



Der Journalismus zweiten Grades

Entstehung und Standardisierung der telegrafischen Agenturdepesche als neues journalistisches Format in der deutschen und französischen Presse des 19. Jahrhunderts

Mitte des 19. Jahrhundert entstand ein neues journalistisches Format, das zunehmend seinen Platz in den Zeitungen fand: die telegrafische Agenturdepesche. *Was war dieses neue und scheinbar unspektakuläre Objekt, das einen starken Einfluss auf den Journalismus seiner Zeit ausübte und aus welchen Gründen schrieben ihm Journalisten eine besondere Wichtigkeit zu?* Zur Beantwortung dieser Frage wurde einerseits die Geschichte der Nachrichtenagenturen des 19. Jahrhunderts analysiert. 1832 gründete Charles Havas sein Übersetzungsbüro, das er 1835 in die weltweit erste Nachrichtenagentur umwandelte. Bernhard Wolff folgte 1849 mit der Gründung seines Büros (Wolff's Telegraphisches Bureau) in Berlin, Julius Reuter gründete sein Büro 1851 in London. In den folgenden Jahren kooperierten die drei großen europäischen Nachrichtenagenturen und legten 1859 den Grundstein für eine internationale Zusammenarbeit, indem sie internationale telegraphische Nachrichten untereinander austauschten und sich gegenseitig das Monopol der telegrafischen journalistischen Depesche auf ihren jeweiligen Territorien zusicherten, um auf diese Weise einen de-saströsen Konkurrenzkampf zu vermeiden und gemeinsam am Ausbau des telegraphischen Netzes zu arbeiten. Im Rahmen der Dissertation stehen vor allem auf die Agence Havas in Frankreich und Wolff's Telegraphisches Bureau in Preußen im Vordergrund.

Andererseits wurde auf die Entstehung und Entwicklung der telegrafischen Depesche als neues journalistisches Format eingegangen, das sich auf der Schnittstelle von Politik, Wirtschaft und Journalismus befand. Die methodische Herangehensweise – eine Kombination aus *Histoire croisée*¹, Diskursanalyse, Semiotik und digitaler Textanalyse – sowie der Blick auf verschiedene Analyseebenen ermöglichten die telegrafische Depesche in ihren verschiedenen Kontexten und Dimensionen zu fassen: als transkulturelles Objekt, als Produkt internationaler Unternehmensstrategien und internationalem Informationsaustausch, als Resultat von lokalen und transnationalen Übersetzungsprozessen sowie unter dem Einfluss von politischen und wirtschaftlichen Interessen und von journalistischen Standards.

Die Arbeit ist international auf mehreren Ebenen: Der Untersuchungsgegenstand setzt sich aus deutschen und französischen journalistischen Texten zusammen, die Literatur ist mehrsprachig (deutsch, englisch, französisch), die theoretische Verankerung erfolgt sowohl in der deutschsprachigen als auch in der französischen Kommunikationswissenschaft. Trotz der vielen Unterschiede zwischen der sozialwissenschaftlich-deutschen und der literaturwissenschaftlich-französischen Tradition, die immer wieder genannt werden, kann von einer Komplementarität der Ansätze ausgegangen werden.² Auf deutscher Seite soll eine mögliche Antwort geboten werden auf die Forderung Günter Benteles, der 1981 einen Einbezug der semiotischen Sichtweise in die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft forderte. In 13 Kapiteln wurden verschiedene theoretische Ansätze gewählt, um den vielen Facetten der telegrafischen Depesche gerecht werden zu können: u.a. die Repräsentationsphilosophie von Louis Marin, die französische Schule zum Intertextualitätsbegriff, die Schriften von Friedrich Kittler zum Technikbegriff, Bruno Latours Netzwerk-begriff, die Arbeiten von Paul Ricœur und Hartmut Rosa zum Zeitbegriff, die Arbeiten von Jürgen Habermas zur Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert, der Ansatz der Mediatisierungsforschung, die Arbeiten von Andreas Hepp zur Me-

¹ Vgl. Michael Werner und Bénédicte Zimmermann, „Vergleich, Transfer, Verflechtung. Der Ansatz der *Histoire croisée* und die Herausforderung des Transnationalen“, *Geschichte und Gesellschaft*, 2002/4, S. 607-636.

