

„Noch universalistischer als der realistische Roman, die Statistik und die empirische Gesellschaftsbeschreibung verbreitete sich im 19. Jahrhundert die Presse“ (Osterhammel 2009, S. 63). Seinerzeit wird der Begriff *bürgerliche Gesellschaft* als „Bourgeoisgesellschaft“ verstanden, dem das „Proletariat“ gegenübergestellt wird, mit klassenpolitischen Akzenten (Riedel 1979, S. 771). Setzte Aristoteles *Staat* und *bürgerliche Gesellschaft* in eins: *Koinonia politike* (Luhmann 1971, S. 7), dann entwirft Hegel (1986, §§ 22, 23) eine *Staatsgesellschaftstheorie* mit der Familie als „natürliche Gesellschaft“ und dem Staat als „Gesellschaft von Menschen unter rechtlichen Verhältnissen“. Für Hegel ist der Mensch durch Bedürfnisse und Arbeit mit anderen verbunden. „Der Mensch gilt so, weil er Mensch ist, nicht weil er Jude, Katholik, Protestant, Deutscher, Italiener usf. ist“ (Hegel 1995, § 209).

Im letzten Viertel des 18. Jahrhunderts entstehen die ersten *Verfassungen* als allgemeine Formen der Politikregelung, gerichtet gegen die angestammte monarchische Staatsgewalt (Grimm 1988). Wird der Bürger als *bourgeois* verstanden, dann erhält das Adjektiv *bürgerlich* einen vorwiegend „sozialen Verwendungssinn“ (Riedel 1979, S. 779). Es ist die Aufgabe der Verfassung, staatliche Eingriffe in bürgerliche Lebensbereiche zu begrenzen und dafür strikte Regeln und Regelungen zu entwerfen. Ständische Relikte wie „das Duell zur Wahrung der Ehre“ oder „die standesgemäße Heirat“ bleiben länger erhalten. Das Privileg der Abstammung als gesellschaftliches Unterscheidungsmerkmal wird zunehmend abgelöst vom Prinzip der beruflichen Leistung. Noch versucht der Adel Vorrechte und Lebensformen zu behaupten, da nehmen monetäre Vermögen aus industriellen Produktionen ihren Platz ein, um gesellschaftliche Stellungen und Sozialprestige neu zu bestimmen. Drei *Funktionseliten* formieren sich: (1) Akademisch gebildete Beamte und Offiziere, (2) ein innovationsfreudiges, industriell-kaufmännisches Unternehmertum, und (3) Freie Berufe: Ärzte, Apotheker, Architekten, Ingenieure, Anwälte und Notare, die durch Ausbildung, Examen und Zulassung zur Berufs-

ausübung privilegiert und staatlich kontrolliert werden. Von Freien Berufen wird professionelle Selbstverpflichtung [self-commitment] erwartet. Es bildet sich eine *Mittelschicht* aus selbständigen Handwerkern, Kaufleuten, Volksschullehrern, Werkmeistern, „kleinen und mittleren Beamten“ von Post, Eisenbahn, Polizei und öffentlicher Verwaltung. Die *Unterschicht* bildet das Proletariat mit einem Leben, das vorwiegend vom Lohn ungelernter Fabrikarbeit abhängt. Gegensätze zwischen Stadt- und Landleben behindern soziale Wechselbeziehungen. Besonders lösungsbedürftig wird die *soziale Frage*, die Missstände und Verelendung des städtischen Proletariats beleuchtet. Probleme der Arbeitsteilung, der Hörigkeit, Differenzen zwischen Arbeit und Kapital, zwischen Arbeit und Freizeit werden für sozialwissenschaftliche Analysen bedeutsam.

