

Agenda Cutting

Warum wichtige Themen in der Mülltonne
landen

Prof. Dr. Hektor Haarkötter



1. Theoretische Überlegungen zu Agenda Cutting

Explizit erwähnt wird der Terminus **Agenda Cutting** erstmals in einer Studie von Mallory Wober und Barrie Gunter über *Television and Social Control* (1988):

„Selection for inclusion in the news has been entitled ‚agendasetting‘ [...]. We also need a term for the exclusion of material from the news. For this, we suggest ‚agenda-cutting‘, referring to the cutting off from access to the stage of public attention events that are judged to be ‚non-newsworthy‘ (by journalists, that is)“ (Wober & Gunter 1988: 81).

Zitat

Die Frage, warum manche Themen es deutlich schwieriger haben, in den Medien zu reüssieren als andere, stand auch am Anfang der Entwicklung der sog. Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge 1965). Schon der Begriff „**news value**“, den ursprünglich Walter Lippmann aufgebracht hat, bringt ja zum Ausdruck, dass einige Sachverhalte oder Nachrichten für wertiger angesehen werden als andere (Lippmann 2008; 274 f.). Während die Nachrichtenwerttheorie in der Journalistenausbildung heute weitgehend als „**wenig reflektiertes Rezeptwissen**“ rezipiert wird (Neuberger 1996: 79), war der ursprüngliche Ansatz **medienkritisch**: Die Friedensforscher des *Journal of Peace Research* haben die Gründe erforscht, warum schwerwiegende internationale Konflikte wie die Kongo-, die Kuba- oder die Zypern-Krise so wenig *Value* in den *News* hatten.



1. Theoretische Positionen zu Agenda Cutting Subtraktionstheorie

Die Nachrichtenwerttheorie ist **additiv**: Je mehr Nachrichtenfaktoren erfüllt sind, umso höher der Nachrichtenwert. Man kann die Theorie aber auch subtraktiv sehen: Je mehr Faktoren subtrahiert werden, umso schwerer wird es für ein Ereignis, zur Nachricht zu werden. Eine **subtraktive** oder **negative Nachrichtenwerttheorie** kann nach Jürgen Gerhards so zusammengefasst werden:

Definitiv!

- Prominente Akteure werden überrepräsentiert;
- Nationale (oder regionale) Tatsachen rangieren vor internationalen;
- Unmittelbarer Rezipientenbezug wird präferiert;
- Kontinuierlichen Prozessen wird weniger Aufmerksamkeit geschenkt;
- Stereotype Erwartungen werden eher bestätigt;
- Gewaltsame, kontroverse, erfolgreiche oder wertverletzende Tatsachen werden überbetont;
- Komplexe Zusammenhänge werden seltener oder nur in personalisierter und emotionalisierter Form thematisiert (Gerhards 1991: 25).

Nachrichtenfaktoren sind für Galtung & Ruge kein Orientierungsmaßstab, sondern ein Desorientierungsmaßstab und müssen umgangen werden: „**The policy implications of this article are rather obvious: try to counteract all twelve factors**“
(Galtung/Ruge 1965: 84).





1. Theoretische Positionen zu Agenda Cutting Empirische Analyse

In den 2000er-Jahren war Rita Colistra vielleicht die erste Kommunikationswissenschaftlerin, die auf Basis eigener **empirischen Untersuchungen** das Konzept Agenda Cutting theoretisch zu füllen versucht hat. Colistra unterscheidet drei Ausprägungen von Agenda Cutting:

Definitiv!

- (1) by placing an item low on the news agenda (burying it);
- (2) by removing it from agenda once it is there; or
- (3) by completely ignoring it by never placing it on the agenda in the first place (Colistra 2008: 60).



In ihrer empirischen Untersuchung hat Colistra Fernseh-journalistinnen befragt, um vor allem die **Einflussgrößen** zu bestimmen, die ein Agenda Cutting anregen. Dabei fußt sie vor allem auf den theoretischen Vorarbeiten von Pamela Shoemaker und Stephen Reese, die in ihrer Studie *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (1996) besonders den **Einfluss externer Größen auf Medieninhalte** untersucht haben.



