

Die moderne Zeitung als ein Modellierer der öffentlichen Meinung!

In ihrer frühesten Zeit waren die Zeitungen nach meiner Ansicht wichtig, was deren Namen bedeutete; sie waren kleine Kompilte, in welchen Neuigkeiten für jene, zwischen welchen sie zirkulierten, gedruckt wurden. Sehr schnell jedoch wurden die Erklärungen über die Neuigkeiten ebenso sehr ein Teil des Zeitungswesens, als das Drucken der Neuigkeiten selbst. Diese Erklärungen waren dafür beabsichtigt, die Ansichten der Leser in der einen oder der anderen Richtung zu beeinflussen. Es wurde beabsichtigt, die öffentliche Stimmung zu kristallisieren. Es war einer der Hauptzwecke des englischen Journalismus überhaupt so weit zurück, als wie die Seiten von Swift und Defoe. In der Revolutionszeit und in der gerade vorausgehenden Periode waren solche wenigen Zeitungen, wie das „London Standard“, die „Morning Post“ und die „Morning Chronicle“, soviel an dem Argumentieren der Sache der Kolonisten beteiligt, als an dem Drucken der Tagesneuigkeiten. Nach der Revolution blieb dieser Zustand bestehen. Die Zeitungsredakteure wurden Parteigänger oder Gegner von Adams oder Jefferson oder Madison oder Hamilton — einige dieser Männer selbst waren Zeitungsbefitzer oder Redakteure — und kämpften bittere Kämpfe bei der Verantwortung der begünstigten politischen Doktrinen.

Dieses führte, wie man es gewohnt hat, zu der Ära des persönlichen Journalismus. Als die Erklärungen von größerer Bedeutung wurden als die Neuigkeiten, war es unternommen, daß Männer mit entschlossener Charakter und energischen Ansichten von den Redaktionsstühlen angezogen wurden, daß dieselben diese Zeitungen beherrschten sollten, und daß das Publikum die Ansicht von der Zeitung als den Ausdruck der Ansichten eines Einzelnen haben sollte. Wenn wir an die sogenannten großen Namen im amerikanischen Journalismus denken, wie Garrison, Brady, Greeley, Goddard (was für eine Sammlung von G's), wie Bryant, Bowles, Raymond, Witterton und der deutschen Zeitungsbefitzer wie Herman Koster, Carl Schurz, Wm. Lloyd Garrison, Ed. Lapham, S. D. Langley, dann denken wir an glühende Verteidiger heldenmütiger Urkunden, an Volksmänner, Kritiker, Reformen — nicht an Männer, deren Geschäft es ist, das Publikum mit Neuigkeiten zu bedienen, dem Publikum zu erzählen, was in der Welt vorgeht.

Wer kann sich heute des Namens

des Gründers der „Associated Press“ erinnern? Und trotzdem war er als ein Sammler und Verteiler von Neuigkeiten weit einflussreicher als alle diese großen Redakteure zusammen.

Aber der Tag des persönlichen Journalismus ist verchwunden. Witterton allein ist geblieben, als ein glänzendes Andenken an eine frühere Periode.

Mit den Veränderungen im Zeitungswesen, welche durch die Rollenpresse, das Holzpapier, die Schreiftischmaschine, den Telegraphen und das Telefon herbeigeführt wurden, ist jedermann bekannt. Eine einzige dieser Veränderungen ist eine ungeheure Zunahme in der relativen Bedeutung, die mit dem Drucken von Neuigkeiten verknüpft ist.

Das Wirken einer Zeitung als ein Modellierer der öffentlichen Meinung ist nicht beeinträchtigt worden, wie ich später zu beweisen versuche, aber bezeichnenderweise ist den Neuigkeiten selbstverständlich mehr Aufmerksamkeit geschenkt worden.

Das Publikum ist erzogen worden, die neuesten, vollständigsten und besten Neuigkeiten-Beispiele zu erwarten, und die Zeitung, welche diese nicht offeriert, kann auch nicht die größte Zirkulation bekommen, und der beste Redakteur der Welt kann keinen Einfluss haben, wenn er keine Leser hat.

