

# Zeitungslehre

I

Theoretische und rechtliche Grundlagen  
Nachricht und Meinung  
Sprache und Form

von

Emil Dovifat †

Sechste, neubearbeitete Auflage

von

Jürgen Wilke



1976

Walter de Gruyter · Berlin · New York

SAMMLUNG GÖSCHEN 2090

---

Dr. phil. *Emil Dovifat* †

o. Professor der Publizistik an der Freien Universität Berlin

Dr. phil. *Jürgen Wilke*

Wiss. Mitarbeiter am Institut für Publizistik  
der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

*CIP-Kurztitelaufnahme der Deutschen Bibliothek*

**Dovifat, Emil**

Zeitungslehre. – Berlin, New York: de Gruyter.

1. Theoretische und rechtliche Grundlagen, Nachricht  
und Meinung, Sprache und Form. – 6., neubearb. Aufl. /  
von Jürgen Wilke. – 1976.

(Sammlung Göschen; 2090)

ISBN 3-11-006821-4

NE: Wilke, Jürgen [Bearb.]

© Copyright 1976 by Walter de Gruyter & Co., vormals G. J. Göschen'sche Verlagshandlung, J. Guttentag, Verlagsbuchhandlung Georg Reimer, Karl J. Trübner, Veit & Comp., 1 Berlin 30 – Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden – Printed in Germany – Satz und Druck: Saladruck, 1000 Berlin 36 – Bindearbeiten: Berliner Buchbinderei Wübben & Co., 1000 Berlin 42

## Vorbemerkung

Mit seiner 1931 zuerst erschienenen „Zeitungslehre“ schuf *Emil Dovifat* eine grundlegende Einführung in die Welt dieses Mediums. Seitdem haben mehrere Generationen von Studenten der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft, zahllose Volontäre in der journalistischen Praxis und nicht wenige, persönlich an einer vertieften Kenntnis des Pressewesens Interessierte die Darstellung mit Gewinn benutzt. Den wiederholt neu aufgelegten Bänden der Sammlung Göschen verdankte man zunächst eine orientierende Übersicht. Ihr Verfasser formulierte und definierte Grundbegriffe, arbeitete die im Pressewesen bestimmend wirksamen Kräfte, Inhalte und Organisationsformen heraus, gab Regeln eines zweckmäßigen Verhaltens und machte mit den beruflichen Problemen des Journalismus vertraut. Hinweise zur historischen Entwicklung erweiterten den Horizont und machten aktuelle Erscheinungen begreiflicher. Die rechtlichen, wirtschaftlichen, institutionellen und persönlichen Bedingungen der Zeitungsarbeit wurden gesondert und in ihrem Zusammenhang dargestellt. Lehrreich war dabei insbesondere die von Dovifats Anlage her so geglückte Verbindung einer profunden Vertrautheit mit dem Handwerk des Journalisten und dem Bemühen, solche Erfahrungen in der theoretischen wissenschaftlichen Erkenntnis zu durchdringen und zu systematisieren. Gerade diese gelungene Systematisierung des journalistischen Arbeitsfeldes in der Tageszeitung machte die „Zeitungslehre“ als Einführungslektüre so sehr geeignet. Daß der Verfasser von der konstitutiven und richtungweisenden Bedeutung des Massenmediums Zeitung für die moderne Gesellschaft überzeugt war und sie rhetorisch entschieden mitzuteilen suchte, gehörte zu den eindrucksvollen Erlebnissen derer, die seinem Werk oder dem Universitätslehrer selbst begegneten.\*

Die letzte, nur in gewissen Grenzen aktualisierte Auflage der „Zeitungslehre“ *Emil Dovifats* erschien 1967 und ist seit eini-

ger Zeit vergriffen. Wenn das Werk jetzt nach fast zehn Jahren und mehr als sechs Jahre nach dem Tod des Verfassers nochmals neu aufgelegt wird, so kann dies nicht ohne eine gründliche Ergänzung und Neubearbeitung geschehen. Zwar ist die heutige Publizistikwissenschaft, vor allem was ihre akademische Ausstattung in Forschung und Lehre betrifft, noch immer nicht so anerkannt und entwickelt, wie es der tatsächlichen Bedeutung ihres Gegenstandes entspräche. Gleichwohl hat sie in den letzten Jahren wichtige Fortschritte gemacht und ist damit über den mit dem Namen *Dovifat* verbundenen Ansatz hinausgelangt. Deshalb wurde die anfängliche Überlegung, die „Zeitungswissenschaft“ lediglich mit den notwendigsten aktuellen Daten und Literaturverweisen auszustatten, alsbald aufgegeben. Denn die Publizistikwissenschaft kann es sich heute noch kaum leisten, ältere, für die Geschichte des Faches wichtige Veröffentlichungen gewissermaßen als „klassische Texte“ unverändert neu erscheinen zu lassen, weil damit auch leicht manche Vorstellungen weiter gepflegt würden, die im allgemeinen Bewußtsein keineswegs so überwunden sind, daß man die Einsicht in ihre vornehmlich historische Bedeutung voraussetzen könnte. Wer sich heute in einer „Zeitungswissenschaft“, die auf weite Verbreitung angelegt ist, über das Pressewesen informieren will, hat Anspruch darauf, eine dem gegenwärtigen Entwicklungs- und Problemstand angenäherte Darstellung zu erhalten. Daß dies im Rahmen der alten „Zeitungswissenschaft“ durchaus noch möglich ist, rechtfertigt ihre Neuauflage, nur mußte die Bearbeitung weitreichender sein als es bei der letzten der Fall war. Wer ausdrücklich an der älteren Fassung interessiert ist, wird unschwer eines der früheren Exemplare auftreiben können.