Über die Jahrhunderte wurde ein ziemlich gleiches Weltbild mündlich tradiert. Das Volk hatte keine Geschichte im Sinn einer schriftlich fixierten, systematischen Beschreibung der Taten, Erfolge und Niederlagen seiner Vorfahren. Ihre Geschichte als orale Überlieferung in Form von Anekdoten und Einzelerlebnissen war auf die Alltagswelt bezogen, auf Sitten und Gebräuche, eventuell auf ein Kulturerbe illustrierter, kommentierter und wiederholt gelesener Texte (Filipović 2007), namentlich die Hausbibel. Für die Alphabetisierung [literacy] der Bevölkerung ist das Verbot der Kinderarbeit (in Preußen ab 1839) wichtig geworden. Schulsteuer und Wehrdienst wurden bürgerliche Grundpflichten. Der Gebrauch des Lesens blieb dem Einzelnen überlassen, auch die Erkenntnis eines *Selbst* bzw. die Entwicklung eines *Selbstbewusstseins*, gegen Widerstände aus der sozialen Mitwelt. Die *Lese(r)-Revolution in Deutschland* ging von der bürgerlichen Aufklärung und der Gefühlskultur der oberen Bildungsschichten aus. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts soll zwischen Lesern und Nichtlesern ein Verhältnis von 1:3 bestanden haben. Zwischen 1821 und 1843 verdreifachte sich die Buchproduktion (Nipperdey 1993, S. 588), und bei der Reichsgründung von 1871 hatte sich das Leser/Nichtleser-Verhältnis in 3:1 umgekehrt. Klagen über „Lesesucht“ und „Lesewut“ richteten sich auf finanziell leicht zugängliche Lesestoffe zur Befriedigung von Unterhaltungsinteressen (Schenda 1976, 1977). Alle sollten Lesen, Schreiben und Rechnen können, alle sollten die Religion und die vaterländische Geschichte kennen. Besorgnis erregten in konservativen Kreisen Bestrebungen der Arbeiterbildung. Der Kampf für eine gerechtere Gesellschaft stand unter der Sentenz *Wissen ist Macht – Macht ist Wissen* (Liebknecht 1890). Die neuen *Communicationsmittel* Eisenbahn und Telegraph wurden Mitgestalter der Publizistik (Knies 1853, 1857). Hinzu kamen in geringer werdenden Abständen Telephon, Grammophon, Rotationspresse, Schreibmaschine, Setzmaschine, elektrisches Licht, Automobil, Flugzeug, Film, Radio, Rechenmaschine und Vorformen des Computers (Corn 1986). Sie alle galten als Garanten des Fortschritts.

Die emergierende sozialwissenschaftliche Theoriebildung verweist auf begriffliche Spannungen und Vermittlungen zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Noch war keine eigenständige Publizistikwissenschaft in Sicht, als das *täglich Neue* der eigenen Zeit und der eigenen Gesellschaft in der Presse besondere Beachtung findet (Stöber 2005, S. 164). Eine *technologisch-medialisierte öffentliche Kommunikation* verändert seither das sinnmachende Informationsvermögen in den publizistischen Ausprägungen Journalismus, Werbung, Propaganda, Public Relations und anderen (Rühl 2000a, b). Die *Kritik*, im 18. Jahrhundert zentrale Kategorie der Vernunftkontrolle, gewinnt im 19. Jahrhundert neue Bedeutung in Schule und Presse. Ein vielfältiges Rasonieren in der Tagespresse wird zur Regel.

Bis zur Reichsgründung streiten unterschiedliche politische Kräfte mit- und gegeneinander. Die nach 1849 verbotenen politischen Parteien hatten sich als Strömungen neu formiert, und die Zeitungen thematisierten politische, wirtschaftliche, soziale, technische und religiöse Auf- und Umbrüche mit politisch-ideologischen Linien (Koszyk 1966). Die massenhaft verbreitete *Generalanzeiger-Presse* wird satz-, druck- und vertriebstechnisch möglich und finanzierbar – vorwiegend durch Anzeigenteile, die verlagseigene Geschäftsinteressen fördern. Das Zeitschriftenwesen dokumentiert ein breites Orientierungsspektrum. Da gibt es bürgerlich-politische und kulturelle Zeitschriften (*Der Grenzboten*, *Preußische Jahrbücher*, *Westermarms Monatshefte*, *Cottas Morgenblatt für gebildete Stände*), satirische Zeitschriften (*Fliegende Blätter*, *Kladderadatsch*), Zeitschriften für das liberale Kleinbürgertum der Turner, Schützen und Chorsänger, und illustriert unterhaltende Familienzeitschriften (*Gartenlaube*, *Über Land und Meer*, *Daheim*). Die zunehmende gesellschaftliche Differenzierung durch Industrialisierung, Verstädterung, Technologisierung und Demokratisierung machte die Presse zur publizistischen Institution einer sich neu formierenden bürgerlichen Gesellschaft. Otto von Bismarck, der erste Reichskanzler, lässt die Bereitschaft zu einer manipulativen Pressepolitik erkennen (Koszyk 1966, S. 229 ff.), auch die auf kommunaler Ebene entstehenden „Preßbüros“ persuadieren und manipulieren.

Viele praktische Presseprobleme laufen dem Generalthema: *Freiheit von staatlichen und kirchlichen Zwängen* diametral entgegen. Der Kampf um die *Pressefreiheit* verleiht dem allgemeinen Freiheitsstreben entscheidende Impulse. Pressefreiheit als Gnadenerweis eines „guten Königs“ lehnt Ernst Moritz Arndt (1818, S. 89) vehement ab: „Da klingt es immer Gnade, Gnade und alles aus Gnaden und nichts aus einem Rechte.“ Der Aufstand der amerikanischen Kolonien gegen Großbritannien, die Unabhängigkeitserklärung von 1776, die Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika von 1787 hatte im *Ersten Zusatzartikel [First Amendment]* zur Verfassung von 1791 die Verankerung von Redefreiheit, Freiheit der Religionsausübung, Pressefreiheit, Versammlungs- und Petitionsfreiheit als *Sozial- und Individualrechte* zur Folge:

Der Kongress darf kein Gesetz erlassen, das die Einführung einer Staatsreligion zum Gegenstand hat, die freie Religionsausübung verbietet, oder die Redefreiheit, oder die Pressefreiheit, oder das Recht des Volkes einschränkt, sich friedlich zu versammeln und die Regierung durch Petition zu ersuchen, Missstände abzustellen.

