

Freimut Duve
Michael Haller (Hg.)

Leitbild Unabhängigkeit

Zur Sicherung
publizistischer Verantwortung

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

Vorwort der Herausgeber 7

Erster Teil

Zur normativen Bedeutung journalistischer Unabhängigkeit und über die Widerstände dagegen

Michael Haller

Die Idee des neutralen Beobachters. Über das Paradigma des modernen Informationsjournalismus 13

Markus Behmer

Gesinnung – Parteilichkeit – Überparteilichkeit. Zur Geschichte des Rollenwandels der Presse seit dem 17. Jahrhundert 31

Christian Möller und Alexandra Popescu

Transformation des Journalismussystems. Die Implementierung des Prinzips Unabhängigkeit in osteuropäischen Staaten seit 1989 53

Rudi Renger

Journalismus als Mittel zum Zweck? Aktuelle Trends der Entgrenzung und Instrumentalisierung des Journalismus 65

Zweiter Teil

Konzepte zur Sicherung redaktioneller Unabhängigkeit

Udo Branahl

Der rechtliche Rahmen. Begriff, Funktion, Konzepte, Regelungen und Probleme 85

Peter Studer

Die Idee der »inneren Pressefreiheit«. Das Konzept der Selbstverpflichtung und Selbstregulierung 107

Barbara Baerns und Monika Feldschow

Der Trennungsgrundsatz. Relevanz und Umsetzung des Grundsatzes der Trennung von Werbung und redaktionellem Teil 131

Michael Haller

Redaktionelle Überparteilichkeit oder politische Einflussnahme? Politikberichterstattung und SPD-Pressesbesitz 145

Dritter Teil

Lösungsansätze, Fallstudien und Beschreibungen aus der Medienpraxis

Freimut Duve

Die OSZE-Initiative. Perspektiven für Europa 159

Bodo Hombach

Richtlinien in den Verlagen des WAZ-Konzerns 167

Brigitte Alfter

Das Beispiel Orkla-Media, Norwegen/Osteuropa 173

Gerti Schön

Das Beispiel New York Times 185

Mathias Döpfner

Die »Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer« 193

Gerd Schulte-Hillen

Journalistische Mitverantwortung des Verlegers 201

Anhang

Alexander Hessel

Dokumentation: Texte zur Sicherung der Unabhängigkeit
 Die Initiative der OSZE: Grundsätze zur Garantie
 redaktioneller Unabhängigkeit 207
 Publizistische Richtlinien US-amerikanischer Presse-Verlage 209
 Publizistische Prinzipien des Orkla-Konzerns 237
 Redaktionelle Richtlinien deutscher Presse-Unternehmen 245

Autoren 257
 Literatur 261