

THEORIE UND GESCHICHTE DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Stefanie Averbeck / Arnulf Kutsch (Hrsg.)

Zeitung, Werbung, Öffentlichkeit

Biographisch-systematische Studien zur
Frühgeschichte der Kommunikationsforschung

Herbert von Halem Verlag

Vorwort

Die moderne Zeitung, Werbung und Öffentlichkeit sind seit der Wende zum 20. Jahrhundert Gegenstände akademischer Forschung. Diese frühe Kommunikationsforschung selbst ist wiederum ein Untersuchungsgegenstand der Fach- und Theoriengeschichte der Kommunikationswissenschaft, deren Forschungsstand inzwischen recht umfassend ist; seit Mitte der 1970er-Jahre sind zahlreiche Forschungsarbeiten, vor allem Dissertationen, teilweise auch Magisterarbeiten zur Institutionalisierung und zur Ideengeschichte der Zeitungskunde/-wissenschaft erschienen (vgl. exemplarisch STRAETZ 1984; MAORO 1987; HACHMEISTER 1987; GROSSE 1989; KLOSE 1989; SZYSZKA 1990; HEUSER 1994; AVERBECK 1999; GÖPPNER 2004; KLEIN 2004), neuerdings ferner einzelne Studien zur Geschichte der Werbeforschung (vgl. LIEBERT 2003; REGNER 2003).

Dieser Band umfasst fünf Einzelstudien, die jedoch nicht zusammenhangslos sind. Sie zeichnen die Ausdifferenzierung theoretischer und methodologischer Orientierungskomplexe der frühen Kommunikationsforschung nach und verweisen zugleich auf deren internationale Strömungen und Entwicklungen. Robert E. Park, der die Chicago School of Sociology begründete, formulierte in seiner Heidelberger Dissertation aus dem Jahre 1904 wegweisende Überlegungen zu einer Theorie der Öffentlichkeit. Sein Wiener Zeitgenosse Victor Mataja erkannte Werbung als Kommunikationsform und verfasste darüber 1910 das Standardwerk seiner Zeit. Auf Park und Mataja beriefen sich die Zeitungswissenschaftler der Weimarer Republik. Deren Themen bildeten neben anderen die Pressestatistik und die Frühgeschichte der Presse. Aus diesen Forschungsfeldern stellt der Band den innovativen Ansatz von Günther Ost

zur Methode der Stichtagserhebung und die grundlegenden Studien von Johannes Kleinpaul zum Nachrichtenwesen des 16. und 17. Jahrhunderts vor. Nicht nur durch Robert E. Park internationalisierte sich die frühe Kommunikationsforschung: Ono Hideo »importierte« das Modell der deutschen Zeitungswissenschaft in den 1920er-Jahren an die Universität Tokyo, wobei er maßgeblich durch den Leipziger Zeitungswissenschaftler Karl Bücher (1847-1930) und dessen jüngeren Münchner Fachkollegen Karl d’Ester (1881-1960) angeregt wurde.

Es sind hier also »größere« und »kleinere« Namen vertreten, der bekannte Klassiker der Soziologie ebenso wie der Außenseiter und Privatforscher. Da wir von der ideengeschichtlichen Bewegung ausgegangen sind und nicht davon, wer im Zentrum des fachlichen Institutionalierungsprozesses stand, sollen die Einzelstudien auch verdeutlichen, dass Wissenschaftsforschung sich nicht nur mit den »großen« Namen befassen darf, nicht nur mit den institutionell erfolgreichen Innovatoren und Entscheidern. Es waren zwar zumeist Professoren, die gerade für die Entwicklung der Sozialgestalt¹ einer Wissenschaft zentrale Bedeutung erlangten, zumal in der sich seit den 1920er-Jahren in Deutschland formierenden Zeitungskunde und ihren Nachfolgedisziplinen (vgl. KUTSCH/PÖTTKER 1997: 10; MEYEN/LÖBLICH 2004: 19), aber sie denken und arbeiten – weder heute noch in der Vergangenheit – in einem sozialen oder theoretischen Vakuum. Deshalb ist es erforderlich, ihre Peripherie oder, wie Uwe Dathe (1999) schreibt, ihren »Kontext« systematisch einzubeziehen. Folglich fordert die Wissenschaftsforschung neuerdings gerade Milieu-, einschließlich Mikrostudien zu Einzelforschern und deren Kontexten, die auch die Marginalen der Wissenschaftsgeschichte und ebenso die vergessenen Forscher sowie ihre abgesunkenen, aber in der Genese von Einzelwissenschaften nicht unbedeutenden Ideen und Werke berücksichtigen (vgl. KÄSLER 1984; THIEME 1990; KUTSCH 1996; PECKHAUS/THIEL 1999; SZÖLLÖSI-JANZE 2000; BOURE 2002). So war auch der Presseforscher Günther Ost ein Anreger: Ohne irgendeine universitäre Stellung innezuhaben, veröffentlichte er in der Zeitschrift *Zeitungswissenschaft* die meisten Artikel, die ein Einzelforscher bis zum Ende der Weimarer Republik zu diesem 1926 gegründeten Fachorgan beitrug. Seine Studien waren disziplingeschichtlich bedeutsam, weil sie u.a. Überlegungen zu pressestatistischen Verfahren vorwegnahmen, die erst in den 1950er-Jahren tatsächlich umgesetzt wurden.

1 Die Dialektik zwischen Sozial- und Ideengestalt einer Wissenschaft expliziert Wolf Lepenies (1981), an dem wir uns orientieren.