Im Deutschen formulierte der Dichter, Schriftsteller und Übersetzer Christoph Martin Wieland (1785) die *Pressefreiheit* als *fundamentales Menschenrecht*:

Freiheit der Presse ist Angelegenheit und Interesse des ganzen Menschengeschlechtes. Dieser Freiheit hauptsächlich haben wir den gegenwärtigen Grad von Erleuchtung, Kultur und Verfeinerung, dessen unser Europa sich rühmen kann, zu verdanken. Man raube uns diese Freiheit, so wird das Licht, dessen wir uns jetzt erfreuen, bald wieder verschwinden; Unwissenheit wird bald wieder in Dummheit ausarten, und Dummheit wird uns wieder dem Aberglauben und dem tyrannischen Despotismus preisgeben.

Heute setzt der Begriff *Pressefreiheit* Verständnisse differenzierter Sozialordnungen mit einer entsprechenden Publizistik voraus. Vertraut wird im Alltag funktionsgerechten Begrenzungen durchsetzungsfähiger Themen durch Redaktionen als organisierte soziale Systeme (Rühl 1969a). Eine freiheitliche Publizistik wird auf Dauer praktiziert mit den weltgesellschaftlichen Funktionssystemen Familie, Haushalt, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst, Erziehung, Religion, Sport usw. Selbststrukturierte Redaktionen unterliegen gesellschaftlichen Einschränkungen [constraints] im publizistischen Dauerkreislauf der Produktion, Distribution und Rezeption (Rühl 1999a, S. 113 ff.).

---

## 2.1 Albert Schäffle entdeckt Publizistisches in freiheitlichen Sozialitäten

Albert Schäffle (1831–1903) wird als Theologiestudent im ersten Semester wegen Unterstützung der badischen Revolution vom Tübinger Stift zwangsexmatrikuliert. Der neunzehnjährige Schäffle (1905, Bd. 1, S. 43) arbeitet daraufhin als Auslandsredakteur des *Schwäbischen Merkur* in Stuttgart und studiert autodidaktisch Nationalökonomie, Jurisprudenz, Staats-, Verwaltungs- und Technikwissenschaften anhand der Publikationen von Karl Heinrich Rau, Friedrich List, Bruno Hildebrand und Johann Caspar Bluntschli. Schäffle macht sich als Publizist „einen gewissen Namen“ und wird 1860 von der Universität Tübingen auf den Lehrstuhl für Nationalökonomie, Politik, Staats- und Polizeiwissenschaft berufen. Von 1862 bis 1865 ist er zudem Abgeordneter im württembergischen Landtag. Er wechselt 1865 als Professor für Nationalökonomie an die Universität Wien und wird 1871 für acht Monate k. u. k. Minister für Handel, Gewerbe und Ackerbau. Nach dem

Sturz des Kabinetts Graf Hohenwart zieht sich Schäffle nach Stuttgart zurück, fest entschlossen, nur noch über Probleme der Wirtschaftstheorie, der Wirtschafts- und Sozialpolitik und der Soziologie zu publizieren, in integrativer Absicht und gegen das „Gehäuse der alten Systematik und Begriffe“. Mehr als vierzig Jahre redigiert Schäffle die *Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*. Unter dem Titel *Ueber die volkswirtschaftliche Natur der Güter der Darstellung und der Mittheilung* veröffentlicht Schäffle (1873) ein sozialwissenschaftliches Theorieprogramm, unter Verwendung der Begriffe Kommunikation, Handeln, Organisation, Öffentlichkeit, Verkehr, Industrie, Volk und Gesellschaft. Schäffle (1875a) beobachtet zivilisatorische Vorformen der *Weltgesellschaft* (Luhmann 1975b, S. 51). Er sucht nach theoretischen Grundlagen für praktische Lösungen *des Sozialen*, insbesondere für *sozialpolitische Probleme* wie Arbeiterfrage, Zoll- und Handelsunion, Bekämpfung des Wuchers, Genossenschaftsbewegung und freie Publizistik. Umweltorientiert führt Schäffle wirtschaftliche, soziale und publizistische Probleme zusammen, sodass Soziologen, Politik- und Publizistikwissenschaftler den „politischen Professor und professoralen Politiker“ (Lerg 1970, S. 106) gleichermaßen als Mitbegründer ihrer Disziplin in Anspruch nehmen. Schäffle (1870) definiert Kapitalismus distanziert als „einzig nationalen und internationalen Productionsorganismus, unter Oberleitung ‚unternehmender‘, um den höchsten Unternehmungsgewinn concurrirender Kapitalisten“. Schäffle (1885) unterscheidet *nützliche Güter* wie Nahrung, Kleidung, Wohnung und Mittel der Produktion und der Konsumtion von *symbolischen Darstellungsgütern* wie Vortrag, Buch, Kunstwerk, schauspielerische Darstellung, Musikproduktion, Unterhaltungsmittel und Publizistik. Symbolische Darstellungsgüter formen und gestalten die Gesellschaft, sie steigern die soziale Bestimmung der Menschen, während umgekehrt die Entwicklung der Gesellung der Menschen von der Entwicklung der Symbolgüter abhängt.

