Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 47 (1967-1968)
Heft: 10

Artikel: Die Massenmedien und ihre Kritiker
Autor: Saxer, Ulrich
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-162030

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.01.2026

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

Die Massenmedien und ihre Kritiker

ULRICH SAXER

Die Massenmedien Presse, Film, Radio und Fernsehen sind in der entwickelten Industriegesellschaft sozusagen allgegenwärtig, und zwar bei den allgemein bedeutsamen Ereignissen so sehr wie in unserem persönlichen Alltag. Kaum geschehen und oft gar schon vorher, wird selbst dem lokalen Vorfall Publizität durch diese Massenverbreitungsmittel zuteil. Umgekehrt ist auch in der Schweiz der Zeitpunkt nicht mehr fern, da nach Auflage- und Apparatezahl praktisch jeder Haushalt nicht nur wie jetzt schon täglich von Presse und Radio bedient wird, sondern auch von der Television, und mithin das Publikum jedes dieser drei Medien tendenziell mit der Gesamtgesellschaft zusammenfällt. Jedes neue Massenkommunikationsmittel, erst das Radio und dann die Television, hat sich zudem in den meisten Demokratien in immer kürzerer Zeit gesamtgesellschaftlich durchzusetzen vermocht. Dies legt den Gedanken nahe, die Dienste dieser Massenmedien entsprächen ihrer Art nach einem strukturellen Bedarf und seien zu seiner Deckung nur noch nicht umfassend genug, erfreuten sich aber jedenfalls ziemlich allgemeiner Bekanntheit und Wertschätzung.

Um so eigentümlicher muten angesichts dieses Sachverhalts die verbreiteten, zahllosen und oft völlig wirklichkeitsfremden Legenden über die Massenmedien und deren gesellschaftliche Eingriffe seit ihrer Entstehung und ihre ebenso dauernde Umstrittenheit an. An der Ubiquität und am intensiven Konsum ihrer Mitteilungen gemessen, sind die gängigen Kenntnisse bezüglich der Massenmedien auffällig gering und die ihnen geltende Kritik auffällig widersprüchlich. Ihrer Anerkennung durch den Gesetzgeber, zum Beispiel in Artikel 55 der Schweizerischen Bundesverfassung, stehen etwa die Bedenken gegenüber, die den Aufbau eines schweizerischen Fernsehwesens verzögerten, dem Ruf nach vermehrten Televisionsauftritten der Bundesräte die Angst vor einer sogenannten «Telekratie». Bildungserfolge, zumal auch bei Minderjährigen, werden den Massenmedien ganz erhebliche zugetraut, und doch fehlt auch kaum je bei einem Fall von Jugenddelinquenz der anklagende Hinweis auf die Massenmedien, die weitgehend, ja fast ausschließlich diese frühe Kriminalität verschuldet haben sollen. Die Undurchschaubarkeit der Verhältnisse vermögen also die Massenkommunikationsmittel auftragsgemäß vielleicht einigermaßen zu mildern, aber scheinbar nur um den Preis ihrer eigenen Undurchschaubarkeit. All-

überall und erst noch spektakulär greifen sie darstellend und erläuternd in den gesellschaftlichen Prozeß ein und bleiben dabei selbst doch weitgehend unbekannt, von fragwürdigem Ruf, *ein gesamtgesellschaftliches Gerücht.* Dies ist das Paradoxon, welches die paar nun folgenden sozialwissenschaftlichen Erwägungen etwas zu erhellen trachten.

Die Eingriffe der Massenmedien in die Industriegesellschaft

Die geringe Bekanntheit des Allgegenwärtigen und die Umstrittenheit dessen, wovon jedermann sich abhängig fühlt, teilen die Massenmedien allerdings mit vielen weiteren Institutionen, vor allem Großorganisationen der Industriegesellschaft. Insofern ist das landläufige Gerücht über die Massenverbreitungsmittel eine weitere Bestätigung des unter anderen von Helmut Schelsky diagnostizierten Schwundes des Realitätsbewußtseins in der industriellen Gesellschaft[1]. Daß anderseits die Leistungen der Massenmedien gesamthaft so unterschiedlich bewertet werden, spiegelt unter anderem wiederum jene verbreitete Verunsicherung des Werturteils, die im Erlebnis des Widerspruchs zwischen den populären demokratischen Autonomiepostulaten und der wachsenden realen Fremdbestimmung des einzelnen und der Gruppen infolge immer dichterer gesamtgesellschaftlicher Interdependenz ihre sozialpsychologische Hauptursache hat.

Zu einem Teil gründet also das Gerücht über die Massenmedien schon in der generellen sozio-kulturellen Konstellation. Es liegt aber auch an der Eigenart der Institutionen der Massenkommunikation beziehungsweise ihrer gesellschaftlichen Eingriffe selbst, daß ein allgemeines Verständnis oder gar Einverständnis über sie sich nicht einstellt. Nicht nur sind nämlich die Massenmedien in der Industriegesellschaft allgegenwärtig, sondern ihr Leistungsbereich: Kommunikation ist zudem total. Gesellschaft ohne Kommunikation, ohne die Vorgänge der zwischenmenschlichen Bedeutungsvermittlung also, ist ja undenkbar, weshalb Alphons Silbermann sie prägnant den «Modus operandi des sozialen Lebens»[2] genannt hat. Die große, komplexe und dynamische Industriegesellschaft zumal kann nur dank ständigen, weitreichenden, raschen, genauen und massenhaft identischen Kommunikationen bestehen. Alle und jeder in allen erdenklichen Situationen sind also kommunikationsbezogen und insbesondere in der modernen Gesellschaft auch direkt oder indirekt an Massenkommunikationen angeschlossen[3]. Zwangsläufig entwickelt sich in ihr beispielsweise selbst die private politische Diskussion kaum auf Grund und gemäß den Tatsachen selbst, sondern auf der Linie der von den Massenmedien mitgeteilten Stereotype.

