

Rainer Kabel

Schenk, Ulrich: Nachrichtenagenturen als wirtschaftliche Unternehmen

1986

<https://doi.org/10.17192/ep1986.4.7118>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kabel, Rainer: Schenk, Ulrich: Nachrichtenagenturen als wirtschaftliche Unternehmen. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 3 (1986), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1986.4.7118>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Ulrich Schenk: Nachrichtenagenturen als wirtschaftliche Unternehmen mit öffentlichem Auftrag, mit einer kritischen Würdigung des ddp.-Berlin: Vistas Verlag 1985, 140 S., DM 25,-

Seit Bestehen der Nachrichtenagenturen hat sich die Wissenschaft nur am Rande mit diesen wichtigen Institutionen für Informationsbeschaffung, Informationsbearbeitung und Informationsverbreitung befaßt. Die kritische Analyse der Massenmedien, ihrer Organisation und ihrer möglichen Wirkungen sieht meist ab von den Nachrichtenquellen und von den Bedingungen der Produktion dort. Daher ist die Arbeit von Ulrich Schenk, die bescheiden "ein Beitrag für eine systematischere und wissenschaftliche Betrachtung der Nachrichtenagenturen und ihrer politischen Funktion" genannt wird, zu empfehlen. Die vorhandene Literatur wird ausgewertet und erörtert.

Die erste Hälfte des Buches handelt von den Organisationsformen, Interessen, Verbreitungsdaten der international tätigen Agenturen, immer im Hinblick auf die Verflechtung mit Staat und Interessengruppen betrachtet. Fünf Agenturen - Associated Press, United Press International, Reuter, Agence France Press, Telegrafnoje Aгенство Sovjetskovo Soyusa - beherrschen mit 80 Prozent der Nachrichtenversorgung den Weltinformationsmarkt. Lediglich Reuters in Großbritannien und die nordamerikanischen Agenturen sind entweder genossenschaftlich oder privatwirtschaftlich verfaßt, während die anderen genannten Weltagenturen staatlich kontrolliert oder finanziert werden. Auch die Deutsche Presse Agentur genießt staatliche Förderung; sie betreibt sogar zusammen mit der Bundesregierung einen eigenen Fernsehnachrichtendienst für das Ausland. Eingehend beschreibt der Autor den 1971 gegründeten Deutschen Depeschen Dienst, der als eine Mitarbeiter-Gesellschaft begann, aber bald gezwungen war, auch finanzkräftige Gesellschafter von außen aufzunehmen.

Im letzten Kapitel versucht der Autor einen Ausblick auf die Einführung neuer Techniken im Bereich der Nachrichtenagenturen, von der er ähnliche Rationalisierungsfolgen erwartet wie im übrigen Pressebereich, insbesondere auch neue Arbeitsweisen der Korrespondenten. Schenks Untersuchung erschließt Neuland für die Publizistikwissenschaft.

Rainer Kabel