Der Fortschritt der Gesellung unter Menschen, die Entwicklung der Culturgemeinschaft, insbesondere die Entwicklung sittlicher Gemeinschaft in den idealen Cultur-bereichen hängt ab von der Ausbildung der symbolisirenden Technik und von der reichlichen Versorgung mit immer vollkommnäheren symbolischen Gütern, von der Ausbildung aller Formen der Kommunikation für den geistigen Verkehr in Erkenntnissen, Würdigungen und Entschlüssen. (Schäffle 1873, S. 6).

Schäffle (1906, S. 129 ff., 173 ff., 198 ff.) unterscheidet eine *Personenlehre* von einer *Organisationenlehre*, und er widmet der *Kommunikation* als sozialem Bindemittel viel Aufmerksamkeit. Er unterscheidet „physische Personen“ in ihrer „individuell-anthropologischen“ Bestimmung von „socialen Selbstwesen (Personen im socialen Sinne)“ als „Combination von menschlichen Handlungen und Vermögens-nutzungen“. In „socialen Äußerungen (wird) kein einziges Individuum als nackte physische Person tätig“. Alle wirken „durch einen ärmlichen oder reichen Apparat

äußerer Hilfsmittel, d. h. als Mittelpunkt irgendeiner komplexeren Veranstaltung“ als „social selbständige Einheiten“ (Schäffle 1875b). In Schäffles Gesellungsanalyse werden rollenähnliche Konstruktionen wie „Nachbar, Mitarbeiter, Lebensgenosse“ auf Kommunikationswegen, mit dem sozialen Gesamtleben, durch vielseitige Gedanken, Gefühle und willentlichen Entschlüssen erläutert (Rühl 1969a, S. 37 ff.). Der Analyse neuer Gemeinschaften (Heere, Schulen, Kirchen) nähert sich Schäffle (1905, Bd. 2, S. 123) bedacht, mithilfe von Organismusvorstellungen.

In der *Organisation* sieht Albert Schäffle den Grundbegriff *symbolischen Handelns*, getragen von einem gemeinsamen Bewusstsein beim Entstehen intersubjektiver Handlungs- und Wirkeinheiten. Die Gesellschaft wird Inbegriff organisatorischer Formen und Vorgänge (Schäffle 1875a, S. 731 ff.). Mit dem Fortschreiten der Gesellschaft entsteht ein wachsender Bedarf an Kommunikation. Kleine, geschichtslose, oral kommunizierende Gemeinschaften verfügen über kein „höheres allgemeines Wissen“, keine „weithin gleichartige werthbestimmende öffentliche Meinung“ und keine „Zusammenfassung zu großer Gemeinschaft des Wirkens“. Es entsteht keine eigenständige öffentliche Kommunikation. Für Schäffle (1875a, S. 398) ist das *Volk* eine autarke, innerlich und äußerlich zusammenhängende, auf sich selbst bezogene, sich selbst genügende Lebensgemeinschaft. Sozialräume (Ortschaften, Marken, Gaue, Landschaften, Reiche) werden vom *Volkstum* bestimmt und geprägt. *Gesellschaft* beschreibt Schäffle als ein psychophysisches Gewebe. *Publizistik* ist für ihn eine Vernetzung publizierender Institutionen. „Im Journalismus, im Versammlungswesen, an der Tribüne und Kanzel und an anderen Veranstaltungen der Publicität sehen wir ganz klar die Leitungsbahnen und Ausbreitungswege des socialen Nervenstromes.“ Menschen bilden Knotenpunkte, wenn sie rollenähnlich als Absender oder Empfänger operieren. Die „Verknüpfung mannigfaltiger einzelmenschlicher Geisteskräfte, ihrer Nervensysteme und zugehörige äusseren Gütermassen und Apparate“ nennt Schäffle den *Volksgeist*. Jeder Mensch ist Teil verschiedener Bewusstseinskreise, deren Wechselwirkungen die Gesamtorganisation des Volksgeistes ausmachen.