² Vgl. Stefanie Auerbeck-Lietz, *Kommunikationstheorien in Frankreich. Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication (SIC) 1975-2005*, Berlin: Avinus, 2010.

dienkultur und zur transkulturellen Kommunikation sowie die Arbeiten von Frank Esser zur transnationalen Journalismusforschung. Aber auch deutsch- und französischsprachige Werke zur Presse- und Fachgeschichte wurden zurate gezogen.

Die telegrafische Entdeckung der Welt sowie die Beschleunigung der Kommunikation waren zwei herausragende Elemente des telegrafischen Textes. Die drei großen Abschnitte der Dissertation – Repräsentation des Auslands, Imagination der Technik, Organisation des Netzwerkes – beschreiben unterschiedliche Perspektiven dieser Ort-Zeit-Beziehung und tragen dazu bei, die telegrafische Poetik besser begreifen zu können.

Trotz der historischen Unterschiede des Journalismus in Frankreich und Deutschland kann eine gemeinsame Geschichte in Bezug auf die telegrafische Depesche rekonstruiert werden, wobei die Entwicklung des neuen internationalen Formats durch die Zusammenarbeit zwischen den Agenturen vorangetrieben wurde. Die Korrespondenten schrieben nicht für eine bestimmte Zeitung oder eine bestimmte Leserschaft, sondern schrieben innerhalb eines Agentursystems. Dabei repräsentierten die Agenturdepeschen das Ausland nicht als eine Sammlung mehrerer Länder, sondern als eine Einheit, als eine Utopie, als eine Figur des Auslands. Sie wurden zu einem emergenten Konzept, ein abstraktes Ganzes, das sich erst in der Summe der einzelnen Elemente herausbildete. Darüber hinaus stellte das Format der telegrafischen Depeschen einen Rahmen dar, ein neues Fenster zur Welt und veränderte auf diese Weise den Blickwinkel der Zeitgenossen. Es präsentierte nicht nur Objekte und Ereignisse in verschiedenen Ländern, sondern organisierte sie in einem neuen Kontext, in dem die Zurschaustellung des Produktionsprozesses wichtiger erschien als der Inhalt.

Die telegrafische Depesche als neues Schreibformat hatte im Vergleich zu anderen journalistischen Formaten eine ganz eigene Entwicklung. Die meisten journalistischen Formate entwickelten sich über Jahrzehnte hinweg, bevor sie ihre endgültige Form erreichten. Sobald der Telegraf hingegen für den privaten Gebrauch geöffnet wurde, existierte die telegrafische Depesche als journalistisches Format in den Zeitungen. Die Journalisten mussten parallel zur Berichterstattung über die Telegrafie ihren Gebrauch innerhalb der Redaktion erfinden und ihr einen journalistischen Wert zuweisen. Die Telegrafie übernahm eine Doppelrolle in der journalistischen Arbeit: Einerseits war sie technisches Mittel zur Nachrichtenübermittlung, andererseits trug sie zur Transformation des journalistischen Diskurses bei. Die Integration der Telegrafie in den Pressediskurs führte zu einem journalistischen Schreiben *par excellence*. Auch wenn die Agenturen nicht von Journalisten gegründet wurden und auch nicht nur journalistische Ideale verfolgten, repräsentierten die Agenturdepeschen journalistische Objektivität, einschließlich der exakten Dokumentation der Nachrichtenwege. Der telegrafischen Depesche wurden journalistische Werte zugeordnet: kurz, neutral, objektiv und wahr. Diese Werte wurden ebenso und besonders im Kontext der Auslandsberichterstattung genutzt, sodass durch diese neue Art des journalistischen Schreibens ein neuer Charakter der internationalen Information entstand.