Die hier vorgelegte Bearbeitung hat sich auf verschiedene Seiten des ursprünglichen Werks erstreckt. Zunächst einmal wurde versucht, die bisher schon in der „Zeitungswissenschaft“ enthaltenen statistischen Angaben durch neuere Daten zu ersetzen. Das gilt insbesondere für den Komplex der Nachrichtenagenturen, für

\* Zum Gesamtwerk des Verfassers vgl. *Hans Bohrmann*: Das publizistische Werk Emil Dovifats. Eine Auswahlbibliographie. In: Publizistik 14 (1969), S. 384 ff.

die Belege zur wirtschaftlichen Entwicklung der Presse, zur Pressekonzentration und zur Leserschaftsforschung. Während gelegentlich keine neuen vergleichbaren Daten zu ermitteln waren, ist das verfügbare Zahlenmaterial insgesamt beträchtlich angewachsen. Dies hängt mit der sozialempririschen Entwicklung der Publizistikwissenschaft zusammen, die sich auch in der „Zeitungslehre“ durch einen höheren Anteil statistischer Belege niederschlagen muß.

Zum zweiten mußte die neuere wissenschaftliche und praxisbezogene Literatur zum Pressewesen, aber auch zur Publizistikwissenschaft und Massenkommunikationsforschung stärker berücksichtigt werden. Da schon die letzte Auflage in dieser Hinsicht etwas bescheiden ausgefallen schien, ist die Menge der Literaturangaben und damit der Teil der Anmerkungen am Umfang erheblich gewachsen. Dies geschah nicht nur, um jeweils die wichtigsten Bezugsquellen nachzuweisen, sondern um die „Zeitungslehre“ mehr als bisher auch als bibliographisches Hilfsmittel für die weitere Lektüre und das vertiefende Studium nutzen zu können. Dem Zugang zur Sekundärliteratur dient im übrigen das ganz neu zusammengestellte Literaturverzeichnis.

Drittens zeigte sich schon bei den Vorüberlegungen zur Bearbeitung, daß eine Neuauflage ohne eine Reihe von Eingriffen auch in den Sachzusammenhang kaum sinnvoll gewesen wäre. Sollten auch nur annähernd der gegenwärtige Entwicklungs- und Problemstand in den verschiedenen Bereichen des Zeitungswesens beschrieben werden, so mußten manche Ausführungen *Dovifats* wegfallen oder umformuliert, einige dem Verfasser wohl sehr liebgewordene Vorstellungen vorsichtig korrigiert werden. Allein die zunehmenden empirischen Untersuchungen der Publizistikwissenschaft haben dazu geführt, daß manche der früher vorwiegend spekulativ begründeten Positionen inzwischen präziser beurteilt werden können. Davon durfte die Neubearbeitung der „Zeitungslehre“ nicht absehen. Zunächst mußten Themenkreise und Probleme stärker heraus- oder eingearbeitet werden, die für die Presse erst in den letzten Jahren so bestimmend geworden und auch ins Zentrum der öffentlichen Diskussion getreten sind. Das gilt insbesondere für

die Problematik der „inneren Pressefreiheit“ und der Pressekonzentration. Hier mußte eine der gegenwärtigen Aufmerksamkeit angemessene erweiterte Darstellung gefunden werden. Aber auch im engeren Sinne mehr forschungsbezogene Ansätze der heutigen Publizistikwissenschaft waren miteinzubeziehen. Daß die Erforschung der Redaktionsarbeit unter systemtheoretischem Aspekt neue Einsichten eröffnet hat, konnte ebenso wenig unerwähnt bleiben wie die Erschließung der journalistischen Nachrichtenwerte und wie neuere Konzepte der Öffentlichen Meinung. Überdies interessiert der Funktionsvergleich der Medien, um den Stellenwert der Zeitung für die Gegenwart sachgemäß einzuschätzen. Damit sind nur die großen Fragenkomplexe genannt, für welche Teile der „Zeitungslehre“ ganz oder teilweise neu zu fassen waren. Daneben wurden im einzelnen viele kleinere Veränderungen vorgenommen oder bei weitgehender Wahrung von *Dovifats* eigener Intention zumindest der Verlauf der neueren Diskussion angedeutet (z. B. Frage der Journalistenausbildung). Wenn sich dabei der praktische Zuschnitt des Werks mitunter etwas mehr auf die wissenschaftliche Theorie hin verschoben hat, so spiegelt auch das einen allgemeineren Vorgang und die Überzeugung von der zunehmenden Bedeutung theoretischer Erkenntnisse für eine bewußt ausgeübte journalistische Praxis.

Dies führt zu einer letzten Schicht der Bearbeitung, auf die hier noch hinzuweisen ist. Für *Emil Dovifats* „Zeitungslehre“ wie für seine Konzeption der allgemeinen Publizistik insgesamt war ein entschieden normativer Ansatz kennzeichnend. Er hatte ein bestimmtes „Ideal“ des Publizisten und der Publizistik vor Augen, zu dem er hinzuführen suchte, er liebte den moralischen Appell, das ethische Postulat und dementsprechend einen mit vielfachen Wertungen durchsetzten Stil. Ein derart präskriptiver Ansatz ist der Publizistikwissenschaft in ihrem empirisch-analytischen Vorgehen fremd geworden. Die oft sehr pädagogisch motivierte, zuweilen fast aktivistische und moralisierende Sprache *Dovifats* mußte also gelegentlich etwas abgeschwächt werden, um den hierin vielleicht besonders deutlichen historischen Charakter der „Zeitungslehre“ nicht allzu

auffallend spürbar werden zu lassen. Insgesamt blieb die Diktion des Verfassers nach Möglichkeit natürlich erhalten.