Die fachhistorische Entwicklungsphase, welche die hier präsentierten Studien betrifft, fällt in das Stadium der akademischen Einzelforschung, wie es Terry N. Clark (1974) in seinem Stadienmodell der Institutionalisierung wissenschaftlicher Disziplinen bezeichnete. In dieser Phase begann sich die Forschung allmählich über den Zwischenschritt der »Amateurwissenschaft« zu vernetzen und schließlich zur »entstehenden Wissenschaft« zu entwickeln. Noch mitten in diesem dynamischen Institutionalisierungsprozess entstanden bereits solche Denkmotive oder »Orientierungskomplexe«,² die die Kommunikationswissenschaft teilweise noch heute bestimmen. Erst 1926 erlangte die Zeitungswissenschaft ihre erste ordentliche Professur, an der Universität Leipzig, wo Karl Bücher das erste zeitungskundliche Institut bereits zehn Jahre zuvor gegründet hatte. Allein das macht deutlich, dass sich biographisch-systematische Zuordnungen auf institutioneller Ebene kaum vereinheitlichen lassen: Ob jemand Privatforscher, Doktorand oder außerplanmäßiger Professor war, blieb in der Phase der akademischen Einzelforschung oft ebenso unabhängig von seinen theoretischen Vorstellungen wie davon, wie stark diese rezipiert, aufgenommen und fortentwickelt wurden. Diese These muss selbstverständlich weiter überprüft werden. Die Studien dieses Bandes legen jedoch nahe, dass »institutionelle Außenseiter« bisher in der fachgeschichtlichen Forschung zu sehr vernachlässigt wurden. – Was ist ein Kommunikationsprozess? Wie spielen darin interpersonale und öffentliche Kommunikation zusammen? Was sind Faktoren der Wirkung von Presse oder auch von Werbung auf ihr jeweiliges Publikum? Wie ist dieses beschaffen, was bringt es selbst in den Kommunikationsprozess ein? Solche Fragen haben die Presse- und Werbeforscher von Anfang an beschäftigt, die protoinstitutionellen Außenseiter ebenso wie später die ersten Professoren. Außenseiter können gleichwohl Experten in bestimmten Fachgebieten sein (vgl. auch KOENEN 2005).

Der Zugriff der Studien ist biographisch und systematisch. Wir haben die Autoren gebeten, Werkanalysen und Biographien aufeinander zu beziehen. Es handelt sich also nicht um Milieustudien im engeren Sinne, obschon Fragen des wissenschaftlichen Milieus jeweils einbezogen werden. Zeittypisch handelt es sich dabei einmal um das geisteswissenschaftliche Milieu, das sich vor allem mit der ersten Generation der Zeitungskundler und -wissenschaftler verband. Bislang nur wenig beachtet

2 Den Begriff übernehmen wir von Peter Weingart (1976: 33ff.), der Orientierungskomplexe auf einer Ebene unterhalb von Paradigmen ansiedelt.

und erforscht, hat es sich als ein Milieu von Nachwuchswissenschaftlern mit unterschiedlicher disziplinärer Herkunft ausgebildet. Andererseits geht es um das sozialwissenschaftliche Milieu, das sich seit etwa 1927 deutlich, und zwar interdisziplinär zwischen Zeitungswissenschaft und Soziologie ausdifferenzierte (vgl. AVERBECK 1999). Ein dritter Milieufaktor ist für die vorliegenden Studien nicht von unmittelbarer Bedeutung: Gemeint ist die erzwungene Emigration und Flucht von Zeitungswissenschaftlern aus Deutschland nach der nationalsozialistischen Machtergreifung sowie andererseits die Anpassung wiederum anderer Zeitungswissenschaftler an die neuen politischen und dogmatischen Gegebenheiten des NS-Regimes bis hin zur Selbstgleichschaltung, welcher das Fach Zeitungswissenschaft insgesamt im Verlauf der 1930er-Jahre unterlag und mit ihm seine Forschungsgegenstände (vgl. KUTSCH 1984; AVERBECK 1999: 102-144; DUCHKOWITSCH/HAUSJELL/SEMRAD 2004). Dieser Bruch in der Fachgeschichte wird hier zwar nicht thematisiert, er schwingt gleichwohl indirekt mit. Denn die meisten theoretischen Denkansätze und methodischen Vorschläge, die im Fach bis zum Beginn der 1930er-Jahre entwickelt worden waren, wurden während der nationalsozialistischen Diktatur diskreditiert und gerieten in Vergessenheit.

* * *

Hans Wagner hat die These aufgestellt, dass für die frühe Zeitungskunde verschiedene Formalobjekte kennzeichnend waren, die sich immer stärker auf die Frage nach der publizistischen Wirkung zuspitzten (vgl. WAGNER 1989: 78ff.) und zwar insbesondere unter dem Eindruck der Propaganda während der beiden Weltkriege (die Generationenerfahrung bildeten). Historisch betrachtet fallen die wissenschaftlichen Arbeiten der hier behandelten Persönlichkeiten teilweise in die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg, teilweise in die Zwischenkriegszeit. Die Unterschiedlichkeit ihrer Formalobjekte, aber auch der gemeinsame Nexus ihrer Problemdefinitionen werden deutlich: Was ist öffentliche Kommunikation? Und wie verhalten sich folglich ›Gesellschaft‹ und ›Kommunikation‹ zueinander?

Formalobjekte lassen sich mit Peter Weingart auch als kognitive Orientierungskomplexe bezeichnen (vgl. WEINGART 1976: 33ff.). Dabei handelt es sich um wissenschaftliche Denkmotive analytischer und normativer Provenienz, die sich gegenseitig strukturieren. Diese Wechselwirkung zwischen werthafter Annahmen und empirisch gestützter

(Alltags-)Beobachtung durchzieht die Arbeiten der hier behandelten Wissenschaftler. In Anlehnung an Thomas S. Kuhn und Stephen Toulmin hat Weingart auf die Wandelbarkeit von Orientierungskomplexen und ihre innere Dynamik in Abhängigkeit von externen, sozialen Faktoren der Wissenschaft aufmerksam gemacht. Gerade dieser Gesichtspunkt legitimiert die Betrachtung der frühen Kommunikationsforschung und macht sie für uns so interessant: Fach- und Theoriengeschichte sind stets auch Instrumentarien der aktuellen disziplinären Selbstvergewisserung. Wie wir aus der noch längst nicht abgeschlossenen Aufarbeitung der Zeitungswissenschaft des ›Dritten Reiches‹ wissen, sind sie das nicht zuletzt unter fachethischen Prämissen.