Eine andere durch moderne Erfindung herbeigeführte Veränderung ist die gewaltige Zunahme in den Ausgaben bei dem Herausgeben einer Zeitung. Wahrscheinlich ein sehr großes Kapital ist jetzt erforderlich, um ein großstädtisches Tagesblatt herzustellen. Dieses hat allgemein mehr zu einem Korporationsgitem als persönlichem Besitz geführt, und wo verschiedene Besitzer einer Zeitung sind, da könnte man denken, daß daselbst notwendigerweise eine Uebereinstimmungsmassnahme in bezug auf Betriebsangelegenheiten da sein müßte. In dieser Sache haben einige Kritiker eine Ursache für große Unruhe gefunden. Dieselben haben befürchtet, daß es einen Journalismus fördern würde, der sich zu Gunsten der großen Geldinteressen und gegen die Interessen des Volkes im Ganzen betätigt. In Wirklichkeit hat es sich nicht auf diese Weise entwickelt. Das Gegenmittel für selbsttätige Kontrolle des modernen Journalismus wird in den Zuständen des modernen Journalismus selbst gefunden. Eine Hauptbedingung des Erfolges in dem Falle einer modernen Zeitung ist eine große Zirkulation. Keine Zeitung, die entweder geheim oder öffentlich irgend welchen Interessen dient, den Interessen des Volkes zuwiderlaufend, kann eine große Zirkulation gewinnen oder behalten. Offene Verantwortung von Privatinteressen würde sofortige Mißachtung bedeuten; geheime Verantwortung würde den unvermeidlichen Verfall verzögern, aber er würde deswegen nicht kommen. Das Volk hat einen scharfen Einblick in diese Sache, und es kann auf die Länge der Zeit nicht getäuscht werden.

Als vor ein oder zwei Jahren Herr John D. Rockefeller, Jr., von den Zeitungen nach seiner Ansicht ungerührt kritisiert wurde, sagte er, daß er sich in einer höchst unglücklichen Lage befindet, daß er seine Seite des Falles nicht in die Zeitungen bekommen könne, und daß, wenn er eine Zeitung kaufe, um seine Seite dazulegen, niemand es lesen würde und niemand würde es glauben, wenn sie es wirklich lesen sollten. Und das kommt der Wahrheit ziemlich nahe.

Dieses ist sowohl eine positive als wie auch eine negative Seite dieser Phase des modernen Zeitungswesens. Die Zeitung des amangestiegenen Jahrhunderts steht aus zwingenden Gründen nicht nur davon ab, schlechte Dinge zu veröffentlichen, sondern sie führt aus denselben Gründen den Kampf für die gute Sache. Sie muß zum Besten des öffentlichen Interesses tätig sein oder kann nicht gegen die Konkurrenz ankämpfen, der sie sich gegenübersehen wird. Das Verfahren ist hier dasselbe: aggressive Bemühungen für die öffentliche Wohlfahrt machen große Zirkulationen; große Zirkulationen machen prosperierende Zeitungen. Joseph Pulitzer war möglicherweise der erste der modernen Redakteure, welche diese Theorie gewissenhaft praktisch anwandten. Charles D. Grover, früher in Baltimore, und jetzt an der „New York Times“, war einer der Pioniere seiner Form des Journalismus. Jetzt ist dieselbe von nahezu allen aufgeweckten Redakteuren angenommen worden. In diesem Zeitalter liegen dieselben des Nachts wachend, um neue Tätigkeiten zum Besten des Publikums zu planen, denn dieselben haben erkannt, daß sich das zahlt. Dieses ist natürlich nur ein anderer Ausdruck des Sprüchwortes: „Ehrlich währt am längsten“ auch im Zeitungswesen, und daß die Zeitungsherausgeber es ausgefunden haben.

Ist das neue Zeitungsmode bei der Formulierung der öffentlichen Meinung so einflussreich, wie das alte? Ich denke so. Das Volk folgt den redaktionellen Ansichten nicht blindlings, wie daselbst ehemals

gerade so gut informiert ist, als die Redakteure selbst; es ist im Großen und Ganzen ziemlich ebenso gut imstande, zu kritisieren und bei der Berlegung einen Unterschied zu machen, wie jene sind. Aber die Leitartikel-Spalten einer Zeitung geben dem Ströme der öffentlichen Meinung die Richtung, die Neuigkeitsspalten liefern die Daten, auf welche die Ansichten zu basieren sind, die Zeitung im Ganzen ist die Agentur, durch welche die öffentliche Meinung kristallisiert und wirksam gemacht wird. Was immer für ein Verlust an Einfluss aus der vermehrten Gemohnheit des Volkes, selbst zu denken entstehen mag, wird mehr durch die weit größere Audienz, welche die moderne Zeitung beherrscht, entschädigt. Der alte Redakteur sprach zu Hunderten. Der moderne Redakteur spricht zu Zehnen- und Hunderttausenden. Heutzutage hängt der Einfluss einer Zeitung zum großen Teile von der Berechtigung der