Daß eine Neuauflage der „Zeitungswissenschaft“ in dieser Form heute noch lohnt, dieser Eindruck hat sich im Laufe der Bearbeitung verstärkt. Nach wie vor bietet die von *Doviřat* entwickelte Systematik einen zweckmäßigen und sehr brauchbaren Rahmen, in dem eine Übersicht über das Zeitungswesen erfolgen, vielen Fakten und Problemen ihr Ort und ihre Bedeutung zugewiesen werden kann. Daher waren an der Systematik auch nur geringfügige Änderungen nötig. Nützlich sind auch weiterhin viele Begriffsbestimmungen, die Darstellung der presse-spezifischen Grundlagen und Kräfte, sowie eine Vielzahl von Hinweisen und Einsichten, wie sie nur die große praktische und wissenschaftliche Vertrautheit mit dem Gegenstand zu vermitteln vermochte. Im übrigen verfügt die Publizistikwissenschaft heute zwar über zahlreiche Einzelstudien zum Zeitungswesen und auch über nützliche Lexika und Handbücher. Was es im Augenblick nicht gibt, ist im Grunde das, was *Doviřat* geboten hat: Eine Einführung in die Zeitungswissenschaft, in die man sich *einlesen* kann, die also nicht nur im lexikalischen Nebeneinander zahlreicher isolierter Stichworte, sondern im Zusammenhang einer knappen Gesamtdarstellung die Systematik der Zeitung, ihre Struktur und Arbeitsweise schildert. Daß hierzu auch große Teile der „Zeitungswissenschaft“ fast unverändert präsentiert werden können, spricht zunächst für sich und dann dagegen, einen neuen Aufriß zu versuchen, wo der alte noch eine verlässliche und bewährte Grundlage bietet. Der Respekt vor dem Verfasser und seinen Verdiensten für die Publizistik gebot nach Ansicht von Verlag und Bearbeiter nicht ein ängstliches Bemühen, alles so getreu wie möglich zu erhalten, sondern eine Weiterführung, wie sie nach Entwicklung und Stand des Faches notwendig erschien. Der unvermeidliche Verlust an Einheitlichkeit des Werks sollte durch einen informativen Gewinn ausgeglichen werden. *Emil Doviřat* selbst hat immer wieder auf die stürmische Entfaltung des Zeitungswesens hingewiesen. Daß dem die Darstellung der „Zeitungswissenschaft“ nicht folgen sollte, dürfte kaum im Sinne des Verfassers sein, wenn er selbst auch vermutlich manches anders gesehen hätte als die

Angehörigen einer späteren Generation. Für diese bleibt er jetzt aber durch die Neuauflage seiner „Zeitungslehre“ gegenwärtig.

In dem, was die vorliegende Bearbeitung aus neueren wissenschaftlichen und praktisch orientierten Beiträgen zum Zeitungswesen aufgreift, ist sie einer Vielzahl von Autoren gefolgt. Denen, die darüber hinaus gelegentlich bei der Beschaffung neuer Unterlagen und Daten behilflich waren, sei an dieser Stelle gedankt.

Mainz, im September 1975

*Jürgen Wilke*

## Inhalt des 1. Bandes

Vorbemerkung .....	3
Zeitungslehre und allgemeine Publizistik . . . . .	13
Die Zeitung im öffentlichen Leben . . . . .	15
1. Die Einheit des Zeitungsunternehmens . . . . .	16
1.1 Einheit der Kräfte . . . . .	16
1.1.1 Jüngstes Gegenwartsgeschehen . . . . .	17
1.1.2 Kürzeste, regelmäßige Folge . . . . .	20
1.1.3 Breiteste Öffentlichkeit . . . . .	22
1.1.4 Die drei Hauptaufgaben und ihre Vereinigung . . . . .	28
1.2 Die öffentliche Aufgabe – ihre publizistische Durchführung . . . . .	33
1.3 Die journalistische (redaktionelle) Arbeit . . . . .	38
1.4 Die persönlichen Voraussetzungen für die journalistische Arbeit . . . . .	44
1.5 Die verlegerische Arbeit . . . . .	62
1.6 Charakter- und Begabungsvoraussetzungen des Verlegerberufes . . . . .	66
1.7 Die Zusammenarbeit Verleger – Redakteur: Das Problem der „Inneren Pressefreiheit“ . . . . .	68
2. Die Nachricht . . . . .	76
2.1 Das Wesen der Nachricht . . . . .	76
2.1.1 Wert und Nutzen für den Empfänger . . . . .	76
2.1.2 Die Schnelligkeit der Übermittlung . . . . .	80
2.1.3 Subjektive Beeinflussung . . . . .	81
2.2 Sammlung und Verbreitung der Nachrichten – Die Nachrichtenbüros . . . . .	90
2.2.1 Das deutsche Nachrichtenwesen . . . . .	93
2.2.1.1 Die deutschen Presse-Agenturen . . . . .	93
2.2.1.2 Andere deutsche Nachrichtenbüros . . . . .	104
2.2.2 Das ausländische Nachrichtenwesen . . . . .	110
2.2.2.1 „Reuters Ltd.“ . . . . .	111
2.2.2.2 Die Agenturen der USA . . . . .	113
2.2.2.3 Die französische Nachrichtenagentur . . . . .	116
2.2.2.4 Die übrigen freien Agenturen . . . . .	119
2.2.2.5 Die Nachrichtenbüros der UdSSR . . . . .	120

2.2.3	Zusammenfassung – Vorschläge der „Vereinten Nationen“ (UN) . . . . .	123
2.2.4	Die wichtigsten Nachrichtenunternehmen der Welt . . . . .	126
2.2.5	Die „Ente“ – Das „Dementi“ . . . . .	132
2.2.6	Die Nachrichtenmittel . . . . .	134
2.3	Die Nachrichtenpolitik . . . . .	139
2.3.1	Nachrichtenstellen, Pressestellen und -ämter . . . . .	139
2.3.2	Die Nachrichtenpolitik der Interessenten – „Public Relations“ . . . . .	145
3.	Die Meinungs- und Willensbildung in der Zeitung . . . . .	147
3.1	Meinung, „öffentliche Meinung“ und politische Willensbildung . . . . .	147
3.2	Die Form der Meinungsführung . . . . .	158
3.2.1	Die Sprache in der Zeitung . . . . .	158
3.2.2	Die Formen des journalistischen Ausdrucks . . . . .	166
3.2.2.1	Die Nachrichtenstilform . . . . .	168
3.2.2.2	Die Meinungsstilform . . . . .	176
3.2.2.3	Die Unterhaltungsstilform . . . . .	180
3.2.3	Die Lern- und Lehrbarkeit des Stils . . . . .	181
	Literatur . . . . .	188
	Register . . . . .	199