1. Theoretische Positionen zu Agenda Cutting Nachrichtengeographie

Eine andere Forschungsrichtung untersucht das, was man vielleicht „Nachrichtenverteilungsgerechtigkeit“ nennen könnte, unter einem ganz anderen Aspekt, nämlich dem der **Nachrichtengeographie**. Schon Wilbur Schramm konstatierte in den 1960er-Jahren programmatisch:

zitat

“We must conclude that the flow of news among nations is thin, that is unbalanced, with heavy coverage of a few highly developed countries and light coverage of many less developed countries, and that, in some cases at least, it tends to ignore important events and to distort the reality it presents” (Schramm 1964: 65).

Die sogenannte MacBride Commission der UNESCO legte nach langen Diskussionen über eine „New World Information and Communication Order“ (NWICO) in den 1970- und -80er-Jahren einen Bericht unter dem Titel „*Many Voices, One World*“ vor, der eine **starke Unausgewogenheit** jener Berichterstattung diagnostizierte, in der die Medien der westlichen Industrienationen vor allem über sich selbst berichten, während der **globale Süden** journalistisch **außen vor** bleibt.

Die Kommissionsarbeit führte etwa zur Proklamation der „*Windhoek Declaration for the Development of a Free, Independent and Pluralistic Press*“ (und in der Folge zur Ausrufung eines Internationalen Tags der Pressefreiheit am 3. Mai, dem Jahrestag der Deklaration). Am **grundsätzlichen Problem** des Agenda Cuttings von Themen des globalen Südens hat dies **nichts geändert**.

1. Theoretische Positionen zu Agenda Cutting Nachrichtengeographie

In der betreffenden Forschung wird heute unterschieden zwischen

- Nachrichtenzentren,
- Nachrichtennachbarn und
- (der meist ignorierten) Nachrichtenperipherie (Kamps 1998: 275 f.; Kamps 2008: 89).

Die Vernachlässigung bestimmter Regionen, gar Kontinente kann so weit gehen, dass sogar von „**areas of invisibility**“ gesprochen werden kann (Sreberny-Mohammadi et al. 1985: 52). Kamps resümiert etwas frustriert:

Zitat

„Der Globus der Fernsehnachrichten gleicht einem umgekehrt proportionalen Schweizer Käse: nicht die Substanz, sondern das Fehlende dominiert“
(Kamps 1998: 293).



1. Theoretische Positionen zu Agenda Cutting

Empirische Bestätigung

- Das Forschungsinstitut *MediaTenor* hat Anfang der 2000er-Jahre den Zusammenhang zwischen der **Berichterstattung über Rinderwahnsinn** und den **Konsum von Rindfleisch** im Berichterstattungs-gebiet untersucht (MediaTenor 2003). Als diese Tierkrankheit, die im Verdacht der Zoonose stand, die Berichterstattung in deutschsprachigen Medien dominierte, ging auch der Konsum von Rindfleisch stark zurück. Als im Folgejahr trotz nahezu gleicher Fallzahlen die Berichterstattung deutlich zurückging, stieg proportional auch der Rindfleischkonsum wieder.
- Nagwa Fahmy hat die besondere Rolle journalistischer **Blogs in der ägyptischen Öffentlichkeit** untersucht. Gerade weil bestimmte Themen aufgrund staatlicher Pression im regulären Journalismus dem Agenda Cutting unterliegen, werden sie in einem autoritär regierten Staat wie Ägypten in Internetblogs publiziert (Fahmy 2014: 181 f.).
- Hasmah Zanuddin u.a. haben zwei Tageszeitungen und eine Reihe von Facebook-Accounts während der **Parlamentswahlen in Malaysia** im Jahr 2013 analysiert und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass von 17 ausgewählten Themengebieten ganze acht Themen bewusst aus der Öffentlichkeit gehalten worden sind (Zanuddin et al. 2017: 55).

Die beiden letzteren Arbeiten könnten eine Hypothese Buchmeiers bestätigen, dass Agenda Cutting sich einerseits auf **kontroverse Themen** bezieht, andererseits aber viele Themenfelder in der westlichen Hemisphäre ihre kontroverse Energie verloren haben, während sie im globalen Süden als „**taboo topics**“ angesehen werden können und deswegen eher ein **Fall für Agenda Cutting** werden (Buchmeier 2020: 2015).