Jene, welche aggressiv und futuros für „irgendwelche Sachen, die rein sind, irgendwelche Sachen, die gerecht sind, irgendwelche Sachen, die gesund sind“, kämpfen, haben keinen Grund, sich über irgendwelchen Mangel an Einfluss in deren Gemeinwesen zu beklagen.

Kalter Drangepunsch. Zwei Pfund Zucker löst man in einem Viertelquart Wasser auf, gießt drei Flaschen leichten Weißwein, drei Flaschen Arrat und eine Flasche Wasser dazu. Drei Apfelsinen schneidet man in dicke Scheiben, entleert sie, gibt den Punsch darüber und läßt ihn zwei Stunden ziehen. Bis zum Servieren wird er dann, von der Frucht abgesehen, auf Eis gestellt und auch ohne die Fruchtstücken angesetzt. Für etwa 12-15 Personen berechnet.

Gefülltes Kalbsherz. Ein in Milch eingeweichtes Weisbrotchen wird ausgepreßt, zerstoßen und mit feinem gehacktem Speck, Petersilie oder Schnittlauch, Salz, ein wenig Pfeffer, Muskatnuss und verweigter Zitronenrinde nebst einem Ei gut vermischt. Mit dieser Masse wird das geöffnete und gereinigte Herz, das außen mit Speckstreifen gespickt sein muß, gefüllt und hierauf zugenäht. Dann bestreut man es mit Mehl und Salz und bratet es in heißer Butter, unter Beigabe einer halben Zwiebel, auf allen Seiten schön gelb. Nun wird Fleischbrühe und ein halbes Glas Weißwein daran gegossen, der Saft einer halben Zitrone in die Sauce geträufelt und hierauf das Herz weich gelocht.

— Entschuldigungsgründe. Herr, Sie haben sich ja auf meinen Pfänder gesetzt! „Aber höchstens — zwei Minuten“.



J. R. Flynn, Rinderverkäufer.



G. B. Ribbo, Geschäftsführer.



J. R. Seid, Schweineverkäufer.

WACHST

MITDEM

... Diese Gruppe Männer ...

stellt die tätige Kraft dar, welche den guten Namen ihrer Vieh-Kommissions-Firma in den letzten Jahren so vorzüglich an der Front gehalten hat.

Sie arbeiten Hand in Hand

um den Farmer und den Züchter zu befriedigen, und dasselbe für den großen wie für den kleinen Kunden zu leisten.

BYERS BROS. & CO. STOCK YARDS OMAHA, NEB.



P. W. Gramer, Schweineverkäufer.



Roy D. Greer, Rinderverkäufer.



C. B. Owen, Zuchtviehverkäufer.

GRÖßSER

OMAHA



Uebergeben Sie Ihre Sendungen zum Verkauf der

Blain Horse & Mule Commission Co.

Grand Island, Neb.

Auktion jeden Dienstag und Mittwoch

Privat-Verkäufe täglich



TAGG BROS. & MOORHEAD

INKORPORIERT

VIEH - KOMMISSION - AGENTEN UNION STOCK YARDS OMAHA, NEB.

UNSERE FAZILITÄTEN

- Fachmännische Verkäufer
- Tüchtige Hofleute
- Vorzügliche Hof-Lokationen
- Unsere eigenen „Markt-Kommentare“
- Erfahrenes Office-Personal
- Finanzielle Stärke

UNSERE BEDIENUNG

- Hohe Verkäufe
- Korrektes Gewicht
- Gute Füllungen
- Informationen bis auf den Tag
- Prompte Wechsel
- Darlehen an verantwortliche Leute

**Fortschrittlich — Gefällig
Sicher — Gesund**

Schreiben Sie sogleich um unsere „Market Comments“