Im Verlauf des 19. Jahrhunderts erhält der Begriff *Öffentlichkeit*, neben den Sachbedeutungen *Publizität* und *Bekanntheit*, soziale Bedeutung als *Publikum* (Hölscher 1978, S. 464; Ronneberger und Rühl 1992, S. 193 ff.). Darauf verweisen Umschreibungen wie „in die Öffentlichkeit flüchten“ oder „ein Thema in der Öffentlichkeit diskutieren“. Schäffle versteht *Öffentlichkeit* als ein soziales und gleichzeitig psychisches Phänomen, als „eine über alle gesezgeberische Willkür erhabene socialpsychologische Naturnothwendigkeit [...] Im engeren Sinn ist Öffentlichkeit eine Ausbreitung social wirksamer Ideen über die Grenzen jenes Kreises hinaus, welche berufsmäßig die betreffend geistige Arbeit durchzuführen hat“. *Publikum* wird als „Gegenstand der geistigen Bearbeitung und Resonanzboden

aller leitenden und führenden geistigen Kräfte“ charakterisiert, als „formlose Reaktion der Masse“ (Schöffle 1875a, S. 446, 448). *Publikum* ist eine Menge, die öffentlich (und körperlich) auf Straßen und Plätzen zwanglos anwesend ist und zum Gegenstand der geistigen Bearbeitung wird. Aus dieser Passivität erhebt sich das Publikum nur bis zu einer gewissen Resonanz, deren Ton die Stimmung anzeigt und Rückwirkungen auf leitende Kräfte hat (Schöffle 1875a, S. 451 f.). Die *öffentliche Meinung* ist für Albert Schöffle (1875a, S. 452 ff.) das Objekt der Meinungsführer. Die „Masse des socialen Körpers [verhält] sich weder bloß passiv (tot) zum geistigen Führer, dem sie vielmehr mit ihrer Einsicht, ihrem Vertrauen, ihrem Willen Aufklärung, Zuversicht und Nachdruck verleihen muss“. Schöffle (1875a, S. 434) hält von der öffentlichen Meinung als „Product tonangebender Geister und zustimmender Massen“ wenig. Die Presse kann helfen, die öffentliche Meinung zu machen, aber die öffentliche Meinung ist nicht der Presse zu entnehmen. Die Parlamentarier hätten die höhere Aufgabe, die Stimmung zu leiten. Schöffle versteht *Kommunikation* als Transport austauschbarer Güter, Zeichen, symbolhafter Formulierungen und Lautgebung, abstrahiert als Reden, Mimik und Gestik, individuell oder gemeinschaftlich vollzogen, vorwiegend als Unterhaltung, Erbauung, Unterrichtung und Erziehung. *Öffentliche Kommunikation* hat für Schöffle einen volkswirtschaftlichen Tauschwert. Schritte kommunikativer Vermittlung sind mit gewerblichen Unternehmen verbunden. Er beobachtet persönliche Antriebsmomente durch Kommunikation, etwa „Begeisterung für Kunst und Wissenschaft“, „amtliches Pflichtbewusstsein“, „Furcht vor Strafe“ oder „Eitelkeit und Ehrgeiz“. Je intensiver öffentliche Kommunikation als symbolische Dienstleistung von „Mitteilungs- und Übertragungs-Anstalten“ kontinuierlich und periodisch reproduziert wird, desto deutlicher werden Vorstellungen von einer gesellschaftlichen Steigerung der *Publizität* (Schöffle 1873, S. 32 f.).

Schöffle kennt Typographie, Photographie und Stenographie als Aufzeichnungsverfahren und er zerbricht sich den Kopf, wie verschriftlichte Schätze noch anders bewahrt werden könnten. In der *Tagespresse* vermutet Schöffle die mächtigste Persuasionsinstanz der Gesellschaft, nicht wegen der Intellektualität und Kreativität der Journalisten, sondern wegen organisierter Vermittlungen der Presse zwischen Bevölkerung und Führern. Das Gesellschaftsleben muss um intellektuelle Zentren koordiniert werden (Schöffle 1875a, S. 433). Er unterscheidet zwischen einer aktiven Autorität der Massenführung und einer passiven Autorität, die aus den Reaktionen der Massen auf ihre Führung erfolgt. Die intellektuellen und spirituellen Interaktivitäten der Gesellschaft erfolgen durch symbolische Interaktionen zwischen Führern und Massen. Journalisten, Rednern, Predigern oder Lehrern kommt gegenüber der großen Öffentlichkeit die Aufgabe zu, einen Ideenaustausch zu vermitteln. Den Einfluss der Presse auf die wissenschaftliche Forschung hält Schöffle für unbedeutend, da von der Presse keine neuen Ideen ausgehen würden. Für ihn



ist der Journalist jemand, der denkt, fühlt und in den Tag hineinlebt, der jedoch mit intellektueller Arbeit mangels guter Bildung nicht vertraut ist. Wer statt Bücher nur Buchbesprechungen liest, der verliert die Kraft des Denkens. Da Journalisten allerdings die öffentliche Meinung zerstören, ändern oder neu bilden können, werden sie für politische Parteien, Börsenspekulanten und religiöse Propagandisten zunehmend interessant. In der *journalistischen Verberuflichung* sieht Schäffle eine publizistische Neuerung (Lerg 1970, S. 109). Berufe sind Voraussetzungen für das Entstehen eines neuen „Vervielfältigungsgewerbes“ bzw. für „publicistisch geartete Industrien“ und ein neues „Transport- und Communicationswesen“.

