

---

## Grundlagen einer Medienpädagogik

Zweitveröffentlichung aus: Grundlagen einer Medienpädagogik. (1979) Zürcher Beiträge zur Medienpädagogik. Zug: Klett & Balmer. Hrsg. v. Hertha Sturm, Marianne Grewe-Partsch, Ulrich Saxer, Heinz Bonfadelli, Walter Hättenschwiler, Georges Ammann und Christian Doelker.

## Soziologische Aspekte der Massenkommunikation im medienpädagogischen Kontext<sup>1</sup>

Ulrich Saxer

### 1. Kommunikationssoziologie und Medienpädagogik<sup>2</sup>

Zwar haben sich vielerorts vor allem Rechts- und Geschichtswissenschaft schon lange forschend und lehrend mit der Presse auseinandergesetzt, freilich nur nebenbei. Die eigentliche Publizistik- oder Medienwissenschaft dagegen, die sich medienübergreifend um die mit der publizistischen Kommunikation zusammenhängenden Phänomene dauernd bemüht, ist wie ein Grossteil ihres Gegenstandes selber jungen Datums. Dies wirkt sich sowohl auf die Beschaffenheit und Leistungsfähigkeit einer solchen Disziplin als auch auf die Übertragbarkeit ihrer Erkenntnisse aus.

#### 1.1 Probleme der Kommunikationssoziologie

Eine solch junge Disziplin ist strukturell gewöhnlich noch nicht sehr gefestigt. Dies kann im guten höhere Flexibilität als bei älteren Wissenschaften bedeuten, im schlechten, dass das Wissen in solchen Disziplinen vielfach noch unkoordiniert gewonnen wird. So stehen in der Publizistik-, Medien- oder Kommunikationswissenschaft z.B. soziologische und psychologische Ansätze noch relativ unverbunden nebeneinander, und auch die technologischen, ökonomischen und juristischen Aspekte des Mediensystems werden noch nicht konsequent genug auf die übrigen Dimensionen des Gegenstandes bezogen. Aus diesem Grunde muss in diesen «Texten zur Medienpädagogik» neben der psychologischen und pädagogischen auch die soziologische Perspektive gesondert dargelegt werden.

Es fragt sich allerdings, wieweit überhaupt von «der» soziologischen Perspektive die Rede sein darf und kann, gerade hinsichtlich der Massenkommunikation. Wer die zeitweise sehr rege einschlägige Literaturproduktion im deutschen Sprachbereich während des letzten Jahrzehnts verfolgt hat, muss ja zumindest als Aussenseiter den Eindruck gewinnen, einen wissenschaftlichen Konsens gebe es hier überhaupt nicht. Diese Auffassung ist indes nur dann zutreffend, wenn höchst spekulative bzw. klar parteiische und empirisch sorgfältig belegte bzw. um Unparteilichkeit bemühte wissenschaftliche Aussagen auf gleiche Ebene gerückt werden und überdies die deutschsprachige Literatur als alleinige Urteilsunterlage beigezogen wird. Hält man sich dagegen an die üblichen wissenschaftlichen Standards und lässt die in dieser Hinsicht immer noch besonders ertrag-

reiche angelsächsische Forschung nicht ausser acht, so zeichnen sich durchaus Zonen breiten Einverständnisses auch über die soziologische Dimension der Massenmedien ab. Auf deren Ergebnisse kann und muss die Medienpädagogik durchaus zurückgreifen, ohne sich dem Vorwurf der inkompetenten Autoritätenwahl auszusetzen. Ein gewisses Mass an Umstrittenheit wird solchen Befunden wegen der nur teilweise geklärten Grenzen wissenschaftlicher Beschäftigung mit der Massenkommunikation wohl trotzdem noch einige Zeit anhaften. Was im folgenden als Unterlage medienpädagogischer Bemühungen an kommunikationssoziologischen Befunden ausgebreitet wird, sucht aber auf jeden Fall den Bereich des Gesicherten möglichst wenig zu überschreiten.

Welche soziologischen Aspekte nun medienpädagogisch gerade die wichtigsten sind, lässt sich indes nicht leicht festlegen, insbesondere nicht einfach von der Kommunikationswissenschaft her. Massgeblich sind hier in erster Linie die jeweiligen Lehr-/Lernziele, und diese wiederum bestimmen sich an der jeweiligen Schulstufe. Andererseits vermittelt die Durchsicht medienpädagogischer Lehrmittel dem Publizistikwissenschaftler doch einige Hinweise, auf welche kommunikationssoziologischen Materialien die Medienpädagogik besonders dringend angewiesen ist. Eine solche Überprüfung zeigt, dass vor allem die einigermassen überzeugende Lokalisierung der Massenkommunikation in der Gesamtgesellschaft der herkömmlichen Medienpädagogik Schwierigkeiten bereitet. Die vorhandenen Lehrtexte behandeln nämlich individuelle Auswirkungen und partielle Phänomene der Massenkommunikation (Mikrodimensionen) erheblich fundierter als ihre Makroaspekte (gesamtgesellschaftliche Bedeutung). Am unmittelbarsten drängt sich daher die Bereitstellung entsprechenden medienkundlichen Stoffs auf, der den Medienpädagogen selber die Bestimmung des strukturellen Ortes und Gewichtes der Massenkommunikation erleichtert.

Dieses medienpädagogische Defizit muss freilich wiederum mit Ungleichgewichten der wissenschaftlich zuverlässigen Erhellung der Massenkommunikation in Zusammenhang gebracht werden. Sehr viel mehr wissenschaftliche Anstrengung ist insgesamt in die empirische Ermittlung von Medieneinzelwirkungen investiert worden als in die sorgfältige Erhellung der institutionellen Natur der Massenkommunikation und ihres realen gesamtgesellschaftlichen Beitrags. Vor allem der Oberstufen- und Gymnasiallehrer muss sich in seinen medienkundlichen Bemühungen um diese Aspekte von der wissenschaftlichen Literatur ziemlich im Stich gelassen vorkommen. Über die gesamtgesellschaftliche Position der Massenmedien, ihre verschiedenen Regelungsweisen und selbst über das Mediensystem des eigenen Landes findet ja – gerade auch der schweizerische – Medienpädagoge nur mit grösster Mühe taugliche Informationen; dabei stellen diese Themen doch Minima dessen dar, was er selber wissen und an seine Schüler weitervermitteln muss.

## 1.2 *Kommunikationssoziologische Voraussetzungen der Medienpädagogik*

So ergibt sich als Widerspruch, dass was medienpädagogisch am dringendsten an kommunikationssoziologischem Wissen benötigt würde, von der Medienwissenschaft erst unvollständig und zudem wenig koordiniert irgendwo erarbeitet worden ist. Dort muss es der Medienpädagoge dann zusammensuchen. Kein Wunder, dass unter diesen Umständen die soziologischen Aspekte der Massenkommunikation als medienkundliche Voraussetzungen der Medienpädagogik insgesamt unzulänglich berücksichtigt sind. Auch die Bestimmung des gesellschaftlichen Ortes der Massenkommunikation, die daran anschliessende Typologie institutioneller Systeme der Massenkommunikation und endlich die Strukturanalyse des schweizerischen Mediensystems als dritter kommunikationssoziologischer Problemaufriss vermögen bloss elementare medienpädagogische Hilfestellung zu geben. Trotz ihrer unerlässlichen Vereinfachungen, die zudem der Fachwissenschaft als Tribut für ihre pädagogische Nutzbarkeit abverlangt werden, sollten diese drei schematischen Darstellungen von Strukturposition, institutioneller Regelung und nationaler Systembeschaffenheit der Massenkommunikation immerhin auch publizistikwissenschaftlich als Zusammenfassungen und Verdeutlichungen von einigermassen anerkannten Befunden vertretbar sein.

As Basiskonzept der soziologischen Perspektive, das in die Medienpädagogik verstärkt Eingang finden sollte, kann im übrigen dasjenige des sozialen Handelns bezeichnet werden, worunter seit Max Weber jenes Handeln verstanden wird, «welches seinem von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist»<sup>3</sup>. Kommunikationsvorgänge, also Medienproduktion wie Medienkonsum, sind sogar in besonders ausgeprägtem Mass Formen des sozialen Handelns, wie unabhängig, isoliert oder spontan die Rezeption von Medienangeboten auch etwa geschehen und erscheinen mag. Nicht nur aufeinander sind die Journalisten und ihr Publikum verwiesen, sondern sie stehen beide zugleich noch in unzähligen weitem Zusammenhängen. Sie sind durch ihre Tätigkeit, Situation, Herkunft, Milieu in derart viele Systeme einbezogen, dass die soziologische Perspektive regelmässig auch den Systemcharakter der gesellschaftlichen Phänomene und damit auch der Massenkommunikation anvisiert. Die Massenmedien sind längst für die Erfüllung sehr vieler individueller und kollektiver Bedürfnisse unerlässlich geworden. Dermassen bedeutsam sind in der Tat die Leistungen, die von ihnen erwartet werden, dass sie den Rang von Institutionen, von wichtigen Elementen der dauernden, regulativen, bedürfnisbefriedigenden Ordnung der Gesellschaft, einnehmen. Strukturen, im Sinne von fixierten gesellschaftlichen Problemlösungen, sichern mit andern Worten die Funktionen, die Leistungsprozesse der Massenkommunikation. Soziales Handeln, System, Institution, Struktur und Funktion bilden so das konzeptuelle kommunikationssoziologische Grundgerüst, das

nun im folgenden für den medienpädagogischen Zweck weiter konkretisiert wird.

## **2. Der gesellschaftliche Ort der Massenkommunikation**

Weil die Massenmedien oder, genauer gesagt, die publizistischen Medien in den modernen Gesellschaften allgegenwärtig zu sein scheinen, fällt die Bestimmung ihrer Stellung im gesellschaftlichen Gefüge wie die Qualifizierung ihrer tatsächlichen Leistungen schwer. Je nach wissenschaftlichem Ansatz, weltanschaulicher Ausrichtung, aber auch primär anvisiertem Medium lauten die Auskünfte entsprechend unterschiedlich. Seit dem Aufkommen des Fernsehens werden z.B. im medienpädagogischen Schrifttum die Leistungen der Tageszeitung nur noch sehr rudimentär gewürdigt, was wiederum einseitige soziologische Perspektiven zur Folge hat. Blendet man den individuellen Aspekt – mit dem sich die psychologischen bzw. pädagogischen Beiträge dieses Bandes beschäftigen – einmal aus, so hilft soziologisch am ehesten eine Betrachtungsweise weiter, die die Gesellschaft als ein, unzählige Teilsysteme vereinigendes, Grosssystem begreift, das für seine Existenz auf ebenso zahllose Leistungen, Funktionen, dieser Teilsysteme angewiesen ist. System und Funktion bilden also mit Vorteil den Ausgangspunkt für eine gesellschaftliche Positionsbestimmung der Massenkommunikation durch den Medienpädagogen; oder anders ausgedrückt: der Zusammenhang der Gesellschaft als solcher wie derjenige zwischen ihr und der Massenkommunikation lässt sich besonders einleuchtend als funktionaler verstehen.

### *2.1 Massenkommunikation als geschichtliches Phänomen*

Dass geschichtlich die Industrialisierung und das Erstarken der publizistischen Medien zusammengehen, ist unter dieser Optik ebensowenig ein Zufall wie der Zusammenhang zwischen der Zunahme der gesellschaftlichen Arbeitsteilung und der Intensivierung der Massenkommunikation. Zum einen sind ja die kommunikationstechnologischen Entwicklungen der Neuzeit, bis hin zu den rechnergesteuerten Informationssystemen und der Breitbandkommunikation, zugleich Resultate und Motoren des Industrialisierungsprozesses und darum auch nicht ohne weiteres mit vorindustriellen Kulturen verträglich. Kulturen, die jeweils die für die betreffenden Gesellschaften charakteristischen Sinngebungen hervorbringen, stellen eben selber auch Systeme dar, in denen die Änderung eines Elementes auch andere in Mitleidenschaft zieht. Gerade weil die Massenmedien von der industriellen Technik geprägt sind und auch in ihrem Geiste funktionieren, ist ihre Wirksamkeit in Entwicklungsländern vielfach der dortigen Kultur abträglich. Die ständige Steigerung der Leistungsvielfalt der mannigfaltigsten und sich ständig vermehrenden gesellschaftlichen Teilsysteme zur Bedürfnisdeckung der Gesellschaftsmitglieder ist ohne immer intensivere kommunikative Steuerung gar nicht mehr denkbar. As Organisato-

ren und Integratoren der verschiedensten Bewusstseinswelten unter identischen Botschaften bauen denn auch die Massenmedien die komplexen Grossgesellschaften der Moderne recht eigentlich auf bzw. halten sie zusammen. Entsprechend ungestüm ist die Nachfrage nach diesen Medienfunktionen gewachsen. Industrialisierungs- und Differenzierungsprozess stellen also die historischen Hauptentwicklungen dar, in denen die Funktionen der Massenmedien für die Gesellschaftssysteme zentral werden – ein Aspekt, dem ein moderner Geschichtsunterricht zweifellos Rechnung tragen sollte.