Weingart (1976: 42f.) beschreibt den Wandel von Orientierungskomplexen als langfristigen Prozess. Selbst wenn Inhalte sich ›revolutionär‹ (im Sinne Kuhns) ändern, erfolgt dies doch zumeist nicht ohne einen zeitlichen Vorlauf, eine kognitive ›Vorgeschichte‹. So besehen, mag man umgekehrt formulieren: Um aktuelle Denkinhalte der Kommunikationswissenschaft, als Beispiel sei der so genannte ›aktive Rezipient‹ angeführt, zu verstehen, ist die Wandelbarkeit eines derartigen Orientierungskomplexes einzurechnen.³ Ein ›aktiver‹ Rezipient ist etwas anderes, wenn man ihn sich gegenwärtig aus konstruktivistischer oder aus handlungstheoretischer Sicht besieht. Können wir solche Denkmotive heute auf Basistheorien, wie Handlungs- oder Systemtheorien, zurückführen (vgl. etwa BURKART/HÖMBERG 2004), geht das für die fachgeschichtliche Entwicklungsphase von der Jahrhundertwende bis zum Beginn der 1930er-Jahre nicht. Damals differenzierten sich Denkmotive wie ›Publikum‹ und ›Leserschaft‹ zeitgleich mit der Ausarbeitung der soziologischen Handlungstheorie etwa von Max Weber (1864-1920) oder mit der formalen Beziehungslehre von Georg Simmel (1858-1918) aus. Bezüge auf die Theorien von Simmel oder Weber, insbesondere auf ihre Soziologie der Gruppe und der Handlung, finden sich in den Studien der Nachwuchswissenschaftler aus dem bereits erwähnten sozialwissenschaftlichen Milieu der Weimarer Zeitungswissenschaft ebenso wenig zufällig (vgl. AVERBECK 1999), wie andererseits Weber sowie weitere Soziologen und Nationalökonomien, etwa Ferdinand Tönnies (1855-1936) und Karl Bücher, erkannten, dass Presse und öffentliche Meinung nicht einfach nur Produkte von ›Gesellschaft‹ darstellen, sondern deren Prozesse elementar mitbestimmen (vgl. BÜCHER 1906; WEBER 1910;

3 Damit wird der Wissenschaftsprozess selbst als generell unabgeschlossen angenommen. Außerdem muss er nicht progressiv verlaufen.

TÖNNIES 1922).⁴ Die historisch parallel vorgenommenen Differenzierungen in der Beobachtung von Phänomenen wie öffentliche Meinung, Publikum oder Zeitung einerseits, und sozialwissenschaftlicher Basistheorien auf der anderen Seite, lassen sich zudem im Werk von Robert E. Park feststellen.

Die Ausdifferenzierung eines Formalobjektes für die Kommunikationswissenschaft in Deutschland durchlief vier Phasen, die wir als ›Problemidentifizierung‹ (ca. 1890 bis 1925), ›Problemdefinition‹ (1925 bis 1933), ›ideologische Überformung des Problems‹ (1933 bis 1945) und schließlich als seine ›Rekonstruktion durch die Publizistikwissenschaft‹ (1945 bis ca. 1960) bezeichnet haben (vgl. AVERBECK/KUTSCH 2004). Die Studien dieses Buches bewegen sich in der ersten Phase, die wir folgendermaßen charakterisierten: ›Ein Konsens über das Formalobjekt und damit über die exklusive wissenschaftliche Erkenntniskompetenz zur Lösung von problemspezifischen Fragestellungen ist noch nicht erreicht‹ (ebd.: 58). Allerdings zeichnete sich schon die gesellschaftliche Funktion der Zeitung, insbesondere ihre langfristigen strukturellen und ihre kurzfristigen kognitiven Wirkungen, als die zentrale Erkenntnisperspektive ab. Das bestätigen die vorliegenden Studien und darüber hinaus verweisen sie darauf, dass die Phasen der Problemidentifizierung und -definition fließend ineinander übergingen. Letztere war in gewisser Weise das Ergebnis der schon in der ersten Phase gewonnenen Problematisierungen. In der zweiten Phase bildeten sich dann Denk-Milieus aus, und zwar nicht nur innerhalb und um die inzwischen gegründeten Institute des neuen Faches und seine personellen Integrationsfiguren wie Emil Dovifat (1890-1969) oder Karl d'Estes, sondern auch als ›invisible colleges‹ im Sinne von interdisziplinären Zitationsmilieus, die sich zwischen Zeitungswissenschaft und Soziologie vor allem in den Dissertationen von Nachwuchswissenschaftlern nachweisen lassen (vgl. AVERBECK 1999).

Wie sich an der Rezeptionslinie Robert E. Park/Gerhard Münzner zeigen lässt, griffen Weimarer Zeitungswissenschaftler auf ältere Theorieansätze zurück. So baute Gerhard Münzner (1904-1958) auf der Heidelberger Dissertation von Park auf und schrieb als Student der Nationalökonomie bei Alfred

4 Zu Karl Bücher, Max Weber und Ferdinand Tönnies vgl. weiterführend HENNIS 1995; KUTSCH 1988a, 2002; PÖTTKER 1993, HARDT/SPLICHAL 2000; SPLICHAL 1999; verwiesen sei ferner insbesondere auf Hardt (2001) und Rühl (1999), die in Einzelstudien nachzeichnen, wie Gesellschaftstheorie und damals ›neue‹ Forschungsgegenstände wie Presse und Öffentlichkeit im Verlaufe des ersten Drittels des 20. Jahrhunderts allmählich aufeinander bezogen wurden. Zu den ähnlich verlaufenden Erkenntnisprozessen in Großbritannien sowie in den Vereinigten Staaten von Amerika vgl. DELIA 1989; BROKS 1996; HAMPTON 2001, 2004a, b.

