zur Entwicklung der Massenmedien sollen mehr als eine verbale Verlautbarung sein. Sie sollen politisch wirksam werden. Dabei bedürfen die Kirchen selber einer Position, von der aus diese Politik betrieben werden kann. Ausgehend von einem biblischen Menschenbild und einer christlichen Weltverantwortung wollen sie sich als Partner jener verstehen, welche die Medien in den Dienst einer humanen Entwicklung der Gesellschaft stellen wollen. Voraussetzung dafür ist die Freiheit der Kommunikationsmittel gegenüber kommerziellen und ideologischen Einflüssen. Die Position, welche die Kirchen gewählt haben, ist schwierig. Sie steht einerseits den massiven kommerziellen Interessen im Kommunikationswesen gegenüber, welche die Medienpolitik der westlichen Industrienationen im wesentlichen bestimmen. Andererseits wird sie auch auf inneren Widerstand stossen; denn die Kirchen sind Volkskirchen, unter deren Dach alle Positionen vertreten sind. Allerdings kann in einer christlichen Kirche nicht die Pluralität der Meinungen die Position bestimmen, sondern allein der von der Bibel und von der christlichen Verantwortung her bestimmte Auftrag. Da kann es geradezu Verpflichtung sein, im Widerspruch zur öffentlichen Meinung zu stehen.

These 14: Medienarbeit der Kirche

Die Kirchen sind von ihrem Auftrag und Selbstverständnis her auf Kommunikation angelegt. In der Schweiz sind sie bis heute als Anbieter fast ausschliesslich durch gedruckte Medien aktiv (Flugblatt, Broschüre, Zeitung, Zeitschrift, Buch). Mit Radio und Fernsehen gibt es eine vereinbarte Zusammenarbeit. Im Bereich des Films sind die Kirchen durch Unterstützungsbeiträge und in bescheidenem Ausmass auch als Produzenten tätig. Verschiedene audiovisuelle Medien – zum Beispiel Kurzfilme – haben gerade in der kirchlichen Arbeit einen besonders wichtigen Platz. Diese Form der kirchlichen Medientätigkeit ist nicht die einzig

denkbare, aber sie ist sowohl der gegenwärtigen Medienordnung wie auch der Position der Kirchen in der Gesellschaft angepasst: Die Kirchen sind selbständig aktiv im Sektor der Massenmedien, der privatwirtschaftlich organisiert ist; und sie sind kooperierende Partner der öffentlich-rechtlichen Medien.

Aktive Medienarbeit zu betreiben, ist die Voraussetzung zur Mitsprache in den Medien. Kirchliche Medienarbeit hat Tradition. Die Kirchen haben Medien schon immer zum Zwecke der Verkündigung ihrer Botschaft verwendet, sie aber darüber hinaus als Kommunikationsmittel im Dienste eines besseren, humaneren Zusammenlebens eingesetzt. Es ist nicht zufällig, dass sie in verschiedenen Bereichen – etwa in der Medienpädagogik, aber auch der Programmbeobachtung – Pionierdienste geleistet haben. Das kann indessen nicht darüber hinwegtäuschen, wie wenig gerade diese Arbeit im Bewusstsein des Kirchenvolkes, aber auch einer weiteren Öffentlichkeit verankert ist. Wenn die Kirchen mit ihren Thesen tatsächlich eine bewusste Medienpolitik in die Wege leiten und entsprechenden



Einfluss nehmen wollen, wird ein viel stärkerer Einbezug der sogenannten Basis unumgänglich sein. Medienpolitik darf nicht allein die Sache der Kirchenführung bleiben, sondern muss von den Gemeinden getragen werden, wenn sie wirksam werden soll.

These 15: Seelsorgerlicher und sozialer Auftrag

Von ihrem seelsorgerlichen und sozialen Auftrag her setzen sich die Kirchen dafür ein, dass die Menschen befähigt werden, mit Medien souveräner umzugehen, und dass sie Möglichkeiten bekommen, sich selbst in den Medien zu artikulieren.

