

Geleitwort

Das Verhältnis von Public Relations und Journalismus (als Berufsfelder) und ihrer einzelnen Akteure ist eine never-ending story, strukturbedingt. In der Praxis vielfach diskutiert, in der Forschung theoretisch und empirisch untersucht – mit sehr stabilen Ergebnissen – und doch immer wieder neu auf die aktuelle Agenda gehoben. Die deutschsprachigen Forschungsansätze und die empirischen Studien sind weltweit führend im globalen Vergleich der letzten 15 Jahre.

Wenn man nach einem Vergleich des Verhältnisses zwischen PressesprecherInnen und JournalistInnen mit anderen Berufsfeldern sucht, so bietet sich das Verhältnis von Staatsanwälten, Verteidigern und Richtern an: Hier sind unterschiedliche Berufsrollen im Rechtssystem unserer Gesellschaft markiert, wohingegen bei den PressesprecherInnen und JournalistInnen unterschiedliche Rollen innerhalb des Systems der öffentlichen Kommunikation angesprochen sind. Allerdings sind die Rollen im Rechtssystem deutlich stärker verrechtlicht, das liegt vermutlich am Alter und der damit verbundenen Ausdifferenziertheit des Rechtssystems unserer Gesellschaft.

Die Dissertation von Jens Reinhard Derksen behandelt innerhalb dieser Forschungstradition ein äußerst interessantes Thema theoretisch-analytisch, aber auch mittels empirischer Zugänge: das Thema „Studien“. Die übergreifende Forschungsfrage lautet: „Wie lässt sich die Beziehung von PR und Journalismus anhand des Phänomens beschreiben, dass Organisationen Studien – verstanden als die Ergebnisse systematisch-empirischer Untersuchungen – in ihrer PR-Arbeit verwenden und Medien darüber berichten?“

Derksens Blick auf das in Frage stehende Verhältnis ist neu, die Beobachtung nämlich, dass „Studien“ sehr häufig Thema der Berichterstattung sind. Auf der PR-Seite werden sie häufig eingesetzt, um bestimmte Kommunikations-Ziele (der Organisation) zu verfolgen, umgekehrt werden sie von Journalisten und Medien gern eingesetzt, um Anlässe für Medienberichterstattung zu liefern. Studien, so der Autor, haben die Funktion von „Kondensationspartikeln“, aus denen Anlässe geschaffen werden, die für beide Seiten funktionale Aufmerksamkeit bieten.

Systematisch zeigt Derksen Akteurskonstellationen (Schimank) für Journalismus und Public Relations auf und integriert diese in systemtheoretische und handlungstheoretische Überlegungen. Damit gelingt es ihm, ein realitätsnahes (Handlungs-)Modell zu entwickeln, um Journalismus und PR zu beschreiben, theoretisch einzuordnen und ebenso deren Verhältnis theoretisch zu präzisieren.

Die wissenschaftliche Relevanz des Dissertations-Themas belegt Derksen auch empirisch. In der von ihm durchgeführten Inhaltsanalyse wird die Berichterstattung aus verschiedenen Nachrichtenmedien (Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt, Welt/Welt am Sonntag und Spiegel Online) untersucht. Ergebnisse sind unter anderem, dass knapp neun Prozent aller Meldungen und Berichte Studien thematisieren. Über alle untersuchten Medien hin-

weg stehen die meisten Artikel über Studien im Wirtschaftsteil (28 Prozent) und im Politikteil (16 Prozent), gefolgt vom Wissenschaftsressort (12 Prozent) – in dem allerdings der relative Anteil der Studienartikel mit über 30 Prozent am höchsten ist. Die meisten aufgegriffenen Studien stammen von Unternehmen (41 Prozent), erst danach kommen wissenschaftliche Institute oder Organisationen (27 Prozent). Auch die Medien selbst sind zu einem Fünftel Urheber bzw. Auftraggeber von Studien. Interessant ist weiter, dass Derksen – über die Inhaltsanalyse hinaus – für jede aufgegriffene Studie rekonstruiert, wie die jeweilige Studie vorgestellt wurde (zum Beispiel durch Pressekonferenz, Newsletter, etc.), ob es eine Nachrichtenagenturmeldung dazu gab und ob andere Medien bereits exklusiv oder nicht-exklusiv über die Studie berichtet haben. So ermittelt und untersucht der Autor mehr als 20 „Impuls-Resonanz“-Muster der Studienberichterstattung.

Insgesamt liegt hier eine sehr qualitätsvolle, analytisch und empirisch überzeugend durchgeführte Studie vor, die durch die Fragestellung und vor allem durch die Inhaltsanalyse Neuland innerhalb der Journalismus – und der PR-Forschung gleichermaßen betritt. Sowohl der theoretisch-analytische, wie auch der empirische Beitrag zur Forschung des Verhältnisses zwischen PR und Journalismus sind wichtig. Die fordert geradezu nach Ergänzungen, Fortsetzungen und weiteren empirischen Studien – wie auch von Derksen selbst angemerkt.

Jens Reinhard Derksen hat eine thematisch, theoretisch und empirisch innovative Arbeit vorgelegt, die nicht nur voll zu überzeugen weiß, sondern auch Impulse für die weitere Forschung setzen kann.

Günter Bentele
Berlin/Leipzig, im April 2014

Storys mit Studien

Die Produktion von Aufmerksamkeit mit Rankings,
Umfragen und Statistiken in Journalismus und PR

Derksen, J.R.

2014, XX, 397 S. 116 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06252-1