

I. EINLEITUNG

1. Hinführung und Fragestellung

Seit Erfindung des Buchdruckes haben Printmedien als Mittel der politischen Kommunikation immer eine wichtige Rolle gespielt.¹ Den Zeitungen und Zeitschriften kam wegen ihrer regelmäßigen Erscheinungsweise, Aktualität und häufig größeren Verbreitung hierbei eine besondere Bedeutung zu. Über Jahrhunderte hinweg war das Verhältnis zwischen Presse und Politik jedoch vor allem durch Überwachung, Zensur und Reglementierung geprägt. Während Drucker, Verleger und Publizisten stets daran interessiert waren, ihren Handlungsspielraum gegenüber der Obrigkeit zu vergrößern, versuchten Potentaten und ihre Beamten darauf zu achten, dass ihnen die politische Kontrolle über die neuen Kommunikationsmedien nicht entglitt. Nachdem sich Ende des 17. Jahrhunderts zunächst in England und knapp hundert Jahre später in den Vereinigten Staaten von Amerika dennoch die Pressefreiheit durchsetzen konnte, hat die Presse aufgrund ihrer wachsenden und mitunter herrschaftskritischen Haltung allmählich den Ruf eines Hüters gesellschaftlicher Freiheiten erworben. Mehr noch, als öffentliches Forum für den Austausch von Nachrichten und Meinungen nahm die Presse die Rolle einer neuartigen Vermittlungsinstanz zwischen Regierung und Bevölkerung ein.

Bis etwa zur Mitte des 19. Jahrhunderts war das Ansehen der Presse als einer Art Gegenpol zur politischen Macht in einzelnen Ländern so gestiegen, dass hierfür die Begriffe *Fourth Estate* oder *Fourth Branch of Government* aufkamen und die Medien damit den anderen Gewalten Exekutive, Legislative und Judikative zumindest rhetorisch und symbolisch gleichgestellt wurden.² Mit der beispiellosen Expansion der Presse im 19. Jahrhundert wuchs sie zu der gesellschaftlichen Kraft heran, die einerseits wie kein anderer Akteur den Prozess der Meinungsbildung in der Öffentlichkeit zu formen, aber andererseits auch wie keine andere Institution die „öffentliche Meinung“ zu repräsentieren schien.³ Gegenüber dem Publikum berichtete, interpretierte und kritisierte sie die Politik der Regierung, und gegenüber den Parteien, Politikern und Beamten trat sie als Vertreter und Anwalt der Öffentlichkeit auf

1 Siehe hierzu grundlegend das Standardwerk von Eisenstein, *Printing Press*.

2 Zur historischen Bedeutung des „Fourth Estate“ vgl. Boyce, *Fourth Estate*, 19–40; Schulz, *Aufstieg*, 65–97.

3 So behauptete von Holtzendorff, *Wesen*, 108, dass in der „Mehrzahl der Fälle“ die öffentliche Meinung von der Presse „gemacht“ werde.

– als *organ of public opinion*, wie es in zeitgenössischer Sprache hieß.⁴ Die sich aus der Vermittlerrolle ergebende zweifache Wirkungsrichtung verlieh der Presse ein spezifisches, bis dahin unbekanntes Machtpotential. Sie entwickelte sich von einer Institution, die politisch kontrolliert wurde, zu einer, die nun ihrerseits Politik kontrollierte. Die Presse wurde zu einem politischen und sozialen Faktor, der von keiner Seite mehr ignoriert werden konnte.⁵ Sie war nicht nur die wichtigste Quelle für neueste Informationen, sondern sie bot auch das wirksamste Medium, um zu den unterschiedlichsten Themen divergente Ansichten auszutauschen und damit zur Meinungsbildung beizutragen. Diese letztere Funktion brachte es allerdings auch mit sich, dass eine Zeitung weniger als neutrales Forum für verschiedene Meinungen, sondern vor allem als Sprachrohr für eine politische Richtung fungierte.⁶

Der Kollektivsingular Presse sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass es sich bei diesem Phänomen keineswegs um eine Gruppe von kollektiv handelnden Akteuren mit gleichgerichteten Zielen, sondern mehr um eine Vielzahl individueller Presseorgane handelte, die sich zueinander sowohl in politischer als auch in unternehmerischer Sicht in einem tendenziell antagonistischen Verhältnis befanden – ein Umstand, der ihre Wirksamkeit als politische Kraft zweifellos einschränkte. In dem Maße jedoch, in dem aus der Vielstimmigkeit einzelne Stimmen hervordrangten, gewann die Presse stärker an Profil, wurde ihr Erscheinungsbild mit dem einzelner Publikationen, Redakteure oder Verleger assoziiert.⁷

Ende des 19. Jahrhunderts trat ein neuer Typ des Medienunternehmers in Erscheinung.⁸ Einzelne Verleger fingen an, neben ihrer bisherigen Zeitung weitere Blätter zu gründen beziehungsweise zu erwerben und auch auf dem Zeitschriftenmarkt zu investieren. Aus den Verlagen wurden Großverlage und später diversifizierte Medienkonzerne – ein Prozess, der in der Öffentlichkeit Besorgnis hervorrief. Zum einen wurde befürchtet, dass der Aufbau von Zeitungsketten und der damit einhergehende Konzentrationsprozess zur Beeinträchtigung der Meinungsvielfalt führen könnte, zum anderen sah man die Möglichkeit, dass hier einzelnen Medienunternehmern aufgrund der Marktanteile ihrer Publikationen eine publizistische Macht zuwuchs, die für persönliche Interessen missbraucht werden könnte. Die Erfahrung, dass Zeitungen und Journalisten nicht nur Vermittler und Kommunikatoren, sondern

4 Vgl. Bryce, *Commonwealth*, Bd. 3, 3–170, hier 34–47.

5 So hatte Max Weber gleich auf dem ersten deutschen Soziologentag 1910 in Frankfurt am Main auf die Bedeutung der Presse hingewiesen und die Schaffung einer „Soziologie des Zeitungswesens“ gefordert. Weber, *Geschäftsbericht*, 42–52.

6 Für die britische Presse wurde dieser Zusammenhang bereits in den Arbeiten von Spinnall, *Politics*, und Koss, *Political Press*, eingehend dargestellt.

7 Dies war z. B. lange Zeit bei der Londoner *Times* der Fall; im 20. Jahrhundert erwarb sich die *New York Times* in den USA eine ähnlich herausragende Position.

8 Zur historischen Figur des Medienunternehmers vgl. die Skizze von Schulz, *Unternehmer*, 9–21.

auch – und vorrangig – Advokaten und Parteigänger für bestimmte Ideen und Interessen sein konnten, gehört zur Frühgeschichte der Presse mit dazu. Aber die Möglichkeit, dass hier ein einzelner Medienunternehmer kraft der von ihm kontrollierten Medien eine durch Wahlen legitimierte Regierung so unter öffentlichen Druck setzen könnte, dass deren Handlungsfähigkeit eingeschränkt wäre, schien bedenklich.