## 2.2 *Gesellschaft als System*

Dieser historisch-funktionale Zusammenhang zwischen Massenkommunikation und Modernisierung ist unmittelbar einleuchtender und daher unbestrittener als die Position der publizistischen Medien innerhalb der Gesellschaften, also innerhalb ihrer verschiedenen Teilsysteme. Das Mediensystem selber ist eben so vielseitig, dass bereits unter den Druckmedien der belletristische Klassiker in Taschenbuchform, die politische oder gar die Parteizeitung, der kommerzielle Gratisanzeiger und die unterhaltende Illustrierte ihrer Funktion wie ihrem gesellschaftlichen Ort nach nur noch sehr wenig gemein haben. Hier noch mittels Vereinfachungen zu einem angemessenen Überblick zu kommen, ist kein leichtes. Verschiedene Medienpädagogiken setzen denn auch wohl zu deutliche Akzente: die ästhetisch ausgerichtete Medienpädagogik behandelt die Massenmedien so, als wären sie einzig Kulturinstrumente; jene Kreise, die Medienpädagogik ausschliesslich als Staatsbürgerkunde bzw. politische Erziehung verstehen, haben nur die politische Bedeutung der publizistischen Medien im Auge; und die progressiv-linke Medienpädagogik, soweit sie sich der Annahme verschreibt: «Massenmedien und ihre Inhalte sind Waren, die bestimmten Interessen dienen»<sup>4</sup>, reduziert Massenkommunikation offenbar auf das Ökonomische. Als Gesamtdefinitionen des Lehr-/Lerngegenstandes Massenkommunikation sind solche Verabsolutierungen irreführend, stehen im Widerspruch zur komplexen gesellschaftlichen Realität wie zur geschichtlichen Dynamik.

Die moderne Gesellschaft als System, d.h. als Organisation von Elementen verstanden, die aufeinander einwirken, ist vielmehr gerade auf alle Medienfunktionen angewiesen, die in solchen Medienpädagogiken einzeln diskutiert oder gar als einzig relevant behandelt werden. Die Schwierigkeit der medienpädagogischen Aufgabe liegt massgeblich darin, gemäss dieser kommunikationssoziologischen Erkenntnis ausgewogen-vielseitige Stoffpläne zu entwickeln und zu vermitteln, die den komplexen und mannigfaltigen Leistungen der Massenmedien gerecht werden. Den Unterrichtenden wird damit freilich eine gewisse abstrakte Einsicht in das Verhältnis von Gesellschafts- und Mediensystem ab verlangt, die sie sich infolge des beschriebenen Zustandes der wissenschaftlichen Literatur nur mit Mühe erwerben können.

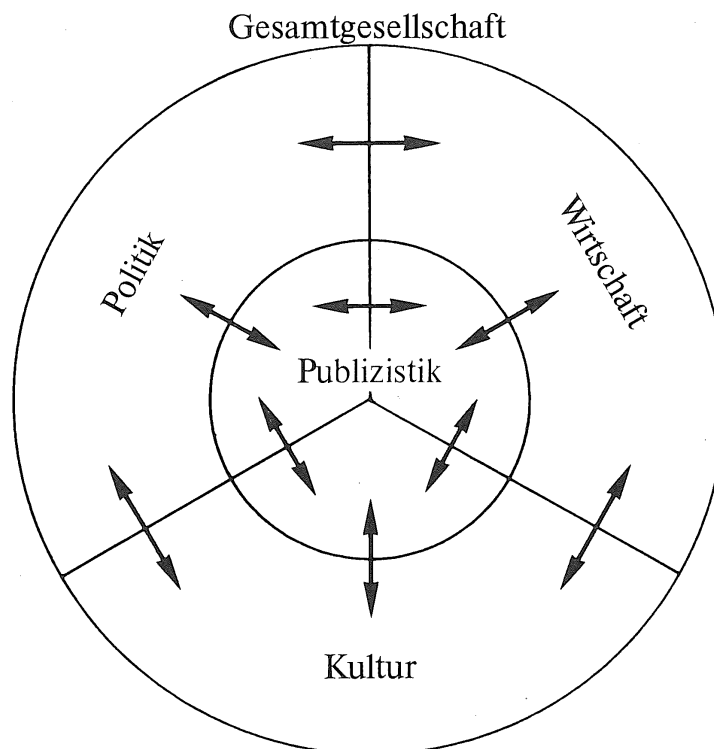


Abb. 1: Schaubild 1: Gesellschafts- und Mediensystem.

In elementarer Weise mag da Schaubild 1 weiterhelfen. Die gesamte Gesellschaft können wir uns als einen umfassenden Handlungszusammenhang vorstellen, der gemäss bestimmten Bedürfnissen und ihrer Befriedigung zusammengesetzt ist. Spezialisierte Teilsysteme sorgen für die Sättigung der entsprechenden Nachfrage. Unter diesen können als besonders wichtig die Systeme Politik, Kultur und Wirtschaft angesprochen werden, mit den zugehörigen Objekten Macht, Sinn und Güter/Dienstleistungen, die sie regeln. Das politische System bringt die allgemeinverbindlichen Entscheidungen hervor, derer die Gesellschaft zu ihrer Steuerung bedarf. Das System Kultur, mit Institutionen der Erziehung, Kunst und Religion, vermittelt den Sinnhorizont der Gesellschaft, und das System Wirtschaft ordnet die Versorgung der Gesellschaftsmitglieder mit Gütern und Dienstleistungen.

### 2.3 Publizität als Hauptfunktion

Das Objekt der publizistischen Medien hingegen ist, wie bereits ihr Name sagt, Publizität. Publizistik, wie sie daher auch genannt wird, stellt Öffentlichkeit für Personen und Sachverhalte her und macht diese bekannt. Auf diese Leistung sind politische Entscheidungen und Sinngehalte ebenso angewiesen wie Güter und Dienstleistungen. Von ihren Funktionen her dienen daher die publizistischen Medien grundsätzlich ebenso der Kultur, der Politik wie der Wirtschaft. Umgekehrt sind die

Massenmedien ihrerseits auch wieder von Politik, Kultur und Wirtschaft für ihren Bestand und ihr Funktionieren abhängig. Politische Instanzen können die Zensur verhängen; ohne die Leistungen von Kunst und Wissenschaft ermangeln die Medien vielfach des Stoffes; und für ihren Bestand bedürfen sie auch der wirtschaftlichen Ressourcen. Das Verhältnis zwischen den publizistischen Medien und diesen wichtigen gesellschaftlichen Teilsystemen kann mithin als eines des gegenseitigen Problemschaffens und -lösens interpretiert werden. Sehr viele Medien sind für ihre sonstigen publizistischen Leistungen auf die Einnahmen aus der Werbung angewiesen, sehen sich deshalb aber auch immer wieder mit Forderungen der Werbewirtschaft konfrontiert, die möglicherweise die Erfüllung ihrer sonstigen Funktionen beeinträchtigen.

Nicht zu übersehen ist allerdings, dass verschiedene Medien ihrem kommunikationstechnischen Vermögen nach zu unterschiedlichen Leistungen gerade hinsichtlich dieser wichtigen gesellschaftlichen Teilsysteme befähigt sind. Daher nehmen sie grundsätzlich auch nicht ganz die gleichen Positionen im gesellschaftlichen Ordnungsgefüge, also unter den Institutionen, ein. Für die Befriedigung der Hauptkommunikationsbedürfnisse der Wirtschaft, nämlich nach rascher Marktinformation, Waren- und Goodwill-Werbung, eignen sich z.B. die relativ langsam produzierten und viel kompakte Information enthaltenden Bücher weniger als die Massenmedien Zeitung, Radio und Fernsehen. Vielen Bemühungen des modernen Buchhandels zum Trotz lässt sich denn auch das Buch nicht in vergleichbarem Mass als kommerzieller Werbeträger einsetzen. Ebenso erbringen Zeitung, Radio und Fernsehen ihrer grösseren Flexibilität wegen in stärkerem Ausmass die für das Funktionieren des politischen Systems erforderlichen informierenden und überredenden Kommunikationsleistungen als das Buch. Die Pressekonzentration beunruhigt daher die Politiker mehr als die Konzentration im Buchsektor. Dagegen erfüllt das Buch dank seiner Titelvielfalt und seiner relativ hohen Individualisiertheit die Forderung der Kultur nach vielseitiger Kreativität besser als die erwähnten Massenmedien und gehört somit seiner Stellung nach primär zum System Kultur.

#### 2.4 *Medienautonomie als Problem*

Folgt man diesem sehr verkürzten funktionalistischen Gesamtgedankengang weiter, so lässt sich überdies erkennen, dass die vielberedete Unabhängigkeit der publizistischen Medien auch in Demokratien nur eine relative, recht prekäre und im Grunde immer wieder neu zu verteidigende sein kann, gegen eine Umwelt nämlich, deren Publizitätsansprüche regelmässig von den unterschiedlichsten Interessen diktiert werden und sehr oft nur positive und nicht etwa auch kritische Öffentlichkeit meinen. Gerade die Vielzahl und Widersprüchlichkeit der Erwartungen an die Massenmedien gestatten diesen aber auch wieder ein – zudem von der demokratischen Rechtsordnung verbürgtes – bis zu einem gewissen Grad eigenständiges Taktieren. Sie verschaffen ihnen die Möglichkeit, diese wider

streitenden Interessen nach wirklich publizistischen Gesichtspunkten gegeneinander abzuwägen, ja eventuell auszuspielen. Angesichts der einengenden Bedingungen durch die allgemeine Verschränktheit der Systeme ist allenthalben günstigenfalls bloss eine relative Autonomie der Massenmedien in der Demokratie zu erwarten. Nach Massgabe des Möglichen unabhängig sind daher Medien, wenn sie ihre politischen Themen ohne allzu grosse Rücksichten auf Parteien und Behörden, ihre Präsentationsweisen ohne allzu tiefe Verbeugung vor den kulturellen Gralshütern und ihr Publikum ohne allzu grosse Angst vor den Tabellen der Werbewirtschaft auswählen können.

Diese Gesamtkonstellation lässt freilich auch erkennen, dass nur Gesellschaften, in denen kein Teilsystem dominiert, sondern ein gewisses Gleichgewicht zwischen diesen besteht, den Medien ausreichenden Freiraum für flexible publizistische Leistungen belassen. Die seinerzeit übermächtige Kirche z.B. zensurierte die Druckmedien entsprechend, und noch heute kann sich die kirchliche Presse unter ihrer Bindung an diese kulturelle Sinngebungsinstanz oft nur beschränkt entfalten. Wo die Wirtschaft regiert und das politische System bloss in Gestalt eines Nachtwächterstaates duldet, da setzt sich auch die Wirtschaftswerbung und die Gefälligkeits-Publizistik gegen die andern publizistischen Funktionen durch. Und wo es schliesslich zur Zwangsverstaatlichung der Gesellschaft, wie in modernen Diktaturstaaten, gekommen ist, da funktioniert auch die Massenkommunikation fast nur noch als Stimmverstärkung für die regierenden Politiker. Dermassen intensiv ist denn auch der Systemzusammenhang zwischen Medien und Gesamtgesellschaft, dass Schwächungen der Pressefreiheit regelmässig auch auf die zunehmende Beeinträchtigung der demokratischen Verfassung einer Gesellschaft hindeuten. Die Massenmedien einseitig für zahllose gesellschaftliche Übel, von der Verrohung über die Stimmfaulheit bis zum Geschmackszerfall verantwortlich zu machen, wie dies immer wieder getan wird, geht daher nicht an. Medien und Gesellschaftsstruktur bedingen sich vielmehr gegenseitig. Die Medien sind zwar Mitgestalter der Gesellschaft, aber ebenso auch deren Ausdruck. Verändert sich die Gesellschaft, die sie nutzt, so verändern sich auch die Medien und umgekehrt.

### 3. Institutionelle Systeme der Massenkommunikation<sup>5</sup>

#### 3.1 Idealtypen

Die Art und Weise, wie verschiedene Gesellschaften die Massenmedien in ihren Dienst stellen, variiert also. Bei der Vielfalt im einzelnen sind indes einige elementare diesbezügliche Muster durch Zeiten und Räume erkennbar, auch wenn die wissenschaftliche Literatur in deren Bezeichnung und auch Bewertung nicht ganz einig ist. Gemeinsam ist allenthalben die institutionelle Natur der Regelung der Massenkommunikation, d.h. diese wird überall in charakteristischer Form in das Ordnungsgefüge der jeweili-



gen Gesellschaft eingepasst, damit diese so ihre spezifischen Kommunikationsbedürfnisse mittels der Medien dauernd befriedigen kann. Diese Regelmäßigkeiten gestatten es dem Medienpädagogen immerhin, seinen Edukanden in knapper Form einen Überblick über die Haupttypen zu vermitteln, wie die publizistischen Medien in verschiedenen Gesellschaften grundsätzlich einbezogen sind und mit welchen funktionalen Konsequenzen.

Die folgende Typologie stellt also, nach der Bestimmung der strukturellen Position der Massenkommunikation im gesellschaftlichen Ganzen zuhanden der Medienpädagogik, eine einfache medienkundliche Systematik der elementaren Institutionalisierungsweisen der Massenkommunikation dar. Der Kommunikationssoziologie obliegt ja lediglich die Entwicklung solcher zusammenfassenden medienkundlichen Unterlagen zur pädagogischen Aufarbeitung durch die Erziehungswissenschaft oder den einzelnen Medienpädagogen. In diesem Fall ist vor allem noch darauf hinzuweisen, dass die im folgenden herausgearbeiteten Typen nicht blosse Durchschnittsoder Realtypen sind, sondern Idealtypen<sup>6</sup>, in denen gewisse, für den Zusammenhang des Gegenstandes besonders wichtige Beziehungen überpointiert herausgestellt werden, in dieser Typologie z.B. die Kontrolldimension der Massenmedien. Auf diese Weise entstehen mit den Idealtypen sozusagen Richtmasse, deren Verwirklichung in der Realität überprüft werden kann. Die Verhältnisse im vorindustriellen Europa und in den heutigen Entwicklungsländern sind ja gewiss nur bedingt vergleichbar, lassen sich aber trotzdem auf ein- und denselben Idealtypus der Medieninstitutionalisierung beziehen, den autoritären nämlich.

Der Hauptausrichtung der Typologie auf die Kontrolldimension entsprechend ist die wesentlichste Unterscheidung der vier Typen diejenige zwischen demokratischer und undemokratischer Medienregelung. Autoritäre und totalitäre Regelung stellen in diesem Sinn das Gegenstück zur liberalen bzw. demokratisch kontrollierten Institutionalisierung dar. Ferner sind liberale bzw. totalitäre Kontrolle Extremfälle im Vergleich zu den gemässigten Typen autoritärer bzw. demokratisch kontrollierter Regelung. Aus diesen unterschiedlichen Kontrollbedingungen resultieren jedenfalls wieder je andere Konkurrenz- bzw. Komplementaritätsverhältnisse und Funktionsakzentuierungen.

