

Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“

Mit der Entwicklung der Medien und ihrer sozialen, kulturellen und persönlichen Bedeutung verändern sich auch die Fragestellungen und Forschungsfelder der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Es stellt sich somit auch die Frage nach der Gültigkeit und Brauchbarkeit ihrer Paradigmen und danach, was denn zu ihren gesicherten Beständen gehört. Adorno und Benjamin, Lippmann und McLuhan – was haben sie und andere „Klassiker“ der Medien- und Kommunikationswissenschaft heute noch zu sagen? Mit diesen Fragen beschäftigt sich in unregelmäßigen Abständen die Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“, die von Gastherausgeber Friedrich Krotz betreut wird. Wenn diese Beiträge dafür hilfreich sind, dass sich Medien- und Kommunikationswissenschaft mit ihren Grundlagen erneut und auf kritische Weise befasst, so hat die Reihe ihren Zweck erfüllt. Abweichende Meinungen und begründete Stellungnahmen sind ebenso erwünscht wie Vorschläge dazu, welche AutorInnen denn heute überhaupt als „Klassiker“ angesehen werden können.*

Nicht nur ein Theoretiker der Öffentlichen Meinung: Walter Lippmann Revisited

Jürgen Wilke

Der Beitrag geht der Bedeutung Walter Lippmanns für die moderne Kommunikationswissenschaft nach. Der amerikanische Publizist und Schriftsteller hat zwar dieses Fach weder selbst studiert noch je gelehrt. Gleichwohl gilt sein 1922 erschienenes Buch „Public Opinion“ als ein „Klassiker“ dieser Disziplin. Insbesondere seine Unterscheidung zwischen der äußeren Welt („world outside“) und unseren inneren Vorstellungen („pictures in our head“) ist bahnbrechend gewesen. Aus dieser Erkenntnis resultierte eine kritische Einschätzung der Rolle der Massenmedien in der Demokratie. Doch war Lippmann nicht nur ein Theoretiker der Öffentlichen Meinung. Bei ihm finden sich vielmehr Anregungen für eine ganze Reihe weiterer Konzepte und Ansätze der späteren Kommunikationswissenschaft, so der Nachrichtenwert- und der Wirkungsforschung. Ihn wieder zu lesen, lohnt und ernüchtert, nachdem die Medienwelt sich total verändert hat.

Schlagwörter: Öffentliche Meinung, Journalismus, Nachrichtenauswahl, Stereotypen, Wirkungsforschung, Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Medientheorie

* Bislang sind in dieser Reihe Beiträge zu folgenden „Klassikern“ erschienen: Marshall McLuhan (Verf.: Friedrich Krotz, M&K 1/2001, S. 62–81), Harold A. Innis (Verf.: Hans W. Giessen, M&K 2/2002, S. 261–273), Theodor W. Adorno (Verf.: Thomas Gebur, M&K 3/2002, S. 402–422), Leo Löwenthal (Verf.: U. Göttlich, M&K 1/2006, S. 105–127), Walter Benjamin (Verf.: Maren Hartmann, M&K 2/2006, S. 288–307), Paul Felix Lazarsfeld (Verf.: Thymian Bussemer, M&K 1/2007, S. 80–100) und Raymond Williams (Verf.: Carsten Winter, M&K 2/2007, S. 247–264).

1. Ein unterschätzter Klassiker?

Will man ein Bild von Walter Lippmann zeichnen, so fällt es zunächst schwer, ihn irgendwie eindeutig zuzuordnen. Die längste Zeit seines Lebens war er Journalist, oder besser gesagt: Publizist. Denn er hat weniger im Tages- oder Nachrichtenjournalismus gearbeitet, denn als Zeitschrifteneditor, Essayist und Kolumnist. Darüber hinaus schrieb er eine Vielzahl von Büchern, die, wenn man sie disziplinar verorten soll, am ehesten im Bereich der Politischen Wissenschaft (Political Science) anzusiedeln sind. Auf sie hat er sich auch selbst wiederholt explizit bezogen. Die Kommunikationswissenschaft als eigene (und eigenständige) Disziplin kannte er hingegen noch nicht, zumindest als er jene Dinge schrieb, derentwegen wir uns ihm hier zum Zweck einer forschungsgeschichtlichen Wiederbetrachtung zuwenden. Eine akademische Laufbahn, die ihm möglich gewesen wäre, hat er nicht gewählt. Nach seinen eigenen Worten hätte Unterrichten ihn gelangweilt, „having to repeat it over and over again“ (zit. nach Blum 1984: 166). Lieber hat er zeitweise politische Funktionen übernommen, schon im Ersten Weltkrieg und dann später wieder als geschätzter (Präsidenten-)Berater.

In den Vereinigten Staaten ist Walter Lippmann über Jahrzehnte hinweg eine im öffentlichen Leben höchst präzente Figur gewesen. Und auch als die Kommunikationswissenschaft sich dort an den Universitäten etablierte, behielt man Kenntnis von ihm und würdigte ihn als Pionier. Abzulesen ist das etwa daran, dass Textauschnitte von ihm in einer ganzen Reihe der für das Fach konstitutiven Sammelbände der 1950er und 1960er Jahre Aufnahme fanden (vgl. Berelson/Janowitz 1950; Katz et al. 1954; Schramm 1960). In der Regel waren es Passagen aus Lippmanns bekanntestem Buch „Public Opinion“ von 1922. Vergessen wurde der Autor in der amerikanischen Kommunikationswissenschaft mithin nicht. Obwohl er selbst nie einen Kurs in diesem Fach besucht noch es gelehrt hat, ist ihm in dessen Selbsthistorisierung in den Vereinigten Staaten eine wichtige Rolle zuerkannt worden. Everett M. Rogers bezeichnete ihn in seiner „History of Communication Study“ als „the most influential single writer about the role of the mass media in shaping public opinion, setting off the research tradition on the agenda-setting process that flourishes today“ (1994: 233).

In Deutschland setzte die Rezeption Walter Lippmanns bemerkenswert früh ein, brach dann aber wieder ab. Es war Emil Dovifat, einer der „Väter“ der Zeitungswissenschaft, der während seines Studienaufenthalts in den Vereinigten Staaten 1926 auf ihn stieß und ihn in seinem Buch „Der amerikanische Journalismus“ (1927) mehrfach erwähnte. In Lippmanns Werk „Public Opinion“ sah Dovifat „eine sehr klare Einführung in die Elemente, aus denen sich die öffentliche Meinung in Amerika bildet“ (1927: 85, Fn. 3). Und an anderer Stelle führte er den Autor als Kronzeugen an für die Aufdeckung dessen, was er selbst „die innere Falschheit der amerikanischen Nachrichtenideologie“ (ebd.: 173) nannte. Ob Dovifat recht daran tat, Walter Lippmanns Kritik am Objektivitätsglauben der Journalisten und an der Allmacht ihrer Arbeit für die Öffentlichkeit als Argumente für die „größere Ehrlichkeit“ (ebd.: 174) des deutschen Nachrichtenverständnisses in Anspruch zu nehmen, kann mit Fug bezweifelt werden. Auf Dovifats Spuren entdeckte auch Ernst Roselius (1936) in den Vereinigten Staaten die „Herrschaft durch öffentliche Meinung“ und dabei auch Walter Lippmann.

Der weiteren Rezeption Lippmanns in Deutschland standen die Sprachbarriere, eigene Traditionen, wie sie Dovifat formulierte, und vor allem die zeitgeschichtlichen Umstände entgegen. Seine jüdische Abstammung machte ihn im Dritten Reich zu einer „Persona non grata“. So dauerte es bis 1964, ehe eine deutsche Übersetzung von „Public Opinion“ herauskam. Das Erscheinen des Buches, das zu diesem Zeitpunkt bereits mehr

als vierzig Jahre alt war, hätte im Grunde jetzt auf fruchtbaren Boden fallen müssen. Denn es kam zusammen mit dem in den 1960er Jahren in der Bundesrepublik Deutschland sich vollziehenden Entwicklungsschub der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Vielleicht war es jedoch deren ausgeprägt sozial-empirische Orientierung, die einem Interesse an Lippmann jetzt nicht direkt förderlich war. Auffällig ist jedenfalls, dass das Buch damals in keiner der beiden wichtigen deutschen kommunikationswissenschaftlichen Zeitschriften rezensiert wurde, weder in der „Publizistik“ noch in „Rundfunk und Fernsehen“ (heute: Medien & Kommunikationswissenschaft). Gerhard Maletzke erwähnte Lippmann in seinem für die Vermittlung der amerikanischen Kommunikationsforschung in Deutschland so wichtigen Buch „Psychologie der Massenkommunikation“ lediglich ein einziges Mal, und dies in nebensächlichem Zusammenhang (1963: 124). Auch der Verfasser dieser Abhandlung, der sein Studium Mitte der sechziger Jahre aufnahm, muss bekennen, dass ihm der Titel „Öffentliche Meinung“ seinerzeit zwar begegnet ist. Gelesen hat er ihn aber zunächst einmal nicht. (Einen Nachdruck der Übersetzung brachte übrigens Heinz-Dietrich Fischer noch 1990 heraus.)