## Inhalt des 2. Bandes

4. Die Redaktion . . . . .	7
4.1 Ihr Aufbau . . . . .	7
4.2 Die redaktionelle Arbeit im einzelnen . . . . .	11
4.3 Die Stoffbeschaffung . . . . .	18
4.3.1 Der eigenbeschaffte Stoff . . . . .	19
4.3.2 Der fremdbeschaffte Stoff – Die Korrespondenzen . . . . .	28
4.4 Die Stoffbearbeitung, die redaktionellen Sparten (Resorts) . . . . .	36
4.4.1 Die Politik . . . . .	40
4.4.2 Der „Handelsteil“, der „volkswirtschaftliche Teil“, die Sozialpolitik . . . . .	53
4.4.3 Der Orts- und Heimatteil . . . . .	59
4.4.4 Der kulturelle Teil und seine publizistische Wertung. – Das Feuilleton – Der Feuilletonismus . . . . .	70
4.4.4.1 Kultur und Zeitung – Der Begriff „Feuilleton“ . . . . .	70
4.4.4.2 Das Feuilleton als Sparte . . . . .	74
4.4.4.2.1 Nachricht und Bericht . . . . .	75
4.4.4.2.2 Publizistische Wertung und Kritik . . . . .	76
4.4.4.2.3. Unterhaltung und kulturelles Beispiel . . . . .	90
4.4.4.3 Der Feuilletonismus – Stilform und journalistische Haltung . . . . .	107
4.4.5 Der Sportteil . . . . .	117
4.4.6 Die technische Redaktion – Natur und Wissenschaft . . . . .	120
4.4.7 Der Reisetil . . . . .	121
4.4.8 Das Lichtbild – Die Bildberichterstattung . . . . .	125
4.4.9 Umbruch und Aufmachung . . . . .	132
4.5 Die Redaktion als organisiertes soziales System . . . . .	142
5. Die Technik und Wirtschaft im Zeitungsbetrieb . . . . .	150
5.1 Das Hauptbuch des Verlages . . . . .	151
5.2 Die Ausgaben . . . . .	154
5.2.1 Satz und Druck . . . . .	154
5.2.2 Papier . . . . .	160
5.2.3 Vertrieb . . . . .	162

5.2.4 Die Kosten der Redaktion . . . . .	169
5.3 Die Einnahmen . . . . .	172
5.3.1 Verkauf . . . . .	172
5.3.2 Anzeigen . . . . .	178
5.3.2.1 Die Anzeigenarten . . . . .	182
5.3.2.2 Zeitungsanzeigen als Werbemittel . . . . .	184
5.3.2.3 Auflage und Anzeige. Die werbewirtschaftlichen Grundlagen . . . . .	192
5.3.2.4 Textliche Fassung und graphische Form der Anzeige . . . . .	197
5.3.3 Einnahmen aus Nebenbetrieben – Zeitungsfremde Zuschüsse . . . . .	200
5.4 Das Kostengesetz der Zeitung . . . . .	203
5.4.1 Das Verhältnis von Einnahmen und Ausgaben	
5.4.2 Folgen: Kooperation und Konzentration in der deutschen Tagespresse . . . . .	212
5.5 Der Leser . . . . .	231
6. Die Sicherung der öffentlichen Aufgabe . . . . .	247
Literatur . . . . .	260
Register . . . . .	269

## Zeitungslehre und allgemeine Publizistik

Die *Zeitungslehre* ist ein Teil der „*Allgemeinen Publizistik*“. Sie gehört in diese wissenschaftliche Disziplin, so wie die *Zeitung* praktisch zu den publizistischen Mitteln gehört, zu den „mass media“, den „communication media“, wie sie das Ausland nennt<sup>1a</sup>.

Kraft ihrer Wirkung, ihrer Tradition und ihrer öffentlichen Aufgabe steht die Zeitung unter diesen Mitteln an einem hervorragenden Platze. Sie behauptet diesen Platz auch neben den anderen, jüngeren publizistischen Mitteln, neben dem Film, dem Hörfunk und Fernsehen, durch die u. a. auch ein altes klassisches Mittel der Publizistik, die Rede, an Bedeutung und Wirkungsweise wieder gewonnen hat.

Alle diese Mittel, und die Zeitung unter ihnen, gehen ihren Weg durch die *Öffentlichkeit*. Von ihr (publice = öffentlich) hat die Publizistik ihren Namen. Alle diese Mittel sind „öffentlich bewirkt“ in ihrer Erscheinung und „öffentlich bedingt“ in ihrem Inhalt: so die Zeitung durch die unbegrenzte Öffentlichkeit, die sie sucht und anspricht, und durch ihren Nachrichtendienst, der öffentlichen Interesses ist und den Lesern eine Grundlage ihrer politischen Entscheidung bieten will<sup>1b</sup>.

<sup>1a</sup> „Massenmedien“ sind die technischen Mittel, die zur Massenkommunikation erforderlich sind, d. h. zur massenhaften, öffentlichen, indirekten und einseitigen Verbreitung von Aussagen an ein disperses Publikum. Vgl. dazu *Noelle-Neumann, Elisabeth*, u. *Schulz, Winfried*: Publizistik. Das Fischer-Lexikon Bd. 9. Frankfurt/M. 1971, S. 89 ff.; ferner: *Maletzke, Gerhard*: Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg 1963. Zum Überblick auch noch: *Dovifat, Emil* (Hrsg.): Handbuch der Publizistik. 3 Bde. Berlin 1968/69.