Diese Massenkommunikation verwirklichen die Medien bekanntlich im Aktionsmodus des massenhaften Veröffentlichens. Als der eigentlichste

Bereich ihrer Wirksamkeit wird denn auch gewöhnlich die sogenannte *Öffentlichkeit* bezeichnet. Freilich muß dabei gleich präzisiert werden, daß damit natürlich nicht bloß die politische Öffentlichkeit gemeint sein darf, da ja die Massenmedien, ihre demokratische Institutionalisierung vorausgesetzt, nicht nur diese, sondern sozusagen alle irgendwie allgemein relevanten Daseinsbereiche kommunikativ mitgestalten. Die Stätte ihrer gesellschaftlichen Eingriffe wäre mithin nicht bloß die als politische gegen den Raum des Privaten abgegrenzte Öffentlichkeit, sondern etwas viel Umfassenderes und Elementareres, nämlich die gesellschaftliche Öffentlichkeit schlechthin.

Darunter ist, aufs letzte vereinfacht, das für eine Gesellschaft typische Insgesamt von einigermaßen allgemein interessierenden Kommunikationsgehalten zu verstehen. Als kollektive Wissens-, Vorstellungs-, Meinungs- und Wertungssumme über die allgemeinrelevanten Personen-, Sach- und Tatbestandsbereiche ist sie einesteils Ausdruck von Gesamt- und Teilgesellschaften, deren typische Bedeutungswelt sozusagen, auf die hin umgekehrt deren Mitglieder, einzelne und Gruppen, andauernd sich selbst bestimmen. Für die industriegesellschaftliche Öffentlichkeit im besondern ist nun charakteristisch, daß sie sich gegenüber den Tatsachen, die sie symbolisiert, weitgehend verselbständigt hat. Das gewöhnliche Individuum kann daher ihre Gehalte nur noch sehr beschränkt durch seine persönliche Erfahrung kontrollieren. Die Massenmedien wiederum, deren Mitteilungen in überragendem Ausmaß diese industriegesellschaftliche Öffentlichkeit konstituieren, «vermitteln» nun nicht etwa nur — wie ihr Name nahelegt — dasjenige, was im realen gesellschaftlichen Prozeß von allgemeinem Interesse ist, sondern besorgen in ganz entscheidendem Ausmaß die von Martin Heidegger vor langer Zeit so genannte «öffentliche Auslegung des Seins» überhaupt. Sie verfügen mit andern Worten über ein sehr umfassendes Definitions-, Aktualisierungs- und Anweisungsprivileg bezüglich all dessen, was das Bewußtsein der Gesellschaftsmitglieder als wichtig erreichen und Objekt von deren Gestaltungswillen werden soll. Dabei erzielen nach den Erkenntnissen der Wirkungsforschung[4], zumindest unter den Bedingungen der demokratischen Konkurrenz, die direkten Medienanweisungen nur einen recht begrenzten, nämlich mehrheitlich bestätigenden Überredungseffekt. Um so unabsehbarer sind dagegen die Folgen der anderen Medienvorrechte, kraft deren sie, von den Mitgliedern der Industriegesellschaft kaum mehr kontrollierbar, aber für deren Verhalten weitgehend verbindlich, Umfang und Beschaffenheit der gesellschaftlich relevanten Realität umschreiben und dringlich machen dürfen.

Damit eignet den Massenmedien offenbar ein Vermögen, das den in ihnen Tätigen beziehungsweise den sie Kontrollierenden eine große, wenn auch im einzelnen schwer bestimmbare Macht, ein gesellschaftliches Gestal-

tungsprivileg also, verleiht. Das erwähnte allgemeine Gefühl der Abhängigkeit von ihnen besteht mithin zu Recht, und die um sie wuchernden populären Legenden und die ihnen geltenden Wertungsextreme erscheinen, zumal in einem Zeitalter demokratischer Machtverschleierung, als Ausdruck verbreiteter Unsicherheit einigermaßen verständlich. Warum aber diese Legenden und Wertungsextreme gerade von der anfangs kurz skizzierten Art sind, ist damit allerdings noch kaum beantwortet und erhellt erst aus dem Verständnis der demokratischen Medieninstitutionalisierung und der damit für ihre Kritiker geschaffenen spezifischen Konstellation.

Die demokratische Institutionalisierung der Massenmedien

Die Massenmedien sind zwar mächtig, weil ihre gesellschaftlichen Eingriffe ubiquitär, total und schwer kontrollierbar sind, aber umgekehrt sind sie in mannigfacher Weise von der Gesellschaft, die sie mitgestalten, selbst auch abhängig. Schließlich werden ja diese zum Teil sehr kostspieligen technischen Apparate, welche an sich den allerverschiedensten gesellschaftlichen Einsatz gestatten, jeweils auf bestimmte Art von den Gesellschaften institutionalisiert und damit fast stets auch zur Erfüllung gewisser spezifischer gesamtgesellschaftlicher Bedürfnisse verpflichtet. Für ihr tatsächliches Wirken entscheidend ist dabei vor allem das Maß an Kontrolle, dem sie von der Gesamtgesellschaft beziehungsweise den in ihrem Namen herrschaftlich Handelnden unterworfen werden. Einer liberalen oder privaten Institutionalisierung, welche die Massenkommunikationsmittel innerhalb eines weiten Rahmens einfach gewähren läßt, stehen da die demokratisch kontrollierte, welche die Medienaktivität in vielem von der Billigung der Gesamtgesellschaft abhängig macht, und die autoritär oder totalitär kontrollierte gegenüber, welche die Massenmedien weitgehend oder völlig in den Dienst der herrschenden Gruppe zwingt. Das schweizerische Pressesystem rechnete demnach weitgehend zum ersten Typ, das schweizerische Radio- und Fernsehwesen zum zweiten und das gesamte sowjetische Massenmediensystem zum dritten.

