

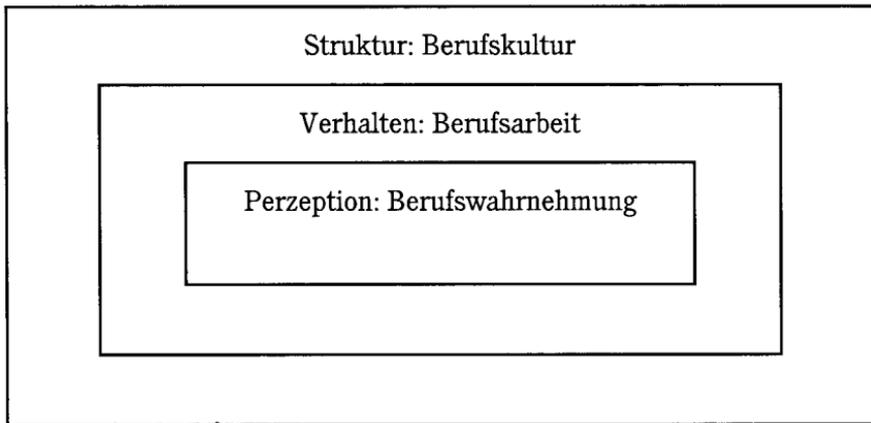
Ulrich Saxer

Journalisten und PR-Spezialisten: Siamesische Zwillinge oder feindliche Geschwister?

Das Verhältnis zwischen Journalisten und PR-Leuten ist so komplex und widersprüchlich, dass zu seiner Charakterisierung selbst die Kommunikationswissenschaft sich gern mit Metaphern behilft. Diejenige von den „siamesischen Zwillingen“ wurde wohl zum ersten Mal 1992 von Günter Bentele in den wissenschaftlichen Diskurs eingebracht, unterstreicht allerdings das Zwanghafte dieser Beziehung so sehr, – bekanntlich wird immer wieder versucht, chirurgisch die Betroffenen von einander zu (er-)lösen –, dass dieser hier zusätzlich abmildernd auch als derjenigen von „Geschwistern“, „feindlichen“ zwar, nachgefragt wird.

Dass hier ein elementares und zugleich verwirrend unübersichtliches Spannungsfeld gegeben ist, zeigt sich denn auch darin, dass sich die Kommunikationswissenschaft fortgesetzt schwer tut, dieses analytisch zu durchdringen. Dieses wird darum hier einmal konsequent unter einer berufssoziologischen Perspektive anvisiert, weniger in der Hoffnung, die Kontroversen damit zu schlichten, als mit der Absicht, diese in einem weiteren Bezugsrahmen zu positionieren und damit Bezüge in den Vordergrund zu rücken, die in einer stärker an den psychologischen Mechanismen orientierten Deutung dieses Verhältnisses verdeckt bleiben.

Berufssoziologischer Bezugsrahmen



Entsprechend wird eine Darstellung gewählt, die vom Allgemeinen zum Speziellen, nämlich den konträren Berufswahrnehmungen fortschreitet

und so diese und auch die wissenschaftlichen Kontroversen nachvollziehbar macht. Dem dient auch das von der Massenkommunikation übernommene Lead-Verfahren, die vorgängige Zusammenfassung eines jeden Analyseschritts als sogenannter „advance organizer“ zum Zweck der Fokussierung des komplexen Sachverhalts und der Aufmerksamkeit auf diesen in eine These und deren nachfolgende Explikation.

1. Berufssoziologische Perspektive

Die Beziehungen zwischen PR und Journalismus werden in der Publizistik-/Kommunikationswissenschaft kontrovers interpretiert als deterministisch oder intereffektiv; als gesellschaftsdienlich oder parasitär; als realitäts- oder fiktionsorientiert. Dass Macht, Moral und Realität als zentrale Kategorien in dieser Gegenüberstellung aufscheinen, bezeugt eine stärker berufsideologische denn eine berufsanalytische Optik, die theoretisch wenig entwicklungsfähig ist. Zudem ist sie insgesamt journalismuszentriert, was eine ganzheitliche Erfassung dieses Interaktionsfeldes erschwert. Eine berufssoziologische Perspektive garantiert am ehesten dessen isomorphe und ausreichend komplexe theoretische Modellierung auf der Makro-, Meso- und Mikroebene. Diese impliziert zugleich einen Theorienpluralismus und schliesst mithin eine einseitig system- oder akteurstheoretische Interpretation dieser intra- und interberuflichen Beziehungen aus.

Auffällig am State of the Art in diesem Feld ist, dass die Selbst- und Fremdwahrnehmungen der beiden Berufsgruppen kommunikationswissenschaftlich eher registriert denn in ihrer Gegensätzlichkeit begründet werden. Dies hängt in erster Linie damit zusammen, dass die Kommunikationswissenschaft primär Prozesse und Strukturen sekundär anvisiert und als Publizistikwissenschaft sowie von ihrer ganzen Fachgeschichte her zudem massgeblich Journalismuswissenschaft (Journalistik) ist, die ihre Optik nur zögerlich auf weitere Öffentlichkeitsberufe ausgeweitet hat. Dadurch erhalten berufsideologisch motivierte Ab- und Ausgrenzungsstrategien auf Kosten struktureller Gemeinsamkeiten in der Theorienbildung vergleichsweise viel Gewicht. Trotz intensivierter systematischer kommunikationswissenschaftlicher Berufsforschung referiert diese noch kaum auf integrative Konzepte wie „Öffentlichkeitsberufe“. All dies hat zur Folge, dass die vergleichende kommunikationswissenschaftliche Berufsforschung ungeachtet einiger Fortschritte sich immer noch weitgehend als desintegriertes Feld präsentiert. Und zur weiteren Klärung der im Titel dieses Beitrags angesprochenen Problematik ist eben eine berufssoziologische Perspektive dienlich, weil sie den Vergleich zwischen Journalisten und PR-Leuten umfassend zu systematisieren und die

dazu kursierenden kommunikationswissenschaftlichen Lehrmeinungen zu positionieren hilft.

Im Einzelnen verdienen unter den Letzteren die folgenden vier Orientierungen die Hauptaufmerksamkeit, weil entlang ihnen der diesbezügliche kommunikationswissenschaftliche Diskurs besonders intensiv und auch kontrovers strukturiert wird. Freilich handelt es sich hierbei nur um akzentuierende und nicht um kategoriale Unterscheidungen, da in diese Orientierungen regelmässig auch Elemente von anderen einfließen:

1.1. *Kausalitätsorientierung*: Bei dieser dominierte lange die Determinationsthese, denn empirisch wurde sozusagen die Kolonialisierung des Journalismus durch Öffentlichkeitsarbeit nachgewiesen (Baerns 1985). Dieser Befund, da so völlig konträr zu ihrem professionellen Selbstverständnis, erregte nicht nur unter den Journalisten selber, sondern auch in der journalismuszentrierten Kommunikationswissenschaft grosses Aufsehen und auch Widerspruch. Im Folgenden wurde die These differenziert, im Lichte gegenseitiger Anpassungsprozesse zwischen den beiden Berufen relativiert, und schliesslich ebnet das anstelle der Determinationsthese von Bentele/Liebert/Seeling 1997 entwickelte gleichgewichtsgeprägte Intereffikationsmodell die interberuflichen Relationen zwischen Journalisten und PR-Spezialisten völlig ein, was diesem wiederum von Seiten Susanne Fengers und Stephan Russ-Mohls den Vorwurf einträgt, den „fortdauernden Machtkampf“ zwischen diesen „harmonistisch wegzuzaubern“ (Fengler/Russ-Mohl 2005, S. 161). An solch unvereinbaren Interpretationen dieser Beziehung wird die Unverzichtbarkeit einer umfassenden Perspektive offenkundig.