<sup>1b</sup> Die Rolle der Zeitung bei der Bildung politischer Überzeugungen hängt von vielerlei Faktoren ab, sie ist gradweise verschieden und oft kleiner, als angenommen wird. Die Frage nach ihrer Wirkung läßt sich, zumal angesichts der heutigen Omnipräsenz der Medien, keinesfalls global beantworten, sondern muß sehr differenziert be-

Darüber hinaus nimmt die Zeitung Stellung zu allem öffentlichen Geschehen, ob sie nun den Nachrichtenstoff entsprechend auswählt und darbietet oder im Leitartikel, der Glosse, der Kritik und in jeder Art von Kommentaren in die politische Meinungs- und Willensbildung unmittelbar eingreift. Sie spricht immer Gesinnungen an – sie mögen im einzelnen noch so umstritten sein – und leitet über sie zu Überzeugungen. Im aktiven Tun und Handeln finden sie dann im gegebenen Augenblick ihren Ausdruck und sei es nur in der Abgabe eines Stimmzettels. Sie bleiben also nicht nur Meinungen. Damit erst ist der publizistische Vorgang eindeutig vollzogen, durch öffentlich bedingte und öffentlich bewirkte Unterrichtung und Leitung über Gesinnungskräfte zu Überzeugung und zu Tun und Handeln hinzulenken.

In der Zeitungslehre wird uns nun die Öffentlichkeit in all ihren Erscheinungsformen fortlaufend begleiten. In ihr und durch sie erhält die Zeitung kraft ihres breiten Wirkens ihre öffentliche Aufgabe, die ihr auch gesetzlich zugesprochen ist (vgl. S. 33). Sie erhält sie aber bereits aus der Natur der Sache!

urteilt werden. Die ältere, vor allem in den Vereinigten Staaten entwickelte Wirkungsforschung hat die Wirkung der Massenmedien für gering gehalten und gemeint, diese verstärkten nur vorhandene Einstellungen und Meinungen. Wichtiger erschienen ihr dagegen noch die zwischenmenschlichen Kontakte. Vgl. die epochemachende Untersuchung: *Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard, u. Gaudet, Hazel: The People's Choice*. New York, London 1944. 3. Aufl. 1968. (Dt.: *Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens*. Neuwied, Berlin 1969). Der seinerzeit erstmals gemachte Befund, daß die Empfänger gemäß ihren individuellen Interessen und Prädispositionen aus dem Medienangebot auswählen („selektive Wahrnehmung“), ist inzwischen allerdings stark differenziert worden. Danach läßt sich vermuten, daß die Wirkung der Zeitung geringer ist als etwa die des Fernsehens, weil dort die Selektion durch medien-spezifische Merkmale – etwa den Ablauf der Botschaft in der Zeit – eingeschränkt ist. Die wichtigsten Befunde der älteren Wirkungsforschung sind beschrieben und dokumentiert bei: *Noelle-Neumann, Elisabeth: Wirkung der Massenmedien*. In: *Fischer-Lexikon Publizistik*, S. 316 ff.; *Dröge, Franz, Weissenborn, Rainer, u. Haft, Henning: Wirkungen der Massenkommunikation*. Münster 1969. Neuauf. Frankfurt/M. 1973. Zu den Ansätzen der neueren Wirkungsforschung: *Noelle-Neumann, Elisabeth: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt*. In: *Publizistik* 18 (1973), S. 26–55.

## Die Zeitung im öffentlichen Leben

Im öffentlichen Leben der freien Welt ist die Zeitung also ein Mittel sachlicher Unterrichtung und unabhängiger Meinungsbildung. Sie ist ein Organ der Demokratie, deren Aufstieg sie immer mitbestimmt und deren Niedergang sie immer mitverschuldet.

Totalitäre Systeme haben die Zeitung in ihrem Wesen umgekehrt. Sie haben aus ihr unter dem Vorwande volksgemeinschaftlicher Verpflichtung ein „Führungsmittel“ diktatorischer Staatsgewalt gemacht.<sup>1c</sup> Oder sie brauchen die Presse monopolistisch als „operatives Mittel“, als „Organisator und Agitator“ einer Einheitspartei.<sup>1d</sup> Diese gewaltsame Wende kann hier nicht dargestellt werden, sie wird nur im Vergleich herangezogen. Daß die totalitäre Presse als skrupellose Angriffswaffe unkontrollierter Gewalten gefährlich werden kann, sei nicht unterschätzt. Die beste Abwehr ist immer eine freie Presse von wirklicher innerer Unabhängigkeit, aber auch von wahrhaftigem, überzeugendem Wert, ein Zeitungswesen, das sich seines öffentlichen Auftrages bewußt bleibt und nicht der Versuchung vieler Mittel der Massenführung in der freien Welt verfällt, im Wettbewerb der Auflagen- und Anzeigeneinnahmen über dem Geschäft seine eigentliche Aufgabe zu vergessen.

<sup>1c</sup> Vgl. hierzu die Hinweise Bd. II, S. 249 und: *Hale, Oron J.*: Presse in der Zwangsjacke 1933–45. Düsseldorf 1965; *Abel, Karl-Dietrich*: Presselenkung im NS-Staat. Eine Studie zur Geschichte der Publizistik in der nationalsozialistischen Zeit. Berlin 1968. *Sänger, Fritz*: Politik der Täuschungen. Mißbrauch der Presse im Dritten Reich. Weisungen, Informationen, Notizen. 1933–45. Wien 1975.

<sup>1d</sup> Das sowjetische Pressesystem ist dargestellt bei: *Buzek, Anton*: Die kommunistische Presse. Frauenfeld 1965; *Herrmann, E. M.*: Zur Theorie und Praxis der Presse in der Sowjetischen Besatzungszone Deutschlands. Dokumente und Berichte. Berlin 1963; *Hüther, Jürgen*: Ideologische Beeinflussung durch die Massenmedien in der DDR. In: Rundfunk und Fernsehen 17 (1969), S. 360–374; *Koschwitz, Hans-Jürgen*: Pressepolitik und Parteijournalismus in der UdSSR und der Volksrepublik China. Düsseldorf 1971.