### 3.2 *Autoritäre Institutionalisierung*

Es ist dies der älteste, wenn auch nicht unbedingt der ehrwürdigste Typ, die Massenmedien gesellschaftlich in Dienst zu nehmen. Wer nämlich «autoritär» – und selbstverständlich auch «totalitär» – in diesem Zusammenhang sagt, der sagt regelmässig auch Zensur. Machtgruppen in solchen Gesellschaften setzen also ihren Willen gegenüber den Massenmedien durch, so dass diese unter Druck in erster Linie dasjenige publizieren, und zwar politisch und kulturell, was Herrschenden gefällt, auch wenn das breite Publikum lieber eine andere publizistische Kost genösse.

Die Eliten, die die autoritäre Kontrolle ausüben, können dabei durchaus unterschiedlicher Art sein. In moderner Zeit handelt es sich für gewöhnlich um politische Machtgruppen; früher waren insbesondere die Kirchenmänner tüchtige Zensoren oder aber, wie das ancien regime in der Schweiz, eine die politische und kulturelle Macht zugleich monopolisierende Oberschicht knebelte auch die Presse ihren Wünschen entsprechend. Dieser Verschiedenheit der Machtgruppen gemäss, die alle autoritär über die publizistischen Medien verfügen, kommt dieser Institutionalisierungstyp der Massenkommunikation ebenso in traditionalistischen Gesellschaften vor wie in solchen, die den Fortschritt auf die Fahnen geschrieben haben. Das Spanien General Francos fällt denn auch gleichermassen unter diesen Typ wie die meisten jungen afrikanischen Staaten oder auch viele arabische Länder. Dass das der Vorstellung eines klerikal verankerten Ständestaats anhängende Franco-Regime den gleichen Institutionalisierungsmodus bevorzugt wie z.B. solche Anhänger irgendwelcher Konzeptionen von Sozialismus, beweist im übrigen, wie wenig der autoritäre Typ inhaltlich, ideologisch, festgelegt ist, sondern einfach eine bestimmte Kontrollweise und -intensität umschreibt.

Da allerdings gerade in Entwicklungsländern, auf die sich die folgenden Ausführungen konzentrieren, das jeweilige Regime häufig nicht allzu lange das Staatsruder behält und auch dort die kulturelle Umgestaltung sich in neuerer Zeit beschleunigt hat, vermögen diese Eliten jeweils ihre kulturellen oder politischen Ideologien kaum je mit der nötigen Konsequenz in und mittels der Massenmedien durchzusetzen. Hauptcharakteristikum dieses Typs ist denn auch geradezu seine, gemessen an seinen Zielen, bescheidene Effizienz. Viele weitere Gründe tragen hieran ebenfalls Schuld. Meistens kontrollieren diese Eliten nur Teile ihres jeweils sehr grossen Territoriums. Dieses ist überdies gewöhnlich durch krasse kulturelle Diskrepanzen gekennzeichnet, vor allem solche der ganz unterschiedlichen Modernisiertheit der Stadt- bzw. der Landbevölkerung. Die Machthaber sind dabei vielfach auf ein gewisses Wohlwollen der bereits stärker modernisierten Bevölkerungsteile angewiesen.

Damit ergibt sich ein durchaus eigentümliches Bild der Hauptfunktionen autoritär gesteuerter Massenkommunikation. Sie wirkt sich, in der Vergangenheit wie in der Gegenwart, in erster Linie kulturell aus, also auf das Norm- und Wertverständnis der Bevölkerung, auf ihren Wirklichkeitssinn und ihren Lebensstil. Die Einübung des massenhaften Zeitunglesens während der Industrialisierung der westlichen Welt hat jenseits aller politischen und wirtschaftlichen Dynamisierung vor allem einem ganz neuen geistigen Habitus zum Durchbruch verholfen, wie z.B. die nicht abreisenden zeitgenössischen Klagen über die Neu-Gier der Leute belegen.

In den Entwicklungsländern wiederum verläuft dieser Prozess dann besonders dramatisch, wenn die Regierenden dem zurückgebliebenen Teil der Bevölkerung aus Unwissen über dessen wirkliche Bedürfnisse oder aus Mangel an ausreichender Ausrüstung ein publizistisches Angebot verabfolgen, das dessen kulturelle Identität zerstört. Es besteht das Problem, dass diese zurückgebliebenen Bevölkerungsteile die Sprache der Mas

senmedien, gerade auch die visuelle, vielfach ganz anders verstehen als schon stärker modernisierte Gruppen. Bereits die einfachste Schnitt- und Montagetechnik kann grösste Missverständnisse heraufbeschwören. Mindestens ebenso gravierend ist indes der Umstand, dass auch noch harmloser Unterhaltungsstoff, etwa in angekauften Filmen, in solch völlig andersgearteten Symbolmilieus sofort zum kulturellen Lehrstoff wird, statt folgenloser Entspannung zu dienen. Amerikanische Importfilme zweit- und drittklassiger Hollywoodqualität wurden z.B. im vorderen Orient vielfach als ernsthafte Information über das ferne Land der Kühlschränke, des Überflusses und der emanzipierten Frauen aufgefasst: ein monumentales und in mancher Hinsicht auch gefährliches, da frustrierendes Missverstehen.

Die Schwierigkeit, mit der auch wohlwollende Eliten in den Entwicklungsländern beim Einsatz der Massenmedien für Modernisierungsziele kämpfen, ist also zu allererst eine kulturelle. Hier zeigt sich eben, wie sehr Massenmedien Teil einer modernen Kultur sind, dieser auch bereits als Kommunikationstechnologien systematisch zuzurechnen sind und nicht ohne weiteres in eine archaische Kultur transponiert werden können. Kulturelle Erschütterungen durch radikal andere Kommunikationsweisen und Leitbilder bleiben nicht aus. Dagegen hilft auch autoritäre Institutionalisierung im allgemeinen wenig, jedenfalls solange die Massenmedien nicht genau gemäss dem Entwicklungsstand der jeweiligen Bevölkerung und damit gemäss ihren kulturellen Bedürfnissen eingesetzt werden. Dem steht indes die Tendenz konservativer wie progressiver Eliten gegenüber, nur ihre eigene Macht bewahren bzw. nur ihre eigenen ehrgeizigen Entwicklungspläne mittels Massenkommunikation durchsetzen zu wollen. Dabei fuhrt vermeintlich unpolitische Unterhaltung der erwähnten Art durch Missverständnisse des naiven Publikums doch zu den Erschütterungen, die man auf seiten der konservativen Machthaber gerade vermeiden wollte. Oder die ungeduldige Mobilisierung der rückständigen, noch grossenteils analphabetischen Bevölkerung hat gerade gegenteilige Konsequenzen, nämlich kulturelle Desorganisationsfolgen. Hier die an Ort und Stelle Mächtigen auf die wahren Bedürfnisse und das Verarbeitungsvermögen des Publikums aufmerksam zu machen und einen entsprechend sinn- und wirkungsvollen Einsatz der Massenmedien anzuregen, gehört zu den schwierigsten Aufgaben der Entwicklungshilfe.

### 3.3 *Liberale Institutionalisierung*

Gehört der beschriebene autoritäre Typ zu den gemässigt undemokratischen, so findet sich im liberalen Regelungsmuster der – zumindest juristisch – extrem freiheitliche Typus. Liberale Institutionalisierung bedeutet nämlich, dass es praktisch keine besondere Medienkontrolle neben den allgemeinen rechtlichen Normen gibt oder dass die Massenkommunikationsmittel sogar gewisse freiheitliche Privilegien geniessen: Stichwort «Pressefreiheit». Schon diese Eigenheit charakterisiert diese Ordnung der Massen

kommunikation natürlich als ein Kind der Demokratie und zugleich des Glaubens an die ausgleichende Gerechtigkeit und an die Bedürfnisgemässheit der Wirtschaft. Liberale Institutionalisierung bedeutet ja zugleich auch, wie im Begriff mitschwingt, Preisgabe der Massenmedien an Mechanismen des Marktes, auf dem sie sich durchsetzen müssen. Tatsächlich wird denn auch historisch dieser Typ im 19. Jahrhundert aktuell, zu der Zeit, da parlamentarische Demokratie und wirtschaftlicher Liberalismus triumphieren und die Presse allmählich zum wirklichen, d.h. immer grössere Teile der Gesamtbevölkerung erfassenden Massenmedium wild. Noch heute ist in sozusagen allen Demokratien das Pressewesen so geregelt, in den USA z.B. sogar weitgehend auch das Radio und das Fernsehen. Liberale Institutionalisierung: das bedeutet also maximale Freiheit von staatlichen Zensureingriffen und andern unmittelbaren politischen Kontrollen; das impliziert aber zugleich auch Zwang zum wirtschaftlichen Erfolg, zu marktgerechtem publizistischem Verhalten. Im Zeitalter der Pressekonzentration bzw. des Zeitungsterbens hat dieser Typ von Pressefreiheit etwas von seinem Glanz eingebüsst, den er nach den Jahrhunderten muffiger autoritärer Kontrolle ausstrahlte. Das Hauptproblem, das sich in diesem Zusammenhang stellt, ist, ob und wieweit überhaupt die Marktgesetze publizistische Qualität honorieren. Dass es nämlich z.B. stets die schlechtesten Zeitungen sind, die ihr Erscheinen einstellen müssen, wird kaum ein ernst zu nehmender Beobachter behaupten, ebensowenig allerdings auch das Gegenteil. Markt- und planwirtschaftliche Ideologien vermögen die gerade auch medienpädagogisch entscheidende Frage nicht zu beantworten, die hier letztlich zur Diskussion steht und die lautet: Was ist das überhaupt: «publizistische Qualität», eine «gute» Zeitung, ein «gutes» Fernsehprogramm? Dagegen vermittelt die kommunikationssoziologische Einsicht in die Verschränktheit der Systeme immerhin einige Hinweise, wieviele Aspekte bei diesem Problem mitzubedenken wären und dass Argumentationen auf der Ebene bloss eines Teilsystems die komplexe Wirklichkeit verfehlen müssen.

Den Ausgangspunkt einer diesbezüglichen Überlegung kann der Umstand bilden, dass liberale Institutionalisierung das betreffende Massenmedium dazu nötigt, auf zwei Hauptmärkten zu konkurrieren: auf demjenigen des Publikums und auf demjenigen der Inserenten. Medien, die nicht zugleich als Werbeträger fungieren, sind für das Publikum regelmässig viel zu kostspielig, als dass sie überhaupt die Verbreitung von Massenmedien gewännen. Die wirtschaftlichen Schwierigkeiten des Handels mit Büchern in herkömmlicher Gestalt hängen unter anderem mit diesem Sachverhalt zusammen. Genau genommen muss sogar das liberal oder kommerziell institutionalisierte Medium ein Publikum für sich selbst finden, das es dann an seine Inserenten als potentielle Abnehmer von deren Produkten weitervermitteln kann. Dafür kommt dieses in den Besitz einer Kommunikationsleistung weit unter deren wahren Gestehungskosten, betragen doch die Anzeigeneinnahmen einer Zeitung das zwei- oder dreifache derjenigen aus dem Vertrieb. Andererseits gerät ein Medium unter diesen Bedingungen bis zu einem gewissen Grad in die Notwendigkeit, ein für seine Inserenten

nach Grösse und Zusammensetzung interessantes Publikum zu suchen und auszuweisen.

Dies braucht im Einzelfall keine Anspruchsminderung des publizistischen Angebots zur Folge zu haben, führt aber doch tendenziell zu einer sehr publikumsfreundlichen Medienausrichtung, im Extremfall zur blossen Gefälligkeitsproduktion. Boulevardblätter, Publikumszeitschriften, aber auch manche TV-Unterhaltungsbeiträge werden ja vielfach aufgrund rein marktforscherischer Kriterien konzipiert und produziert. Selbst die Nachrichtenformulierung und -dramaturgie, wie sie von Amerika aus als stilistisches Vorbild sich allenthalben in Europa und anderswo durchgesetzt hat, ist sichtbar vom Willen geprägt, das Publikum um keinen Preis zu langweilen. Problematisch wird eine solch unterhaltende oder immerhin stark auf Freizeitbedürfnisse ausgerichtete Funktionsakzentuierung dann, wenn sie allzusehr zu Lasten anderer Medienfunktionen geht, deren ständiger Erfüllung die entwickelte Gesellschaft und ihre Mitglieder gleichfalls bedürfen. Was publizistisch den Erfordernissen der Wirtschaft genügt, reicht nicht notwendigerweise auch für diejenigen des politischen Systems der Demokratie oder für die Bildungsanforderungen an den Menschen in einer komplexen modernen Kultur aus. Obwohl die Nachfrage nach abstrakten politischen Gehalten beim breiten Fernsehpublikum gering ist, halten denn auch z.B. in Deutschland wie in der Schweiz die Verantwortlichen an einem politischen Programmauftrag gegen eine blosser «Einschaltzahlen-Demokratie» fest. Ebenso wird dem Publikum vielfach kulturell Anspruchsvolleres von den Radio- und Fernsehanstalten dieser Staaten zugemutet, als die Publikumsforschung an Wünschen eruiert. Allerdings handelt es sich bei diesen Institutionen ja gerade nicht um solche vom liberalen Typ, sondern vom demokratisch kontrollierten Typ.