Der Boden für eine tiefer gehende Rezeption Walter Lippmanns ist erst Jahre später durch die weitere Entwicklung kommunikationswissenschaftlicher Forschungsansätze bereitet worden. Und zwar waren dies vor allem zwei. Einerseits wurde das seit langem anhängige, aber nie befriedigend gelöste Problem der Öffentlichen Meinung wieder aufgegriffen. Elisabeth Noelle-Neumann machte daraus ihr Lebensthema, und sie befand Walter Lippmann als einen ihrer „Vorläufer“, dem sie ein ganzes Kapitel ihres Buches über „Die Schweigespirale“ widmete (1980: 206ff.). Darin pries sie dessen Werk von 1922 als „Enthüllungsbuch“, und zwar, weil es gängigen intellektuellen Überzeugungen so zuwiderlief, dass es noch lange Zeit nach seinem ersten Erscheinen wie neu anmuten konnte. Schon in ihrer bei Emil Dovifat angefertigten Dissertation über „Amerikanische Massenbefragungen über Politik und Presse“ (1940) hatte Elisabeth Noelle Walter Lippmann in einer Fußnote (und der Bibliographie) verzeichnet, mit dem Zusatz „(Jude)“, ohne den die Arbeit nach ihren Angaben seinerzeit nicht hätte publiziert werden können.

Aber der zuvor genannte Grund war keineswegs der einzige für die Wiederentdeckung. Ein zweiter Forschungsansatz, der zu Walter Lippmann zurückführte, war die Nachrichtenwertforschung. Sie begann ihre Karriere in den 1960er Jahren in Skandinavien, wo sich Friedensforscher für die Frage interessierten, welche Ereignisse zu Nachrichten werden und nach welchen Kriterien die Auswahl der Nachrichten getroffen wird. Erklären wollte man damit die Verzerrung des Weltbildes in den Nachrichtenmedien, in der zugleich eine Ursache von Konflikten und Ungerechtigkeiten im internationalen System gesehen wurde. Nicht schon die Initiatoren dieser Forschung – Einar Östgaard (1965), Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge (1965) –, wohl aber ihre Nachfolger, von denen zahlreiche zu nennen wären, bemerkten dann, dass Walter Lippmann in „Public Opinion“ auch hierfür schon Grundlagen gelegt hatte.¹ Die Auswahlregeln der Journalisten waren bereits sein Thema gewesen.

Auf diese beiden Rezeptionsstränge ist im Folgenden noch näher einzugehen. Nicht übersehen werden soll, dass Lippmann in Deutschland außerdem in der kommunikationswissenschaftlichen (und linguistischen) Vorurteilsforschung rezipiert wurde (Dröge 1967; Quasthoff 1975). Eine genauere Beschäftigung mit dem Autor zeigt, dass auch

1 Östgaard bezog sich lediglich mittels einer Sekundärquelle auf Lippmann, um auf die Vernachlässigung der Zeitung als wissenschaftliches Untersuchungsobjekt hinzuweisen. Bei Galtung/Ruge fehlt jeder Bezug auf Lippmann.

darüber hinaus Anlass besteht, an seine Gedankengänge zu erinnern, sie aufzugreifen und als hellsichtige Anstöße für das Nachdenken über Kommunikation, Medien und Öffentlichkeit zu begreifen. Doch zuvor sollen kurz Lippmanns Leben und Werk skizziert werden, deren Kenntnis in Deutschland nicht vorausgesetzt werden kann. In den Vereinigten Staaten ist das anders. Dort gibt es seit langem bereits eine breite Literatur über diesen Autor (Forcey 1961; Wellborn 1969; Luskin 1972; Steel 1980; Blum 1984).

2. Leben und Werk

Walter Lippmann wurde am 23. September 1889 in New York geboren. Seine Eltern waren deutsch-jüdischer Abstammung. Von 1906 bis 1910 studierte er an der Harvard University Philosophie, politische Wissenschaft und Wirtschaftswissenschaft. Dort beeinflussten ihn vor allem der Psychologe William James, der Philosoph und Schriftsteller George Santayana, am meisten aber Graham Wallas, der als Mitglied der britischen *Fabian Society*, eines Sozialisten-Clubs, bekannt geworden war. Wallas, der die ihm angebotene Leitung der 1895 gegründeten *London School of Economics* ausgeschlagen hatte, erschloss Lippmann 1910 in seinen Vorlesungen in Harvard den Zusammenhang von Psychologie und Politik. Diesem Mentor verdankte er insbesondere die Anerkennung, dass die Menschen häufig auf der Basis irrationaler Antriebe handeln und dass öffentliche Institutionen vielfach die Menschennatur ignorieren. Während seines Studiums war auch Lippmann Mitbegründer eines sozialistischen Studentenbundes.

Nach dem Verlassen der Universität arbeitete Lippmann zunächst journalistisch für die Wochenzeitschrift „Boston Common“ (Forcey 1961: 102ff.). Geraten hatte ihm dazu Lincoln Steffens, der Mitherausgeber von „Everybody's“, einer jener amerikanischen Sozialreporter, die unter dem Namen „Muckraker“ damals in den USA Furore machten (vgl. Filler 1961). Deren Arbeitsweise lernte er 1911 näher kennen, als Steffens ihn als Sekretär anstellte und ihn an investigativen Recherchen zur Macht der New Yorker Hochfinanz an der Wall Street beteiligte. Im Sommer 1912 kam er durch Sigmund Freuds Übersetzer Alfred Booth Kuttner mit dessen Traumdeutung und Tiefenpsychologie in Berührung (Leuchtenburg 1985: 3). Im Jahr darauf erschien Lippmanns erste Schrift „A Preface to Politics“, ein Dokument selbstbewusster politischer Programmatik, „the outcry of a young rebel against those venerable but antiquated institutions that thwarted spontaneity and damned up the bursting energies of men“ (Leuchtenburg 1985: 4). Dieses Buch wurde im gleichen Jahr noch in der von Sigmund Freud herausgegebenen Zeitschrift „Imago“ rezensiert, weil, wie der Rezensent schrieb, es „erstens in keiner Weise auf irgendein bestimmtes politisches Programm hinzielt, sondern bestrebt ist, von einem psychologischen Gesichtspunkt aus die geistige Einstellung zur Politik im allgemeinen zu erörtern und die Art zu beleuchten, wie man an ihre Probleme herantritt, zweitens weil der Verfasser offenbar durch die psychoanalytische Forschung stark beeinflusst wurde ...“ (Jones 1913: 452).

Im Jahr darauf wurde Walter Lippmann auf Betreiben Herbert Crolys Redaktionsmitglied der neu gegründeten Wochenzeitschrift „New Republic“, die sich als starker Fürsprecher Theodore Roosevelts und der Progressisten hervortat. In seiner 1914 vorgelegten zweiten Schrift „Drift and Mastery“ zeichnete sich schon eine Abkehr von sozialistischen Überzeugungen ab. Die Bedeutung des Irrationalen wurde keineswegs geleugnet, aber in der Wissenschaft doch Kräfte für die „Rettung“ der Demokratie erblickt. Im ersten Kapitel setzte sich der Autor mit dem „Muckraking“ auseinander (1914/1985: 23ff.). Ein kurzer Ausflug in die Lokalpolitik des unweit von New York

gelegenen Ortes Schenectady, wo ein Sozialist zum Bürgermeister gewählt worden war, endete desillusioniert.

Im Jahr 1917 führte die Unterstützung für Woodrow Wilson zu einer Anstellung in des Präsidenten *Secretary of War*. Hier erfüllte Lippmann verschiedenerlei Hilfsdienste und machte Erfahrungen mit der Organisation von Kriegsführung und Kriegspropaganda. Als *Captain in Military Intelligence* verfasste er in Frankreich in den letzten Monaten des Krieges Flugblätter für die Propagandaeinheit der amerikanischen Militärkorps. Geradezu eine Ironie der Geschichte ist es, dass er jenes Propagandamaterial produzierte, das Harold D. Lasswell, einer der anderen Gründer der amerikanischen Kommunikationswissenschaft, in seiner klassischen Studie zu diesem Thema 1927 analysierte. Lippmann habe bewirkt, so schrieb Lasswell aus dem Rückblick, „[that] the Army was able to achieve great fidelity to policy in its propaganda leaflets“ (Lasswell 1971: XXXII). Lippmann wirkte ferner an den 14 Punkten des amerikanischen Präsidenten mit, die den Ersten Weltkrieg beenden und überwinden sollten (Steel 1980: 134ff.). An der Friedenskonferenz 1919 in Paris nahm Lippmann ebenfalls teil; und er war auch an den Vorbereitungen für die Gründung des Völkerbunds beteiligt (ebd.: 160ff.).