2. Akteure des Agenda Cutting

Rita Colistra hat ihr „**Model of Influences on Media Content**“ (IOMC) als ein Modell der Einflussnahme auf journalistisch-redaktionelle Entscheidungen entwickelt (Colistra 2018: 1791). Colistra unterscheidet

Definitiv!

- a. **extramediale Einflüsse** (beispielsweise durch die Werbe- oder PR-Industrie oder politischen Druck),
- b. **organisationelle Einflüsse** (etwa wirtschaftliche Zwänge, Vorgaben von Eigentümern oder Vorgesetzten oder Personalmangel) und
- c. **medieninhärente Einflüsse** (also Redaktionsentscheidungen oder -statute und andere redaktionsinterne Vorgaben).

Ein ökonomisch induziertes Agenda Cutting erfolgt wirtschaftlich durch **Bestechung** oder die **Gewährung geldwerter Vorteile**. Die Deutschland-Sektion der Nicht-Regierungsorganisation *Transparency International* hat im Jahr 2016 eine Studie zu **Korruption im Journalismus** durchgeführt. In dieser Journalistenbefragung gaben 77 Prozent der Befragten an, dass sie Angebote geldwerter Vorteile im Journalismus für verbreitet halten. Das Angebot **nicht-monetärer Vorteile** wie Einladungen, exklusive Informationen oder hilfreiche Kontakte im Gegenzug für eine veränderte Berichterstattung hielten 38 Prozent der befragten Journalist/innen für verbreitet (Transparency International 2016: 16).

2. Akteure des Agenda Cutting Korruption

Auch strukturelle Ursachen wie **korruptive Praktiken in Medienunternehmen** können zur Dethematisierung relevanter Geschichten&Diskurse führen. Hier sind insbesondere **Kopplungsgeschäfte** zu nennen, bei denen im Zusammenhang mit einem Werbeauftrag als Gegenleistung positive redaktionelle Beiträge oder eben auch die Verhinderung negativer Berichterstattung über die werbetreibenden Unternehmen angeboten wird. Eine Untersuchung aus dem Jahr 2002 zeigte bereits damals, wie **verbreitet** ein solch korruptes Geschäftsgebaren in Redaktionen ist: 61 Prozent der befragten Redaktionsleiter deutscher Abonnementszeitungen nannten Kopplungsgeschäfte an erster Stelle, wenn es um die **Aufweichung der Grenze zwischen Redaktion und Verlag** ging, 44 Prozent sahen Kopplungsgeschäfte als „gängige Praxis“ an (Baerns & Feldschow 2004: 139 f.).



2. Akteure des Agenda Cutting PR-isierung

Ökonomischer Druck auf redaktionelle Entscheidungen und damit ein mögliches Agenda Cutting wird vor allem durch die **Prädominanz der Public Relations** in der öffentlichen Kommunikation ermöglicht. Wie Stefan Russ-Mohl u.a. betonen, stehen heute einer Journalistin vier PR-Leute gegenüber (Russ-Mohl u.a. 2007: 7). Zum Instrumentarium von PR-induziertem Agenda Cutting zählen

- „Spinning“,
- explizite „Falschmeldungen“/„Lügen“,
- die Reduzierung von Information auf Pflichtauskünfte und
- Informations- und Interviewverweigerung (vgl. Knödler 2012: 214 f.).

Auch die **personelle Zusammensetzung journalistischer Redaktionen** kann zu Agenda Cutting führen. Laut Thomas Meyer gibt es einen mutmaßlich demokratisch nicht kontrollierten politischen Einfluss sogenannter Alpha-Journalist/innen, der geprägt sei von drei Mechanismen:

- **Neubürgerliche Positionen**, die „handfeste ökonomische Eigeninteressen“ mit einer „Geringschätzung der sozialen Solidarität“ kombinieren;
- **karrierebezogene Abhängigkeiten** inklusive einer ausgedehnten Gruppensolidarität;
- einen „**Mangel an sozialer Empathie**“, was dazu führe, dass es Journalisten heute laut Umfragen nicht mehr wie früher darum gehe, gesellschaftliche Missstände zu problematisieren (Meyer 2015, S.128-133).