Als Hauptschwierigkeit im Zusammenhang mit liberaler Medieninstitutionalisierung erweist sich somit der Umstand, dass Markterfolg und notwendige publizistische Qualität nur bedingt zusammengehen. Dazu stellt sich nicht minder dringlich die Frage nach den Instanzen, die in der Demokratie über die erforderliche Qualität des Medienangebots überhaupt zu befinden und zu wachen haben. Medienfreiheit als wichtiges Merkmal von Demokratie lässt auch den jämmerlichsten Journalismus gewähren, solange er sich im Rahmen der allgemeinen Gesetze bewegt. Autoritäre Kontrolleure, die im Namen irgendwelcher politischen oder kulturellen Heilslehren vorschreiben, was als unerlässliche publizistische Qualität zu gelten habe, sind dagegen mit Demokratie nicht vereinbar. Und auch die berühmt-berüchtigte Frage «Kann das Publikum wollen?»<sup>7</sup>, mit der Zweifel an der Kommunikationsmündigkeit der Bürger geäussert wird, wenn diese nicht die gleiche Mediennutzung wie der Fragesteller an den Tag legen, ist demokratisch schwer be- und verantwortbar.

Der medienpädagogisch anzugehende Problembereich, der sich hier eröffnet, lässt sich folgendermassen umschreiben: Können die Massenmedien einer demokratischen Gesellschaft völlig von den Freizeitwünschen der Bevölkerung abhängig gemacht werden, wo sie doch für das Funktionieren des politischen wie des kulturellen Systems zum Teil sehr anspruchs

volle Beiträge erbringen müssten? Die Akzentuierung der Unterhaltungsfunktion durch die liberal institutionalisierten Massenmedien wirft da politische und kulturelle Probleme auf, deren Lösung gerade wieder durch die mit der Volkssouveränität verbundene Eigenart der Demokratie erschwert wird.

### 3.4 *Totalitäre Institutionalisierung*

Der totalitäre Typ von Medienregelung stellt das genaue Gegenstück der liberalen Institutionalisierungsweise dar und kann als die fragwürdige Vervollkommnung des autoritären Musters durch moderne Diktaturstaaten verstanden werden. Kennzeichen dieses im nationalsozialistischen Deutschland oder im kommunistischen Herrschaftsbereich realisierten Typs ist nämlich die absolute Kontrolle über die Massenmedien, d.h. in allen ihren Phasen, durch die herrschende politische Partei. Voraussetzung dieser totalen Überwachung der Massenmedien, ihrer Inhalte und selbst ihres Empfangs sind allerdings eine viel totalere Machtfülle der Regierung und entwickeltere Staatsstrukturen als in Entwicklungsländern. Im Unterschied zu diesen funktioniert hier das Kontrollsystem mit uneingeschränkter Wirksamkeit in der Unterdrückung bzw. Fernhaltung regierungswidriger Publizistik.

Diese Kontrolle beginnt bereits bei der Auswahl und Schulung der Journalisten. Konsequenterweise wird auf Loyalität gegenüber den Parteizielen und auf intensive Schulung darin geachtet. Trotzdem sichert normalerweise auch noch eine besondere Zensurbehörde die politische Konformität des Publizierten. Gleichzeitig wird von der herrschenden Gruppe, der Bereich des Politischen dermassen ausgeweitet, dass grundsätzlich keine private gegenüber der zwangsverstaatlichten Sphäre mehr bleibt. Privatheit bedeutet ja Unkontrolliertheit, und so dekretiert die offizielle Publizistik auch strikte Normen des ehelichen Zusammenlebens und der Erziehung, verdammt «entartete» Kunst etc. Selbstverständlich formulieren auch die Massenmedien in den Demokratien Normen, aber dahinter steht eben nicht die Sanktionsbereitschaft und Sanktionsmacht des totalitären Staats, der keine Freiräume der Nonkonformität mehr gestattet. Darum versperren Störsender, Strafandrohungen, Einfuhrverbote soweit überhaupt möglich andere Medien einflüssen den Weg, wird das Gerücht schwer geahndet und immer wieder der Empfang der Regierungspublizistik erzwungen und kontrolliert, z.B. durch den sogenannten «Gemeinschaftsempfang» bei den Nationalsozialisten und durch geschulte Propagandisten (in der stalinistischen Sowjetunion bzw. im neuen China), die die Bevölkerung zum Empfang der Medienbotschaften zusammenrufen, ihnen deren Sinn zusätzlich verdeutlichen und sie darüber hinaus auch noch in regimekonforme Diskussionen verwickeln. Die schon in Demokratien zuweilen beklagte Unentrinnbarkeit der Massenkommunikation – in den modernen Diktaturen ist sie auf jeden Fall Realität.

Die Hauptleistung, die die rigorosen Kontrolleure von der Massenkommunikation

munikation erwarten, ist natürlich, dass diese die Bevölkerung restlos für die Ziele der Machthaber einspanne. Der Funktionsakzent liegt denn auch eindeutig und einseitig auf Meinungsformung, politischer Überredung, auch wenn informative oder unterhaltende publizistische Formen gewählt werden. Ist die negative Effizienz dieses Kontrollapparates im Sinne der Fernhaltung unerwünschter Medieninhalte unbestreitbar gross, so muss daher umgekehrt auch noch sein positiver Erfolg bei der Meinungs- und Einstellungsvereinheitlichung der Bevölkerung im Sinne der Parteiführung veranschlagt werden. Und hier fällt die Bilanz, trotz gleichfalls erheblichen Beeinflussungseffekten im Gefolge der Medienmonopolisierung und -koordinierung durch die politische Elite, bedeutend weniger überzeugend aus.

Bereits was die Medienpräferenzen der Bevölkerung solcher Länder und ihre freiwillige Nutzung der Medien betrifft, so scheinen nach den spärlichen Befunden, die hierüber bekannt sind, die Unterschiede zum Publikum in Demokratien keineswegs gross zu sein. Auch in der Sowjetunion sind offenbar Spielfilme nach wie vor weitaus gefragter als Parteireden über den Bildschirm. Zudem nimmt die Glaubwürdigkeit der offiziellen Informations- und Propagandakanäle nach Massgabe ihrer Distanz zur Realität entschieden ab, das Gerücht entsprechend zu. Vor allem in Krisensituationen geht das totalitär kontrollierte Mediensystem seines Steuerungseinflusses weitgehend verlustig, wenn es versucht, Sachverhalte von einiger Tragweite totzuschweigen. Auch das Prinzip der Manipulation des Publikationszeitpunktes, also statt des Aktuellen das politisch gerade Opportune zu veröffentlichen, kann sich ein modernes Mediensystem nicht in unbeschränktem Ausmass leisten. Vielfach ist es allerdings in erster Linie die Schwerfälligkeit des Zensurapparates, die dazu führt, dass auch relativ harmlose Informationen, die in andern Ländern schon feilgeboten werden, in den Redaktionen solcher Medien immer noch der Überprüfung harren und dabei buchstäblich verschimmeln. Mangelnde Flexibilität stellt zweifellos ein Hauptproblem dieser Medienordnung dar. Konzessionen der Machthaber an ein wirklich leistungsfähiges Mediensystem können entsprechende Beeinträchtigungen zwar bis zu einem gewissen Grade mildern, die grundsätzliche Unvereinbarkeit der Regierungs- und Publikumsverpflichtung dieser Publizistik aber nie überwinden. Dies wäre nur möglich, wenn Interessen und Bedürfnisse von Regierung und Volk identisch wären, und dem ist in einer Diktatur nie so, denn dann bedürfte es ihrer gar nicht. Die politische Funktionalität totalitär institutionalisierter Medien darf also nicht überschätzt werden. Die materiellen und organisatorischen Investitionen etwa in das sowjetische Mediensystem, obwohl dort Medienkonkurrenz, als Verschwendung, zugunsten von Medienkoordination zurückgedrängt ist, erscheinen sogar im Lichte seines Leistungsvermögens ausgesprochen hoch. Es wird denn auch, genau gleich wie diejenigen von demokratischen Gesellschaften, immer wieder kritisiert, vor allem von der Parteiführung, deren hochgeschraubte Erwartungen an Meinungsformung es nicht recht zu erfüllen vermag. Selbst das nicht bloss politische, sondern auch wirtschaftliche Gegenstück zur liberalen Medieninstitutiona-

lisierung vermag somit seine Schöpfer keineswegs zu befriedigen. Zur idealtypischen Verdeutlichung der wirtschaftlich bedingten Gegensätze der Institutionalisierungsweisen diene daher noch Schaubild 2.

	Libérale Marktwirtschaft	Kommunistische Planwirtschaft
Entwicklungsdeterminante		
Differenzierungsprinzip	Wirtsch. Konkurrenz Markt- lücken	Polit. Planung Planlücken Subvention
Ökonomische Grundlage		
Wirtschaftliches	Werbung	Produktionsförderung
Hauptwirkungsziel		
Produktionsprinzipien	Konsumförderung vielfältig	einheitlich

**Tab. 1:** Schaubild 2: Publizistik unter liberaler Marktwirtschaft und kommunistischer Planwirtschaft

### 3.5 Demokratisch kontrollierte Institutionalisierung

Die Nachteile der liberalen Medieninstitutionalisierung, die nichtdemokratische Gesellschaften durch autoritäre und totalitäre Regelungsversuche vermeiden, wecken auch in Demokratien Bedenken, und zwar vor allem in neuester Zeit. Mit der Preisgabe der Medien an die Wirtschaftsmechanismen im liberalen Typus können ökonomische Machtverhältnisse in publizistische umschlagen, was vielfach als undemokratisch kritisiert wird. Der überkommenen Medien-Gewerbefreiheit wird die Forderung nach publizistischer Chancengleichheit entgegengehalten, im Einklang mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen, die allenthalben in den modernen Demokratien vermehrt dem Gleichheitsprinzip zur Durchsetzung verhelfen. Die sich verstärkende sozialstaatliche Gesamtentwicklung wertet parallel dazu den Gesichtspunkt der sozialen Verantwortlichkeit der Medien auf, so dass an diese mehr und mehr Erwartungen wie an öffentliche und gemeinwohlorientierte Dienste gerichtet werden.

Gefördert wird diese kommunikationspolitische Wende bereits vor der Pressekonzentration massgeblich durch den technischen Umstand, dass die Sendefrequenzen für Radio und Fernsehen beschränkt sind und daher national kontingentiert werden müssen. Als Voraussetzungen für Radio- und Fernsehkommunikation sind sie für jedermann wichtig, und weil sie sich nicht einfach vermehren lassen, ist es – so das Argument – doppelt stossend, sie den Reichsten und Mächtigsten zu überlassen und damit deren publizistische Privilegierung ins Demokratiefeindliche zu vergrössern. Es sollten vielmehr diese unerhörten neuen Kommunikationsmöglichkeiten allen gesellschaftlichen Gruppen in vergleichbarem Masse zugutekommen. Diese Zielvorstellung hat letztlich zur Schaffung solcher Rundfunkorgani-



sationen wie der British Broadcasting Corporation, der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft oder den öffentlich-rechtlichen der Bundesrepublik geführt.

In ihnen wird die Verwirklichung dieses kommunikationspolitischen Zieles eben durch demokratische Kontrolle angestrebt, die aber ausdrücklich institutionalisiert wird, nicht nur um verantwortungsvolle, sondern auch um unabhängige Medienleistungen zu sichern. Zeichnen sich in dieser Konstruktion mögliche Zielkonflikte ab, so entbehrt ein weiterer Aspekt dieser Regelung doch nicht einer gewissen Paradoxie, nämlich der Versuch, durch die Schaffung von Medienmonopolen nicht bloss wirtschaftliche Abhängigkeit zu verhindern, sondern auch demokratiegerechte Medienaktivitäten zu sichern. Monopole stellen ja Machtkonzentrationen dar und werden als solche z. B. im Pressebereich gerade beklagt. Wenn es der Staat ist, der die elektronischen Medien monopolisiert, so ist denn auch regelmässig der autoritäre und nicht etwa der demokratisch kontrollierte Institutionalisierungstyp gegeben.

Zielgerecht ist demnach eine Rundfunkorganisation dieses Typs nur gestaltet, wenn das politische System sie nicht dominiert. Demokratisch kontrollierte Regelung heisst gesamtgesellschaftliche und nicht bloss politische Regelung, und dies wiederum bedeutet, dass in den Kontrollgremien, die das Verhalten solcher Medien überwachen, auch die massgeblichen Kräfte aus Kultur und Wirtschaft vertreten sein müssen und nicht etwa bloss die politischen Institutionen. Einen befriedigenden Schlüssel für die in solchen Aufsichtsgremien zu repräsentierenden Programminteressen zu entwickeln, bereitet freilich die allergrössten Schwierigkeiten, nicht zuletzt darum, weil die Publikumsrolle dermassen individualisierbar und das Radio- und Fernsehprogramm derart vielfältig sind, dass die Bestimmung entsprechender Repräsentanten überzeugender Kriterien entbehrt. Dies entbindet freilich die Verantwortlichen nicht von der Aufgabe, hier ständig nach besseren Lösungen zu suchen. Es rechtfertigt auch keinesfalls etwa die häufige Übervertretung des politischen Systems in den Radio- und Fernsehgremien, sind doch die betreffenden Volksvertreter vom Souverän gewiss nicht für Programmbelange gewählt worden.