Konkret wurde diese Befürchtung zunächst geäußert in Bezug auf den englischen Verleger Alfred Harmsworth, der später als Lord Northcliffe einen Sitz im House of Lords erhalten sollte, oder in Bezug auf den Amerikaner William Randolph Hearst.⁹ Für Verunsicherung sorgte nicht nur, dass die Verleger Tageszeitungen produzierten, die mit populistischem Sensationsjournalismus bis dahin unbekannte Auflagenhöhen erreichten, sondern vor allem, dass als neue Leserschicht ein Millionenpublikum erschlossen wurde, das bis dahin in der Politik keine prominente Rolle gespielt hatte und aufgrund geringer Qualifikation und mangelhafter Lebensbedingungen als in der Mehrheit besonders anfällig für simplistische Parolen und demagogische Versprechungen galt. So nutzten beide Verleger ihre Zeitungen, um politische Entscheidungen zu kritisieren oder auch den Rücktritt einzelner Politiker zu fordern. Der Druck, den sie mit ihren Massenblättern ausübten, brachte ihnen schon bald den Vorwurf unverantwortlicher Machtausübung ein, zumal sich zumindest im Fall von Hearst schon bald zeigte, dass er auch eigene politische Ambitionen verfolgte.¹⁰

In Deutschland entstand während des Ersten Weltkrieges eine Organisation, die später unter dem Namen Hugenberg-Konzern bekannt wurde. Der Aufstieg des Hugenberg-Konzerns zum größten deutschen Medienkonzern der Weimarer Republik erschien insofern als ausgesprochen bedenklich, weil hier ganz offenbar keine journalistischen oder unternehmerischen, sondern vor allem politische Zielsetzungen im Vordergrund standen. Die von dem Industriemanager und Verbandspolitiker Alfred Hugenberg aufgebaute und kontrollierte Organisation und deren publizistische Erzeugnisse sollten sich vor allem durch ihre nationalistische und republikfeindliche Grundrichtung auszeichnen. Im Herbst 1928 wurde Hugenberg zum Vorsitzenden der Deutschnationalen Volkspartei gewählt und konnte dadurch seine politische Opposition gegen Weimar fortan auch auf parlamentarischer Ebene fortsetzen.

Auch nach dem Zweiten Weltkrieg sollte die Frage nach dem politischen Einfluss von Medienunternehmern nichts von ihrer Aktualität verlieren, wie sich in den sechziger und siebziger Jahren beispielhaft an der Kontroverse

9 Für eine Einführung in den Problemzusammenhang vgl. Requate, Medienmacht, 79–95.

10 Zu Northcliffe vgl. z.B. Fyfe, Northcliffe; Greenfall, Northcliffe; Taylor, Outsiders; Williams, Dangerous Estate, Kapitel IX u. X.

um die Springer-Presse zeigte.¹¹ In der Gegenwart wird diese Problematik an Beispielen wie Rupert Murdoch diskutiert, der gleich in mehreren Ländern – vor allem Australien und Großbritannien, in einem geringeren Umfang auch in den USA – zahlreiche Zeitungen und Zeitschriften kontrolliert und in großem Umfang im Bereich des Satellitenfernsehens aktiv ist. Noch markanter und strittiger ist der Fall von Silvio Berlusconi, der es als Chef des größten privaten Medienkonzerns Italiens und Vorsitzender der Partei *Forza Italia* mehrmals geschafft hat, italienischer Ministerpräsident zu werden und damit genau jene Trennung zwischen Politik und Medien partiell aufgehoben hat, deren Gewährleistung unter demokratischen Gesichtspunkten zwingend geboten erscheint.¹²

Dass die Konzentration von Massenmedien in den Händen Einzelner in der Öffentlichkeit auf Misstrauen und Kritik stößt, darf nicht überraschen, zumal die betroffenen Medienunternehmer, wenn es um den eigenen Konzern geht, wenig Interesse an Transparenz zeigen oder im Extremfall sogar versuchen, entsprechende Veröffentlichungen zu verhindern.¹³ Andererseits muss man auch feststellen, dass bei aller berechtigten Kritik nicht selten eilfertig eine Dämonisierung der als „Medienzar“, „Medienmogul“ oder „Media Tycoon“ qualifizierten Unternehmer erfolgt, ohne jedoch Genaueres über den tatsächlichen Einfluss zu wissen.

Die Arbeit verfolgt eine doppelte Fragestellung. Zum einen will sie die historischen Entwicklungspfade sowie die strukturellen und kulturellen Rahmenbedingungen klären, die das Spannungsverhältnis zwischen Medien und Politik in beiden Gesellschaften auf der Makroebene auszeichneten. Nur wenn hierüber ein grundlegendes Verständnis besteht, lässt sich der Handlungsspielraum einzelner Akteure auf der Mikroebene genauer darstellen. Der Vergleich zwischen Deutschland und den USA soll helfen, Gemeinsamkeiten, aber vor allem auch Unterschiede in der Entwicklung herauszuarbeiten. Die eine Gesellschaft fungiert so für die jeweils andere gleichermaßen als Kontrastfolie, vor deren Hintergrund die jeweiligen nationalen Eigenheiten besonders deutlich hervortreten.¹⁴

11 Über Axel Springer und insbesondere seinen Medienkonzern ist die Literaturlage bisher noch unbefriedigend. Zum Konzern vgl. Müller, Springer-Konzern; zur Person Springers vgl. Jürgs, Axel Springer; Schwarz, Axel Springer.

12 Vgl. Leapman, Barefaced Cheek; Shawcross, Rupert Murdoch; Chenoweth, Rupert Murdoch; Ruggeri/Guarino, Berlusconi; zu den Konzernstrukturen vgl. auch Hachmeister/Rager, Medien, 47–54, 199–203.

13 So hat nach Aussage von Ruggeri/Guarino, Berlusconi, 238–243, der Unternehmer mit unterschiedlichen Methoden versucht, die Veröffentlichung ihres Buches zu verhindern.

14 Zur Methodik vgl. Haupt/Kocka (Hg.), Geschichte und Vergleich; und dort vor allem dies., Einleitung, 9–45; Kaelble, Vergleich, 48–78, 119–135; Siegrist, Perspektiven, 305–339; ferner den schon älteren Aufsatz von Schieder, Möglichkeiten und Grenzen, 529–551.

