

Tobias Liebert

Wolfgang Armbrrecht, Ulf Zabel (Hg.): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven

1995

<https://doi.org/10.17192/ep1995.3.4635>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Liebert, Tobias: Wolfgang Armbrrecht, Ulf Zabel (Hg.): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 12 (1995), Nr. 3, S. 284–285. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1995.3.4635>.

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.

II Medien/Kultur

Wolfgang Armbrrecht, Ulf Zabel (Hg.): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven

Eine Einführung. - Opladen: Westdeutscher Verlag 1994, 314 S., DM 56,-, ISBN 3-531-12552-4

Europäische und amerikanische Wissenschaftler verschiedener Disziplinen trafen sich auf Einladung der Herbert-Quandt-Stiftung im Frühjahr 1993 zum vierten Mal, um über Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations zu diskutieren. Aus dieser Tagung in München ging der vorliegende, interdisziplinäre Sammelband hervor; er enthält 13 zweifellos interessante Beiträge in deutscher bzw. englischer Sprache. Wem allerdings die aus den früheren Treffen hervorgegangenen Bände vertraut sind, der findet hier auch manchen bekannten Gedanken wieder.

Den ersten 'Fokus' Philosophie dominiert das Themenfeld Rhetorik, vertreten durch die Beiträge von Wolfgang Kuhlmann und Elizabeth L. Toth. Kuhlmann beispielsweise thematisiert die „Opposition zwischen Überreden und Überzeugen“, stellt eine Typologie rhetorischer Aktivitäten auf und exemplifiziert Werbung als einen Falltyp.

James E. Grunig, der wohl prominenteste US-amerikanische Autor dieses Bandes, eröffnet den Brennpunkt Organisation und Management. Er legt, ausgehend von der Existenz unterschiedlicher PR-Selbstverständnisse, mit dem „Two-Way Symmetrical Model“ seine „Weltanschauung“ in vertiefender Weise dar. Günther Haedrich diskutiert die Rolle von PR im normativen und strategischen Management. (Leider wurden die dazugehörigen Abbildungen nicht in den laufenden Text eingearbeitet.) Eine überwiegend kritische Sicht bringt Astrid Kersten ein, die vor allem auf das Machtgefälle zwischen einer Organisation und ihren Teilöffentlichkeiten verweist.

Im dritten 'Fokus' Kommunikation entwirft Günter Bentele eine Theorie öffentlichen Vertrauens, das er als einen „kommunikative(n) Mechanismus zur Reduktion von Komplexität“ (S.141) auffaßt. Carl Botan plädiert dafür, PR nicht vorwiegend in ihrer Effektivität für eine Organisation zu bewerten, sondern nach ihren Motiven und sozialen Auswirkungen: „Why are we practicing, and who does our practice help or hurt?“ (S. 169) Für eine viel stärkere Berücksichtigung europäischer Wurzeln (und damit auch der Unterschiede zwischen den USA und Europa) in der PR-Genese spricht sich Manfred Rühl aus. Ulrich Saxer nimmt einen Faden von Botan wieder auf, indem er verschiedene Normen systematisiert und auf ihre wechselseitige Verträglichkeit hin überprüft.

Der letzte Brennpunkt ist ziemlich einfallslos mit „Public Relations“ überschrieben (darum geht es doch im gesamten Buch!): Historische und wissenschaftstheoretische Erwägungen sowie Unterschiede in der Professionalisierung zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit spitzt Michael Kunczik auf die

Frage zu, ob PR angewandte Kommunikationswissenschaft oder Ideologie sei. Auf Fragen der Professionalisierung bezieht sich ebenso der Beitrag von Benno Signitzer, der Impulse für eine PR-Berufsforschung vermittelt. Auf eine individuelle Ebene begibt sich schließlich Donald K. Wright.

Zweifellos tangieren viele der Autoren ethische Fragen. Daß aber alle diese vielfältigen Beiträge unter dem Buchtitel *Normative Aspekte* erschienen, kann auch verwundern. Fallen einem da nicht zuallererst neben sittlich-moralischen Normen juristische Festlegungen und Berufskodizes ein? Um letztere geht es übrigens in der Schlußbemerkung von Horst Avenarius. Und glaubte die Publizistikwissenschaft nicht, die normativ-spekulative Phase ihrem Selbstverständnis entsprechend überwunden zu haben? Im Vorwort der Herausgeber erschließt sich allerdings ihre Absicht: Primat des „Sollens“ für PR zu erarbeiten, wird in erster Linie von den Wissenschaften erwartet. „Die PR-Praxis selbst scheidet wohl aus. Dennoch läßt sich keine Mehrheit in ihren Reihen für Sinn und Notwendigkeit einer solchen Arbeit finden“ (S.9). Offenbar wähten sich auch einige Autoren nicht ganz glücklich mit dem Titel, fühlten sie sich doch zu nachdenklichen Überlegungen verpflichtet, was denn unter „normativen Aspekten“ zu verstehen sei (so Toth auf S.51, Bentele auf S.131, Rühl auf S.181ff. oder Saxer auf S.197ff.).

Die inhaltliche Klammer nahezu aller Beiträge bildet die Diskussion von Pro und Contra einer zweiwegig symmetrischen Kommunikation, also eines der nicht nur in PR-Kreisen bekannten Modelle von Grunig und Hunt (vgl. dazu vor allem S.76ff.). In den Schlußbemerkungen wird eine Ethik der PR sogar daran gebunden, „daß sich die Öffentlichkeitsarbeit selbst ändert; daß sie nur noch die symmetrische Zweiwegekommunikation anwendet“ (S.297). Avenarius weist dann aber selbst auf die Berechtigung auch anderer (asymmetrischer, einwegiger) Kommunikationen hin und kritisiert, daß sich die „ganze Branche [...] ihr Berufsbild mit dem Hinweis auf ihre Dialogbereitschaft“ schön (S.299).

Auch ein „Durchforsten“ des transatlantischen Sammelbandes unter anderen inhaltlichen Aspekten, die nicht im Titel stehen, bringt Lesenswertes hervor, allerdings wie schon gesagt nicht immer Neues: so zur Geschichte der PR-Theorie (S.73ff., 172ff. und 226ff.); so die offenbar auch bei amerikanischen Autoren zunehmenden Rückgriffe auf Habermas (u.a. S.35ff., 169, 253ff.).

Tobias Liebert (Leipzig)