Die Kostspieligkeit der Fernsehproduktion hat zudem weitere Probleme zur Folge, die im Zusammenhang mit demokratisch kontrollierter Institutionalisierung zu bedenken sind. Kommerzielle Werbung muss allenthalben auch im Monopolmedium mithelfen, den Gebührenpreis auf einem politisch tragbaren Niveau zu stabilisieren. Das eben weiterhin beschränkte Sendevolumen genügt aber immer noch nicht, die Vielfalt der Ansprüche zu befriedigen. Der Einbezug der Werbung nötigt da, vor allem im Vorabendprogramm, zu Konzessionen in Richtung eines werbegerechten Sendungsumfeldes, die nur bedingt mit dem Programmauftrag in Übereinstimmung zu bringen sind. Dies, obwohl der Monopol- oder immerhin Oligopolstatus diesen Medien eine solch starke Stellung als Werbeträger verschafft, dass sie bis zu einem gewissen Grad der Härte der wirtschaftlichen Konkurrenz, die die andern Medien bestehenmüssen, enthoben sind. Weil überdies die Monopolisierung ganzer Mediengattungen, also des

nationalen Radios und Fernsehens, auch landesweit Programmkonkurrenz ausschaltet, genügt solchen Medien als Konkurrenzleistung letztlich, sich ihr Publikum gegen die ausländischen Medien und gegen die Presse zu erhalten. Machtkonzentration und Konkurrenzbeschneidung durch die Monopolisierung – so wird denn auch nicht selten argumentiert – beeinträchtigen die Programmqualität. Vor allem in jüngster Zeit wurde daher das Konkurrenzprinzip, nachdem es lange im Vergleich zu demjenigen der sozialen Verantwortlichkeit der Medien in Europa kaum mehr Kredit genossen hatte, wieder aufgewertet und das Monopol durch die Schaffung bzw. Zulassung konkurrierender Systeme, wenn auch immer noch unter demokratischer Kontrolle, z.B. in Grossbritannien und der Bundesrepublik Deutschland in Richtung vermehrter Pluralisierung und Programmwettstreits, aufgelockert. Wieweit dies tatsächlich zu Verbesserungen der Programmqualität führt, ist freilich umstritten.

Was schliesslich den Funktionsakzent demokratisch kontrollierter Medien betrifft, so muss dieser in Zusammenhang mit der Produktionsmaxime, die unter diesen Umständen gilt, gesehen werden: Gib dem Publikum, soweit das Gemeinwohl es zulässt, was es will! Dies in Abwandlung der bekannten Formel liberalen Zuschnitts: Gib dem Publikum, was es will! Medienfunktionen, ihre realen gesellschaftlichen Leistungen also, werden stets von den Medienschaffenden und dem Publikum gemeinsam bestimmt, in Form von Kommunikationsprozessen nämlich, die je nachdem mehr informierenden, bildenden, meinungsformenden oder unterhaltenden Charakter haben. Gegen die Aufnahmebereitschaft des Publikums Medien zu programmieren, ist daher, auch bei den besten politischen oder kulturellen Absichten, wenig erfolgversprechend. Den Programmverantwortlichen bleibt es allein schon aus diesem Grund verwehrt, dem Publikum z.B. allzuviel politische Information auf Kosten der Unterhaltungsquote zuzumuten, da dieses sonst einfach zu andern Sendern abwandert. Ungeachtet der Leistungsvielfalt demokratisch kontrollierter Medien, die somit unerlässlich ist, unterscheiden sich diese doch in ihrer Informationstätigkeit am stärksten von den Vertretern der andern Typen. Keineswegs zufälligerweise äussert gewöhnlich das Publikum im allgemeinen hohe Zufriedenheit über die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit dieser als offiziös eingestuften Medien, während es deren Kultur- und Unterhaltungsangebote häufig vergleichsweise weniger gut qualifiziert. Den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen die Möglichkeit zu geben, ihren Informationsbedarf, aber auch ihre publizistische Präsenz zu sichern, dient diese Medienordnung in erster Linie. Sachliche Richtigkeit der Mitteilung und Unparteilichkeit der Darstellung sind daher Kommunikationsprinzipien, an die sich diese Medien auf Kosten von vielleicht spannenderen Programmöglichkeiten gemäss ihren Senderichtlinien zu halten haben. Parteinahme ist ihnen vom Programmauftrag her einzig für die Demokratie als solche gestattet. Nach Massgabe der Intoleranz der verschiedenen Publizitätsinteressen, denen allen das demokratisch kontrollierte Medium es recht machen sollte, läuft dabei das Programm Gefahr, in Langeweile oder in mehr oder minder gefällige Harmlosigkeit abzugleiten.

### 3.6 *Typenkonstellation*

Die Übersicht über die verschiedenen Institutionalisierungstypen ergibt somit, dass jeder von ihnen für die Lösung bestimmter Kommunikationsprobleme besonders geeignet ist und für andere weniger. Jede dieser Medienregelungen begünstigt wieder eine andere Hauptfunktion, gemäss dem jeweiligen gesamtgesellschaftlichen Problemlösungsbedarf. Entsprechend stellen sich etwa auch die Einkaufspraktiken der nationalen Systeme und die individuellen Radionutzungsmuster dar. National ist der Import des Unterhaltungsangebots, das die liberal institutionalisierten USA-Medien produzieren, besonders gross, während der unterhaltungssuchende Radiohörer mit Vorliebe auf kommerzielle Sender ausweicht. Umgekehrt beruft sich, wer unanfechtbare Informationsquellen geltend machen will, mit Vorliebe auf die demokratisch kontrollierten Medien und weniger auf ein Parteiblatt oder eine Illustrierte.

Gerade dies verrät, dass diese einzelnen institutionellen Konstruktionen im Rahmen nationaler Medien-Gesamtordnungen ergänzungsbedürftig sind. Sogar das totalitäre Mediensystem der Sowjetunion muss seine ungenügende Attraktivität durch Ankäufe aus dem Ausland oder Adaptionen ausländischer Unterhaltungsmuster zu erhöhen suchen, während die Defizite des kommerziellen Mediensystems der USA in erheblichem Mass durch nicht profitorientierte Sender wettgemacht werden müssen. In Europa wiederum sind gemischte Medienordnungen die Regel, in denen die Presse liberal, die elektronischen Medien hingegen irgendwie öffentlich-rechtlich oder anderswie demokratisch kontrolliert institutionalisiert sind. Eine solche Medienregelung findet sich auch in der Schweiz, die nun als konkretes Beispiel einer Medien-Gesamtordnung skizziert und analysiert werden soll. Gerade im schweizerischen medienpädagogischen Schrifttum fehlt es ja aus früher erläuterten Gründen sehr weitgehend an solchen Aufrissen des eigenen Mediensystems zuhanden der Unterrichtenden.

## **4. Das Mediensystem der Schweiz**

### *4.1 Das schweizerische Gesamtmediensystem*

Als gemischtes demokratisches System kann die schweizerische Medienordnung insofern bezeichnet werden, als Radio und Fernsehen von einer einzigen Trägerorganisation, der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) nämlich, betrieben und somit monopolisiert werden, die Presse dagegen, mit Ausnahme vieler Amtsblätter, liberal institutionalisiert ist. Damit sind indes erst die aktuell-universellen Medien, also gewissermassen die klassischen Massenmedien, klassifiziert. Neben ihnen erbringen noch die verschiedensten Arten spezialisierterer Medien, Fachzeitschriften usw., mit eingeschränkter bzw. nichtaktueller Thematik spezifische Leistungen für besondere Interessen- und Zielpublika. Auch diese werden regel-

mässig – auch in der Schweiz – als privatwirtschaftliche Unternehmen betrieben, wobei freilich im Filmbereich häufig staatliche Förderungsmassnahmen Platz greifen. Die mannigfachen kommunikationstechnischen Vor- und Nachteile der verschiedenen Medien haben denn auch für das schweizerische Mediensystem wie für dasjenige anderer demokratischer industrialisierter Gesellschaften vielfältige Kombinations-, Komplementaritäts-, aber auch Konkurrenzkonstellationen zur Folge, die vor jeglicher Erörterung der einzelnen Mediengattungen bedacht werden sollten. Analog zur Situation in andern Ländern konkurrenzieren einander einmal die schweizerischen Massen- und Spezialmedien als Gesamtgattungen wirtschaftlich wie leistungsmässig nur sehr beschränkt. Wohl gilt natürlich auch hier, dass sie sich in ein letztlich beschränktes Marktpotential, was Kaufkraft, für Mediennutzung verfügbare Zeit und Mediennutzungsbereitschaft betrifft, teilen müssen und insofern und in diesem weiten Sinn Rivalen auf dem Kommunikationsmarkt sind. Es ist denn auch kaum zu bestreiten, dass mancherorts das Fernsehen zu Lasten der Lektüre und des Kinobesuchs geht und in den Abendstunden das Radio als Hauptmedium entschieden verdrängt hat. Andererseits lässt sich derjenige, dem der Sinn nach einem Fernsehkrimi steht, davon auch nicht durch einen in Leder gebundenen Goethe abhalten. Das Umgekehrte ist ebenfalls nicht ausgeschlossen, weshalb z.B. das zweite schweizerische Radioprogramm abends in starkem Mass als Intensiv- und nicht als Begleitprogramm konzipiert ist, für jene Minorität nämlich, die das Radio gerade als Alternative zum Fernsehen wählt. Und für die Heranwachsenden stellt der Kinobesuch auch in der Schweiz, dessen sozialer und integrativer Funktionen wegen, etwas durchaus anderes als der Fernsehkonsum dar. Hinsichtlich des Publikumsverhaltens ist in starkem Mass von funktionaler Komplementarität der verschiedenen Medien auszugehen, d.h. von Nutzungskomplementarität und Angebotsergänzung. Dieser an sich ziemlich selbstverständliche Befund bedarf vor allem deshalb der Erwähnung, weil immer wieder interessierte Kreise Konkurrenzsituationen beklagen, wo de facto gar keine vorliegen. Durch das leistungsähnliche Unterhaltungsmedium Fernsehen sind hingegen die illustrierten Zeitschriften allenthalben viel stärker in Bedrängnis geraten als etwa die politische Presse oder das anspruchsvolle Buch.

Auch was das Verhältnis der Medien zueinander und ihren gesamtgesellschaftlichen Leistungsbeitrag betrifft, so kann in der Schweiz wie anderswo auch von recht weitgehender kommunikativer Arbeitsteilung gesprochen werden, mit gleichem Recht aber auch von Medienkombination. Rein vom Technischen her weisen offenbar Film und Fernsehen, Radio und Schallplatte, Buch und Zeitschrift besondere Affinitäten auf und bieten sich zur intensiveren Versippung geradezu an. Medien bilden eben nicht nur institutionell, sondern auch technologisch ein Gesamtsystem. Dem Prinzip der funktionalen Komplementarität entspricht die Umkombinierbarkeit kommunikationstechnischer Merkmale, bis hin zur Verwandlung des Printmediums Zeitung in die Bildschirmzeitung oder zu den integrierten Gesamtsystemen einer möglichen Zukunft mit Fernsehen, Radio, Videotext,

Bildtelefon, Ferneinkauf, speziellen Warnsystemen etc. Diese unerhörte technische Kombinierbarkeit der Medien gerät sogar immer wieder in Spannung zu ihrer sozialen Regelung. Den institutionellen Ort neuer Kommunikationstechnologien, wie etwa des Kabelfernsehens, festzulegen, bereitet da die allergrössten Schwierigkeiten, wie die Umstrittenheit der entsprechenden Bemühungen in der Schweiz ebenso wie in der Bundesrepublik belegen.

Medienarbeitsteilung wiederum hat sich z.B. längst zwischen dem klassischen Speichermedium Buch und den aktuell-universellen Medien eingeschpielt, die samt und sonders ständig auf das in der Buchkultur angehäuften differenzierte Wissen zurückgreifen, dieses dafür auch bis zu einem gewissen Grad popularisieren und auf diese Weise manchem Titel zu einem grossen Verkaufserfolg verhelfen. Festzuhalten ist auch, dass das Buch in der Schweiz nach wie vor das Schulmedium ist. Beim Film hat sich diese Arbeitsteilung international freilich erst nach kostspieligen technischen Anstrengungen der betreffenden Industrie, diesen doch noch als Massenmedium gegen das vom breiten Publikum als bequemes Pantoffelkino interpretierte Fernsehen zu halten, mehr oder weniger eingebürgert. In der Schweiz sind zum Teil recht schmerzhaft Redimensionierungsprozesse im Kinogewerbe und Bemühungen um neue Produktionsformen noch keineswegs abgeschlossen. Auch gemütvolle Schweizer Filme mehr unterhaltender Art spielen je länger desto weniger ihre Investitionen herein, wenn nicht das Fernsehen selber sie gegen gutes Geld übernimmt oder sie gar in Auftrag gibt. Filmemacher wie Filmproduktion werden durchaus auch in der Schweiz als Zulieferer des Hauptmediums Television gebraucht, denn auch hier zählen Spielfilme zur beliebtesten Fernseh-Unterhaltung des Publikums. Ebenso scheinen in den Städten neue Arten und Kombinationen von Kinotheatern auch wieder vermehrt Besucher anzuziehen.

Was international im Verhältnis Film und Fernsehen sich herausgestellt hat, bewahrt sich noch in weiterer Hinsicht auch in der Schweiz. Als Massenmedium kann sich der Kinofilm neben dem Giganten Television kaum behaupten. Dazu ist diese bei erheblicher Funktionsähnlichkeit zu billig und zu bequem. Da aber die Institutionalisierung des Fernsehens als Massenmedium dieses seinerseits weitgehend auf Mittelstandsnormen des Schicklichen und auf das Fassungsvermögen und die Empfangsbereitschaft von durchschnittlich gebildeten Freizeitzuschauern verpflichtet, bleiben ihm die zwei breiten Bedürfnisbereiche und Angebotsfelder des Hochkultivierten und des subkulturell Anrühigen verwehrt. Der Film teilt sich unter diesen Bedingungen vielfach in eine Eliteproduktion des anspruchsvollen, immer weitere Horizonte aufreissenden, jeweils neuen Films und eine Vulgärproduktion des Pornographischen und Sadistischen. Was die schweizerischen Kinotheater anbieten, spricht in dieser Beziehung seit längerem eine eindeutige Sprache, und weshalb sollte ausgerechnet in der Schweiz dieses Suchen alter Medien nach neuen Marktlücken nicht stattfinden?