In Wirtschaft und Politik beobachtet Albert Schäffle verschiedene Formen der Korruption und der Fälschung, die das geistige und psychische Wohlbefinden der Gesellschaft, insbesondere der Presse stören würden. Er empfiehlt eine *Pressereform*, die das Pressewesen vom Einfluss finanzieller Spekulationen und der Kontrolle durch die Werbung befreien soll. Pressefreiheit und Meinungsäußerungsfreiheit könnten nur dann in Produktion und Vertrieb ungestört durchgeführt werden, würden keine kapitalistischen und bürokratischen Erwartungen an ihre Stelle treten. Schäffle konnte sich vorstellen, die Gewinne aus dem Verkauf der Presseprodukte unter Schreibern und Redakteuren aufzuteilen. Dadurch werde der Journalismus auf ein neues Niveau gehievt. Hält der Ökonom Schäffle die Werbung für eine Vergeudung, dann befürwortet der Soziologe Schäffle die Entwicklung von Werbeinstrumenten. Es sei Aufgabe der Sozialwissenschaften, Degenerationserscheinungen des Journalismus und der Presse aufzuspüren. Schäffle hofft, dass der Fortschritt der Sozialwissenschaften die Korruption der öffentlichen Meinung beendet (Hardt 1979, S. 65 ff.).

Letztlich hält Schäffle die *öffentliche Kommunikation* für eine notwendige Bedingung zivilisatorischer Entwicklung. Die *Presse* wird als soziale Vermittlerin von Ideen und als Führerin der öffentlichen Vermittlung bewertet, wenn der redaktionelle Teil der Zeitungen vom Werbeteil getrennt wird. Kreative Beiträge einzelner Journalisten werden gewürdigt, Das Pressesystem insgesamt könne in jedem Fall das Kommunikationsniveau der Gesellschaft steigern.

---

## 2.2 Karl Bücher unterscheidet Presse, Journalismus, Werbung und Propaganda in der sich differenzierenden Gesellschaft

Noch ist Karl Bücher (1847–1930) Gymnasiallehrer, als er die wirtschaftshistorische Studie *Die Aufstände der unfreien Arbeiter 143–129 v. Chr.* veröffentlicht (Bücher 1874). Seinen ersten größeren journalistischen Artikel schreibt er für die *Frankfurter Zeitung* über die Gründung des *Vereins für Socialpolitik*. Nach



mehreren vergeblichen Anläufen gelingt es Leopold Sonnemann, dem Herausgeber der *Frankfurter Zeitung*, Karl Bücher als Redakteur zu verpflichten. Bücher erinnert sich: „Es gab viel Arbeit auf der Redaktion [...] Das bewog mich besonders Buch über sie zu führen, und ich kann danach ausrechnen, dass ich vom 1. Oktober 1878 bis zum 31. Dezember 1880 nicht weniger als 325 solche Aufsätze verfasst habe“ (Bücher 1981, S. 23 f.). Zwischen Redakteur und Verleger kommt es zu einem „Vertrauenskonflikt“. Das Arbeitsverhältnis wird aufgelöst. Für Bücher blieb es „beschlossene Sache [...] meine Kräfte der Volkswirtschaftslehre“ zu widmen. Er wird von Albert Schäffle intellektuell und finanziell unterstützt. Sie hatten sich im *Verein für Socialpolitik* kennengelernt. „Als ich Schäffles Quintessenz des Sozialismus, die anfangs anonym erschienen war, eine Rezension gewidmet und ihrem wirklichen Verfasser die Urheberschaft auf den Kopf zugesagt hatte, war von Stuttgart ein Paket mit den vier Bänden von Bau und Leben des sozialen Körpers gekommen, die dem Verfasser der Rezension übergeben werden sollten“ (Bücher 1981, S. 11). Karl Bücher wird 1882 von der Universität München für Volkswirtschaftslehre und Statistik habilitiert. Unmittelbar danach wird er Professor in Dorpat (damals Russland). Von 1883 bis 1890 ist er Professor für politische Ökonomie und Finanzwissenschaft in Basel, von 1890 bis 1893 in Karlsruhe, und von 1893 bis 1917 Inhaber des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre an der Universität Leipzig. Dort gründet Bücher als Emeritus das Institut für Zeitungskunde und entwirft einen Lehrplan für die Journalistenausbildung.