# 1. Die Einheit des Zeitungsunternehmens

## 1.1 Einheit der Kräfte

Die Zeitung steht *frei* im öffentlichen Leben. Sie erfüllt eine *öffentliche Aufgabe*. Nach diesen Grundsätzen entwickelt sich das Zeitungswesen der freien Welt aus einer publizistischen Gesinnung. Sie ist unterschieden in Ursprung und Richtung. Sie mag sich erfüllen in solider und sachlicher Nachrichtenarbeit oder politisch und weltanschaulich kämpfend. Oft verbindet sie beides zu einer charaktvollen Einheit. Die Zeitung kann sich auch in bloß profitsüchtiger Sensationsmache überschreien. Auch dann offenbart sie Gesinnung, eine eher negative allerdings. Ob nun positiv oder negativ, was immer umstritten ist, jede Zeitung zeigt eine Gesinnungshaltung. Das ist in ihrer Natur begründet und der Maßstab ihres eigentlichen Wertes.

Es gibt mehr als hundert Begriffsbestimmungen der Zeitung. Je erschöpfender sie sind, um so unverständlicher werden sie. Bringt man ihre zahlreichen Kennzeichen rein äußerlich auf einen letzten Nenner, so kann man sagen:

*Die Zeitung vermittelt jüngstes Gegenwartsgeschehen in kürzester regelmäßiger Folge der breitesten Öffentlichkeit.*

Jede dieser drei Aufgaben steht im letzten Steigerungsgrad. Das heißt, jedes dieser Merkmale wird gänzlich verschieden sein nach Zeit und Ort, nach Zahl, Nachrichtenbedarf und geistiger Lage der Leserschaft, nach der Schnelligkeit des Nachrichtenlaufes, der graphischen Vervielfältigung und den wirtschaftlichen Möglichkeiten des Verlages. Jede der drei Aufgaben ist durch diese politischen und wirtschaftlichen Gegebenheiten stark beeinflusst worden. So haben sich Zeitungstypen sehr verschiedener Art herausgebildet. Näher betrachtet, werden sie uns zu einer ergänzten Begriffsbestimmung führen,

die dann auch die öffentliche Aufgabe der Zeitung gebührend hervorhebt (vgl. S. 74).

Zunächst werden die drei Hauptaufgaben im allgemeinen betrachtet.

### 1.1.1 Jüngstes Gegenwartsgeschehen

Jüngstes Gegenwartsgeschehen (Aktualität) zu vermitteln, ist die Aufgabe der Zeitung.<sup>10</sup> Diese Aufgabe prägte das Wort Zeitung. Die angelsächsische Wortwurzel heißt: „getidan“ = sich zutragen, sich abspielen. Es steckt immer allerjüngstes, dramatisches, allgemein interessierendes Geschehen darin. Die sprachgeschichtliche Entwicklung zeigt das. Schon der ältere niederdeutsche Begriff „tidung“ und das spätmittelhochdeutsche „zidung“ strahlten überall eine erregende, neuigkeitstragende Kraft aus, längst ehe man an die Übermittlung jüngsten Zeitgeschehens durch Satz und Druck dachte. Oft wird er auf Kampf- und Reiseberichte angewandt. Ein Sensationsbericht über die Schlacht bei Murten vom Jahre 1476, dem Vers und Melodie des Volksliedes die moderne Vervielfältigungstechnik ersetzen, beginnt mit dem Vers:

„Die Zeitung flog von Land zu Land  
Vor Murten liegt Burgund  
Und jeder eilt fürs Vaterland  
Zu streiten mit Burgund.“

So war die Bedeutung des Wortes Zeitung mit dem Begriff „Nachricht“ gleichzusetzen (vgl. S. 76). Doch ist dieses Wort

<sup>10</sup> Daß mit dem Begriff der Aktualität nicht nur das chronologische Merkmal der Gegenwartsnähe und Neuigkeit eines Geschehens bezeichnet ist, sondern daß er wesentlich den Aspekt des subjektiven Interesses und der Aufmerksamkeit beim Rezipienten mit einschließt, dies hat die neuere einschlägige Literatur stärker betont. Aktualität bezieht sich demnach auf die Spannung zwischen Subjekt und Objekt, zwischen persönlichem Interesse und jüngstem Gegenwartsgeschehen. Vgl. hierzu: *Schmolke, Michael*: Thesen zum Aktualitätsbegriff. In: *Publizistik im Dialog*. Festgabe für Henk Prakke. Assen 1965, S. 119–129; *Merten, Klaus*: Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft. In: *Publizistik* 18 (1973), S. 216 bis 235. *Merten* weist darauf hin, daß die Merkmale Aktualität und Publizität nicht unabhängig voneinander sind.

blasser und späteren Ursprungs. Als jüngstes Zeitgeschehen zum erstenmal durch Schrift und Druck Verbreitung fand, erhielten solche ersten aktuellen Fixierungen den Namen „Zeitung“. Wer Nachrichten suchte und zur schriftlichen oder gedruckten Verbreitung brachte, der hieß „Zeitunger“, eine nicht im Kurs gebliebene Berufsbezeichnung. Auch in anderen Sprachen zeigt schon die Wortwurzel des Begriffs, daß neues und jüngstes Geschehen verbreitet werden soll. Davon zeugen die im Englischen üblich gewordene Bezeichnung „News“ („newes“, „news letters“, „news writers“) und das französische „nouvelles“, „nouvelliste“. Auch der andere romanische Sprachstamm „Diurnale“, „Diario“, „Giornale“, „Journal“ zeigt die Verbindung mit dem „Tag“, dem Zeitabschnitt, der vor Erfindung elektrischer Nachrichtenmittel für die gewöhnliche Nachrichtenübermittlung das *kürzeste* Zeitmaß war. Denn darauf kommt es an. Es liegt im Wesen der Zeitung, immer das allerjüngste Gegenwartsgeschehen zu vermitteln. Daher steht auch heute noch, wenn es sein muß, die „Sonderausgabe“, das „Extrablatt“ neben der alltäglichen Zeitung, so wie früher die „Extra-Ordinari-Zeitung“ neben der „Ordinari-Zeitung“. Die Zeitung läßt sich in dieser schnellsten Übermittlung letzten Gegenwartsgeschehens aus allen Lebensgebieten von keinem geschriebenen Nachrichtenmittel schlagen.