Seit 1920 arbeitete Walter Lippmann für die „New York World“, die Zeitung des Großverlegers Joseph Pulitzer, deren Leitung er 1923 übernahm und bis 1929 innehatte. 1922 erschien sein Buch „Public Opinion“, dem er fünf Jahre später eine weniger bekannt gewordene Fortsetzung unter dem Titel „The Phantom Public“ folgen ließ. Nach der Einstellung der „New York World“ wechselte Lippmann zur „New York Herald Tribune“. Von da an schrieb er über 30 Jahre lang mehrmals wöchentlich die syndikatisierte Kolumne „Today and Tomorrow“, die in 300 Zeitungen der Vereinigten Staaten abgedruckt wurde. Durch deren weite Verbreitung erreichte er 40 Millionen Leser und wurde zu einem der bekanntesten Publizisten des Landes. Auch mit weiteren Einzelschriften griff er in die politischen Debatten ein, mit „A Preface to Morals“ 1929, mit mehreren Titeln während des Zweiten Weltkriegs („US Foreign Policy“, 1943; „The Good Society“, 1943; „US War Aims“, 1944) und auch danach. Lippmann ist einer derjenigen, dem (neben Winston Churchill) die Prägung des Begriffs „Kalter Krieg“ zugeschrieben wird („The Cold War. A Study in U. S. Foreign Policy“, 1947). In den folgenden Jahrzehnten wurden einerseits frühere Schriften immer wieder aufgelegt, andererseits erschienen Sammelbände mit Essays und Beiträgen zu aktuellen Fragen („Essays in the Public Philosophy“, 1955; „Western Unity and the Common Market“, 1962).

Zeit seines Lebens unterstützte Lippmann sowohl demokratische als auch republikanische Präsidenten und Präsidentschaftsbewerber. So tat er dies bei John F. Kennedy. Das Verhältnis zu Lyndon B. Johnson, der ihn in den 1960er Jahren als Berater hinzuzog, zerbrach über dem Vietnam-Krieg, den Lippmann mehr und mehr ablehnte. Er sah in diesem „eine der ernstesten Fehlberechnungen unserer Geschichte“ (Munzinger Archiv 1975, 559a). Lippmann war Ehrendoktor verschiedener amerikanischer Universitäten und erhielt zweimal den Pulitzer-Preis für herausragende journalistische Leistungen, 1958 und 1962. Seit dem Ende der 1960er Jahre zog er sich aus der Zeitungsarbeit zurück. Walter Lippmann starb am 14. Dezember 1974. Nach seinem Tod und bis in die jüngste Zeit sind in den USA weiterhin Sammelwerke und Neuauflagen seiner Schriften erschienen, was dafür spricht, wie lebendig er im Bewusstsein seiner Landsleute geblieben ist. Im Jahr 2005 wurde sogar seine Erstlingsschrift ein weiteres Mal nachgedruckt.

3. Themen und Thesen

Eine heutige Wiederbetrachtung Walter Lippmanns macht es erforderlich, sein Werk noch einmal daraufhin durchzusehen, zu welchen Themen und mit welchen Thesen er Grundlegendes zur Kommunikationsforschung und Medienanalyse beigetragen hat. Dieses „Revisiting“ soll im Folgenden geschehen. Nicht gerade leicht gemacht wird dies, weil Lippmann selbst kein Systematiker war, sondern eine eher assoziative Denkweise und einen essayistischen Stil pflegte.

3.1 Nachrichten und Nachrichtenauswahl

Die Erfahrungen des Ersten Weltkriegs hatten Walter Lippmann vor die Frage gestellt, ob und wie die Bevölkerung an zutreffende und verlässliche Informationen gelangen könne. In „Liberty and the News“, einem Artikel, der 1919 zunächst in der „Atlantic Monthly“ erschien und einem kleinen Buch mit zwei weiteren Aufsätzen im Jahr darauf den Titel gab, machte er es sich zur Aufgabe, die Struktur des bestehenden Nachrichtensystems zu untersuchen und Fehlerscheinungen zu korrigieren: „True opinions“, so schrieb er hier, „can prevail only if the facts to which they refer are known; if they are not known, false ideas are as effective as true ones, if not a little more effective.“ (Lippmann 1920: 71)

Dass ohne den freien Zugang zu Nachrichten eine „gesunde“ öffentliche Meinung nicht bestehen könne, davon war Lippmann überzeugt. Und davon hing zugleich das Funktionieren der Demokratie ab. Er bekundete einen wachsenden Zweifel an der Zuverlässigkeit der Zeitungsnachrichten, bedingt durch unbewusste Verzerrung, Korruption, gezielte Beeinflussung, ja „Vergiftung“ (Lippmann/Merz 1920: 1). Um diese Zweifel zu überprüfen, untersuchte er (zusammen mit Charles Merz, dem Washingtoner Korrespondenten der „New Republic“) die Berichterstattung der „New York Times“ über die Bolschewistische Revolution im Zeitraum zwischen März 1917 und März 1920. Sie kamen zu dem niederschmetternden Ergebnis – „nothing short then a disaster“ (ebd.: 3) – , die Zeitung habe falsche Erwartungen über den Verlauf der Revolution erweckt und damit ihre Leser getäuscht. Übrigens stand Lippmann mit dieser Arbeit am Anfang der systematischen Erforschung von Auslandsberichterstattung (Wilke 1986).

Die Autoren betrachteten ihre Studie als einen „test of accuracy“ (Lippmann/Merz 1920: 1) und sahen sich sogleich mit dem grundsätzlichen Problem konfrontiert, woran die Zuverlässigkeit der Berichterstattung denn gemessen werden könnte. Einerseits räumten sie hier einen unvermeidlichen Relativismus ein, bestanden aber doch auf der „Objektivität“ bestimmter Sachverhalte:

„The ‚whole truth‘ about Russia is not to be held, and consequently no attempt is made by the authors to contrast the news accounts with any other account which pretends the ‚real truth‘ of the ‚true truth‘. A totally different standard of measurement is used here. The reliability of the news is tested in this study by a few definite and decisive happenings about which there is no dispute.“ (Lippmann/Merz 1920: 2)

Mit einer ganzen Reihe von „salient facts“ (ebd.) wurden die täglichen Nachrichten sorgfältig verglichen. Das festgestellte Desaster führten Lippmann und Merz auf verschiedene Ursachen zurück, auf die Abhängigkeit von offiziellen Quellen, die Hoffnungen und Befürchtungen der Reporter und Redakteure, ihre politischen Einstellungen, ja unverhohlenen Sympathien:

„They wanted to win the war; they wanted to save the world. They were nervously excited by exciting events. They were baffled by the complexity of affairs, and the obstacles created by war. But whatever the excuses, the apologies, and the extenuation, the fact remains that a great people in a supreme crisis could not secure the minimum of necessary information on a supremely important event.“ (ebd.: 3)

Infolge dessen konstatierten Lippmann und Merz „at critical periods“ (ebd.: 42) eine Verletzung der Journalisten-Norm, Nachricht und Meinung zu trennen, ja sie entdeckten gewissermaßen schon deren Synchronisierung: „The Russian policy of the editors of the Times profoundly and crassly influenced their news columns.“ (ebd.: 42) Dies alles mündete in eine Kritik an den unzulänglichen professionellen Standards der Journalisten, und die Autoren erhoben daher u. a. die Forderung nach stärkerer Institutionalisierung der journalistischen Selbstkontrolle.

