

Jianming He: Die Nachrichtenagenturen in Deutschland.

Geschichte und Gegenwart

Frankfurt/M., Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Lang 1996
(Europäische Hochschulschriften, Reihe XL „Kommunikationswissenschaft und Publizistik“, Bd. 58), 378 S., ISBN 3-631-49394-0, DM 95,-

Es gilt, eine gut lesbare Überblicksdarstellung zu Geschichte und Gegenwart der Nachrichtenagenturen in Deutschland anzuzeigen. Jianming He hat in seiner Münsteraner Dissertation die Literatur zur Agenturgeschichte aufgearbeitet und um eine Redaktionsbefragung ergänzt.

Die Arbeit gliedert sich in acht Kapitel, Einleitung und Schlußbemerkung. Das zweite Kapitel definiert „Nachrichten und Nachrichtenagentur“, die Kapitel drei bis sechs erzählen die Geschichte der Agenturen von Wolffs Telegraphen-Bureau bis zum nationalsozialistischen Deutschen Nachrichten-Büro. Kapitel sieben beschreibt die Jahre 1945 bis 1949, das achte die Nachrichtenagenturen bis zur Vereinigung. Kapitel neun beschließt mit einer Umfrage „zur gegenwärtigen Situation“ der Agenturen die Darstellung.

Der Autor beklagt auf den ersten Seiten seiner Einleitung die „vernachlässigte“ Erforschung der Agenturgeschichte. Daran muß sich seine eigene Arbeit messen lassen. Leider trägt aber auch Hes Untersuchung auf den ersten 304 Seiten nur wenig zu deren Erforschung bei. Jianming He hat kein Archiv besucht und schöpft alle Kenntnisse aus der von ihm eingangs kritisierten Literatur. Neuigkeiten vermag die Arbeit darum nicht zu bieten. Fehlbezeichnungen – beispielsweise Bismarck als preußischer Kanzler – sind dabei noch verzeihlich. Die Inkonsequenz, kleine Agenturen der Kaiserzeit in Minikapiteln zu streifen, den DIMITAG (Dienst mittlerer Tageszeitungen) der Nachkriegszeit hingegen mit überhaupt keinem Wort zu würdigen, erscheint schon schwerwiegender. Noch unverständlicher ist jedoch, daß der Autor nicht versucht, offenkundige Unstimmigkeiten der Literatur aufzulösen. Statt dessen greift He zu Plausibilitätsargumenten.

Der interessanteste Abschnitt, Hes Befragung der Redaktionen, ergänzt Studien wie die von Resing und Höhne (Bonn 1993). Leider ist das Kapitel sehr kurz behandelt. Befragt wurden 198 Redaktionen der Tages- und Wochenpresse und der Rundfunk- und Fernsehanstalten. Von diesen beteiligten sich 162. Mithin erreichte He die gute Rücklaufquote von über 80 Prozent. Jianming He erfaßt damit zwar nicht die gegenwärtige Situation des Journalismus in Deutschland, gelangt aber durchaus zu aussagekräftigen Feststellungen über Ansehen und Nutzwert der Agenturen für den Journalismus.

In der Deutung unterlaufen ihm allerdings auch hier merkwürdige Fehlerurteile: So stellt er fest, daß dpa einerseits als zuverlässigste Agentur angesehen wird, sich bei ihr andererseits überdurchschnittlich häufig die Notwendigkeit der Nachrecherche stelle (S.322-324). He bemerkt dazu: „Man kann die scheinbare Diskrepanz nur insofern erklären, als die Notwendigkeit der Nachrecherche nicht als generelles In-

diz für Zuverlässigkeit, sondern eher als journalistische Routine und Notwendigkeit, jede einzelne Meldung zu überprüfen, empfunden wird. Auch bei der zuverlässigsten Nachrichtenagentur muß gelegentlich nachrecherchiert werden.“ (S.324) Die entscheidende Variable hingegen nennt He nicht: Das Interesse der deutschen Journalisten, über Inlandsvorgänge möglichst differenzierte Informationen zu erhalten. Nicht mangelndes Vertrauen in die dpa, sondern Interesse an Zusatzinformationen ist der Grund. Gleichwohl mildert gerade dies letzte Kapitel den Eindruck, der sich auf den ersten 300 Seiten zunehmend verfestigte: ein gut formuliertes Literaturexzerpt zu lesen.

Rudolf Stöber (Dresden)