3. Die Rolle des Publikums



Das Publikum scheint, wenn es um Agenda Cutting geht, vor allem die **Rolle des Opfers** einzunehmen: Ausgeliefert der negativen Informationspolitik der Medienunternehmen, preisgegeben den ignoranten Routinen der Redaktionen, schutzlos gegen die Einflussnahme diverser gesellschaftlicher Interessengruppen.

Wenn wir ihnen stattdessen eine aktiveren Rolle im Kommunikationsprozess zubilligen, müssen wir auch fragen, ob sie nicht auch selbst Akteure im Vorgang des Agenda Cutting sind. Denn mit dem Anspruch auf eine **Vollversorgung** mit relevanten Geschichten&Diskursen korrespondiert eine **gesellschafts-politische Verpflichtung**, diese Geschichten&Diskurse in Form von Nachrichten und journalistischen Berichten auch **zu rezipieren**.

Die **durchschnittliche Nutzungszeit** von Medien der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren beträgt laut der ARD-ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation **täglich 424 Minuten**. Davon entfallen 213 Minuten täglich auf Bewegtbild, 179 Minuten auf Audio und 53 Minuten auf Texte (ARD-ZDF-Forschungskommission 2020: 8).

3. Die Rolle des Publikums Qualität der Rezeption

Wenn man sich die **Qualität dieser Medienrezeption** und den Anteil journalistisch-redaktioneller Medien an der Gesamtnutzung ansieht, ergibt sich ein anderes Bild:

- Bei der **Internetnutzung** rangiert zwar die Rubrik Nachrichten & Information auf Platz 5. Doch trügen diese Zahlen: Denn unter den Top Ten der meistgenutzten journalistischen Internetangebote rangieren nur drei Websites, die man zum „Qualitätsjournalismus“ rechnen könnte.
- Der offenbar sehr hohen Nutzerzahl korrespondiert eine extrem geringe Nutzungsdauer: Das Angebot *tagesschau.de* kommt auf eine durchschnittliche Nutzungszeit von 20 Minuten, *spiegel.de* verzeichnet eine Verweildauer von 18 Minuten und *sueddeutsche.de* eine von neun Minuten – und zwar im Monat! Keines dieser drei Qualitätsangebote erreicht beim durchschnittlichen User **auch nur eine Nutzungsdauer von einer Minute pro Tag**.
- Gerade die mobile Nutzung des Internets hat die Zugriffszeiten auf Nachrichtenangebote noch weiter verkürzt. In der Forschung wird bereits vom „**News Snacking**“ gesprochen: Nachrichten werden nicht mehr bewusst rezipiert, sondern nur noch nebenbei wie Kartoffelchips konsumiert, etwa als Zeitvertreib bei Bahnfahrten oder in Warteschlangen.
- Eine wachsende Zahl von Mediennutzer/innen sucht nicht mehr aktiv nach Nachrichten im Netz, sondern lebt seinen *digitalen lifestyle* in dem trügerischen Bewusstsein, dass sie relevante Nachrichten auf den diversen Social Media-Kanälen automatisch zu Gesicht bekämen. „**News find me**“ wird diese Haltung genannt.
- Eine geringe Nachrichtenrezeption korrespondiert nach diversen Studien mit **weniger gesellschaftspolitischer Partizipation und Engagement** (Diehl et al. 2019; vgl. Gleich 2020: 33). .

3. Die Rolle des Publikums Nicht-Rezeption

Es mag gute Gründe für ein rezeptives Nicht-Handeln von Medien geben. Diesen stehen aber medienethische Obligationen gegenüber, die alle Mediennutzer/innen als Staatsbürger/innen eines demokratischen Gemeinwesens darauf verpflichten, ein **Mindestmaß an Information** über die gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Vorgänge sich anzueignen. Und diese Aneignung erfolgt in der Mediengesellschaft klassischerweise und unumgänglich primär über Medien.

Man kann dies als „**Agenda Cutting von unten**“ bezeichnen. Die Diagnose schmerzt vielleicht, ist aber nicht von der Hand zu weisen: Hier darf man von **selbstverschuldeter Medienunmündigkeit** sprechen.



