

Philomen Schönhagen
Zur Tradition der Unparteilichkeitsnorm
im deutschen Journalismus¹

Seit einiger Zeit wird unter dem Schlagwort der ›journalistischen Qualität‹ auch die Frage nach der Objektivität oder Parteilichkeit im Journalismus wieder verstärkt diskutiert. Dabei nehmen die meisten Autoren Bezug auf die angelsächsische Tradition des Objektivitätsprinzips; eine Rolle in der deutschen Journalismusgeschichte wird dieser Handlungsmaxime dagegen in der Regel nicht beigemessen. So schreibt etwa Wolfgang Donsbach: »Wir hatten in Deutschland praktisch bis in dieses Jahrhundert hinein eine eher parteigebundene Presse. Das änderte sich erst nach dem Zweiten Weltkrieg. In der Weimarer Republik war die Mehrzahl der Zeitungen parteigebunden oder an irgendeine andere Institution gebunden, die weltanschauliche Ziele verfolgte. In den USA löste sich dagegen diese Bindung zwischen Presse und Interessengruppen anfangs des 19. Jahrhunderts, also mehr als hundert Jahre eher als in Deutschland.«² An anderer Stelle bemerkt er noch pointierter: »Meine These lautet: In Deutschland gab es

¹ Auszüge (teilw. gekürzt und bearbeitet) aus: Philomen Schönhagen: Unparteilichkeit im Journalismus. Tradition einer Qualitätsnorm. (Verlag Max Niemeyer) Tübingen 1998. (Medien in Forschung + Unterricht, Serie A, Bd. 46.) Die hier vorliegenden Texte sind entnommen: Teil I, Kap. 1 (Traditionen im deutschsprachigen Zeitungswesen), Teil III, Zusammenfassung (S. 140-143) sowie Teil V, Teilkapitel 2.3 (Zeitungswissenschaftliche Diskussion der Unparteilichkeitsmaxime).

² Wolfgang Donsbach: Instrumente der Qualitätsmessung – Internationale Entwicklung. In: Bürger fragen Journalisten e.V. (Hrsg.): Pressefreiheit, Pressewahrheit. Kritik und Selbstkritik im Journalismus. Erlangen 1992, (S. 43-68), S. 65.

eigentlich nie eine Tradition, durch die der Journalismus sich der Objektivität und Neutralität verpflichtete oder verpflichten musste.«³

Ob diese in der wissenschaftlichen Debatte ebenso wie in der journalistischen Praxis häufig anzutreffende Auffassung der historischen Faktenlage entspricht, wird zu untersuchen sein. Zunächst ist soviel auf jeden Fall festzuhalten: Das Objektivitäts- oder Unparteilichkeitsprinzip ist aus der Theorie des Journalismus so wenig wegzudenken wie aus der journalistischen Praxis. Wie Hans Wagner zeigt,⁴ kommt dem Arbeitsprinzip der Unparteilichkeit für eine Klärung der Funktion von Journalismus grundsätzliche Bedeutung zu. Theoretisch wie historisch belegt, lassen sich zwei Grundtypen des Journalismus funktional unterscheiden: »Publizist« und »Journalist«.⁵ Für diese Unterscheidung

³ Wolfgang Donsbach: Das Verhältnis von Journalismus und Politik im internationalen Vergleich. In: Bürger fragen Journalisten e.V. (Hrsg.): Medien in Europa. Angst als publizistische Strategie? Erlangen 1993, (S. 67-82), S. 70.

⁴ Vgl. Hans Wagner: Journalismus 1: Auftrag. Gesammelte Beiträge zur Journalismustheorie. Erlangen 1995; vor allem das Kapitel zu »Journalist« und »Publizist«, S. 94ff.

⁵ Vgl. hierzu auch Dieter Paul Baumert: Die Entstehung des deutschen Journalismus. Eine sozialgeschichtliche Studie. München/Leipzig 1928; ferner Wilhelm Spael: Publizistik und Journalistik und ihre Erscheinungsformen bei Joseph Görres (1798-1814). Ein Beitrag zur Methode der publizistischen Wissenschaft. Köln 1928, besonders S. 5-24. Ansatzweise kennzeichnet diese beiden Grundtypen journalistischen Arbeitens bereits Paul Jacob Marperger im Jahre 1726 in seiner Schrift über das Zeitunglesen. Allerdings versteht er diese im Hinblick auf vermeintlich höhere und geringere Qualität und nicht als gleichermaßen notwendige, sich ergänzende, aber funktional konträre Prinzipien. Es heißt dort, dass die Zeitungen »entweder aufrichtig, zuverlässig, unpartheyisch, wohlbedächtlich und nach geschehener wohlgegründeter Confirmation« bearbeitet und verbreitet würden, oder aber »fälschlich und zum Theil erdichtet, boßhafter Weise exaggeriret und vermehret, partheyisch oder doch ungegründet auf den ersten davon einlaufenden Ruff [...], ohne erwartete Confirmation, mehrentheils muthmaßlich...«. Paul Jacob

zentral sind die jeweils dominanten Arbeitsprinzipien. Die Arbeit des ›Publizisten‹ ist »abhängig von der eigenen Position, vom eigenen Standort, von der eigenen Betroffenheit und dem eigenen Interesse«⁶ und zielt darauf, die Dinge aus eigener Sicht und Erfahrung zu erklären, zu interpretieren und natürlich auch, andere davon zu überzeugen; meinungsbildend zu wirken also. Damit entspricht sie gewissermaßen der ›natürlichen‹ Kommunikationssituation, wo jedermann Publizist in eigener Sache ist.⁷ Solchermaßen publizistischer Umgang mit den ›Zeitungen‹, womit bis ins 19. Jahrhundert hinein Nachrichten gemeint waren,⁸ lässt sich zurückverfolgen bis auf die Liedzeitungen des 16. Jahrhunderts und manifestierte sich bis ins 19. Jahrhundert hinein in speziellen Medien wie dem Flugblatt und politischen Zeitschriften, war aber in der Regel nicht Bestandteil der periodischen, ein- oder mehrmals wöchentlich erscheinenden Nachrichtenblätter. Durch ihr regelmäßiges Erscheinen unterlagen diese naturgemäß stärker der Kontrolle der absolutistischen Obrigkeit und ihre Herausgeber damit der Gefahr drakonischer Bestrafung, wenn sie – die häufig selbst die ›Redaktion‹ innehatten – gegen Verbote des Rasonierens verstießen. Die nicht selten mobilen Drucker und

Marperger: Anleitung zum rechten Verstand und nutzbarer Lesung Allerhand so wohl gedruckter als geschriebener, Post-Täglich aus unterschiedlichen Reichen, Ländern und Städten, in mancherley Sprachen und Format einlaufender Ordentlicher und Außerordentlicher Zeitungen oder Avisen. o.O., o.J. [1726], S. 3 f. u. S. 20. Zitiert nach Klaus Beyrer / Martin Dallmeier: Als die Post noch Zeitung machte. Eine Pressegeschichte. Gießen 1994, S. 26 (und S. 196).

⁶ Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 98.

⁷ Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 98 (in Anlehnung an Heinz Starkulla).

⁸ Vgl. Margot Lindemann: Deutsche Presse bis 1815. Geschichte der deutschen Presse. Teil 1. Unveränderter Neudr. der Originalausgabe von 1969. Berlin 1988, S. 15. – Vgl. ferner Jacob u. Wilhelm Grimm: Deutsches Wörterbuch. Nachdruck d. Erstausgabe, München 1984, Bd. 31, Sp. 591ff.

Herausgeber von Einzeldrucken dagegen – zudem eher in der Lage, ihre Anonymität zu wahren – konnten sich diesen Gefahren leichter entziehen, nicht zuletzt durch Flucht über eine der zahlreichen Landesgrenzen.⁹ Schon aufgrund dieser Situation war es für die Zeitungsmacher eine Frage der Existenz, auf Stellung- und Parteinahme zu verzichten. Mehr noch drängte der Einfluss der Obrigkeit wohl zum opportunistischen Parteigängertum, dem aber musste wiederum das wirtschaftliche Interesse der Zeitungsmacher entgegenstehen. Dem nämlich wäre es abträglich, wenn »nach (subjektiven) Parteilichkeitsgesichtspunkten die Bedürfnisse eines Teils im Publikum bevorzugt oder die eines anderen Teils im Publikum vernachlässigt« würden.¹⁰ In den periodischen Nachrichtenzeitungen kam somit die Arbeit des ›Journalisten‹ zum Tragen, die auf eine Nachrichtenbedarfsbefriedigung für jedermann zielt. Hier orientiert sich die Berichterstattung nicht am eigenen oder einem bestimmten, einzelnen Interesse, in dessen Auftrag der ›Publizist‹ handelt, sondern an den gesamten Interessen des relevanten Gesellschaftsbereiches, der im jeweiligen Medium ›kommuniziert‹ werden soll – dies auch im Sinne der wirtschaftlichen Interessen des Herausgebers oder Verlegers, der für sein Produkt ›Zeitung‹ eine optimale Marktorientierung (Absatz) anstreben muss.¹¹ Das Arbeitsprinzip

⁹ Vgl. z. B. Paul Roth: Die Neuen Zeitungen in Deutschland im 15. und 16. Jahrhundert. Leipzig 1914, S. 53-60. Vgl. auch Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 94ff.

¹⁰ Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 108.

¹¹ Vgl. Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 107 f. Auch Karl Schottenloher (Flugblatt und Zeitung. Neudr. der Erstausgabe, München 1985, S. 157 u. S. 8) sieht als treibende Kraft, die zur regelmäßigen Verbreitung gedruckter Nachrichten geführt hat, die »möglichst wirksame Ausnutzung der Nachricht als Handelsware«, die geschäftlichen Interessen von Buchdruckern und anderen im Zeitungsgewerbe tätigen Berufen. Otto Groth vertritt ebenfalls die Ansicht, »geschäftliche Zwecke« hätten die Vermittler des 17. Jahrhunderts geleitet.

des ›Publizisten‹ ist somit wesentlich gekennzeichnet durch Parteilichkeit, der ›Journalist‹ dagegen verarbeitet Nachrichten nach dem Grundsatz der Unparteilichkeit.¹²

Aber wann diese typenbildende Norm der Unparteilichkeit oder zumindest die »Etikettierung ›unparteilich‹ in Zeitungstiteln, in Zeitungs-Programmen und Privilegien-Dokumenten erstmals auftritt, ist unsicher.«¹³ Walter Schöne erklärt in einem Aufsatz über »Zeitungsgewerbe und Publizistik« von 1928: »Von den ersten Anfängen an bezeichneten sich [...] die Zeitungen gern als unparteiisch: sie wollen nach keiner Seite hin Anstoß erregen«, denn die Zeitung verlange »als wirtschaftliche Unternehmung Anpassung, wenn sie sich nicht selbst verneinen will. [...] Jene Postmeister, Frachtführer, Buchdrucker, Buchhändler, denen wir im 16. und 17. Jahrhundert als Gründer von Zeitungen begegnen [...] waren politisch neutral und mussten es sein«, nicht nur wegen der Zensur, sondern auch aus wirtschaftlichen Gründen: »Das investierte Kapital war damals schon erheblich.«¹⁴

(Otto Groth, *Die unerkannte Kulturmacht*. Berlin 1961, Bd. 2, S. 348.) Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass sich Wilhelm Spael (Publizistik, [Fn 5], S. 13) der Abgrenzung des Journalisten gegenüber dem Publizisten dadurch nähert, dass er »die Zeitung als gewerbsmäßiges Unternehmen« auffasst.

¹² Vgl. zu diesen unterschiedlichen Funktionen und Arbeitsprinzipien auch Peter Ukena: *Tagesschrifttum und Öffentlichkeit im 16. und 17. Jahrhundert in Deutschland*. In: Elger Blühm (Hrsg.): *Presse und Geschichte. Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung*. München 1977, (S. 35–53), S. 46f.

¹³ Wagner, *Auftrag*, (Fn 4), S. 99.

¹⁴ Walter Schöne: *Zeitungsgewerbe und Publizistik*. In: *Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgrafik*. Pressa-Sonderheft 4/1928, (S. 185–191), S. 186. Julius Otto Opel (*Die Anfänge der deutschen Zeitungspresse 1609–1650*. Leipzig 1879, S. 24) zeigt, dass auch die ersten periodisch erscheinenden geschriebenen Zeitungen (in Nürnberg seit 1587) in einem »geschäftsmäßigen« Ton ohne eigene Anteilnahme geschrieben und nur sehr selten mit Lob oder Tadel, Hoffnungen oder Befürchtungen verknüpft wurden: »Selbst die Berichte aus

In Titeln sogenannter »Meßrelationen« findet sich die Berufung auf Unparteilichkeit als Maxime der Ereignisdarstellung ab dem Ende des 16. Jahrhunderts.¹⁵ Aber diese meist halbjährlich erscheinenden »Meßrelationen« sind Chroniken und insoweit »Teil eines Geschichtswerkes«,¹⁶ das zumindest nicht primär dazu bestimmt ist, »gleichzeitig Lebenden von gleichzeitigen Angelegenheiten, Tatsachen und Begebenheiten (...) Kenntniss zu verschaffen«, wie Wolfgang Riepl die Nachricht im Gegensatz zur histo-

Rom sind in dieser, objectiven Weise gehalten, welcher eine besondere Parteinahme für den Papst oder die katholische Kirche nicht anzumerken ist.« Dasselbe gelte für die ersten gedruckten periodischen Zeitungen Anfang des 17. Jahrhunderts (vgl. ebd., S. 35/36). Georg Rennert (Die ersten Post-Zeitungen. Berlin 1940, S. 7) vertritt die Ansicht, dass auch die Postmeister Zeitungen weniger in ihrer amtlichen Funktion als aufgrund finanzieller Interessen herausgegeben hätten.

¹⁵ Siehe dazu Klaus Bender: Eine unbekannte Meßrelation. Die »Unpostreuterischen Geschicht-Schriefften« des Tobias Steger, Straßburg 1590. In: *Wolfenbütteler Notizen zur Buchgeschichte* 2/1981, S. 346-365; ders.: Die deutschen Meßrelationen von ihren Anfängen bis zum Ende des Dreißigjährigen Krieges. In: Elger Blühm / Hartwig Gebhardt (Hrsg.): *Presse und Geschichte 11. Neue Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung*. München u. a. 1987, S. 61-70.

¹⁶ Wagner, *Auftrag*, (Fn 4) S. 99. Auch Margot Lindemann (Deutsche Presse, [Fn 8], S. 84) möchte Meßrelationen »als einen Endpunkt in einer Entwicklungslinie des historischen Berichtes« verstanden wissen. Dass es sich dabei zumindest um deren primäre Funktion handelte, bestätigen auch Auszüge aus der Vorrede zu einer Meßrelation von Sigismund Latomus aus dem Jahre 1608: »Vnd bleibet demnach darbey / daß [...] es recht vnd billich / ja löblich und gut sey / daß man dasjenige so täglich fürgeheth / bescheidenlich aufzeichne / damit vnserer Nachkommen auch etwas haben mögen / das sie im thun vnd lassen / zu jhrem besten gebrauchen mögen [...] hab ich diese Verzeichnussen zu continuiren keines wegs vnderlassen sollen noch wollen / der gantzlichen Hoffnung / solches dem jetzigen Leser erbawlich / dem künftigen aber zum Vnderricht / dienstlich vnd annehmlich seyn werde.« Zitiert nach Thomas Schröder: *Die ersten Zeitungen. Textgestaltung und Nachrichtenauswahl*. Tübingen 1995, S. 22.

rischen Überlieferung präzise definiert.¹⁷ Ihre Herausgeber folgen mit dem Unparteilichkeitsanspruch dem Prinzip einer objektiven Geschichtsschreibung, das nicht ohne weiteres auf das periodische Zeitungswesen übertragen werden kann und darf. Im Unterschied zum Geschichtsschreiber nämlich ist der Zeitungsmacher nicht mit der Darstellung ›der‹ Wahrheit oder ›der‹ Realität befasst, sondern mit der Veröffentlichung von *Berichten und Darstellungen Dritter von der (vermeintlichen) Realität* oder Wahrheit. Wichtig zu bedenken ist dabei, dass der Gegenstand der Historie abgeschlossene Begebenheiten sind, während die Zeitung Dinge zum Gegenstand hat, die noch im Fluss sind. Über deren ›abschließende‹ Realität oder ›wahre‹ Beschaffenheit können deshalb, anders als bei der Historie, ohnehin keine Aussagen gemacht werden. Journalistische Unparteilichkeit kann sich demnach keinesfalls darauf beziehen, dass der Zeitungsmacher die ›wahre‹ Beschaffenheit der Realität darstellt, sondern nur auf seinen *Umgang mit Darstellungen oder Interpretationen der Realität*.

1. Historische Befunde:

Die Unparteilichkeitsnorm und die Handwerksregeln

Nach Jörg Jochen Berns ist »die Beteuerungsformel, eine Nachrichtenzusammenstellung sei ›unparteyisch‹ oder ›unparteylich‹«, in den Wochenzeitungen erstmals im Jahre 1623 nachweisbar.¹⁸ Gemeint ist die ›Neue Vnpartheysche Zeitung vnd Relation / Auß

¹⁷ Siehe Wolfgang Riepl: Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer. Leipzig/Berlin 1913, S. 2.

¹⁸ Jörg Jochen Berns: »Parteylichkeit« und Zeitungswesen. Zur Rekonstruktion einer medienpolitischen Diskussion an der Wende vom 17. zum 18. Jahrhundert. In: Wolfgang F. Haug (Hrsg.): Massen, Medien, Politik. Karlsruhe 1976, (S. 202-233), S. 210.

allerhand glaubwürdigen Sendbriefen...«, die wahrscheinlich in Zürich in der Offizin Johann Jakob Bodmers erschien.¹⁹ Bei Berns nicht erwähnt, aber noch interessanter ist, dass im Jahre 1633 dieses Blatt zeitweise folgenden Titel führte: »Zeitung Post: Das ist / Aller denckwürdigen / namhafften vnnd fürnehmen Geschichten / so sich hin vnd wider in der Welt zutragen vnd verlauffen möchten / einfalte / vnpartheische beschreibung / auß allerhand glaubwürdigen anderstwo getruckten Zeitungen / vnd gewissen Sendbriefen / zusammen gesetzt / vnd dem begierigen Leser mitgetheilt.«²⁰ In dieser Zeit wurde das Blatt übrigens von der Witwe Dorothea Bodmer herausgegeben.²¹ Im Folgejahr änderte es sei-

¹⁹ Entgegen weit verbreiteter Auffassungen z.B. bei Julius Opel (Anfänge, [Fn 14]), Ludwig Salomon (Geschichte des Deutschen Zeitungswesens von den ersten Anfängen bis zur Wiederaufrichtung des Deutschen Reiches, 3 Bde., Oldenburg/Leipzig 1906), bei Emil Löbl (Kultur und Presse, Leipzig 1903) oder auch bei Heinrich Jacobi (Die Entwicklung des Frankfurter Zeitungswesens, Bad Homburg 1926) hat Hans Bodmer bereits 1891 überzeugend Zürich als Erscheinungsort nachgewiesen. Vgl. Hans Bodmer: Die älteste Züricher Zeitung. In: *Zürcher Taschenbuch auf das Jahr 1891*. Zürich 1891 (14. Jg.), S. 175-216. Diese Ansicht teilt Georg Rennert, *Post-Zeitungen*, (Fn 14), S. 120 u. 44/45. In Else Bogel / Elger Blühm (Die deutschen Zeitungen des 17. Jahrhunderts. Ein Bestandsverzeichnis mit historischen und bibliographischen Angaben. Band 1, Bremen 1971, S. 55), wird das Blatt ebenfalls als Züricher Zeitung geführt.

²⁰ Zitiert nach Bogel / Blühm, *Zeitungen*, (Fn 19), S. 55 (Hervorhebung P.S.). Übrigens ist hier auch schon die Relevanz als Selektionskriterium für Nachrichten thematisiert (»Aller denckwürdigen/namhafften vnnd fürnehmen Geschichten«), wie auch in anderen Titeln dieser Zeit, die im folgenden noch zitiert werden.

²¹ Nach dem Tod Johann Jakob Bodmers im Jahre 1629 leitete diese 11 Jahre lang das Unternehmen, bis sie es an die beiden Söhne weitergab. Vgl. Sabine Welke: *Die Frau und die Anfänge des deutschen Zeitungswesens. Eine Studie zur Geschichte der Publizistik des 17. Jahrhunderts*. Diss. mschr. Wien 1971, S. 77. Hier ist nachzulesen, dass es viele Frauen gab, die – häufig Witwen – als Druckerinnen und Zeitungsherausgeberinnen tätig waren.

nen Haupttitel in ›Wöchentliche Ordinari Zeitung‹, der Hinweis auf die Unparteilichkeit blieb erhalten. Der Titel wurde zudem um interessante Erläuterungen zur Funktion des Blattes in Gedichtform ergänzt: »Zeitung Post an Leser. / Durch d'Welt lauff ich, vnd thun eynnehmen / Zeitungen vil, darbey ich b'kennen, / *Wie ich sie nimm, so gib ichs auß* / Triffts nicht, dir drumb darab nicht grauß: / Was nicht gschehen ist, das gschehen kan, / Alles wahrnet einen klugen Mann.«²² Abgesehen von dem amüsanten lakonischen Umgang mit Berichten, die sich nachträglich als falsch erweisen, ist hier der Hinweis interessant, dass die Nachrichten so wiedergegeben werden sollen, wie sie dem Zeitungsmacher zugegangen sind. In diesem Zusammenhang ist zudem bemerkenswert, dass die Zeitung im Titel als ›einfalte‹ bezeichnet wird; denn ›einfalt(ig)‹ bedeutete nicht nur ›einfach, schlicht‹, sondern auch unschuldig und *redlich*.²³ Außerdem ist der Rekurs auf »glaubwürdige« Zeitungen und Briefe als Quellen beachtenswert. Mit diesen beiden Aspekten wird offensichtlich konkretisiert, inwiefern es sich um eine »Vnpartheyische Zeitung vnnd Relation«²⁴ handelt. Zwei Bereiche sind dabei deutlich zu unter-

²² Zitiert nach Opel, Anfänge, (Fn 14), S. 102. (Hervorhebung P.S.) Vgl. auch Jacobi, Frankfurter Zeitungswesens, (Fn 19), S. 27/28. Dieser meldet Zweifel an, ob die Zeitung ihrem Namen gerecht geworden sei. Sie habe vor allem Artikel von protestantischer Seite enthalten und für diese Partei genommen (ebd., S. 28). Vgl. auch Opel, Anfänge, (Fn 14), S. 108. Zu gegenteiligen Ergebnissen kommt Göran Rystad (Kriegsnachrichten und Propaganda während des Dreissigjährigen Krieges. Die Schlacht bei Nördlingen in den gleichzeitigen, gedruckten Kriegsberichten. Lund 1960, S. 10); er ermittelt eine häufig mehrseitige und nicht erkennbar Partei nehmende Berichterstattung bei den frühen Wochenzeitungen.