Weber (1868-1958), ebenfalls in Heidelberg, eine bahnbrechende Dissertation über öffentliche Meinung (vgl. MÜNZNER 1927). Die Studie wurde sehr breit rezipiert, ohne dass Münzner jemals als akademischer Lehrer tätig gewesen oder in elitären Forscherzirkeln aufgetreten wäre. Er hat nicht einmal viel publiziert. 1933 musste er aus Deutschland fliehen und war nie wieder zeitungswissenschaftlich oder soziologisch tätig (vgl. AVERBECK 1999: 239-262). Das Beispiel stärkt die These, wonach Outsider Insider werden oder sein können, indem sie die vordergründig sichtbare, institutionalisierte Sozialgestalt einer Wissenschaft in gewisser Weise ›unterwandern‹ und so Paradigmen (im Sinne des ›soziologischen Paradigmas‹ von Kuhn oder des Orientierungskomplexes von Weingart) ihrerseits mitbestimmen.⁵ Solche Prozesse lassen sich nicht beschreiben, wenn man von den Institutionen ausgeht und lediglich untersucht, wer in ihnen gearbeitet und was er veröffentlicht hat. Vielmehr ist es erforderlich, Milieu- und Mikrostudien hinzu zu ziehen, die genau umgekehrt fragen: Gab es institutionell marginale Wissenschaftler, die aber auffällig oft zitiert wurden? Neben solchen Mikrostudien ist es ferner erforderlich, Wissenschaftlergenerationen genauer zu betrachten und zu beschreiben. Dieser Ansatz stellt noch immer ein Forschungsdesiderat der kommunikationswissenschaftlichen Fachgeschichte dar.

Wissen transformiert sich durch Kommunikation und umgekehrt. Das ist eine Erkenntnis der neueren Wissenssoziologie (vgl. MANHEIM 1972; PÖTTKER 1995). So können alte Standortgebundenheiten gelöst und neue geschaffen werden. Doch schon für Karl Mannheim (1893-1947), einen der ›Ahnherren‹ der Wissenssoziologie, waren solche Standortgebundenheiten nicht etwa nur ideologisch, sondern in einem viel weiteren Sinne durch Sozialisation bedingt und zudem wandelbar: Standortgebundenheiten, etwa Generationen, lassen sich mithin nicht nur systematisch, sondern auch historisch beschreiben (vgl. MANNHEIM 1929; 1931). ›Generation‹ im Sinne der Wissenschaftlergeneration zählt heute zu den Ebenen der Sozialgestalt, die maßgeblich auf die Ideengestalt zurückwirken. Dabei bezieht sich der Generationenbegriff einerseits auf die für eine Alterskohorte typischen, wissenschaftsexternen Sozialisationsbedingungen und Erfahrungen, andererseits auf die wissenschaftsinterne Sozial- und Ideengestalt. Auf beiden Ebenen sind normative Orientie-

5 Kuhn unterscheidet ›philosophische‹ und ›soziologische‹ Paradigmen. Erstere sind abstrakt-logische Orientierungskomplexe (z.B. das kopernikanische Weltbild), in gewisser Weise also ›Super‹-Paradigmen, letztere sind die gemeinsamen theoretischen Auffassungen einer Wissenschaftlergemeinschaft; vgl. dazu POSER 2001: 141ff.

rungskomplexe, die eine Generation jeweils vorfindet, adaptiert, variiert oder gar revolutioniert einzukalkulieren. Dabei ist die Alltagserfahrung von professionell wissenschaftlicher Erfahrung kaum zu trennen. Denn alltägliche Erfahrungen, die wiederum tradiert und internalisiert sind und damit Einstellungen prägen, beeinflussen die kognitiven Orientierungskomplexe, die vortheoretischen Denkmotive, ebenso wie die Theorien. Typische normative Orientierungskomplexe stellen die ›Gesellschafts- und Menschenbilder‹ dar, die sich hinter vordergründig ›rein‹ wissenschaftlichen Auffassungen verbergen (vgl. LÖBLICH 2004). Für unseren Zusammenhang sei beispielsweise die zeittypische Auffassung erwähnt, wonach die Presse – entsprechend der konservativen Dogmatik der Zeitungskunde und ihres Volksbildungsideals – ›die Erzieherin der Massen‹ ist, ein Bild, das teilweise auch in eine Verachtung des so genannten ›Massenmenschen‹ umschlug (vgl. AVERBECK 1999: 145-173). Solche Menschenbilder und die mit ihnen einhergehenden volks- und pressepädagogischen Interessen bestimmten die Zeitungskunde und, in abgewandelter Form, auch die Werbekunde: »Werbung hämmert ihre Botschaft den Massen ein«, sie sei deshalb potenziell unethisch, weil sie verdummend wirke. Wenn Hans-Bernd Brosius und Frank Esser (1998) von *Mythen in der Wirkungsforschung* sprechen, ist ihrem Diktum insofern eine Berechtigung nicht abzuspüren, als schon die erste Generation der Kommunikationsforscher (im weitesten Sinne) kulturpessimistische, vielfach aus der älteren Massenpsychologie Gustave Le Bons (1841-1931) und Gabriel Tarde (1834-1904) hergeleitete Reiz-Reaktions-Vorstellungen mit anderen Theoremen legierte, insbesondere mit solchen zur Soziologie der Gruppe, die sich seit Beginn des 20. Jahrhunderts ausdifferenzierten. An der Formulierung dieser Theoreme war wiederum Robert E. Park maßgeblich beteiligt. Ferner beobachteten die frühen ›Kommunikationsforscher‹, dass Werbung auch *nicht* wirken kann, sie kann sogar langweilen, und sie wird verbal weiter kolportiert. Aus seiner Beobachtung des Wiener Straßenlebens wusste schon Victor Mataja, dass einer ›lebenden Litfasssäule‹, womöglich noch sprechend und rufend, eine andere Form der Aufmerksamkeit zuteil werde als einer Schaufenstergestaltung. Er zog daraus den vortheoretischen, aber plausiblen Schluss, dass offenbar auch der Käufer Anteil an der Kaufentscheidung habe und nicht allein die vermeintlich ›nötigende‹ Kraft der Werbung.

