

Philomen Schönhagen

Unparteilichkeit im Journalismus

Tradition einer Qualitätsnorm



Max Niemeyer Verlag
Tübingen 1998

Inhalt

I.	Einleitung	1
	1. Forschungsstand	3
	2. Aufbau der Untersuchung	13
II.	Unparteilichkeit: historische Annäherung an einen journalistischen Anspruch	18
	1. Traditionen im deutschsprachigen Zeitungswesen	18
	1.1. Journalist und Publizist	18
	1.2. Erste Bekenntnisse zur 'Unpartheylichkeit'	20
	1.3. 'Unvergreiflich' und 'ohne passion'	27
	1.4. 'Ohnparteyische' Vermittlung	29
	1.5. "... ein treuer Spiegel": Cottas 'Allgemeine Zeitung'	36
	1.6. "... muß ein Zeitunger unparteyisch sein": die zeit- genössische 'Fachdebatte'	39
	<i>"Die einlaufenden Zeitungen sind zu prüfen"</i>	41
	<i>'Relata refero' und Quellentransparenz</i>	41
	1.7. "... damit jeder sich sein Urteil bilden könne"	45
	1.8. Fazit: unterschätzte 'Kärner-Arbeit'	50
	2. Exkurs: Die Geschichte der Objektivitätsnorm im amerikanischen Journalismus	56
	2.1. Erste amerikanische Zeitungen	58
	<i>"... open to all parties"</i>	62
	2.2. "Partisan Journalism" und 'Penny-Press'	66
	2.3. 'Objective Reporting'	70
	2.4. Objektivität: Mythos oder professionelle Berufsnorm	72
	3. Erste Schlußfolgerungen	77
III.	Unparteilichkeit: Vermittlungsprinzip der Heimatzeitungen im 18. und 19. Jahrhundert	78
	1. Anmerkungen zum Typ der Heimatzeitung	78
	2. Vorgehen und Methodik	82
	3. Ergebnisse	86
	3.1. 'Audiatur et altera pars'	86
	<i>"Öffentlicher Sprechsaal"</i>	88
	<i>Lebhafter Meinungs austausch</i>	92
	<i>Akzeptanz und Grenzen der Vermittlerrolle</i>	95
	<i>Alltägliche Debatten</i>	97

3.2.	“Allgemeiner Diener vor Jedermann”: journalistisches Selbstverständnis	103
	... <i>niemandes Knecht</i>	108
3.3.	“... kömmt es mir gar nicht zu, meine Raisonements andern aufzudringen”: Trennung von Nachricht und Kommentar .	108
3.4.	“... unter genauer Quellenangabe”	116
3.5.	‘Treuliche’ Vermittlung	119
	<i>Vermittlungsregeln</i>	121
	<i>Originale und Streichungen</i>	125
3.6.	Motive und Bedingungen journalistischer Unparteilichkeit	126
	<i>Pragmatischer Journalismus</i>	127
	<i>Publizistische Persönlichkeiten</i>	134
	<i>Polarisierende oder belebende Konkurrenz?</i>	135
4.	Zusammenfassung	140
IV.	Fallbeispiele	144
1.	Vorgehen	144
2.	Zur historischen Situation Westfalens und seiner Presse	146
	<i>Zeitungswesen</i>	148
3.	Der ‘Westfälische Anzeiger’ Arnold Mallinckrodt	155
3.1.	Kurzportrait	155
3.2.	Material	162
3.3.	Ergebnisse	163
3.3.1.	‘Audiatur et altera pars’	163
	<i>Publizistische Ambitionen</i>	165
	<i>Referent statt Partei</i>	166
	<i>Das Publikum selbst schreibt den Anzeiger!</i>	168
	“... damahls, als die Erzählung von Thatsachen an der Tagesordnung war”	173
	<i>Motive und Grenzen allseitiger Vermittlung</i>	175
3.3.2.	Trennung von Nachricht und Kommentar, Quellentransparenz	177
	<i>Glaubwürdigkeit und redaktionelle Verantwortung</i>	181
3.3.3.	Getreue Vermittlung	183
	<i>Vermittlungsregeln</i>	185
4.	Das ‘Dortmunder Wochenblatt’	188
4.1.	Kurzportrait	188
4.2.	Material	194
4.3.	Ergebnisse	195
4.3.1.	‘Audiatur et altera pars’	197
	“Die Tendenz unseres Blattes ist eine allgemeine...”	200
	<i>Grenzen und Motive allseitiger Vermittlung</i>	202

4.3.2. Trennung von Nachricht und Kommentar	204
<i>Quellentransparenz</i>	208
4.3.3. Getreue Vermittlung	209
5. Das 'Wochenblatt für den Kreis Recklinghausen'	211
5.1. Kurzportrait	211
5.2. Material	217
5.3. Ergebnisse	217
5.3.1. Zwischen Rücksicht auf das 'nahe Publikum' und Zensur	217
5.3.2. Organ vielseitiger Besprechung	221
5.3.3. Weitere Aspekte der Unparteilichkeit	227
6. Zusammenfassung	230
V. Ansätze zu einer Theorie der Unparteilichkeit	234
1. Objektivität im Journalismus	234
1.1. Wünschbarkeit und Möglichkeit journalistischer Objektivität	236
1.2. 'Subjektivisten' und 'Objektivisten'	239
1.2.1. Berichterstattung – Spiegel der Realität?	240
<i>Parallelen zur Wissenschaft?</i>	245
1.2.2. Konstruierte Wirklichkeiten	247
1.3. Im Vergleich: die traditionelle Unparteilichkeitsnorm	254
2. Unparteilichkeit: Urprinzip des (Nachrichten-)Journalismus	263
2.1. Die 'Münchener' Theorie der Sozialen Zeit-Kommunikation <i>Mitteilung und Vermittlung</i>	263
<i>Kommunikation im Plural</i>	265
<i>Publizistische Überlagerungen</i>	267
2.2. Ein alternatives Konzept journalistischer Objektivität	268
2.3. Zeitungswissenschaftliche Diskussion der Unparteilichkeitsmaxime	272
2.3.1. 'Audiatur et altera pars'	272
2.3.2. Trennung von Nachricht und Kommentar	275
2.3.3. Quellentransparenz und Glaubwürdigkeit	277
2.3.4. Getreue Vermittlung	280
2.3.5. Journalistisches Selbstverständnis	283
2.3.6. Motive journalistischer Unparteilichkeit	285
VI. Zusammenfassung und Fazit	291
Quellen- und Literaturverzeichnis	297