²³ Vgl. Grimm, Wörterbuch, (Fn 8), Bd. 3, Sp. 173.

²⁴ Zitiert nach Jacobi, Frankfurter Zeitungswesen, (Fn 21), S. 27. Die Zeitung wandelte ihren Titel des öfteren ab, so auch hier im Jahre 1633. Vgl. auch Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 55/56.

scheiden: die Glaubwürdigkeit der Quellen sowie die getreue Vermittlung der gesammelten Nachrichten. Ganz eindeutig wird hier, worauf sich journalistische Unparteilichkeit nur beziehen kann: auf die *Vermittlung* von Nachrichten, von Kommunikations-Vorgaben Dritter durch den Journalisten also, und nicht auf den ursprünglichen, bei diesen Dritten angesiedelten Akt der Mitteilung.

»Unvergreiflich« und »ohne passion«

In der Sammlung von Else Bogel und Elger Blühm findet man eine weitere, vermutlich in Zürich erschienene Zeitung mit dem Titel »Wochentliche / *ungefelschte* Newe Zeitung / Vnd Relation / auß den Glaubwirdigsten Sendbriefen aller Orten / Stett vnd Landen zusamen getragen«, ebenfalls aus dem Jahre 1623.²⁵ Noch im selben Jahr lautet der Haupttitel dann »Newe *Vnpartheysche* Zeittung vnd Relation«; besonders interessant ist eine weitere Titelv Variante aus demselben Jahr: »Wuchentliche RELATION Von allerhand newen: zeytungen / der fürnemen vn gedächtnus: wirdige Historien vnnd geschichten / [...] Alles *ohne einichen affeckt* / *gantz vnparteyisch* mit bestem fleiß / so vast es möglich sein mag: Auß den Glaubwirdigsten Missifen / [...] dem Histori begirigen Leser zur nachricht und erbawung / abgetruckt...«.²⁶ Demnach bedeutete Unparteilichkeit auch, dass die Sammlung und Veröffentlichung der eingehenden Nachrichten »ohne einichen affeckt«, unbeeinflusst von den Emotionen, Zu- oder Abneigungen des Zeitungsmachers erfolgen sollte.

²⁵ Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 53. (Hervorhebung P.S.)

²⁶ Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 53. (Hervorhebungen P.S.) »Missife« oder »Missive« (lat.) heißt »Sendschreiben«. Vgl. Meyers Lexikon, hrsg. v. Bibliographischen Institut, Leipzig 1928, Bd. 8, Sp. 547.

Die angeführten Konkretisierungen der Unparteilichkeitsmaxime findet man auch schon in früheren Zeitungstiteln, noch bevor der Begriff der Unparteilichkeit auftaucht. Aus dem Jahre 1621 ist folgender Titel einer in Frankfurt am Main vom kaiserlichen Postmeister Johann von den Birghden herausgegebenen Zeitung bekannt: »*Unvergreifliche* continuirende Post Zeitungen wie solche bey den Ordinari Posten einkommen / von *glaubhafften* Correspondenten eingeschickt / und *ohne einige passion divulgirt* werden /...«.²⁷ »Ohne Passion« sollen die eingehenden Nachrichten verbreitet werden, das bedeutet frei von leidenschaftlicher Teilnahme, von den eigenen Haltungen und Überzeugungen unabhängig²⁸ – das ist ein klares Bekenntnis zur Neutralität und entspricht der Bedeutung des Begriffs »*unvergreiflich*« im Titel. Dieser nämlich bedeutete – und das wurde bislang übersehen – nichts anderes als »unangreifbar, einwandfrei«, »richtig, unpartheilig« und »quod fiat sine praejudicio«, also »ohne den rechten, dem urtheil eines andern vorzugreifen« oder »ohne der meinung [...] [eines anderen; P.S.] vorzugreifen«²⁹ – was wiederum der Sache nach nichts anderes markiert als eben Unparteilichkeit. Konrad Schwarz verweist allerdings auf Untersuchungen, die eine tendenziöse Auswahl und Kürzung der Nachrichten durch Birghden zugunsten der protestantisch-schwedischen Seite feststellen. Dies erkläre sich durch den halbamtlichen Charakter der Postzeitun-

²⁷ Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 14. (Hervorhebung P. S.) Diese Zeitung erschien mit wechselnden Titeln von 1615 bis 1690. Bei Else Bogel / Elger Blühm (Die deutschen Zeitungen des 17. Jahrhunderts. Ein Bestandsverzeichnis mit historischen und bibliographischen Angaben. Band II: Abbildungen. Bremen 1971), S. 18, findet man auch eine Abbildung der Zeitung aus dem Jahre 1627 mit einem geänderten Titel, der immer noch den Hinweis »alles ohne einige Passion« enthält.

²⁸ Vgl. zu dieser Bedeutung: Grimm, Wörterbuch, (Fn 8), Bd. 13, Sp. 1489/1490.

²⁹ Grimm, Wörterbuch, (Fn 8), Bd. 24, Sp. 2041.

gen, deren Herausgeber als Postmeister jeweils im Dienste der Regierung standen.³⁰

Vier Jahre später (1625) heißt es im Titel einer Oettinger Zeitung (die auch unter dem Titel ›Continuation der Augspurger [bzw.: Nürnberger; P.S.] Zeitung« erschien): »Wöchentliche RELATION, Aller denckwürdigen Historien vnd Geschichten / [...] Auff das *trewlichst vn vnvergreifflichst* / wie solches zu wegen kan gebracht werden / in Truck verfertigt.«³¹ Die Herausgeber der ›Sontäglichen Zeitung« aus dem Jahre 1688 versicherten im Zeitungskopf, dass sie sich »im übrigen aber [...] ferners befeissen werden / ohne Beleidigung einigen Stands auch *ohne passion* mit den bewehrtesten und allerneuesten *advisen menniglich* nach möglichkeit *satisfaction* zu geben.«³² Auch hier ist klar, was gemeint ist: die ›Leidenschaften« der Zeitungsmacher sollen bei der Berichterstattung zurückstehen, keinesfalls zur Benachteiligung irgendeiner Bevölkerungs- und Interessengruppe (denn solche waren ja die Stände) führen. Und mehr noch ist in dieser Kopfzeile enthalten, nämlich ein Hinweis auf ein Motiv solch allseitiger Berichterstattung: Sie soll »dem hochgeneigten günstigen Leser«,³³ und

³⁰ Vgl. Konrad Schwarz: Der Postzeitungsvertrieb in der deutschen Postgeschichte. Berlin 1936, S. 19. – Bestätigt wird eine weitgehend allseitige Vermittlung dagegen durch die Untersuchungen der beiden ältesten Wochenzeitungen (›Relation« und ›Aviso«) von Thomas Schröder, *Zeitungen*, (Fn 16), sowie von Brigitte Tolkemitt: *Der Hamburgische Correspondent. Zur öffentlichen Verbreitung der Aufklärung in Deutschland*. Tübingen 1995.

³¹ Zitiert nach Bogel / Blühm, *Abbildungen*, (Fn 27), S. 49. Vgl. auch den Titel von 1626, zitiert bei Bogel / Blühm, *Zeitungen*, (Fn 19), S. 65.

³² Walter Schöne (Hrsg.): *Die deutsche Zeitung des siebzehnten Jahrhunderts in Abbildungen*. 400 Faksimiledrucke. Leipzig 1940, S./Abb. 266, Faksimile der ›Sontäglichen Zeitung« vom 1. und 11. Januar 1688. (Hervorhebung P.S.)

³³ An diesen war die Erklärung gerichtet. Zitiert nach Schöne, *Abbildungen*, (Fn 32), S./Abb. 266.

zwar *jeglichem* (»menniglich«³⁴), »nach möglichkeit satisfaction [...] geben.« Begründet wurde neutrale Berichterstattung also mit der Rücksicht auf die unterschiedlichen Informations- und Orientierungsbedürfnisse der Leser, wobei niemand ausgegrenzt werden sollte (was durch Parteinahme zweifellos der Fall gewesen wäre). Hier wird das Unparteilichkeitsprinzip bereits im Jahre 1688 im Ansatz geradezu journalismusethisch begründet. Das sich hier äussernde Selbstverständnis der Herausgeber entspricht somit deutlich der theoriegeleiteten Funktionsbestimmung des ›Journalisten‹. Die ›Unvergreiflichen Postzeitungen‹ von 1621 beriefen sich außerdem, wie auch die Postzeitungen von 1633, auf ihre »glaubhafften« Quellen. Der Titel einer im Jahre 1673 erschienenen ›Continuation Der am Montag herauskommenden Wochen-Zeitung(en) ...‹ versprach ebenfalls Nachrichten »Wie dieselbe von *getreuen Handen* / under ganz frischem Dato berichtet werden.«³⁵

›Ohnparteyische‹ Vermittlung

Anhand dieser ersten programmatischen Äußerungen lassen sich vier Aspekte herausarbeiten, die von den Zeitungen³⁶ selbst mit dem Postulat unparteilicher Berichterstattung verbunden wurden, und die zum Teil auch schon vor der Verwendung des Begriffs der

³⁴ »Menniglich« oder »männiglich« bedeutete neben »männlich« auch »jeder, jeglicher«. Vgl. Grimm, Wörterbuch, (Fn 8), Bd. 12, Sp. 1591 ff.

³⁵ Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 196. (Hervorhebung P.S.) Vgl. auch ein Faksimile von 1688 in: Schöne, Abbildungen, (Fn 31), S./Abb. 231. Ein ähnlicher Ausdruck (»durch guten Händen berichtet«) erschien auch im Titel einer Zeitung aus Altdorf-Weingarten seit dem Jahre 1680 (Bogel / Blühm, Zeitungen, [Fn 19], S. 223).

³⁶ ›Zeitungern‹ wurden »im 16. jahrh. die gewerblichen berichterstatter von zeitereignissen und verfasser geschriebener zeitungnen, auch novellisten oder avisenschreiber genannt«: Grimm, Wörterbuch, (Fn 8), Bd. 31, Sp. 594.

Unparteilichkeit Programm waren. Es sind dies erstens die *Glaubwürdigkeit der Quellen*, mit der zunächst die Qualität der angebotenen, partei- und interessen gebundenen Informationen sichergestellt werden sollte, zweitens die *Neutralität des Vermittlers*, welcher dem Urteil des Lesers nicht vorausgreifen möchte. Diese Neutralität ist Voraussetzung für, drittens, die *getreue Vermittlung eingehender Mitteilungen*, welche sich, viertens, an den *unterschiedlichen Interessen und Bedürfnissen der Leser orientiert*.

Einige dieser Aspekte weisen eine große Nähe zu den von Berns und Schröder geltend gemachten Kriterien unparteilicher Berichterstattung³⁷ auf: Der letztgenannte Aspekt bedingt eine pluralistische Vermittlung, der zweite Punkt entspricht der Zurückhaltung mit Kommentaren. Lediglich die Angabe der Herkunft von Mitteilungen ist in diesen »Programmen« nicht thematisiert, sie verweisen nur auf deren Glaubwürdigkeit. Damit korrespondiert Schröders Befund mangelnder Quellentransparenz in der berichterstatte rischen Praxis des Jahres 1609. Für den Leser bedeutete das, zumindest aus heutiger Sicht, eine Einschränkung seiner Orientierungsmöglichkeiten. Zu sehen ist dieses Fehlen von Quellentransparenz aber vor dem historischen Hintergrund: Die Interessen der noch wenig herausgebildeten und zersplitterten Parteien mögen für die Zeitgenossen relativ gut überschaubar und damit die Mitteilungen leichter einschätzbar gewesen sein.

Es wäre demnach zu erwarten, dass dieser Aspekt mit einer zunehmenden Pluralisierung und Politisierung der Gesellschaft an Gewicht gewonnen hat. Die Zeitungsmacher messen dagegen einem anderen Punkt Bedeutung bei, der in der genannten Literatur unbeachtet bleibt: der getreuen Vermittlung der eingehenden

³⁷ Vgl. dazu Berns, »Parteilichkeit«, (Fn 18) sowie Schröder, Zeitungen, (Fn 16).

den Mitteilungen. Gerade aber in der »treulichen« und »unvergeifflichen« Weiter- und Wiedergabe der einzelnen Mitteilungen, von welcher Parteiung sie auch stammen, beweist sich ständig die Neutralität des Zeitungsmachers. Es handelt sich somit um einen zentralen Aspekt der Unparteilichkeitsmaxime, der bis dato kaum beachtet wurde.

Ausdrücklich begegnet man diesem Aspekt schon im Titel einer der ältesten deutschen periodischen Zeitungen, der Straßburger ›Relation‹. Dieser lautete nämlich von 1634 bis 1636 »RELATION Aller Fürnemen vnd Gedenckwürdigen Historien / [...] Welche alles auff das *treulichst vnd ohnparteyisch* / so gut ich solche jeweilm erlangen vnd zur hand bringen mag / wochentlich / geliebts Gott / soll in truck verfertigt werden.«³⁸ Bereits im Jahre 1609 hatte der Titel die Versicherung enthalten, die ›Historien‹ »auff das *trewlichst wie ich solche bekommen* und zu wegen bringen mag, in Truck verfertigen« zu wollen.³⁹ Der Aspekt der getreuen Vermittlung wurde also bereits von einer der ersten periodischen Zeitungen im Titel thematisiert! Im Vorwort zum Jahrgang 1635 erklärte der Herausgeber seinen Lesern, die Zeitungen »*aufs aller treulichst*, so viel *durch glaubwürdige Leut* können zuhand gebracht werden, als von *unparteiischen Referenten* sollen *publiciert* und in Druck gegeben werden.«⁴⁰ Hier wird erneut deutlich, dass sich der Anspruch der Unparteilichkeit auf die Vermittlung von Mitgeteiltem bezieht und nicht eine Eigenschaft der Mitteilungen selbst gemeint ist. Gleichzeitig werden hier drei der wesentlichen Aspekte des Unparteilichkeits-Prinzips geltend gemacht.

³⁸ Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 1. (Hervorhebung P.S.) Vgl. auch Opel, Anfänge, (Fn 14), S. 60.

³⁹ Zitiert nach Opel, Anfänge, (Fn 14), S. 44. (Hervorhebung P.S.)

⁴⁰ Zitiert nach Opel, Anfänge, (Fn 14), S. 62. (Hervorhebung P.S.)

Zahlreiche weitere Zeitungen des 17. Jahrhunderts postulierten in ihren Titeln oder Erklärungen eine unparteiliche Berichterstattung. Bei Walter Schöne ist eine ›Br. Einkommende Freytags Postzeitung. *Unpartheyscher* Außführlicher Bericht / wegen Überkommung der Insel Fühnen‹ abgebildet.⁴¹ Im Jahre 1660 erschien ein »Erster Jahr-Gang der Tägliche-neu-einlauffenden Kriegs- und Welt-Händel oder Zusammen-getragene *unpartheyliche* NOUELLES...«⁴² aus Leipzig. Eine Konstanzer Zeitung betonte in den Jahren 1665/1666 im Zusammenhang mit Unparteilichkeit wiederum die Glaubwürdigkeit der Quellen: »Mercurius auff's ... Jahr: Das ist / Ordinari Post-Zeitungen vnnd NOVELLA, Aller denckwürdigen Geschichten vnd Sachen / [...] Alles auß *vnpartheyischen* vberschickten *Glaubwürdigen* Missiven vnd Schriften extrahirt / vnd zusammen getragen.«⁴³ Interessant ist ein Hinweis, der sich bei Carsten Prange findet. Demnach bemühte sich der in Hamburg (vermutlich seit Anfang der 1660er Jahre⁴⁴) erscheinende

⁴¹ Schöne, Abbildungen, (Fn 32), S. 180 (vgl. auch den Titel auf S. 179). Schöne nennt keinen Erscheinungsort. Aus dem Jahre 1663 stammt ein weiterer Titel ›Br. Neue wöchentliche Post-Zeitungen‹ (vgl. ebd., S. 178), wobei es sich offenbar um dieselbe Zeitung handelte. Diesen Titel von 1663 findet man auch bei Bogel / Blühm, Abbildungen, (Fn 27), S. 188. Der Druckort sei vermutlich Breslau; vgl. dies. Zeitungen, (Fn 19), S. 172/173; dort auch der Hinweis, aus den Jahren 1659 und 1669 seien Blätter mit derselben Abkürzung als Breslauer Blätter gesichert (ebd., S. 173).

⁴² Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), I. S. 160. Vgl. auch Heinz Bäuerlein: Die Problematik der Objektivität in der Presse-Berichterstattung. Phil. Diss. mschr., München 1956, S. 6.

⁴³ Zitiert nach Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), I. S. 176.

⁴⁴ Das nimmt Elger Blühm an. Siehe Elger Blühm: Nordischer Mercurius 1665-1730. In: Heinz-Dietrich Fischer (Hrsg.): Deutsche Zeitungen des 17. bis 20. Jahrhunderts. Pullach b. München 1972, (S. 91-102), S. 95. Carsten Prange vermutet, daß der ›Nordische Mercurius‹ seit 1659 erschienen sei. Siehe Carsten Prange: Die Zeitungen und Zeitschriften des 17. Jahrhunderts in Hamburg und Altona. Ein Beitrag zur publizistischen Frühaufklärung.

›Nordische Mercurius‹ Georg Grefflingers »um möglichst objektive Berichterstattung, indem er den Lesern durch den Abdruck mehrerer Versionen eines Vorganges gerecht zu werden versuchte.« Dabei legte Grefflinger seine Auffassung von der Aufgabe eines Zeitungsschreibers »in einem längeren Discurs für den Leser« dar. Darin heißt es u.a., es solle »von einer jeden Parthey Schreiben ein Extract mitgetheilet werden / um den Verfasser dieser Novellen nicht [für; P.S.] einseitig zu halten.«⁴⁵ Besonders spannend ist, dass die Leserschaft diese Auffassung deutlich teilte, was sich auch in anerkennenden Zuschriften äußerte. Im Jahre 1673 betonte ein Leser, »Daß es den Juristen zwar wol an stünde / einseitig und der Parthey getreu zu seyn / den Novellisten aber gebührte es nicht ein / sondern wol zwey / und wol gar 3.seitig zu seyn / um den vilen Humeuren und jedem nach seiner Paßion ein genüge zu thun.«⁴⁶ Erneut findet in diesem Zusammenhang der Begriff ›Passion‹ Verwendung, um die Neigungen einzelner Parteien zu bezeichnen – ›ohne Passion‹ zielt auch hier eindeutig auf Unparteilichkeit.

Ausdrückliche sowie indirekte Bekenntnisse zur Unparteilichkeitsnorm lassen sich kontinuierlich bis zum späten 19. Jahrhundert in der deutschsprachigen Presse verfolgen. Das sei nur an einigen Beispielen verdeutlicht. Das ›Wienerische Diarium‹ des Jahres 1703 gelobte Berichterstattung »ohne einigen Oratorischen

Hamburg 1978, S. 130. Bogel / Blühm, Zeitungen, (Fn 19), S. 180, geben 1665 als erstes Jahr seines Erscheinens an. Vgl. zu dieser Zeitung auch Martin Welke (Hrsg.): Hollsteinischer Unparteyischer Correspondent 1721-1730, Hamburgischer Unparteyischer Correspondent 1731-40. (Microfiche-Index.) Hildesheim/New York 1977.

⁴⁵ Beide Zitate aus: Prange, Zeitungen, (Fn 44), S. 147/148.

⁴⁶ Zitiert nach Prange, Zeitungen, (Fn 44), S. 148, der nach dem Original zitiert. Blühm, Mercurius, (Fn 44), S. 100, schreibt diese Bemerkungen Grefflinger selbst zu und datiert sie auf das Jahr 1674, gibt jedoch keine Quelle an.

und Poetischen Schminck / auch *Vorurtheil* / sondern der blossen *Wahrheit derer einkommenden Berichten gemäß*«. ⁴⁷ Der Anspruch, ohne Vorurteil, also sachlich und unvoreingenommen, zu berichten, entspricht in der Sache genau der Bezeichnung »ohne Passion«, also dem Bekenntnis zur Neutralität. Mit anderen Worten wird hier außerdem der Kern der ›treulichen‹ Vermittlung präzisiert: nämlich *nicht der Wahrheit schlechthin* entsprechend, sondern *der Wahrheit der einkommenden Berichte gemäß* zu berichten. Der Herausgeber der ›Trierischen Staats- und Gelehrten-Anzeigen‹ erklärte im Jahre 1744 seine Grundsätze für die geplante Zeitung in einem Faltblatt mit dem Titel »Kurtzer Entwurf, auf welchem Fuß man die Trierische Staats- und Gelehrte Zeitungen [...] einzurichten gewillet sey«. Schon an zweiter Stelle heißt es dort, man wolle unparteiisch sein. ⁴⁸ Andere Trierer Zeitungen des 18. und 19. Jahrhunderts bekannten sich ebenfalls zur ›Unpartheylichkeit‹, so der ›Kurier von der Mosel und den belgischen und französischen Grenzen‹ (seit 1792 von einem Postbeamten herausgegeben) und der ›Volksfreund‹ (seit 1878). ⁴⁹

Auch die ›Augsburgische Ordinari-Post-Zeitung‹, die spätere Moysche ›Augsburger Postzeitung‹, versicherte, in allem »unparteiisch« zu bleiben. Besonders intensiv vertrat diese Richtung der Schriftleiter Tobias Brandmüller (seit 1780), allerdings in Fortsetzung der Tradition seines Vorgängers. Dieser hatte ganz ausdrücklich gefordert, die »Pflicht eines unparteiischen Zeitungsschreibers [...] erfordere das ›*audiatur et altera pars*‹ als Richtmaß

⁴⁷ Zitiert nach Löbl, Kultur, (Fn 19), S. 50. (Hervorhebungen P.S.)

⁴⁸ Der erste Punkt erklärte, dass aus »den neuesten Zeitungen und aus anderen Mittheilungen« das »Merckwürdige« [wörtlich zu verstehen als das des Merckens Würdige; P.S.] entnommen und »in reinem Deutsch« gebracht werde. Zitiert nach Emil Zenz: Trierische Zeitungen. Ein Beitrag zur Trierer Zeitungsgeschichte. Trier 1952, S. 9.