1.2. *Systemorientierung*: Diesen Anspruch erheben systemtheoretisch abgestützte Analysen des Verhältnisses zwischen Journalismus und PR. Dieser ist freilich keineswegs unumstritten. So argumentiert zwar auch der Intereffikationsansatz system-, vorrangiger aber akteurstheoretisch und wird von Martin Löffelholz zugunsten eines konsequenter systemtheoretischen Interpretationsansatzes hintangestellt (Löffelholz 2000, S. 194ff.) Jedenfalls setzen sich im kommunikationswissenschaftlichen Diskurs komplexere Vorstellungen über ein Komplementärverhältnis der beiden Systeme (Schantel 2000, S. 77) bzw. Berufe gegen den umfassenden Erklärungsanspruch der Determinationsthese durch. Lothar Rolke leitet systemtheoretisch sogar „Die gesellschaftliche Kernfunktion von Public Relations“ ab und bringt das strittige Verhältnis auf das Fazit: „PR-Manager und Journalisten bilden system-konstitutiv eine antagonistische Kooperation von Partnern, die unterschiedlichen Funktionsimperativen verpflichtet, aber in ihrer Arbeit strukturell aufeinander angewiesen sind“ (Rolke 1999, S. 440). Ihn kanzelt allerdings Michael Kunczik als konservativen Rechtfertigungsideologen von PR ab, der zudem dazu

neige, einen „banalen Sachverhalt sprachlich zu verkomplizieren“ (Kunczik 2001, S. 429), und überhaupt nach dem Motto argumentiere: „If you can't convince them, confuse them.“ Der wissenschaftliche Diszens über das schwierige Zwilling- bzw. Geschwisterpaar kann sich mithin bis zur Polemik steigern.

1.3. *Funktionalitätsorientierung*: Prominent wird in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft diese, von Rolke gleichfalls vertretene Orientierung von Franz Ronneberger und Manfred Rühl in ihrer „Theorie der Public Relations“ 1972 formuliert, und zwar in radikaler Abkehr von der überkommenen kommunikationswissenschaftlichen Journalismuszentrierung. Entsprechend wird Öffentlichkeitsarbeit von ihnen unter dieser funktionalistischen Perspektive als gesellschaftsdienlich, nämlich integrationsförderlich, beurteilt. Und wiederum fehlt es an der PR-kritischen kommunikationswissenschaftlichen Gegenposition nicht, indem Joachim Westerbarkey diese, freilich aus einer gesellschaftstheoretisch weniger breit elaborierten Position heraus, als essentiell parasitäres Strategiesystem interpretiert (Westerbarkey 1995, S. 160), das anderswo, namentlich durch Journalismus, generiertes Vertrauen für ihre partikularen Zwecke ausbeutet.

1.4. *Kulturorientierung*: Vom Parasiten zum Komplizen liesse sich eine vierte Position journalistisch zugespitzt charakterisieren, die bezüglich der Journalismus-PR-Relation eingenommen wird, und zwar bezeichnen-derweise von einem hochrangigen PR-Praktiker mit theoretischen Interessen: Klaus Kocks (2001) sieht stärkste Gemeinsamkeiten, kulturelle Konvergenz der zwei Berufe, weil diese ständig professionell Medienrealität gestalten, unablässig die „Panfiktionalisierung“ der gesellschaftlichen Wirklichkeit vorantreiben. Von beiden, Journalisten wie PR-Spezialisten, werden dauernd Geschichten erzählt, für die Publika gesucht werden, und beider Klientel sind (Teil-)Öffentlichkeiten, die für Narratives empfänglich sind, aber - bitte! - mit Bezügen zu ihrer Lebenswelt. Diese Sicht auf das Verhältnis zwischen diesen beiden Berufen verstösst freilich radikal gegen deren offizielles Selbstverständnis und ist auch mehr eine kultur- als eine kommunikationswissenschaftliche. Umso mehr erhellt sie dafür die in ihnen tatsächlich praktizierte Berufskultur.

Das Konzept der Berufskultur, eingefügt in eine umfassende berufssoziologische Perspektive, verspricht denn auch am ehesten eine Überwindung des fortdauernden kommunikationswissenschaftlichen Patts in der Deutung des Verhältnisses von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Beides liegt auch auf den Linien bereits integrativerer Interpretationen desselben in diesem Diskurs. Wissenschaftliche Modellierungen haben ja, so die elementaren wissenschaftstheoretischen Anforderungen an solche, ihrem Beobachtungsgegenstand mit ihren Grundstrukturen zu

entsprechen, isomorph und mithin auch analog komplex angelegt zu sein. Für die adäquate kommunikationswissenschaftliche Formulierung des Verhältnisses von Journalisten und PR-Journalisten heisst dies, dass sie dieses auf der gesellschaftlichen Makro-, Meso- und Mikroebene erfassen und sich dementsprechend auf verschiedene Theorien abstützen muss. Die berufssoziologische Perspektive, die im Folgenden weiter entwickelt wird, erfüllt weitgehend diese Forderung.

2. Berufskulturen

Journalisten und PR-Spezialisten denken und handeln im Kontext unterschiedlicher Berufskulturen, aber im gemeinsamen Feld der Öffentlichkeitsberufe. Die länger, autonomer und stabiler institutionalisierte journalistische Berufskultur entwickelt sich indes geordneter als die vielfältiger und noch widersprüchlicher konditionierte der PR. Das berufliche Selbst- und Fremdverständnis bzw. -bild in optimaler Form zu konsolidieren ist aber für beide Öffentlichkeitsberufe ein Erfordernis nicht nur für das effiziente Operieren der in ihnen Tätigen, sondern für die beiden Berufe und ihren Geltungsstatus überhaupt. Daraus erwächst ihnen freilich auch die berufspolitische Notwendigkeit, Identität und Profil - auch gegeneinander - zu gewinnen und zugleich ihre sachgegebene Symbiose zu optimieren.

Unter dem Konzept „Berufskultur“ wird das Insgesamt der für einen Beruf typischen und konstitutiven Werthaltungen, Normen, Orientierungen, aber auch Aktivitäten und Organisationen zusammengefasst, die seine Identität und die der in ihm Tätigen definieren. Daraus resultieren charakteristische Sozialisationspraktiken, Karriere-, aber auch Perzeptionsmuster, Urteile und Vorurteile also. Berufskulturen bilden mithin auch je nachdem mehr oder minder strukturierte und verbindliche Lebenswelten. Dieser Kriterienkatalog ist indes in keiner Weise abschliessend, handelt es sich doch eben um einen integrativen, transdisziplinär nachvollziehbaren und daher vergleichsweise unscharfen Begriff.