* * *

Dieser Band enthält Studien von Fabian Schäfer zu Ono Hideo, von Lars Lierow zu Robert E. Park, von Holger Böning zu Johannes Kleinpaul, von Erik Koenen und Arnulf Kutsch zu Günther Ost und von Matthias Kusche zu Victor Mataja.

Ono Hideo, der die Zeitungswissenschaft in Japan aufbaute, hatte ein ganz anderes Verständnis von Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung als der Amerikaner Park. Der Beitrag von Fabian Schäfer erhellt, dass die Internationalisierung der Zeitungswissenschaft bereits seit der Mitte der 1920er-Jahre auch kulturelle Adaptionen und Gewichtungen aufweist, formell aber auch große Gemeinsamkeiten: Wohl weltweit war die Institutionalisierung der Zeitungswissenschaft verbunden mit strategischen Bemühungen für eine bessere Journalistenvor- oder -ausbildung und ferner mit der Modernisierung des Bildungsideals der Universitäten durch die Vermittlung von praxisorientiertem Wissen.⁶ Für Japan bedeutete dabei Modernisierung damals zugleich ›Verwestlichung‹ und damit auch die Öffnung für den Import europäischer Wissenschaftsorganisation.

Robert E. Park, ein Klassiker der Soziologie darf auch, vielleicht sogar insbesondere als ein Klassiker der Beschäftigung mit öffentlicher Meinung gelten. Aus seinen diesbezüglichen Überlegungen leitete er dezidiert einen Kommunikationsbegriff ab. Mit biographisch-systematischem Zugriff zeichnet Lars Lierow die in Parks Heidelberger Zeit entstandenen Hauptargumentationslinien seiner Dissertation *Masse und Publikum* (1904) sowie deren Wirkungen im späteren Werk des Soziologen in Chicago nach.

Seit seiner 1916 erfolgten Ernennung zum wissenschaftlichen Assistenten von Karl Bücher beschäftigte sich Johannes Kleinpaul mit Studien zur ›öffentlichen‹ Kommunikation, wie sie sich im fürstlichen und kaufmännischen Nachrichtenwesen des 16. und 17. Jahrhunderts manifestierte. Er orientierte sich dabei an den pressesystematischen Studien von Karl Bücher, einem der führenden Vertreter der neueren historischen Schule der Nationalökonomie, der sich mit der Kulturbedeutung der Zeitung befasste, die Kleinpaul auch auf die Nachrichtenströme der vormodernen Gesellschaft zurückzuführen suchte. Böning kann in Kleinpauls Veröffentlichungen zwar zahlreiche Unstimmigkeiten nachweisen, aber für

6 Vgl. neben den bereits genannten Arbeiten zur Entwicklung der Zeitungs- bzw. Kommunikationswissenschaft auch neuerdings die Studien über die fachhistorische Entwicklung u.a. in Frankreich (BOURE 1997; GEORGAKAKIS/UTARD 2001), in den Niederlanden (HEMELS 1972, ANSCHLAG 1990), in der Schweiz (SCHADE 2005), in Spanien (JONES 2001) und Südamerika (MASSMANN 2004); zu Deutschland übergreifend auch VOM BRUCH/ROEGELE 1986.

die Geschichte der Fuggerzeitungen und mehr noch für das Nachrichtenwesen der Vormoderne sind die Arbeiten Kleinpauls bis heute bedeutsam. Institutionell betrachtet, blieb Kleinpaul ein Marginaler »wider Willen«, denn sein Habilitationsverfahren an der Universität Leipzig scheiterte ebenso wie 1926 seine Ernennung zum Lektor für Zeitungskunde an der Universität Münster.

Günther Ost kann dem Typus »verlorene Generation der Zeitungswissenschaft« (vgl. AVERBECK 2001; KUTSCH 1988b) zugeordnet werden. Seine gegen Ende der 1920er-Jahre entwickelten und in kleineren Fallstudien erprobten, innovativen Vorschläge zur Methode der Zeitungsstatistik waren nach der nationalsozialistischen Machtergreifung allein schon aus pressepolitischen Gründen nicht mehr umsetzbar. Erst Walter J. Schütz (geb. 1930), der Anfang der 1950er-Jahre die Methodologie der Statistik der Tagespresse durch seine Stichtagserhebungen und ihre zentrale Kategorie, die publizistische Einheit, in Deutschland erneuerte, griff auf die Anregungen von Ost zurück. Erik Koenen und Arnulf Kutsch legen die fundamentale und seinerzeit Aufsehen erregende Kritik von Ost an der zeitgenössischen Pressestatistik dar und verorten Ost zugleich als Außenseiter ohne institutionellen Status, aber mit wissenschaftlicher Reputation sowie als Vertreter des geisteswissenschaftlichen Milieus.