Karl Büchers Gesamtwerk ist nicht auf die Volkswirtschaftslehre zu reduzieren. Er gliedert die Wirtschaft stufentheoretisch als geschlossene Hauswirtschaft, Stadtwirtschaft und Volkswirtschaft. Seine sozialpolitischen Ableitungen und Bewertungen lokalisiert er zwischen Liberalismus und Sozialismus, innerhalb einer Tauschgesellschaft, in der Transport und Kommunikation bedeutsamer werden. Mit dem Buch *Arbeit und Rhythmus* beobachtet Bücher (1896) den menschlichen Rhythmus bei Arbeit und Spiel in allen Zivilisationen. Als Max Weber 1904 eine Amerikareise vorbereitet, interessieren ihn Büchers Ausführungen über Rassenbeziehungen in den USA, insbesondere der „Abschnitt mit Partituren und Texten afroamerikanischer Feldarbeitslieder“ (Scaff 2013, S. 340). In Büchers (1893) *Die Entstehung der Volkswirtschaft* titelt ein Kapitel: *Die Anfänge des Zeitungswesens*. Er konzipiert die *Zeitung* als Nachrichtenfabrik eines kapitalistischen Wirtschaftsunternehmens, in dem Menschen erwerbswirtschaftlich organisiert arbeiten. Bücher untersucht Fragen des Unternehmensstandorts, der Probleme mit Eisenbahn, Telegraph und Telephon, Postzeitungsdienst, Vertriebsraten usw. Die *Presse* wird als vernetztes, durch Massenzirkulation marktförmig konkurrierendes System beschrieben, an dem viele gesellschaftliche Bereiche beteiligt sind. Bücher unterscheidet parteipolitische Presse, Generalanzeigerpresse, Heimatpresse und

Straßenverkaufszeitungen (Boulevardpresse) als Erwerbsunternehmen, die öffentliche Interessen vertreten:

Schon äusserlich zerfällt heute jede Zeitung [...] in zwei mehr oder weniger voneinander geschiedene Teile. Dem redaktionellen und den Anzeigenteil, und beide sind in ihrem Wesen dergestalt einander entgegengesetzt, dass im ersteren allerdings öffentliche, im letzteren aber private Interessen verfolgt werden. Der redaktionelle Teil ist bloßes Mittel zum Zweck. Dieser besteht allein wegen dem Verkauf von Anzeigenraum; nur um für dieses Geschäft möglichst viele Abnehmer zu gewinnen, wendet der Verleger auch dem redaktionellen Teile seine Aufmerksamkeit zu, und sucht durch Ausgaben für ihn seine Beliebtheit zu vergrößern. Denn je mehr Abonnenten, umso mehr Inserenten. Sonst aber ist der redaktionelle Teil nur ein lästiges kostensteigerndes Element des Betriebes und wird nur deshalb mitgeführt, weil ohne ihn Abonnenten und in deren Gefolge Inserenten überhaupt nicht zu haben wären. ‚Öffentliche Interessen‘ werden in der Zeitung nur gepflegt, soweit es den Erwerbsabsichten des Verlegers nicht hinderlich ist (Bücher 1921).

In Zeitungen soll der redaktionelle Teil dem Gemeinwohl dienen, der Werbeteil partikularen Interessen. Für den Volkswirt Bücher ist *Reklame (Werbung)* eine wirtschaftliche Notwendigkeit, da sie Verbraucher über das Unternehmertum und über wirtschaftliche Fortschritte unterrichten würde. Werbeeinnahmen versetzen Zeitungsverleger in die Lage, Produkte zu verbessern und Preise niedrig zu halten. Auf der Suche nach Anfängen der Werbung stößt Karl Bücher auf Théophraste Renaudot, der im absolutistischen Frankreich des frühen 17. Jahrhunderts im *Bureau d'adresse et de rencontre* Angebots- und Nachfragelisten [*Feuilles du bureau d'adresse*] kostenpflichtig ausgelegt hatte (Rühl 1999a, S. 83 ff.). Bücher kann sich ein *Anzeigenblatt* unter kommunaler Kontrolle vorstellen, das kostenlos an Haushalte verteilt wird. Die lokale Werbung in der Heimatpresse soll reguliert werden. Der Parteienpresse soll die Werbung ganz untersagt werden. Bücher (1926, S. 243) unterscheidet *Werbung* von *Propaganda*: „Die Propaganda will Nachfolger für eine Idee oder eine Institution gewinnen, schließt dagegen Anstrengungen nach materiellen Gütern aus. Die Werbung [...] dient stets der Gewinnung von Kunden durch Gewinnzunahme.“ Als Bücher (1921) die Haltung deutscher Zeitungen während des Ersten Weltkriegs kritisiert, bekommt er es mit der militärischen Zensur zu tun.