Zum anderen will sie versuchen, anhand zweier historischer Einzelfälle – Alfred Hugenberg (1865–1951) und William Randolph Hearst (1863–1951) – die Einflussmöglichkeiten individueller Medienunternehmer auf die politische Kommunikation sowie die politischen Akteure und Entscheidungsprozesse ihrer Zeit näher zu bestimmen. Für die Gegenüberstellung von Hugenberg und Hearst spricht, dass sie beide in derselben Zeit lebten, in ihren Gesellschaften die jeweils größten Medienkonzerne kontrollierten und die ihnen zur Verfügung stehenden Medien gezielt für politische Interessen einsetzten. Im Fall von Hugenberg stehen Reichweite und Wirkungsweise der in den verschiedenen Konzern-Gesellschaften zusammengefassten Medien im Vordergrund der Betrachtung; Hugenbergs Rolle als Vorsitzender der Deutschnationalen Volkspartei wird hier jedoch nicht untersucht. Im Fall von Hearst werden auch seine frühen Versuche, ein politisches Mandat zu erwerben, dargestellt, da sich hieran das Zusammenwirken von systemischen und persönlich-sozialen Faktoren deutlich zeigen lässt. Die Einzelfallbetrachtungen konzentrieren sich auf Einflussmöglichkeiten auf der Ebene von nationaler Politik und Kommunikation; auf die politischen Verhältnisse einzelner amerikanischer Bundesstaaten oder deutscher Länder wird nur mittelbar eingegangen.

2. Theoretische und begriffliche Überlegungen

Um überhaupt die Frage nach dem politischen Einfluss einzelner Medienunternehmer näher untersuchen zu können, ist es allerdings notwendig, sich mit den strukturellen Rahmenbedingungen und das heißt mit dem grundsätzlichen Spannungsverhältnis zwischen Medien und Politik auseinanderzusetzen. Während Prinzipien wie Gewaltenteilung oder Meinungs- und Pressefreiheit zu den zentralen Elementen jeder Konzeption von Demokratie gehören, ist das Beziehungsfeld zwischen Politik und Medien darüber hinaus jedoch nicht weiter definiert. In der praktischen Ausgestaltung mag es von der einen Gesellschaft zur anderen vielfältige Unterschiede geben, aber eine gewisse Trennung zwischen den einzelnen Staatsorganen, insbesondere zwischen Regierung, Parlament und Justiz, hat sich in allen demokratischen Systemen etabliert. Nicht näher festgelegt ist hingegen das Verhältnis zwischen den politischen Akteuren einerseits und den Massenmedien andererseits. Dass funktionale Interdependenzen bestehen, ist offensichtlich, aber inwieweit führen diese zu wechselseitigen Einflussmöglichkeiten? Wie verhält sich politische Entscheidungsmacht zu massenmedialer Thematisierungsmacht und umgekehrt? Während sich genügend Beispiele für politische Eingriffe in Mediensysteme und folglich auch auf die Medienberichterstattung finden lassen, ist der Umkehrschluss ungleich schwerer zu ziehen.

Aus medientheoretischer Sicht nehmen die Massenmedien zentrale normative Funktionen wahr: Sie informieren, thematisieren, stellen Öffentlichkeit her, tragen zur Meinungsbildung bei, kontrollieren und kritisieren – und stellen damit in demokratischen Systemen unverzichtbare Vermittlungsinstanzen zwischen dem Volk als dem offiziellen Souverän und den gewählten Volksvertretern dar.¹⁵ Neben den klassischen Aufgaben, wie Beobachten, Recherchieren, Berichten, Erklären und Kommentieren, üben Journalisten allerdings auch zahlreiche andere, hierzu teils komplementäre, teils konfligierende Tätigkeiten aus, durch die sie ihre Rolle als Vermittler gegen die Rolle eines politischen Akteurs eintauschen oder zumindest versuchen, beide Rollen miteinander zu kombinieren. So sind sie nicht nur Informanten und Interpreten für die von ihnen vertretenen Massenmedien und die allgemeine Öffentlichkeit, sondern auch Zuträger für Politiker, die nicht nur Quelle, sondern auch Empfänger von Informationen sind. Als *gatekeeper* regulieren die Journalisten den Zugang zu den massenmedialen Foren der Öffentlichkeit.¹⁶ Sie sind es, die den Politikern sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht Publizität verschaffen – oder sie ihnen gar verwehren können. Aufgrund ihrer Erfahrungen im Bereich politischer Kommunikation werden sie häufig mit der Organisation und Leitung von Wahlkämpfen betraut. Für amtierende Politiker übernehmen sie oft die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus prädestiniert ihre sprachliche Fertigkeit Journalisten zu schriftstellerischen Dienstleistungen für Politiker und Parteien. Hierzu gehören die Erstellung von Redemanuskripten und publizistischen Beiträgen, die Produktion von Propagandamaterial für Wahlkämpfe und Kampagnen oder die Anfertigung von Politiker-Biographien. Politiker – sobald sie denn ins Amt gewählt sind – nehmen an wichtigen Entscheidungsprozessen teil und haben daher Zugang zu hochsensiblen Informationen. Sie verfügen im großen Maße über den Rohstoff, aus dem politische Nachrichten gemacht werden. Politiker stellen damit für Journalisten die bedeutendsten Informationsquellen dar. Es liegt im Ermessen der Politiker, ihre Informationen mit Journalisten zu teilen oder sie ihnen vorzuenthalten beziehungsweise Informationen partiell oder selektiv und anonym freizugeben. Kurzum, die alltägliche Praxis zeichnet sich durch vielfältige funktionale Verbindungen zwischen Journalisten und Politikern aus. Wo Parteizeitungen existieren, sind die Kontakte noch enger. Aus diesen Interdependenzen resultieren zahlreiche professionelle und gesellschaftliche Beziehungen. Die Folgen sind teils formelle, aber überwiegend informelle Vernetzungsprozesse zwischen Politik und Medien, die von der allgemeinen Öffentlichkeit allerdings häufig gar nicht näher wahrgenommen

15 Lichtenberg (Hg.), *Democracy; dies., Foundations*, 102–135; Gurevitch/Blumler, *Political Communication Systems*, 269–289.

16 Zur Entwicklung des Konzepts in der Kommunikationswissenschaft vgl. White, *Gatekeeper*, 383–390; Janowitz, *Professional Models*, 618–626, 662.

werden.¹⁷ Es ist daher wichtig, das Spannungsverhältnis zwischen Medien und Politik nicht nur unter dem Aspekt der *Kontrolle* und *Lenkung*, sondern auch unter den Aspekten von *Konflikt* und *Kooperation*, ja der Interdependenz zu betrachten. Nur unter Berücksichtigung dieser Trias lässt sich das Problem wechselseitiger Beeinflussung genauer fassen.