Victor Mataja, mit dessen Reklamelehre sich Matthias Kusche beschäftigt, war wohl der erste renommierte Werbeforscher im deutschsprachigen Raum. In seinem Hauptberuf war Mataja in leitender Position in der österreichischen Handelskammer tätig und nur nebenberuflich als Honorarprofessor an der Wiener Universität beschäftigt, also keineswegs in zentraler universitärer Position. Obschon Matajas Monographie *Die Reklame* stark praxeologische Züge trägt, avancierte sie zum Standardwerk und bis in die 1930er-Jahre Eingang in die theoretisch geleitete Zeitungswissenschaft, in Karl Büchers 1917 veröffentlichte Studie über *Die wirtschaftliche Reklame* ebenso wie mehr als zehn Jahre später in die *Zeitungslehre* von Emil Dovifat (vgl. BÜCHER 1917; DOVIFAT 1931; DUCHKOWITSCH 2002). Doch können die hier angedeuteten Bezüge nicht darüber hinwegtäuschen, dass die frühe Werbekunde noch immer weitgehend unerforscht ist (vgl. REGNERY 2003).

Die vorliegenden Studien sind zum Teil aus einem Projektseminar hervorgegangen, das wir mit Studierenden am Lehrstuhl für Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig ver-

anstaltet haben. So sind die Beiträge von Matthias Kusche, Lars Lierow und Fabian Schäfer ein Ergebnis studentischer Forschung. Wir möchten allen Beteiligten für ihr Engagement und ihre Geduld danken. Unser Dank gilt darüber hinaus Ingo Linde, der die Formatierung der Aufsätze besorgte, sowie Florian Ammann, der die Korrekturlektüre übernahm.

›Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft‹ ist immer auch die Geschichte ihrer Akteure und der Denkmöglichkeiten, in denen sie stehen. Zu ihr will das Buch einen Beitrag leisten.

Leipzig, im Mai 2005
Stefanie Averbeck
Arnulf Kutsch

Literatur

- ANSCHLAG, DIETER: *Wegbereiter im Exil. Kurt Baschwitz. Journalist und Zeitungswissenschaftler*. Münster [Journal für Publizistik & Kommunikation] 1990
- AVERBECK, STEFANIE: *Kommunikation als Prozess. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927-1934*. (= Kommunikationsgeschichte, Bd. 8) Münster/Westf. [LIT Verlag] 1999
- AVERBECK, STEFANIE: The post-1933 emigration of communication researchers from Germany. The lost works of the Weimar Generation. In: *European Journal of Communication*, 4, 2001, S. 451-475
- AVERBECK, STEFANIE; ARNULF KUTSCH: Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900-1960. In: DUCHKOWITSCH, WOLFGANG; FRITZ HAUSJELL; BERND SEMRAD (Hrsg.): *Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft*. Münster [LIT Verlag] 2004
- BOURE, ROBERT: Les sciences de l'information et de la communication au risque de l'expertise? Sur et sous des pratiques scientifiques. In: *Réseaux*, 82/83, 1997, S. 233-254
- BOURE, ROBERT (Hrsg.): *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*. Villeneuve d'Ascq [Presses universitaires Septentrion] 2002

- BROKS, PETER: *Media science before the Great War*. Basingstoke [Macmillan] 1996
- BROSIUS, HANS-BERND; FRANK ESSER: Mythen in der Wirkungsforschung. Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: *Publizistik*, 4, 1998, S. 341-361
- BRUCH, RÜDIGER VOM; OTTO B. ROEGELE (Hrsg.): *Von der Zeitungskunde zur Publizistik. Biographisch-institutionelle Stationen der deutschen Zeitungswissenschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt/M. [Haag + Herchen] 1986
- BÜCHER, KARL: Die wirtschaftliche Reklame. In: *Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, 4, 1917, S. 461-483
- BURKART, ROLAND; WALTER HÖMBERG (Hrsg.): *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung*. 2. Aufl. Wien [Braumüller] 2004
- CLARK, TERRY N.: Die Stadien wissenschaftlicher Institutionalisierung. In: WEINGART, PETER (Hrsg.): *Wissenschaftssoziologie II. Determinanten wissenschaftlicher Entwicklung*. Frankfurt/M. [Fischer Taschenbuch Verlag] 1974, S. 105-121
- DATHE, UWE: Mikrohistorische Verfahren in der Disziplingeschichtsschreibung. In: PECKHAUS, VOLKER; CHRISTIAN THIEL (Hrsg.): *Disziplinen im Kontext. Perspektiven der Disziplingeschichtsschreibung*. München [Wilhelm Fink] 1999, S. 61-76
- DELIA, JESSE G.: Communication research. A history. In: BERGER, CHARLES R.; STEVEN H. CHAFFEE (Hrsg.): *Handbook of communication science*. Newbury Park/London/New Delhi [Sage Publications] 1989, S. 20-98
- DOVIFAT, EMIL: *Zeitungslehre*. Bd. 1: Allgemeine Zeitungslehre. Bd. 2: Praktische Zeitungslehre. Berlin/Leipzig [Walter de Gruyter] 1931
- DUCHKOWITSCH, WOLFGANG: Viktor Mataja. Die Reklame. In: HOLTZBACHA, CHRISTINA; ARNULF KUTSCH (Hrsg.): *Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 2002, S. 296-298
- DUCHKOWITSCH, WOLFGANG; FRITZ HAUSJELL; BERND SEMRAD (Hrsg.): *Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft*. (= Kommunikation, Zeit, Raum, Bd. 1) Münster/Westf. [LIT Verlag] 2004
- GEOGAKAKIS, DIDIER; JEAN-MICHEL UTARD (Hrsg.): *Science des médias. Jalons pour une histoire politique*. Paris [L'Harmattan] 2001
- GROSSE, ALFRIED: *Wilhelm Kapp und die Zeitungswissenschaft. Geschichte des Instituts für Publizistik und Zeitungswissenschaft an der Universität Freiburg i. Breisgau*. (= Internationale Hochschulschriften, Bd. 8) Münster/New York [Waxmann Verlag] 1989