Dementsprechend können noch weitere Merkmale aufgeführt werden, gemäss denen Berufe sich unterscheiden oder gerade nicht. Schon diese Auswahl verdeutlicht ja, wie sehr sich die Berufskulturen von Journalismus und PR überlappen, sodass Abgrenzungsversuche, wie sie von deren berufspolitischen Repräsentanten unternommen werden, ebenso sehr verwirren wie klären. Der Vergleich der beiden Berufskulturen aufgrund dieser Kriterien zeigt denn auch, dass diese, wie analog PR und Werbung, erst zum Teil unterschiedliche Strukturen ausdifferenziert haben (Röttger/Hoffmann/Jarren 2003, S. 22ff.). Und dies hilft eben, die ganzheitliche berufssoziologische Perspektive zu erkennen.

Am deutlichsten unterscheiden sich idealtypisch Journalismus und PR in ihrer Normativität, und zwar in der Art und der Intensität ihrer beruflichen Eigen- und Fremdnormierung. Wohl beruft man sich in beiden Berufen auf gemeinwohldienliche Aspekte des eigenen Tuns; aber in der Fundierung ihrer Normativität unterscheiden sich die beiden Berufskulturen, zumindest idealtypisch, elementar. Ungeachtet aller ihrer Abhängigkeiten hat ja die journalistische Berufskultur im Zuge der gesellschaftlichen Demokratisierung ein sehr beträchtliches Maß an Autonomie, also an Selbstnormierung gewonnen, während die PR als Kommunikationsstrategie wohl zum hochkomplexen Strategiekonglomerat expandiert haben, aber trotzdem Auftragskommunikation bleiben und in diesem Sinn anders und vor allem verbindlicher als der Journalismus fremdnormiert. Dies setzt die PR-Spezialisten unter viel stärkeren Druck, unterschiedlichen normativen Erwartungen zu genügen als Journalisten. Öffentlichkeitsarbeiter müssen ja die unterschiedlichen Normen ihrer Auftraggeber mit den gleichfalls divergenten Normen der Teilöffentlichkeiten, die sie anvisieren, in eine optimale Beziehung bringen. Das Problem der Normkompatibilität (Saxer 1994, S. 201ff.) ist mithin für sie von erheblich größerer Tragweite als für die Journalisten, die davon für sich selbst öffentlich so viel Aufhebens machen.

Viel weniger idealtypisch unterscheidbar als ihre berufskulturelle Normativität ist die gesellschaftliche Position von Journalismus und PR in Bezug auf die Funktionssysteme der Wirtschaft, der Politik und der Kultur, wiewohl es auf dem untersten Argumentationslevel nicht an populären gegenseitigen Attributierungen im Stile von „Politideologen“ versus „Kommerzheinis“ mangelt. Zu vielseitig differenzieren und stützen sich indes die zwei in der Neuzeit überaus expansiven Berufe gesellschaftlich ab, als dass sie durch solch einfältig polemische Zuweisungen irgendwie valide positioniert werden können, umso weniger als sich ihre gesellschaftliche Verortung mit dem Wandel der Gesellschaft ständig ändert. So ist die Ökonomisierung des Journalismus insgesamt unbestritten und seine zunehmende Durchdringung mit PR-Elementen, gegenläufigen Beteuerungen zum Trotz, gleichfalls nicht zu leugnen, aber andererseits gibt es auch den nach wie vor politik- und auch hochkulturnäheren Journalismus der Qualitätspresse und den qua Medienrecht einigermaßen PR-freien Nachrichtenjournalismus des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks. Und PR-Spezialisten wiederum engagieren sich bekanntlich nicht nur für Profit-, sondern auch für Nonprofitorganisationen. Berufssoziologisch lassen sich somit auf der gesellschaftlichen Makroebene stärkere Überlappungen der zwei Kulturen als auf der Meso-Ebene ihrer Organisation erkennen.

Entsprechend differieren die Arbeitsorte und Organisationen, an und

in denen Journalismus und PR praktiziert werden: Medien oder andere Unternehmungen bzw. Institutionen, Redaktionen oder Agenturen. Dass in der Öffentlichkeitsarbeit schwergewichtig auch redaktionell gearbeitet wird, durchkreuzt allerdings auch diese idealtypische Zuordnung. Es ist eben „die interne Operationsweise (von PR) noch nicht stabilisiert“ (Dernbach 2002a, S. 145).

Freilich muss hier einmal mehr darauf hingewiesen werden, wie sehr das Feld der Öffentlichkeitsberufe im Umbruch begriffen ist. Dies zeigt sich vor allem auch an rasch wechselnden Anforderungen an den Professionalisierungsgrad der in ihm Tätigen. Daraus entwickeln sich neue, aber noch wenig generalisierbare Karrieremuster, veränderte Abdichtungen und Durchlässigkeiten zwischen Journalismus und PR. Unerlässlich ist es jedenfalls, zwischen PR-Beauftragten und -Experten karriere-mässig zu differenzieren, und ebenso fallen die Unterschiede zwischen staatlicher und unternehmerischer Öffentlichkeitsarbeit ins Gewicht (Röttger/Hoffmann/Jarren 2003, S. 190), was wiederum unterschiedliche Berufswege impliziert. Immerhin gilt wohl nach wie vor, dass Sozialisation in Medienredaktionen effizienter für PR-Karrieren qualifiziert als ein beruflicher Werdegang in der Öffentlichkeitsarbeit für eine journalistische Laufbahn. Ebenso ist die interberufliche Mobilität zwischen Journalismus und PR immer noch beachtlich. Dies führt zumal bei Journalisten, vor allem wenn diese auch noch nebenberuflich PR-Mandate wahrnehmen, zu normativen Unstimmigkeiten, switchen diese doch gewissermaßen zwischen Gemeinwohlverpflichtung und partikulärer Interessenbindung hin und her und gefährden so ihre Glaubwürdigkeit.

Gesamthaft ergibt also der Strukturvergleich zwischen den zwei Berufskulturen ähnlich viele Gemeinsamkeiten wie Unterschiede. Berufspolitisch ist es aber sowohl für die Rekrutierung und Sozialisation des Nachwuchses als auch für den Status und die Geltung des Berufs, zumal in Medien- bzw. Informationsgesellschaften und erst recht für Öffentlichkeitsberufe, wesentlich, ein möglichst professionelles Selbst- und Fremdverständnis bzw. -bild in optimaler Gestalt zu entwickeln, zu konsolidieren und kundzutun. Die Bemühungen von Repräsentanten der beiden Berufe, klare Identitäten, unverwechselbare Profile für diese zu konstruieren und leicht fassbare, attraktive Images für diese in der Öffentlichkeit zu erwirken, können unter diesen Umständen nur sehr bedingt überzeugen. Auch die Wissenschaft vermag ja, wie deutlich geworden ist, diese strukturellen Unschärfen nicht zur Klarheit zu profilieren, auch systemtheoretisch nicht (Röttger/Hofmann/Jarren 2003, S. 22ff.), sondern diese nur zu registrieren und die Perspektive vom strukturellen Level der Berufskultur auf den prozessualen zu erweitern, den der Berufsarbeit.