⁴⁹ Vgl. Zenz, Trierische Zeitungen, (Fn 48), S. 17 u. 82.

zu nehmen.«⁵⁰ Interessant ist ferner, was man der Festnummer aus dem Jahre 1886 zum 200jährigen Bestehen der »Postzeitung« entnehmen kann: »Es wird [um die Mitte des 18. Jahrhunderts; P.S.] streng objektiv berichtet, ohne Reflexion, ohne Kritik von Seite der Redaktion, welche vom Verleger vertreten wird; nur berichtende Noten findet man hie und da, welche mit einem Sternchen versehen, dem Haupttext unmittelbar angefügt sind.«⁵¹ Demnach wurden hier Beiträge des Redakteurs deutlich von den eigentlichen Nachrichten getrennt. Zwar handelte es sich dabei noch nicht um ›kommentierende‹ Beiträge im eigentlichen Sinn, aber doch um eigene Mitteilungen seitens der Redaktion im Gegensatz zu den Nachrichten, die Mitteilungen Dritter referierten. Der Kern der gängigen journalistischen Handwerksregel der (intramedialen) Trennung von Nachricht und Kommentar ist darin bereits enthalten – auch wenn diese Trennung in der Frühzeit des Zeitungswesens zunächst vor allem intermedial realisiert wurde.⁵² Die ›Frankfurter Kayserl. Oberpostamtszeitung‹ umriss das Gebot der Unparteilichkeit im 13. Stück des Jahres 1781, indem die Rolle des Zeitungers wie folgt beschrieben wurde: »*Ein Zeitungsschreiber muß Cosmopolit seyn, mit keiner Nation weder*

⁵⁰ Zitiert nach Hermann Hart: Skizzen aus der Geschichte der »Postzeitung«. In: *Postzeitung. Wochenschrift für Politik und Kultur*, Nr. 175, 250. Jg. München 4. 8. 1935, S. 6 (1. Teil). (Hervorhebung P.S.)

⁵¹ Joh. G[eor]g Fußenecker: Zur Geschichte der »Augsburger Postzeitung«. In: *Festaussgabe 200 Jahre Augsburger Postzeitung v. 1.1. 1886*, S. 4.

⁵² Schon in der Frühzeit des Zeitungswesens manifestierten sich (referierender, unparteilicher) Bericht und (kommentierend parteiliches) Räsonnement in unterschiedlichen Medien. Die funktionale Trennung von vorwiegend rhetorischen Einzel- und Wochenzeitungen einerseits und Flugschriften mit »publizistischem Ausdruckswillen« andererseits stellt u.a. Werner Lahne dar. Siehe Werner Lahne: *Magdeburgs Zerstörung in der zeitgenössischen Publizistik*. Magdeburg 1931, S. 130. Dazu auch Paul Roth, *Neue Zeitungen*, (Fn 9), S. 1-6.

Freund noch Feind scheinen, *jede Neuigkeit durch seine Quelle prüfen*, und dieselbe ohne Rückhalt *nackt und blos dem Leser mittheilen*.«⁵³ In ihrer Erstnummer reklamierte die ›Stadt Hildesheimische privilegierte Zeitung und Anzeigen für alle Stände‹ vom 28. Juni 1807 für sich, »die wichtigsten Ereignisse unserer Zeit [...] so schnell als möglich zu verbreiten. Wir werden sie, so umständlich als es der Raum erlaubt, wahr und *unpartheiisch* erzählen, um unsere Leser in den Stand zu setzen, sie nach ihrem genauesten Zusammenhange mit ihren etwaigen Ursachen und Folgen zu übersehen.«⁵⁴ Hier wird journalistische Unparteilichkeit erneut mit dem Orientierungsbedürfnis der Leser begründet. In seinem Begrüßungsartikel erklärt der neue Redakteur der ›Bamberger Zeitung / Fränkischer Merkur‹, Dr. Schwarz, im Jahre 1834, dass »historische Unparteilichkeit der leitende Grundsatz« seiner Arbeit sein soll, wobei er »ohne Vorliebe für diese oder jene politische Meinung, lediglich die geschichtlichen Tagesbegebenheiten treu und wahr den Lesern«⁵⁵ präsentieren möchte. Franz Simeth bringt in seiner Untersuchung zur Bamberger Presse dann auch vielfältige Beispiele dafür, dass die Zeitung unterschiedliche Meinungen zu Wort kommen und diese sich aussprechen ließ, außerdem die seltenen Stellungnahmen aus der eigenen Feder des Redakteurs nicht nur gekennzeichnet, sondern obendrein mit einer Entschuldigung versehen wurden.⁵⁶ Mit der unparteilichen Haltung geht also auch hier die konsequente Trennung von

⁵³ Zitiert nach Holger Böning: *Zeitung, Zeitschrift, Intelligenzblatt. Die Entwicklung der periodischen Presse im Zeitalter der Aufklärung*. In: Beyrer / Dallmeier, Post, (Fn 5), S. 96. (Hervorhebung P.S.)

⁵⁴ S. 2 der Erstnummer. (Hervorhebungen nicht übernommen.)

⁵⁵ Zitiert nach Franz Simeth: *Die Bamberger Presse von 1802 bis 1848*. Phil. Diss. München 1941, S. 45.

⁵⁶ Vgl. Simeth, *Bamberger Presse*, (Fn 55), S. 150, 152, 155.

Nachricht und redaktionellem Kommentar einher. Ziel des Nürnberger ›Friedens- und Kriegs-Kuriers‹ (im Jahre 1673 gegründet) war laut Bekanntmachung in der ersten Nummer des Jahres 1826 die »unparteiische Darstellung der wichtigsten Zeitbegebenheiten in gedrängter, soweit bei einem Tagblatt möglich, pragmatischer Übersicht« sowie die Wiedergabe der Handlungen und Ansichten der verschiedenen Parteien.⁵⁷

»... damit jeder sich sein Urteil bilden könne «

Als besonders aufschlussreich für das Praktiker-Verständnis der Unparteilichkeitsmaxime erweist sich das Zeitungsprogramm des berühmten ›Hamburgischen‹ beziehungsweise ›Hollsteinischen unpartheyischen Correspondenten‹. Aus der Literatur ist bekannt, dass seine Redaktion, dem »Grundsatz des ›audiatur et altera pars‹ folgend [...] [,] Äußerungen ohne Ansehen ihrer Herkunft [veröffentlichte; P.S.], Verlautbarungen herrschender Gruppierungen stehen neben oppositionellen Stimmen. [...] Unter bewusster Zurückhaltung der eigenen Meinung stellt der ›Correspondent‹ widersprechende politische Auffassungen nebeneinander, ›damit jeder sich sein eigenes Urteil bilden könne.« Besonders interessant ist, dass die Zeitung auf Kommentierungen verzichtete, obwohl es »unter der milden Hamburger Zensur durchaus Spielraum«⁵⁸ dafür gegeben hätte. Hier zeigt sich beispielhaft, dass nicht nur die Zensur mit ihren Strafandrohungen die Zeitunger zu unpartei-

⁵⁷ Zitiert nach Walter Zimmermann: Entwicklungsgeschichte des Nürnberger »Friedens- und Kriegskuriers« (»Nürnberger Kurier«) von seinen ersten Anfängen bis zum Übergang an den »Fränkischen Kurier« 1663-1865. Phil. Diss. Nürnberg 1930, S. 304. (»Parteien« dürfen hier nicht im heutigen, engeren Sinne als politische Parteien missverstanden werden.)

⁵⁸ Beide Zitate aus: Martin Welke: Staats- und gelehrte Zeitungen des Hollsteinischen/Hamburgischen Unpartheyischen Correspondenten. In: ders. (Hrsg.), Correspondent, (Fn 44), S. III. (Hervorhebung P.S.)

licher Berichterstattung motivierte, auch wenn dies auf den ersten Blick naheliegend erscheinen könnte. Das bayerische Preßmandat vom 6.9.1799 unter Maximilian IV. Joseph etwa verlangte von den Journalisten, »die Tatsachen möglichst einfach, *ohne Hinzufügung eigenen Urteils und unter genauer Quellenangabe*, zu berichten.«⁵⁹ Damit werden eindeutig dieselben Regeln thematisiert, die von den Zeitungen geltend gemacht wurden – und im übrigen noch heute als journalistische Qualitätsmerkmale gelten.

Die allseitige, neutrale Berichterstattung des ›Correspondenten‹ mit der Konsequenz, dass »jeder sich sein eigenes Urteil bilden« konnte, kam aber vor allem – von der Zensur ganz abgesehen – »wie der einzigartige Erfolg des Blattes zeigt, den Leseerwartungen des Publikums entgegen. Der ›Correspondent‹ bevormundete nicht, sondern überließ dem mündigen Leser die Beurteilung. Damit beweist er sich als ein Kind der Aufklärung...«⁶⁰, für die Hamburg eines der wichtigsten Zentren war. Martin Welke

⁵⁹ Heinz Starkulla: Zur Geschichte der Presse in Bayern. In: Verband Bayerischer Zeitungsverleger (Hrsg.): 50 Jahre Verband Bayerischer Zeitungsverleger 1913-1963. München 1963, (S. 7-47), S. 17. (Hervorhebungen P.S.)

⁶⁰ Welke, Zeitungen, (Fn 58) S. III. Vgl. auch ders.: Die Presse und ihre Leser. Zur Geschichte des Zeitungslesens in Deutschland von den Anfängen bis zum frühen 19. Jahrhundert. In: Beyrer / Dallmeier, Post, (Fn 5), S. 144: »Sicher bezeugt ist das Verlangen des Publikums nach einer nüchternen, auf jede Kommentierung verzichtenden, materialreichen, fast enzyklopädischen Berichterstattung, die sich vorrangig auf politische Materialien konzentrieren sollte. Nicht von ungefähr entwickelte sich der legendäre ›Hamburgische unpartheyische Correspondent‹, der diesen Erwartungen gewissenhaft Rechnung trug, zur auflagenstärksten Zeitung Europas. Das Blatt [...] lehnte es strikt ab, dem als mündiges, vernunftbegabtes Individuum begriffenen Leser durch Kommentierung ›vorzudenken‹ und seine Gedanken in bestimmte Richtungen zu drängen. Vielmehr sollte er von der Redaktion mit wertfrei dargebotenen Fakten so vollständig ausgestattet werden, dass er – Aufklärungsphilosophie reinsten Prägung – ›sein Urtheil selber finden könne‹. Diese Auffassung hielt sich bis tief ins 19. Jahrhundert.«

spannende Leserforschung bestätigt, was Wilhelm Bauer im Jahre 1914 so beschrieb: »Zu einer Zeit, da der einzelne noch Muße hatte, selber nachzudenken und sich ein Urteil zu bilden, liebte man die vorgekaute Kost des Leitartikels und Entrefilets nicht. Man sträubte sich, über jede Tagesfrage denken zu müssen, was ein anderer schon vorgekauft hatte.«⁶¹ Es ist schon deshalb nach Martin Welkes Auffassung keinesfalls richtig, dass »die nüchtern referierende Form der Stoffdarbietung und das Fehlen des Raisonnements in den Zeitungen [...] im wesentlichen nur ein Ergebnis der Bedrückung durch die Zensur«⁶² gewesen sei. Im Gegenteil: »Das entscheidende Motiv, das die Herausgeber [des 18. Jahrhunderts; P.S.] zur Edition von Zeitungen veranlasste, [war] die außergewöhnliche Verdienstmöglichkeit, [...] Gewinnspannen von 400-500%« waren durchaus nicht selten.⁶³ So zeigt auch Hans Wagner an einer Reihe von Beispielen, dass die Zensur zwar »hier und dort einem neutralen, distanzierten, eher diplomatisch-vorsichtigen Stil der Zeitungen nachgeholfen haben [mag]; ursächlich jedoch provoziert sie wohl eher Opportunismus als Unparteilichkeit. Vor allem aber verlangt jede Zensur zuallererst das Streichen und Schweigen und damit den Ausfall von Informa-

⁶¹ Wilhelm Bauer: Die öffentliche Meinung und ihre geschichtlichen Grundlagen. Tübingen 1914, S. 276/277 in Anlehnung an Löbl, Kultur, (Fn 19).

⁶² Martin Welke: Zeitung und Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert. In: Blühm, Geschichte, (Fn 12), S. 82.

⁶³ Martin Welke: Die Geschichte der Zeitung in den ersten Anfängen ihres Bestehens. Kritische Bemerkungen zu Margot Lindemanns »Deutsche Presse bis 1815«. In: *Daphnis. Zeitschrift für Mittlere Deutsche Literatur*. Band 3, 1974, (S. 92-106), S. 97. Günter Kieslich betont die Bedeutung dieses ökonomischen Motivs auch für die Institutionalisierung des Informationswesens in der Zeit um die Wende vom 16. zum 17. Jahrhundert. Günter Kieslich: Anmerkungen über die Anfänge des journalistischen Berufs. In: Hansjürgen Koschwitz / Günter Pötter (Hrsg.): Publizistik als Gesellschaftswissenschaft. Internationale Beiträge. Konstanz 1973, (S. 119-130), S. 123/124.

tionen. Insofern wirkt sie dem Ziel geradezu entgegen, das unter dem Arbeitsprinzip der Unparteilichkeit angestrebt werden sollte: der umfassenden Information des Lesers.«⁶⁴ Man darf auch nicht vergessen, dass bereits die Zeitungen des 17. Jahrhunderts, entgegen zum Teil heute immer noch verbreiteter Annahmen, tatsächlich eine »breite Öffentlichkeit« erreichten und sicher auch erreichen wollten.⁶⁵ Das diese Zeitungen neben Universalität und Periodizität prägende Charakteristikum, »die ungedeutete, ungewertete, unkommentierte Nachricht, die zur Nachricht versachlichte Neuigkeit«,⁶⁶ steht mit dieser breiten Publizität und der daraus folgenden Orientierung an vielfältigen Leserinteressen ganz offensichtlich in Verbindung.

In der ersten Nummer »am Mittewochen / den 22. Junii« 1712 entwickelt »Der Hollsteinische unpartheyische Correspondente / Durch Europa und andere Theile der Welt«⁶⁷ im nachfolgend zitierten »Vorbericht an den geehrten Leser!« ein bemerkenswert konkretes und, sieht man von der Sprache einmal ab, als geradezu »modern« zu bezeichnendes redaktionelles Programm, welches auch die Norm journalistischer Unparteilichkeit deutlich erläutert. Es heißt dort: »Es sind verhoffentlich billige Ursachen / die uns bewegen / diese Correspondence zu eröffnen / umb damit die curieusen Gemüther Cimbriens und umliegender Oerter zu un-

⁶⁴ Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 107.

⁶⁵ Vgl. Ukena, Tagesschrifttum, (Fn 12), S. 45.

⁶⁶ Ukena, Tagesschrifttum, (Fn 12), S. 46. Völlig zu Recht betont der Autor, dass dieses Charakteristikum »bei jeder Untersuchung berücksichtigt werden müsste, die den Einfluss der Presse auf die Entwicklung der Gesellschaft im Zeitalter der Vor- und Frühaufklärung bestimmen will.« (Ebd.)

⁶⁷ Herausgegeben wurde dieser vom Buchdrucker Hermann Heinrich Holle in Schiffbek bei Hamburg. Ab 1731 erschien er in Hamburg als »Hamburgischer unpartheyischer Correspondent«. Vgl. dazu auch Rennert, Post-Zeitungen, (Fn 14), S. 56.

terhalten / die man aus folgender Einrichtung unser Correspondence ersehen mag. Den[n] zufoerdest bemühen wir uns nur allein um die glaubhaftesten und bewehrtesten Nova oder Zeitungen / die man gleichsam concentrirt allhie beyeinander finden wird / dadurch man vertrauet / den curieusen Leser aus der verdrießlichen Verwirrung in mehrere Gewißheit zu setzen. Ferner ist eine unpartheyische Relation die uns vergnügt / und damit die Liebhabere zu versichern / daß man nichts von allem zurück halten wird / es sey en faveur dieser oder jener hohen Parthey / wovon wir nur durch unsere Correspondenten Gewißheit haben mögen; und sol dieses verhoffentlich jede privat Persohn / so Interesse am allgemeinen nimmt / belieben / weil zugleich versichert wird / daß niemahlen aus interesirter Pastion [!] die Wahrheit sol verkehret noch verkleinert werden.« Dem folgt der Hinweis, dass auch »curieuses Neues« aus Literatur und Kunst sowie der gelehrten Welt Gegenstand sein sollen. Die »Correspondence« soll zweimal wöchentlich erscheinen »als am Mittewochen und Sonnabend / weil man so dann nicht alleine von allen Orten völlige Nachricht haben kan / sondern auch genugsame Zeit / die eingelauffene Nova wohl zu confrontiren / und so dann das Beste mitzutheilen«. ⁶⁸

Abgesehen von den Hinweisen auf Aktualität (»Nova«, »Neues«), allgemeines Interesse des Inhaltes, Information, Unterhaltung und Bildung finden sich hier eine ganze Anzahl von Aspekten, die im Zusammenhang mit dem Konzept der Unparteilichkeit hochinteressant sind. Zunächst wird auch hier – gewissermaßen als Voraussetzung – die Glaubwürdigkeit der Nachrichten und ihrer Quellen betont. Außerdem sollen die »eingelauffenen«

⁶⁸ (Hervorhebungen nicht übernommen.) Diese Zeitungsnummer wird in der Staats- und Universitätsbibliothek Bremen aufbewahrt, welche mir dankenswerter Weise eine Kopie zur Verfügung stellte.

Nachrichten geprüft und verglichen werden (»genügsame Zeit... [sie einander] zu confrontiren«), bevor man aus diesen dann »das Beste«, »gleichsam concentrirt« mitteilt. Interessant ist, dass auf die notwendige Konzentration der Nachrichten hingewiesen wird – gerade auch im Hinblick auf die dann folgenden Erläuterungen zur Unparteilichkeit. Diese nämlich bedeutet einerseits die Vollständigkeit und Allseitigkeit der Berichterstattung: nichts werde zurückgehalten, unabhängig von den jeweils betroffenen Interessen. Andererseits heißt Unparteilichkeit, dass die Redaktion keinesfalls aufgrund eines passionierten Interesses die Wahrheit (der konzentrierten Nachrichten) entstellen (»verkehret«) oder auch nur gewichten (»verkleinert«) wird. Das Register für den ersten Jahrgang 1712 greift diesen Aspekt nochmal auf: man beabsichtige, »die einlaufende Nova dem curieusen Leser *treulich* mitzutheilen«. ⁶⁹ Hier wird klar, dass Unparteilichkeit als eine Norm (bei der redaktionellen Bearbeitung von Nachrichten (Sammlung, Vergleich, Auswahl und Konzentration werden thematisiert) verstanden werden muss, und nicht bedeutet, dass der Zeitunger »die Wahrheit« berichten müsse (auch wenn dieser Begriff benutzt wird). Schließlich nennt das Programm als Motiv der Unparteilichkeit ausdrücklich die Absicht, jede an den allgemeinen Angelegenheiten interessierte Person »aus der verdrießlichen Verwirrung« in den Stand einer größeren Gewissheit zu versetzen, das heißt *jedermanns Orientierungsbedürfnisse* zu befriedigen.

⁶⁹ (Hervorhebung P.S.) Das Register sollte dem zum Buch gebundenen Jahrgang vorgeheftet werden. Auch dieses liegt der Verfasserin in Kopie von der Staats- und Universitätsbibliothek Bremen vor.

»... ein treuer Spiegel«: Cottas ›Allgemeine Zeitung‹

Unparteilichkeit gehörte auch zu den Prinzipien, die für den Buchhändler und Verleger Johann Friedrich Cotta bei der Gründung eines neuen politischen Tageblattes Ende des 18. Jahrhunderts Programm waren. Im Oktober 1797, in der Ankündigung der Zeitung, die ab dem 1. Januar 1798 unter dem Titel ›Neueste Weltkunde‹ in Tübingen erstmals und nach einem Verbot am 9. September unter dem neuen Titel ›Allgemeine Zeitung‹ in Stuttgart wieder erschien, versprach Cotta »ein politisches TagBlatt, das wie ein treuer Spiegel die wahre und ganze Gestalt unsrer Zeit zurückstrahle; so vollständig, als ob es der ganzen Menschheit angehörte, so untergeordnet den grossen Grundsätzen der Moral und bürgerlichen Ordnung, als ob es ganz auf das Bedürfniß einer Welt voll GährungsStoff berechnet wäre; so edel in Sprache und so *unparteyisch* in Darstellung, als ob es auf die Nachwelt fort dauern sollte...«.⁷⁰

Sodann wird das Programm in fünf Prinzipien konkretisiert: »Vollständigkeit« der Nachrichten, aller »historischwichtige[n] Facta [...], in so weit sie durch Correspondenz oder durch gedruckte Nachrichten zu unsrer Kenntnis gelangen [...]«; »*Unparteylichkeit*, im weitesten Sinne des Wortes, d.h. *gleiche Achtung* für alle Verfassungen und für alle Länder; *treue Darstellung* dessen, was geschieht, *ohne Hass noch Gunst*. Uiberall, wo mehrere in einem Factum verschlungen sind, (z.B. bei Schlachten, beim Abbruche von Unterhandlungen ec.) werden wir *jeden Theil mit seiner eignen Darstellung auftreten lassen*«; »Wahrheit, so weit diese bei

⁷⁰ Zitiert nach Ed.[uard] Heyck: Die Allgemeine Zeitung 1798-1898. Beiträge zur Geschichte der deutschen Presse. München 1898, S. 15. (Hervorhebung P.S.) Vgl. auch Christian Padrutt: Allgemeine Zeitung (1798-1929). In: Fischer, Zeitungen, (Fn 44), (S. 131-144), S. 131; ferner Lindemann, Deutsche Presse, (Fn 8), S. 175.

einem Stoffe, den man schon im ersten Moment seines Werdens aufgreifen muß, nur irgend gedenkbar ist. *Immer soll genau unterschieden werden, was zuverlässiges [...] Factum*; was bloße Muthmasung, oder *Raisonnement [...] ist...* Ein Factum, das in der ersten Zeit allgemein für wahr galt, aber in der Folge falsch befunden wird, soll jedesmal ausdrücklich *widerrufen* werden«; verständliche, deutliche Darstellung und sachliche Sprache.⁷¹ Cotta verstand demnach sein Blatt als Forum, in dem alle gesellschaftlich relevanten Standpunkte vollständig sowie treu und unverfälscht, in adäquater sprachlicher Form wiedergegeben werden sollten. Die Redaktion sollte die Funktion eines neutralen Vermittlers, »ohne Hass noch Gunst«, erfüllen und »jeden Theil mit seiner eignen Darstellung auftreten lassen«. Weiter kündigte Cotta hier die deutliche Unterscheidung von zuverlässigen Fakten und Raisonnement an.

Das Programm spiegelt damit alle typischen Aspekte des Unparteilichkeitskonzeptes wider. Dass es in der Folge mal mehr, mal weniger realisiert wurde, war vor allem von den jeweiligen Chefredakteuren und deren Selbstverständnis abhängig.⁷² Zudem setzten die politischen Verhältnisse dem Konzept Grenzen, insbesondere die Zensur. Dadurch sah sich Cotta veranlasst, seinen Korrespondenten Anonymität zu gewähren und zu ihrem Schutz das Originalmaterial vernichten zu lassen⁷³ – wodurch die Transparenz der Berichterstattung empfindlich eingeschränkt wurde.