Eine, in diesem Beispiel freilich nicht unproblematische, Möglichkeit für

Medien, den Einbruch junger potenter Mitbewerber auf dem Kommunikationsmarkt zu überstehen, wird damit erkennbar. Es handelt sich um funktionale Anpassung, sei es das Ausweichen auf andere Funktionen als die bisherigen, sei es die Entwicklung von neuen. Zudem lässt, gerade auch im Falle des Fernsehens in der Schweiz, die erste Begeisterung und auch die entsprechende Nutzungsintensität eines neuen Mediums jeweils nach einiger Zeit nach, so dass auch aus diesem Grunde, wie die Kommunikationsgeschichte lehrt, neue Kommunikationsmedien alte praktisch nie völlig auszuschalten vermögen, sondern diese, wenn sie sich selber mit Macht durchsetzen, eben bloss in andere Funktionen drängen. So hat ebenso wie die Hollywooder Filmindustrie in den USA das Radio in der Schweiz in seinem Verhältnis zur Television wieder viel verlorenes Terrain wettgemacht. Nun betont es nämlich einfach vermehrt seinen Dienstleistungscharakter, visiert Spezialpublika an mit seiner im Vergleich zum Fernsehen viel weniger kostspieligen Produktion und richtet sich in seiner Programmgestaltung auf die fernsehfreien Zeiten und die von diesem vernachlässigten Themen ein. Die Reorganisation der SRG in den 70er Jahren hat im übrigen mittels neuer Formen einer besseren Abstimmung zwischen Radio und Fernsehen auch noch die organisatorischen Voraussetzungen für die Entfaltung funktionaler Komplementarität geschaffen. Auch die deutschschweizerische Presse hat der durch das Fernsehen stark veränderten Medienkonstellation vielfältig Rechnung getragen, z.B. auf morgendliches Erscheinen umgestellt, ferner allenthalben die Sparte Unterhaltung, also Roman, Rätsel, Witze etc., zugunsten vermehrter und vertiefter Informationsleistungen gekürzt und sich damit auf die Erwartungen des Publikums in der Deutschschweiz eingestellt, das im Gesamtangebot der Medien von der Tageszeitung in erster Linie Information und in letzter Linie Unterhaltung wünscht. Auch die Bildungs- und Wissensansprüche, die sich viel stärker auf die Zeitung als auf die elektronischen Medien richten, berücksichtigt meist ein substantielles Anwachsen der Kultur- und Wissenschaftsberichterstattung in der Schweizer Presse seit 1950.

Unklar bleibt freilich auch noch im Jahre 1978, wie sich in näherer Zukunft die Kommunikationsstrukturen in jenem Bereich entwickeln werden, der für die Schweiz stets von besonderer Bedeutung war: im Lokalen. Das Charakteristikum dieser kleinsten publizistisch relevanten Sozialräume ist, dass dort die Medienkommunikation noch von der persönlichen Kommunikation parallelisiert wird. Während der Jahre der Wachstumseuphorie war vom Lokalen zwar oft eher abschätzig oder dann besorgt die Rede, um so mehr wird es in jüngster Zeit aufgewertet. Bereits ist auch ein Kampf von immer mehr Medien um Anteil an der lokalen Kommunikation in der Schweiz wie im Ausland entbrannt, denn es scheinen im engeren Lebensraum noch mancherlei existierende kommunikative Bedürfnisse durch die etablierten Medien nur bedingt gesättigt zu werden. Abonnenten auf dem Lande halten sich z.B. vermehrt auch noch eine Zweitzeitung, dem doppelten Interesse nach internationaler bzw. metropolitaner und nach lokaler Information entsprechend. Das Radio intensiviert seinerseits seine Lokalberichterstattung, und die Kabeltechnologie ermöglicht nun das Lokal-

fernsehen. Nicht genug damit, brechen auch die verschiedenartigsten lokalen Alternativmedien, von Video und Stadtteilzeitungen bis zur «Roten Hilfe» und zur «Roten Anneliese» in die traditionellen Gehege der Lokalpresse ein und erfüllen nicht selten Funktionen, die diese zu erbringen nicht mehr stark genug ist, obwohl insgesamt die schweizerische Lokalpresse im internationalen Vergleich noch sehr vital ist. Nicht zu vergessen sind schliesslich auch lokale Gratisanzeiger jüngerer Datums, aber auch neue Typen einer journalistischeren Behördenpublizistik. Diese Dynamisierung der lokalen Kommunikationsszene sollte gerade von der Medienpädagogik thematisiert werden, bleibt sie doch relativ leicht einsehbar und kann zudem mit bescheidenen Mitteln im Unterricht gestaltend nachvollzogen werden.

#### 4.2 *Das schweizerische Pressesystem*

Will man das schweizerische Pressesystem, insbesondere die politische Presse, in den Hauptmerkmalen charakterisieren, so sind die Mehrsprachigkeit, die Vielzahl von Titeln und Erscheinungsorten, die bescheidenen Auflagen, die lange, ununterbrochene freiheitliche Tradition, die intensiven Beziehungen zum politischen System der Schweiz und die Konzentrationsprozesse der letzten Jahrzehnte hervorzuheben. Im einzelnen bedeutet dies folgendes:

Die Vielzahl der Zeitungstitel als wohl bekanntestes Kennzeichen der Schweizer Presse spiegelt am unmittelbarsten den in der Schweiz auch sonst vielfältig ausgeprägten Partikularismus. Der Umstand, dass auch kleine und kleinste Zeitungen regelmässig weiterhin auch Auslandsinformationen abdrucken, weist überdies auf einen lokal verwurzelten, aber zugleich weltoffenen Kommunikationshorizont. Auch die international renommierte «Neue Zürcher Zeitung» ist in diesem Sinne Lokal- und Weltblatt zugleich. Ferner lässt sich, vor allem in Anbetracht auch der weiteren Merkmale, sagen, diese Titelvielfalt offenbare eine nach wie vor hochdifferenzierte Presse-Parallelstruktur zur schweizerischen Gesellschaft überhaupt.

Die verschiedenen schweizerischen Sprachgruppen werden nach Anzahl der Zeitungstitel wie nach der Gesamtauflage vom nationalen Pressesystem proportional repräsentiert. Diese optimale Entsprechung zu den Bevölkerungszahlen der verschiedenen Sprachgebiete mag, neben einer minoritätenfreundlichen Rundfunkpolitik, mit ein Grund dafür sein, dass die sprachpolitische Problematik in der Schweiz vergleichsweise bescheiden geblieben ist. Der Zusammenhang der Schweizer Presse mit einem spezifischen Sprach- und Kulturraum ist dementsprechend stark ausgeprägt. Eine nationale Presse kann hingegen unter diesen Bedingungen nicht entstehen.

Auch die Siedlungsräume und der Urbanisierungsgrad der Schweiz scheinen in der Verteilung der Pressestandorte recht getreulich auf. Den acht städtischen Hauptpresseorten Basel, Bern, St. Gallen, Genf, Lausanne,

Lugano, Luzern und Zürich steht eine beträchtliche Zahl von halbstädtischen bzw. ländlichen Zeitungs-Erscheinungsorten gegenüber, so dass kein Kanton zeitunglos ist. Nicht nur der Sprach-, sondern auch der Kantonsföderalismus findet somit, jedenfalls hinsichtlich der Standorte, in der schweizerischen Presse seinen Ausdruck. Berücksichtigt man ausserdem noch, dass z.B. 1967, als anderswo die Pressekonzentration schon riesige Einzeitungskreise geschaffen hatte, immer noch 334 Zeitungen in 302 von insgesamt 2984 Gemeinden der Schweiz herausgegeben wurden, also in mehr als jeder 10., gewinnt die Redeweise von der hochdifferenzierten Presse-Parallelstruktur bei allen Konzentrationsbewegungen der neueren Zeit weitere Berechtigung. Inhaltlich kommt noch die starke Ausrichtung der Schweizer Presseorgane auf nationale, gesamtschweizerische Themen hinzu, so dass zusammenfassend festgestellt werden kann, das schweizerische Pressesystem fange viele Operationen des politischen Systems auf allen drei Ebenen ein, auf denen diese stattfinden: im Bund, in den Kantonen und in den Gemeinden.

Anders als bei der in kurzen Abständen dieses Jahrhunderts gleich zweimal völlig umstrukturierten deutschen Presse handelt es sich bei der schweizerischen zudem um ein System von grosser historischer Kontinuität im Sinne einer freiheitlichen Tradition. 1798 erstmals, 1848 endgültig wird die Pressefreiheit, der liberale Institutionalierungsmodus, zum Regelungsprinzip, und entsprechend ungehindert wächst der vielzitierte Bannwald der Demokratie heran. In den 30 Jahren von 1827-1857 werden z.B. aus 33 Blättern bereits 180, während vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg auf das historische Wachstum ein zwar noch nicht sehr dramatischer Schrumpfungsprozess folgt und die Titelzahl wieder reduziert.

	1848	1913	1939	1977
Zeitungstitel	88	418	400	290
davon Tageszeitungen	17	105	121	121

**Tab. 2:** Schaubild 3: Geschichtliche Entwicklung der Schweizer Presse. Quelle (ergänzt): C. Padrutt, 1975<sup>8</sup>

Dabei verdient indes der Umstand Beachtung, dass der Eliminationsvorgang nur in Einzelfällen die Tageszeitungen betrifft, die insgesamt ihre Zahl seit längerem zu halten vermögen. Was hingegen zunehmend dezimiert wird, sind die Organe mit geringerer Erscheinungshäufigkeit als 5x wöchentlich. Dies lässt sich als weiterer Hinweis auf die stark politische Natur der schweizerischen Presse verstehen, die sich seit eh und je intensiv, und das heisst eben täglich, mit den für den Stimmbürger wesentlichen öffentlichen Angelegenheiten auseinandergesetzt hat. Die gewaltige Zunahme an Zeitungstiteln im 19. Jahrhundert steht in direktem Zusammenhang mit der damaligen Intensivierung und Dynamisierung des politischen Lebens in der Schweiz.



Diese starken Beziehungen des schweizerischen Pressesystems zum politischen System der Schweiz haben sich denn auch bis in die Gegenwart erhalten. In der Legislaturperiode 1975-79 sitzen z.B. nicht weniger als 28 Journalisten in den eidgenössischen Räten, artikulationsmächtige Parlamentarier, schön über die Parteien verteilt, davon 24 aus der Presse. Der politische Zugriff der schweizerischen Presse ist somit ein doppelter: er erfolgt im Rat – wo ja eben 10% der Parlamentarier Presseleute sind – und im Medium selber, das mit die politischen Traktanden setzt und als Resonanzboden politische Entscheidungen befördert oder sich auch gegen diese stemmt. Das politische Kontroll- und Legitimationsvermögen der Presse ist unter diesen Umständen gross, diese eine unbestreitbare Macht. Dass die eidgenössischen Räte da insgesamt erheblich mehr für die Presse übrig haben als für das noch weniger solid institutionalisierte Fernsehen, vermag auch nicht weiter zu erstaunen. Weil die schweizerischen Schulen nach wie vor vornehmlich der Buchkultur verpflichtet sind, ist auch die hohe Geltung des Lesens garantiert, um so mehr als Gebildete, Wohlhabende, Städter, Führungskräfte dies besonders eifrig tun. All dies trägt zu einem sehr hohen Status der politischen Presse bei, die sozusagen die Geltung einer nationalen Institution hat. Nichts könnte dies schlagender verdeutlichen als ein Befund der SRG-Publikumsforschung aus dem Jahre 1976<sup>9</sup>. Danach möchten die Schweizer unter verschiedenen Mediennutzungsmöglichkeiten am liebsten beim Lesen der Tageszeitung angetroffen werden, lieber als vor dem Televisionsapparat, vor dem sie zwar dreimal länger sitzen.

Unter diesen Umständen ist es begreiflich, dass die Konzentrationsprozesse, die während der letzten Jahrzehnte das schweizerische Pressesystem umzustrukturieren begannen, erhebliches Aufsehen und auch einige Beunruhigung ausgelöst haben. Wenn publizistische Vielfalt als Voraussetzung demokratisch-föderalistischer Politik angesehen und überdies mit Titelvielfalt gleichgesetzt wird, muss die Reduktion derselben auch als Beeinträchtigung des politischen Systems aufgefasst werden. Dies um so mehr, als diesem Dezimierungsprozess eine gewisse Unabwendbarkeit zu eigen scheint, steht er doch in Parallele zu einer Gesamttendenz der modernen Wirtschaft überhaupt, dem Trend zur Unternehmenskonzentration nämlich. Kleinzeitungen mit Auflagen unter 5000 vor allem, die bereits in Zeiten gesamtwirtschaftlicher Prosperität kaum noch profitabel sind, geraten in Rezessionsphasen durch den Inseratenrückgang häufig in die roten Zahlen. So reduziert sich die Titelzahl seit dem Zweiten Weltkrieg um ca. ein Drittel, während die Gesamtauflage um mehr als die Hälfte anwächst, das Interesse an der Zeitung also nicht etwa nachlässt. Verringerung der Titel, aber Steigerung der Auflage lautet mithin der Befund.

Im Gefolge dieser Entwicklung entstehen einesteils an gewissen Orten Pressemonopole, indem bestimmten Zeitungen durch Ausscheiden der Konkurrenz die Alleinanbieterposition zufällt, andernteils geht die ohnehin schon kümmernde Meinungs- bzw. Parteipresse weiter drastisch zurück. Insbesondere der Niedergang der sozialdemokratischen Presse hat

dabei weitherum geradezu Bestürzung hervorgerufen und dem Postulat aktiverer Presseforderung zeitweise starken Auftrieb verliehen. Wieweit aber durch diesen ganzen Reduktionsprozess tatsächlich auch publizistische Vielfalt verringert wird, lässt sich mangels ausreichender inhaltsanalytischer Forschung nicht entscheiden und ist jedenfalls unter Experten umstritten. Die Eigenleistung vieler solcher schwachen Kleinzeitungen kann bei dem bekannten Zusammenhang von Auflagengrösse, Inseratenaufkommen und redaktioneller Kompetenz gar nicht so gross sein, dass mit ihrem Eingehen wirklich substantielle Beiträge an die Informations- und Meinungsvielfalt verloren gehen. Zudem ist das schweizerische Pressesystem ohnehin durch eine beträchtliche Anzahl von Kopfblättern gekennzeichnet, die normalerweise bloss den Lokalteil noch selbständig produzieren, so dass auch unter diesem Gesichtspunkt Titelvielfalt nicht ohne weiteres mit publizistischer Vielfalt gleichgesetzt werden darf. Aus all diesen Gründen hält sich jedenfalls neben der These von der politisch bedenklichen Entdifferenzierung des schweizerischen Pressesystems durch Konzentrationsprozesse auch diejenige der Gesundschumpfung der Schweizer Presse im Sinne der Ausmerzungen funktionsarm und leistungsschwach gewordener Elemente.