Es liegt den Kirchen daran, dass die Medienangebote nicht unkontrolliert zunehmen und damit noch viel mehr als heute zu einer Informationsflut werden, die der Einzelne nicht mehr verkraften kann. Die Kommunikationsmöglichkeiten des Menschen sind ein begrenztes Gut, mit dem haushälterisch umgegangen werden muss. Im Sinne einer Medienökologie ist festzuhalten, dass nur solche Medienangebote verantwortbar sind, für die es ein begründetes Bedürfnis gibt.

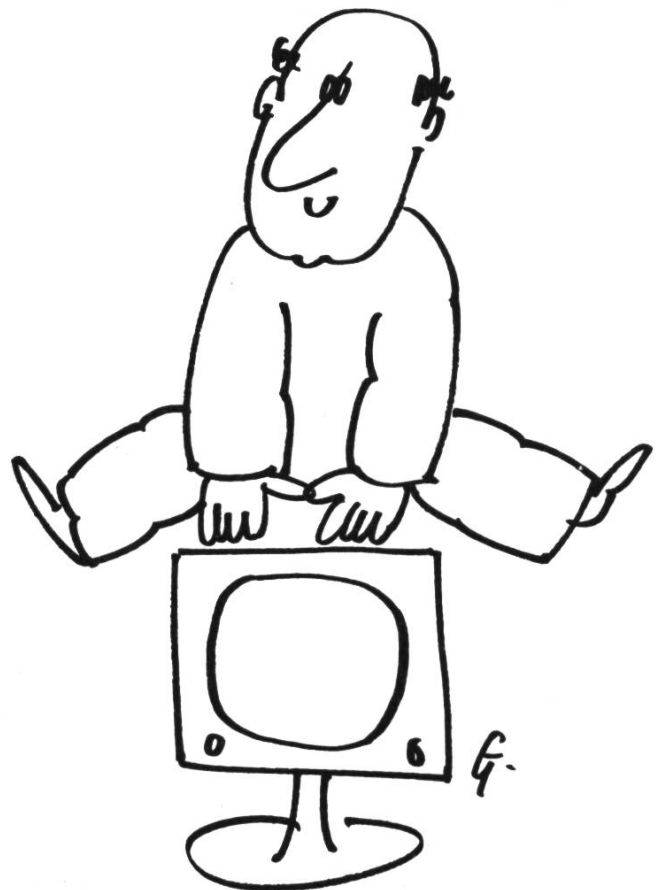
Der seelsorgerliche und soziale Auftrag ist zugleich ein pädagogischer. Menschen zu befähigen, mit den Medien souveräner umgehen zu können und sich in ihnen zu artikulieren, setzt ein Medienbewusstsein voraus. Ein solches heranzubilden, können die Kirchen nicht einfach andern überlassen, vor allem dann nicht, wenn sie ihre sozialetischen Grundsätze und Wertvorstellungen zur Basis dieses Medienbewusstseins machen wollen. Allein zu bewältigen aber vermögen sie diese anspruchsvolle Aufgabe auch nicht. Sie werden in den Medien, aber auch in den Schulen Partner finden müssen, die ihre Auffassungen teilen und bereit sind, ihre Möglichkeiten zur Heranbildung einer «medientauglichen» Gesellschaft einzusetzen.

These 16: Das christliche Zeugnis als eine Stimme unter vielen

Gesamtgesellschaftliche Mitverantwortung hat für die Kirchen im Rahmen der

gegenwärtigen schweizerischen Medienordnung Vorrang vor unabhängiger kirchlicher Informationspraxis in allen Medienbereichen. Sofern die Stimme der Kirchen unverfälscht vernehmbar wird, nützen sie deshalb die jetzige Umbruchsituation im Medienwesen nicht dazu aus, im Radio oder Fernsehen eigene Verkündigungssender schaffen zu wollen. Ein solcher Schritt würde medienpolitische Rahmenbedingungen erfordern, die gerade die Kirchen aus den dargelegten Gründen nicht herbeiwünschen können.