In seinem zwei Jahre später publizierten Buch „Public Opinion“ kam Lippmann auf das in dieser Studie angeschlagene Thema wiederholt zurück, ja widmete ihm ein gesondertes Kapitel (1964: 230ff.).² Allerdings hatte sich seine Optik inzwischen verschoben. Hatte er 1920 in vielem noch vermeidbare Fehler und (Norm-)Verstöße gesehen, so hob er jetzt auf die Zwänge des Journalistenberufs, ja auf anthropologische Konstanten ab, die Informationsmängel bedingten. Nachrichtenauswahl sei angesichts der Fülle alltäglicher Ereignisse unausweichlich, ja sie käme – wenn es keine standardisierte Routine gäbe – eher einem Wunder gleich:

„Without standardization, without stereotypes, without routine judgements, without a fairly ruthless disregard of subtlety, the editor would soon die of excitement.“ (Lippmann 1922/1965: 222)

Walter Lippmann hat man auch die Urheberschaft des Begriffs Nachrichtenwert („news value“) zugeschrieben. Diesen verwendet er in „Public Opinion“ nämlich. Dass er ihn selbst geprägt hat, stimmt aber vermutlich nicht, denn dieser Begriff ist auch schon in älteren Lehrbüchern der amerikanischen Journalistenausbildung anzutreffen (vgl. Bleyer 1916). Doch hat Lippmann diesen Begriff theoretisch fundiert und überdies auch eine erste, noch unsystematische Sammlung solcher „Nachrichtenwerte“ geliefert: Eindeutigkeit des Geschehens, Überraschung, Konflikt, persönliche Betroffenheit, räumliche Nähe, Ansprache von Gefühlen, Impuls zur Identifizierung (Lippmann 1922/1965: 237ff.).

Bei der Nachrichtenauswahl fiel nach Lippmann die Entscheidung darüber, worauf die Aufmerksamkeit der Menschen gelenkt wird; und er griff in diesem Zusammenhang zu einem Vergleich, der nicht höher hätte angesiedelt sein können und ihn als jemand auswies, der von großen Medienwirkungen überzeugt war:

„[that] the task of selecting and ordering that news is one of the truly sacred and priestly offices in a democracy. For the newspaper is in all literalness the bible of democracy, the book out of which a people determines its conduct. It is the only serious book most people read. It is the only book they read every day. Now the power to determine each day what shall seem important and what shall be neglected is a power unlike any that has been exercised since the Pope lost his hold on the secular mind.“ (Lippmann 1920: 47f.)

Lippmann wandte sich gegen ein seiner Meinung nach fehlleitendes Missverständnis, das

2 Obwohl von „Public Opinion“ eine deutsche Übersetzung vorliegt, wird im Folgenden bei wörtlichen Zitaten in der Regel auf das englischsprachige Original zurückgegriffen. Die Übersetzung gibt dieses nicht immer sinngemäß wieder.

Vorurteil nämlich, dass Nachrichten und Wahrheit ein und dieselbe Sache seien. Diese Annahme halte einer ernsthaften Erkenntniskritik nicht stand:

„The hypothesis, which seems to me the most fertile, is that news and truth are not the same thing, and must be clearly distinguished. The function of the news is to signalize an event, the function of truth is to bring to light hidden facts, to set them into relation with each other, and make a picture of reality on which men can act. Only at those points, where social conditions take recognizable and measurable shape [gemeint sind vermutlich Statistiken, J. W.], do the body of truth and the body of news coincide. That is a comparatively small part of the whole field of human interest.“ (Lippmann 1922/1965: 226)

3.2 *Öffentliche Meinung und Stereotypen*

Walter Lippmanns Hauptwerk für die Kommunikationswissenschaft war das Buch „Public Opinion“ von 1922. Es sei, so hat James W. Carey gesagt, „the founding book in American media studies.“ (1982: 23). Zwar sei es nicht das erste Buch zu diesem Gegenstand in den USA gewesen, „but it was the first serious work to be philosophical and analytical in confronting the mass media“ (ebd.). Noch war keiner der anderen, üblicherweise als „Gründungsväter“ der amerikanischen Kommunikationswissenschaft geltenden Autoren in den USA hervorgetreten (vgl. Rogers 1994). Nach Carey leitete Lippmanns Buch eine Wende ein. Denn bis dahin hatte in utilitaristischer Tradition die (Presse-)Freiheit im Vordergrund der Erörterungen gestanden; und die Überzeugung, dass Freiheit die Verfügbarkeit zutreffender Information garantiere:

„Lippmann changed this problematic. He argued that a free system of communication will not guarantee perfect information, and therefore are no guarantees of truth even when the conditions of freedom are secure. Moreover, the enemies of freedom were no longer the state and the imperfections of the market but in the nature of news and news gathering, in the psychology of the audience, and in the scale of modern life. It is important to note the following: Lippmann redefined the problem of the press from one of morals and politics to one of epistemology.“ (Carey 1982: 24)

Trotz des Titels handelte das Buch nicht nur, ja nicht einmal überwiegend von Öffentlicher Meinung, sondern von vielerlei Themen, unter anderem – folgt man dem Inhaltsverzeichnis – von Zensur und Geheimhaltung, Zeit und Aufmerksamkeit, vom Eigennutz, vom Bild der Demokratie, von den Zeitungen und der Bedeutung der Experten. Ja es fällt überhaupt schwer, dem Buch einen klaren Begriff von Öffentlicher Meinung zu entnehmen. Noelle-Neumann rechnete gerade die Definition „zu den wenigen schwachen Passagen des Buches“ (1980: 206). Diese Unklarheit ist Lippmanns eigentümlich unsystematischem Vorgehen zuzuschreiben. Man begegnet dem Begriff an verschiedenen Stellen, in durchaus unterschiedlichem Gebrauch. Dazu gehört auch, dass der Begriff sowohl in der Einzahl als auch in der Mehrzahl verwendet wird. Immerhin versuchte Lippmann, beide Gebrauchsweisen voneinander abzugrenzen, und zwar als individuelles und kollektives Phänomen:

„The pictures inside the heads of these human beings, the picture of themselves, of others, of their needs, purposes, and relationship, are their public opinions. Those pictures which are acted upon by groups of people, or by individuals acting in the name of groups, are Public opinion with capital letters.“ (Lippmann 1922/1965: 18)

Entscheidend für Lippmanns Theorie Öffentlicher Meinung war, wie man an dem vorstehenden Zitat schon erkennt, die wahrnehmungs- und kognitionspsychologische

Wendung bzw. die berühmte Unterscheidung zwischen „äußerer Welt“ („world outside“) und „inneren Vorstellungen“ („pictures in our head“). Ihr ist das ganze erste Kapitel gewidmet. Darin taucht auch der Begriff „mental image“ auf (ebd.: 9), der später für eine Vielzahl von Medienanalysen leitend werden sollte (vgl. Wilke 1989). Lippmann insistierte nicht nur darauf, dass jede Wahrnehmung der Wirklichkeit ein Selektionsprozess ist, bei dem bestimmte Elemente ausgeblendet werden (müssen). Darüber hinaus wurde die Wahrnehmung der Wirklichkeit geradezu als konstruktiver Akt begriffen, dem Definitionen vorausliegen:

„For the most part we do not first see, and then define, we define first and then see. In the great blooming, buzzing confusion of the outer world we pick out what our culture has already defined for us, and tend to perceive that which we have picked out in the form stereotyped for us by our culture.“ (Lippmann 1922/1965: 55)

In der Logik dieser Argumentation wird Lippmann gleichsam zu einem Vorläufer auch des Konstruktivismus. Denn selbst für die Augenzeugen von Ereignissen gilt: „Few facts in consciousness seem to be merely given. Most facts in consciousness seem to be partly made“ (Lippmann 1922/1965: 54) – ein Satz, den die deutsche Übersetzung wie folgt wiedergibt: „Im Bewusstsein scheinen wenige Fakten bloß gegeben zu sein, die meisten scheinen teilweise konstruiert.“ (Lippmann 1964: 61)

Die Analyse der Öffentlichen Meinung hatte von einer Dreiecksbeziehung zwischen Handlungsebene, dem Bild des Menschen von ihr und der Reaktion des Menschen auszugehen. Zentral für Lippmanns Konzept der Öffentlichen Meinung ist der Begriff des Stereotyps. Als einem Journalisten war ihm dieser aus der Zeitungstechnik bekannt, wo er die Satz- und Druckplatten bezeichnet, in die der Inhalt gepresst wird. Lippmann hat den Begriff in die Wissenschaft wenn nicht eingeführt, so doch in Umlauf gebracht, noch bevor die sozialpsychologische Stereotypen- und Vorurteilsforschung richtig einsetzte. Stereotypen versteht er als „current patterns“ (1965: 57), „a form of perception, [which] imposes a certain character on the data of our senses before the data reach the intelligence“ (ebd.: 65). Sie sind das „Verkehrsmittel“ der Öffentlichen Meinung (Noelle-Neumann 1980: 206). Stereotypen reduzieren die komplexe Wirklichkeit auf einfache, generalisierte, oft Gefühls beladene Vorstellungen und Formeln, die Kommunikation erleichtern und oft instrumentell eingesetzt werden (können). Sie werden in der primären und sekundären Sozialisation erlernt und verfestigen sich dadurch. Als gesellschaftliches Produkt sind sie Teil der Massenkommunikation, ja werden durch die Massenmedien geprägt und in Umlauf gebracht. Stereotypen können sich auf Personen, Gruppen, Nationen, Kulturen, aber auch auf andere Gegenstände, Beziehungen und Verhaltensweisen beziehen. Im negativen Sinne bilden sich auf ihrer Grundlage Vorurteile aus.