- HACHMEISTER, LUTZ: *Theoretische Publizistik. Studien zur Geschichte der Kommunikationswissenschaft*. Berlin [Volker Spieß] 1984
- HAMPTON, MARK: ›Understanding media‹: Theories of the press in Britain, 1850-1914. In: *Media, Culture & Society*, 2, 2001, S. 213-231
- HAMPTON, MARK: Liberalism, the press, and the construction of the public sphere: Theories of the Press in Britain, 1830-1914. In: *Victorian Periodicals Review*, 1, 2004a, S. 72-92
- HAMPTON, MARK: *Visions of the Press in Britain, 1850-1950*. Urbana/Chicago [University of Illinois Press] 2004b
- HARDT, HANNO: *Social theories of the press. Constituents of communication research, 1840s to 1920s*. 2nd. Ed. Boulder [Rowman & Littlefield] 2001
- HARDT, HANNO; SLAVKO SPLICAL (Hrsg.): *Ferdinand Tönnies on public opinion. Selections and analyses*. Boulder [Rowman & Littlefield] 2000
- HEMELS, JOAN: *De journalistieke eiderdans. Over vakopleiding en massacommunicatie*. Assen [Van Gorcum] 1972
- HENNIS, WILHELM: Die Zeitung als Kulturproblem. Zu Max Webers Vorschlag für einer Erhebung über das Zeitungswesen. In: ANSGAR FÜRST: *Zum Ausscheiden aus der Redaktion der Badischen Zeitung*. Freiburg i. Breisgau. [Badischer Verlag] 1995, S. 59-68
- HEUSER, HANS-JOACHIM: *Zeitungswissenschaft als Standespolitik. Martin Mohr und das Deutsche Institut für Zeitungskunde in Berlin*. (= Kommunikation, Forschung und Lehre, Bd. 6) Münster [LIT Verlag] 1994
- JONES, DANIEL: Kommunikationswissenschaft in Spanien – ein Überblick. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 4, 2001, S. 528-545
- KÄSLER, DIRK: *Die frühe deutsche Soziologie und ihre Entstehungsmilieus. Eine wissenschaftssoziologische Untersuchung*. (= Studien zur Sozialwissenschaft, Bd. 58) Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 1984
- KLEIN, PETRA: *Die Entgrenzung einer Wissenschaft. Henk Prakke und die Ausweitung der Kommunikationswissenschaft in den 1960er Jahren in der BRD*. Leipzig [Phil. Diss. Universität Leipzig] 2004
- KLOSE, HANS-GEORG: *Zeitungswissenschaft in Köln. Ein Beitrag zur Professionalisierung der deutschen Zeitungswissenschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*. (= Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, Bd. 45) München/New York/London/Paris [K. G. Saur] 1989
- KOENEN, ERIK: Ein ›einsamer Wissenschaftler‹? Erich Everth und das Institut für Zeitungskunde zwischen 1926 und 1933. Ein Beitrag zur Bedeutung des Biographischen für die Geschichte der Zeitungswissenschaft. In: *Medien & Zeit*, 1, 2005, S. 38-50

- KUTSCH, ARNULF: *Zeitungswissenschaftler im Dritten Reich. Sieben biographische Studien*. Köln [Ertay Hayit] 1984
- KUTSCH, ARNULF: Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die »Zeitungs-Enquete« und eine Redakteursumfrage. In: *Publizistik*, 1, 1988a, S. 5-31
- KUTSCH, ARNULF: Die Emigration der deutschen Zeitungswissenschaft ab 1933. Anmerkungen zu einem vergessenen Thema. In: *Medien & Zeit*, 1, 1988b, S. 3-16
- KUTSCH, ARNULF: Paul Roth. Ein biographisches Epitaph für einen vergessenen Leipziger Pressehistoriker. In: PUDER, KLAUS; JOCHEN SCHLEVOIGT (Hrsg.): *Schmidt Kultur. Siegfried Schmidt zum 60. Geburtstag*. Leipzig [Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft] 1996, S. 16-33
- KUTSCH, ARNULF: Zum Verhältnis zwischen Karl Bücher und Karl d’Ester. Ein Beitrag zur Frühgeschichte der Zeitungswissenschaft in Deutschland. In: NAWRATIL, UTE; PHILOMEN SCHÖNHAGEN; HEINZ STARKULLA, JR. (Hrsg.): *Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner*. Leipzig [Leipziger Universitätsverlag] 2002, S. 125-153
- KUTSCH, ARNULF; HORST PÖTTKER: Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Einleitung. In: KUTSCH, ARNULF; HORST PÖTTKER (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft in Deutschland*. (= Publizistik. Sonderheft, Nr. 1) Opladen [Westdeutscher Verlag] 1997, S. 7-20
- LIEBERT, TOBIAS: Öffentlichkeitsarbeit, Propaganda und Werbung in der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft sowie Propagandasozio­logie der 1920er- und 1930er-Jahre. In: LIEBERT, TOBIAS: *Der Take-Off von Öffentlichkeitsarbeit. Beiträge zur theoriegestützten Real- und Reflexionsgeschichte öffentlicher Kommunikation und ihre Differenzierung*. (= Leipziger Schriften für Public Relations und Kommunikationsmanagement, Bd. 5) Leipzig [Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft] 2003, S. 53-128
- LEPENIES, WOLF: Einleitung. Studien zur kognitiven, sozialen und historischen Identität der Soziologie. In: LEPENIES, WOLF (Hrsg.): *Geschichte der Soziologie. Studien zur kognitiven, sozialen und historischen Identität einer Disziplin*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1981, S. I-XXXV
- LÖBLICH, MARIA: *Das Menschenbild in der Kommunikationswissenschaft. Otto B. Roegele*. (= Kommunikationsgeschichte, Bd. 18) Münster/Westf. [LIT Verlag] 2004