Aus diesen Überlegungen ziehen es die Kirchen in der jetzigen Situation vor, im Bereich der elektronischen Massenmedien vor allem die bestehenden Formen der Zusammenarbeit weiter zu entwickeln. Dabei geht es einerseits um verkündigende Sendungen, andererseits um die Beachtung der christlichen Stimmen und der Kirchen im gesamten Programm. Die Kirchen betrachten es grundsätzlich als richtig, wenn ihr Zeugnis im Medienangebot als Stimme neben und im Gespräch mit anderen vernehmbar wird.



Auch These 16 ist ein wesentlicher Bestandteil des kirchlichen Positionsbezuges. In der Erkenntnis, dass rein kirchliche Medien – Zeitungen so gut wie Radio- oder Fernsehstationen – einer starken Gefahr der Gettoisierung ausgesetzt sind, d. h. nur von jenen wahrgenommen werden, die ohnehin schon zu den Kirchen gehören, wird eine Zusammenarbeit mit den bestehenden Medien vorgezogen. Entscheidend ist dabei, dass deren Programmverantwortliche die Ansichten der Kirchen und mehr noch des christlichen Glaubens unverfälscht zum Zuge kommen lassen. In einem Zusammenarbeitsvertrag sichert die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG), an deren Fortbestand als Garant für unabhängige elektronische Medien die Kirchen stark interessiert ist, den Landeskirchen den Status gesellschaftlich relevanter Gruppen zu. Damit geht sie die Verpflichtung ein, regelmässig über das kirchliche Leben zu berichten. In These 16

bekennen sich die Kirchen zu dieser Form der Zusammenarbeit, behalten sich aber ausdrücklich vor, andere Möglichkeiten in Erwähnung zu ziehen, falls ihre Stimme nicht mehr unverfälscht zum Ausdruck kommen sollte.

Zum Positionsbezug gehört auch die Feststellung, dass sich die kirchliche Stimme nicht allein in verkündigenden, die Sache der Kirche direkt betreffenden Sendungen ausdrückt. Sie versteht darunter vielmehr, dass ihre Wertvorstellungen im gesamten Programm präsent sind. Dabei sind sich die Kirchen allerdings bewusst, dass sie eine Stimme unter vielen sind. Andere zu hören, zu respektieren, zu diskutieren und auch zu tolerieren, gehört zur selbstverständlichen Bereitschaft zu jener Auseinandersetzung in den Medien, welche die Grundvoraussetzung für den Aufbau einer humanen und demokratischen Kommunikation bildet.

Urs Jaeggi

FILMKRITIK

Tootsie

USA 1982. Regie: Sydney Pollack
(Vorspannangaben siehe
Kurzbesprechung 83/104)

«... vom Stoff, aus dem Hollywoods Legenden gemacht sind. Das Wunder dieses Jahres heisst «Tootsie».» Mit solchen und ähnlich enthusiastischen Vorschusslorbeeren aus den USA kam «Tootsie» dieses Jahr nach Europa als Eröffnungsfilm an die Berliner Filmfestspiele 1983. Der Publikumshit, der in Amerika bereits nach kurzer Laufzeit seine Produktionskosten wieder eingespielt hat (die für eine relativ unaufwendige Komödie stolze Summe von 21 Millionen Dollar – etwa gleich viel, wie der epische «Ghandi» gekostet hat), ging auch einem Grossteil der Berlinale-Festivaliers gleich ans Herz. Möglich, dass die Routiniers unter ihnen

ahnten, dass es in den folgenden Tagen auf der Leinwand so bald nicht wieder so lustig zu- und hergehen würde; möglich auch, dass die Komödie um eine Geschlechterverwirrung zur richtigen Zeit mit dem richtigen Ton ein Thema präsentierte, das seit einiger Zeit schon in der Luft lag. Jedenfalls dürfte dem Siegeszug von Sydney Pollacks neuem Film mit der legendären Doppelrolle für Dustin Hoffman auch bei uns nichts im Wege stehen.

«Tootsie» erzählt – in haarsträubend komischer bis harmlos sentimentaler Manier – die Geschichte des nicht mehr ganz jungen, arbeitslosen Schauspielers Michael Dorsey, der dank seiner professionellen Kompromisslosigkeit und seinem besessenen Engagement zum Schrecken aller Agenten und Regisseure bei Theater, Film und Fernsehen geworden ist (selbst eine Rolle als Tomate in einem