Auflage-Kategorien	1930	1951	1967	1969	1973
Unter 5000	327	276	208	254	164
5000-10000	49	62	48	30	53
10000-20000	15	22	35	33	33
20000-50000	11	12	18	21	20
Über 50000	4	6	9	10	12

**Tab. 3:** Schaubild 4: Pressekonzentration in der Schweiz. Quelle: Josef Jäger, 1974<sup>10</sup>

Die Frage, wieweit diese Umstrukturierung der Schweizer Presse tatsächlich mit bedenklichen Funktionseinbussen verbunden ist, lässt sich folglich – u.a. auch mangels ausreichender Forschungstätigkeit und -befunde – nicht eindeutig beantworten. Sicher ist nur, dass auch hier wieder das Gesamtmediensystem berücksichtigt werden muss, namentlich die funktionale Komplementarität von Presse, Radio und Fernsehen, damit nicht der Presse als Kommunikationsdefizit angelastet wird, was einfach von den elektronischen Medien besorgt wird. Ferner muss man sich den Bedarf an publizistischer Kommunikation, den ein politisches System wie dasjenige der Schweiz hat, wohl etwas grundsätzlicher vergegenwärtigen, als dies in der Diskussion gewöhnlich geschieht. Auszugehen ist vom Umstand, dass Demokratien Gesellschaftsformen sind, in denen die Bürger souverän, d.h. individuell für sich allein und konsensuell für alle entscheidungsmächtig sind. Unter den Bedingungen wachsender Komplexität

der modernen Verhältnisse sind da von den publizistischen Medien drei elementare Funktionen zu erfüllen, nämlich:

- 1) Das nationale Mediensystem muss die Einzelnen, die Gruppen und das Gesamtkollektiv über das öffentlich Relevante informieren, das geschieht.
- 2) Das nationale Mediensystem muss die Einzelnen, die Gruppen und das Gesamtkollektiv darüber ins Bild setzen, was über das gedacht wird, was geschieht.
- 3) Das nationale Mediensystem muss zuhanden der Einzelnen, der Gruppen und des Gesamtkollektivs ausdrücken, was über das gedacht wird, was geschehen könnte oder sollte.

Diese drei elementaren Leistungen sollte ein demokratisches Mediensystem überdies kommunikativ wirkungsvoll erfüllen, d.h. verständlich und attraktiv von den politischen Tatsachen, den Meinungen zu den Tatsachen und den Gestaltungsideen dem Publikum berichten. Dank dem Faktenwissen können wirklichkeitsgerechte Entscheidungen gefällt werden. Die Kenntnis der Meinungen und ihrer Verteilung lässt die demokratische Festsetzung einer Prioritätenliste des politisch zu Regelnden zu. Und die stete Verbreitung neuer politischer Gestaltungsideen hält den Weg für künftige produktive Problemlösungen offen.

Etwas summarisch lässt sich da im Lichte des SRG-Programmauftrags und der SRG-Programmrealität festhalten, es werde von den SRG-Medien im ganzen zuverlässig, wenn auch für das breite Publikum ohne allzu grosse Vertiefung, in einer meist um Unparteilichkeit bemühten Faktenauswahl über regionales, nationales und internationales Geschehen informiert. Es würden des weitern vor allem Mehrheitsmeinungen repräsentiert, und die von Radio und Fernsehen verbreiteten politischen Gestaltungsideen stellten das Bestehende für gewöhnlich nicht allzu schroff in Frage. Publizistisch nicht genügend abgedeckt und damit der Presse überantwortet sind mithin im Bereich der drei politischen Basisfunktionen die Lokal- und Tiefeninformation, der Meinungsjournalismus und die politische Alternativ-Programmaturik.

Zumindest gewisse Leistungseinbussen hinsichtlich dieser drei Aufgaben dürfte die Umstrukturierung der Schweizer Presse schon verursacht haben. Die Zahl der Gemeinden, die kaum oder bloss in einer Zeitung publizistisch repräsentiert werden, hat zugenommen. Der Meinungsjournalismus ist vielfach von Strategien redaktioneller Ambivalenz oder überhaupt durch politische Positionslosigkeit abgelöst worden. Zudem wirken sich die Mechanismen der Pressekonzentration dahin aus, dass besonders individualisierte oder extreme Stellungnahmen in den auf möglichst starke Abdeckung ihres Verbreitungsgebietes und damit auf allgemeine Leserzustimmung ausgerichteten Blättern neueren Typs weniger Chancen haben, zum Abdruck zu gelangen, was zugleich die Kreativität der Presse hinsichtlich neuer politischer Gestaltungsideen beeinträchtigt.

Immerhin ist die Flexibilität dieses Pressesystems nach wie vor so gross, dass z.B. das Verschwinden der meisten sozialdemokratischen Organe zur Öffnung mancher bürgerlichen Zeitungen in Richtung entsprechender

Meinungspositionen geführt hat, liegt es doch keineswegs auf der Linie einer Strategie der Publikumsmaximierung, substantielle gesellschaftliche Kräfte publizistisch auszuschliessen. Was die politische Alternativ-Programmatik betrifft, so haben sich ihrer eben bis zu einem gewissen Grad die erwähnten Alternativmedien angenommen, darunter auch wieder viele Presseorgane. Den Lokalbereich schliesslich bearbeitet das Radio mit wachsender Intensität, so dass angesichts der Umstrukturierung der Presse im Rahmen des schweizerischen Gesamtmediensystems unzweifelhaft Funktionsverlagerungen bis zu einem gewissen Grade drohende Funktionsdefizite ausgleichen. Nicht nur medienpädagogisch, sondern schulisch überhaupt bedeutsam ist dabei freilich, dass der Informationsvorsprung der Leser gegenüber den Nichtlesern politisch wie kulturell geblieben, ja in mancher Hinsicht im Steigen begriffen ist. Grund genug, die Presse über den neueren elektronischen Medien im Unterricht nicht zu vernachlässigen.

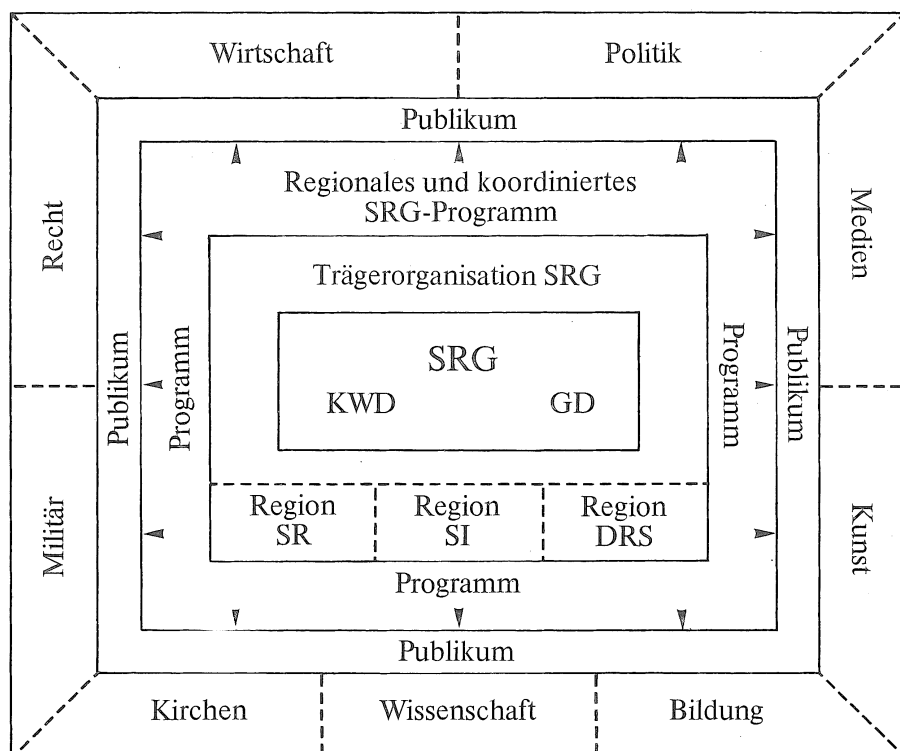
#### 4.3 *Das schweizerische Radio- und Fernsehsystem*

Die optimale Ergänzung der Pressefunktionen durch die Leistungen der elektronischen Medien und die organisatorische Sicherung eines entsprechenden Kommunikationsbeitrags der letzteren steht denn auch im Zentrum vieler medienpolitischer Bestrebungen in der Schweiz. Weil Radio und Fernsehen hier demokratisch institutionalisiert sind, der Presse aber zugleich die beschriebene starke Stellung zukommt und überdies eine lange liberale Tradition staatliche Initiativen im Mediensektor zügelt, ist die Koordination zwischen den verschiedenen Medien schwer zu realisieren, insbesondere durch eine juristische Gesamtregelung. Wohl werden Gesamtmedienkonzeptionen gefordert, vor allem unter dem Druck der Notwendigkeit, der Kabeltechnologie einen verbindlichen Ort zuzuweisen. Aber deren verbindliche Ausarbeitung wird ebenso durch die Schwierigkeit der Materie wie durch die Macht der publizistischen Medien selber behindert, deren Interessen in diesen Belangen keineswegs identisch, deren Möglichkeiten, Verfassungs- und Gesetzesvorlagen zu Fall zu bringen, hingegen gewachsen sind. Medienpolitische Massnahmen sind, mit andern Worten, in der Schweiz besonders legitimationsbedürftig, aber für diese Legitimation gerade von den in diesen Fragen uneinigen publizistischen Medien sehr abhängig. Widersprüche, als Ausdruck von Zielkonflikten, scheinen daher auch in der aktuellen Verfassung der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft auf. Diese haben freilich nicht verhindert, dass diese Organisation seit 1931 in dynamischer Kontinuität der einzige Programmträger der elektronischen Medien in der Schweiz bis auf den heutigen Tag geblieben ist. Zwar ist die SRG eine Gesellschaft privaten Rechts und gemäss Art. 60 f. ZGB als Verein mit Sitz in Bern organisiert und auch nicht etwa Teil der PTT-Betriebe, sondern deren Benützer. Zugleich ist sie aber vom Bundesrat allein mit dem Radio- und Fernsehprogrammdienst laut der Konzession vom 27.10.1964 betraut, also eben

ein durch staatlichen Verwaltungsakt der Konkurrenz bis zu einem gewissen Grad ent-  
hobener Monopolbetrieb. Diese «Konzession für die Benützung der elektrischen und  
radioelektrischen Einrichtungen der Schweizerischen Post-, Telephon- und Telegraphen-  
betriebe zur öffentlichen Verbreitung von Radio- und Fernsehprogrammen» stützt sich  
ihrerseits auf das Post- und Telegraphenregal der schweizerischen Bundesverfassung,  
wenn auch nach allgemein anerkannter Ansicht dieses eine solch extensive Auslegung  
nicht deckt. Trotzdem ist, zum Teil auch im Gefolge von internen Regelungsdefiziten  
der lokalen und regionalen Mitglied- und Regionalgesellschaften, die behoben werden  
mussten, die Staatsnähe der SRG unverkennbar. Wiewohl privatrechtlich institutionali-  
siert, versieht die SRG einen öffentlichen Dienst und steht, gerade als Monopolbetrieb,  
in entsprechend starker Spannung zwischen notwendiger Autonomie und unerlässlicher  
Kontrolle, aber auch zwischen wünschenswerter Leistungsflexibilität und fast unver-  
meidlicher grossorganisatorischer Bürokratisierung.

Nur mit Mühe und einiger Gewaltamkeit lässt sich dieses institutionell-organisa-  
torische Spannungsfeld, in dem die SRG zu funktionieren hat, grafisch verdeutlichen.