Eigenes Bild

4. Was tun gegen Agenda Cutting?



Der Kommunikationswissenschaftler Christoph Neuberger hat schon vor einer Weile die Frage gestellt, ob (Online-)Journalismus überhaupt mehr ist als „Nachrichten-Recycling“ (Neuberger 2003: 124). Nicht von ganz ungefähr entstammt der Begriff **Recycling** der Sphäre der Abfallentsorgung. Es gibt allerdings Chancen und Optionen, den **Wertstoff Nachrichten** vom Medienmüll zu trennen, dem Publikum wirkliche „News“ statt nur „Olds“ zu bieten, mehr „Rhema“ als „Thema“ und echte **Nachrichtendiversität**, die alle relevanten Geschichten&Diskurse öffentlich macht. Hierzu einige Vorschläge:

- Redaktionsintern wäre es empfehlenswert, wenn es ein **Issue-Management** gäbe, dass die nötige Vielfalt und Nachrichtendiversität überwacht. Mark Eisenegger hat schon vor einer Weile den Vorschlag einer „systematischen Beobachtung der organisationalen Umwelt zwecks frühzeitiger Identifikation und Bewertung von Kommunikationseignissen öffentlicher Kommunikation“ gemacht (Eisenegger, 2005, S. 112 ff.). Auch die Beachtung der Arbeit von **Nachrichten-NGOs** wie des **Project Censored** oder der **Initiative Nachrichtenaufklärung (INA) e.V.** kann journalistischen Redaktionen helfen, vergessene Nachrichten und vernachlässigte Geschichten&Diskurse als **Exklusiv-Storys** zu verstehen, die sogar einen Wettbewerbsvorteil auf dem Medienmarkt darstellen könnten (Pöttker 2017: 218).

4. Was tun gegen Agenda Cutting Regulation

- Von regulatorischer Seite sind einige Maßnahmen wünschenswert, um Agenda Cutting zu vermeiden. Dazu zählt ein effektiver gesetzlicher **Whistleblower-Schutz**, für den es auf europäischer Ebene bereits eine Direktive gibt, die bislang in Deutschland noch nicht umgesetzt wurde (Stappers 2021: 87).
- Man könnte auch überlegen, ob überall dort, wo Medienproduktion noch Lizenzierungsbedingungen unterliegt (also beim Hörfunk und Fernsehen), ein **Vielfaltsgebot** auch so interpretiert wird, dass auch eine bestimmte **Nachrichtenvielfalt garantiert** werden muss.
- Bei der übergeordneten Wichtigkeit gesellschaftlich relevanter Information für das demokratische System wäre zu überlegen, ob es nicht analog zum Konzept der Wissens-Allmende auch eine Nachrichten-Allmende oder „**Informations-Allmende**“ geben könnte, die der Öffentlichkeit jene Totalität an Nachrichten zur Verfügung stellt, zu der die Medien in ihrer derzeitigen Verfassung nicht ausreichend in der Lage sind (Funiok 2011: 181).
- Julia Cagé hat den Vorschlag gemacht, Medienhäusern staatliche Beihilfen zu gewähren und sie in **Non-Profit-Betriebe** und **Stiftungsmodelle** zu überführen (Cagé 2016: 83). In Deutschland hat sich ein *Forum Gemeinnütziger Journalismus* gebildet, um die **Gemeinwohlorientiertheit** des Journalismus auch gesetzlich verankern zu lassen.
- Es wurde auch bereits der Vorschlag gemacht, Nachrichtenagenturen wie die Deutsche Presse-Agentur (DPA) zu sozialisieren, um das gesamte Nachrichtenangebot der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen (Haarkötter 2017b: 60).

4. Was tun gegen Agenda Cutting Nachrichtenkompetenz

Durch die **Dethematisierung** kritischer Geschichten&Diskurse trägt Agenda Cutting dazu bei, das **Problembewusstsein der Bevölkerung** für gesellschaftspolitische Kontroversen zu **unterminieren** und damit **Politikverdrossenheit** zu fördern (Buchmeier 2020: 2018). Die Vermittlung von **Nachrichten-Kompetenz** als wesentliche inhaltliche Ergänzung zu einer oft lediglich technisch verstandenen Medien-Kompetenz ist darum ein wesentlicher **Beitrag zur staatsbürgerlichen Bildung**.