Erfolgt nun diese Institutionalisierung innerhalb eines demokratischen Staatswesens, so zielt der entsprechende politische Auftrag an die Massenmedien regelmäßig auf deren Mithilfe an der Verwirklichung des demokratischen Kommunikationsideals. Dieses sieht, extrem vereinfacht, bekanntlich vor, daß jeder Bürger nicht nur Anweisungsempfänger, sondern auch Anreger im politischen Gestaltungsprozeß sei. Seine Meinung und sein Einzelwollen zu den Staatsbelangen haben im Rahmen des demokratischen Kommunikationsmodells als «öffentliche» entsprechend ihrer quantitativen Verteilung Anspruch auf Verwirklichung. Freilich funktioniert dieses

demokratische Kommunikationsmodell nur im vorgesehenen Sinn, wenn zahlreiche, gleichfalls ideale Kommunikationsvoraussetzungen erfüllt sind. Dazu rechnen vor allem das Vorhandensein einer alle allgemeinrelevanten Tatbestände als Politika herausstellenden demokratischen Öffentlichkeit, die allgemeine Zugänglichkeit der darum eben «öffentliche» genannten Diskussion, ein umfassend-objektives Informationsangebot über alles allgemein Bedeutsame zuhanden des Bürgers und dessen Willen und Kompetenz, irgendwie sachgemäße und am sogenannten Gemeinwohl orientierte politische Gestaltungsvorschläge als «öffentliche Meinung» zu artikulieren. Unter industriegesellschaftlichen Bedingungen treffen indes diese Voraussetzungen, die eben wie dieses ganze Kommunikationsideal überhaupt im Grunde auf vorindustrielle Zustände zielen, nur sehr beschränkt zu. Die hohe Idealität dieses demokratischen Kommunikationsmodells, zumal die seiner Zentralbegriffe Öffentlichkeit und öffentliche Meinung, wird da ihrer begrenzten tatsächlichen Realisierbarkeit wegen fast unvermeidlich zum Nährboden für die allervielfältigsten Ideologien. Mit andern Worten: Partikulärinteressen jedweder Schattierung können sich bei der Verfolgung ihrer egoistischen kommunikationspolitischen Ziele in verwirrender Art ständig darauf berufen, die im demokratischen Kommunikationsmodell angestrebten Allgemeinwerte erfüllen zu helfen. Die Konstellation, unter der an den Massenmedien Kritik geübt wird, ist also auch in den Demokratien maßgeblich eine ideologische.

Für die demokratische Institutionalisierung der Massenmedien, liberale oder kontrollierte, wegleitend ist nun ferner der Gedanke, diese müßten «unabhängig» sein. Dies bedeutet im liberalen Institutionalisierungsfall weitgehende Sicherung gegen staatliche Eingriffe, kann aber umgekehrt eine nicht minder drückende Abhängigkeit vom Marktsystem, von politischen Parteien oder andern Gesellschaftsmächten zur Folge haben. Die demokratische Kontrolle der Massenkommunikationsmittel wiederum, meist durch gesamtgesellschaftlich abgeordnete Überwachungsgremien verwirklicht, soll die Massenmedien vor der Monopolisierung durch irgendwelche Einzelmächte der Gesellschaft schützen, da sie als Träger eines der Gesamtgesellschaft verantwortlichen öffentlichen Dienstes interpretiert werden. Tatsächlich vermag dieses zweite System die Massenverbreitungsmittel vom dauernden Anschluß an den Staat oder bestimmte starke Partikulärmächte, seien es wirtschaftliche oder politische, weitgehend zu bewahren: dies heißt allerdings noch nicht, daß nicht trotzdem ständig und von allen Seiten erheblicher Druck auf sie ausgeübt werde. Das demokratische Kommunikationsideal eines unabhängigen Mediensystems unter Institutionen, die sonst alle einer bestimmten Machtposition verpflichtet sind, ist eben nur schwer zu verwirklichen und dementsprechend auch ein Hauptpunkt der kritischen Auseinandersetzung um die Massenkommunikationsmittel.

Auch die konkreten Aufgaben, welche den Massenmedien von der demokratischen Rechtsordnung beziehungsweise der gängigen demokratischen Theorie angesonnen werden, sind recht widersprüchlich und schwer zu verwirklichen. Nach dem Zeugnis von Jacques Bourquin[5] etwa, das sich zwar nur auf die Presse bezieht, aber im wesentlichen wohl auch die demokratischen Kommunikationserwartungen bezüglich Radio und Fernsehen umschreibt, sind nämlich die Massenmedien in der Demokratie gehalten und imstande, zugleich: erstens ihr Publikum objektiv und umfassend zu informieren, zweitens die sogenannte öffentliche Meinung repräsentativ auszudrücken und drittens artikulierend, kritisierend und kanalisierend die politische Willensbildung zu befördern beziehungsweise zu ermöglichen. In dieser Funktionstrias werden nun aber offenbar Leistungen harmonisierend zusammengeschaut, die natürlich günstigenfalls nur ein ganzes Presse- oder das gesamte Mediensystem einer demokratischen Gesellschaft erfüllen, kaum je dagegen eine einzelne Institution der Massenkommunikation. Gerade dies sehen indes viele Kritiker der Massenmedien nicht ein, wenn sie jeweils einer einzelnen Zeitung oder einer bestimmten Radiostation die nur teilweise Erfüllung dieses ganzen Aufgabenbereichs vorwerfen. Umgekehrt machen allerdings auch viele Institutionen der Massenkommunikation geltend, sie erfüllten tatsächlich diese Funktionstrias. Auch die widersprüchliche und meist allzu optimistische Umschreibung der demokratischen Funktionen der Massenmedien bildet daher einen Kristallisationspunkt der ihnen geltenden kritischen Diskussion.

Die publizierte Außenseiterkritik an den Massenmedien und die publizistische Selbstkritik

Das Verhältnis der Massenkommunikationsmittel zu ihren Kritikern ist also einesteils durch die Ubiquität, die Totalität und die geringe Kontrollierbarkeit der Medieneingriffe in die Industriegesellschaft bedingt und anderseits durch die hohe Idealität des sie institutionalisierenden demokratischen Kommunikationsmodells, welche eine entsprechend verwirrende Fülle von Ideologien zeitigt. Beides belastet an sich schon die ihnen geltende kritische Diskussion, indem dadurch mit einer gewissen Notwendigkeit deren Sachgerechtigkeit vermindert wird. Umgekehrt ist der beschriebenen gesamtgesellschaftlichen Wichtigkeit ihrer Aktivität wegen eine dauernde Kritik an den Massenmedien unter anderem zur Verwirklichung einer demokratischen Kooperation unerläßlich und findet in den allerverschiedensten Formen auch ständig statt.

