

EINFÜHRUNG

Wenn zwei immer nur das gleiche denken, das gleiche sagen und das gleiche tun, dann ist einer überflüssig. Journalismus und Public Relations haben viel gemeinsam – mehr vielleicht, als manche Medienvertretern oder Medientheoretikern lieb ist. Aber beide erfüllen doch höchst unterschiedliche Funktionen. Das sollte gerade dann nicht vergessen werden, wenn die Zusammenarbeit so routiniert klappt. Denn beide Teilsysteme können in der öffentlichen Kommunikation extrem gegeneinander agieren – mehr als in solchen Fällen den PR-Managern lieb sein dürfte, weil sie bei den dadurch hervorgerufenen publizistischen Krisen erfahrungsgemäß zunächst einmal große Schwierigkeiten haben, mit ihren Botschaften durchdringen.

Für dieses wechselhafte Zusammenspiel zwischen Journalismus und Public Relations sind vielfach Metaphern gebraucht worden: Es war u.a. die Rede von einem „symbiotischen Verhältnis“, von „siamesischen Zwillingen“. In der Kommunikationswissenschaft ist das Verhältnis mehrfach unter dem Aspekt untersucht worden, welchen Einfluß die PR auf den Journalismus hat (Determinationshypothese) und neuerdings ist ein Ansatz entwickelt worden, der von einem „Intereffikationsverhältnis“ zwischen Journalismus und Public Relations ausgeht, d.h. einem Verhältnis des gegenseitigen Einflusses, der gegenseitigen Orientierung und Abhängigkeit und somit der gegenseitigen „Ermöglichung“.¹ Wenn vom Zusammenspiel von journalistischen Akteuren und PR-Akteuren die Rede ist, so vernimmt man immer häufiger auch den Begriff der „antagonistischen Kooperation“. Was einigermaßen harmlos klingt, beschreibt tatsächlich eine extreme Handlungsbreite: Heute noch fast symbiotisches Zusammenwirken, morgen schon bitterer Streit um Wahrheit, Klarheit und vor allem die Gunst der Öffentlichkeit. Was das heißen kann, mußte erst vor kurzem die A-Klasse von Mercedes-Benz erfahren. Vor der Einführung genoß sie höchste

¹ Vgl. zur Determinationshypothese ursprünglich Baerns, Barbara (1991): Öffentlichkeitarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik [1. Aufl. 1985], zum Intereffikationsansatz vgl. Bentele, Günter /Tobias Liebert/Stefan Seeling (1997), „Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus.“ In: Bentele, Günter/Michael Haller (Hrsg.) (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz: UVK, S. 225-250.