⁷¹ Zitate nach Heyck, *Allgemeine Zeitung*, (Fn 70), S. 16/17. (Hervorhebungen P.S.) Vgl. Volkmar Hansen: Heinrich Heines politische Journalistik in der *Augsburger »Allgemeinen Zeitung«*. (Katalog zur Ausstellung der Stadt Augsburg: Heines Artikel in der »Allgemeinen Zeitung«.) Augsburg 1994, S. 15.

⁷² Vgl. dazu etwa Hansen, Heine, (Fn 71), S. 10, 15 f. sowie S. 43 ff.

⁷³ Vgl. Heyck, *Allgemeine Zeitung*, (Fn 70), S. 103 und Michael von Rintelen: *Zwischen Revolution und Restauration. Die Allgemeine Zeitung 1798–1829*. Frankfurt/M. 1994, S. 381.

Jedenfalls gelang es dem Blatt durch seinen »Forumcharakter«, eine regierungsunabhängige ›Linie‹ zu verfolgen, ohne selbst Partei zu ergreifen oder gegen die Zensur zu verstoßen: »Simple Reférate der unterschiedlichen Sehweisen der Parteien [...] reichen aus, um ein Schablonendenken in politischen Fragen zu verhindern...«⁷⁴ und dem Leser eine freie Meinungsbildung zu ermöglichen. So weist auch Ende 1847 der kommissarische Außenminister von Maurer eine Beschwerde Metternichs gegen die ›Allgemeine Zeitung‹ mit der Begründung zurück, sie sei »völlig von der Regierung unabhängig: sie öffnet ferner ihre Spalten dem ›Für‹ und dem ›Wider‹ in jeder Sache und die unparteiische Stellung ist für die bayerische Regierung sowohl als für das Unternehmen selbst [...] mit so entschiedenem Vorthail verbunden, daß eine Änderung derselben gar nicht wünschenswerth erscheint.«⁷⁵

Im selben Jahr verteidigt Georg Cotta, Sohn und Nachfolger des Zeitungsgründers, in einem Brief an den Freiherrn Josef Christian von Zedlitz – der für das österreichische Ministerium des Äußeren sowie für die ›Allgemeine Zeitung‹ als Mitarbeiter tätig war – die unparteiliche Haltung der ›Allgemeinen Zeitung‹ gegenüber dessen Anregung, in täglichen Leitartikeln Stellung zu nehmen. In einem Konzept zu diesem Brief (welchen er dann allerdings später ›entschärft‹ abschickte), beschreibt Cotta auf anschauliche Weise das Unparteilichkeitskonzept, das ihm sichtlich am Herzen lag: »Mein seliger Vater hatte die Ansicht, daß die A. Z. nie leitende Artikel, die von ihrer Redaktion ausgehen, geben dürfe, er be-

⁷⁴ Hansen, Heine, (Fn 71), S. 55, S. 54.

⁷⁵ Zitiert nach Hansen, Heine, (Fn 71) S. 53. Ganz ähnlich lautete auch ein Brief des bayerischen Ministers Oettingen-Wallerstein an den bayerischen Gesandten von Lerchenfeld in Berlin vom 9. Dezember 1847. Dieser Grundcharakter des Blattes sei »selbst in den sturmbelegten Jahren 1831–34 nie und von keiner Seite bestritten worden«. Zitiert nach Heyck, Allgemeine Zeitung, (Fn 67), S. 317.

zeichnete im Gegenteil ihre Linie als eine solche, die jede ausgesprochene Farbe seitens der Redaktion ausschließen müsse, um keiner Partei die Lust zu nehmen, sich in ihrem Namen auszusprechen. [...] ich kenne keinen Menschen unter Gottes Sonne, dessen Ansicht ich als allein wahre mit meinem Gelde honorieren und mit meinem Namen in der Welt verbreiten möchte. Dies will und kann ich nur für alle ruhig und wissenschaftlich ausgesprochenen Ansichten thun, weil die Ansichten aller zusammengekommen mir allein das Providentielle zu repräsentieren scheinen, das unserer Gattung; weil der Verstand aller mehr ist, als der des einzelnen, und *weil jedenfalls nur aus dem Kampfe aller und der verschiedensten Meinungen die Wahrheit hervorgehen kann*. Wenn ich die verschiedensten Meinungen alle sprechen lasse, so lasse ich Gottes Stimme vernehmen; wenn es bloß der leitende Artikel eines Redakteurs ist, ach, dann ist es ja nur irgend eine Ansicht, die möglicherweise im einzelnen Falle sehr irren kann. [...]«. ⁷⁶ An diesem Briefkonzept wird auch deutlich, dass Cotta die Unparteilichkeitsmaxime wohl mehr aus Prinzip und aufklärerischem Idealismus verfolgte als aus Geschäftssinn. Wenn schon sein Vater über diesen in hohem Maße verfügte, so warf die mit großem Aufwand (etwa an Korrespondenten) und erheblichen Kosten erstellte ›Allgemeine Zeitung‹ doch nie große Gewinne ab, ⁷⁷ obwohl sie auf der Höhe ihres Erfolges im Jahre 1848 über 11.000 Abonnenten hatte ⁷⁸ und ihrem Verleger in anderem Sinne Erfolg und Ansehen verschaffte. Die bisweilen sehr drastischen Charakterisierungen der ›Allgemeinen Zeitung‹ durch Zeitgenossen las-

⁷⁶ Zitiert nach Heyck, Allgemeine Zeitung, (Fn 70), S. 272/273 (Hervorhebungen abweichend vom Original; P.S.).

⁷⁷ Heyck, Allgemeine Zeitung, (Fn 70) S. 98, vertritt die Ansicht, Cotta hätte mit einer parteiischen Zeitung ein besseres Geschäft machen können.

⁷⁸ Vgl. Padrutt, Allgemeine Zeitung, (Fn 70), S. 141.

sen darauf schließen, dass es Cotta trotz aller Einschränkungen im Prinzip gelungen ist, seinen Plan eines unparteilichen Forums zu realisieren. So etwa beschimpfte der Verleger Campe die Zeitung Cottas als »allgemeine Metze« und Ludwig Börne, selbst ein Korrespondent des Blattes, bezeichnete sie gelegentlich als eine »alte Kupplerin, die jeder geilen Gesinnung Gelegenheit verschafft, sich gütlich zu tun«.⁷⁹

2. Die zeitgenössische ›Fachdebatte‹:

»... muß ein Zeitunger unparteyisch seyn«

Damit entsprechen die Programme der Praktiker sehr weitgehend den Forderungen, die in zeitgenössischen Abhandlungen über die Zeitung erhoben wurden,⁸⁰ soweit diese nicht den Zeitungen überhaupt ablehnend gegenüberstanden. Als exemplarisch kann Kaspar Stieler's Schrift über »Zeitungs Lust und Nutz« aus dem Jahre 1695 angesehen werden. Für Stieler steht außer Frage, es »muß ein Zeitunger unparteyisch seyn«.⁸¹ Denn: »Ob auch schon eben so wol in der Historie / als denen Zeitungen getadelt wird / ein Urteil über die vorgehende Sache zu fällen; So ist doch solches mehr in diesen als jener verwerflich. Denn man lieset die Zeitungen darüm nicht / daß man daraus gelehrt und in beurteilung der Sachen geschicket werden / sondern daß man allein wissen wolle / was sich hier und dar begiebet. Derowegen die Zeitungsschreiber

⁷⁹ Hansen, Heine, (Fn 71), S. 44.

⁸⁰ Einige dieser Schriften versammelt der Band von Karl Kurth (Hrsg.): Die ältesten Schriften für und wider die Zeitung. Brunn u.a. 1944. Vgl. auch die im folgenden zitierte Literatur. Auch Berns, ›Parteylichkeit‹, (Fn 18), führt hierzu einige Beispiele an.

⁸¹ Kaspar Stieler: Zeitungs Lust und Nutz. Vollst. Neudr. der Originalausgabe von 1695. Hrsg. von Gert Hagelweide. Bremen 1969, S. 49. Grimm, Wörterbuch, (Fn 8), Bd. 24, Sp. 1223, geben übrigens für den Begriff ›Unparteilichkeit‹ Kaspar Stieler's Schrift als ersten Beleg an.

/ mit ihrem unzeitlichen Richten zu erkennen geben / daß sie nicht viel neues zu berichten haben / sondern bloß das Blat zu erfüllen / einen Senf darüber her machen / welcher zu nichts anders dienet / als / daß man die Naseweysheit derselben verlachtet / und gleichsam mit Füßen tritt / weil sie aus ihrer Sfäre sich verirren / wo sie nicht anders / als straucheln und versinken können.«⁸² Kurz gesagt: »Ein Urteil in den Zeitungen zufallen [!] / ist ungebührlich.«⁸³ An anderer Stelle bekräftigt Stieler, dass es überhaupt nicht Aufgabe der Zeitungsschreiber sei, eigene Aussagen zu verbreiten: »Eigene Erfindungen sind in den Zeitungen zu vermeiden.«⁸⁴ Einschränkend stellt Stieler jedoch fest: »Beschreibungen können wol passiren.« Erläuternde Hinweise der Zeitunger sieht er als durchaus nützlich an; es sei nicht zu »tadeln / daß man in den Zeitungen manchesmal einen unbekannten Ort / der da belagert / oder einen kleinen Fluß der überbrücktet wird / der Lage und Gelegenheit nach / mit wenigen beschreibt oder / von einem Könige / Fürsten oder beiden / wer er sey / wie er mit Nahmen heisse / und was sein Anspruch und Vorhaben sey? beyher Meldung tuht / vielmehr [zu] wünschen / daß man in unbekannten Sachen dergleichen Umstände nicht verschweige; So ist doch darinnen eine kluge Mäsigkeit zu gebrauchen und die vergebliche Wäscherey zu vermeiden.«⁸⁵

Stieler versteht unter Unparteilichkeit jedoch mehr als nur den Verzicht auf eigene, urteilende Beiträge der Zeitungsmacher. Besonders deutlich wird das dort, wo er anhand eines Beispiels beschreibt, was Unparteilichkeit *nicht* ist: »Ich besinne mich hiebey eines Fürstlichen Sekretariens Lutherischen Glaubens / der

⁸² Stieler, Zeitungs Lust, (Fn 81), S. 27.

⁸³ Stieler, Zeitungs Lust, (Fn 81), S. 27 (Marginalie).

⁸⁴ Stieler, Zeitungs Lust, (Fn 81) S. 34 (Marginalie).

⁸⁵ Stieler, Zeitungs Lust, (Fn 81), S. 30 sowie ebd. Marginalie.

mit einem Gesanten nacher Regenspurg / nachzuschreiben / geschicket ward / und / als von einem Religions-Punct beratschlaget und votiret wurde / derer Herrn Catolschen Meinung ganz anders / als sie aus fielen / niederschriebe: Wie nun der Gesante des Abends das Protocoll durchginge / es aber weit anders befunde / auch deshalb den Schreiber zur Rede setzete / empfing er die Antwort: Ich weyß wol / das die Katoliken das Gegenteil geredet / sie hätten aber also / wie ich geschrieben / billig zustimmen sollen.« Hier wird deutlich: Die Meinungen und Neigungen des Journalisten sollen nicht nur nicht in eigenen (Meinungs-)Beiträgen dargelegt werden, sondern sie dürfen vor allem die Berichterstattung, die Bearbeitung der Nachrichten nicht beeinflussen. Anschließend warnt Stieler vor den Gefahren parteilicher Berichterstattung: »Wenn demnach ein Post-Meister / der gut Französisch ist / sich unterwinden wolle / die Kayserliche / oder den Alliirten Teil / mit wiedrigen Zeitungen zu beschweren / derer Franzosen Partey hingegen zuhalten / viel von ihren Siegen und Anstalten zu prangen / das würde ihm sehr übel bekommen.«⁸⁶

Direkter drückt Tobias Peucer in der ersten zeitungswissenschaftlichen Dissertation im Jahre 1690 die Erwartungen an einen unparteilichen Zeitungsschreiber aus: »Zum Willen des Berichterstatters rechne ich seine Glaubwürdigkeit und Wahrheitsliebe: daß er nicht etwa aus Voreingenommenheit für eine Partei schuldhaft etwas Falsches beimische oder nicht ganz sichere Dinge über Vorgänge von großer Bedeutung niederschreibe.«⁸⁷ Der Zeitungser sollte also *sowohl bei der Auswahl wie auch bei der Bearbeitung der Nachrichten neutral und unparteilich* vorgehen – »ohne passion«, wie es in den frühen Zeitungs-Programmen hieß.

⁸⁶ Beide Zitate aus Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 49.

⁸⁷ Tobias Peucer: *Über Zeitungsberichte*. Leipzig 1690. Zit. nach Kurth, *Schriften*, (Fn 80), S. 95.

»Die einlaufende Zeitungen sind zu prüfen«⁸⁸

Stieler verdeutlicht sodann, wie sich mit sorgfältiger Quellenprüfung mögliche Parteilichkeiten vermeiden lassen. Der Zeitungsschreiber solle deshalb »nicht alzuleichtglaubig seyn / sondern betrachten / von welchem Ort eine Zeitung herkomme? [...] Was kluge Post-Meister seyn / lassen sich nicht von iedem Winde hin und her bewegen und trauen nicht leichtlich einer jeden Relation / sie komme von Osten oder Westen / sondern warten / entweder der Bestätigung bey der künftigen Post / oder sehen zu / ob auch von andern Orten dergleichen gemeldet werde?«⁸⁹ Und an anderer Stelle betont er, gute Zeitungsschreiber »raffen nicht alles zusammen / was ihnen aus der Luft entgegen geflogen kommt / examinieren und prüfen vorhero die bey ihnen einlaufende Zettul / wo sie herkommen und ob ihnen auch zu trauen sey?« Sie wählten »ehrliche / unbescholtene und glaubhafte Männer« als Quellen »zuverlässige[r] Correspondenz« aus. »Insonderheit trauen sie nicht jedwedem Geschrey / das in der Stadt und Lande / wo sie wohnen / ausgesprenget wird / weil man auch über die Gasse zu lügen pflaget [...]«.⁹⁰ Der Aspekt der Glaubwürdigkeit spielt ebenso wie in den Zeitungsprogrammen auch bei Stieler eine wichtige Rolle. Der Zeitungsmacher könne nicht immer für die Wahrheit der Nachrichten einstehen, denn es könne »allezeit so genau nicht abgehen / daß nicht ein erdichtetes Wesen mit unterlaufe / und dann ist nur darauff zu sehen / ob die Relation wahrscheinlich sey oder nicht?«⁹¹ Die Verantwortung des Zeitungers betrifft demnach nicht die Wahrheit der Nachrichten, zumal es unmöglich sei »bey so vielen Parteylichkeiten und Auffangungen

⁸⁸ Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 31 (Marginalie).

⁸⁹ Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 49.

⁹⁰ Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 31.

⁹¹ Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 32.

des mannigfaltigen Gerüchts die reine Wahrheit zu ergründen.«⁹² Verantwortlich ist der Zeitunger aber für die korrekte Wiedergabe der – möglichst glaubwürdigen – Nachrichten.

»*Relata refero*« und Quellentransparenz

Außerdem empfiehlt Stieler den Zeitungern, die Herkunft der Nachrichten in der Zeitung kenntlich zu machen: »Er schreibet nicht: dieses und jenes habe ich mit meinen Augen gesehen / mit meinen Ohren gehört / und mit meinen Händen betastet / sondern setzt bey jeder Zeitung oben über / den Ort und das Datum / oder den Tag / meldet auch wol dabey: aus Turin / von Brüssel / von Peterwardein etc. wird berichtet: Ein Courier aus der Armee bringet mit: Es wil verlauten / ob solle etc. und damit verwahret er sich zur genüge / *indem er es ausgiebt / wie er es empfangen hat.*«⁹³ Das entspricht genau den Äußerungen in den Zeitungsprogrammen zur »treulichen« Vermittlung. Ähnliche Forderungen formuliert hundert Jahre später auch Joachim von Schwarzkopf: Die Zeitungsschreiber könnten unmöglich »für alles

⁹² Der Versuch wäre so, »als wenn ich in der Abends-DEMMERUNG den Mittag suchen wolle.« Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 58.

⁹³ Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 57 (Hervorhebungen P.S.). Die Glaubwürdigkeit der Quellen und die Forderung eines Hinweises für den Fall, dass diese zweifelhaft ist, spielten bereits bei den sog. Fuggerzeitungen eine nicht unerhebliche Rolle. »Die Berichterstatter der beiden Fugger waren [...] sehr vorsichtig mit ihren Nachrichten. Erschien ihnen die Zeitung ungewiß oder zweifelhaft, so merkten sie das zur Orientierung an. Bestätigte sich eine Nachricht, so versäumte man nie, dies nachdrücklich zu bemerken. Oft ließ man etwas »in blanco«, bis man Genaues erfuhr [...] Um möglichst sicher zu gehen, suchten die Zeitungsschreiber daher »Zeittungen von glaubwürdigen Personen.« (M[athilde] A[uguste] H[edwig] Fitzler: Die Entstehung der sogenannten Fuggerzeitungen in der Wiener Nationalbibliothek. Baden b. Wien 1937, S. 21/22.) Vgl. zur Nennung der Quellen auch Johannes Kleinpaul: Die Fuggerzeitungen 1568-1605. Leipzig 1921, S. 22.

Gewähr leisten«, meint er; eben deshalb aber müssten sie »auf die Auswahl guter handschriftlicher Quellen, zuverlässiger Correspondenten und Bulletinisten ihr Augenmerk« richten.⁹⁴ Geht der Zeitunger derart sorgfältig vor, bevor er einkommende Mitteilungen veröffentlicht, dann trägt er keine Verantwortung, falls sich die Nachrichten im Nachhinein als unwahr erweisen. Der Zeitungsschreiber nämlich »muß anders nicht wissen / als / daß alles sich so / und anders nicht begeben habe / was er denen Zeitungen ein verleibet. Sintemal er den einlaufenden Dingen im Zweifel glauben zustellen muß / bis er eines andern und bessern berichtet wird. Welchenfals er sich nicht zu schämen hat / in folgender Zeitung anzuführen: Es continuer nicht / es wolte vielmehr das Gegenteil verlauten / man habe nunmehr eine gewissere Nachricht etc.«⁹⁵ Diese Forderungen sind keine anderen als jene, welche heute unter dem Begriff der *Sorgfaltspflicht* erhoben werden.

Jörg Jochen Berns spricht im Zusammenhang mit der Quellentransparenz vom »Prinzip des ›relata refero‹«,⁹⁶ welches Parteilichkeit vermeiden helfe und dem Leser ermögliche, Rückschlüsse auf den jeweiligen parteilichen Hintergrund der Nachrichten zu ziehen. Auch Kaspar Stieler betont an anderer Stelle, dass diese Angaben zur Herkunft der Nachrichten für die Beurteilung (der Glaubwürdigkeit) derselben durch die Leser vonnöten sind.⁹⁷

⁹⁴ Vgl. Joachim von Schwarzkopf: Ueber Zeitungen (und ihre Wirkung). Faksimile-Druck der Ausgabe von 1795. Hrsg. von Hans Wagner. München 1993, S. 92, S. 80 sowie auch S. 85/86: Die Kennzeichnung der Quelle erleichtere dem Leser die Übersicht und die Beurteilung ihrer Glaubwürdigkeit.

⁹⁵ Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 34.

⁹⁶ Berns, »Parteilichkeit«, (Fn 18), S. 209. Der Ausdruck bezeichnet genau das Prinzip, die Mitteilungen so weiterzugeben, wie man sie erhalten hat, also die getreue Vermittlung. Dazu gehört die Benennung der Quelle.

⁹⁷ Vgl. Stieler, *Zeitungs Lust*, (Fn 81), S. 124 f.

Christian Weise beschreibt dieses Prinzip im Jahre 1685 ebenfalls aus der Sicht des Lesers: »Es ist auch eine schöne Vorsichtsmaßregel, wenn wir den Ort beachten, woher die Erzählung kommt.« Da manche Korrespondenzen voreingenommen seien, »ziehe ich sogar jene Berichte vor, die aus einem neutralen Orte stammen oder ich vereinige die miteinander verglichenen Erzählungen beider Parteien, so daß die sich daraus ergebende mittlere Linie schließlich Glauben zu verdienen scheint.«⁹⁸ Die Zeitungen des 17. Jahrhunderts haben nach Berns diesen Grundsatz weitgehend befolgt. »Sehr oft ist zu beobachten, dass die Perspektivengebundenheit einer Nachricht nicht nur durch Angabe von Herkunftsort und Ausstellungsdatum gekennzeichnet ist, sondern dass in der Nachricht selbst die Aussagesperspektive des Informanten festgehalten ist, indem er als Subjekt der Aussage auch grammatisch kenntlich bleibt. [...] Der Vorteil solcher subjektfixierten Nachrichten liegt auf der Hand: Der Zeitungsherausgeber muss für deren Gehalt nicht einstehen. Unparteilichkeit stellt er demnach am ehesten dann her, wenn er eine möglichst große, kontrastreiche Pluralität perspektivengebundener – und in dieser Bindung authentischer – Nachrichten in seinem Blatt versammelt. Damit ist ein wesentliches Prinzip des frühen Zeitungswesens angesprochen: *der Informant durfte oder sollte im Interesse der Glaubwürdigkeit als Subjekt in Erscheinung treten, durfte oder sollte seinen Standpunkt vertreten; der Zeitung aber nicht*«. ⁹⁹ Die Urheberschaft der Nachricht sollte demnach möglichst offengelegt werden. Entsprechend forderten auch andere Schriften zur Zeitung den sorgfältigen Umgang mit den Quellen und die getreue Wiedergabe der Mitteilungen. So heißt es etwa in Daniel Hart-

⁹⁸ Christian Weise: Interessanter Abriß Über das Lesen von Zeitungen. Frankfurt u. Leipzig 1685. Zitiert nach Kurth, Schriften, (Fn 80), S. 67.