3. Berufsarbeit

Die Arbeit von PR-Spezialisten wie von Journalisten betrifft letztlich das gleiche, nämlich Kommunikationsprobleme von Klienten, nur sind entsprechende Erwartungen in der PR-Arbeit ungleich präsenter als in der journalistischen. Anders als jene müssen Journalisten kaum Anschlusskommunikation garantieren, und darum steht für sie nicht Normenharmonisierung wie bei jenen im Vordergrund, vielmehr die Repräsentation von Normkonflikten. Komplementarität charakterisiert denn auch primär ihre Arbeit, wechselseitige, aber durchaus spannungsreiche Interdependenz, namentlich bei der Ereignisgenerierung und -verarbeitung, symbiotisch bei der Recherche und labilisiert bei der Krisenkommunikation. In paradoxer Weise gleicht sich schliesslich beider Berufsarbeit, als diese die Welt öffentlich beobachtet und zugleich fiktionalisiert.

Auch die Aktivitäten von Journalismus und PR überlagern sich teilweise, komplementieren oder konkurrieren sich. Je konkreter die gelebte Berufsrealität, eben die dort geleistete Arbeit analysiert und verglichen wird, desto vielfältiger, dichter, aber auch spannungsreicher präsentiert sich das Beziehungsnetz zwischen und über diesen beiden Berufen. Das Gemeinsame all dieser Tätigkeiten ist letztlich, dass diese, weil im Rahmen von Öffentlichkeitsberufen ausgeübt, Kommunikationsprobleme von Klienten lösen sollen. Die im Kapitel 2 analysierten Berufsstrukturen bzw. -kulturen zeitigen je andere oder eben gleiche Problemlösungsstrategien von Journalisten und PR-Spezialisten, und das interberufliche Verhältnis dieser Strategien und derjenigen, die sie praktizieren, variiert je nach Situation sehr stark. Die im Kapitel 1 vorgestellten kommunikationswissenschaftlichen Hauptorientierungen kommen erst auf dieser Analyseebene wirklich zum Tragen.

Geht man von der gängigen Annahme aus, Kennzeichen erfolgreicher Kommunikation sei, dass sie Anschlusshandeln, möglichst intentionsgerechtes, auslöst, so wird auf dem prozessualen Level noch einmal der elementare Unterschied zwischen den PR als Auftragskommunikation und journalistischer als unverpflichteter Kommunikation deutlich. Nachrichten, etymologisch zwar dasjenige, wonach man sich richten soll, sind ja in Gestalt von News einfach journalistische Informationsofferten, nach denen man sich mehrheitlich gerade nicht richten muss. Der Kampagnenjournalismus bildet da die Brücke zu den PR, die grundsätzlich auf Anschlusshandeln angelegt sind. Der Fähigkeit öffentlicher Normenharmonisierung, einer zentralen Voraussetzung von PR-Professionalität, bedürfen also nur Praktiker von anwaltschaftlichem Journalismus. In diesem Fall ist mithin Strategieparallelität von PR zum Journalismus gegeben, aber eben nur zu einem speziellen Segment des-

selben.

Die Problemlösungspraxis der Informationsjournalisten, der Repräsentanten des Mainstreamjournalismus also, steht hingegen zu derjenigen der PR-Spezialisten in erheblich komplexeren und auch sehr variablen Beziehungen. Die bereits zitierte Charakterisierung als „antagonistische Kooperation“ trifft den Sachverhalt insgesamt und zumal, was die Behandlung von Ereignissen betrifft. Solche werden ja mehr und mehr zu Ehren der Medien inszeniert, als „Medienereignisse“ nämlich. Auf diese Weise etabliert sich zunehmend eine Kooperation, die der traditionellen Journalistentugend der Spürnase und der Findigkeit nur noch wenig Raum lässt. Sehr vereinfacht: Das PR-Eventmarketing produziert attraktive, das heisst den journalistischen Nachrichtenwerten entsprechende Ereignisse, über die die Journalisten nolens volens berichten. Der Terminjournalismus wird so noch stärker zur Norm, weil unter diesen Umständen die Welt der Ereignisse auch in ihren Überraschungen überwiegend eine kalkulierbare geworden ist.

Diese Symbiose wirkt sich für die Medien und ihre journalistischen Mitarbeiter vor allem auch ressourcenschonend aus. Namentlich bei der Recherche kann dank sorgfältig und attraktiv dokumentierten PR-Zulieferungen im Allgemeinen und solchem Begleitmaterial zu den inszenierten Ereignissen im Besondern kräftig gespart werden. Wohl vermögen die Journalisten dank einem mehr oder minder umfänglichen Anteil an Selbstrecherchiertem eine gewisse Selbständigkeit gegenüber den PR zu behaupten (Rolke 1999, S. 440) und sind in der Verwendung bzw. Interpretation des PR-Materials ohnehin frei (Grossenbacher 1989, S. 75ff.). Dies verhindert indes nicht, dass sich der Journalist unter diesen Umständen zunehmend vom Idealisten der tradierten journalistischen Berufsideologie zum realen Homo oeconomicus maturus wandelt, der seine Chancen rational wahrnimmt (Fengler/Russ-Mohl 2005, S. 198ff.). Vieles spricht denn auch dafür, das Handeln von Journalisten überhaupt vermehrt im Lichte des Rational Choice-Ansatzes zu begreifen denn als das Resultat einer immer abgehobeneren idealistischen Berufskultur. Dem tragen Fengler/Russ-Mohl mit ihren „Fünf Idealtypen rationaler (journalistischer) Akteure“ Rechnung (Fengler/Russ-Mohl 2005, S. 109). Der fünfte Typ, derjenige des journalistischen Advokaten bestimmter Interessen, erfüllt schon perfekt das PR-Rollenmodell des Normenharmonisierers. Dass dieser fünfte Typ an Boden gewinnt, lässt die jüngste Renaissance des Meinungs- bzw. Thesenjournalismus vermuten und bestätigt damit in differenzierterer Form erneut die Determinationsthese.

Durchgängiger bestätigt sich aber wohl - denn auch diesbezüglich wäre noch viel empirische Forschung zu leisten -, dass zwischen Journa-

lismus und PR-Interpenetration und/oder Interdependenz vorherrschen. Insgesamt begründen die etablierten Tauschbeziehungen zwischen ihnen ja eine Win-Win-Konstellation: Publizität gegen Recherche, Verbreitung gegen Produktionsunterstützung. Dies funktioniert allerdings nur in Normalzeiten, während in Krisenzeiten unversehens wieder die unterschiedliche Systemfunktionalität von PR und Journalismus voll zum Tragen kommt (Weischenberg 1997, S. 8). Krisen und erst recht Skandalisierungen ihrer Klienten stellen ja auch die bisherige Leistung ihrer PR-Beauftragten, nämlich krisenresistente öffentliche Images für diese zu erwirken, und mithin auch ihre eigene professionelle Reputation in Frage. Auch die Medien bzw. ihre Mitarbeiter werden durch Krisen herausgefordert, allerdings gegenläufig, nämlich antagonistisch besonders aktiv zu werden, die Routineberichterstattung, die PR-alimentierte, zu durchbrechen, deren Aktionen zur Krisenbewältigung mit vermehrter Eigenrecherche zu unterlaufen.