Wenn in den nachfolgenden Ausführungen von „Medien“ die Rede ist, so sind damit vor allem periodisch erscheinende Druckmedien wie Zeitungen und Zeitschriften gemeint. Film, Wochenschau und Rundfunk werden ebenfalls, aber nur am Rande behandelt. Berücksichtigt werden ferner Nachrichtenagenturen und Korrespondenzdienste. Wenn in der Arbeit von „Politik“ die Rede ist, so wird hier ein Politikbegriff zugrundegelegt, der sich an einem in der anglo-amerikanischen Politikwissenschaft entwickelten – und mittlerweile auch in der deutschen Politikwissenschaft etablierten – dreidimensionalen Differenzierungsschema orientiert.¹⁸ Demnach werden unter Politik erstens die Normen, Regeln und Institutionen gefasst, die das politische System strukturieren; zweitens bezeichnet der Begriff die Prozesse und Interaktionen zwischen politischen Akteuren; und drittens steht er für die materielle Politik, also für die Interessen und Handlungskonzepte, die zu einzelnen Politikfeldern verfolgt werden.

Während im Zusammenhang mit der Frage nach dem politischen Einfluss von Medien häufig auch der Machtbegriff Verwendung findet,¹⁹ ist es im Kontext der oben skizzierten Fragestellung sinnvoller, von „Einfluss“ beziehungsweise „Beeinflussung“ oder „Einflussnahme“ zu sprechen. Aufgrund ihrer zentralen Funktion im Bereich des *Agenda Setting* verfügen Massenmedien zwar über eine erhebliche Macht, wenn es darum geht, für ein bestimmtes Thema oder Problem öffentliche Aufmerksamkeit zu erzeugen, aber diese Macht zur Thematisierung führt den Medien keine direkte politische Entscheidungsmacht zu, da sie auf die weitere Behandlung eines Themas in den Entscheidungsprozessen des politischen Systems lediglich Einfluss, aber keine unwiderstehliche Macht ausüben können. Der Begriff „Einfluss“ entzieht sich einer präzisen Bestimmung, was vermutlich der Grund dafür ist, dass viele sozialwissenschaftliche Wörterbücher keinen Versuch unternehmen, ihn zu definieren.²⁰ Im Vergleich zum sozialwissenschaftlich stärker etablierten Begriff „Macht“ erweist sich „Einfluss“ als ein eher weiches und offenes Konzept. Allerdings ist die Ähnlichkeit beider Größen – sowohl was

17 Vgl. hierzu auch Jarren/Grothe/Rybarczyk, *Medien und Politik*, 9–44.

18 In der englischen Fachsprache werden zur Kennzeichnung der drei Dimensionen die Begriffe *polity*, *politics* und *policy* verwendet. Zur Rezeption dieses Konzeptes in der deutschen Politikwissenschaft vgl. Mohr, *Politikwissenschaft*, 1–63, hier 29–31.

19 Zur Diskussion vgl. z. B. Ronneberger, *Macht*, 260–270; Göhler (Hg.), *Macht; Requate, Medienmacht*, 79–95.

20 So z. B. Boudon/Bourricaud, *Dictionary of Sociology*; Endruweit/Trommsdorff (Hg.), *Wörterbuch der Soziologie*. Anders hingegen Ehrmann, *Influence*, 332–333.

einen Teil ihrer Ressourcen, ihr Wesensmerkmal als relationale Größe als auch ihre schwierige Messbarkeit betrifft – doch so deutlich, dass sie nicht selten auch synonym benutzt werden.²¹ Im Unterschied zu der berühmten, von Max Weber formulierten Definition von „Macht“ impliziert „Einfluss“ jedoch keineswegs „jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen [...]“.²² Wenn in einer Beziehung A auf B Einfluss ausübt, so bedeutet dies zunächst nur, dass A auf B einwirken kann, also Zugang zu B hat. Ob und inwieweit A auch seinen Willen durchsetzen kann, ist mit dieser Bedingung noch nicht festgestellt. „Zugang“ ist hier das Schlüsselwort. Nur wenn jemand in irgendeiner Form Zugang zu einem Akteur – einer Person, einer Organisation oder einem Publikum – hat, besteht die Chance, dessen Handeln und Einstellungen beeinflussen zu können. Im Unterschied zur Machtausübung beruht Einflussnahme jedoch nicht zwangsläufig auf einer asymmetrischen Beziehung. Die Art und Weise der Beeinflussung kann sowohl direkt als auch indirekt, offen als auch verdeckt, kurzfristig als auch langfristig, persönlich als auch medial erfolgen.²³ Nicht zuletzt wegen dieser Vielschichtigkeit eignet sich „Einfluss“ besser als „Macht“, um die teilweise ambivalente und diffuse Wirkung von Medien auf die einzelnen Dimensionen von Politik verdeutlichen zu können. Politik kann zwar über die Formulierung von Rahmenbedingungen, wie z. B. durch Zensurvorschriften oder durch Regulierung des Rundfunks, auf Medien eine gewisse Macht ausüben; sofern jedoch Pressefreiheit gewährleistet ist, muss auch sie sich damit begnügen, die Berichterstattung der Medien und die politische Kommunikation in der Öffentlichkeit allenfalls beeinflussen zu können.

3. Aufbau und Methodik

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. Der erste Teil besteht aus mehreren *Längsschnitt-Betrachtungen*, in denen anhand ausgewählter Indikatoren die Herausbildung der Presse, aber damit auch die strukturellen Rahmenbedingungen für die Grundlegung des Subsystems Medien nachgezeichnet werden; schließlich schufen insbesondere die politisch-konstitutionellen Vorgaben für die Presse eine Art Präzedenzfall für den Handlungsspielraum anderer Massenmedien. Das erste Kapitel thematisiert daher den Zusammenhang von staatlicher Pressepolitik und Pressefreiheit, also die rechtlichen und politischen Maßnahmen, die von staatlicher Seite aus den Handlungsrahmen von Presse und Öffentlichkeit definierten. Das zweite Kapitel behandelt das Ver-

21 Ehrmann, *Influence*, 332.

22 Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft*, 28.

23 Zum Zusammenhang zwischen Medien, Kommunikation und Einfluss vgl. Katz/Lazarsfeld, *Personal Influence*; Mutz, *Impersonal Influence*; Simonson (Hg.), *Politics*.

hältnis zwischen der Presse und den politischen Parteien, den neben den staatlichen Institutionen wichtigsten politischen Akteuren. Das dritte Kapitel skizziert die Entwicklung der Presse unter ökonomischen und technischen Gesichtspunkten. Ziel dieses historischen Längsschnitts ist es, die sich für beide Gesellschaften herauskristallisierten Entwicklungspfade und Traditionslinien aufzuzeigen, da sich diese auch für die weitere Entwicklung im 20. Jahrhundert als wegweisend erwiesen haben.