Für die ganze Konstellation entscheidend ist nun aber des weitern, daß die industriegesellschaftliche Kritik an den Massenmedien, soweit sie öffent-

lich ist, zum größten Teil der Mithilfe dieser selben Massenmedien bedarf. Kritik, die *von außen* an den Massenmedien geübt wird, muß sich mithin um deren Verbreitungshilfe bemühen, will sie die Allgemeinheit erreichen und eventuell auf diesem Wege mögliche Mißstände im Massenkommunikationswesen beseitigen. Freilich wird damit den Massenmedien und den in ihnen tätigen Fachleuten, künftig Publizisten genannt, zum vornherein und selbst von ihren schärfsten Kritikern immer von neuem ihre institutionelle und gruppenhafte Unentbehrlichkeit bescheinigt. Helmut Schelsky hat diesen ganzen Zusammenhang in die Worte gefaßt: «Indem sich alle sozialen Positionen durch Publizität äußern, behaupten und verteidigen, wird die Publizistik ungewollt immer zugleich bestätigt. Während soziale Kräfte, wie etwa die Parteien, in anderen Institutionen, wie etwa den Kirchen oder Gewerkschaften, Nebenbuhler der sozialen Macht haben, gibt es in der modernen Gesellschaft keine organisierte Macht, die die Publizistik als ganze und als solche ‹in ihre Grenzen› weisen könnte[6].»

Die vielberedete Macht dieser verhältnismäßig kleinen Zahl von Spezialisten, die eben eine gesamtgesellschaftlich lebensnotwendige Funktion versehen und denen überdies noch vom demokratischen Kommunikationsmodell im beschriebenen Sinn Unabhängigkeit zugestanden wird, erweist sich also vor allem auch an ihrem Verhältnis zu ihren Kritikern. Was als öffentlicher Gehalt allgemeine Aufmerksamkeit erregen soll, darüber befinden weitgehend die Publizisten, und dieses ihr Pförtneramt gestattet ihnen auch noch die Zensur ihrer Zensoren. Dennoch fehlt es in ihren Mitteilungen, wenigstens in der Schweiz, durchaus nicht an Medienkritik, weder an konkreten noch vermeintlich grundsätzlichen Beanstandungen, und auch die einzelnen Publizisten und Institutionen der Massenkommunikation sogut wie ihre Gesamtheit sind wie angedeutet selbst öffentlich keineswegs unumstritten. Dabei sind es nicht einmal bloß Außenseiter, welche diese Kritik formulieren, sondern zum Großteil sogar die Publizisten selbst. Zumindest die Beurteilungskriterien, die für das eingangs erwähnte, verbreitete Gerücht über die Massenmedien typisch sind, stammen also im wesentlichen von bestimmten einzelnen und Gruppen, welche die Zensur der Massenmedien passiert haben, beziehungsweise von den Publizisten selbst, strukturieren diese doch dank ihrem Definitionsprivileg für ihr Publikum die von diesem nicht mehr selbst einsehbare Realität weitgehend verbindlich. Warum nun aber diese von den Massenmedien selbst vermittelte Kritik an ihren Leistungen nicht auf Grund fruchtbarerer Kriterien erfolgt und warum es gerade die noch näher zu erläuternden sind, die gesamthaft dauernd das kritische Gespräch über die Massenkommunikationsmittel bestimmen, kann offenbar nur durch die Untersuchung der gesellschaftlichen Verortung der bedeutsamsten kritischen Positionen beantwortet werden. Auf dem Hintergrund der gesellschaftlichen Eingriffe der Massenmedien

und ihrer Institutionalisierung muß also die gesellschaftliche Konstellation der Kritiker erkannt und typisiert werden.

Unter diesen bilden, nach dem Vorherigen durchaus nicht mehr paradoxerweise, nach der Verbreitung ihrer Beiträge auch wieder die Publizisten selbst die wichtigste Gruppe. Natürlich ist sie sehr heterogen, zum Beispiel durch bedeutende politische Gegensätze gekennzeichnet, aber mit zunehmender Professionalisierung werden zweifellos Verhalten und Bewußtsein der Publizisten immer stärker durch die Berufsgruppe bestimmt. Dies hat unter anderem zur Folge, daß die *publizistische Selbstkritik* das Grundsätzliche des bestehenden Massenkommunikationswesens kaum je ernsthaft in Frage stellt und gleichzeitig, im Sinne eines wachsenden Gruppenbewußtseins, die publizistische Aktivität öffentlich immer ähnlicher beurteilt. Aus der Perspektive der handelnden Insider abgefaßt, denen das Seiende nur zu leicht mit dem Notwendigen identisch wird, stellt sich daher diese publizistische Selbstkritik mehrheitlich als Selbstrechtfertigung dar, wofür die früher beschriebenen Ideale des demokratischen Kommunikationsmodells die gern zitierten ideologischen Hilfsmittel abgeben. Die publizistische Selbstkritik, wie sie sich in den Medienmitteilungen niederschlägt, muß also stets auch als Berufsideologie verstanden und interpretiert werden, ohne daß dies den einzelnen Publizisten unbedingt bewußt wäre.

Diese Eigenart der publizistischen Selbstkritik schließt nun aber durchaus nicht aus, daß Publizisten an andern Publizisten als an Konkurrenten Kritik üben. Insbesondere neue Medien wie Radio und Television wurden und werden zum Beispiel in der schweizerischen Presse oft recht scharf zensiert. Solche Konkurrenzkritik gehört an sich allerdings zum gesamtgesellschaftlichen Auftrag an die Massenmedien, alle allgemeinrelevanten Gegebenheiten öffentlich auszuweisen. Freilich äußert sich in einer solchen Kritik eines etablierten Systems von Massenkommunikationsmitteln, das bis anhin die vorhandenen Kommunikationsbedürfnisse allein befriedigt hat, natürlich auch zu einem beträchtlichen Teil die Abneigung gegen zusätzliche Rivalen um die Publikumsgunst. Nach einiger Zeit geht indes gewöhnlich diese öffentlich ausgetragene Rivalität zwischen alten und neuen Medien auf das übliche Maß von Konkurrenzkritik zurück, da durch eine allmähliche weitere Spezifikation der alten und neuen Medienleistungen die gesellschaftlichen Bedürfnisse nach Massenkommunikation von neuem gewissermaßen arbeitsteilig gedeckt werden und somit wieder eine gewisse Kooperation zustande kommt.

Ungleich bedeutsamer ist die Frage, auf welche Art nun diese übliche gegenseitige Kritik innerhalb eines verfestigten demokratischen Mediensystems erfolgt. Für die demokratisch kontrollierten Institutionen der Massenkommunikation wie etwa das schweizerische Radio oder Fernsehen ist dabei die Situation natürlich eine ganz andere als für die liberal insti-

tutionalisierten. Die ersteren senden ja als mächtige Monopolbetriebe in ihrem je eigenen Leistungsbereich national konkurrenzlos und tendieren in ihrer Produktion gesamthaft ohnehin eher auf das gesamtgesellschaftlich Akzeptable, Unstrittige. Gezielte, dauernde Kritik an andern Medien drängt sich ihnen daher weder von ihrem gesellschaftlichen Auftrag her noch aus Gründen wirtschaftlicher Konkurrenz auf.