Auch wenn die Geschichte des Journalismus meistens in nationalen kulturellen Rahmen geschrieben wird und nationale Eigenheiten hervorgehoben werden, so unterstreicht das internationale Zirkulieren der Agenturdepeschen die Wichtigkeit die Perspektive zu erweitern und Platz für die Analyse internationaler Praktiken und einer internationalen Logistik zu schaffen. Denn eine eingehende Analyse der Depeschen in Deutschland und Frankreich zeigt, dass nationale Grenzen nicht immer ausschlaggebend waren für die Nachrichtenverbreitung. Details in der Nachrichtenpräsentation lassen darauf schließen, dass nationale Grenzen und Nachrichtenverteilung nicht deckungsgleich waren und dass letztere durch sprachliche Barrieren nicht aufgehalten wurde. Die Depeschen waren „Mikroformen“³, Passepartouts, die gleichzeitig in verschiedenen Ländern entstanden. Zwischen nationalen Erwartungen und internationalen Standards entstanden sie als transkulturelle Objekte, die sich den verschiedenen journalistischen und kulturellen Kontexten aufdrängten. Ebenso begleitete ein grenzüberschreitender ironischer, kritischer, enthusiastischer Metadiskurs zur Telegrafie die Entstehung und Entwicklung der telegrafischen Depesche, wobei diese „Transtextualität“⁴ das neue Format prägte und mitgestaltete.

³ Guillaume Pinson, *La culture médiatique francophone en Europe et en Amérique du Nord. De 1760 à la veille de la Seconde Guerre mondiale*, Laval: Presses de l'Université Laval, 2016, S. 15.

⁴ Gérard Genette, *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris: Éditions du Seuil, 1982, S. 7.

Ein neues und innovatives Schreibformat, das den geografischen Horizont der Zeitungen hätte erweitern können (schnellere Informationen von weiter entfernt) und emblematisch war für den Fortschritt auf dem Pressemarkt, führte genau genommen zur Verringerung der „kritischen Publizität“⁵. Die neuen Akteure, die den öffentlichen Raum mitgestalteten, wurden nicht mehr von den Idealen der Aufklärung geleitet; der Charakter der Öffentlichkeit war ein anderer und die telegrafischen Depeschen waren sowohl Teil des Systems als auch dessen Ergebnis. Die Agenturen trugen durch die Verminderung der kritischen Publizität zur „Refeudalisierung der Öffentlichkeit“⁶ bei.

Die Analyse eines neuen Mediums, des Telegrafen, ermöglichte eine Genealogie der politischen Kommunikation aufzuzeigen und die Wurzeln bestimmter Machtbeziehungen zu hinterfragen, die bis in heutige Mediensysteme Bestand haben. Der Telegraf trug zur Bündelung von Macht in den Händen einer kleinen Minorität bei: Politiker, militärische Akteure, Telegrafengesellschaften und Nachrichtenagenturen. Die große Mehrheit der Zeitgenossen hatte keinen Einfluss auf telegrafische Praktiken und musste sich mit den getroffenen Entscheidungen arrangieren. Die Essenz des Telegrafen war weniger der Inhalt der Nachricht, sondern vielmehr die Eigenschaft durch eine ausgefeilte Organisationsstruktur ein System zu schaffen.

Die Arbeit trägt zu einem besseren Verständnis eines journalistischen Formats bei, das nicht nur auf beiden Seiten des Rheins geschrieben und gedacht wurde, sondern auch eine Mittlerrolle zwischen den beiden Presselandschaften innehatte. Als ein transkulturelles Objekt ging die telegrafische Depesche über nationale Grenzen hinaus und repräsentierte eine internationale Dynamik, die es weiter zu hinterfragen gilt, nicht nur im Kontext der Telegrafie, sondern auch im Journalismus im Allgemeinen.

⁵ Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1990, S. 224.

⁶ *Ibid.*, S. 292.