⁹⁹ Berns, »Parteilichkeit«, (Fn 18), S. 209/210. (Hervorhebung P.S.)

nacks Schrift »Erachten Von Einrichtung Der Alten Teutschen und neuen Europäischen Historien«¹⁰⁰ aus dem Jahre 1688: »*Wie mirs verkaufft ist / so geb ichs wieder.*«¹⁰¹

Auch in August Ludwig von Schlözers Entwurf für eine Zeitungsvorlesung aus dem Jahre 1777 heißt es: »Keine Zeitung hat sich je vermessen, daß sie nichts als die Wahrheit melde; alle führen die Devise: *Relata refero*. Der Zeitungsschreiber also ist gemeinlich außer Schuld, wenn er etwas Falsches debitiert; und es ist unvernünftig, gegen ihn [...] als vorsätzlichen Erfinder einer Unwahrheit zu toben. Aber der Zeitungsleser sollte hübsch auf seiner Hut sein und Zeitungen nicht für mehr halten, als wofür sie der Zeitungsschreiber selbst gehalten wissen will: eine Sammlung nämlich von Nachrichten und Gerüchten, so wie er sie dem nächsten Posttag vorher [...] erhalten hat, für deren Richtigkeit er nichts weniger als gewährleistet, sondern deren Wahrheit oder Wahrscheinlichkeit zu bestimmen, er der Urteilkraft des Lesers lediglich anheim stellt.«¹⁰² Den Regeln der *Quellentreue und Quellen-Angabe* kommt gerade »bei der im 17. Jahrhundert schwierigen Überprüfung von Sachverhalten«¹⁰³ besondere Bedeutung zu, wie auch aufgrund der Tatsache, dass viele der einkommenden Mitteilungen »von Berichterstattern [...] zweifellos tendenziös« geliefert worden sind¹⁰⁴ – Umstände und Rah-

¹⁰⁰ Erschienen in Celle 1688. Vgl. Berns, »Parteilichkeit«, (Fn 18), S. 205.

¹⁰¹ Zitiert nach Jens Gieseler / Elke Kühnle-Xemaire: Der »Nordische Mercurius« – eine besondere Zeitung des 17. Jahrhunderts? In: *Publizistik* 2/1995, (S. 163–185), S. 174.

¹⁰² August Ludwig v. Schlözer: Entwurf eines Zeitungs-Collegii. Göttingen 1777. Zitiert nach Kurt Koszyk: Vorläufer der Massenpresse. Ökonomie und Publizistik zwischen Reformation und Französischer Revolution. München 1972, S. 82.

¹⁰³ Gieseler / Kühnle-Xemaire, *Mercurius*, (Fn 101), S. 175.

¹⁰⁴ Koszyk, Vorläufer, (Fn 102), S. 51.

menbedingungen journalistischer Praxis, die bis heute nichts an Aktualität eingebüßt haben.

Dass Verstöße gegen das Unparteilichkeitspostulat trotz allem an der Tagesordnung waren, beweisen die vehementen Klagen, die ebenfalls in den zeitgenössischen Schriften zu finden sind. So kritisierte schon Christoph Besold im Beitrag über ›Neue Zeitungen‹ in seinem ›Thesaurus Practicus‹ (Praktischer Hausschatz) von 1629 die Neuen Zeitungen: »Es werden Siege ausgesprengt, die Gegenseite wird niedergedrückt, Niederlagen werden erfunden, um das Volk (weil die Welt, wie man sagt, betrogen werden will) kopflos zu machen, damit es für diese oder jene Partei eintrete usw.«¹⁰⁵ Auch Ahasver Fritsch betont im Jahre 1676, dass die Zeitungen »bisweilen politische Geheimzwecke« verfolgen und dass sie gelegentlich gar »geradezu Maßnahmen der Kriegführung« seien.¹⁰⁶ Zusammenfassend fordert Kaspar Stieler, ähnlich wie die Programme der Zeitungsmacher selbst, dass der Zeitunger »mit den Zeitungen redlich umgehen / nichts verfälschen / hinzu- oder davon tuhn / auch nichts annehmen wolle / es komme dann von glaubwürdigen Orten her [...]«.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Zitiert nach Kurth, Schriften, (Fn 80), S. 32.

¹⁰⁶ Ahasver Fritsch: Diskurs über den heutigen Gebrauch und Missbrauch der ›Neuen Nachrichten‹, die man ›Neue Zeitunge‹ nennt. Jena 1676. Zitiert nach Kurth, Schriften, (Fn 80), S. 40. Besold und Fritsch beklagen genau das, was Stieler als positive, staatsschützende Aufgabe der Zeitungen erachtet: »Die Ursache ist / daß es der Stat vielmals erfordert / etwas Ungegründetes unter das Volk zu bringen / wenn es dem gemeinen Wesen zu tráglich ist.« (Stieler, Zeitungs Lust, [Fn 81], S. 35.) Die Unparteilichkeit findet also dort ihre Grenze, wo die Interessen des Staates auf dem Spiel stehen. Allerdings sehen in solchen Fällen nicht nur absolutistische Staaten Zensurmaßnahmen vor.

¹⁰⁷ Stieler, Zeitungs Lust, (Fn 81), S. 51.

3. Fazit:

*Unterschätzte ›Kärner-Arbeit‹*¹⁰⁸

Schon hier zeichnet sich ab: Das Arbeitsprinzip der Unparteilichkeit ist von Beginn an eng verbunden mit dem Typ des *informierenden, referierenden Nachrichtenjournalismus*. Im wesentlichen ist es dort motiviert von dem Ziel, möglichst vielen, in der Regel sehr unterschiedlichen Lesern möglichst umfassende Informationen zu ihrer Orientierung und eigenständigen Meinungsbildung zu liefern. Die deutliche Nähe zu den Ideen der Aufklärung darf allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass dieses Ziel weniger in Idealismus oder Altruismus wurzelte, sondern in ganz handfesten ökonomischen Interessen: »*Unparteilichkeit lohnt sich.*«¹⁰⁹

Die Zeitungsmacher verfügten über eine auffallend einheitliche und klare Vorstellung davon, was Unparteilichkeit konkret heiße, auf welchen Ebenen der praktischen Tätigkeit sie umzusetzen sei. Die Analyse der verschiedenen Programme ergab folgende Bereiche oder Aspekte. Unparteilichkeit konkretisiert sich demnach (1.) in der *sorgfältigen Prüfung der Quellen auf ihre Glaubwürdigkeit* (und in einer entsprechenden Auswahl), um bereits hier Parteilichkeiten vorzubeugen. Damit eng verbunden ist die Forderung der *Kennzeichnung der Mitteilungs-Herkunft* nach dem Prinzip des ›*Relata refero*‹, um die Interessengebundenheit von Informationen durchschaubar und ihre Glaubwürdigkeit auch für die Leser nachvollziehbar zu machen. Sie erfordert

¹⁰⁸ Walter Hömberg hat 1987 darauf hingewiesen, dass es zwar schwierig, aber durchaus möglich und wichtig sei, »neben den Königen die Kärner« bei der Erforschung von Journalismusgeschichte zu würdigen. Vgl. Walter Hömberg: Von Kärnern und Königen. Zur Geschichte journalistischer Berufe. In: Manfred Bobrowsky / Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Wege zur Kommunikationsgeschichte. München 1987, (S. 619-629), S. 627.

¹⁰⁹ Zu diesem Schluss kommt auch Wagner, Auftrag, (Fn 4) S. 108.

(2.) die »treuliche«, also *getreue, unverfälschte Vermittlung* jeder einzelnen (ausgewählten) Mitteilung (ungeachtet ihrer Herkunft und ihres Standortes). Diese Forderung erhält angesichts der notwendigen Konzentration der Mitteilungen besonderes Gewicht und schließt den Anspruch der *prinzipiellen Gleichbehandlung aller Mitteilungen* ein. Unparteilichkeit manifestiert sich

(3.) in der Offenheit der Berichterstattung für alle Seiten, Parteien, Standpunkte und Interessen, dem *Prinzip des ›audiatur et altera pars‹*. Voraussetzung für die genannten Aspekte ist

(4.) die *Neutralität des vermittelnden Journalisten*, der möglichst »ohne passion« vorgeht. Sämtliche redaktionellen Tätigkeiten, von der Auswahl der Mitteilungen bis zu deren Umarbeitung in ein vermittlungsfähiges Konzentrat und dessen Gewichtung, sollen nicht von Parteinahmen und vorausgreifenden Urteilen des Journalisten beeinflusst werden. Daraus folgt

(5.), dass die Zeitungsmacher in die Berichterstattung keine eigenen Urteile und Ansichten einfließen lassen sollen, also die konsequente *Trennung von Berichterstattung und journalistischem Kommentar*, die »unvergeifliche« Berichterstattung, die dem Leser ein selbständiges, unabhängiges Urteil zugesteht und ermöglicht.

Bedenkt man alle diese Aspekte der Unparteilichkeitsmaxime sowie die Hinweise auf ihre (zumindest teilweise) Verwirklichung, dann muss man feststellen, dass Jörg Jochen Berns zu kurz greift, wenn er die Zeitungs-Praxis des 17. Jahrhunderts – den Unparteilichkeits-Beteuerungen der Programme widersprechend – als parteilich darstellt. Begründen möchte er dies vor allem mit der erfolgreichen Praxis der Obrigkeit, (teilweise bewusst falsche) Nachrichten in die Zeitungen zu lancieren. Hierzu präsentiert er mehrere Beispiele.¹¹⁰ Diese aktive Nachrichtenpolitik und ihre

¹¹⁰ Vgl. Berns, »Parteylichkeit«, (Fn 18), S. 215 f.

Erfolge sind unzweifelhaft; was man daran beobachten kann, sind aber allenfalls die Grenzen journalistischer Unparteilichkeit im absolutistisch verfassten Staat. Dass nämlich Zeitungen die Mitteilungen seitens der Obrigkeit ebenso aufnahmen wie die von anderer Seite, widerspricht keineswegs dem Unparteilichkeitsprinzip – im Gegenteil. Ohne Zweifel handelte es sich um einen Verstoß gegen die Sorgfaltspflicht, wenn bewusst Falschmeldungen aufgenommen wurden. Aufgrund der Machtverhältnisse konnten die Zeitungen dies aber kaum ablehnen. Auch ist nicht gesichert, dass die Unwahrheit solcher Meldungen für die Zeitungen immer offensichtlich beziehungsweise überprüfbar war und ob die Forderung nach Quellenprüfung und Angabe der Mitteilungsherkunft bewusst missachtet wurde.

Die historische Bedeutung der nachrichtenjournalistischen Handlungsnorm der Unparteilichkeit darf nicht unterschätzt werden, auch wenn die Beispiele und Protagonisten des ›gegenteiligen‹ Prinzips, des meinungsbildenden und politisch kämpferischen Journalismus, nicht nur bekannter und häufiger untersucht, sondern oft auch höher eingeschätzt worden sind.¹¹¹ Tatsächlich war es die »nüchtern referierende Zeitung«, die im 18. und bis weit ins 19. Jahrhundert hinein »im gesamten deutschen Sprachgebiet dominierte«¹¹² und alle Bevölkerungsschichten erreichte.

¹¹¹ Vgl. Welke, *Öffentlichkeit*, (Fn 62), v.a. S. 71/72. Vgl. auch Elger Blühm: *Fragen zum Thema Zeitung und Gesellschaft im 17. Jahrhundert*. In: ders. (Hrsg.): *Presse und Geschichte. Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung*. München 1977, (S. 54–70), S. 68 f. (Anm. 37).

¹¹² Welke, *Leser*, (Fn 60), S. 145.

4. Heimatzeitungen: *Orientierung an der Unparteilichkeitsnorm*

Alle wesentlichen Befunde zur Unparteilichkeitsmaxime sowie zu den Handwerksregeln, mit denen sie verwirklicht wurde, lassen sich lückenlos reproduzieren, wenn man die lokalen Zeitungen des 18. und 19. Jahrhunderts daraufhin untersucht. Anhand von Erklärungen, Programmen und ähnlichen ›Verlautbarungen‹ der Zeitungsmacher kann gezeigt werden, dass diesen lokalen Blättern, die in großer Zahl auch als Heimatzeitungen firmieren, ein redaktionelles Konzept zugrunde lag, das sich an der Norm der Unparteilichkeit orientierte.¹¹³ Zudem zeigt die Inhaltsanalyse einiger Fallbeispiele, dass diese Norm auch weitgehend in der Praxis umgesetzt wurde.

Für die Auffassung von unparteilicher Berichterstattung zentral war auch in diesen Erscheinungsformen des Zeitungswesens typischerweise das Prinzip des ›audiatur et altera pars‹, die allseitige Vermittlung. Redakteure und Verleger verstanden ihre Zeitungen als Foren lokaler Kommunikation, die nicht nur allen Themen öffentlichen Interesses, sondern insbesondere allen Seiten, Interessen und Standpunkten gleichermaßen offen stehen sollten. Diese Funktion wurde durch regelmäßige Aufforderungen zur Mitarbeit der Leser zusätzlich unterstrichen und transparent gemacht. Sie gründete einerseits in der Überzeugung, dass vernünftige Lösungen für die öffentlichen Angelegenheiten nur gefunden werden können, wenn diese nach allen Seiten offen besprochen werden und jedem Bürger ein eigenes, unvoreinge-

¹¹³ Eine ausführliche Darstellung der Befunde sowie die exemplarische Analyse einzelner herausragender Titel findet sich in: Schönhagen, Unparteilichkeit, (Fn 1), insbesondere in Teil III und IV unter folgenden Titeln: »Unparteilichkeit: Vermittlungsprinzip der Heimatzeitungen im 18. und 19. Jahrhundert« (S. 78-143) sowie »Fallbeispiele« (S. 144-233).

nommenes Urteil ermöglicht werde, andererseits im wirtschaftlichen Interesse der Verleger und Herausgeber, im eng begrenzten lokalen Verbreitungsgebiet ein möglichst breites Publikum zu erreichen.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil des Unparteilichkeitskonzeptes war ein spezifisches Selbstverständnis, wonach der Redakteur, ähnlich wie in einer Versammlung, als Moderator des lokalen Diskurses fungieren sollte. Seine Funktion wurde in erster Linie in der mediengerechten und unparteilichen Vermittlung der unterschiedlichen Gesprächsbeiträge gesehen, im Dienste der heterogenen Kommunikations- und Informationsbedürfnisse der örtlichen Bevölkerung.

Daraus folgt ein weiterer charakteristischer Aspekt dieses redaktionellen Konzeptes: Eigene Beiträge der Redakteure sollten gegenüber diesen Vermittlungsdiensten weitgehend oder vollständig zurücktreten. Obwohl in den Programmen seltener thematisiert, wurde diese – für die Zeitungsmacher wie auch für die Leser offenbar ganz selbstverständliche – Forderung in der alltäglichen Arbeit ebenso regelmäßig umgesetzt wie eine offene, unterschiedliche und gegensätzliche Seiten einbeziehende Vermittlung. Wenn überhaupt kommentierende Beiträge der Redaktion erschienen, so waren diese in der Regel deutlich als solche gekennzeichnet und von den Berichten abgesetzt. Gewannen solche Stellungnahmen bei manchen Blättern größeres Gewicht, so reagierte das Publikum meist mit Unmut – und dem Herausgeber entstanden wirtschaftliche Schäden.

Ebenso wie eigene Beiträge der Redaktion kenntlich gemacht wurden, bemühten sich die Heimatzeitungen typischerweise auch darum, die Herkunft der Berichte offenzulegen. Diese Absicht wurde ebenfalls in Programmen und Erklärungen zum Ausdruck gebracht. Die Umsetzung allerdings wurde erheblich dadurch eingeschränkt, dass auch noch im 19. Jahrhundert das Anony-

mitäts-Prinzip für die gesamte journalistische Tätigkeit Geltung hatte. Die Zeitungsmacher beanspruchten Anonymität nicht nur für sich selbst, sondern gestanden sie konsequenterweise ebenso den ›Beiträgern‹ von Mitteilungen und Berichten zu. Eine Rolle spielte hier zudem der Quellenschutz. Daher beschränkte sich die Kennzeichnung ›fremder‹ Beiträge häufig auf allgemeine Hinweise zu den Quellen, Berufs- und Funktionsangaben oder Initialen. In Anbetracht der Überschaubarkeit der örtlichen Verhältnisse dürften diese den Lesern in der Regel zumindest eine grobe Orientierung und Einschätzung der Herkunft ermöglicht haben.

Von großer Bedeutung innerhalb des Unparteilichkeits-Prinzips war zudem die Forderung nach ›getreuer‹ und ›unverfälschter‹ Vermittlung der einzelnen Berichte. Besonders im Zusammenhang mit Aufrufen zur Mitarbeit der Leser wurde dieser Aspekt durch die Formulierung und Veröffentlichung von Vermittlungsregeln konkretisiert. Diese sollten die Wahrhaftigkeit eingesandter Mitteilungen sicherstellen, indem sich die Einsender gegenüber der Redaktion nennen mussten. Außerdem regelten sie die Länge und, damit verbunden, den Grad der redaktionellen Bearbeitung sowie die thematische Breite der Beiträge; vor allem dienten sie dem Ausschluss beleidigender Inhalte, persönlicher Angriffe und Beschimpfungen. Damit trugen diese Regeln einerseits dazu bei, trotz der offenen und häufig stark kontroversen Diskussionen eine sachliche Kommunikations-Basis in der Zeitung aufrecht zu erhalten, andererseits gewährleisteten sie den chancengleichen Zugang zum gedruckten Kommunikationsforum für alle unter gleichen Bedingungen. Die Chancengleichheit wurde dadurch noch vergrößert, dass die Vermittlungsstandards nicht nur regelmäßig veröffentlicht, sondern auch an einzelnen Fällen erläutert und gerechtfertigt wurden. Somit vollzogen die Redaktionen ihre vermittelnde Tätigkeit nicht nur im Interesse, sondern regelrecht vor den Augen der breiten örtlichen Öffentlichkeit.

Die Untersuchung der Heimatzeitungen erbrachte auch interessante Hinweise auf Gründe und Motive eines am Prinzip der Unparteilichkeit orientierten Journalismus. Der Verzicht auf redaktionelle Kommentierungen oder ›Räsonnements‹ wurde, ebenso wie die Kennzeichnung der Quellen, in der Regel von der Zensur gefordert. Doch lässt sich damit allein nicht sinnvoll begründen, dass sich die Zeitungsmacher zu einer Wahrnehmung aller Kommunikationsinteressen entschlossen, soweit diese bestimmte Grenzen nicht überschritten, und dafür auch Konflikte mit den Behörden in Kauf nahmen, anstatt den ›Weg des geringsten Widerstandes‹ zu wählen und sich einseitig in den Dienst der Obrigkeit zu stellen.

Nach den Ergebnissen der vorangegangenen Analysen war es vor allem die wirtschaftliche Situation der lokalen Zeitungsverleger und Herausgeber, welche zur Favorisierung des Unparteilichkeitsprinzips führte. Angesichts der begrenzten Verbreitungsgebiete ihrer Blätter waren sie darauf angewiesen, eine heterogene Bevölkerung möglichst vollständig zu erreichen. Sie begriffen, dass ihnen dies am ehesten möglich war, wenn sie die Kommunikations-, Informations- und Orientierungsbedürfnisse aller Bürger unmittelbar in die Zeitung einbezogen, indem sie diese als ein offenes, für alle zugängliches, unparteiliches Forum des Ortsgespräches gestalteten. Die Zensur mag dieses Konzept eines pragmatischen Journalismus in mancher Hinsicht gefördert haben, vor allem aber setzte sie ihm Grenzen.

Interessant ist auch, dass die Monopol- oder Konkurrenzstellung eines Blattes keinen bestimmenden Einfluss auf die parteiliche oder unparteiliche Haltung der Zeitungsmacher hatte. Unparteiliche Berichterstattung (und in vielen Fällen zugleich wirtschaftlicher Erfolg) fand besonders deutlich dort ein Ende, wo politisch oder religiös ambitionierte Persönlichkeiten das Zeitungsunternehmen oder die Redaktion übernahmen, um für ihre

weltanschaulichen Überzeugungen publizistisch aktiv zu werden und in diesem Sinne auf das Publikum einzuwirken.

Nach allen bisherigen Erkenntnissen manifestiert sich im Prinzip der Unparteilichkeit, das mit annähernd denselben Charakteristika sowohl die Wochenzeitungen des 17. Jahrhunderts wie auch einen Großteil der lokalen Zeitungen des 18. und 19. Jahrhunderts prägt, ganz offensichtlich ein spezifisch journalistisches Rollenverständnis. Dessen besondere und typische Ausprägung resultiert aus dem Problem, *gesamtgesellschaftliche* Kommunikation und Orientierung unter den Bedingungen der massenmedialen Vermittlung zu verwirklichen. Damit steht diese Rollenselbstdeutung in einem deutlichen Gegensatz zu Funktionsträgern wie Politikern oder politischen Publizisten und Schriftstellern, deren Ziel die Vertretung *einzelner* Interessen in der gesellschaftlichen Kommunikation ist.

5. Zeitungswissenschaftliche Diskussion der Unparteilichkeitsmaxime

›Audiatur et altera pars‹

Wie bereits deutlich wurde, versteht die zeitungswissenschaftliche Theorie Medien als Foren der sozialen Kommunikation. Dabei sind jedoch gesamtsoziale, universelle Medien von partikularen, speziellen Medien zu unterscheiden. Letztere stellen Öffentlichkeit¹¹⁴ nur für bestimmte Teilbereiche der Gesellschaft her. In beiden Fällen aber können die einleitend schon skizzierten gegensätzlichen Vermittlungsstrategien des ›Journalisten‹ und des

¹¹⁴ »Die zeitungswissenschaftliche Definition der Öffentlichkeit lautet: ›Öffentlichkeit ist die soziale Offenkundigkeit des Wissens und Urteilens als Ergebnis eines voll realisierten Austausches der je beteiligten Kommunikationspartner.« (Heinz Starkulla)« (Zitiert nach Hans Wagner: Kommunikation und Gesellschaft. 2 Bde. München 1978: 1, S. 72).

›Publizisten‹ Anwendung finden, weshalb diese einer Relativierung bedürfen.

»*Journalistische Vermittlung* heißt dann: Medien und die in ihnen tätigen Vermittler leisten immer dann journalistische Vermittlung, wenn sie den erkennbaren Versuch unternehmen, möglichst alle Kommunikationsrepräsentanten (und damit die entsprechenden Wissens- und Meinungspositionen) *eben des gesellschaftlichen Bezugssystems* zu Wort kommen zu lassen, *dem das jeweilige Medium als Versammlungsstätte dient*. *Publizistische Vermittlung* heißt dann: Medien und Vermittler handeln immer dann publizistisch, wenn sie die zu vermittelnden Kommunikationsrepräsentanten *eben jenes gesellschaftlichen Bezugssystems, dem ein Medium als Versammlungsstätte dient*, nur einseitig oder partiell zu Wort kommen lassen.«¹¹⁵ Das für die traditionelle Unparteilichkeitsmaxime seit den ersten Wochenzeitungen zentrale Prinzip des ›audiatur et altera pars‹, der allseitigen Vermittlung, zielte also genau auf die Funktion des Journalisten oder Zeitungers, die zeitungswissenschaftlich als *journalistische Vermittlung* bezeichnet wird. Ziel des Prinzips sollte es sein, alle (und bei den lokalen Zeitungen des 18. und 19. Jahrhunderts bedeutete dies konkret: in der lokalen Gesellschaft) vorhandenen Standpunkte und Positionen in die Berichterstattung einzubeziehen; damals allerdings mit der Einschränkung: soweit die Zensur dies zuließ. Die Zensurbeschränkungen führten aber, und das ist entscheidend, in der Regel *nicht* zu einer *einseitigen, partiellen Vermittlung hinsichtlich einzelner Kommunikationsgegenstände*, sondern zu einer vollständigen Ausblendung einzelner Gegenstände aus der Berichterstattung sowie (zeitweise) eigener Kommentare der Zeitungsmacher. Hinsichtlich der Themen und Bereiche aber, die

¹¹⁵ Wagner, Kommunikation, (Fn 114), 1. S. 119/120. (Hervorhebungen im Original.)

die Zensur passieren konnten, war bei den untersuchten Zeitungen im allgemeinen ein deutliches Bemühen festzustellen, die gesellschaftliche Kommunikation *nach allen Seiten offen zu vermitteln*. Trotz (und in den Grenzen) der Zensur handelten diese frühen Zeitungsmacher und Lokaljournalisten also bereits spezifisch journalistisch. Insofern kann und muß man hier, bereits auf der Basis dieser einen Dimension des Unparteilichkeitsprinzips, von einem genuin ›journalistischen‹ Funktions- oder Rollenverständnis sprechen.