Krisen als Chance vermehrter gesellschaftlicher Transparenz? Tatsächlich werden in solchen gesellschaftliche Konfliktlinien, die sonst von der Kooperation zwischen Journalismus und PR überdeckt werden, wie demokratietheoretisch wünschenswert offengelegt. Allerdings bleibt auch in solchen Situationen beider absolut vorrangige Aufgabe, überhaupt das knappe Gut öffentliche Aufmerksamkeit für die Krisenkommunikation zu gewinnen, und zwar in der Gesamtkonstellation permanenten akzelerierten Gesellschaftswandels, in der Krisen auch wieder zum Normalfall gehören. Für die Journalisten und PR-Spezialisten in der modernen Erlebnisgesellschaft heisst dies vor allem möglichst erlebbare Medienrealität zu schaffen, nicht nur instruktive, sondern auch attraktive. Kocks These von der Panfiktionalisierung der Wirklichkeit in der Mediengesellschaft verdient daher gerade bei PR- und Journalismustheoretikern mehr Aufmerksamkeit, denn: „Kennzeichen von PR-Kampagnen ist, dass sie Wirklichkeit dramatisch inszenieren - und dies in der Regel in medienadäquater Form“ hält Ulrike Röttger fest (Röttger 2002, S. 15). „Journalism is story-telling“ heißt es entsprechend in amerikanischen Journalismus-Lehrbüchern; und auch in der Berichterstattung europäischer Journalisten nehmen die narrativen bzw. dramatischen Elemente, nicht zuletzt unter dem Einfluss der szenischen Medien Film, Radio und Fernsehen zu (vgl. auch Dernbach 2002b). Und auch viele Politiker leisten das Ihre an diese Panfiktionalisierung, als sie vermehrt die Unterhaltungsöffentlichkeit als Forum und Arena bevölkern, live oder mit Homestorys.

Die vergleichende Analyse der Berufsarbeit von PR-Spezialisten und Journalisten macht mithin noch misstrauischer gegen verallgemeinernde und gar eindimensionale Interpretationen des ebenso komplexen wie dy-

namischen Verhältnisses der beiden Berufe zueinander. Umso erklärungsbedürftiger ist das zähe Weiterleben solcher Deutungen in der interberuflichen Wahrnehmung. Immerhin treten ja bestimmte, aber eben sich differenzierende Muster, verbindende wie gegenläufige, von Gegenseitigkeit dieser zwei Öffentlichkeitsberufe auf den verschiedenen Analyseebenen zu Tage. Dass auch die berufliche Selbstwahrnehmung unter diesen Umständen zum Problem wird, kann freilich nicht erstaunen.

4. Berufswahrnehmung

Institutionalisierte Berufsperzeptionen bzw. -bilder dienen als konstitutives normativ-kognitives Element von Berufskulturen der inneren und externen Selbstdarstellung von Berufen und ihrer Positionierung im Berufsfeld und in der Gesellschaft. In Öffentlichkeitsberufen ist die externe Wirkungsintention solcher Selbstdarstellungen speziell ausgeprägt, deren Beziehung zur Berufsrealität daher besonders prekär, ihre Verbindlichkeit beschränkt, ihre Ideologielastigkeit beträchtlich. Bei den PR sind ihrer Institutionalisierungsschwäche und höheren Fremdnormierung wegen die Profiliertheit und Verbindlichkeit dieser beruflichen Modellvorstellungen geringer als im Journalismus. In ihren wechselseitigen Fremdbildern mischen sich kooperative und antagonistische Elemente.

Funktional ist berufliche Selbstwahrnehmung in Gestalt von Verbandsdeklarationen, Verträgen, Lehrmitteln etc., wenn diese den Beruf gesamtgesellschaftlich wie im Berufssystem adäquat positionieren und den Beruf selber struktur- und leistungsgerecht vergegenwärtigen. Beruflicher Selbstwahrnehmung eignet dementsprechend institutioneller, aber auch informeller Charakter, und sie ist andauernd mit beruflicher Fremdwahrnehmung konfrontiert. Als normativer und kognitiver Ausdruck der jeweiligen Berufskultur fungiert sie zugleich als Träger und Instrument von deren interner und externer Selbstdarstellung und ist daher auf jeden Fall auch ständig Objekt von widerstreitenden Interessen. Bei PR und Journalismus als Öffentlichkeitsberufen kommt hinzu, dass ihre Selbstperzeption in besonders hohem Maß auch öffentliche ist, was deren Realitätsbezug zum vornherein problematisiert. Am bekanntesten Praxisschock des journalistischen Nachwuchses wird dies z. B. offenkundig. Die komplexe und widersprüchliche Beziehungskonstellation zwischen Journalisten und PR-Spezialisten hat zur Folge, dass ihre gegenseitigen Perzeptionen zusätzlich verunklärt werden.

Die berufliche Selbst- und Fremdwahrnehmung von Journalismus und PR müsste im Grunde, da gesellschaftlich, berufsorganisatorisch wie auf der Ebene der persönlichen Interaktionen relevant, hinsichtlich ihres

Makro-, Meso- und Mikrobezugs erhellt werden. Die prekäre empirische Basis lässt indes diesbezüglich nicht viel mehr als einigermaßen begründete Vermutungen zu, „educated guesses“, wie die Zukunftsforscher sagen. Immerhin hat Martin Löffelholz unter systemtheoretischer Optik in einer repräsentativen Studie Erwartungen deutscher Journalisten an Leistungen von PR erhoben und typisiert (Löffelholz 1997). Deren Befunde sind für die berufliche Selbstwahrnehmung von Journalisten ebenso aufschlussreich wie für ihre Perzeption von PR. Eine entsprechende Untersuchung unter PR-Schaffenden wäre höchst wünschenswert; dem Verfasser ist indes keine bekannt.

Diese deutschen Journalisten offenbaren nämlich in diesem Zusammenhang insofern ein gespaltenes Bewusstsein, als sie einesteils eine symbiotische Berufsbeziehung zur Öffentlichkeitsarbeit durchaus anerkennen, andernteils aber diese Symbiose aus berufsideologischen Motiven grundsätzlich problematisieren. So zerfällt diese Journalistenpopulation in die vier Kategorien der PR-Pragmatiker (31,4 Prozent), der PR-Antikritiker (23,7 Prozent), der PR-Skeptiker (19,4 Prozent) und der PR-Kritiker (25,5 Prozent), und diese Kategorien wie ihre Verteilung verraten die latente Dramatik, die dieser Beziehung zum anderen Öffentlichkeitsberuf für diese Journalisten innewohnt. Wohl bilden diejenigen, die der Öffentlichkeitsarbeit positiv-aufgeschlossen gegenüberstehen, ihre diesbezügliche Berufspraxis also pragmatisch als *Homines oeconomici maturi* legitimieren, die größte Gruppe. Dass aber neben ihnen ein knappes Viertel die PR ausdrücklich gegen ihre (journalistischen) Kritiker und PR-Skeptiker in Schutz nimmt, veranschaulicht die Virulenz der Spannung, die dieses Verhältnis in der journalistischen Berufskultur auslöst. Zugleich wird an diesen Antworten auch deutlich, wie sehr sich die Einstellung gegenüber den PR gemäß Medien- und Ressortzugehörigkeit oder auch Position in der Redaktion unterscheidet und die Redeweise von „den“ Journalisten auch in dieser Hinsicht in die Irre führt. Trotzdem erhellt sich aus diesen Ausführungen auch, wie schwierig die notwendige Beziehungspflege zwischen den beiden Öffentlichkeitsberufen generell und vor allem für die PR-Spezialisten ist.