Der zweite Teil umfasst mehrere *Querschnitt-Betrachtungen*, die auf der Makroebene das strukturelle Umfeld massenmedialer Beeinflussung von Politik und Öffentlichkeit während und nach dem Ersten Weltkrieg analysieren. Chronologisch schließt dieser Teil an die Längsschnitt-Betrachtungen nahtlos an. Im Fall Deutschlands erstreckt sich die Darstellung bis zum Ende der Weimarer Republik. Im Fall der Vereinigten Staaten fehlt jedoch eine ähnlich scharfe Zäsur; hier endet der Betrachtungszeitraum etwa Mitte der dreißiger Jahre. Die beiden ersten Kapitel untersuchen die Bedeutung des Ersten Weltkrieges unter kommunikationspolitischen Gesichtspunkten. Diese kritische Periode verdient eine gesonderte Darstellung, weil zum einen die Eingriffe staatlicher Stellen in die Rahmenbedingungen und Prozesse öffentlicher Kommunikation einen Umfang annahm, der für beide Gesellschaften historisch beispiellos war; zum anderen, weil Organisation und Art der Maßnahmen zur Steuerung öffentlicher Kommunikation gerade in den Unterschieden bezeichnend waren für die jeweilige Herangehensweise und deren Prämissen. Zum dritten erklärt sich die Relevanz aus dem Umstand, dass einige der Methoden zur Beeinflussung von Presse und Öffentlichkeit auch nach Kriegsende in abgewandelter Form fortgeführt wurden. Während im ersten Kapitel dieses zweiten Teils die repressiven Maßnahmen, wie Zensur und Sanktionen, erläutert werden, beleuchtet das zweite Kapitel das Spektrum offensiver Kommunikationssteuerung. Im Mittelpunkt des dritten Kapitels steht die staatliche Medienpolitik, die in den Vereinigten Staaten weitgehend an die Modi der Vorkriegszeit anknüpfen konnte, während sie in der Weimarer Republik unter den besonderen Bedingungen des Systemumbruchs und der Systemstabilisierung stand. Das vierte Kapitel umreißt den Strukturwandel der Mediensysteme in seinen wesentlichen Grundzügen, während sich das fünfte Kapitel näher mit den Beziehungen und Verflechtungen zwischen Medien und Parteien sowohl unter personellen als auch institutionellen Gesichtspunkten beschäftigt.

Der dritte Teil setzt sich schließlich aus zwei *Tiefschnitt-Betrachtungen* zusammen, in denen auf der Mikroebene die Rolle individueller Medienakteure analysiert wird. Anhand von zwei historischen Einzelfällen, den Figuren von Alfred Hugenberg und William Randolph Hearst, wird versucht, die Möglichkeiten und Grenzen des Einflusses einzelner Medienunternehmer auf Politik und Öffentlichkeit näher zu bestimmen. In einer diachronen Darstellung wird ihr persönliches und politisches Profil skizziert, die Entwicklung

der Medienkonzerne nachgezeichnet sowie an Beispielen die Methoden und Wirkungen medial-politischer Einflussnahme untersucht und beschrieben. Im Fall von Hugenberg endet die Betrachtung mit einer analytischen Darstellung des Volksbegehrens gegen den Young-Plan 1929; im Fall von Hearst mit dessen Kampagne gegen eine Mitgliedschaft der Vereinigten Staaten im *World Court* und seiner Opposition gegen Franklin D. Roosevelts Wiederwahl 1936. Während in den vorhergehenden Teilstudien innerhalb der jeweiligen Kapitel amerikanische und deutsche Verhältnisse und Entwicklungen miteinander in Beziehung gesetzt werden, wurde bei den Einzelfallbetrachtungen auf eine direkte Gegenüberstellung bewusst verzichtet, da die historischen Kontexte einzelner Handlungssituationen im Detail häufig so speziell sind, dass eine integrierte Darstellung nur zu Lasten von Klarheit und Stringenz möglich gewesen wäre. Jeder Teilbereich wird durch Schlussfolgerungen abgerundet, in denen insbesondere nochmals Gemeinsamkeiten und Unterschiede im deutsch-amerikanischen Vergleich herausgearbeitet werden. Am Ende der gesamten Studie folgt eine Schlussbetrachtung, in der versucht wird, aus den gewonnenen Erkenntnissen zu den untersuchten Fragestellungen allgemeine Aussagen über das Spannungsfeld zwischen Medien und Politik zu gewinnen und damit einen Beitrag zur Theoriebildung zu leisten.

4. Forschungsstand und Quellenlage

Wer etwas über das Verhältnis zwischen Medien, Politik und Öffentlichkeit sowie die wechselseitigen Einflussmöglichkeiten herausfinden und dies im Vergleich zweier Gesellschaften über einen relativ großen Zeitraum untersuchen will, macht die Erfahrung, dass der Forschungsstand erdrückend umfangreich und lückenhaft zugleich ist. Das Thema liegt im Schnittbereich mehrerer Disziplinen. In der Kommunikationswissenschaft, der Soziologie und der Politikwissenschaft ist die Zahl der Arbeiten, die zur Öffentlichkeit, politischen Kommunikation, Medienwirkung, Kommunikationspolitik, Parteien und politischen Kulturforschung entstanden sind – insbesondere wenn man nicht nur die deutsche, sondern auch die amerikanische Forschung berücksichtigt –, kaum mehr zu überblicken. Allerdings ist nicht zu übersehen, dass der Untersuchung der Beziehungen und Wechselwirkungen zwischen Medien und Politik, zwischen Journalisten und Politikern, zwischen Akteuren des Mediensystems und Akteuren des politischen Systems im Unterschied zu anderen Forschungsgebieten, wie z. B. der Analyse von Kommunikationsprozessen oder der Rezipientenforschung, bisher keine herausragende Bedeutung zugekommen ist.²⁴ Für die Geschichtswissenschaft ist darauf hinzu-

24 Vgl. hierzu Jarren/Grothe/Rybarczyk, *Medien und Politik*, 9–44. Siehe auch den Themenband von Jamieson (Hg.), *Media and Politics*.