Im Zusammenhang der Funktion von Stereotypen antizipierte Walter Lippmann auch schon die Theorie der kognitiven Dissonanz. Er sah Stereotypen nicht nur als Mittel der Dissonanzreduktion und der Verarbeitung neuer Erfahrungen, sondern auch als Ursachen der selektiven Wahrnehmung:

„For when a system of stereotypes is well fixed, our attention is called to those facts which support it, and diverted from those which contradict.“ (1922/1965: 78)

So unausweichlich Stereotypen nach Lippmann die Wahrnehmung bestimmen, so hing er doch nicht einem absoluten Determinismus an. Sich von ihnen zu befreien oder sie sich bewusst zu machen, war jedoch nicht leicht, gleichwohl gerade von Journalisten wünschenswert:

„It comes from the difficulty of finding journalists who can see what they have not learned to see. It comes from the almost unavoidable difficulty of finding sufficient space in which the best journalist can make plausible and unconventional views.“ (1922/1965: 221)

Öffentliche Meinung war für Walter Lippmann ein zentrales Thema der Demokratie. Das beschäftigte ihn vor allem nochmals in der Schrift „The Phantom Public“ von 1927, die er im Untertitel „A Sequel to ‚Public Opinion‘“ nannte. Dass die Öffentlichkeit („the public“) den Lauf der Ereignisse lenken könne, erklärte er für ein „Phantom“. Noch ausdrücklicher argumentierte er gegen das in der Demokratietheorie postulierte Bürger-Ideal. Weder die biologische Ausstattung des Menschen noch die Erziehung oder die Ethik brächten dieses Ideal hervor, dessen Unerreichbarkeit nur Enttäuschung zur Folge haben müsse: „The ideal of the omniscient, sovereign citizen is, in my opinion, ... a false ideal. It is unattainable. The pursuit of it is misleading. The failure to achieve it has produced the current disenchantment.“ (Lippmann 1927a: 39) Es schien ihm verfehlt, von jedermann eine aktive politische Beteiligung zu erwarten. Und angesichts der damals schon zu beklagenden sinkenden Wahlbeteiligung zweifelte er an der Existenz des umfassend informierten, mündigen Wählers:

„The need in the Great Society not only for publicity but for uninterrupted publicity is indisputable. But we shall misunderstand the need seriously if we imagine that the purpose of the publication can possibly be the informing of every voter. [...] For the man does not live who can read all the reports that drift across his doorstep or all the dispatches in his newspaper. And if by some development of the radio every man could see and hear all that was happening everywhere, if publicity, in other words, became absolute, how much time could or would he spend watching ... [...] We must assume as a theoretically fixed premise of popular government that normally men as members of a public will not be well informed, continuously interested, non-partisan, creative or executive. We must assume that a public is inexperienced in its curiosity, intermittent, that it discerns only gross distinctions, is slow to be aroused and quickly diverted; that, since it acts by aligning itself, it personalizes whatever it considers, and is interested only when events have been melodramatized as a conflict.“ (1927a: 43f., 64f.)

Die Herstellung eines allgemeinen Willens aus einer Vielzahl einzelner Wünsche war für Lippmann kein hegelianisches Mysterium, sondern eine politische Führungsaufgabe: „It consists essentially in the use of symbols which assemble emotions after they have been detached from their ideas.“ (ebd.: 47) Ist es falsch, hier schon die Vorstellung „symbolischer Politik“ vorformuliert zu sehen? Jedenfalls betonte der Autor jetzt die Trennung der Rolle der Akteure im politischen Prozess („agents“, „insiders“) von derjenigen der Zuschauer („bystanders“, „outsiders“). Deren Unterschied in Funktion und Kompetenz sei unaufhebbar:

„For when public opinion attempts to govern it is either a failure or a tyranny. It is not able to master the problem intellectually, nor to deal with it except the wholesale impact. The theory of democracy has not recognized this truth because it has identified the functioning of government with the will of the people. This is a fiction.“ (Lippmann 1927a: 71)

Zwar sprach Walter Lippmann auch vom „Druck“ (1927a: 105), dem „Tribunal“ (ebd.: 118), der „Kraft“ (ebd.: 151) der Öffentlichen Meinung und dass diese zum Ausdruck bringe, „how others ought to behave“ (ebd.: 55). Aber manche andere seiner Bemerkungen weisen diese Macht in die Schranken der politischen Akteure. Das Hauptmittel gegen die problematischen Wirkungen öffentlicher Meinung sah Lippmann letztlich in einer „Herrschaft der Experten“, einem im Grunde platonischen Elite-Modell.

3.3 Die Rolle der Journalisten und der Journalistenausbildung

Die Gründe für die Probleme zuverlässiger Information, die ihn in den Jahren nach dem Ersten Weltkrieg präokkupierten, sah Walter Lippmann zunächst noch in professionellen Defiziten der Journalisten und in den Usancen der Presse als eines „unregulated private enterprise“. Darauf war noch ganz die Argumentation in „Liberty and the News“ (1920: Zitat dort S. 5) abgestellt. Hier kritisierte er, dass sich die Arbeit des Reporters zunehmend mit der des Predigers und Missionars vermische. Die Analyse der „New York Times“ hatte gezeigt, „that ... the time honored tradition of protecting news against editorials breaks down“ (Lippmann/Merz 1920: 42). Daraus resultiere eine große Gefahr:

„News columns are common carriers. When those who control them arrogate to themselves the right to determine by their own consciences what shall be reported and for what purpose, democracy is unworkable. Public opinion is blockaded ... In so far as those who purvey the news make of their own beliefs a higher law than truth, they are attacking the foundations of our constitutional system. There can be no higher law in journalism than to tell the truth and shame the devil.“ (ebd.: 11ff.)

Was dem Journalisten fehlte, ist nach Lippmann etwas, worüber der Naturwissenschaftler aufgrund seiner Methodik verfügt:

„that sustaining conviction of a certain technic which finally freed the physical sciences from theological control. It was the gradual development of an irrefragable method that gave the physicist his intellectual freedom as against all powers of the world. His proofs were so clear, his evidence so sharply superior to tradition, that he broke away finally from all control. But the journalist has no such support in his own conscience or in fact. The control exercised over him by the opinion of his employers and his readers, is not the control of truth by prejudice, but of one opinion by another opinion that is not demonstrably less true.“ (Lippmann 1922/1965: 227)

Angesichts dieser Diagnose wundert es nicht, wenn Lippmann den Grund für die festgestellten Defizite in der unzulänglichen Ausbildung sah, den „unexamined standards“ (1920: 12) einer Nachrichtenorganisation, die zwischen dem normalen Bürger und den Fakten steht. „[H]ow far“, so fragte er, „can we go in turning newspaper enterprise from haphazard trade into a disciplined profession? Quite far, I imagine, for it is altogether unthinkable that a society like ours should remain forever dependent upon untrained accidental witnesses.“ (ebd.: 78f.)

Zwar gebe es in den Vereinigten Staaten durchaus erstrangige Korrespondenten, aber, so fuhr er fort:

„The run of the news is handled by men of much smaller calibre. It is handled by such men because reporting is not a dignified profession for which men will invest the time and cost of an education, but an underpaid, insecure, anonymous form of drudgery, conducted on catch-as-catch-can principles.“ (ebd.: 79)

Infolge dieser Umstände machte sich Walter Lippmann zum Advokaten einer Professionalisierung des Journalistenberufs. Er plädierte für einen „code of honor“ (Lippmann/Merz 1920: 42) und eine qualifizierte wissenschaftliche Ausbildung. Auch an dem Professionalisierungspostulat hielt er fest. Zwar gab es in den Vereinigten Staaten damals schon Journalistenschulen. Aber ob deren Programme hinreichten, bezweifelte Lippmann. Was er von einer solchen Ausbildung verlangte waren: „the exercise of the highest scientific virtues“ und darüber hinaus ein professionelles Training, „in which the

ideal of objective testimony is cardinal“ (1920: 82). Zwei Jahre später, als er „Public Opinion“ veröffentlichte, hatten Lippmann allerdings Zweifel grundsätzlicher Art erfasst, ob sich dieses Objektivitätsideal verwirklichen lasse und ob die angeführten Probleme per Ausbildung gelöst werden könnten. An der Forderung der Trennung von Nachricht und Meinung hielt er gleichwohl immer fest.