Mit zunehmender Expansion, Differenzierung und zugleich Interpenetration des Feldes der Berufskommunikatoren wird deren integrale Selbst- und Fremdrepräsentation immer unzulänglicher und berufskulturelle Identität auf diesem mehr und mehr problematisiert. Weniger denn je genügt auch eine journalismuszentrierte wissenschaftliche Optik auf dieses Berufsfeld (Hummel 1998), und dass trotz öffentlich bekundeter Professionalisierungseuphorie in der aufdämmernden Ära der Multimediaberufe vielfach weiterhin gemäß der *Maxime* operiert wird „Wenig lernen, alles können“ (Hummel/Götzenbrucker 1997) wirft ein weiteres

Schlaglicht auf die Inkonsistenzen in der Selbstwahrnehmung von Öffentlichkeitsberufen. Diese ist generell durch prekären Wirklichkeitsbezug, relativ geringe Verbindlichkeit und Ideologielastigkeit gekennzeichnet: alles aus ihrer Entstehungskonstellation erklärbar, aber ihrer Funktionalität abträglich.

Die Berufswirklichkeit von professionellen Kommunikatoren ist wegen deren elementarer Doppelverpflichtung Sachverhalten und Rezipienten gegenüber so variabel und komplex, dass sie sich integralen Beschreibungen ebenso wie zielgerechter Normierung, namentlich durch das Medienrecht, weitgehend entzieht. Dennoch sind entsprechende Deklarationen, etwa diejenige von Athen für die PR, an Jubiläen, Preisverleihungen, Symposien, Ethikcodices und Stellungnahmen von Berufsverbänden grundsätzlich doppelt funktional, als sie die öffentliche Geltung des Berufs sichern helfen und, indem sie die komplexe Berufswirklichkeit zumindest formelhaft erfassen, Unsicherheit vermindern und gegebenenfalls, als leicht idealisiertes Berufsbild, Berufsanwärter rekrutieren oder Frustrationen reduzieren. Insbesondere sollen solche Selbstdarstellungen den Neulingen ein gewisses Berufsverständnis ansozialisieren und den Mitgliedern des Berufs diesen als ganzen, namentlich auch seinen Verpflichtungsgehalt, vergegenwärtigen. Gerade weil also solche beruflichen Selbstdarstellungen als Leitbilder auch eine gewisse Integrationsfunktion erfüllen und die Loyalität der Mitglieder zu ihrem Beruf und dessen Repräsentanten festigen sollten, laufen sie Gefahr, die rasend schnell sich wandelnde Realität der Öffentlichkeitsberufe zu verfehlen und beispielsweise statt eines den kommunikationstechnologischen Veränderungen angepassten beruflichen Selbstbildes in den Redaktionen lediglich einen „Mythos Online-Journalismus“ (Wyss 2002) zu vermitteln. Gesamtgesellschaftlich stellt sich da schon die Frage nach der Tragweite etwaiger Fehlorientierungen im Gefolge unzulänglicher Selbstbeobachtung der Gesellschaftsbeobachter und -fiktionalisierer.

Das Verbindlichkeitsdefizit mangels ausreichender Sanktionierung der Journalismus- und PR-Ethik-Codices und überhaupt ihrer berufskulturellen Normen bzw. Selbstverpflichtungen resultiert aus der losen Struktur und labilen gesellschaftlichen Positionierung der Öffentlichkeitsberufe. Der Journalismus kann dank seiner Verortung zwischen Politik und Wirtschaft und ohne festen Klientenbezug, in Demokratien zudem durch Medienfreiheit privilegiert, sich manchen politischen und wirtschaftlichen Zwängen entziehen, indem er diese gegeneinander auspielt und so einen freilich labilen Autonomieraum nutzt. Denn unter diesen Bedingungen bleiben die Standards für journalistische Qualität trotz den Instanzen der Medien-Selbstkontrolle umstritten, gilt die berufskulturelle Distanznorm von Journalist und Quelle oder auch die Defi-

nition des öffentlichen Interesses an Informationen nur fallweise und auf Zeit hin, und zwar am häufigsten in der Form, die die jeweilige Medienorganisation verlangt.

Weil Öffentlichkeitsberufe, steter allgemeiner Beobachtung ausgesetzt, besonders legitimationsbedürftig sind, sind auch ihre Selbstdarstellungen noch stärker als diejenigen anderer Berufe ideologielastig. Als öffentlichkeitswirksame Selbstinszenierung von Journalismus und PR sollen sie Verständnis für diese wecken, ihre Geltung mehren und ihre Aktivitäten rechtfertigen. Beide Berufe sind ja eben in einer gesellschaftlichen Zwischenposition angesiedelt, und ihre Rangierung auf den Reputationsskalen ist notorisch instabil und mithin stützungsbedürftig. Öffentlichkeit ist und bleibt, gerade auch für die in ihr und mit ihr Wirkenden, ein riskantes Operationsfeld. Darum auch die ständige Betonung der eigenen Vertrauenswürdigkeit und der Glaubwürdigkeit des eigenen Tuns, denn beides ist, auch gemäss den Befunden der Medien-Wirkungsforschung (Bonfadelli 1999, 2000), für kommunikativen Erfolg und damit für denjenigen von Öffentlichkeitsberufen mitentscheidend. Entsprechend heftig verbitten sich Journalisten und PR-Spezialisten mit Berufung auf ihre Professionalität externe Qualitätskontrollen ihrer Arbeit, und umso schwerwiegender gerät der Imagezerfall, wenn journalistische Fahrlässigkeit, Schwindeleien oder gar Korruption an den Tag kommen (vgl. u.a. Fengler/Russ-Mohl 2005).

Das Grundmuster ideologischer Argumentation ist im Übrigen für beide Berufe strukturell vorgegeben und wird von deren Repräsentanten letztlich einfach immer weiter variiert. Beide Berufe beanspruchen Gemeinwohldienlichkeit ihrer Leistungen: die PR-Spezialisten in Gestalt der kompetenten kommunikativen Vertretung gesellschaftsfunktionaler Interessen, die Journalisten in unabhängiger kommunikativer Wahrnehmung des Gemeinwohls schlechthin. Und auch beider Beschwichtigungs- bzw. Bagatellisierungsstrategien - und nicht nur die ihrigen! - bei drohender Delegitimation ihrer Berufsaktivitäten im Gefolge von Verstößen gegen deren Normen sind dieselben: Die Schuldigen werden als die wenigen schwarzen Schafe von der großen Mehrheit der weißen geschieden und auf diese Weise die hohe Qualität der Berufsarbeit insgesamt erst recht bestätigt. Die geringe Bereitschaft der journalistischen Berufskritiker zur beruflichen Selbstkritik ist notorisch.

Die gesamtgesellschaftliche, berufliche und individuelle Funktionalität der Selbst- und Fremdwahrnehmung von Journalismus und PR zu bilanzieren, fällt angesichts dieses komplex-widersprüchlichen Bildes nicht leicht. Berufswahrnehmung, -arbeit und -kultur bilden eben ein Ganzes, das zudem in einen weiteren und höchst variablen Bedingungs-zusammenhang eingefügt ist. Ausdruck und Resultat einer überaus offenen

Gesamtkonstellation sind denn auch die Perspektiven der beiden Berufe und ihres gegenseitigen Verhältnisses sehr schwer abschätzbar. Berufspolitisch wie kommunikationstheoretisch sind indes zumindest noch mehr „educated guesses“ über künftige Entwicklungen von Journalismus und PR unabdingbar.