Aus der theoretischen Betrachtung dieses Vermittlungsprinzips ergibt sich aber auch eines der zentralen Probleme der Massenkommunikation: auch solche Meinungs- oder Interessengruppen einzubeziehen, die über keine Repräsentanten verfügen, also informell und nicht organisiert sind. Deren Wissensbestände und/oder Meinungen werden »zunächst nur durch Einzelstimmen markiert« und sind möglicherweise noch gar nicht öffentlich artikuliert. Diese »latenten Partnerschaften« einzubeziehen ist deshalb schwierig. Aber es ist unverzichtbar, »wenn die zeit- und gegenstandsbedingten Kommunikationsräume vollständig erschlossen werden sollen.«¹¹⁶ Allseitige Vermittlung erfordert daher selbstverständlich auch aktive journalistische Recherche, um solche Partnerschaften ausfindig zu machen und zur Mitteilung zu bewegen. Dies ist umso wichtiger, da jene Interessen- und Partnergruppen, die gut organisiert sind »und über funktionierende Repräsentanzstrukturen verfügen, ohnehin schon nicht zu unterschätzende Vorteile in der ›Massenkommunikation‹ haben«¹¹⁷, zumal sie in der Regel aktive Mitteilungspolitik betreiben.

¹¹⁶ Beide Zitate: Wagner, Kommunikation, (Fn 114), I. S. 85.

¹¹⁷ Hans Wagner: Rationalisierungsprozesse der Sozialen Kommunikation. Materialien zu einem besseren Verständnis der Massenkommunikation. In: *Politische Bildung*. Heft 1/1980, (S. 3-32), S. 26.

Journalistischer Vermittlung entspräche es allerdings nicht, wenn aus dieser Aufgabe ein einseitiges Engagement für benachteiligte Gruppen entstünde – etwa im üblichen Sinne eines ›anwaltschaftlichen Journalismus‹ – und deren Interessen (die schlechteren Chancen sozusagen ›ausgleichend‹) einseitig in den Vordergrund gestellt würden, was aus zeitungswissenschaftlicher Sicht einem publizistischem Engagement gleichkäme. Der Ausgleich der Artikulations-Chancen kommt bei der journalistischen Vermittlung nicht durch ein einseitiges Engagement für die Interessen latenter Partner in der Berichterstattung zustande, sondern durch das besondere Engagement (im Vorfeld), das notwendig ist, um diese überhaupt in die Vermittlung einzubeziehen. Interessanterweise war es nach Ansicht von Thomas Schröder eben die mangelnde »Recherche-Praxis der Berichterstatter«, die in den beiden frühesten deutschen Wochenzeitungen zu Unausgewogenheiten in der Berücksichtigung verschiedener Standpunkte führte, wenn diese eine unterschiedliche Mitteilungspolitik betrieben.¹¹⁸

Unparteiliche Berichterstattung erfordert somit vom Journalisten, sich nicht nur auf ohnehin ›einkommende‹ Mitteilungen zu verlassen, sondern auch aktiv Mitteilungen zu recherchieren mit dem Ziel, alle Wissens- und Meinungspositionen gleichermaßen in die Vermittlung einzubeziehen. In den untersuchten Heimatzeitungen ist ein solches aktives Bemühen zumindest darin zu erkennen, dass die Redaktionen in ständig wiederkehrenden Aufrufen ihr Publikum zur Einsendung von Mitteilungen aufforderten und bisweilen auch gezielt um Gegenmeinungen ersuchten, wie es beispielsweise der ›Chemnitzer Bote‹ im Jahre 1848¹¹⁹ unternahm,

¹¹⁸ Schröder, Zeitungen, (Fn 16), S. 334.

¹¹⁹ Siehe Jubiläumsausgabe ›75 Jahre Chemnitzer Tageblatt‹ v. 1. 7. 1923, S. 25. Hier wie in anderen Programmen wird erkennbar, dass die Redaktionen sich um regelmäßige Mitarbeiter mit »verschiedensten Ansichten« bemühten.

oder wie es der ›Westfälische Anzeiger‹ etliche Jahrzehnte früher durch einen Lesermitarbeiter mit folgenden Worten an die Adresse anderer Leser verlauten ließ: »Es gibt Fälle, wo es gut ist, daß mehrere über einerley Sache ihre Meinung abgeben. Jeder hat seine eigene Ansicht und Darstellungsart. Die Wahrheit gewinnt allemal dadurch.«¹²⁰ Übrigens wird hier deutlich, dass ausgewogene Berichterstattung keineswegs mit unkritischem, passivem ›Verlautbarungsjournalismus‹ gleichzusetzen ist. Im Gegenteil schließt eine verantwortungsvolle Wahrnehmung der Vermittlungsfunktion unbedingt ein, kritische Stimmen in der Gesellschaft ausfindig und öffentlich vernehmbar zu machen.

Detlef Schröter bezieht den Aspekt der allseitigen Vermittlung nicht in sein Kriterienbündel der ›Mitteilungs-Adäquanz‹ ein. Er würdigt stattdessen die »*Ausgewogenheit*« (womit dasselbe gemeint ist) als »Spezialfall der Objektivität unter den Voraussetzungen der *Kommunikations-Vermittlung*«¹²¹, bezogen also auf die *Vielzahl der Kommunikations-Vorgaben* aus der Gesellschaft, während sich die Kriterien der ›Mitteilungs-Adäquanz‹ auf die Vermittlung der je *einzelnen Mitteilungen* beziehen. Im Hinblick auf diese unterschiedlichen Ebenen des Problems erscheint die Ausgliederung dieses Aspektes nachvollziehbar. Dennoch ist es wohl konsequenter, die Allseitigkeit der Vermittlung nicht als ›Spezialfall‹, sondern im Gegenteil als ›Regelfall‹ unparteilicher Berichterstattung zu betrachten: Denn »die Vielstimmigkeit, der Austausch, das Mit-teilen [!] konstituieren letztlich die soziale

¹²⁰ *Westfälischer Anzeiger*, Nr. 42 v. 26. 5. 1801.

¹²¹ Detlef Schröter: Mitteilungs-Adäquanz. Studien zum Fundament eines realitätsgerechten journalistischen Handelns. In: Hans Wagner (Hrsg.): *Idee und Wirklichkeit des Journalismus*. Festschrift für Heinz Starkulla. München 1988 (S. 175-216), S. 182, i. d. Bd. S. 151; der Hauptteil dieses Beitrags ist wieder abgedruckt in diesem Band; alle Seitenangaben zu den folgenden Zitaten aus diesem Beitrag weisen auf die Fundstellen im vorliegenden Band.

Kommunikation.«¹²² Auch läuft man mit einer Ausgliederung Gefahr, dass dieser, auch aus theoretischer Perspektive zentrale Aspekt der Unparteilichkeitsmaxime als nebensächlich rezipiert wird. In einer späteren Veröffentlichung hat Schröter diesen Aspekt der allseitigen Vermittlung dann als weitere Dimension eingefügt, allerdings nicht mehr unter dem Begriff der Mitteilungs-Adäquanz, sondern als Aspekt »der Qualität journalistischen Handelns«, welcher definiert wird als: »Tendenziell umfassende Berücksichtigung aller relevanten Themen- und Meinungsdimensionen der je aktuellen Gegenwelt eines vom Medium zu bedienenden Kommunikationsraumes.«¹²³

Trennung von Nachricht und Kommentar

Für eine zureichende Erklärung der Spezifika der Massenkommunikation müssen die dabei ablaufenden Prozesse der Mitteilung und der Vermittlung deutlich voneinander unterschieden werden. Zudem lässt sich nachweisen, dass beide Funktionen als Folge einer historischen Entwicklung und der Rationalisierung Sozialer Kommunikation in der Massenkommunikation unterschiedlichen Rollenträgern zufallen. Diese spezifische Rollenstruktur erweist sich als notwendige Voraussetzung für eine gesamtgesellschaftliche, alle kommunikativen Interessen chancengleich berücksichtigende journalistische Vermittlungsleistung. Zur Zeit der ersten Wochenzeitungen waren diese Funktionen der Kommunikationsvermittlung einerseits und der Meinungsververtretung (durch Zeitungsherausgeber) andererseits intermedial voneinander getrennt; beide Funktionen wurden von und in unterschiedlichen

¹²² Bernd Maria Aswerus: Vom Zeitgespräch der Gesellschaft. Hrsg. von Hans Wagner. München 1993, S. 94.

¹²³ Detlef Schröter: Qualität und Journalismus. Theoretische und Praktische Grundlagen journalistischen Handelns. München 1995, S. 65.

Medien wahrgenommen. Im amerikanischen Journalismus ist es üblich, diese Funktionen je unterschiedlichen Personen und Redaktionsbereichen dauerhaft zuzuweisen. Übt jedoch ein und dieselbe Person beide Rollen nebeneinander aus, wie es im deutschen Journalismus die Regel ist, so kann auch der primär als Vermittler und so als ›Gesprächsanwalt‹ (Bernd M. Aswerus) tätige Journalist, gewissermaßen als Zugabe oder Ergänzung, eigene Beiträge zum gesamtgesellschaftlichen Gespräch vermitteln.¹²⁴ Problematisch wird diese doppelte Funktion erst dann, wenn journalistische Kommentierungen mit der Berichterstattung vermischt werden, die allseitig-chancengleiche Vermittlung also eingeschränkt oder gar überlagert wird. Aus diesem Zusammenhang heraus ist die Forderung nach konsequenter Trennung von Nachricht und Kommentar zu erklären. Die explizite Formulierung einer solchen Regel ist schon deshalb notwendig, weil nur der Journalist »einen unmittelbaren Zugang zum Medium hat, während alle übrigen Ausgangspartner ihren Zugang nur und ausschließlich über ihn gewinnen können.«¹²⁵ Tritt möglicherweise noch ein Selbstverständnis hinzu, wonach der Journalist seine Funktion in erster Linie als privilegierter Gesprächs-Partner versteht, ist die Versuchung groß, diesen bevorzugten Medienzugang zu publizistischer Interessenvertretung zu nutzen. Solchen Rollenkonflikten kann dann nur mit Berufsregeln begegnet werden. Die Trennregel soll in diesem Sinne sicherstellen, dass den Rezipienten erstens die einzelnen Mitteilungen gesellschaftlicher Ausgangspartner(schaften) unabhängig von journalistischen Wertungen und Urteilen zugänglich gemacht werden, und zweitens, dass die Vielfalt gesellschaftlicher Standpunkte unabhängig von

¹²⁴ Vgl. auch Heinz Starkulla: Marktplätze sozialer Kommunikation. Bausteine einer Medientheorie. München 1993, S. 16.

¹²⁵ Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 194. i. d. Bd. S. 172.

journalistischen Einschätzungen (und trotz notwendiger Konzentration) umfassend dargestellt wird. Nicht nur im traditionellen Praktiker-Verständnis unparteilicher Berichterstattung spielte dieses Trennungsprinzip eine wichtige Rolle, sondern auch ein Großteil der aktuellen Praxisliteratur kommt, wie Detlef Schröter nachweist, zumindest »in die Nähe der Überzeugung, dass die wertenden, selbstvermittelnden Anteile des Journalisten mehr oder weniger eine ›Zugabe‹ zu einer ansonsten umfangreichen und vielseitigen Vermittlung gesellschaftlichen Redens und Meinens sein müßten.«¹²⁶ Andererseits weist Schröter gerade in diesem Punkt, allerdings in einer auf Wirtschaftsberichterstattung begrenzten Untersuchung, erhebliche Defizite in der aktuellen Praxis nach.¹²⁷ In den hier untersuchten Heimatzeitungen dagegen konnte eine breite Umsetzung dieser Regel festgestellt werden; interessanterweise sogar dann noch, wenn zugleich gegen das Prinzip allseitiger Vermittlung verstoßen wurde.

Da eine nachvollziehbare Trennung von Kommentar und Berichterstattung nur durch eine entsprechende Kennzeichnung erreicht werden kann, ist die Trennungsregel eng mit der Forderung nach Transparenz der (Primär-)Quellen verknüpft. Darauf weist auch Detlef Schröter hin.¹²⁸ Während sich erstere aus dem konkreten Problem ableitet, dass von denselben Personen gleichzeitig publizistische und journalistische Funktionen ausge-

¹²⁶ Schröter, *Mitteilungs-Adäquanz*, (Fn 121), S. 195, i. d. Bd. S. 173.

¹²⁷ Dazu ausführlich Schröter, *Qualität*, (Fn 123). Vgl. außerdem Wagner, *Auftrag*, (Fn 4), S. 137 (Anm. 1) mit Angaben zu weiteren Untersuchungen mit vergleichbaren Ergebnissen auch für andere Ressorts. Anzumerken ist, dass sich ohne eine klare Unterscheidung von Ausgangspartnern (bzw. Ausageträgern oder Primärquellen) und deren wertenden Äußerungen einerseits und Journalisten (sowie deren werthaltigen Kommentierungen) andererseits dieses Problem kaum zureichend untersuchen lässt.

¹²⁸ Vgl. Schröter, *Mitteilungs-Adäquanz*, (Fn 121), S. 194, i. d. Bd. S. 172.

übt werden, gründet letztere auf der Notwendigkeit, die Verantwortlichkeiten des vermittelnden Journalisten gegenüber fremden Mitteilungen zu regeln. Beide Forderungen dienen letztlich, wie die Unparteilichkeitsmaxime als Ganzes, der optimalen Orientierung der Rezipienten innerhalb der sozialen Kommunikation beziehungsweise der je zu vermittelnden Kommunikationsräume.

Quellentransparenz und Glaubwürdigkeit

Vermittelt der Journalist primär Wissen und Meinungen Dritter, so kann sich seine Verantwortung in der Regel nicht auf deren Inhalt erstrecken, zumindest dann nicht, wenn es sich um Meinungsäußerungen oder um Wissens-Mitteilungen handelt, die sich seinem eigenen Wissen entziehen. »Die zentrale Maxime eines ›journalistischen Ethos‹ könnte lauten: Dem ›Journalisten‹ ›wird etwas anvertraut, und er liefert etwas aus. Zu verantworten hat er nicht, ob das Übermittelte wahr ist, wohl aber, dass er es getreu weitergibt.«¹²⁹ Daraus resultiert direkt die Forderung nach getreuer Vermittlung; zunächst aber muss natürlich deutlich gemacht werden, *dass es sich um Mitteilungen Dritter* handelt. Bei diesen selbst liegt dann die Verantwortung für den Inhalt ihrer Mitteilungen, solange dieser korrekt vermittelt wird.

Schon Kaspar Stieler wies deshalb darauf hin, dass die Verantwortung des Zeitungers nur darin liegen könne, die Glaubwürdigkeit der Quellen zu prüfen und möglichst sicherzustellen sowie die Herkunft der Nachrichten zu kennzeichnen. Auch die Redaktionen der untersuchten Heimatzeitungen legten deutlich Wert darauf, die Glaubwürdigkeit der Primärquellen zu prüfen – die

¹²⁹ Hans Wagner: Medientabus und Kommunikationsverbote. Die manipulierbare Wirklichkeit. München 1991, S. 61; dort im Anschluss an Bernhard Waldenfels: Das Zwischenreich des Dialogs. Sozialphilosophische Untersuchungen im Anschluß an Edmund Husserl. Den Haag 1971, S. 211.

vorwiegend dadurch sichergestellt wurde, dass sich diese der Redaktion namentlich offenbaren mussten, was in den lokalen Verhältnissen wohl in der Regel auf mehr oder weniger persönliches Bekanntsein hinauslief – und deren Herkunft im Blatt kenntlich zu machen, wenngleich dies durch die Gewährung von Anonymität eingeschränkt wurde. An die Stelle namentlicher Kennzeichnung traten in diesen Fällen häufig Orts-, Funktions- und Berufsangaben. Mit Hilfe solcher Angaben wird dem Rezipienten eine zumindest grobe – und bedenkt man die Enge der örtlichen Verhältnisse im Falle der Heimatzeitungen, vermutlich meist sogar präzise – Zuordnung der Mitteilungen zu bestimmten Interessensphären oder gar zu einzelnen Gruppen und Personen ermöglicht.

Diese, für die Orientierung der Leser oder Rezipienten unerlässlichen Quellenangaben entsprechen in der Sache den »Nebenumständen« der Mitteilung. Die Notwendigkeit ihrer Vermittlung gründet in der für den »Bürger, der gut informiert sein will«, typischen Strategie der Informationsverarbeitung. Dieser nämlich kann die in den Medien angebotenen Sachinformationen, anders als der Experte (allerdings auf einem eng begrenzten Fachgebiet), in der Regel nicht anhand von Sachkriterien beurteilen, sondern orientiert sich an Quellenkriterien, also an Informationen über die Quellen der Information.¹³⁰ Im einzelnen umfasst dieses »Beglaubigungswissen [...] (1.) *alle verfügbaren Informationen über den Kommunikationspartner oder Aussageträger aus der Gesellschaft, der eine Mitteilung macht.* [...] Zuallererst beziehen sich die gefor-

¹³⁰ Vgl. Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 188 ff; ausführlich dazu: Alfred Schütz: Der gut informierte Bürger. In: ders.: Gesammelte Aufsätze. Bd. 2: Studien zur soziologischen Theorie. Den Haag 1972, S. 85-101. – Den Begriff der »Nebenumstände« verwendet Arnold Mallinckrodt, der Herausgeber des »Westfälischen Anzeigers« in Dortmund, einem der Fallbeispiele für die Analyse von Heimatzeitungen.

dernten Informationen auf Merkmale, die etwas über seine Identität und über seine Sachkundigkeit, das heißt über seine Nähe und Ferne zu den mitgeteilten Tatsachen und Ereignissen aussagen können. (2.) *Alle verfügbaren Informationen, die es erlauben, die Interessenlage und damit das typische Relevanzsystem des mitteilenden Ausgangspartners zu identifizieren*; dies ist unabdingbare Voraussetzung dafür, dass jeder Informationssucher Kongruenz oder Differenz mit und zu seinem eigenen Relevanzsystem ausmachen kann. (3.) *Alle verfügbaren Informationen darüber, wer das fragliche Fakten-Wissen akzeptiert oder nicht akzeptiert*, um Intensität und Umfang seiner ›sozialen Billigung‹ einschließlich der hierfür relevanten Repräsentanz-Beziehungen abschätzen zu können.«¹³¹ Gerade in den zahlreichen Bereichen der sozialen Lebenswelt, die über den unmittelbaren Erfahrungsbereich des einzelnen hinausgehen, ihn aber trotzdem angehen, ist der Bürger darauf angewiesen, dass ihm diese Orientierungsdaten (umfassend und korrekt) vermittelt werden, da er nicht die Möglichkeit einer Überprüfung anhand eigener Erfahrung besitzt.

Der zweite Punkt dieser Quellenkriterien entspricht sachlich der von Schröter geltend gemachten »zureichende[n] Vermittlung des Kommunikationskontextes«¹³², die Angaben zu Absichten, Motiven und Situationen umfasst, aus denen heraus Mitteilungen gemacht werden. Diese können wesentlich für die Beurteilung einer Mitteilung sein. Eine ganz unterschiedliche inhaltliche Qualität kann einer Äußerung zukommen je nachdem, ob sie zum Beispiel als Reaktion auf einen provokanten Vorwurf während eines Streites oder im Rahmen einer sachlichen Darstellung gemacht wird. Wird beispielsweise eine Mitteilung bei einer routinemäßigen

¹³¹ Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 201. (Hervorhebungen im Original.)

¹³² Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 186, i. d. Bd. S. 159.

Pressekonferenz gemacht, dann verdeutlicht in der Regel der bloße Hinweis auf den Ausgangspartner (etwa: ›Der Pressesprecher der Firma XY hat mitgeteilt, dass...‹) ausreichend die Situation; nicht aber dann, wenn es sich beispielsweise um Reaktionen auf eine unvorhergesehene Krisensituation handelt. Auch diese Vermittlung der Motive und Umstände von Mitteilungen wurde bereits von Kaspar Stieler gefordert.

Detlef Schröter weist auf die doppelte Bedeutung der Quellen-Transparenz hin, die sich aus der theoretischen Unterscheidung von Primärquellen und Vermittlungsinstanzen ergibt. Quellen des Journalisten können einerseits, wie oben besprochen, die Urheber von Mitteilungen selbst sein, andererseits auch vorgelagerte journalistische »Vermittlungsstationen«, also etwa Korrespondenten oder Nachrichtenagenturen.¹³³ Er unterscheidet deshalb einerseits die Dimensionen »Kennzeichnung der Mitteilungs-Herkunft« und »Transparenz des Kommunikationskontextes«, welche der Quellen-Transparenz im Rahmen der Unparteilichkeitsmaxime entsprechen, sowie andererseits die Dimension »Transparenz des Vermittlungs-Kontextes«, welche neben der Kennzeichnung der Vermittlungsstationen »Angaben zu den Vermittlungsbedingungen und Vermittlungsbemühungen« umfasst.¹³⁴ Die theoretische Analyse ergibt also einen weiteren Aspekt der Transparenzproblematik, der in den aus der Praxis gewonnenen Regelungen nicht enthalten ist. Zwar finden sich auch in den untersuchten Zeitungen durchaus Hinweise auf Bedingungen der Vermittlung und auf vorgelagerte Vermittler, insbesondere dann, wenn diese die Qualität des Mitgeteilten beleuchten; als eigener Aspekt des Unparteilichkeits-Konzeptes wurden diese jedoch nicht thematisiert. Es ist

¹³³ Vgl. Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 189 ff, i.d. Bd. S. 164.

