

Hans-Dieter Kübler

Jürgen Wilke (Hg.): Agenturen im Nachrichtenmarkt

1994

<https://doi.org/10.17192/ep1994.2.4722>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Jürgen Wilke (Hg.): Agenturen im Nachrichtenmarkt. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 11 (1994), Nr. 2, S. 176–178. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1994.2.4722>.

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.

Jürgen Wilke (Hg.): Agenturen im Nachrichtenmarkt. Reuters, AFP, VWD/dpa, dpa-fwt, KNA, epd, Reuters Television, Worldwide Television News, Dritte Welt-Agenturen

Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag 1993, 309 S., DM 58,-

In einer mehr und mehr vernetzten Welt werden Nachrichten immer zahlreicher, wichtiger - und schneller: Seit dem Golfkrieg heißt Echtzeit die Devise, CNN heimste seither Globalerfolge und -profite ein. Auch hierzulande debütierten Nachrichtenkanäle, allerdings mit geringer, schon wieder schrumpfender Fortune: Infotainment und Soft News scheinen in einer unterhaltungsgetrimmten Medienwelt vorrangig zu reüssieren. Über die Agenturen und Konzerne 'hinter' den Nachrichten, über die Nachrichtensammler und -macher weiß man bis heute wenig, sowohl in der Öffentlichkeit als auch in den dafür zuständigen Wissenschaften. Deshalb ist es sehr zu begrüßen, daß der Mainzer Publizistikwissenschaftler Jürgen

Wilke auf der Grundlage von Diplom- und Magisterarbeiten die wichtigsten Agenturen schrittweise vorstellt und Einblicke in ihre Arbeitsweise wie in ihr Selbstverständnis der Nachrichtenproduktion und -selektion liefert.

Zunächst waren es AP und dpa im Vergleich (vgl. *medienwissenschaft: rezensionen* 1-2/1993, S.74ff.), nun sind es Reuters, AFP, VWD/dpa, dpa-fwt, KNA, epd, Reuters Television News und als Beispiele für Nachrichten in der sog. Dritten Welt die Agenturen, die für und in Lateinamerika im allgemeinen, für und in Mexiko im besonderen arbeiten. Die Analyse-methode, die eine Kombination aus Nachrichtenforschung und Redaktionsforschung anstrebt, wurde in dem ersten Band vorgestellt (s.o.); sie wird nun auf die weiteren Untersuchungsobjekte angewendet, kann allerdings nicht mehr jeweils in jedem einzelnen Schritt überprüft werden: Beschreibung der Geschichte und der Organisation, Vorstellung der Dienste und Leistungen, teilnehmende Beobachtung bei Arbeitsorganisation und -ablauf, Inhaltsanalyse einer meist wöchentlichen Stichprobe, um die Kriterien der Nachrichtenproduktion und -selektion zu erkennen. Das sind im wesentlichen die Schritte, die den LeserInnen eine induktive Vergleichbarkeit der Agenturen und ihrer Angebote ermöglichen. Ein expliziter Vergleich steht für die weitere Forschungsentwicklung noch aus und müßte dann freilich noch tiefer und offensiver in die immer industrieller produzierte Welt der Nachrichten eindringen, müßte die noch eher deskriptiven Kategorien der regionalen Orientierung (Eurozentrismus), des Gouvernamentalismus (Bevorzugung der Exekutive) und des Negativismus (Bevorzugung von Konflikten und Katastrophen) qualitativ mindestens derart weitertreiben, daß die kurante Nachrichtenkritik entweder zurückgewiesen oder bestätigt werden könnte.

In sachlicher, gleichsam medienkundlicher Hinsicht leisten beide Untersuchungen Beachtliches; sie schließen eine gravierende Wissens- und Informationslücke - nicht zuletzt deshalb, weil auch bislang noch nie oder kaum betrachtete Spezialdienste einbezogen werden, die in einer immer diversifizierteren Medienwelt noch relevanter werden. So sind etwa die Spezialdienste für Wirtschaftsinformationen (VWD und dpa-Wirtschaftsdienst) noch kaum hinreichend porträtiert worden; an ihnen läßt sich zugleich zeigen, daß sich die zeitweise üblichen Arbeitsteilungen zwischen klassischer Nachrichtenagentur und speziellem Informationsdienst allmählich auflösen, daß sich die Nachrichtenagenturen ironischerweise wieder ihrer ursprünglichen Funktionen annähern - freilich nun auf umfänglichere und professionellere Art. Am kargen Beispiel des dpa-Wissenschaftsdienstes bestätigt sich erneut die defizitäre, wenn nicht desolante Lage der Wissenschaftsberichterstattung. Die Katholische Nachrichtenagentur und der Evangelische Pressedienst lassen erneut die unterschiedliche Medienauffassung der beiden Konfessionen erkennen - letztlich die Dis-

krepanzen beim Verkündigungsauftrag und bei der weltlichen Informationsfürsorge; leider sind ihre Resonanzen und Erfolge mit den vorliegenden Daten kaum zu evaluieren. An den beiden größten Bild- und Film- bzw. Videoagenturen zeigen die beiden Autoren die ebenso rasanten wie einschneidenden und längst noch nicht abgeschlossenen Veränderungen der Nachrichtenproduktion auf: Am Beispiel der auch hierzulande inzwischen dominanten Privatsender und deren Nachrichtenpräsentation läßt sich erahnen, daß bald die gesamte visuelle Nachrichtenpräsentation komplett und kundengenau, aber eben auch einheitlich aus einer der beiden Konzernen angeliefert werden wird. Nur noch starke, gemeinnützige Anstalten wie ARD und ZDF können sich den Luxus eines eigenen, vielfach besetzten Korrespondentennetzes leisten. Aber wie lange noch?

Selbst in einem Schwellenland wie Mexiko sind die großen Vier der Weltnachrichtenproduktion (Reuters, AP, UPI, AFP) führend, zumindest in der Auslandsberichterstattung. Dagegen kommen die nationalen, staatlichen Nachrichtendienste nicht an - und ebensowenig alle Anstrengungen, für die Dritte Welt eigens Nachrichtenagenturen zu installieren, wie es sie nun mit Prensa Latina, Inter Press Service und den regionalen wie ASIN und ALASEI gibt. Dennoch wollen die beiden Autoren Longin und Wilke das Verdikt vom "strukturellen Imperialismus" (Johan Galtung) für den Nachrichtenmarkt nicht gelten lassen und belegen anhand einer Inhaltsanalyse sechs großer mexikanischer Tageszeitungen, daß die Nachrichtenlage gemäß den genutzten Quellen recht diversifiziert ist und daß auch in Mexiko eher das Prinzip des Regionalismus überwiegt denn das der Dependenz von der ersten Welt, sprich: den USA. Warum die Journalisten dennoch kaum das Angebot der ansässigen Agenturen nutzen, kann nicht hinreichend erklärt werden, läßt sich bestenfalls auf die eingeübten Gepflogenheiten und Auswahlkriterien zurückführen.

Intensive, qualitative Untersuchungen der dominanten wie der marginalen Nachrichtenlagen und ihrer Ursachen bzw. Faktoren wären nun für die weitere Forschung angesagt. Die beiden Bände Wilkes und seiner MitarbeiterInnen liefern dazu ein solides, faktenreiches Fundament. Eine gemeinsame Bibliographie wie ein Register hätten allerdings die angestrebte Vergleichbarkeit sicherlich erleichtert.

Hans-Dieter Kübler (Hamburg)