

neue Maßstäbe. An ihr muß sich das Können der Journalisten bewähren. In nicht wenigen unserer Zeitungen, im Fernsehen und im Rundfunk gibt es schon Wirtschaftsbeiträge, die interessant und wirksam sind, weil sie informieren, weil sie, von den Fragen und Interessen der Menschen ausgehend, ein Stück der ökonomischen Politik unserer Partei für viele verständlich behandeln. Noch aber prägen solche Arbeiten nicht den Charakter unserer Wirtschaftsjournalistik. Noch wird das Neue und Gute nicht selten von wenig massenwirksamen Beiträgen überwuchert. Wie die Umfragen und Analysen ergaben, haben zum Beispiel die Wirtschaftsseiten der Zeitungen noch nicht die erforderliche Wirkung erreicht. Damit können wir vor den neuen Anforderungen nicht bestehen.

Was muß geändert werden? Es muß endgültig und überall Schluß sein mit der unzulässigen Trennung von Ökonomie, Ideologie und Politik. Wo die Wirtschaftspublizistik im ökonomischen und technischen Detail steckenbleibt, wo sie sich damit begnügt, den Einzelfall zu regeln, wo sie sich einer schwer verständlichen, oft mit Fremdworten überladenen Fachsprache bedient, dort wird sie nur wenige erreichen und bei den Massen ohne Widerhall bleiben. Darüber kann auch die Erfüllung eines wirtschaftsthematischen Quantum nicht hinwegtäuschen. Wir brauchen eine Publizistik, die vom konkreten Beispiel zum Zusammenhang führt, die Übersicht und Einblick in wesentliche Prozesse der Wirtschaft vermittelt, eine Publizistik, welche die Werktätigen in den Stand versetzt, aus dem Verständnis für das volkswirtschaftliche Ganze heraus an ihrem Platze das Richtige zu tun.

Auch hier kann nicht nach „Tonnen“, sondern es muß nach dem Resultat gemessen werden. Dieses Resultat ist seinem Wesen nach Ideologie, nämlich die Erkenntnis: Mein Leben wird besser, unser Staat wird stärker, der Gegner wird geschlagen, wenn ich im Sinne des neuen Ökonomischen Systems handle, mit der wissenschaftlich-technischen Entwicklung Schritt halte und an der Leitung der Produktion teilnehme, wenn ich wie ein Sozialist denke und lebe.

Um diese Erkenntnis durchzusetzen, ist eine systematische Weiterentwicklung der Wirtschaftsinformation erforderlich. Presse, Rundfunk und Fernsehen haben die Aufgabe, den Werktätigen über ihre persönlichen Erfahrungen hinaus Kenntnis von den wesentlichen Vorgängen und Entwicklungstendenzen in unserer Volkswirtschaft zu vermitteln. Sie müssen auch umfassender über die Wirtschaft der Sowjetunion und der anderen sozialistischen Länder, der jungen Nationalstaaten, Westdeutsch-