¹³⁴ Detlef Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 186 ff, Zitate (in der Reihenfolge ihrer Wiedergabe): S. 187, 186, 190, i. d. Bd. S. 159, 164.

zu überlegen, ob solche Angaben zu Vermittlungs-Kontexten möglicherweise die ›getreue Vermittlung‹ beziehungsweise die diesbezüglichen Vermittlungsregeln betreffen, denn sie scheinen insbesondere dann von Bedeutung zu sein, wenn sie für die adäquate Einschätzung der ursprünglichen Mitteilung seitens des Rezipienten vonnöten sind. Wenn die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit der Vermittler außer Zweifel steht, gewissermaßen beim gewöhnlichen ›Geschäftsgang‹ also, erscheint die detaillierte Angabe aller Vermittlungsstationen und -bedingungen verzichtbar. Im folgenden wird darauf zurückzukommen sein.

Getreue Vermittlung

Zeitungswissenschaftlich gesehen resultiert das Prinzip der getreuen, ebenso wie das der allseitigen Vermittlung aus einem der Hauptprobleme der Massenkommunikation. Es beruht auf der »prekäre[n] Situation«, dass die Kommunikationspartner unter den Bedingungen der Massenkommunikation auf die Vermittlungsdienste von ihnen unabhängiger Vermittler angewiesen sind, welche die soziale ›Kommunikation über Distanz‹ einerseits garantieren, zugleich aber auch gefährden, indem sie sich als »un-gebetene Partner‹ in das Mitteilungsgeschehen einschalten« können.¹³⁵ »Da jedoch die Partner der Sozialen Zeit-Kommunikation auf Vermittlung angewiesen sind, kommt alles darauf an, dass die schließlich durch Zielvermittlungssysteme vermittelte Mitteilung trotz aller Vermittlungseingriffe in einer Vermittlungskette der ursprünglichen Mitteilung des Ausgangspartners noch entspricht.«¹³⁶ Genau darauf zielte das Prinzip der ›getreuen Vermittlung‹, welches der Dimension der »inhaltlich-sachlichen Ent-

¹³⁵ Wagner, Rationalisierungsprozesse, (Fn 118), S. 6/7.

¹³⁶ Wagner, Kommunikation, (Fn 114), 1, S. 53. Nach Wagner ist dies das »erste Hauptproblem der Massenkommunikation« (ebd.).

sprechung von Mitteilung und vermittelter Mitteilung (Mitteilungs-Adäquanz im engeren Sinn)«¹³⁷ bei Schröter gleichkommt. Vermittlung der gesellschaftlichen ›Kommunikations-Realität‹ kann selbstverständlich nicht heißen, dass soziale Kommunikation »unverändert, quasi eins zu eins abgebildet, gespiegelt oder irgendwie ›protokolliert‹«¹³⁸ werden soll. Sie muss vielmehr »verkleinert«, das heißt mittels Selektion und Transformation konzentriert werden.¹³⁹ Auch im historischen Praktikerverständnis war mit getreuer Vermittlung keineswegs grundsätzlich die Protokollierung von Mitteilungen im Originalwortlaut gemeint, auch wenn die Heimatzeitungen häufig Originalmitteilungen brachten,¹⁴⁰ sondern prinzipiell die ›concentrirte‹ und dabei ›treuliche‹ Vermittlung. Entscheidend ist also, *dass der ursprüngliche Sinn der Mitteilung im Vermittlungskonzentrat erhalten bleibt*. Übertragen auf audiovisuelle Medien ebenso wie auf die Verwendung von Bildern aller Art in der Presse verlangt dieses Prinzip zugleich, dass solche Darstellungen nicht den ursprünglichen Sinn der Mitteilungen entstellen oder verzerren und keine ›falschen Koppelungen‹¹⁴¹ hervorrufen.

Aus diesen Zusammenhängen erklärt sich auch die innerhalb der traditionellen Unparteilichkeitsmaxime markierte Position zur spezifischen Verantwortung des Journalisten, mit der ein bestimmtes Verständnis von ›Wahrhaftigkeit‹ der Berichterstattung

¹³⁷ Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 187, i. d. Bd. S. 169.

¹³⁸ Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 185, i. d. Bd. S. 157.

¹³⁹ Zur organisierenden und konzentrierenden Funktion der Vermittlung vgl. Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 176 ff.

¹⁴⁰ Dass dies überhaupt möglich war, hängt von den besonderen Bedingungen des eng begrenzten lokalen Kommunikationsraumes mit relativ wenigen Kommunikationspartnerschaften ab.

¹⁴¹ Siehe Walther von LaRoche: Einführung in den praktischen Journalismus. München ¹²1991.

verbunden war: »Wie ich sie [die einkommenden Nachrichten] nimm, so gib ichs auß«. ¹⁴² Der Satz beschreibt nichts anderes als das oben bereits zitierte ›journalistische Ethos‹: »Dem Übermittler wird etwas anvertraut, und er liefert etwas aus. Zu verantworten hat er nicht, ob das Übermittelte wahr ist, wohl aber, dass er es getreu weitergibt.« ¹⁴³

Die getreue Vermittlung sollte in den untersuchten Zeitungen mit einer Reihe von Vermittlungsregeln sichergestellt werden, die häufig in den Blättern explizit und damit allen potentiellen Kommunikationsteilnehmern zugänglich gemacht wurden. Diese Regeln dienten der Standardisierung der Vermittlungseingriffe und damit letztlich der Vermeidung von Parteilichkeit bei der Bearbeitung einzelner Mitteilungen. Hierzu zählten vor allem Regeln zum Ausschluss von beleidigenden und rein persönlichen Inhalten, zur Länge und Form (und dem davon abhängigen Grad redaktioneller Bearbeitung) der Beiträge sowie zur Anonymität.

Diese Regeln sind Teil der sogenannten ›Vermittlungsverfassung‹ eines Mediums, indem sie die Zuteilung von »Sprechraum« ¹⁴⁴ an die Kommunikationspartner und deren Mitteilungen sowie die selektiven und transformierenden Eingriffe des Vermittlers festschreiben. Mehrere Kriterien geben Aufschluss über die jeweilige Vermittlungsverfassung eines Mediums: die Aufteilung des im Medium zur Verfügung stehenden Sprechraumes unter die verschiedenen Kommunikationspartner, die Art und der Grad der

¹⁴² Aus dem Titel der ›Wöchentlichen Ordinari Zeitung‹, zitiert nach Opel, Anfänge, (Fn 14), S. 102. Sinngleiche Parallelstellen finden sich sowohl bei Stieler, Zeitungs Lust, (Fn 81) wie auch bei Schwarzkopf, Zeitungen, (Fn 94).

¹⁴³ Waldenfels, Dialog, (Fn 129), S. 211.

¹⁴⁴ Wagner: Vermittlungsverfassung in der Massenkommunikation. Zeitungswissenschaftliche Theorie der journalistischen und publizistischen Darstellungsformen. In: *Publizistik* 1/1977 (S. 5-13), S. 10.

Vermittlungseingriffe sowie das Verhältnis zwischen Fremd- und Eigenvermittlung.¹⁴⁵ Im Sinne der zeitungswissenschaftlichen Theorie der Vermittlungsverfassung sind demnach alle Dimensionen oder Prinzipien der Unparteilichkeitsmaxime als »Regeln« der Vermittlung zu verstehen. Die im Rahmen des Prinzips getreuer Vermittlung relevanten (und hier in Abgrenzung zu den übergeordneten Dimensionen oder Prinzipien der Unparteilichkeit so bezeichneten) Vermittlungs-Regeln betreffen somit nur ein Kriterium der Vermittlungsverfassung: nämlich die Art und den Grad der »Eingriffe der Vermittler in das Kommunikationsgeschehen«.¹⁴⁶ Sie standardisieren Aspekte der »Partnerselektion«, indem etwa anonyme Partner grundsätzlich von der Vermittlung ausgeschlossen werden, Aspekte der »Aussagenselektion«, wenn beleidigende Äußerungen oder Passagen (gleich welchen Partnern) nicht vermittelt werden, sowie Aspekte der »Transformation«¹⁴⁷, wenn etwa kurze Mitteilungen im Original dokumentiert, längere dagegen umgeschrieben werden. Die bei den untersuchten Heimatzeitungen übliche Veröffentlichung dieser Regeln – und damit deren Transparenz, die zudem durch die häufigen »Rechenschaftsberichte« über Vermittlungseingriffe noch verstärkt wurde

¹⁴⁵ Wagner, Vermittlungsverfassung, (Fn 144), S. 9-11. »Fremdvermittlung« bezeichnet in der Theorie die Vermittlung aller Arten von Mitteilungen Dritter; sie umfasst alle Formen des »Berichtens«. »Eigenvermittlung« bezeichnet die Vermittlung »eigener« Äußerungen oder Stellungnahmen des jeweils agierenden Journalisten bzw. Vermittlers, umfasst also sämtliche Formen des Kommentierens.

¹⁴⁶ Wagner, Vermittlungsverfassung, (Fn 144), S. 10.

¹⁴⁷ Die Zeitungswissenschaft unterscheidet bezüglich der redaktionellen Vermittlungsleistungen »Partnerselektion«, d.h. die Auswahl der zu vermittelnenden Kommunikationspartner oder Aussageträger, die »Aussagenselektion«, also die Auswahl der zur Vermittlung kommenden Teile der »Partnermitteilung« sowie die »Transformation« dieser Mitteilungen, also deren Umformung zu allen Typen der Nachricht und des Berichts.

– trägt erheblich zu deren Zweck bei, die Vermittlung der gesellschaftlichen Kommunikation zu standardisieren und so vor möglicher Parteilichkeit der Vermittler weitgehend zu schützen. Indem die Zeitungsmacher die Leserschaft und damit prinzipiell die gesamte lokale Gesellschaft nicht nur durch ständige Aufrufe zur Beteiligung an der Kommunikation aufforderten, sondern diesen auch weitgehenden Einblick in die Vermittlungsleistungen gewährten, ließen sie völlig außer Zweifel, in wessen Interesse die Vermittlung vor Parteilichkeit geschützt werden sollte: nämlich im Interesse (und vor den Augen) der gesamten (lokalen) Öffentlichkeit. Hier wird an der Praxis regelrecht mit Händen greifbar, dass Vermittlungsregeln gemäß der zeitungswissenschaftlichen Theorie die Lösung eines weiteren Hauptproblems der Massenkommunikation sind, welches darin besteht, »trotz größerer Ausdehnung und zunehmender Komplexität der Redegesellschaft die notwendigen Sprechchancen aller zu sichern.«¹⁴⁸ Chancengleichheit aller Partner und Gleichbehandlung aller Mitteilungen, ganz unabhängig von ihrer Herkunft und ihrer ›Richtung‹, kann nur mit Hilfe standardisierter Regeln gewährleistet werden. Auch wenn man davon ausgeht, dass journalistische Vermittlung als Ganzes eine spezifische, strukturelle ›Verzerrung‹ der Realität beziehungsweise auch der Kommunikations-Realität, etwa auf bestimmte Themen oder Negativität hin, notwendig bedingt, so können solche Regeln doch gleichzeitig parteiliche Verzerrungen (wenn man so will: innerhalb der strukturell bedingten Verzerrung) vermeiden helfen. Ohne ein Konzept, das für jeden einzelnen Akt der redaktionellen Vermittlung (mit allen seinen Schritten von der Selektion bis zur Transformation der Mitteilung) gleichermaßen gültige und verbindliche Verfahrensregeln vorgibt, wäre Unparteilichkeit gewiss nicht professionell zu gewährleisten.

¹⁴⁸ Wagner, Kommunikation, (Fn 114), 1. S. 103.

Vor diesem Hintergrund erscheint es durchaus sinnvoll, die von Detlef Schröter geforderten Angaben zu Vermittlungskontext und -bedingungen den Regeln getreuer Vermittlung zuzuordnen, da sie dazu beitragen, die ›Treue‹ der Vermittlung transparent zu machen. Dadurch werden die Vermittlungsleistungen einer Überprüfung durch die (betroffenen) Kommunikationspartner zugänglich. Ähnlich wie Angaben zum Kommunikationskontext (als Aspekt der Quellentransparenz) sind solche zum Vermittlungskontext immer dann geboten, wenn sie zum Verständnis und zur richtigen Beurteilung (des ursprünglichen Sinnes und der Glaubwürdigkeit) der Mitteilung notwendig sind, wenn der Rezipient ohne die Zusatzinformationen die Mitteilung nicht adäquat einschätzen kann. Insbesondere dann, wenn die ›getreue Vermittlung‹ vorgelagerter vermittelnder Instanzen in Zweifel steht und dadurch die schließlich vermittelnde Redaktion auch ihrerseits eine solche nicht gewährleisten kann, sind entsprechende Hinweise und Angaben unverzichtbar.

Wesentlich ist im Zusammenhang der getreuen Vermittlung, dass dabei diese »Informationen über die Information« (Hans Wagner) bei allen Mitteilungen, gesellschaftlichen Standpunkten und Kommunikationsinteressen gleichermaßen mitvermittelt und nicht im Sinne einseitiger Interessenvertretung instrumentalisiert werden. Es eröffnen sich hier nämlich erhebliche Möglichkeiten subtiler Manipulationen durch Weglassen oder Veränderung kleinster Bestandteile der ursprünglichen Mitteilung. Damit wird, wie schon bei den zuvor diskutierten Prinzipien oder Dimensionen, der enge Zusammenhang mit einem (im zeitungswissenschaftlichen Sinne) spezifischen journalistischen Selbstverständnis oder, wie man in Anlehnung an Ulrich Saxer formulieren könnte, dem journalistischen ›Willen‹ zur Unparteilichkeit sichtbar. Der folgenden Dimension der Unparteilichkeitsnorm kommt deshalb erhebliche Bedeutung zu.

Journalistisches Selbstverständnis

Es wurde deutlich, dass letztlich alle diskutierten Dimensionen der Unparteilichkeitsnorm auf einem spezifischen, im idealtypischen Sinne ›journalistischen‹ Selbst- oder Berufsverständnis beruhen. Sie alle gründen in der Absicht, eine optimale Vermittlung der gesamtgesellschaftlichen Kommunikation (bzw. der gesamten Kommunikation eines bestimmten Gesellschaftsbereiches) zu leisten. Genau dieses Ziel unterscheidet die ›journalistische‹ von der ›publizistischen‹ Vermittlungsstrategie, welche auf optimale Vermittlung einzelner Kommunikationsinteressen zielt. Damit ist keinerlei Wertung impliziert, denn »für den gesamtgesellschaftlichen Kommunikationsprozess sind beide Funktionen von Bedeutung«,¹⁴⁹ Welche dieser Strategien jeweils zum Tragen kommt, ist natürlich vom jeweiligen Medium und dessen Funktion ebenso abhängig wie von äußeren Bedingungen der Vermittlung (z.B. Zensur, Gesetze etc.), von den Publikumserwartungen und nicht zuletzt von den Fähigkeiten der Vermittler. Dies wird aber andererseits und ganz wesentlich vom Berufsverständnis der Journalisten bestimmt, welches wieder von unterschiedlichen Faktoren abhängig ist. »Richtig ist also, dass Handwerksregeln allein eine journalistisch-gesprächsanwaltliche Vermittlungsleistung noch nicht garantieren. Dazu muss schon die Absicht treten, dieses handwerklich-professionelle Können allen Kommunikationsinteressenten in der Gesellschaft zur Verfügung zu stellen mit dem Ziel, auf diese Weise die Voraussetzung zu schaffen, dass jeder sich auskennen kann in der Gesellschaft, in der er lebt, dass jeder seine Meinung sich bilden kann zu allen aktuellen Fragen,

¹⁴⁹ Schröter, *Mitteilungs-Adäquanz* (Fn 121), S. 179, i. d. Bd. S. 146. Als »Meinungsgeber oder Meinungsrepräsentant« ist der Publizist ebenso unverzichtbar wie der Journalist als »Anwalt des Gesprächs der Gesellschaft«; Wagner, *Medien-Tabus*, (Fn 129), S. 55 u. 54; Hervorhebungen nicht übernommen.

die ihn angehen oder betreffen, dass die Gesellschaft als ganze auf diese Weise handlungsfähig bleibt und in allen neuen Situationen handlungsfähig wird. Wo solche Absicht oder solches journalistische Ethos fehlte, erstarrte die Einhaltung von Handwerksregeln zu unverstandener, formeller Routine, zu nicht mehr einsichtigem Selbstzweck.«¹⁵⁰ Solchen Überlegungen entsprechend gehörte als fester Bestandteil zum traditionellen Unparteilichkeits-Konzept der Anspruch der Zeitungsmacher oder Journalisten, als neutrale Vermittler im Dienste der Kommunikations- und Orientierungsinteressen von jedermann zu stehen. Sowohl aufgrund der theoretischen Zusammenhänge als auch im Hinblick auf diese Konzepte macht es daher durchaus Sinn, das journalistische Selbstverständnis als eine eigene Dimension der Unparteilichkeitsmaxime aufzufassen. Nachdem jedoch zugleich die übrigen Dimensionen auf diesem Berufsverständnis beruhen, könnte dieses vielleicht treffend als ›*Meta-Prinzip*‹ bezeichnet werden.

Hauptfunktion des Journalisten ist es aus dieser theoretischen Perspektive folglich keineswegs, und war es auch gemäß des Unparteilichkeitskonzeptes im Verständnis der Zeitungsmacher selbst nie, ›objektive‹ Erkenntnisse über die Realität zu formulieren oder gar eigene Realitätsentwürfe zu konstruieren, sondern die (ständige) gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit erst zu ermöglichen, welche nur mittels Kommunikation und Diskussion aller Beteiligten und Betroffenen, also der gesamten Gesellschaft, zustande kommen kann. Journalistische Vermittlung wird damit zur Voraussetzung für die ständige Leistung einer gemeinsamen gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion, die nur mittels eines kommunikativen Austauschs zwischen den

¹⁵⁰ Schröter, Mitteilungs-Adäquanz, (Fn 121), S. 184, i. d. Bd. S. 155 f.

unterschiedlichsten Mitgliedern und Interessengruppen über deren je eigene Hypothesen und Konstruktionen der Realität zustande kommen kann.

6. Erfolg und Ethos:

Motive journalistischer Unparteilichkeit

Betrachtet man nun die historisch relevanten Motive für Unparteilichkeit vor dem Hintergrund des zeitungswissenschaftlichen Theorieansatzes, so lassen sich interessante Zusammenhänge erkennen. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung legen es nahe, dass die Unparteilichkeitsmaxime vorwiegend pragmatisch-ökonomischen Interessen der Zeitungsmacher sowie, im engen Zusammenhang damit und wohl auch geprägt durch die Ideen der Aufklärung, der Rücksicht auf die vielfältigen Informations- und Orientierungsbedürfnisse einer heterogenen Leserschaft entsprang. Weil die Zeitungsmacher ein möglichst breites, heterogenes Publikum mit ihren Vermittlungsprodukten ansprechen und damit nicht zuletzt deren gewinnbringenden Absatz sichern wollten, konnten sie es sich nicht leisten, einseitig nur bestimmte Interessen eines Teils der Gesellschaft zu vertreten oder auch nur gezielt bestimmte Teile derselben von der Vermittlung auszuschließen. »Die Anlehnung an das Arbeitsprinzip der Unparteilichkeit dient als Vorkehrung, um nicht anzuecken, um Publikations-Privilegien zu erhalten oder um Sanktionen zu verhindern; es ist Mittel, um den Erfolg, nicht zuletzt den wirtschaftlichen Erfolg, zu sichern, die Marktchancen beim Publikum oder bei Anzeigenkunden zu gewinnen und zu erhöhen. Es geht also, wo Unparteilichkeit als Mittel zum Zweck eingesetzt wird, stets um Interesse und Vorteile des Vermittlers. Aber es gibt einen ganz wesentlichen Unterschied gegenüber der Instrumentalisierung des Parteilichkeitsprinzips [...]: Auch wo Zeitungen oder ihre Nach-

fahren mit dem Kalkül der Unparteilichkeit ihre Vorteile suchen, gelingt das nur, wenn sie sich an den vielfältigen Interessen ihres Publikums und zugleich an der Vielfalt der Kommunikationsinteressen orientieren, wenn sie also die Vermittlung des je gegebenen Meinungs-, Wissens- und Interessenpluralismus optimieren.«¹⁵¹ Dazu waren (und sind es heute noch) die Lokal- und Heimatzeitungen ganz besonders genötigt, da ihr Leserkreis von vornherein geographisch begrenzt ist. Eine Optimierung des Absatzes ist daher nur mittels des Prinzips größter Marktsättigung zu erreichen, indem möglichst alle Schichten und Gruppen der Bevölkerung und somit alle Kommunikationsinteressen berücksichtigt werden. Solchermaßen am »Kommunikationsmarkt«¹⁵² orientierte Vermittlung entspricht exakt der »Phase der *Fremdvermittlung*« innerhalb des Rationalisierungsgeschehens sozialer Kommunikation, wie sie von der Zeitungswissenschaft beschrieben wird. Dabei tritt an die Stelle der Abhängigkeit von den Kommunikationspartnern in den früheren Phasen »die *freie Partnerorientierung der Vermittlung*«; diese wiederum rationalisiert sich zu einer *mehrfachen Marktorientierung*. Der verselbständigte Vermittler sucht Absatz für sein Vermittlungsprodukt, d.h. für die von ihm gesammelten Mitteilungen; er drängt auf den Vermittlungs- und Medienmarkt. Seine Aussichten auf denselben wach-

¹⁵¹ Wagner, Auftrag, (Fn 4), S. 111. Vgl. auch Starkulla, Marktplätze, (Fn 124), S. 15/16: »Zeitung als Medium der Sozialen Zeit-Kommunikation«, welche »vermittels einer sozial-konformen Struktur die meisten Bezieher und damit auch Inserenten verbürgt«, verdankt ihre Existenz »nicht so sehr journalistischer Gesinnung, sondern sehr kühler verlegerischer Planung«.