Den in fast allen Demokratien liberal oder privatwirtschaftlich institutionalisierten Zeitungen dagegen wird eine intensive gegenseitige Leistungskontrolle sowohl vom demokratischen Kommunikationsmodell wie von ihrer wirtschaftlichen Situation nahegelegt. Die Notwendigkeit ihrer Unabhängigkeit vom Staat wird ja, echt liberal, damit begründet, nur diese gestatte ihnen die ungehinderte Wahrung der Interessen der Gesellschaft, zumal ihre gegenseitige Konkurrenz die Fehlleistungen einzelner fortlaufend aufdecke und korrigiere. Ihre wirtschaftliche Existenz sichern sie sich dabei in einem oft erbitterten Konkurrenzkampf bekanntlich durch die Auswertung des Doppelbedürfnisses nach Information und nach Publikationsmöglichkeiten: Einesteils verkaufen sie ihrem Publikum Mitteilungen, andernteils verkaufen sie dessen in der Auflagehöhe beglaubigte Ansprechbarkeit an Inserenten. Damit werden sie allerdings in sehr beträchtlichem Ausmaß an das Marktsystem angeschlossen. Umgekehrt sehen sich zumindest die integren Pressepublizisten ihrem offiziellen Standeskodex und dem offiziellen demokratischen Institutionalisierungssinn der Medien gemäß als Wahrer von Allgemeininteressen. Ständig werden ihnen also bei der Selektion und Artikulation von Mitteilungen Entscheidungen abverlangt, die sowohl marktorientiert als auch gesamtgesellschaftlich verantwortbar sein sollten.

Die kritischen Auslassungen über das publizistische Tun, eigene wie fremde, die sie in ihren Blättern erscheinen lassen, müssen also grundsätzlich als Ausdruck der Sorge zugleich um das demokratische Kommunikationsideal wie um die eigene Marktposition interpretiert werden. Die veröffentlichte Kritik an den Leistungen anderer Institutionen der Massenkommunikation unterschlägt diesen eigenen wirtschaftlichen Hintergrund allerdings regelmäßig: um so häufiger tarnt sie die ihr auch zugrunde liegenden Partikulärinteressen mit der Berufung auf jene Allgemeinwerte, welche das demokratische Kommunikationsmodell ihnen zu befördern aufträgt. Ein Gutteil der publizistischen Konkurrenzkritik ist mithin ideologisch im doppelten Sinn der intellektuellen Manipulation wie der Sachfremdheit. Daneben kann auch nicht übersehen werden, daß diese publizistische Konkurrenzkritik infolge des wachsenden gemeinsamen Gruppenbewußtseins gesamthaft immer zahmer wird, das heißt wohl technische Fehlleistungen der politischen oder wirtschaftlichen Gegner beflissen anprangert, im übrigen aber, gemessen an der Breite des Einverständnisses, auf das Periphere beschränkt bleibt.

Diesen Gesamtsachverhalt spiegeln im übrigen auch die einzelnen Selbstrechtfertigungsakte, mit welcher die Publizisten die von außen formulierte Kritik abwehren. Die gruppenhafte Emanzipation der Publizisten in der Demokratie äußert sich nämlich einesteils im immer selbstverständlicher vertretenen Postulat, ihr Recht, Kritik zu üben, erstrecke sich, von ganz wenigen Schonbezirken abgesehen, auf sozusagen alles, andernteils aber auch in einer immer ausgeprägteren eigenen Empfindlichkeit gegen jede Kritik von Nichtpublizisten an ihrem Tun[7]. Rasch, allzu rasch wird da gewöhnlich von den Publizisten die Bedrohung der Pressefreiheit beschworen oder zumindest, mit dem je nachdem berechtigten oder ideologischen Rückgriff auf die demokratischen Kommunikationsideale, ein «öffentliches Interesse» für die umstrittene Publikation dargetan. Beanstandungen auf der Grundlage der beschriebenen demokratischen Funktionstrias wiederum, etwa die Verletzung des Objektivitätsprinzips, werden regelmäßig mit dem Hinweis auf die Erfüllung der andern Funktionen, zum Beispiel die der politischen Willensbildung, pariert. Das widersprüchlich-ideale demokratische Kommunikationsmodell stattet eben die Publizisten mit allen erdenklichen Rechtfertigungsideologien gegen die sie eventuell kritisierende Allgemeinheit aus, neutralisiert damit aber zugleich auch die gegenseitige Kritik der verschiedenen Institutionen der Massenkommunikation. Dabei behindern ihre Pförtnerstellung und ihr Vermögen, Prestige wie negative Geltung zu verleihen, den Versuch, sie öffentlich zur Rechenschaft zu ziehen, noch einmal beträchtlich, mit dem Resultat, daß schließlich die gängige, von den Massenmedien über sich selbst verbreitete Kritik begreiflicherweise immer überwiegender unverbindlich-zeremoniell verläuft und die tatsächlichen Eingriffe der Massenmedien in die Industriegesellschaft weitgehend im dunkeln beläßt. Die Unsicherheit des Publikums, das verwirrende Beispiele der verschiedensten Auffassungen von «objektiver Information» und «öffentlichem Interesse» alle Tage erlebt, aber weder über angemessene Beurteilungskriterien noch über wirksame Kontrollmöglichkeiten verfügt, nimmt infolge dieser Beschaffenheit der Außenseiter- und Selbstkritik der Publizisten in den Medienmitteilungen allerdings eher zu als ab und gibt dem erwähnten Gerücht über die Massenmedien immer neue Nahrung.