3.4 Agenda Setting und „The Manufacture of Consent“

Everett M. Rogers hat, wie schon erwähnt, Walter Lippmann auch eine Pionier-Rolle für die Entdeckung der Agenda Setting-Funktion der Massenmedien zugesprochen (1994: 233). Üblicherweise wird dieses Verdienst Bernard Cohen zuerkannt, wegen seiner berühmten Bemerkung, die Presse sei weniger erfolgreich in der Beeinflussung „what to think“ als des „what to think about“ (Cohen 1963: 13). Rogers sieht den Ursprung dieser Idee jedoch schon im ersten Kapitel von „Public Opinion“, das die Differenz zwischen „world outside“ und den „pictures in our head“ herausarbeitete. Ohne den Begriff Agenda Setting schon zu kennen, habe Lippmann argumentiert, „that the mass media are the principal connection between (a) events that occur in the world and (b) the images of these events in our mind“ (Dearing/Rogers 1996: 11). Dass die Presse die Rangfolge von Themen in den Köpfen der Menschen bestimmte, so weit ging Lippmann allerdings noch nicht.

Wohl aber registrierte er ebenfalls schon das Phänomen des Inter Media Agenda Setting: nämlich dass sich Zeitungen wechselseitig beeinflussen. Als Beispiel hierfür führte er nochmals die Russische Revolution an. Die amerikanischen Zeitungen hätten sich mit einem Thema konfrontiert gesehen, zu dem sie über keine vorherigen Erfahrungen verfügten. So hätten sie das Modell aus der englischen Presse übernommen, „because at first it was easier to buy English correspondence, and because, later, it was easier for American journalists to read English newspapers than it was for them to read any others“ (Lippmann 1922/1965: 223).

Noch ein weiteres Theorem, das in der Kommunikationswissenschaft später Karriere machen sollte, findet sich bereits bei Walter Lippmann. Er hat es wie viele andere Ideen gleichsam nebenbei erwähnt, zunächst in „Liberty and the News“ (1920: 5) und dann in „Public Opinion“. Der fünfte Teil des Buches ist mit „Making of a Common Will“ überschrieben; und hier gebrauchte er für die Wirkung der Medien auch die Formel vom „manufacture of consent“ (1922/1965: 158). Zustimmung zu gewinnen, so führte er aus, sei keine neue Kunst, aber ihre Mittel hätten sich verfeinert und eine Revolution ausgelöst, die von weit größerer Bedeutung sei als die Verschiebung wirtschaftlicher Macht:

„Within the life of the generation now in control of affairs, persuasion has become a self-conscious art and a regular organ of popular government. None of us begins to understand the consequences, but it is no daring prophecy to say that the knowledge of how to create consent will alter every political calculation and modify every political premise.“ (ebd.)

Die Formel des „manufacture of consent“ aufgreifend, haben spätere Autoren damit die Fähigkeit von Regierungen charakterisiert, die journalistische Berichterstattung an ihren Interessen und denen der Elite auszurichten. Edward S. Herman und Noam Chomsky haben die zitierte Formel zum Titel eines berühmt gewordenen Buches gemacht, in dem sie die Abhängigkeit der amerikanischen Medien von Regierung und Werbewirtschaft nachweisen wollten (Herman/Chomsky 1988). Sie schlossen dabei ausdrücklich an Lippmann an (ebd.: 11), radikalisierten aber dessen These zu einer Fundamentalkritik an den US-Medien und ihren kommerziellen Grundlagen. Sie wendeten das „Propagan-

da-Modell“ auf ein im Allgemeinen als demokratisch geltendes System an, woran sie Zweifel anmeldeten. Dies taten sie in einer Weise, die der Urheber dieser Formel aber nicht geteilt hätte. Wohl hatte auch Lippmann im gleichen Atemzug von Propaganda gesprochen, diesen Begriff aber ausdrücklich „not necessarily in the sinister meaning of the word“ (Lippmann 1922/1965: 158) verstanden wissen wollen. Und auch den „Kapitalismus“ für die Fehler der Presse verantwortlich zu machen, wie dies der sozialkritische Schriftsteller Upton Sinclair 1920 in seiner Studie „The Brass Check. A Study of American Journalism“ tat (dt. Übersetzung „Der Sündenlohn“, 1921), überzeugte Lippmann nicht (1922/1965: 212f.).

4. Walter Lippmann und die Massenmedien

Was Walter Lippmann zur Entwicklung der Kommunikationswissenschaft beigetragen hat, entstammt einer Zeit, in der die gedruckte Presse noch das einzige Massenmedium zur Unterrichtung der (amerikanischen) Bevölkerung war. Auch hat er selbst Zeit seines Lebens als Journalist für die Presse gearbeitet, sei es für Zeitschriften und Magazine oder als Kolumnist (mittels der Syndikatisierung) für zahlreiche Tageszeitungen. Doch nahm er 1922 schon in „Public Opinion“ von der Fotografie und dem Film Notiz und maß ihnen spezifische Wirkungen zu:

„Photographs have the kind of authority over imagination today, which the printed word had yesterday, and the spoken word before that. They seem utterly real. They come, we imagine, directly to us without human meddling, and they are the most effortless food for the mind conceivable. Any description in words, or even any inert picture, requires an effort of memory before a picture exists in the mind. But on the screen the whole proves of observing, describing, reporting, and then imagining, has been accomplished for you. Without more trouble that is needed to stay awake the result which your imagination is always aiming at is reeled off on the screen.“ (Lippmann 1922/1965: 61)

Wenige Jahre später, im September-Heft 1927 der Unterhaltungszeitschrift „Vanity Fair“ publizierte Lippmann einen Artikel, in dem er geradezu visionär die künftige perfekte „publicity machine“ vorwegnahm, „when anyone can see and hear anything that is going on anywhere else in the world“ (1927b: 47). An diese Aussicht knüpfte er jedoch höchst skeptische Erwartungen:

„We can see this promised land, but we shall not enter it. Yet we have made great progress in a somewhat different direction. We can transmit sound over great distances. We can transmit photographs. We can make moving pictures. We can make moving pictures that talk. Tomorrow we shall have television. The day after tomorrow we shall have a combination of the radio, telephone and television. These inventions combined with the facilities of the great news gathering organizations have created an engine of publicity such as the world has never known before. But this engine has an important peculiarity. It does not flood the world with light. On the contrary it is like the beam of a powerful lantern which plays somewhat capriciously upon the course of events, throwing now this and now that into brilliant relief, leaving the rest in comparative darkness.“ (ebd.)

Die Technik selbst, so war Lippmann überzeugt, hatte weder Moral noch Geschmack, Vorurteil oder niedere Motive. „It is guided by men“, so entgegnete er und fuhr fort:

„More specifically it is guided by newspaper men. They are the watchers who scan the horizon constantly looking for the event which may become the next nine day's wonder. They set the special writers and the batteries of photographers hurrying to the scene of action. If their judgement has

been good, that is to say if they have picked a sensation which the public finds fascinating, the lead is taken up by the auxiliary services, the moving picture people, the managers of the chains of broadcasting stations and the Mayor's committee on the reception of distinguished visitors.“ (ebd.)

Mit Radio und Fernsehen hat sich Walter Lippmann in seinen späteren politischen Schriften so gut wie nicht mehr auseinandergesetzt. Lediglich in seiner Kolumne „Today and Tomorrow“ kam er gelegentlich auf das Fernsehen zu sprechen. „He had an intellectual's contempt for commercial television“, so schreibt sein Biograph Ronald Steel, „combined with an old newspaperman's suspicion of the medium“ (1980: 516).

Am 27. Oktober 1959 ritt Lippmann in seiner Kolumne eine Attacke auf das kommerzielle Fernsehen. “[W]hile television is supposed to be ‘free’, it has in fact become the creature, the servant, and indeed the prostitute, of merchandising”; der hauptsächliche Einfluss des Fernsehens sei,

“[to] poison the innocent by the exhibition of violence, degeneracy and crime, and second, to debase the public taste. The great offense of the television industry is that it is misusing a superb scientific achievement, that it is monopolizing the air at the expense of effective news reporting, good art, and civilized entertainment.“ (zit. nach Rossiter/Lare 1963: 412)

In diesem Artikel plädierte Lippmann zugleich für ein Fernsehen auch als „public service“, Jahre noch bevor in den USA dergleichen in sehr bescheidener Form tatsächlich entstanden ist. So wie für Schulen, Universitäten und andere Einrichtungen schien ihm staatliche Unterstützung dafür gerechtfertigt.

