

gibt sich sehr bald, daß es sich hier um eine absurde Idee handelt. Der Zensor müßte hier wie der Schulmeister Prädikate erteilen und mit Gut, Genügend, Mangelhaft oder Ungenügend zensieren. Solche Wertbemessungen wären aber lächerlich, führten zu ewigem Zwist und würden auch der sozialen Idee der Zensur nicht gerecht. Wenn eine Schöpfung wegen ihrer sozialen Gefährlichkeit verboten zu werden verdient, so muß sie eben unter allen Umständen verboten werden und kann nicht deswegen auf die Öffentlichkeit losgelassen werden, weil der Urheber ein paar Groschen mehr bezahlt. Der Staats- oder der Gemeindefiskus, dem die Überwachung obliegt, hätte geradezu ein Interesse daran, daß auch Schund und Schmutz vor die Öffentlichkeit kommt, weil das dem Säckel zuträglich wäre. Auf diese Weise könnten zahlungskräftige Unternehmen oder Einzelpersonen auch die schlimmste Vergiftung des öffentlichen Lebens ungestraft betreiben.

Man soll den Einfluß des Zensurwesens auf die gesamte öffentliche Werbung nicht, wie es häufig zu geschehen pflegt, unterschätzen. Diese Unterschätzung wird auf dem politischen Gebiet seltener, auf dem kulturellen häufiger sein. Daß aber auch Kino, Theater, Bildkunst usw. eine zügellose Demagogie entfalten, die den inneren Frieden stört und den Sozialkörper verwundet, ließe sich aus ungezählten Beispielen erweisen. Unter der Maske des Kunst- oder Unterhaltungszwecks wird das Gefüge des Sittenlebens und der Staats- und sozialen Gesinnung beträchtlich aufgelockert. Soweit die Zensur sich auf Gebiete erstreckt, wo sie notwendig ist, wo die natürliche Zensur nicht zur Abwehr ausreicht, ist sie auch in der Lage, krankhafte Mißbildungen innerhalb der öffentlichen Meinung zu vereiteln oder zu heilen.

IX. Die Träger der öffentlichen Werbung.

Wenn man nun die Frage nach den Trägern der öffentlichen Werbung erhebt, wenn man feststellen will, wie sich die Werbepersonen sozial und beruflich einteilen lassen, so könnte man sich die Antwort darauf sehr leicht machen. Daß die öffentliche Meinung im wesentlichen durch die Werbeakte der Gelehrten, Politiker, Schriftsteller, Künstler, Verbandsbeamten usw. gestaltet