weisen, dass die Erforschung der Geschichte von Massenmedien und politischer Kommunikation zumindest in Deutschland bis vor wenigen Jahren nur eine relativ untergeordnete Rolle gespielt hat.²⁵ Zwar gibt es schon seit mehreren Jahrzehnten beachtliche Forschungsergebnisse zur Presse- und Rundfunkgeschichte, aber im Vergleich zu den Anstrengungen anderer Disziplinen auf diesem Forschungsfeld ist der Beitrag vom Umfang her eher begrenzt geblieben. Während sich die Politische Geschichte und die Militärgeschichte, die Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, die Geistes- und Kulturgeschichte ungeachtet aller modischen Schwankungen zu etablierten Subdisziplinen entwickelt haben, stellten Medien, Öffentlichkeit und Kommunikation noch bis vor kurzer Zeit ein eher randständiges Forschungsgebiet dar, das überwiegend von einer kleinen Schar Spezialisten bearbeitet wurde.²⁶ Zwar gibt es eine große, nicht erfasste Zahl von zumeist unveröffentlichten Dissertationen, die eine politische Frage „am Beispiel“ oder „im Spiegel“ einer bestimmten Presse darzustellen versuchen, aber diese Arbeiten benutzen die Medien lediglich als Quellen und nicht als Forschungsgegenstand – und dies zudem nicht selten in einer Weise, die methodisch zu wünschen übrig lässt.²⁷ Allerdings ist unter dem Einfluss kulturalistischer Fragestellungen und Methoden in der jüngeren historischen Politikforschung ein stärkeres Interesse an Fragen der Politischen Kommunikation festzustellen.²⁸

In den Vereinigten Staaten hingegen hat sich *journalism history* beziehungsweise *media history* an zahlreichen *Schools of Journalism* oder *Departments of Communication* bereits schon vor etlichen Jahren zu einem anerkannten Fach entfalten können.²⁹ Trotz allem ist auch in den USA vor nicht allzu langer Zeit moniert worden, dass die Beschäftigung mit politischer Kommunikation zu selten unter historischen Gesichtspunkten erfolge.³⁰ Die These, dass auf diesem Gebiet noch beträchtliche Forschungslücken existieren, soll jedoch nicht den Eindruck erwecken, dass man nicht jetzt schon auf eine Vielzahl von wichtigen Studien zurückgreifen kann. Gerade auch die vorliegende Arbeit wäre nicht ohne die zahlreichen Publikationen denkbar,

25 Zum schwierigen Verhältnis der Historiographie zu Medien und Kommunikation als Forschungsobjekte vgl. Bobrowsky/Langenbucher (Hg.), *Kommunikationsgeschichte*; Wilke, *Massenmedien*, 697–711; Koszyk, *Kommunikationsgeschichte*, 46–56; Requate, *Öffentlichkeit*, 5–32.

26 Dies hat sich in den letzten Jahren glücklicherweise zu ändern begonnen: vgl. Frei, *Presse-, Medien-, Kommunikationsgeschichte*, 101–114; Schildt, *Jahrhundert*, 177–206; Führer/Hickethier/Schildt, *Öffentlichkeit*, 1–38.

27 Ein typisches Beispiel für solche Arbeiten ist Schmaling, *Berliner Lokal-Anzeiger*.

28 Vgl. Schorn-Schütte, *Politikforschung*, 77 ff.; Frevert/Haupt (Hg.), *Neue Politikgeschichte*.

29 Vgl. hierzu Nevins, *American Journalism*, 411–422; Ward, *Interdisciplinary Research*, 1, 17–19; Pauly, *New Directions*, 31–46; Startt/Sloan, *Historical Methods*; Sloan (Hg.), *American Journalism*.

30 Ryfe, *History*, 407–420.

die hier zu verschiedenen Aspekten herangezogen werden konnten. Allerdings herrschen je nach Gesellschaft, Epoche und Problemstellung starke Unterschiede, was die verfügbare Forschungsliteratur anbelangt. So existiert zum Beispiel eine breite Literatur über staatliche Pressepolitik für verschiedene Perioden der deutschen Geschichte,³¹ unter denen insbesondere die neueren Untersuchungen von Hofmeister-Hunger, Lau oder Stöber als Beispiele für äußerst gelungene Studien gelten können. Darüber hinaus gibt es weitere Arbeiten, die sich mit der verwandten Problematik von Zensur und Kommunikationskontrolle beschäftigen.³² Eine solch reichhaltige Literatur lässt sich aus offensichtlichen Gründen zu analogen Fragen für die amerikanische Geschichte nicht finden, wenngleich auch dort für die wenigen und kurzen Phasen staatlicher Interventionen historische Studien vorliegen.³³ Unverzichtbar in diesem Zusammenhang sind indes zwei Überblickswerke, die die Beziehungen zwischen der Presse und den verschiedenen Präsidenten darstellen.³⁴ Darüber hinaus gibt es inzwischen einige neuere instruktive Arbeiten, die sich mit der Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit einzelner amerikanischer Regierungen, insbesondere seit der Wende zum 20. Jahrhundert, beschäftigen.³⁵

Für die Entwicklung der Medien und insbesondere der Presse steht eine Reihe von älteren Standardwerken zur Verfügung, die, obwohl teilweise veraltet, auch weiterhin unverzichtbar sind.³⁶ Zudem sind in den letzten Jahren einige einführende Überblickswerke erschienen, die zwar schon die neuere Forschung berücksichtigen, aber nicht die gleiche Ausführlichkeit bieten.³⁷ In den USA haben einige der größeren Zeitungen ihre eigenen Historiographen

31 Vgl. u. a. Schömig, Politik; Hofmeister-Hunger, Pressepolitik; Treml, Bayerns Pressepolitik; Breil, Augsburger „Allgemeine Zeitung“; Piereth, Bayerns Pressepolitik; Hofer, Pressepolitik; Kohlen, Pressepolitik; Fischer-Fraudienst, Bismarcks Pressepolitik; Naujoks, Bismarcks Auswärtige Pressepolitik; Elkan, Zeitungssteuer; Wetzel, Presseinnenpolitik; Stöber, Pressepolitik; Koszyk, Deutsche Pressepolitik; Creutz, Pressepolitik; Bauer, Organisation; Lau, Pressepolitik; Wilke (Hg.), Pressepolitik.

32 Eisenhardt, Aufsicht; Fischer (Hg.), Kommunikationskontrolle; Göpfert/Weyrauch (Hg.), Zensur; Kleinheyer, Zensur, 136–143; Kucharczyk, Zensoren, 421–435; Petersen, Zensur.

33 Miller, Crisis in Freedom; Carroll, Freedom of Speech, 615–651; ders., Freedom of Speech, 516–551; ders., Freedom of Speech, 621–665; Smith, Patronage; Mock, Censorship; Vaughn, Holding Fast the Inner Lines.

34 Pollard, The Presidents and the Press; Tebbel/Watts, The Press and the Presidency.

35 Hilderbrand, Power and the People; Juergens, News from the White House; White, FDR and the Press; Steele, Propaganda; Liebovich, Bylines; Ponder, Managing the Press.

36 Für die USA sind das: Mott, American Journalism; Emery, Press, aktualisiert als Emery/Emery/Roberts, Press. Für Deutschland sind das: Lindemann, Deutsche Presse bis 1815; Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert; ders., Deutsche Presse 1914–1945; Fischer, Handbuch der politischen Presse.