Gleichwohl hat auch Lippmann sich nicht ganz dem Fernsehen verweigert. Zwar war aus ihm selbst nie ein habitueller Fernsehzuschauer geworden (Steel 1980: 597). Fred Friendly, der Produzent von CBS News, suchte ihn aber 1960 für ein TV-Interview zu gewinnen. Nach anfänglichem Sträuben und Bedenkzeit willigte Lippmann ein, allerdings mit Auflagen, dass in der Sendung nur für ausgewählte Waren – „no dog food, deodorants or soap“ (ebd.) – geworben werden durfte. Das einstündige Interview wurde am 7. Juli 1960 ausgestrahlt und wurde zu einem Quotenhit: „Public response far exceeded anything the network had anticipated. The program was front-page news.“ (ebd.) Offenbar kam im Fernsehen Lippmanns persönlicher Charme voll zur Geltung, der den Lesern hinter den Zeitungsartikeln verborgen blieb. Die neue Popularität bewegte Lippmann zu einem Vertrag mit CBS über weitere Interviews, von denen in den folgenden Jahren weitere sechs gesendet wurden. Das letzte am 22. Februar 1965, in dem er kritische Töne gegen den Vietnam-Krieg anschlug. Noch nahm er Präsident Lyndon B. Johnson in Schutz. Vergeblich versuchte dieser aber Lippmanns wachsender Entfremdung entgegenzuwirken (Steel 1980: 559f.).

5. Würdigung aus heutiger Sicht

Auch wenn die Entwicklung der modernen Massenmedien jenen Zustand längst hinter sich gelassen hat, der Walter Lippmann bewegte, sich mit ihrer Rolle zu beschäftigen, lohnt es auch heute noch, ihn wieder zu lesen. Dies nicht nur aus historischen Gründen, um seinen Ruf als eines Vorläufers der Kommunikationswissenschaft nachzuvollziehen. Vielmehr haben seine Diagnosen durch die Medienentwicklung sogar eher noch an Gültigkeit gewonnen. Denn das Ausmaß der sekundär erfahrenen Wirklichkeit hat durch das Medienangebot und den Medienkonsum im menschlichen Lebenshaushalt enorm zugenommen und damit den Anteil der „Pseudoumwelt“ noch vergrößert, in

der die Menschen heute leben. Was das bedeutet, kann man mit Lippmanns Hilfe besser verstehen.

Gewiss muss man bei der Beschäftigung mit Walter Lippmann Geduld aufbringen. Er war, wie schon gesagt, kein Systematiker, der analytisch Folgerungen aus Prämissen deduzierte und seine Erkenntnisse stringent strukturierte. Zwar gliederte er selbstverständlich seine Gedankengänge in Kapitel und Unterkapitel. Aber die Denkbewegung war doch eher additiv als diskursiv.

Lässt man sich erst einmal auf diesen Denk- und Schreibstil ein, so ist man noch immer beeindruckt von der Fülle oft scharfsinniger Einsichten und hellsichtiger Beobachtungen, die Lippmann zutage förderte und in seinen Werken gleichsam verstreute. Er war ein ausgesprochen intelligenter und origineller Denker. In welcher vielseitigen Weise er die Kommunikationswissenschaft angeregt oder vorweggenommen hat, wurde zuvor (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) zu zeigen versucht. „Ich habe“, so schrieb Elisabeth Noelle-Neumann 1980 in der Erstausgabe ihrer „Schweigspirale“, „nicht eine Idee über das Funktionieren von Kommunikation in Lippmanns Buch gefunden, die sich später nicht bei der minuziösen Arbeit in Laboratorien und in der Feldforschung bestätigte und immer weiter bestätigt.“ (1980: 207) Es macht demnach Lippmanns Größe aus, dass er intuitiv Phänomene der (Massen-)Kommunikation begriffen hat, für deren Absicherung in der „normalen Wissenschaft“ aufwändige methodische Operationalisierungen notwendig waren.

Was Lippmann lesenswert macht, ist, dass er die Massenkommunikation grundsätzlich und kritisch wie kaum jemand vor ihm problematisiert hat. Seine Überlegungen basierten auf einem realistischen, ja vielleicht pessimistisch zu nennenden Menschenbild. Nicht nur, weil er die Erkennbarkeit der Wirklichkeit und ihre objektive Abbildbarkeit in Zweifel zog, sondern weil er sich keiner Selbsttäuschung über die irrationalen und emotionalen Antriebe im Denken und Handeln der Menschen hingab. Und dies geschah ohne moralisierenden Unterton. Insofern stehen seine Erklärungen allen rationalistischen Theorien entgegen, und sein Konzept von Öffentlicher Meinung kann man geradezu als „Gegengift“ zu Jürgen Habermas' Vorstellung rational aufgeklärter Öffentlichkeit lesen. Verglichen mit dessen idealistisch-normativen Annahmen war Lippmann eher der empirisch gesinnte amerikanische Pragmatiker, derjenige, der gegen eine falsche Philosophie („false philosophy“) die „lessons of experience“ (Lippmann 1927a: 200) ins Feld führte. Zudem argumentiert Habermas eher in einem gesellschaftstheoretischen Rahmen, Lippmann dagegen auf kognitionspsychologischer Grundlage.³

In den USA verkörperte Walter Lippmann die Gegenposition zu John Deweys weit optimistischerem Modell großgesellschaftlicher Öffentlichkeit (vgl. Peters 1989). Dewey hatte Lippmanns Buch „Public Opinion“ 1922 in der „New Republic“ rezensiert (Dewey 1922). Die kritische Analyse des Buches akzeptierte er mehr als die darin vorgeschlagenen „Heilmittel“. Im Widerspruch zu Lippmann glaubte er jedoch, „that organized intelligence to be effective must be geared to the news even more basically than to administration“ (ebd.: 288). Auf Wissen und Forschung fundierte Information könne durchaus sensationell sein, und politische Aktion sei wirkungslos ohne begleitende Aufklärung der „popular opinion“. Dewey hielt daher die Presse für unverzichtbar, zumal für die Massengesellschaft. Auf die konstitutive Rolle der Kommunikation für

3 In der Bibliographie von Jürgen Habermas' „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1962) ist zwar Lippmanns „Public Opinion“ verzeichnet, im Inhalt taucht ein Bezug dazu aber nirgendwo auf, so dass von einer Rezeption nicht gesprochen werden kann.

die Gemeinschaftsbildung kam er wenige Jahre später in seinem Buch „The Public and Its Problems“ (1927/1996) zurück.

Es wäre jedoch falsch zu behaupten, dass sich nicht auch Lippmann von normativen Vorstellungen habe leiten lassen. Dass die Demokratie die wünschenswerte Staatsform sei, davon blieb er überzeugt. Bis in seine späten Schriften hat ihn die Sorge um das Überleben der liberalen Demokratie (zumal in den USA) umgetrieben. Aber er tat dies doch mit einem klaren Blick für ihre Gefährdungen, nicht nur die äußeren durch totalitäre Bewegungen, sondern auch die inneren, die den Rückblick des Publizisten auf das 20. Jahrhundert mit zunehmendem Alter verdüstert zu haben scheinen. Das gilt jedenfalls für sein letztes Hauptwerk „The Public Philosophy“ (1955). Ähnlich schrieb er im gleichen Jahr in seinen „Essays in Public Philosophy“:

„Die unglückselige Wahrheit ist, daß die überwiegende öffentliche Meinung in den kritischen Augenblicken stets falsch geurteilt hat, mit destruktiver Wirkung das Verkehrte wollte. Das Volk hat gegen die Urteile unterrichteter und verantwortungsbewußter Männer in amtlichen Stellungen immer wieder sein Veto eingelegt. Es hat die Regierungen, die gewöhnlich wußten, was vernünftiger gewesen wäre, oder was nötig oder was förderlicher war, gezwungen, mit Zuwenigem zu spät zu kommen oder mit Zuvielm fortzufahren, zu friedliebend im Frieden, zu kriegslüsten im Krieg zu sein, zu neutralistisch und zu nachgiebig in Verhandlungen oder gerade zu unversöhnlich starr. Die Meinung der Massen hat in unserem Jahrhundert steigende Macht erlangt. Und sie hat sich als gefährliche Zwingherrin bei den Entscheidungen erwiesen, bei denen es um Tod und Leben geht.“ (Lippmann 1955/1957: 29)