Die private Einzelkritik an den Massenkommunikationsmitteln und die Medienkritik der konkurrierenden Institutionen

Die häufigste Kritik an den Massenmedien, die *private Einzelkritik*, ist aus allen diesen Gründen von geringer Qualität und von beschränktem kommunikationspolitischem Einfluß. Sie erfolgt ja im wesentlichen bloß fallweise, schätzt oder mißbilligt einzelne Sendungen oder ganze Medien, ist im

allgemeinen dürftig und in weitgehender Unkenntnis der Tatsachen artikuliert, argumentiert gesamthaft zweifellos sehr stereotyp, zum Teil gemäß bestimmten Gruppenvorurteilen, zum Teil entsprechend den Kriterien der publizierten Medienkritik, und überschreitet eben den privaten Diskussionsraum kaum. Selbst wo diese private Einzelkritik, zum Beispiel in Form von Leser-, Hörer- oder Seherzuschriften, weitere Resonanz erstrebt, wird sie zu Recht zumindest von den Großinstitutionen der Massenkommunikation als wenig repräsentativ in ihrer Produktion immer weniger berücksichtigt, selbst wenn das eine oder andere dieser positiv oder negativ getönten Privaturteile veröffentlicht wird.

Dennoch kann die jeweilige Gesamtsumme dieser privaten Einzelkritik, zumal im Fall einer demokratischen Institutionalisierung der Massenmedien, nicht als mehr oder weniger irrelevant abgetan werden. Zwar erreichen diese unzähligen, unkoordinierten Meinungen und Wertungen, der wachsenden Distanz zwischen Massenkommunikatoren und Empfängern wegen, die Massenverbreitungsmittel immer seltener direkt, aber sie konstituieren maßgeblich das sozialpsychologische Gesamtklima, innerhalb dessen diese tätig werden und dem sie, zumindest in der Demokratie, auch irgendwie Rechnung tragen müssen. Stelle er sich nun auf bestimmte konkrete Bezugspersonen und -gruppen und deren Auffassungen über das Medienwesen ein oder suche er unter anderem mit Hilfe des legendären journalistischen «Riechers» der «allgemeinen Stimmung» oder «öffentlichen Meinung» über sein Tun inne zu werden, jedenfalls formuliert der Publizist in der Demokratie gewöhnlich seine Mitteilungen auch auf Grund von Annahmen, was das Publikum von ihm erwarte[8]. Auf diese Weise schlagen aber offenbar Teile des Gerüchts über die Massenmedien, zum Beispiel über deren fabelhafte Wirksamkeit, eben doch auf die Massenmedien selbst zurück und erhalten umgekehrt von diesen ständig neue Bestätigung.

Des weitern kann diese private Einzelkritik die Massenkommunikationsmittel auch auf dem Umweg über die Publikumsanalyse oder -erforschung erreichen, sozusagen als das von den Massenmedien veranstaltete Plebiszit der Konsumenten. Sowohl die Kostspieligkeit ihrer Produktion als auch die wirtschaftliche oder politische Notwendigkeit, Massenpublika zu gewinnen, verpflichten ja zumal die Großinstitutionen der Massenkommunikation dazu, der Zusammensetzung ihrer Konsumenten und deren Reaktionen auf ihr Mitteilungsangebot sorgfältig Rechnung zu tragen. Angesichts der immer größeren räumlichen und sozialen Distanz, die sie von ihren Empfängern trennt, können sie allerdings nur noch mit besondern Anstrengungen, meist mit Hilfe sozialwissenschaftlicher Techniken, in den Besitz dieser unentbehrlichen Kenntnisse über ihre eigene Kommunikationssituation kommen. Diese künstliche Rückkoppelung trägt indes natürlich nur das

von den Massenmedien selbst Erfragte und nicht die ursprüngliche Einzelkritik zu diesen zurück. Beschränkt sich zudem diese Publikumserforschung, wie zum Beispiel in der Schweiz, weitgehend auf Teilnehmerzahlen und einige soziale Merkmale, so liegt die Gefahr auf der Hand, daß solche Dokumentationen als «Erfolgsbilanzen» interpretiert werden und je nachdem die Produktion des Anspruchslosen, harmlos Unstrittigen oder Sensationellen begünstigen. Das Publikum erhielte dann zwar immerhin in gewissem Sinn Medienleistungen nach seinem Willen, indes, so fragt Theodor W. Adorno unter all diesen Umständen scheinbar undemokratisch, aber teilweise doch wohl zu Recht: «Kann das Publikum wollen[9]?»

Von ganz anderer Art und Wirksamkeit als die private Einzelkritik ist die Kollektivkritik, die auf die Massenmedien zielt. Fallweise oder dauernd, spontan oder organisiert, als Gesamtheit oder durch Sprechvertreter setzen sich in ihr die allerverschiedensten gesellschaftlichen Gruppen, Institutionen und Assoziationen mit den Leistungen von Presse, Film, Radio und Fernsehen wertend auseinander. Spontane Äußerungen kollektiven Unmuts gewisser Gruppen oder Regionen über bestimmte Sendungen und Artikel, zum Beispiel solche konfessioneller Thematik, sind dabei, sofern sie die Massenmedien bloß unter Zuschriftendruck setzen, von der privaten Einzelkritik im Grunde erst quantitativ verschieden. Organisiert sich dagegen solches Pro und Kontra und gewinnt möglicherweise auch noch die Verbreitungshilfe gruppennaher Massenmedien, so qualifiziert es sich eindeutig als allgemeinrelevanter gesellschaftlicher Gestaltungsversuch, als Politikum.

Die wichtigste Ausprägung von solcher Kollektivkritik an den Massenmedien ist dabei natürlich diejenige *konkurrierender Institutionen.* Darunter fallen zum Beispiel die Parteien, Kirchen, Gewerkschaften, Verbände, aber auch die staatliche Verwaltung, die alle auf einen gewissen gesellschaftlichen Ort und bestimmte gesellschaftliche Ziele einigermaßen festgelegt und an einer günstigen Öffentlichkeitspräsenz in den Medienmitteilungen lebhaft interessiert sind. Kritik an den Massenverbreitungsmitteln ist dementsprechend integrierender Teil ihres Kampfes um soziale Selbstbehauptung und -durchsetzung und wird von ihnen gesamthaft immer stärker organisiert und systematisiert. Die Medienkritik der konkurrierenden Institutionen ist also ihrem Wesen nach nicht etwa bloß bewertende oder eventuell meinungsbildende, sondern zielt im Grunde auf direkte Eingriffe in die Aktivität der als neutral oder unabhängig geltenden Medien, auf deren Kontrolle. Welches also auch ihr Selbstverständnis im einzelnen sei, jedenfalls ist auch diese von konkurrierenden Institutionen geübte Kritik an den Massenmedien zu einem erheblichen Teil ideologisch, als sie immer wieder die Institutionen der Massenkommunikation durch Berufung auf die allgemeinen Kommunikationsideale für ihre partikulären Belange, die bei weitem nicht immer allgemeines Interesse verdienen, einzuspannen sucht. Umge-

kehrt sind diese Institutionen selbst, gerade für ihr Selbst- und Weltverständnis, von den Medienmitteilungen auch immer abhängiger geworden.