¹⁵² Von »Kommunikationsmärkten«, welche dank der Vermittlungspotentiale der Medien entstehen«, sprach bereits Albert E. Schäffle im Bd. 1 von: *Bau und Leben des Sozialen Körpers*. Tübingen 1896. Nach Detlef Schröter: »Marktkommunikation: Gefährdung der öffentlichen Kommunikation? In: Günter Bentele / Manfred Rühl (Hrsg.): *Theorien öffentlicher Kommunikation*. München 1993, (S. 288-297), S. 290, Anm. 7.

sen in dem Maße, in dem er Interessenten findet, welche die von ihm vermittelten Mitteilungen zu erfahren begierig sind. Dies wird am ehesten der Fall sein, wenn es dem Vermittler gelingt, die Mitteilungen möglichst vieler, gesellschafts-bedeutsamer Ausgangspartner in seine Vermittlung einzubeziehen. [...] Die Chancen des Vermittlers auf dem Medienmarkt steigen proportional zu jenen Chancen, die er als Vermittler den am gesellschaftlichen Kommunikationsmarkt beteiligten Kommunikationspartnern und deren Mitteilungen einräumt – im buchstäblichen Sinne übrigens, indem er nämlich diesen Mitteilungen Raum gibt im Medium.«¹⁵³ Eine im Dienste des gesamtgesellschaftlichen Austausches stehende, und das bedeutet auf dem Prinzip der Unparteilichkeit beruhende journalistische Vermittlung wird also nach diesen theoretischen Überlegungen dann optimal geleistet, wenn sie marktorientiert vorgeht. Der pragmatische Charakter der traditionellen Unparteilichkeitsmaxime als rationales ›Mittel zum Zweck‹ (Hans Wagner) kann somit theoretisch begründet werden. Auch zeichnet sich in der Theorie ab, dass eine an idealistischen Zielen (sofern diese nicht gerade in der Verwirklichung gesamtgesellschaftlicher Kommunikation bestehen) orientierte Vermittlung umgekehrt einer Verwirklichung von Unparteilichkeit sogar im Wege stehen kann, wenn sie nämlich »neben den eigenen nur jenen ›fremden‹ Mitteilungen Zugang zu den Medien und Raum in ihnen gewährt, die ihren eigenen Intentionen und Überzeugungen« entsprechen.¹⁵⁴ Innerhalb der autonomen Vermittlungssysteme, die sich ursprünglich mit dem Zweck gesamtgesellschaftlicher Vermittlung herausgebildet haben, kann es aber aufgrund des »Überdrehens« der Rationalisierungsprozesse zu Verschiebungen in Richtung auf eine solche publizistische Ver-

¹⁵³ Wagner, Rationalisierungsprozesse, (Fn 118), S. 9.

¹⁵⁴ Wagner, Rationalisierungsprozesse, (Fn 118), S. 21.

mittlungsstrategie und damit zu Defiziten in der unparteilichen, journalistischen Vermittlung kommen. »In einer weiteren, von der Eigendynamik der Rationalisierung beschleunigten [...] Bewegung nämlich kommt es dahin, dass ›der Bote oder Redakteur nicht mehr das Gespräch einer vorgegebenen Gesprächsgesellschaft (manifestiert), sondern die Manifestation eines Zeitgesprächs-Surrogats produziert und dafür Kommunikationsverbraucher sucht.«¹⁵⁵ Übrigens wird damit sehr anschaulich das beschrieben, was Konstruktivisten als Funktion des Journalismus bezeichnen, nämlich die Konstruktion eines eigenen journalistischen Wirklichkeitsentwurfes, einer autonomen Medienrealität;¹⁵⁶ ganz im Gegensatz zu der Vorstellung von einer Vermittlung gesellschaftlich konstruierter Wirklichkeit beziehungsweise der Organisation und Konzentration des Kommunikationsprozesses, durch den diese soziale Konstruktion zustandekommt, worin die Zeitungswissenschaft die Funktion des Journalismus sieht.

Die beschriebenen Verschiebungen hin zur publizistischen Interessenvertretung führen entweder zur Unterdrückung »aller andere[n], nicht vermittlungsgenehmen Positionen und Mitteilungen« oder dazu, dass sich diese je eigene publizistische Medien schaffen. »Mit solchen Ausprägungen aber wirkt Kommunikationsrationalisierung ihrem ursprünglichen und eigentlichen Zweck diametral entgegen: die Vernehmbarkeit der Mitteilungen aller in der ganzen Gesellschaft wird aufgehoben in einem chaotischen Stimmengewirr von Monologen; die Orientierungs-Chance für jeden im Ganzen, welche durch Vermittlung

¹⁵⁵ Aswerus, Zeitgespräch, (Fn 122), S. 108; zit nach Wagner, Rationalisierungsprozesse, (Fn 118), S. 21.

¹⁵⁶ Eine solche Konstruktion ist im Hinblick auf gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Wirklichkeitskonstruktion immer reduktionistisch.

der ›Kommunikation über Distanz‹ garantiert werden sollte, wird von grundauf zerstört. Staat und Gesellschaft werden funktionsunfähig gemacht und in ihrem Bestand bedroht.«¹⁵⁷ Man darf dabei allerdings nicht übersehen, dass auch die Produktion von ›Zeitgesprächs-Surrogaten‹ unter marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten lohnend sein kann; allerdings weniger angesichts eines geographisch eng begrenzten Marktes und einer Strategie der Marktsättigung, sondern eher unter den Vorzeichen der Auflagenoptimierung und Reichweitenmaximierung anhand einer geographischen Ausweitung des Marktes. Das gibt Anlass zum Nachdenken über aktuelle Entwicklungen: Angesichts einer immer stärker europäisch wie global expandierenden Medienlandschaft scheint somit die Gefahr einer ›publizistischen Überlagerung‹ der gesellschaftsnotwendigen journalistischen Vermittlung zu wachsen und das pragmatische Korrektiv der ökonomisch motivierten Orientierung an der Gesamtheit der Kommunikationsinteressen weiter zu schwinden. Eine immer stärker an immer präziser eingegrenzten Zielgruppen orientierte Werbung könnte diese Entwicklung noch vorantreiben: Im Interesse der werbetreibenden Wirtschaft und damit des eigenen Erhalts rein oder primär werbefinanzierter Medien werden die Interessen solcher gesellschaftlichen Gruppen und Kommunikationspartner(schaften) vernachlässigt, die als Zielgruppen für die Werbung uninteressant sind. Vor allem unter den Bedingungen großer Reichweiten kann deshalb gleichermaßen oder mehr noch wie für Unparteilichkeit gelten: Parteilichkeit lohnt sich. Zu beachten ist, dass derartige publizistische Überlagerungen nicht unbedingt Folge einer bewussten Tendenz oder Beeinflussungsabsicht sein müssen. Anhand von Bernd Maria Aswerus' Überlegungen zu den verschiedenen typischen Erscheinungsformen »publizistischer

¹⁵⁷ Wagner, 1995, (Fn 4), S. 49/50. Vgl. auch ebd. S. 121 ff.

Information« wird das ganz deutlich. Sie kann demnach als »allgemeine publizistische Information« auftreten, die sich von der »speziellen Publizistik« gerade »durch den Verzicht auf Tendenz« auszeichnet, und eine »Kommunikation ›von der Stange«« anbietet: »Ohne einen Führungsanspruch zu erheben, bietet die allgemein publizistische Information an Unterhaltung, Unterrichtung und Information an, was voraussichtlich auf Käuferinteresse stößt. Es geschieht, dass sie um des erstrebten Absatzes willen die Methoden der totalpublizistischen oder speziell-publizistischen Information anwendet und Führungsanspruch erhebt, aber jegliche Tendenz birgt sich in der Absatzbemühung.«¹⁵⁸ Problematisch sind derartige Entwicklungen vor allem in Medien der ›informationellen Grundversorgung«, also in Abonnement-Tageszeitungen und in öffentlich-rechtlichen Programmen.

Damit wird die kommunikationspolitische Frage angeschnitten, ob im Interesse der Aufrechterhaltung einer gesellschaftsweiten Kommunikation, die für den Bestand und die Integration jeder Gesellschaft unverzichtbar ist, andere Korrektive als eine freie Marktsteuerung notwendig sind und worin diese bestehen könnten. Denn: »Die soziale Kommunikation gewährleistet jene im Grundgesetz verankerte Meinungsfreiheit, die zumeist als Pressefreiheit verteidigt und nur unvollständig verstanden wird. Über die Freiheit hinaus, in der Presse Meinungen zu propagieren und zu verfechten, will das Grundgesetz wirkliche Zeitungsfreiheit gewährleisten«, im Sinne einer »Freiheit der Gesellschaft zur Mitsprache, zur aktiven Teilnahme aller am Zeitgespräch der Gesell-

¹⁵⁸ Aswerus, Zeitgespräch, (Fn 122), S. 89, S. 91 und S. 102. Aswerus entwickelt diese Gedanken im Zusammenhang mit der Unterscheidung »typische[r] Phasen gesellschaftlicher Zeit-Kommunikation« (so die Überschrift des betreffenden Kapitels, ebd., S. 84). Die publizistische oder auch »intentionale« Information kennzeichnet die von Zweckgemeinschaften geprägte zweite der dort beschriebenen drei Phasen gesellschaftlichen Daseins.

schaft.«¹⁵⁹ Konzentrationskontrolle allein kann jedenfalls, vor dem Hintergrund dieser Überlegungen, kein wirksames Korrektiv sein, um eine journalistische Vermittlungstätigkeit sicherzustellen. Sie ist auf den Erhalt von *Medien-Vielfalt* angelegt, nicht aber notwendig auch auf den Erhalt journalistisch-unparteilicher Medien und einer Vermittlungsleistung im Dienste der gesamtgesellschaftlichen Kommunikation. In diesem Zusammenhang gewinnen schon eher Konzepte wie der von Stephan Ruß-Mohl für den amerikanischen Journalismus beschriebene »I[nfrastruktur]-Faktor«¹⁶⁰ oder der vom ehemaligen Bundespräsidenten Weizsäcker angeregte Medienrat gerade unter dem Aspekt der Sicherstellung journalistischer Unparteilichkeit an Bedeutung. Das Unparteilichkeits-Konzept nämlich zielt exakt auf den Kern der dargestellten Problematik: »Geht es dabei doch letztlich um die Frage, [...] *wie der Sozial-Gebrauch des Mediums gegen individuell-subjektivistischen Missbrauch gesichert werden kann. [...] Sozialgebrauch der Medien bedeutet mitnichten Sozialisierung der Medien, vielmehr Sicherung der Vermittlung [...]* Und Sozialgebrauch des Mediums heißt ferner: Gesellschaftliche (nicht staatliche!) Kontrolle darüber, dass diese sozialkommunikative Vermittlung auch tatsächlich und bestmöglich verwirklicht wird.« Diese Problematik bildet auch den Kern der »gesamtgesellschaftlich entscheidenden Wirkungsfrage. Eine mitteilungsadäquate [unparteiliche; P.S.] Vermittlung sozialer Kommunikation nämlich ermöglicht es dem Einzelnen, die Interessenlagen, die Positionen des Wissens und Meinens in der Gesellschaft sowie deren Träger auszumachen, seine Bezugsgruppen zu finden und seine Kommunikations-Gegner zu identifizieren. Die sozialen Orientierungs-Chancen jedes

¹⁵⁹ Aswerus, Zeitgespräch, (Fn 122), S. 94/95.

¹⁶⁰ Vgl. Stephan Ruß-Mohl: *Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Modell für Europa?* Zürich/Osnabrück 1994.

Bürgers sind unmittelbar davon abhängig, ob und wie Medien den verschiedenen Gesprächspartnerschaften eine Artikulations-Chance einräumen. Erst auf der Basis solcher realitätsgerechter Orientierung, die zumindest für sämtliche der unmittelbaren Erfahrung entzogenen Lebens- und Handlungsräume ausschließlich von *einer allseitigen, journalistischen Vermittlung* Sozialer Kommunikation durch Medien abhängt, gewinnen einzelne und Gruppen die Spielräume ihres Urteils, ihrer Entscheidung und schließlich ihres Handelns. Nur auf der Grundlage sozialer Orientierung können sie das eigene Urteil und das eigene Handeln am Interesse potentiell aller anderen ausrichten, deren Interessen in das eigene Handlungskalkül einbeziehen. Nur auf diese Weise können einzelne und Gruppen die Gefahr ausschalten, am eigenen Interesse Schaden zu nehmen, weil jeder, der ›sein Handeln nicht am Interesse der anderen orientiert, mit diesen nicht ›rechnet‹, deren Widerstand herausfordert‹ (Max Weber).¹⁶¹

Vor dem Hintergrund dieser theoretischen Überlegungen ist es umso faszinierender, dass schon Zeitungen des 17. Jahrhunderts den Unparteilichkeits-Anspruch aus der Leserperspektive heraus begründeten, nämlich mit dem Ziel, »menniglich nach Möglichkeit satisfaction zu geben«, also Jedermanns kommunikative Bedürfnisse nach Möglichkeit zu befriedigen, wie es die ›Sonntägliche Zeitung‹ im Jahre 1688 ihren Lesern versprach. In dieser Absicht stimmte sie, wie viele andere Blätter, mit den Erwartungen ihres Publikums überein, was sich unter anderem in der Zuschrift eines Lesers des ›Nordischen Mercurius‹ im Jahre 1673 äußerte, der die Bedeutung einer allseitigen oder doch mehrseitigen Berichterstattung damit unterstrich, dass »den vilen Hu-meuren und jedem nach seiner Paßion ein genüge« getan werde. Diese Rücksicht auf die vielfältigen, heterogenen Kommunika-

¹⁶¹ Beide Zitate aus: Wagner, Auftrag, (Fn 4), S.46/47 und S. 63.

tions-, Informations- und Orientierungsbedürfnisse der Bürger – die pragmatisch-ökonomisch motiviert sein und sich so quasi »von selbst« regeln kann, aber nicht muss – erscheint angesichts der obigen theoretischen Überlegungen als der zentrale Fixpunkt eines journalistischen Berufsverständnisses, welches der Unparteilichkeitsmaxime verpflichtet ist, oder anders gesagt: Unparteilichkeit im Sinne der hier dargestellten Vermittlungsprinzipien erweist sich als zentrale Größe eines journalistischen Handelns, das die gesamtgesellschaftlichen Kommunikations- und Orientierungsbedürfnisse wirklich ernst nimmt.



Hans Wagner [Hrsg.]

Objektivität im Journalismus

Mit Beiträgen von Ulrich Saxer,
Philomen Schönhagen und Detlef Schröter



Nomos



ex libris
kommunikation

Reihe ex libris kommunikation

Klassische Texte über Medien und Kommunikation

Begründet von Detlef Schröter und Hans Wagner

Herausgegeben von
Hans Wagner

Neue Folge – Band 10

Hans Wagner [Hrsg.]

Objektivität im Journalismus

Mit Beiträgen von Ulrich Saxer,
Philomen Schönhagen und Detlef Schröter



Nomos

ex libris
kommunikation

Die Reihe „ex libris kommunikation“ wird gefördert durch den Verleger des Donaukurier, Inglostadt, Georg Schäff.

© Titelbild: Hans Wagner

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8329-6418-4

1. Auflage 2012

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2012. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Zur neuen Folge ›ex libris kommunikation‹

Vorwort des Herausgebers

Nach einer langjährigen Pause wird mit diesem Band über die »Objektivität im Journalismus« die Reihe *ex libris kommunikation* in einer neuen Folge fortgesetzt. Aber es hat sich seither eine Menge verändert.

Detlef Schröter, mit dem ich vor mehr als 20 Jahren die Reihe begründet und herausgegeben habe, ist zu meinem Bedauern berufsbedingt als Mitherausgeber ausgeschieden. Ihm hat die Reihe und habe ich persönlich viel zu verdanken und ihm daher auch an dieser Stelle zu danken. Ohne seine Ideen, ohne sein Organisationstalent und vor allem ohne seinen unerschütterlichen Optimismus gäbe es diese Reihe nicht. Und es gäbe sie auch nicht, wenn nicht der Münchener Fachverleger Reinhard Fischer den Mut gehabt hätte, mit dieser Reihe Titel aufzulegen, von denen von vornherein abzusehen war, dass sie keine Bestseller werden würden. Auch ihm gebührt dafür ein herzlicher Dank. Gewinne hat ihm die Reihe nicht eingefahren, aber auf jeden Fall Ansehen und Renommee in Fachkreisen und bei Fachbibliotheken.

Das ist das »Kapital«, das die Reihe *ex libris kommunikation* einbringen kann, wenn sie nun mit der neuen Folge auch in einem neuen Verlag erscheint. Das äußere Erscheinungsbild wurde wie das Layout einem Relaunch unterzogen. Attraktiver und ansehnlicher sollten die Bände werden und lesefreundlich bleiben. Für die guten Gespräche sowie für das Engagement bei der Vorbereitung der Reihe verdienen alle beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Nomos-Verlags Anerkennung und Dank.

Unverändert blieb bei all dem die Konzeption der Reihe. Sie will eine kleine Fachbibliothek unterschiedlicher Standpunkte und mit besonderen Akzenten bieten; Nachdrucke, Neuausgaben, aber auch Erstpublikationen in loser Folge präsentieren; Klassiker und

Nonkonformisten gleichermaßen zu Wort kommen lassen, wenn sie etwas zu sagen haben. So haben wir es bisher gehalten. Darum bemühen wir uns weiterhin. Das Hauptaugenmerk gilt dabei der Theoriegeschichte zur Sozialen Kommunikation und zum Journalismus. Dies war vor 20 Jahren die impulsgebende Idee. Sie entstand aus dem Erstaunen, was da auf dem kommunikationsfachlichen Büchermarkt so alles an »Neuheiten« angeboten wurde, in Wirklichkeit aber keine Neuheit war. Man konnte den Anspruch nur erheben, weil in der Lehre wie in der Forschung Theoriegeschichte vergessen war oder ausgeblendet wurde. Deshalb wählten wir damals den Leitsatz für diese Reihe: *Oft steht das Neueste in alten Büchern!* Oder um es mit Arno Schmidt zu sagen, der in »*Zettels Traum*« schrieb: »Wenn ein neues Buch erscheint, lies du ein altes!« Auch ein Wunsch für diese Reihe!

Die schönsten Ideen sind wenig wert, wenn sie sich nicht verkörpern lassen. Das gilt auch und erst recht für Bücher. Und daher schulde ich einen ganz besonderen Dank dem Verleger des *Donaukurier* in Ingolstadt, Georg Schäff, der durch seine großzügige Unterstützung die Fortführung der Reihe *ex libris kommunikation* erst möglich gemacht hat. Aus Gesprächen mit ihm weiß ich, wie sehr ihm an einem Qualitätsjournalismus liegt, der sich an den Regeln der Unparteilichkeit orientiert. Daher ist dieser erste Band der neuen Folge gewissermaßen auch eine Hommage für ihn.

Schließlich danke ich den drei Autoren, die uns für diesen Band ihre Beiträge sowie die Nach- oder Abdruckrechte ohne Zögern und ohne Ansprüche überlassen haben.

München, im September 2012

Hans Wagner

Inhalt

<i>Vorwort des Herausgebers</i>	5
---------------------------------------	---

Ulrich Saxer

<i>Die Objektivität publizistischer Information</i>	11
1. Die Diskussion um die publizistische Objektivität	12
(1.1) Auffassungen	12
(1.2) Positionen	14
2. Politisch relevante Dimensionen	
publizistischer Objektivität	18
(2.1) Funktionsanalyse	19
(2.2) Kritik	20
3. Publizistische Objektivität	
als Sicherung demokratischer Information	27
(3.1) Normativer Gehalt	27
(3.2) Systemgerechte Garantierung	33
4. Publizistische Objektivität	
als dynamische Gesamtkonstellation	43
(4.1) Systematische Voraussetzungen	43
(4.2) Systematische Gefährdungen	47
5. Die praktische Verwirklichung	
publizistischer Objektivität	54
(5.1) Objektive publizistische Aussagen	54
(5.2) Reduktive und additive Objektivität	60

Philomen Schönhagen

Zur Tradition der Unparteilichkeitsnorm

im deutschen Journalismus 63

1. Historische Befunde:

Die Unparteilichkeitsnorm und die Handwerksregeln ... 69

›Unvergreiflich‹ und ›ohne passion‹ 72

›Ohnparteyische‹ Vermittlung 75

»... damit jeder sich sein Urteil bilden könne « 83

»... ein treuer Spiegel«: Cottas ›Allgemeine Zeitung‹ 89

2. Die zeitgenössische ›Fachdebatte‹:

»... muß ein Zeitunger unparteyisch seyn« 93

»Die einlaufende Zeitungen sind zu prüfen« 96

›Relata refero‹ und Quellentransparenz 97

3. Fazit:

Unterschätzte ›Kärner-Arbeit‹ 102

4. Heimatzeitungen:

Orientierung an der Unparteilichkeitsnorm 105

5. Zeitungswissenschaftliche Diskussion

der Unparteilichkeitsmaxime 109

›Audiatur et altera pars‹ 109

Trennung von Nachricht und Kommentar 114

Quellentransparenz und Glaubwürdigkeit 117

Getreue Vermittlung 121

Journalistisches Selbstverständnis 127

6. Erfolg und Ethos:

Motive journalistischer Unparteilichkeit 129

Detlef Schröter

Mitteilungs-Adäquanz

Studien zum Fundament eines

realitätsgerechten journalistischen Handelns 139

1. Trennung von Mitteilung und Vermittlung 139
2. Spannungsfeld ›Objektivität‹ 147
3. ›Realitätsgerechte‹ Vermittlung 154
4. Dimensionen der Mitteilungs-Adäquanz 158
 - Der Kommunikationskontext 160
 - Der Vermittlungskontext 162
 - Die Identität der Ausgangspartner 166
 - Die Adäquanz von Mitteilung und Vermittlung 169
 - Mitteilungen ›Dritter‹ und Vermittler-Wertung 172

Hans Wagner

Das Fach-Stichwort:

Objektivität im Journalismus 175

1. Die Objektivitätsszenarien 177
 - Objektivität: Positionen und Typen 179
 - Mitteilungs-Adäquanz: Objektivität wird überprüfbar . 183
 - Unparteilichkeit: das Ende der Legenden 187
2. Die Objektivitätsabwehr 196
 - Abwehrformeln aus der publizistischen Praxis 197
 - Journalismus als Meinungslenkung 202
 - Wissenschaftliche Zertifikate: Objektivität gibt es nicht 204
 - Objektivität als Zubehör 209

3. Der Objektivitätsrahmen	213
Das publizistische Dispositiv: Objektivität deplatziert ..	214
Objektivität: konstitutiv für vermittelte Mitteilung	220
Analyse der Vermittlung: die Neutralität der Mitte	224
Die Typen ›Journalist‹ und ›Publizist‹ und das Unparteilichkeitsprinzip	228
Komplementäre Rollen, sozial notwendige Funktionen	232
Das Metaprinzip der Objektivität	237
Zwischenbilanz: Objektivität und Professionalität	238
Unterschiede die einen Unterschied für das Objektivitätsgebot machen	242
4. Die Objektivitätsnorm	247
Untaugliches Surrogat: Pluralität der Parteibücher	247
Additive Objektivität: die Summe aller Kommentare ..	250
Die reduktive Objektivität und ihre Bewährungsinstanzen	254
Unparteilichkeit: die Objektivität im Journalismus	259
Sinntreue: die Wahrheit des ›Journalisten‹	267
Das Problem: Sinnüberlagerungen	276
Der oberflächliche Vorwurf der Oberflächlichkeit	290
Vom Preis der sozialen Orientierung	297
Realität und Wahrheit: an Kommunikation gebunden ..	315
5. Die Objektivitätsgewinne	334
Journalistische Reputation	335
Journalistischer Orientierungsdienst	342
Journalistische Kulturleistung	345
Die Autoren	355