

Hans-Dieter Kübler

Volker Barth: Wa(h)re Fakten: Wissensproduktionen globaler Nachrichtenagenturen 1835-1939

2021

<https://doi.org/10.25969/mediarep/15800>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Volker Barth: Wa(h)re Fakten: Wissensproduktionen globaler Nachrichtenagenturen 1835-1939. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 38 (2021), Nr. 1, S. 55–56. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/15800>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Buch, Presse und andere Druckmedien

Volker Barth: Wa(h)re Fakten: Wissensproduktionen globaler Nachrichtenagenturen 1835-1939

Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2020, 362 S., ISBN 9783525370858, EUR 65,-

Mitte des 19. Jahrhunderts entstehen die modernen, professionell agierenden Nachrichtenagenturen. Es sind die vier sich bis in die 1930er Jahre hinein zu den weltweit führenden entwickelnden Agenturen, die Agence Havas (gegründet 1885), die US-amerikanische Associated Press (1846/48), das preußische Wolffs Telegraphisches Bureau (1849) und die britische Agentur Reuters (1851), deren Geschichte, Strukturen, Organisationsformen und publizistisches Agieren im Zentrum dieser Monografie stehen. Mit ihren zahlreichen Austauschverträgen bildeten sie nicht nur ein globales, immer dichteres Netz internationaler Nachrichtenproduktion und -diffusion. Sie prägen auch maßgeblich die Anfänge und Entwicklungen des modernen Journalismus von der Klientel- und Parteipresse über die möglichst neutrale Unterhaltungspresse der Generalanzeiger bis hin zur kommerziellen, sensationsfokussierten Massenpresse. Zudem wussten sich ihre leitenden Akteur_innen den jeweils herrschenden politischen und gesellschaftlichen Verhältnissen, den Kriegen und Krisen gut anzupassen, denn essentielles Ziel war und ist das Verkaufen von Nachrichten an die erreichbare Publizistik.

Dennoch vertraten sie in ihrem Geschäftsmodell unerschütterlich die Maxime, nur ‚pure Fakten‘ zu verbreiten, die noch mit den positiven Attributen der Objektivität, Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Glaubwürdigkeit geschmückt wurden. Auf diese jeweils variierende Prämierung lässt sich der Autor in seinen theoretischen Ausführungen unerklärlicherweise ebenfalls ein, wiewohl sie in der Publizistikforschung längst für obsolet erklärt wurden: Nachrichtenagenturen produzieren Nachrichten, also aktuelle Informationen, weder wahre Fakten noch objektives Wissen, und mit diesen Produkten strukturieren sie die kollektiven Wahrnehmungen bis dahin, dass sie eigene Welten konstruieren.

Getrieben wurde die Nachrichtenproduktion über dieses Jahrhundert hinweg nicht zuletzt von den technischen Innovationen, vom elektrischen Telegrafen, zunächst von einer Vermittlungsstelle zur nächsten, sodann von der Verlegung langer Überseekabel, über die Einführung des Funkverkehrs bis hin zur neuen Radioberichterstattung, und endlich bis zum Telefon mit seinen nun möglichen Simultanberichten; sie verdichteten und beschleunigten auch die wachsen-

den Handelsbeziehungen, so dass sie zusammen weitreichende Globalisierungstendenzen bestärkten. Insofern sieht der Autor seine Arbeit sowohl in der Globalgeschichte als auch in der Mediengeschichte ebenso wie in der Wissensgeschichte verortet (vgl. S.12).

In neun Kapiteln rekonstruiert der Autor die Geschichte, Organisationen und Entwicklungen des modernen Nachrichtensystems anhand von unzählbar vielen Sekundärquellen; Originaldokumente scheint es hingegen nur wenige zu geben. Wiederholt schildert er das trotz politischer Widerstände und ökonomischer Konkurrenzen möglichst intensive internationale Agieren der Agenturen, die in vielen Territorien (zumal in den noch wenig durchdrungenen der neu eroberten Kolonien) auf den Austausch von Nachrichten angewiesen waren, aber oft bleibt auch nur die separate Darstellung der einzelnen Agenturen. Besonders in Krisen- und Kriegszeiten beanspruchten die Regierungen ihre ansässigen Agenturen für nationale, wenn nicht nationalistische Propagandazwecke. Insofern sind die Kapitel über die Kolonialkriege um 1900 und den Ersten Weltkrieg besonders aufschlussreich. Nach ihm wurden viele neue und Spezialagenturen gegründet, in den USA die Konkurrenz zu AP, nämlich United Press International, schon kurz zuvor (1907), die das bis dato sorgsam gepflegte Nachrichtenkartell der großen Vier erschüt-

terten. Dennoch versuchten sie noch einmal, 1918, ihr Austauschbündnis zu erneuern und dafür mit den so genannten *agences alliées* neue Bastionen aufzubauen. Doch sie hielten in der sich weiter diversifizierenden und durch zahlreiche politische Verwerfungen zerklüfteten Nachrichtenwelt nur noch ein gutes Jahrzehnt, bis sich Anfang der 1930er Jahre der Kartellvertrag durch bilaterale, territorial begrenzte und Spartenverträge auflöste. Ein neues Kapitel begann, das der Autor am Ende nur noch anreißt.

Sehr dicht und akkurat, mit zahlreichen Verweisen und Originalzitate n schildert der Autor all diese Entwicklungen, die dadurch plastisch und nachvollziehbar werden. Zu jedem Kapitel einleitend skizziert er obendrein die großen Entwicklungstendenzen, die sich in der Fakten- und Detailfülle mitunter zu verlieren drohen. Ein Personen- und Sachregister erleichtert die schnelle Suche. Doch da wohl keine Originalquellen der Nachrichten vorliegen, bleibt es wesentlich eine Organisations- und Handlungsgeschichte der Agenturen; über ihre Produkte, deren Formen und Inhalte sowie deren Veränderungen im Laufe dieser Zeit kann der Autor nur formale Angaben machen, wie er selbstkritisch einräumt (vgl. S.289f).

Hans-Dieter Kübler (Werther)