Die Methoden, mit denen sie die Massenkommunikationsmittel zu kontrollieren suchen, sind dabei außerordentlich vielfältig und meistens für das Publikum, zuweilen aber auch für die Publizisten selbst, undurchsichtig. Was an kritischen oder werbenden Stellungnahmen solcher Gesellschaftsmächte in den Massenmedien veröffentlicht wird, weist nämlich bei weitem nicht immer seine Herkunft und Ziele unmißverständlich aus. Ein Merkmal der als «public relations» bekannten und immer verbreiteteren Technik, öffentliche Zustimmung für sein Tun zu erwerben, ist vielmehr allzuoft, Überredung als Information, Parteilichkeit als Objektivität auszugeben und beispielsweise Werbung als «Ereignisse» aufzuziehen und damit Öffentlichkeitspräsenz in den Massenmedien unter falschen Vorzeichen zu erlisten. Die Haupteingriffe solcher Institutionen in die Medienaktivität sind allerdings häufiger überhaupt nicht publizistischer Art; im Falle der demokratisch kontrollierten Institutionalisierung erfolgen sie zum Beispiel vor allem im Kampf um die Besetzung der jeweiligen Aufsichtsgremien und in deren Einflußnahme auf das Massenverbreitungsmittel, bei den liberal institutionalisierten wiederum etwa durch bedingt gewährte wirtschaftliche Unterstützung. Die Tendenz von immer mehr schweizerischen wie deutschen Zeitungen schließlich, ihre tatsächliche Verbindung, beispielsweise mit politischen Parteien, nicht mehr öffentlich zu bekennen, sondern Neutralität beziehungsweise Unabhängigkeit für sich und ihre Darlegungen zu beanspruchen, hilft da umgekehrt offenbar auch noch mit, solche Eingriffe zu verschleiern und befördert gleichzeitig fatal vertrauensselige oder wehrlos aggressive Spekulationen über die Massenmedien und ihr Tun im Publikum.

Die Kulturkritik und die wissenschaftliche Kritik an den Massenmedien

Als wichtigste Einzelpositionen in der Konstellation der Medienkritiker müssen endlich noch diejenige der Kulturkritiker und der Wissenschaft berücksichtigt und wenigstens kurz umrissen werden: erst dann ist das komplexe, ambivalente Verhältnis der demokratischen Industriegesellschaft zu ihren Massenverbreitungsmitteln, wie es sich im Gerücht über die Massenmedien spiegelt, in seinem Typischen einigermaßen beschrieben. Der Hauptgegensatz dieser beiden Positionen liegt dabei, von ihren kaum mehr vergleichbaren Aussagen abgesehen, in ihrer sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen Resonanz.

Die Kulturkritiker sind eine recht heterogene, aber sozusagen in jeder Industriegesellschaft sich äußernde Weltanschauungsgruppe vornehmlich

pädagogischer, theologischer oder geisteswissenschaftlicher Herkunft und argumentieren normalerweise als Outsider in doppelter Hinsicht. Brutal gesagt; von den Massenmedien wissen sie nichts und vom sozio-kulturellen System der Gegenwart wollen sie nichts wissen. Ihre Klagen über «Kulturzerfall», «Materialismus», «Verstädterung», «Technisierung», immer und immer wieder die «Vermassung» und eben die Massenmedien, die an all dem eine Hauptschuld tragen sollen, sind nun schon generationenalt, weil in ihnen offenbar gewisse Ressentiments, welche der industriegesellschaftliche Prozeß hervorbringt, ihre eingängigste Formulierung gefunden haben. Sie sind denn auch, wissenssoziologisch betrachtet, nicht viel mehr als Abwehrreflexe einer «Schicht von Gebildeten, die in der technischen Gesellschaft in Gefahr gerät, sozial funktionslos zu werden, oder die ihre Rolle im gesellschaftlichen Ganzen nicht mehr definieren kann»[10]. Dialektisch hoffnungslos in sein Objekt, die Kultur der Gegenwart nämlich, verstrickt, aber diesem Tatbestand gegenüber blind, unterstellt nach einem klugen Wort von Theodor W. Adorno der Kulturkritiker in seinem ganzen Räsonnement, «er hätte die Kultur, welche dieser abgeht»[11], und verfehlt damit, Wert- und Sachurteil ständig verwechselnd, zwangsläufig seinen Diskussionsgegenstand.

Ihre Auslassungen über die Massenmedien und deren Tun sind also bloß Laienkritik: um so bedenklicher ist ihr beträchtlicher publizistischer und letztlich auch sozialpsychologischer Erfolg. Ihre aus einer sehr speziellen Werthaltung heraus entwickelten und mehrheitlich sachfremden Beurteilungskriterien dominieren vor allem das Gespräch über die kulturellen und sozialpsychologischen Wirkungen der Massenmedien in bemühendem Ausmaß, und zwar — paradoxerweise? — bis zu einem gewissen Grad auch innerhalb der Massenkommunikationsmittel. Die von Adorno ironisierte dialektische Verstrickung der Kulturkritiker in das Objekt ihrer Ablehnung sogut wie die tatsächliche Unentbehrlichkeit der Massenmedien für die Industriegesellschaft erweisen sich allein schon durch diese ihre emsige Inanspruchnahme zum Zwecke ihrer Züchtigung. Umgekehrt versagt anscheinend das Praktikerwissen der Publizisten bei solchen Fragen nach der kulturellen und sozialpsychologischen Relevanz ihres Tuns, oder aber sie halten die öffentliche Auseinandersetzung mit den kulturkritischen Argumenten für eine notwendige oder zweckdienliche Konzession an den sozialpsychologischen Rahmen, innerhalb dessen sie tätig sind.