37 Zu den USA vgl. Sloan/Stovall/Startt (Hg.), Media in America; Folkerts/Teeter, Voices of a Nation; Sterling/Kittross, Stay Tuned; zu Deutschland vgl. Stöber, Deutsche Presse-

gefunden; das gleiche gilt für etliche berühmte Journalisten und Verleger.³⁸ In diesem Zusammenhang hilfreich ist auch das umfangreiche *Dictionary of Literary Biography*, in dessen Reihe mehrere Bände über herausragende amerikanische Journalisten und Verleger erschienen sind.³⁹ In Deutschland hat sich dieser Zweig hingegen kaum entwickelt, was zum einen auf die politischen Kontinuitätsbrüche zurückzuführen ist und sich zum anderen daraus erklärt, dass nur wenige Verlagshäuser eine überregionale oder gar nationale Bekanntheit erlangten und Journalisten nur selten hinter ihren Zeitungen hervortraten.⁴⁰ Stattdessen liegen etliche Untersuchungen zur Parteipresse vor.⁴¹ Ferner sei auf die bekannte Schriftenreihe zur *Geschichte des Parlamentarismus und der politischen Parteien* verwiesen, wobei man jedoch einschränkend hinzufügen muss, dass viele der monographischen Untersuchungen über eine einzelne Partei deren Beziehungen zur Presse und Journalistik nur am Rande behandeln.

Zwar liegen mittlerweile mehrere Arbeiten über die Presse einzelner Großstädte vor, aber dennoch gibt es gerade hier noch erhebliche Lücken, insbesondere bei den zahllosen Zeitungen, die keiner expliziten parteipolitischen Richtung, sondern der sogenannten Generalanzeigerpresse zuzurechnen und ohne überregionale Bedeutung waren.⁴² Besonders mangelhaft sind unsere Kenntnisse über die Vordruck- und Maternzeitungen sowie die die Zeitungen beliefernden Korrespondenzdienste.⁴³ Auch bezüglich der Geschichte der deutschen Nachrichtenagenturen ist der Kenntnisstand – trotz erster hilfreicher Studien – aufgrund einer unbefriedigenden Quellenlage

geschichte; Wilke, Grundzüge; Faulstich, Medienwandel; Dussel, Deutsche Tagespresse.

- 38 Siehe z. B. Berger, *New York Times*; Wendt, *Chicago Tribune*; Roberts, *In the Shadow of Power*; Kluger, *Paper*; Smith, *Colonel*; Steel, *Walter Lippmann*.
- 39 Vgl. Perry, *American Newspaper Journalists* (DLB 23, 25, 29).
- 40 Zu den Ausnahmen zählen u. a.: Ullstein, *House of Ullstein*; Freyburg/Wallenberg (Hg.), *Hundert Jahre Ullstein*; Köhler, *Chef-Redakteur*; Söseman, *Theodor Wolff*.
- 41 Neben Fischer, *Handbuch der politischen Presse*, siehe für die Presse des Zentrums: Kapfinger, *Struktur der katholischen Presse*, 211–228; ders., *Die katholischen Zeitungen Deutschlands*, 315–330. Zur Parteipresse der SPD: Kantorowicz, *Die sozialdemokratische Presse Deutschlands*; Koszyk, *Die sozialdemokratische Presse*; Einfeld/Koszyk (Hg.), *Presse der deutschen Sozialdemokratie*; Sperlich, *Journalist mit Mandat*. Zur Presse der KPD siehe Hempel-Küter, *Tages- und Wochenpresse*, 27–82. Zur Presse der NSDAP vgl. Frei, *Nationalsozialistische Eroberung*; Stein, *NS-Gaupresse*.
- 42 Vgl. Mendelssohn, *Zeitungsstadt*; Hoser, *Münchener Tagespresse*; Meyen, *Leipzigs bürgerliche Presse*. Zur Geschichte der Regionalpresse am Beispiel des Raums Bielefeld/Ostwestfalen vgl. exemplarisch Meier, *Zwischen Milieu und Markt*; zur Berliner Boulevardpresse vgl. Fulda, *Politik*, 32–56; ders., *Industries*, 183–203.
- 43 Zu den USA vgl. Harter, *Boilerplating America*; zu Deutschland vgl. die frühe, kaum noch auffindbare Dissertation von Nestel, *Zeitungen*; ferner Voigt, *Korrespondenzbüros*, 69–127.

recht dünn.⁴⁴ Zur Entwicklung amerikanischer Nachrichtenagenturen liegt mittlerweile schon eine ganze Reihe von soliden Darstellungen vor,⁴⁵ wenngleich es auch dort zu einzelnen Aspekten, wie z. B. der Rolle der Agenturen im Vorfeld und während des Ersten Weltkrieges, noch unbeleuchtete Stellen gibt.

Auch für Hugenberg und Hearst sowie deren jeweilige Medienkonzerne stellt sich der Forschungsstand recht unterschiedlich dar, was zu einem erheblichen Teil daran liegt, dass Hugenberg und den von ihm kontrollierten Konzern lange Zeit ein Schleier umgab – und seine Person teilweise noch immer umgibt. Die Forschung über Hugenberg hat sich hauptsächlich in zwei Richtungen bewegt. So führte die fehlende Transparenz, die den Hugenberg-Konzern in besonderer Weise auszeichnete, dazu, dass sich die Forschung einerseits darauf konzentrierte, die Entwicklung des Konzerns nachzuzeichnen und seine Organisationsstrukturen offenzulegen;⁴⁶ andererseits war man bestrebt, Hugenbergs politische Mitwirkung beim Scheitern der Weimarer Republik zu untersuchen.⁴⁷ Eine wissenschaftliche Biographie über Hugenberg liegt jedoch bisher noch nicht vor.

Bezüglich der *Hearst Corporation* hat es einen solchen Mangel an Transparenz nie gegeben, wenngleich eine umfassende Darstellung des Konzerns bisher noch aussteht. Hearsts schillernde Persönlichkeit hat mittlerweile acht Autoren veranlasst, über ihn eine Biographie zu schreiben.⁴⁸ Wie die Zahl biographischer Darstellungen verdeutlicht, hat sich das Interesse bisher vor allem auf Hearst selbst und seinen facettenreichen Lebenswandel gerichtet – an Studien, die seine politische Bedeutung systematisch untersuchen, fehlt es noch, wenngleich einige Monographien verfügbar sind, die Hearsts Wirken im Lichte spezifischer Fragestellungen beziehungsweise bestimmter Perioden untersuchen.⁴⁹

Insgesamt muss man betonen, dass es auf dem Gebiet der Medien- und Kommunikationsgeschichte bisher kaum international vergleichende Arbeiten gibt. Eine wichtige Ausnahme ist sicherlich die interessante Studie von Jörg Requate zur Entwicklung des Berufsbildes Journalismus im 19. Jahr-

44 Vgl. Basse, Wolff's Telegraphisches Bureau; Wilke (Hg.), Telegraphenbüros.

45 Vgl. Blondheim, News; Desmond, Windows; ders., Information Process; Gramling, AP; Rosewater, Cooperative News-Gathering; Schwarzlose, Newsbrokers.