Allerdings ist die Zeitung bei dem Streben nach möglichst großer Aktualität den elektronischen Medien Hörfunk und Fernsehen heute grundsätzlich unterlegen. Diese haben nämlich einen Aktualitätsvorsprung, weil ihre Mitteilungen über Funkwellen unmittelbar übertragen werden können und nicht notwendig erst gespeichert und dann mechanisch vertrieben werden müssen. Im Gesamtangebot scheint die Tageszeitung gleichwohl oft sogar mehr an tagesaktueller Information zu enthalten.<sup>2</sup> Aus dem prinzipiellen Aktualitätsrückstand der Presse ergeben sich im übrigen gewisse Folgen für eine sinn-

<sup>2</sup> Uwe Magnus hat in einer älteren Untersuchung den Inhalt einer Tageszeitung („Die Welt“) mit dem Programm des Deutschen Fernsehens (ARD) verglichen und festgestellt, daß das Fernsehen zwar Inhalte von totaler (5,3 %) und höchster (8,7 %) Aktualität sen-

volle Funktionsbestimmung und -teilung der Medien. So fällt der Zeitung heute immer mehr die Aufgabe zu, weiterführend und vertiefend über die Hintergründe von Nachrichten zu berichten. Sie vermag am ehesten zur kritischen Prüfung von Ereignissen und Zusammenhängen anzuregen, die in den Funkmedien meist nur schlaglichtartig vorgeführt werden können. Schließlich zeichnet sich die Zeitung nicht nur durch die Vielfalt ihres aktuellen Inhalts aus, sondern ebenso durch dessen Dauerhaftigkeit: Sie bewährt sich im Wettstreit mit den neuen elektronischen Mitteln als „täglich neu greifbare Urkunde“ und kann somit eine „Archiv-Funktion“ erfüllen.<sup>3</sup> Dieser Wettstreit hat die geistige Lebendigkeit nur gefördert.

Die schnellste Übermittlung *allgemeinen* Zeitgeschehens ist auch das wichtigste Unterscheidungsmerkmal der Zeitung gegenüber der *Zeitschrift*. Die Zeitung unterhält einen Nachrichtendienst mit der Aufgabe *allgemeiner*, d. h. universeller Tatsachenberichterstattung aus allen Lebensgebieten (Begriff der „Zeitschrift“ vgl. S. 23). Die Zeitung geht ganz und gar auf die schleunigste Übermittlung neuester Nachrichten *aller* Art aus, wenn auch die Schnelligkeit der Veröffentlichung immer von ganz bestimmten technischen, geistigen und wirtschaftlichen

dete, daß aber ein Großteil der Sendungen (44,7 %) überhaupt keine publizistische Aktualität besaß. „Die Welt“ erreichte dagegen zwar nur bei 0,2 % ihres Inhaltes höchste Aktualität (und naturgemäß keine totale Aktualität), aber 74,3 % des von ihr veröffentlichten Stoffes besaß Tagesaktualität. Vgl. *Magnus, Uwe*: Periodizität, Aktualität und Universalität im Fernsehen und in der Presse. In: *Rundfunk und Fernsehen* 13 (1965), S. 167–172.

<sup>3</sup> Allerdings zeichnet sich die Möglichkeit ab, daß diese Unterschiede zwischen den Druck- und Funkmedien in der Zukunft schwinden, wenn man an die Entwicklung der Bildschirmzeitung oder der Faksimilezeitung denkt. Hier werden schon seit längerem verschiedene Systeme technisch erprobt, vor allem in den USA, England und Japan. Offen ist noch, inwieweit dabei ein neues Medium entsteht und welche Folgen dies für die Zeitung in der heutigen Form haben wird. Vgl. *Roegele, Otto B.*: Die Zukunft der Massenmedien. Osnabrück 1970; *Magnus, Uwe* (Hrsg.): Massenmedien in der Prognose. Konzepte und Modelle für die Zukunft. Berlin 1974; *Ratzke, Dietrich*: Netzwerk der Macht – Die neuen und die alten Medien im Zeitalter der Kabelkommunikation. Frankfurt/M. 1975.

Voraussetzungen abhängig ist. Maßgebend bleibt in jedem Fall der Wille, daß sie jüngstes, das heißt – unter den obwaltenden Voraussetzungen – das erreichbar jüngste Zeitgeschehen aller Lebensgebiete verbreitet durch die ihr eigenen schnellarbeitenden Mittel der Vervielfältigung.

Sofort erhebt sich jetzt die Frage: warum – nach dieser Forderung – die Zeitung nicht unmittelbar immer dann erscheint, wenn die Nachrichten einlaufen, was bei der heutigen Nachrichtentechnik eigentlich fortwährend geschieht. Hier zeigt sich die enge Bindung des ersten Merkmales der Zeitung an die beiden anderen. Die Zeitung erscheint in einer gewissen Regelmäßigkeit, die zwar durch den Drang, jüngstes Zeitgeschehen zu berichten, in kürzester Folge vor sich zu gehen hat, aber darin an eine Reihe weiterer Voraussetzungen gebunden ist.

### 1.1.2 Kürzeste, regelmäßige Folge

Weil die Zeitung in kürzester, regelmäßiger Folge (Periodizität) erscheint, ist sie „der Sekundenzeiger der Weltgeschichte“ (Schopenhauer). Dieses Bild trifft zu. So wie der Sekundenzeiger auf dem Zifferblatt den mit bloßem Auge gerade noch sichtbaren Zeitabschnitt in immer gleicher Regelmäßigkeit überspringt und ihn durch scheinbares Verweilen auf dem Sekundenstrich begrenzt, so erscheint die Zeitung – und darin unterscheidet sie sich etwa vom Flugblatt und dem Plakat – in einer Regelmäßigkeit, die so *kurz* ist, wie es die Technik der Nachricht, der Vervielfältigung und der Verbreitung sowie deren wirtschaftliche und geistige Voraussetzungen zulassen. Auch hier kann somit keine absolute Angabe willkürlich gesetzt werden. Nur bei außerordentlichen Nachrichten wird, im Dienste der Aktualität, die Regelmäßigkeit des Erscheinens einmal unterbrochen (Extrablatt). Denn in dieser Regelmäßigkeit ruht ein gut Teil der Bindungen, die den Leser mit der Zeitung verknüpfen und auf denen sich in weitem Maße nicht nur die kumulative Wirkung, sondern auch die wirtschaftliche Kraft der Zeitung aufbauen. Die Zeitung konnte erst dann regelmäßig erscheinen, als die Nachrichtenquellen in einem gewissen Rhythmus flossen, d. h. seit Einführung eines regelmäßigen