Dies hat allerdings die sehr nachteilige Folge, daß die Mehrheit der an der Massenkommunikation Beteiligten, Publizisten und Publikum, andauernd auf Grund sachfremder Kategorien über das Wesen und das gesellschaftliche Wirken der Massenmedien ins reine zu kommen sucht. Durch das entsprechend sterile und schon fast rituelle Hin und Her immer derselben Argumente, wobei zum Beispiel die Kulturkritiker regelmäßig die Schuld

am vermeintlichen Wert- und Kulturzerfall den Massenmedien zuschieben und diese wiederum das intellektuelle und geschmackliche Versagen des Publikums für alle eventuellen Mißstände verantwortlich machen, ist denn auch allmählich so etwas wie ein kollektiver Verblendungszusammenhang, eben das Gerücht über die Massenmedien, über die Wirklichkeit der Massenkommunikation gewoben worden.

Daß schließlich die *Wissenschaft* die vielen Unzulänglichkeiten all dieser vorwissenschaftlichen Positionen nicht mit mehr Erfolg korrigiert, gründet in ihrer eigenen Verfassung so sehr wie in derjenigen der Massenmedien und der Gesamtgesellschaft, die beide institutionalisiert. Aus dieser Fülle von Ursachen seien abschließend allerdings lediglich noch ein paar ganz elementare herausgegriffen.

Ein sozio-kulturelles Totalphänomen, wie die Massenkommunikation eines ist, kann nach dem heutigen Selbstverständnis der Wissenschaften keine Einzeldisziplin als Ganzes bewältigen. Die vornehmlich in den USA entwickelten sozialwissenschaftlichen Ansätze erfassen denn auch den Gegenstand Massenkommunikation vielleicht zentral, aber natürlich nur in Kategorien der daran hauptbeteiligten Soziologie und Sozialpsychologie, und diese Kategorien sind dem Laien nur sehr beschränkt zugänglich. Von fragwürdiger Übertragbarkeit, sind überdies diese Ergebnisse in Europa noch kaum rezipiert und schon gar nicht popularisiert. Entsprechende eigene Forschungen sind dagegen, zum Beispiel in der Bundesrepublik oder in der Schweiz, im gleichen Sinn esoterisch und überhaupt noch sehr spärlich, unter anderem weil die Massenmedien als unhandlicher Bereich von fragwürdiger Dignität regelmäßig und begreiflicherweise zwischen die Grenzen der bestehenden Disziplinen fallen. Die Kommunikationsproblematik der industriellen Gesellschaft, welcher unter anderem die Massenmedien begegnen sollen, beeinträchtigt eben auch die Beziehungen der Wissenschaften untereinander und zur Gesamtgesellschaft.

Aber auch unter den hier stark berücksichtigten Macht-, Wert- und Ideologieaspekten wird die geringe gesamtgesellschaftliche Aufklärungswirkung der wissenschaftlichen Bemühungen um die Massenmedien bald verständlich. Weil die amerikanischen, aber auch die europäischen sozialwissenschaftlichen Untersuchungen zur Massenkommunikation vornehmlich im Auftrag der Massenmedien selbst erfolgt sind und noch erfolgen, sind in ihnen auch nur wenige kritische Fragestellungen gepflegt worden. Um so unbedenklicher haben die Kulturkritiker diese Lücke ausgefüllt. Die Zeitungswissenschaft wiederum und ihre Nachfolgerin, die Wissenschaft von der Publizistik, sind lange, soweit sie überhaupt als Wissenschaften und nicht zum Beispiel als Rechtfertigungslehren des Status quo der Massenmedien in Erscheinung traten, vor allem historisch und auf die Gegenwart höchstens spekulativ ausgerichtet gewesen. Immerhin könnten

auch noch so alle diese wissenschaftlichen Ansätze eine gewisse kritische Erhellung der Medienrealität zeitigen, wenn sie nicht nur in der relativen Abgeschiedenheit wissenschaftlicher Zeitschriften, sondern auch in der Tagespresse, im Radio und im Fernsehen erscheinen dürften. Die Massenmedien als Pförtner scheinen aber gesamthaft nur einen geringen Wert auf eine solche unabhängige, sachliche Durchdringung und Darstellung ihres Tuns zu legen[12], unter anderem mit dem Hinweis, diese sei «bloße Theorie». Damit bringen allerdings die Publizisten ihr Publikum, aber auch sich selbst vollends um die Möglichkeit, sich über ihre Praxis kritische Rechenschaft zu geben und liefern deren Beurteilung um so unvermeidlicher dem Gerücht aus.

[1] Helmut Schelsky: Auf der Suche nach Wirklichkeit. Düsseldorf-Köln 1965, allenthalben. [2] Alphons Silbermann: Die soziologischen Untersuchungsfelder der Massenkommunikation. In: Film und Fernsehen im Spiegel der Wissenschaft. Hrsg. von Erich Feldmann und Ernst Meier, Gütersloh 1963, S. 44. [3] Vgl. z. B. William F. Ogburn und Meyer F. Nimkoff: Handbook of Sociology. 5. Aufl., London 1964, S. 571f. [4] Joseph T. Klapper: The Effects of Mass Communication. Glencoe, Ill., 1960, allenthalben. [5] Jacques Bourquin: La liberté de la presse. Lausanne 1950, S. 169/70. [6] Helmut Schelsky: Gedanken zur Rolle der Publizistik in der modernen Gesellschaft. In: Universitas, 18. Jg. (1963), Heft 11, S. 1174. [7] Vgl. z. B. Wilbur Schramm: Responsibility in Mass Communication. New York 1957, S. 215/6. [8] Lewis A. Dexter und David M. White (Hrsg.): People, Society, and Mass Communications. London 1964, Part III. [9] Theodor W. Adorno: Kann das Publikum wollen? In: Vierzehn Mutmaßungen über das Fernsehen. München 1963 (dtv. 190), S. 55f. [10] Arnold Gehlen: Studien zur Anthropologie und Soziologie. Neuwied a. R. und Berlin 1963, S. 330. [11] Theodor W. Adorno: Kulturkritik und Gesellschaft. In: Prismen. Berlin und Frankfurt a. M. 1955, S. 7. [12] Vgl. z. B. Wilmont Haacke: Wege und Umwege zur Kommunikationsforschung. In: Publizistik. Jg. 9 (1964), Heft 3, S. 196f., und Günter Kieslich: Die Wissenschaft von der Publizistik. In: Film und Fernsehen im Spiegel der Wissenschaft. a. a. O., S. 19f.