Die *Stiftung Neue Verantwortung* hat in einer Studie **sechs idealtypische Skills** identifiziert, die **nachrichten-kompetente Bürger/innen** benötigen. Dabei werden einerseits Kompetenzen wie Lesen, mathematisches Verständnis, politische Bildung/Demokratiebildung und andererseits technische Kompetenzen wie das Bedienen der Tools und das Bewusstsein über Datenverarbeitung oder den Einfluss von Algorithmen auf unseren Medienkonsum bereits vorausgesetzt. Die zusätzlich nötigen Skills umfassen

- Informationsverarbeitungskompetenzen,
- das Erkennen von vertrauenswürdigen Quellen und Propaganda,
- das Bewusstsein über die demokratische Bedeutung von Journalismus und Meinungsfreiheit sowie
- die Aufgeklärtheit über die Bedeutung von Öffentlichkeit (Meßmer & Sängerlau 2020: 36).

Um zu erreichen, dass Bürger diese Fähigkeit erwerben, wird empfohlen, die **Curricula** der frühkindlichen Bildung bis zur Hochschulbildung dahingehend noch weiter zu ergänzen und auch die entsprechenden **technischen Werkzeuge** bereitzustellen.



Literatur

- Andree, M., & Thomsen, T. (2020): *Atlas der digitalen Welt*. Frankfurt/Main & New York: Campus.
- Breed, W. (1955): Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. In: *Social Forces*, 33 (4), S.326–335.
- Buchmeier, Y. (2020): Towards a Conceptualization and Operationalization of Agenda-Cutting: A Research Agenda for a Neglected Media Phenomenon. In: *Journalism Studies*, 21 (14), S.2007-2024.
- Colistra, R. (2012): Shaping and Cutting the Media Agenda: Television Reporters' Perceptions of Agenda- and Frame-Building and Agenda-Cutting Influences. In: *Journalism & Communication Monographs*, 14 (2), S.85-146.
- Galtung, J., & Ruge, M.H. (1965): The Structure of Foreign News. In: *Journal of Peace Research*, 1, S. 64-91.
- Haarkötter, H. (2015): Wie kommt die Nachricht (nicht) in die Medien? In: R. Thoden (Hg.): *ARD & Co. Wie Medien manipulieren*. Bd. 1. Frankfurt/Main: Selbrund Verlag, S.172-185
- Haarkötter, H., & Nieland, J.-U. (2017): *Nachrichten und Aufklärung. 20 Jahre Initiative Nachrichtenaufklärung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Haarkötter, H., & Nieland, J.-U. (Hg.)(2022): *Agenda Cutting. Wenn Themen von der Tagesordnung verschwinden. Untersuchungen der Initiative Nachrichtenaufklärung*. Wiesbaden: Springer VS (in Vorbereitung). Darin:
- Haarkötter, H. (2022): Agenda Cutting und Nachrichtenaufklärung. Theoretische Überlegungen zu einem problematischen Begriff. >> *hier auch weitere Literaturhinweise!*
- Jensen, C. (2001): Junk Food News 1877-2000. In: Phillips, P. (Hg.): *Censored 2001*. New York: Seven Stories Press, S. 251–264.
- Kamps, K. (1998): Nachrichtengeographie. Themen, Strukturen, Darstellung: ein Vergleich. In: Kamps, K., & Meckel, M. (Hg.): *Fernsehnachrichten : Prozesse, Strukturen, Funktionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S.275-294.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1984): The Agenda Setting Function of the Press. In: Gruber, D. (Hg.): *Media Power in Politics*. Washington, DC: CQ Press.
- Media Tenor (2003): Media and mad cow Disease: As low as it Gets. In: Media Tenor Quarterly Journal, 2, S.72–73.
- Pöttker, H., & Schulzki-Haddouti, Chr. (2007): *Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre Initiative Nachrichtenaufklärung*. Mitarb.: Tobias Eberwein. Wiesbaden: Springer VS.
- Transparency International (2016): *Korruption im Journalismus – Wahrnehmung, Meinung, Lösung*. Berlin: Eigenverlag.
- Wober, M., & Gunter, B. (1988): *Television and Social Control*. Aldershot: Gower Publishing.



**Vielen Dank für
Ihre aufklärerische
Aufmerksamkeit**

Kontakt:

Prof. Dr. Hektor Haarkötter
hektor.haarkoetter@h-brs.de