46 Die wichtigsten Arbeiten hierzu wurden von Guratzsch, Macht durch Organisation, und Holzbach, System Hugenberg, verfasst.

47 Vgl. Hiller von Gaertringen, Deutschnationale Volkspartei, 543–652; Walker, Alfred Hugenberg; Leopold, Alfred Hugenberg.

48 Das bisher umfassendste und unter Benutzung zahlreicher – früher nicht zugänglicher – Primärquellen verfasste Porträt stammt von Nasaw, The Chief; vgl. ferner Procter, Hearst; Swanberg, Citizen Hearst.

49 Vgl. Carlisle, Hearst and the New Deal; Littlefield III, Hearst; Mugridge, The View from Xanadu; Pizzitola, Hearst over Hollywood; Bethke, Macht und Ohnmacht.

hundert, die sich neben Deutschland vor allem auf Frankreich konzentriert.⁵⁰ Obwohl aus arbeitsökonomischer Sicht völlig verständlich, werden die USA und Großbritannien zwar auch, aber leider nur auf wenigen Seiten behandelt. Requate hat ferner vor wenigen Jahren in der Zeitschrift *Archiv für Sozialgeschichte* einen vergleichenden Aufsatz zu politischen Ambitionen verschiedener Medienunternehmer – darunter auch Hearst und Hugenberg – publiziert. Hierin deutet er vorsichtig Zweifel an der weit verbreiteten These von dem enormen Machtpotential dieser Medienakteure an.⁵¹ Darüber hinaus ist 2004 erstmals ein Sammelband zur Rolle der Medien in der amerikanischen und deutschen Geschichte erschienen, allerdings lag der Fokus des Symposiums mehr auf dem Einfluss der Medien auf die deutsch-amerikanischen Beziehungen und weniger auf einer strikt vergleichenden Konzeption.⁵²

Für die vorliegende Arbeit wurden zahlreiche Quellenbestände in etlichen amerikanischen und deutschen Archiven und Bibliotheken eingesehen. Zu bemerken ist allerdings, dass die Bestände in Bezug auf Umfang und Qualität sehr ungleichartig beschaffen sind und daher in unterschiedlich starkem Maße herangezogen wurden. Gerade für die deutsche Seite ist offenkundig, dass unzählige Bestände an Primärquellen aufgrund von Kriegseinwirkungen, mangelhafter Aufbewahrung oder gezielter Vernichtung als verloren gelten müssen. Für die Untersuchung staatlicher Maßnahmen zur Beeinflussung von Presse und Öffentlichkeit in Deutschland sind die im Politischen Archiv des Auswärtigen Amtes untergebrachten Bestände der Reichspresseabteilung von zentraler Bedeutung; eine nützliche Ergänzung bieten die entsprechenden Sachakten der Reichskanzlei, des Reichsministeriums des Innern und des Ministerbüros im Auswärtigen Amt. Aufschlussreich sind zum Teil auch die privaten Nachlässe involvierter Politiker, wie der von Reichskanzler und Reichsaußenminister Gustav Stresemann.

Da auf amerikanischer Seite kein amtlicher Apparat existierte, der offiziell oder heimlich mit Medienkontrolle und Kommunikationssteuerung befasst war, überrascht es nicht, dass es für diesen Problemzusammenhang keine relevanten Bestände gibt. Über informelle, persönliche Verbindungen zwischen amerikanischen Präsidenten und einzelnen Verlegern und Journalisten geben die jeweiligen *presidential papers* Aufschluss, die, sofern für sie nicht ein eigenes Archiv errichtet wurde, wie z. B. für den Nachlass von Franklin D. Roosevelt, sich größtenteils in der *Manuscripts Division* der *Library of Congress* befinden; teilweise sind sie jedoch auch in veröffentlichter Form verfügbar.⁵³ Daneben ist es hilfreich, die privaten Nachlässe von Verle-

50 Vgl. Requate, Journalismus.

51 Vgl. Requate, Medienmacht und Politik, 79–95.

52 Vgl. Finzsch/Lehmkuhl (Hg.), *Atlantic Communications*.

53 Die umfangreichste Quellenedition liegt für die Papiere von Woodrow Wilson vor. Von anderen Präsidenten, wie z. B. Theodore Roosevelt oder Franklin D. Roosevelt, ist zumindest ein Teil der Briefe veröffentlicht.

gern und Journalisten heranzuziehen. Als instruktiv haben sich für diese Arbeit die umfangreichen Nachlässe von Roy W. Howard und Walter Lippmann in der *Library of Congress* beziehungsweise in der *Sterling Library* der *Yale University* sowie ein Teilnachlass der *New York World Papers* in der *Butler Library* der *Columbia University* erwiesen. In der *Bancroft Library* der *University of California* in Berkeley befinden sich die Nachlässe von William Randolph Hearst und einigen seiner engeren Mitarbeiter, wie z. B. Edmond D. Coblentz und John Francis Neylan. Der Hearst-Nachlass ist zweifellos hochinteressant für die zwanziger und dreißiger Jahre, allerdings bietet er kaum Material für die früheren Jahrzehnte.

Auf deutscher Seite befinden sich die meisten Nachlässe im Bundesarchiv in Koblenz; zu den interessantesten zählt der Nachlass von Reichsfinanzminister Hermann Dietrich, da dieser in Pressefragen sehr aktiv gewesen ist. In Koblenz liegen auch die Nachlässe von Alfred Hugenberg und einigen seiner politischen Freunde, wie z. B. Leo Wegener, Gottfried Traub oder Otto Schmidt-Hannover. Der Nachlass von Hugenberg ist zwar insgesamt recht ergiebig, aber sehr lückenhaft, was die Korrespondenz für die erste Hälfte der zwanziger Jahre und Geschäftsunterlagen zu den einzelnen Konzern-Gesellschaften anbetrifft. Besondere Erwähnung verdienen schließlich auch die Unterlagen des Industriemanagers Paul Reusch, die Aufschluss über die von Reusch und Karl Haniel betriebene Pressepolitik geben. Neben unveröffentlichten Quellen wurde auch auf sehr viele zeitgenössische Publikationen zurückgegriffen, die selbst noch Material heranziehen konnten, das mittlerweile nicht mehr verfügbar oder zugänglich ist.⁵⁴

54 Exemplarisch für zahlreiche Arbeiten sei hier nur auf das vierbändige Opus von Groth, *Die Zeitung*, verwiesen.