Karl Bücher analysiert eine Fülle kommunikationspolitischer Probleme. Er beobachtet, dass sich Redaktionen zunehmend auf Nachrichten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Technik und Börse konzentrieren, mehr und mehr kritische Genres veröffentlichen. Nach Bücher (1926, S. 57) ermöglicht die enorme Vielfalt kultureller und sozialer Presseinformationen eine umfangreiche Teilnahme am gesellschaftlichen Leben und an Gemeinschaftserlebnissen. Um Herstellungskosten

zu senken empfiehlt er zentrale *Redaktionsgemeinschaften*. Für Abdruckrechte soll pro Exemplar eine Gebühr entrichtet werden. Presseforschung kann kulturelle Strömungen verfolgen, weshalb Archive und Sammlungen von Zeitungen in allen Ländern eingeführt werden sollen. Bücher (1926, S. 59) verweist auf Vorteile des Einübens kontinuierlichen Zeitunglesens. Der Zeitaufwand sei nicht geringzuschätzen. Das Lesen wichtiger Bücher könnte dadurch unterbleiben. Bücher (1903) opponiert die Buchpreisbindung, weil die Einführung fester Ladenpreise die Bücher verteuern und die Kartellbildung im Verlagswesen fördern würde. „Das Buch als Publikationsform wird nur als Kompendium, als Lesebuch, als Enzyklopädie und ähnliche Hilfen wissenschaftlicher Erziehung und Bildung bleiben“ (Bücher 1926, S. 60). Im Pressesystem beobachtet er Monopolisierungstendenzen, Korruption und Bestechlichkeit. Wie Albert Schäffle erkennt Karl Bücher in der Presse den Transmissionsriemen zwischen intellektuellen Kreisen und dem Volk. Die Presse sammle Informationen und Ideen in der Bevölkerung, und sie nimmt Einfluss auf die öffentliche Meinung. Die Presse insgesamt kann die Massen instrumentalisieren. „Es ist ein bekannter Trick der Demagogie, subjektive Ideen und besondere Interessen als Ideen und Interessen des Volkes anzubieten“ (Bücher 1926, S. 53). Die Presse stehe „im öffentlichen Dienst“ und sollte nationalisiert, also verstaatlicht werden, wie die Eisenbahn.

Für Karl Bücher ist die *Journalistenausbildung* wichtig. Die Journalisten verortet er gesellschaftlich zwischen den Beamten und den Geschäftsleuten. Journalisten sind durch Verlage in die Geschäftswelt des Kapitalismus einbezogen, ohne unmittelbar am Gewinn beteiligt zu werden (Bücher 1926, S. 147). Qualitätsjournalisten findet Bücher in großen Zeitungen, während die Menge der Journalisten für die Kleinstadtpresse arbeiten würde. Chefredakteure kleiner Zeitungen könnten unabhängiger arbeiten als die großer Konzerne. Bücher hält es für ein journalistisches Privileg, für viele Leser schreiben zu dürfen, ein Vorzug, der vergeudet werde, würden Journalisten in die Schriftstellerei abwandern. Die Ausbildung der Journalisten gruppiert Bücher (1921) um akademische Disziplinen, sodass sie für den politischen, wirtschaftlichen und literarischen Journalismus besser qualifiziert werden könne. Er vergleicht das *professionelle Wissen* der Theologen, Juristen, Lehrer und Ärzte mit dem Wissen der Journalisten. Hinter der *Anonymität* im Journalismus vermutet Bücher (1916) Ungenauigkeit, Sorglosigkeit, Unverantwortlichkeit, ja Respektlosigkeit gegenüber den Lesern. Er zitiert Arthur Schopenhauer: „Ein Hundsfott, der sich nicht nennt“, und Bücher (1919, S. 231) erläutert: „Es muss immer klar sein, dass ein großer Leserkreis angesprochen wird, demgegenüber eine Verantwortung besteht für ihre Gedanken und Wünsche in öffentlichen Angelegenheiten.“ Darin wähnt sich Karl Bücher einig mit Heinrich Wuttke (1875); Franz von Holtzendorff (1879); Emil Löbl (1903); Robert Brunhuber (1907) und Tony

Kellen (1908). Journalistische Berufsfreiheit und intellektuelle Integrität sieht Bücher durch Pressekonzentration und Massenproduktion bedroht. Ein akademisches Studium als Zugangsbedingung zum Journalismus wird nicht befürwortet, eher ein zeitungskundliches Ergänzungs- oder Zusatzstudium. Der amerikanische College-Journalism seiner Zeit wird abgelehnt (Bücher 1915, S. 49).



<http://www.springer.com/978-3-658-12839-5>

Publizistikwissenschaft erneuern

Was wir über öffentliche Kommunikation wissen und  
was wir wissen können

Rühl, M.

2016, VII, 34 S. 3 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-12839-5