- MANHEIM, ERNEST: The sociology of knowledge reconsidered. In: *Kansas Journal of Sociology*, 2, 1972, S. 177-180 [Wiederabdruck in: *Medien & Zeit*, 2, 1998, S. 14-17]
- MANNHEIM, KARL: Die Bedeutung der Konkurrenz im Gebiete des Geistigen. In: *Verhandlungen des Sechsten deutschen Soziologentages vom 17.-19. September 1928 in Zürich*. (= Schriften der DGs, Bd. VI) Tübingen [J. C. B. Mohr (Paul Siebeck)] 1929, S. 35-83
- MANNHEIM, KARL: Wissenssoziologie. In: VIERKANDT, ALFRED (Hrsg.): *Handwörterbuch der Soziologie*. Stuttgart [Enke] 1931, S. 659-680
- MAORO, BETTINA: *Die Zeitungswissenschaft in Westfalen 1914-1945. Das Institut für Zeitungsforschung in Münster und die Zeitungsforschung in Dortmund*. (= Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, Bd. 43) München/New York/London/Paris [K. G. Saur] 1987
- MASSMANN, ANNETTE: Von »Kommunikation für Entwicklung« zur »cultura mediática«. Kommunikationswissenschaftliche Reflexionen in Lateinamerika zu Medien, Entwicklung und Gesellschaft. In: *Publizistik*, 3, 2004, S. 275-291
- MEYEN, MICHAEL; MARIA LÖBLICH: Warum Institutsgeschichte, warum Bausteine, warum gerade diese? Eine Einführung. In: MEYEN, MICHAEL; MARIA LÖBLICH (Hrsg.): *80 Jahre Zeitungs- und Kommunikationswissenschaft in München. Bausteine zu einer Institutsgeschichte*. (= Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Bd. 1) Köln [Herbert von Halem Verlag] 2004, S. 9-19
- MÜNZNER, GERHARD: *Presse und öffentliche Meinung. Eine sozialwissenschaftliche Studie*. (= Phil. Diss. Universität Heidelberg 1927) Karlsruhe [Braun] 1928
- PECKHAUS, VOLKER; CHRISTIAN THIEL: Kontextuelle Disziplingeschichtsschreibung. In: PECKHAUS, VOLKER; CHRISTIAN THIEL (Hrsg.): *Disziplinen im Kontext. Perspektiven der Disziplingeschichtsschreibung*. München [Wilhelm Fink] 1999, S. 7-19
- PÖTTKER, HORST: Ferdinand Tönnies und die Schweigespirale. Zur Mutation einer Theorie über die öffentliche Meinung. In: BENTELE, GÜNTER; MANFRED RÜHL (Hrsg.): *Theorien der öffentlichen Kommunikation*. (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 19) München [Ölschläger] 1993, S. 202-213
- PÖTTKER, HORST: Wissenssoziologische Konzepte bei Theodor Geiger und Jürgen Habermas. In: BACHMANN, SIEGFRIED (Hrsg.): *Theodor Geiger – Soziologie in einer Zeit »zwischen Pathos und Nüchternheit«*. Berlin [Duncker & Humblot] 1995, S. 117-143

- POSER, HANS: *Wissenschaftstheorie. Eine philosophische Einführung*. Stuttgart [Philipp Reclam] 2001
- REGNERY, CLAUDIA: *Die Deutsche Werbeforschung 1900 bis 1945*. Münster [Monsenstein & Vannerdat] 2003
- RÜHL, MANFRED: *Publizieren. Eine Sinngeschichte der öffentlichen Kommunikation*. Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 1999
- SCHADE, EDZARD (Hrsg.): *Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachgeschichte*. Konstanz [UVK Verlagsgesellschaft] 2005
- SPLICHAL, SLAVKO: *Public Opinion. Developments and controversies in the twentieth century*. Boulder [Rowman & Littlefield] 1999
- STRAETZ, SYLVIA: *Hans Amandus Münster (1901-1963). Sein Beitrag zur Entwicklung der Rezipientenforschung*. Frankfurt/M. [Haag + Herchen] 1984
- SZÖLLÖSI-JANZE, MARGIT: *Lebens-Geschichte – Wissenschafts-Geschichte*. In: *Berichte zur Wissenschaftsgeschichte*, 2, 2000, S. 17-35
- SZYSZKA, PETER: *Zeitungswissenschaft in Nürnberg (1919-1945). Ein Hochschulinstitut zwischen Praxis und Wissenschaft*. (= Kommunikationswissenschaftliche Studien, Bd. 8) Nürnberg [Verlag der kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvereinigung] 1990
- THIEME, FRANK: *Soziologie im Wandel. Ein Beitrag zum Entstehungsprozess der Soziologie in Deutschland*. Frankfurt/M. et al. [Peter Lang] 1990
- TÖNNIES, FERDINAND: *Kritik der Öffentlichen Meinung*. Berlin [Julius Springer] 1922
- WAGNER, HANS: *Kommunikationswissenschaft (ZeitungsWissenschaft)*. 2. völlig neu bearb. Aufl. München/Mühlheim [Publicom] 1989
- WEBER, MAX: *Geschäftsbericht*. In: *Verhandlungen des Ersten Deutschen Soziologentages vom 19. bis 22. Oktober 1910 in Frankfurt am Main*. (= Schriften der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, 1. Folge) Tübingen [J.C.B. Mohr (Paul Siebeck)] 1911, S. 39-62
- WEINGART, PETER: *Wissensproduktion und soziale Struktur*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1976