Literaturverzeichnis

- Berelson, Bernard/Janowitz, Morris (1950/1953): *Public Opinion and Communication*. Glencoe: University of Illinois Press.
- Bleyer, Willard Grosvenor (1916): *Types of News Writing*. Boston, New York, Chicago: Houghton Mifflin.
- Blum, Steven (1984): *Walter Lippmann. Cosmopolitanism in the Century of Total War*. Ithaca, London: Cornell University Press.
- Carey, James W. (1982): *The Mass Media and Critical Theory: An American View*. In: Michael Burgoon (Hrsg.), *Communication Yearbook 6*. Newbury Park (Calif.): Sage.
- Childs, Marquis/Reston, James (Hrsg.) (1959): *Walter Lippmann and his Times*. New York: Harcourt, Brace & Company.
- Cohen, Bernard C. (1963): *The Press and Foreign Policy*. Princeton (N. J.): Princeton University Press.
- Curtis, Michael (1991): *Walter Lippmann Reconsidered*. In: *Society* 28, S. 23–31.
- Dearing, James W./Rogers, Everett M. (1996): *Agenda Setting*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Deppe, Frank (2003): *Politisches Denken im 20. Jahrhundert*. Bd. 2: *Politisches Denken zwischen den Weltkriegen*. Hamburg: VSA-Verlag.
- Dewey, John (1922): *Rez. Public Opinion Walter Lippmann*. In: *The New Republic* 3, S. 286–288.
- Dewey, John (1927/1996): *The Public and its Problems*. New York: Swallow Press. Dt. Übers.: *Die Öffentlichkeit und ihre Probleme*. Bodenheim: Philo.
- Dovifat, Emil (1927): *Der Amerikanische Journalismus*. Stuttgart, Berlin, Leipzig: Deutsche Verlags-Anstalt. Neuauflage hrsg. v. Stefan Ruß-Mohl. Berlin: Colloquium Verlag 1990.
- Dröge, Franz W. (1967): *Publizistik und Vorurteil*. Münster: Verlag Regensburg.
- Filler, Louis (1961): *The Crusaders for American Liberalism: The Story of The Muckrakers*. New York (NY): Collier Books.

- Forcey, Charles (1961): *The Crossroads of Liberalism. Croly, Weyl, Lippmann, and the Progressive Era 1900–1925*. London, Oxford, New York: Oxford University Press.
- Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers*. In: *Journal of Peace Research* 2, S. 64–91.
- Habermas, Jürgen (1962/1971): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. 5. Aufl. Neuwied, Berlin.
- Herman, Edward S./Chomsky, Noam (1988): *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Jones, Ernest (1913): *Rez. A Preface to Politics*. Von Walter Lippmann. In: *Imago* 2, S. 452–456.
- Katz, Daniel/Cartwright, Dorwin/Eldersveld, Samuel/McClung Lee, Alfred (1954): *Public Opinion and Propaganda. A Book of readings*. New York, Chicago, San Francisco: Holt, Rinehart and Winston.
- Lasswell, Harold D. (1927/1971): *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge, London: The M.I.T. Press. Erstausgabe London 1927: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., Ltd.
- Leuchtenburg, William E. (1985): *Walter Lippmann's Drift and Mastery*. In: *Walter Lippmann, Drift and Mastery*. Madison (Wi.): The University of Wisconsin Press, S. 1–14.
- Lippmann, Walter (1913/2005): *A Preface to Politics*. New York: MacMillan. New Edition Ann Arbor: The University of Michigan Press 1962. New Edition Amherst: Prometheus Books.
- Lippmann, Walter (1914/1985): *Drift and Mastery. An Attempt to Diagnose the Current Unrest*. Mitchell Kennerley. With a revised introduction and notes by William E. Leuchtenburg. Madison (WI.): The University of Wisconsin Press.
- Lippmann, Walter (1920): *Liberty and the News*. New York: Hartcourt, Brace and Howe.
- Lippmann, Walter (1922/1965): *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace. Paperback Edition New York, London: The Free Press & Collier Macmillan.
- Lippmann, Walter (1927a): *The Phantom Public*. New York: Macmillan.
- Lippmann, Walter (1927b): *Blazing Publicity. Why we know so much about „Peaches“ Browning, Valentino, Lindbergh and Queen Mary*. In: *Vanity Fair*, Sept. 1927, S. 47–48.
- Lippmann, Walter (1929): *A Preface to Morals*. New York: Macmillan.
- Lippmann, Walter (1934/1992): *The Method of Freedom*. New York: Macmillan. With a New Introduction by John M. Blum. New Brunswick, London.
- Lippmann, Walter (1943): *U.S. Foreign Policy. Shield of the Republic*. Boston (Mass): Little, Brown & Co. Dt.: *Die Außenpolitik der Vereinigten Staaten*. Zürich 1943: Schweizer Spiegel Verlag.
- Lippmann, Walter (1943/1945): *The Good Society*. New York: Grosset & Dunlap. Dt.: *Die Gesellschaft freier Menschen*. Bern: Francke 1945.
- Lippmann, Walter (1944): *US War Aims*. Boston: Little, Brown & Comp.
- Lippmann, Walter (1947/1972): *The Cold War. A Study in U.S. Foreign Policy*. New York: Harper & Row 1972.
- Lippmann, Walter (1952): *Public Opinion and Foreign Policy in the United States*. London: Allen & Unwin Ltd.
- Lippmann, Walter (1955/1957): *Essays in the Public Philosophy. On The Decline and Revival of the Western Society*. Boston, Toronto: Little, Brown & Co. Dt. unter dem Titel: *Philosophia Publica. Vom Geist des guten Staatswesens*. München: Isar Verlag.
- Lippmann, Walter (1962): *Western Unity and the Common Market*. Boston: Little, Brown & Comp.
- Lippmann, Walter (1964/1990): *Die Öffentliche Meinung*. München: Rütten & Löning. Nachdruck Bochum: Brockmeyer.
- Lippmann, Walter (1970): *Early Writings. Introduction and Annotations by Arthur M. Schlesinger, Jr.* New York: Liveright.
- Lippmann, Walter (1977): *Public Persons*. Ed. by Gilbert A. Harrison. New York: Liveright.
- Lippmann, Walter/Merz, Charles (1920): *A Test of the News*. In: *New Republic* 23, Nr. 296 v. 4.8.1920, S. 1–42.
- Luskin, John (1972): *Lippmann, Liberty, and the Press*. Alabama: University of Alabama Press.

- Maletzke, Gerhard (1963): *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.
- Munzinger-Archiv/Internationales Biographisches Archiv (1975): Walter Lippmann. Lieferung 10/1975, S. 599a-c.
- Noelle, Elisabeth (1940): *Amerikanische Massenbefragungen über Politik und Presse*. Frankfurt/M.: Moritz Diesterweg (= Zeitung und Zeit. Neue Folge, Reihe A, Bd. 16).
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1980): *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. München, Zürich: Piper. 6. erw. Aufl. 2001 München: Langen Müller.
- Östgaard, Einar (1965): Factors Influencing the Flow of News. In: *Journal of Peace Research* 2, S. 39–63.
- Quasthoff, Uta (1975): *Soziales Vorurteil und Kommunikation – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps*. Frankfurt a. Main: Athenäum Taschenbuch Verlag
- Peters, John Durham (1989): *Democracy and American Communication Theory*. In: *Communication* 11, S. 199–220.
- Purcell, Richard A., Jr. (1973): *The Crisis of Democratic Theory. Scientific Naturalism & the Problem of Value*. Lexington: The University of Kentucky Press.
- Rogers, Everett M. (1994): *A History of Communication Study. A Biographical Approach*. New York, London, Toronto, Sydney, Singapore: The Free Press.
- Roselius, Ernst (1936): *Amerikanische Jugend schreibt Zeitungen. Mittel der Erziehung zum Gemeinschaftsgeist in den Vereinigten Staaten*. Leipzig: Universitätsverlag von Robert Noske.
- Rossiter, Clinton/Lare, James (Hrsg.) (1963): *The Essential Lippmann. A Political Philosophy for Liberal Democracy*. New York: Random House.
- Schramm, Wilbur (Hrsg.) (1960): *Mass Communications*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schramm, Wilbur (1997): *The Beginnings of Communication Study in America*. Ed. by Steven H. Chaffee, Everett M. Rogers. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Sinclair, Upton (1921): *Der Sündenlohn. Eine Studie über den Journalismus*. Eingel. und nach der 8. Aufl. von „The Brass Check“ übersetzt von Prof. Dr. I. Singer. Leipzig: Verlag Der Neue Geist.
- Steel, Ronald (1981): *Walter Lippmann and the American Century*. New York: Vintage Books.
- Wellborn, Charles (1969): *Twentieth Century Pilgrimage. Walter Lippmann and the Public Philosophy*. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- Wilke, Jürgen (1986): *Auslandsberichterstattung und internationaler Nachrichtenfluss im Wandel*. In: *Publizistik* 31, S. 53–90.
- Wilke, Jürgen (1989): *Massenmedien und Imagebildung*. In: *Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Völker und Nationen im Spiegel der Medien*. Bonn: BpB, S. 11–21.