In der Bundeshauptstadt Bern befinden sich wohl die Generaldirektion mit



**Abb. 2:** Schaubild 5: SRG im institutionell-organisatorischen Spannungsfeld.

entsprechenden Diensten als Unternehmensleitung und der Kurzwellendienst, tatsächlich Programm gemacht wird indes fast nur in den drei Sprachregionen der deutschen und rätoromanischen, der französischen und der italienischen Schweiz. Zusammen ergibt dies die Programminstitution, die z.B. 1976 ein Sendevolumen von wöchentlich 684 Radio- und 173 Fernsehstunden geplant, produziert bzw. gesendet hat und das Radio- und Fernsehpersonal bzw. das Personal zur Leitung des ganzen Unternehmens umfasst. Diese professionelle Organisation wird parallelisiert durch die eben als privater Verein verfasste Trägerorganisation, bestehend aus den drei Regionalgesellschaften, die zum Teil auf lokalen Mitgliedergesellschaften aufbauen. Diesen obliegt, als dem Analogon zu den deutschen Rundfunkräten, sowohl die Repräsentation der Programminteressen des Publikums als auch der verschiedenen institutionellen Sektoren, Wissenschaft, Kirche, Militär usw. Deshalb schreibt Art. 8 Abs. 2 der SRG-Konzession auch vor: «Die Regionalgesellschaften treffen die notwendigen Massnahmen, damit in ihren Organen und im besondern in der Programmkommission die verschiedenen Kreise, welche die geistige und kulturelle Eigenart des Landes verkörpern, die verschiedenen Radiohörer- und Fernsehteilnehmerschichten und die verschiedenen Gebietsteile vertreten sind. Sie ziehen die ihnen unterbreiteten Wahlvorschläge in Erwägung.» Die Repräsentativität der Trägerorganisation ist freilich, wie auch ihre Funktionstüchtigkeit, nach allgemeinem Urteil verbesserungsbedürftig. Innerhalb dieser gesellschaftlichen Gesamtkonstellation soll nun die SRG gemäss Art. 13 der Konzession den folgenden, schon in früheren Fassungen zum Teil ähnlich umschriebenen Programmauftrag erfüllen:

- «1 Die von der SRG verbreiteten Programme haben die kulturellen Werte des Landes zu wahren und zu fördern und sollen zur geistigen, sittlichen, religiösen, staatsbürgerlichen und künstlerischen Bildung beitragen. Sie haben eine objektive umfassende und rasche Information zu vermitteln und das Bedürfnis nach Unterhaltung zu befriedigen. Die Programme sind so zu gestalten, dass sie den Interessen des Landes dienen, die nationale Einheit und Zusammengehörigkeit stärken und die internationale Verständigung fördern. Die Kurzwellensendungen sollen die Bindungen zwischen den Auslandschweizern und der Heimat enger gestalten und die Geltung der Schweiz im Ausland fördern.
- 2 Sendungen, welche geeignet sind, die innere oder äussere Sicherheit des Bundes oder der Kantone, ihre verfassungsmässige Ordnung oder die völkerrechtlichen Beziehungen zur Schweiz zu gefährden, sind unzulässig.
- 3 Die Konzessionsbehörde behält sich vor, die Stellen zu bezeichnen, bei denen die zu verbreitenden Nachrichten bezogen werden müssen.
- 4 Niemand besitzt einen Anspruch auf die Verbreitung bestimmter Werke und Ideen durch Radio oder Fernsehen oder auf die Benützung des Materials und der Einrichtungen der SRG.
- 5 Die Konzessionsbehörde kann die Sendung behördlicher Bekanntmachungen anordnen.
- 6 Die SRG ist verpflichtet, dringliche polizeiliche Bekanntmachungen auszusenden.»

Die gesamte Programmarbeit der schweizerischen Monopolmedien, die in letzter Instanz vom Generaldirektor verantwortet werden muss, stellt eine Umsetzung dieser Richtlinien in Radio- und Fernsehsendungen dar und muss immer an ihnen gemessen werden. Dieser Selbstverständlichkeit trägt die oft hochideologisierte Diskussion um die Programmqualität des schweizerischen Radios und Fernsehens viel zu wenig Rechnung. An der Medienpädagogik liegt es, solche elementaren Zusammenhänge zwischen Programm und Programmauftrag wenigstens den Heranwachsenden klar zu machen, damit nicht auch sie lückenhaftes Sachwissen und fundierte Programmkritik verwechseln. Deutlich gemacht werden müsste dabei auch, dass diese Programmaximen in vielem durchaus im Einklang mit denjenigen ausländischer Mediensysteme demokratisch kontrollierter Institutionalisierungsart stehen, was im Verein mit ihrem bemerkenswerten Beharrungsvermögen immerhin auf eine gewisse praktische Brauchbarkeit hindeutet. Insgesamt garantieren sie neben den früher erwähnten politischen Basisleistungen vor allem auch gewisse kulturelle Standards, wie sie wirkliche Massenmedien für gewöhnlich ohnehin wahren müssen, damit nicht ein Teil ihres Publikums sich verärgert von ihnen abwendet. Ferner sichern diese Richtlinien einige publizistische Privilegien der Behörden, organisatorisch bereits gegebene noch verstärkend, was bei der Staatsnähe der SRG nicht weiter verwundern kann. Ebenso unverkennbar ist aber auch der Wille hinter diesen Maximen, gleich wie der Vielfalt der Schweiz auch deren Einheit mit den SRG-Programmen gerecht zu werden. Erst nach langer Zeit und unter grossen Bedenken wurde denn auch etwa der Beschluss zur Regionalisierung der nationalen «Tagesschau» gefasst.

Dies schliesst freilich viele Konflikte, die sich vor allem an der unvermeidlicherweise geringen Präzision dieser Basisnormen der SRG-Programmgestaltung entzünden, nicht aus. Ihr Resultat bilden häufig Zusatzregelungen, die fortan die Programmschaffenden bei der strittigen Interessenabwägung zu leiten haben und sie damit zugleich gegen Kritik und Druck von aussen besser absichern sollen. In diesem Sinn stellt etwa der Zusatz zu den SRG-Informationsrichtlinien vom 15. Juni 1976, der von der SRG-Aufsichtsbehörde, dem Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement, im Gefolge einer gutgeheissenen Beschwerde gegen eine Sendung des deutschschweizerischen Fernsehens über militärfeindliche Organisationen gefordert wurde, eine weitere Präzisierung des Objektivitätspostulats der allgemeinen Programminrichtlinien dar:

- «1. In Beiträgen der SRG ist besondere redaktionelle Sorgfalt darauf zu verwenden, dass die allfällige Rechtswidrigkeit von Organisationen, d.h. ihrer Zielsetzungen und Handlungen, durch die Art der Darstellung für den Zuhörer und Zuschauer als solche erkennbar ist.
2. Rechtswidrig im Sinne dieser Weisung sind gerichtlich festgestellte oder offensichtliche Verstösse gegen die schweizerische Rechtsordnung.» Das Objektivitätspostulat, seinerseits, zieht wiederum Konsequenzen aus der Monopolisierung der elektronischen Medien; einseitige Gruppenpropaganda in einem Monopolmedium tendiert ja letztlich zum Totalitären.»

Einen Meinungsjournalismus, wie er in der Richtungsprelle am Platz sein mag, tolerieren denn auch die SRG-Programmnormen so wenig wie diejenigen anderer demokratisch kontrollierter Medien. Nicht zuletzt deswegen kommt es indes zu mancherlei Spannungen zwischen dem politischen Betätigungsdrang von SRG-Mitarbeitern und Ansprüchen der verschiedenen politischen Lager auf Publizität in den SRG-Medien. Da es sich hierbei um fundamentale Zielkonflikte handelt, zwischen der Autonomie der Medien und der Repräsentation des politischen Systems durch sie nämlich, sind diesbezüglich stabile Lösungen, wie sich auch im Ausland zeigt, schwer zu erreichen. Eine entsprechende Weisung des Generaldirektors der SRG vom 1. Juli 1975 stipuliert jedenfalls das Prinzip der Unvereinbarkeit von prominenter politischer Aktivität und Programmarbeit am Bildschirm oder hinter dem Mikrophon. Sonst verfügte ja einerseits der bereits vom Bildschirm oder vom Radio her bekannte Kandidat über unstatthafte Vorteile gegenüber den Mitbewerbern, und andererseits könnte die Glaubwürdigkeit des zur Unabhängigkeit und Unparteilichkeit verpflichteten Monopolmediums Schaden nehmen. Vor allem aber führt die öffentlich bekannte Parteizugehörigkeit von Mitarbeitern des Monopolrundfunks unweigerlich zu proportionalen Stellenbesetzungsansprüchen aus weiteren politischen Lagern. Ein letztlich sachfremdes Kriterium, nämlich dasjenige der politischen Loyalität statt desjenigen der journalistischen Kompetenz, gewänne dadurch bei der Rekrutierung der Medienmitarbeiter ein verhängnisvolles Gewicht.

Ein Beharren auf publizistischen Machtanteilen, auf quantitativem Proporz wirkt besonders unangemessen, wenn der kulturelle Beitrag der SRG-Medien zur Diskussion steht. Das Hauptobjekt von Kultur, Sinn, ist ja offenbar anders als eine demokratische Entscheidung und jedenfalls nicht durch das Zahlenverhältnis von Meinungen überzeugend zu ermitteln und zu rechtfertigen. Die Möglichkeiten der Lebensorientierung und die Angebote der Kulturinstitutionen Kunst oder Wissenschaft werden daher entsprechend ihrer Qualität von den SRG-Medien ausgewählt und von den Hörern und Zuschauern auch so empfangen. Trotzdem müssen hier auch quantitative Zuteilungsprobleme im Sinne der SRG-Konzession gelöst werden, gilt es doch die Spannungen zwischen Mehr- und Minderheitengeschmack, zwischen Elementen der Majoritäten- und Minoritätenkultur in Einklang mit den Kulturstandards der Konzession auszugleichen. Die ohnehin grösseren Kommunikationschancen der gebildeten Minderheit werden z. B. bei solchen Programmentscheidungen von den SRG-Verantwortlichen ebenso berücksichtigt wie deren besondere Qualifikation, kulturelle Forderungen an die Medien heranzutragen, oder die Ansprüche der verschiedenen Räume des föderalistischen Ganzen auf Darstellung ihrer besondern Kultur.

Was schliesslich die Weiterentwicklung des schweizerischen Radio- und Fernsehsystems betrifft, so drängen vor allem die angesprochenen Verhältnisse im Lokalbereich zu neuen Konzepten. Mit der Intensivierung der Radio-Lokalberichterstattung und der Möglichkeit des lokalen Kabelfernsehens wird die Gesamtstruktur des schweizerischen Mediensystems



dermassen dynamisiert, dass, ganz wie im Ausland, hart um neue diesbezügliche Institutionalisierungsvorstellungen gerungen wird. Das Kabelfernsehen im besondern fordert dabei hinsichtlich seiner Finanzierung die spezielle Sorge der Presse heraus, nötigt aber auch zur erneuten Abwägung der Vor- und Nachteile demokratisch kontrollierter Rundfunkmonopole.

Auch solchen Fragen soll und kann sich im übrigen die Medienpädagogik der Schule nicht verschliessen, wenn es auch nicht ihre Aufgabe sein kann, den Schülern bestimmte medienpolitische Positionen aufzudrängen. Gegen die Überredungspraktiken der Medien ist ja die Medienpädagogik von allem Anfang an ins Feld gezogen, um so weniger darf sie sich selber solcher Mittel bedienen. Auch so noch kann ja die Schule einen nicht unbeträchtlichen Anteil daran leisten, dass die vielen anstehenden medienpolitischen Entscheidungen sachgerecht gefällt werden, indem sie bereits die künftigen Stimmbürger für diese Fragen interessiert und ihnen zuverlässige Urteilsgrundlagen für deren Entscheidung vermittelt. Dazu bedarf es freilich für die Unterrichtenden einiger Einarbeit in eine komplexe Materie, die auch in diesen Ausführungen bloss ganz skizzenhaft vorgestellt wird. Unzweifelhaft hat aber die Medienpädagogik mancherlei zu gewinnen, wenn die kommunikationssoziologischen Aspekte noch stärker als bis anhin Eingang in sie finden.

## 5. Anhang

### 5.1 Anmerkungen

- 1 Dem Publikationsort und -zweck dieses Beitrages entsprechend wird auf jegliche Vollständigkeit des Literaturnachweises verzichtet.
- 2 Zum ganzen Verhältnis Mediensoziologie und Medienpädagogik vgl. auch Saxer, Ulrich: Konzept für eine Medienpädagogik. In: Medienpädagogik in der Schweiz. Jahrbuch der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren Jg. 59/60 (1973/4); derselbe: Jugend zwischen Anspruch und Angebot: Aspekte der Medienpädagogik. In: av-bulletin 6-7/1974.
- 3 Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. Köln-Berlin 1956. Bd. 1, S. 3.
- 4 Claussen, Bernhard: Medienpädagogik, emanzipatorisch. In: medium3. Jg. (1973), Heft 5, S. 34.
- 5 Die folgende Typologie stellt eine Weiterentwicklung derjenigen von Siebert, Frederick/Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur: Four Theories of the Press. Urbana 1956, dar.
- 6 Janoska-Bendl, Judith: Methodologische Aspekte des Idealtypus. Berlin 1965.
- 7 Adorno, Theodor: Kann das Publikum wollen? In: Katz, Anne Rose (Hrsg.): Vierzehn Mutmassungen über das Fernsehen. München 1963.
- 8 Padrutt, Christian: Zur Lage der Schweizer Presse. Diskussionspunkt 4 des Publizistischen Seminars der Universität Zürich. Zürich<sup>2</sup> 1977, S. 17.
- 9 SRG-Publikumsforschung: Das Image des Schweizer Fernsehens bei seinem Publikum. Bern 1976, S. 43.
- 10 Padrutt, Christian: a. a. O., S. 22.

## 5.2 *Literatur*

Medienpädagogisch verwertbares Grundlagenmaterial zu den angesprochenen Themenbereichen bieten z.B.:

- zu Publizistik: Koszyk, Kurt/Pruys, Karl (Hrsg.): dtv-Wörterbuch zur Publizistik. München<sup>4</sup> 1976.  
Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried (Hrsg.): Publizistik. Fischer-Lexikon 9. Frankfurt a.M. 1973.
- zu Kommunikationswissenschaft: Kunczik, Michael: Massenkommunikation. Eine Einführung. Köln-Wien 1977.  
Pürer, Heinz: Einführung in die Publizistikwissenschaft. München 1978.  
Projektgruppe am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München: Politische Kommunikation. Eine Einführung. Berlin 1976.
- zu Kommunikationssoziologie: McQuail, Denis: Towards a Sociology of Mass Communications. London 1969.  
McQuail, Denis (Hrsg.): Sociology of Mass Communications. Harmondsworth 1972.  
Siebert, Frederick/Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur: Four Theories of the Press. Urbana 1956.  
Silbermann, Alphons/Krüger, Udo Michael: Soziologie der Massenkommunikation. Stuttgart-Berlin-Köln-Mainz 1973.  
Tunstall, Jeremy (Hrsg.): Media Sociology. London 1970.
- zu Medienpolitik: Ronneberger, Franz: Kommunikationspolitik. Teil I. Mainz 1978.
- zu Mediensystem der Schweiz: Padrutt, Christian: Zur Lage der Schweizer Presse.

Diskussionspunkt 4 des Publizistischen Seminars der Universität Zürich, Zürich<sup>2</sup> 1977. Publikationen der Abteilung Information und Dokumentation der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG und der SRG-Publikumsforschung.