Postdienstes.<sup>4</sup> In diesem Sinne heißt die Post mit Recht die „Mutter der Zeitung“. Erst die Regelmäßigkeit und der Rhythmus des Erscheinens verbanden die Zeitung eng mit der Lebensgewohnheit des Menschen. Sie gaben der Zeitung ihr „*Publikum*“. So wurden die einzelnen Leser durch die Zeitung Angehörige einer durch gleiche Aufmerksamkeit gebundenen Gruppe. Der Leser erwartet die Zeitung. Er ist gespannt und aufnahmebereit. Die Zeitung kommt immer wieder, und sie kommt zur gleichen Stunde. So kann sie, z. B. in allen Dingen der Meinungswerbung, aus ihrer inneren Natur heraus eines der ersten Gesetze jeder Werbung, auch der politischen Werbung, anwenden: das Gesetz der hämmernden, d. h. der immer erneut vorgenommenen Wiederholung. Dieses Gesetz aber gilt nicht nur für die redaktionell geführte Information und Meinungsbildung, es kommt ebenso der *Anzeigenwirkung* und damit der wirtschaftlichen Seite der Zeitung zugute (Vgl. II, S. 192).

An sich hat jede Zeitung das Bestreben, die regelmäßigen Erscheinungsfristen so kurz wie möglich anzusetzen. Sie ist aber dabei nicht nur von der Stärke des Nachrichtenzufusses abhängig, sondern ebenso von der verfügbaren Zeit, der Aufnahmefähigkeit und dem geistigen Interesse des Leserkreises, den Kosten des Druckes und der Verbreitung. Landzeitungen pflegten früher vor allem im Sommer weniger häufig als im Winter zu erscheinen, weil die Sommerarbeit in der Landwirtschaft zur Lektüre eines *täglich* erscheinenden Blattes weniger Zeit ließ. Auch des Preises und des Anzeigeneinganges wegen und aus anderen Gründen halten manche Blätter zurück, so häufig zu erscheinen, wie der Nachrichtenstrom es ihnen an sich ermöglicht. Nur wenige im Boulevardstil für den Straßenverkauf aufgemachte Massenblätter können es sich, vor allem in England und Amerika, erlauben, mit täglich mehreren Ausgaben auch in der Veröffentlichung mit dem Tempo des Nachrichtenzustroms Schritt zu halten. Die „*kürzeste Frist*“ ist im

<sup>4</sup> Vgl. hierzu: *Lindemann, Margot*: Deutsche Presse bis 1815. Geschichte der deutschen Presse Teil 1. Berlin 1969. Zur Geschichte der Post: *Piendl, Max*: Thurn und Taxis 1517–1867. Zur Geschichte des fürstlichen Hauses und der Thurn und Taxisschen Post. Frankfurt/M. 1967. (Archiv f. dt. Postgeschichte Heft 1, 1967).

allgemeinen also nur in bezug auf andere, mit der Regelmäßigkeit des Erscheinens zusammenhängende Bedingungen zu verstehen. Zu den geistigen treten wirtschaftliche und technische Bedingungen, die die Erscheinungsfrist bestimmen. Sie ist auch sehr wesentlich abhängig von der Breite der Öffentlichkeit, an die das Blatt herankommt, sowie von besonders aktuellen Ereignissen. So geben große Zeitungen in den Nächten nach wichtigen Parlamentswahlen oft mehrere aktualisierte Ausgaben heraus, um den jeweils neuesten Stand der Hochrechnungen oder Wahlergebnisse mitzuteilen.

Bedeutsam ist daher das dritte und letzte Wesensmerkmal.

### 1.1.3 Breiteste Öffentlichkeit

Die Zeitung in Nachricht und Bericht vermittelt das jüngste Zeitgeschehen der breitesten Öffentlichkeit. Theoretisch ist diese Öffentlichkeit für die Zeitung unbegrenzt. Ihre Weite kann überhaupt nicht genug ausgedehnt werden. Das ist ein entscheidendes Merkmal der Zeitung, die Quelle der tausendfältigen Beziehungen, die sie mit allen Lebensgebieten anknüpfen und pflegen muß. Das ist die Ursache auch für die sehr ernst zu nehmenden, den Typ der Zeitung prägenden Beziehungen zur *Staatsgewalt*, so daß „öffentlich“ hier auch im Gegensatz zu „Geheimhaltung“ steht.

Die Größe dieser Öffentlichkeit bleibt aber in der allgemeinen Begriffsbestimmung beweglich. Sie ist abhängig von der Bevölkerungsziffer, der Aufnahmebereitschaft des Publikums, der Werbewirkung des Blattes, seiner geistigen Richtung, seinem politischen Wollen, seiner Aufmachung, seinem Preis und von vielem anderen mehr. Unerlässlich aber bleibt, daß *jeder ungehindert die Zeitung lesen und ihren Inhalt aufnehmen kann*, daß die Information prinzipiell jedermann zugänglich ist. Vereins-„zeitungen“ sind niemals Zeitungen. Politische Wochenblätter ohne universellen und aktuellen Nachrichtendienst sind ebenfalls keine „Zeitungen“, mögen sie sich auch so nennen. Ebenso wenig sind Briefe oder Korrespondenzen Zeitungen, auch wenn sie regelmäßig erscheinen und höchst aktuell sind. Kann nicht jeder in den Empfängerkreis treten, ist dieser Kreis