5. Berufsentwicklungen

Journalismus und PR wie auch ihr Verhältnis zueinander wandeln sich rasch, aber beide in Richtung mediengesellschaftlicher Komplexitätszunahme und Differenzierung. Diese Gesamtentwicklung steigert auch die Nachfrage nach generellen und spezifischen Kommunikationsleistungen, die von beiden Berufen erbracht werden können. Ihre Tätigkeiten dürften sich insgesamt noch weiter überlagern, ihre unterschiedliche Profilierung sich stärker abflachen, hingegen beider Organisationsgrad und die Ansprüche an die spezialisierten Kompetenzen professioneller Kommunikatoren zunehmen. Je nach Situation werden sich weiterhin unterschiedliche Kooperationsbeziehungen einspielen und mit wachsender Durchdringung von Journalismus und PR auch deren ideologische Antagonismen abschleifen. Im Übrigen sollten methodologisch solche Trendverlängerungen durch die Konstruktion konsistenter unterschiedlicher Szenarien möglicher PR- und Journalismuszukünfte ergänzt und korrigiert werden.

Über die Zukunft kann in höchst unterschiedlicher Art gedanklich und auch handelnd verfügt werden (Saxer 2002, S. 236ff.). Unendlich mannigfaltig sind daher die Versuche, sich ihrer zu bemächtigen: kognitiv z.B. mit dem Instrumentarium der Zukunftsforschung bzw. Planungswissenschaften und, bereits sozial steuernd, indem erwünschte Zukünfte durch entsprechend positive Voraussagen herbei- und unerwünschte durch Unheilsprophezeiungen weggeredet werden. Theoretisch wird Zukunft mit Vorteil als offenes System konzipiert und damit auch klar, dass Zukunftsforschung nicht mehr als Theorien möglicher Zukünfte formulieren kann. Dabei gilt grundsätzlich, dass mit wachsender Komplexität und externer Determiniertheit die Prognostizierbarkeit von Systemen abnimmt. Die vergleichsweise bescheidene Qualität der Kommunikationsprognostik kann deshalb, da beide Merkmale in hohem Maß auf die Kommunikationssysteme moderner Gesellschaften zutreffen, nicht überraschen. Für Öffentlichkeitsberufe in diesen gilt dies erst recht, und so sollen hier nur tentativ einige, zum Teil bereits angesprochene, Trends in die Zukunft verlängert und zu möglichen Konstellationen zusammengefügt werden. Auf das methodologisch geforderte Komplement, die Konstruktion konsistenter Szenarien, muss hingegen an dieser Stelle verzichtet werden.

Auf gesamtgesellschaftliche Ebene spricht nichts Vorhersehbares dagegen, dass die modernen Demokratien noch umfassender zu Mediengesellschaften mutieren und zugleich noch komplexere und differenziertere Strukturen entwickeln. Die kollektive und individuelle Nachfrage nach koordinierenden und integrierenden, aber auch nach stimulierenden und rekreativen Kommunikationsangeboten steigt unter diesen Bedingungen nicht bloß linear, sondern exponentiell, hat doch gesellschaftliche Differenzierung zur Folge, dass für immer noch mehr Subsysteme, wie Organisationen, Assoziationen etc., aber auch transnationale Supersysteme der Bedarf an Binnen- wie an Aussenkommunikation befriedigt werden muss. Für die beiden Berufe bedeutet dies in erster Linie, dass ihre Leistungen in noch höherem Maß und noch vielfältigerer Qualität nachgefragt sein werden. Ob sich die Zahl der PR-Tätigen weiterhin stärker vermehren wird als diejenige der Journalisten, hängt unter anderem davon ab, wie weit sich das journalistische Berufsprofil demjenigen der PR-Spezialisten annähert oder vermehrt auch unterhaltende Leistungen verlangt. Das Aktionsfeld von PR in diesen Gesellschaften, die immer dringender auf mehr Koordination ihrer Mitglieder angewiesen sind, wächst aber auf alle Fälle mehr als dasjenige von Journalismus. Journalisten operieren ja mit öffentlicher Kommunikation, PR-Spezialisten hingegen „agieren bekanntlich nicht nur bezogen auf die Öffentlichkeit, und sie agieren auch nicht in allen Fällen öffentlich, sondern sie agieren auch nicht-öffentlich“ (Jarren/Röttger 2004, S. 19), z. B. als Lobbyisten im Aktionsbereich Public Affairs.

Auf der Meso-Ebene werden die Medien und anderen Organisationen im Gefolge dieser gesamtgesellschaftlichen Trends jedenfalls weiter dynamisiert und damit auch die Beziehungen zwischen PR und Journalismus. Aus der Ökonomisierung und Multimedialisierung der Kommunikationssysteme resultieren ebenso deren vermehrte Homogenisierung durch exzessive Anbieterkonzentration globaler Player wie extremste Differenzierung dank des Internets. Für die Erfüllung der weiterhin zentralen Aufgabe der PR-Spezialisten, Medienaufmerksamkeit für ihre Anliegen zu optimieren, vermindert deren Ökonomisierung die Zugangshürden; andererseits müssen sie ihre Klienten vermehrt gegen das wachsende Vermögen von Laien absichern, Teilöffentlichkeiten herzustellen und, namentlich durch Skandalisierung, die Reputation und damit die Legitimation ihrer Auftraggeber zu beschädigen. Den Journalisten hingegen eröffnen diese Laienkommunikatoren vermehrte Chancen, im Sinne von Kapitel 3, Eigenaktivität auf Kosten dieser Bemühungen der PR-Spezialisten zu entwickeln.

Die Hauptkonsequenzen der gegenwärtigen und künftigen Entwicklungen der Mediengesellschaften und ihrer Mediensysteme für die Struk-

tur, Kultur und Wahrnehmung der beiden Berufe sind die folgenden:

- Die unablässige Vervielfältigung und Differenzierung der Kommunikationsbedürfnisse in diesen Gesellschaften nötigt zu noch mehr organisatorischer und damit auch mentaler Flexibilität in den beiden Berufssystemen. Da beide ebenso sehr Kommunikationsansprüche von Individuen wie Organisationen erfüllen müssen, überlagern sich beider Aktivitätsfelder zunehmend und erfordern entsprechende strukturelle und psychische Anpassungsfähigkeit. Die wachsende Interpenetration der beiden Berufssysteme zeitigt mithin analog zur intermedialen zumindest situative interberufliche Konvergenz, gipfelt z. B. in eigentlichen Produktionsgemeinschaften zwischen Politikern, PR-Spezialisten und Journalisten (Jarren/Donges 2002, S. 153ff.). Freilich ist dabei weiterhin mit Irritationen zwischen den beiden Berufen im Gefolge retardierender Organisationsstrukturen und Mentalitäten, von berufskulturellem lag also (Fuchs-Heinritz/Kiss, 1994), zu rechnen.
- Die Überproduktion von Medienangeboten, neben massenmedialen eben auch immer mehr andere, führt zu zunehmender Informationsüberlastung, „information overload“, der Mitglieder von Mediengesellschaften. Die PR-Spezialisten entwickeln ja immer weitere Tools, mediale und andere, um Aufmerksamkeit und Zustimmung für ihre Botschaften zu erwirken. Dem Journalismus wächst unter diesen Umständen immer spezifischer die Aufgabe des Gatekeepers von PR zu, dies aber im Rahmen der weiteren Funktionalität eines bedürfnisgerecht im Angebotsmeer navigierenden, entsprechend Informationen selegierenden und solche attraktiv selber aufbereitenden Orientierungshelfers. Eine „postjournalistische Aera“ (Altheide/Snow 1991) ist unter dieser Perspektive jedenfalls nicht in Sicht. Allerdings steigen die professionellen Anforderungen künftig wie an die PR-Spezialisten auch an die Journalisten weiter an, denn die allgemeine Sensibilität für dasjenige, was defizitäre Kommunikation anrichten kann, steigt ebenfalls. Unter den generell in Mediengesellschaften labilisierten Reputationen ist denn auch fortan diejenige von Öffentlichkeitsberufen besonders prekär.
- Immerhin deutet vieles darauf hin, dass wenigstens das Verhältnis dieser siamesischen Zwillinge bzw. feindlichen Geschwister zueinander sich künftig zumindest teilweise entdramatisiert. Es entspräche dies den Regelmäßigkeiten des Zusammenspiels von Struktur- und Mentalitätswandel: Wenn die Spannungen zwischen Berufsstrukturen und -wahrnehmungen einen solchen Grad erreichen, dass innerhalb der betreffenden Berufskultur nicht mehr die von der Funktion her oder der weiteren Umwelt erwarteten Leistungen

erbracht werden können, kommt es zwischen ihnen zu Angleichungsprozessen. Insbesondere die Verbindlichkeit idealistisch überhöhter journalistischer Selbstwahrnehmung dürfte daher weiter abnehmen, zumindest in der tatsächlich praktizierten Berufskultur. Und da sich die Aktionsfelder von PR und Journalismus in Zukunft noch mehr überlagern, ihre Berufsarbeit und deren Voraussetzungen sich weiter annähern, wird auch die gegenseitige interberufliche Wahrnehmung allmählich nachziehen, jedenfalls im Binnenverhältnis.

Ein solches Szenario „situative Konvergenz“ müsste freilich weiter ausgearbeitet und mit weiteren Szenarien konfrontiert werden. Ein solches wäre die Positionierung von PR und Journalismus in entwickelten Demokratien mit dominierend privatistisch-hedonistischen Mentalitäten und entsprechend entertainisierten Öffentlichkeiten. Denn gerade diese zwei Öffentlichkeitsberufe und auch die mit ihnen befassten Wissenschaften operieren nur optimal in und für überkomplexe Gesellschaften im Wandel, wenn sie sich ständig auch Zukunft als Möglichkeitsraum vergegenwärtigen und entsprechend innovativ mitgestalten.

Literatur

- Altheide, David L./Snow, Robert P. (1991): *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York.
- Baerns, Barbara (1985): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus?* Köln.
- Bentele, Günter (1992): Journalismus und PR. Kontaktpflege. In: *Der Journalist*, Nr. 7, S. 11-14.
- Bentele, Günter/Liebert, Tobias/Seeling, Stefan (1997): Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verständnis von Public Relations und Journalismus. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen*. München, S. 225-250.
- Bonfadelli, Heinz (1999/2000): *Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven und 2. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur*. Konstanz.
- Dernbach, Beatrice (2002a): *Public Relations als Funktionssystem*. In: Scholl, Armin (Hg.): *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz, S. 129-145.
- Dernbach, Beatrice (2002b): *Fachjournalismus und Public Relations. Informationslieferanten in der multimedialen Unterhaltungswelt*. Konstanz.
- Fengler, Susanne/Russ-Mohl, Stephan (2005): *Der Journalist als „Homo oeconomicus“*. Konstanz.
- Fuchs-Heinritz, Werner/Kiss, Gabor (³1994): *cultural lag*. In: Fuchs-Heinritz, Werner/Lautmann, Rüdiger/Rammstedt, Otthein/Wienold, Hanns (Hg.): *Lexikon zur Soziologie*. Opladen (zuerst 1973), S. 123.
- Grossenbacher, René (²1989): *Die Medienmacher. Eine empirische Untersuchung zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien in der Schweiz*. Solothurn (zuerst 1986).

- Hummel, Roman/Götzenbrucker, Gerit (1997): Wenig lernen - alles können. Empirische Ergebnisse zur Entwicklung von Multimediaberufen in Oesterreich. In: SWS, H. 2, S. 191-205.
- Hummel, Roman (1998): Ende des Journalismus? Plädoyer für eine umfassende Sichtweise professioneller Kommunikatoren. In: Duchkowitsch, Wolfgang et al. (Hg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Opladen, Wiesbaden, S. 63-71.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2002): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Band 2: Akteure, Prozesse und Inhalte. Wiesbaden.
- Jarren, Otfried/Röttger, Ulrike (2004): Skript zur Vorlesung. Einführung in die Public Relations. Zürich.
- Kocks, Klaus (2001): Glanz und Elend der PR. Zur praktischen Philosophie der Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden.
- Kunczik, Michael (2001): Dr. Fox lebt oder warum laut Lothar Rolke Public Relations gesellschaftlich erwünscht sind: „If you can't convince them, confuse them“. In: Publizistik, 46. Jg., H. 4, S. 425-437.
- Löffelholz, Martin (1997): Dimensionen struktureller Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Überlegungen zur Theorie selbstreferentieller Systeme und Ergebnisse einer repräsentativen Studie. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen. Konstanz, S. 187-208.
- Löffelholz, Martin (2000): Ein privilegiertes Verhältnis. Inter-Relationen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: ders. (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, S. 185-208.
- Rolke, Lothar (1999): Die gesellschaftliche Kernfunktion von Public Relations - ein Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Theoriediskussion. In: Publizistik, 44. Jg., H. 4, S. 431-444.
- Ronneberger, Franz/Rühl, Manfred (1992): Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen.
- Röttger, Ulrike/Hoffmann, Jochen/Jarren, Otfried (2003): Public Relations in der Schweiz. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Konstanz.
- Saxer, Ulrich (1994): Norm und Gegenorm: Probleme von Normenverträglichkeit in der PR-Arbeit. In: Armbrrecht, Wolfgang/Zabel, Ulf (Hg.): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven. Eine Einführung. Opladen, S. 195-224.
- Saxer, Ulrich (2002): Zur Zukunft des Lesens in der Mediengesellschaft. In: Bonfadelli, Heinz/Bucher, Priska (Hg.): Lesen in der Mediengesellschaft. Stand und Perspektiven der Forschung. Zürich, S. 235-243.
- Schantel, Alexandra (2000): Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung. In: Publizistik, 45. Jg., H. 1, S. 70-88.
- Weischenberg, Siegfried (1997): Selbstbezug und Grenzverkehr. Zum Beziehungsgefüge zwischen Journalismus und Public Relations. In: Public Relations Forum, 3. Jg., H. 1, S. 6-9.
- Westerbarkey, Joachim (1995): Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration. In: Publizistik, 40. Jg., H. 2, S. 152-162.
- Wyss, Vincenz (2002): Mythos Online-Journalismus. In: Medienwissenschaft Schweiz, H. 2, S. 85-93.