Karin Pühringer/Sarah Zielmann (Hrsg.): *Vom Wissen und Nicht-Wissen einer Wissenschaft. Kommunikationswissenschaftliche Domänen, Darstellungen und Defizite.* – Berlin etc.: LIT-Verlag 2006 (= Reihe: Medien – Forschung und Wissenschaft; Bd. 7), 257 Seiten, Eur 24,90.

Wissen und Nicht-Wissen ist eine Unterscheidung, die für eine Wissenschaft bezeichnend ist. Sie betrifft zum einen die inhaltliche Arbeit an und mit Wissenskonzepten, die in jüngerer Zeit – siehe DGPK-Jahrestagung 2007 in Bamberg – auch in der Kommunikationswissenschaft an Bedeutung gewonnen hat. Zum anderen sind damit auch erkenntnistheoretische und methodologische Aspekte angesprochen. Diese Perspektive zielt auf die Wissensbestände der Kommunikationswissenschaft – und darauf, was damit angefangen werden kann.

Der Titel des Sammelbands »Vom Wissen und Nicht-Wissen einer Wissenschaft« lässt die letztgenannte Perspektive erwarten. Wer allerdings nach einem übergeordneten Rahmen des Sammelbands sucht, der über den Begriff des Wissens hinausgeht, tut sich schwer. Die Einleitung von Karin Pühringer gibt einen guten Überblick über Begriffe, Formen und Konzepte von Wissen. Leider steht darin nur wenig zum herausgearbeiteten Konzept, das dem Band zugrunde liegt. So bleibt der angekündigte »rote Wissensfaden« weitgehend ein rhetorischer. Hier wünschte man sich, als Leser stärker an die Hand genommen zu werden und Näheres zu Hintergründen und Zielen des Sammelbands zu erfahren.

Das Buch ist in vier unterschiedlich gewichtete Teile gegliedert. Der erste und umfangreichste Teil zum Wissen der Public Relations und der PR-Forschung ist zugleich auch der überzeugendste, weil sich alle vier Beiträge sinnvoll ergänzen. In der Gesamtschau ergeben sich hier spannende Einblicke in die Wissensbestände des Forschungsfelds. Ein Beispiel: Juliana Raupp zeigt anhand einer Analyse von PR-Forschungsarbeiten, wie die junge Disziplin Wissen unterschiedlicher Art anhäuft. Sie erkennt durchaus eine Verwissenschaftlichung der PR unter dem Dach der Kommunikationswissenschaft, sichtbar an einem sich entwickelnden Bestand an wissenschaftlichem PR-Wissen, das eben nicht di-

rekt relevant für die PR-Praxis sein muss. Das Verhältnis zwischen wissenschaftlichem PR-Wissen und berufspraktischem Handlungswissen greift Ulrike Röttger in ihrem Beitrag auf. Sie entwickelt ein Konzept und formuliert Anforderungen an ein PR-Beratungswissen als Wissenstyp, der in seiner Wissensbasis doppelt verankert ist: zum einen in der Wissenschaft, zum anderen in der Alltagspraxis.

Im zweiten Teil des Bandes beschäftigen sich zwei Autoren mit dem Verhältnis von Wissen und Vertrauen. Matthias Kohring entfaltet eine differenzierte Typologie des Vertrauens und wendet sie auf den Journalismus an; Gabriele Siegert betrachtet die Vertrauensproblematik in Marktbeziehungen der Medien und skizziert, wie Vertrauen in ökonomischen Situationen substituiert werden kann. Insgesamt zeigt sich, dass es für kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen sehr fruchtbar sein kann, gerade die Zusammenhänge zwischen Wissen und Vertrauen zu betrachten.

Bei den Beiträgen des dritten Teils liegen sowohl Themen als auch theoretische Zugänge weit auseinander. So bieten sie zwar interessante Einzelbetrachtungen zur Veränderung von Wissenspraktiken durch digitale Medien, zur Rolle von Wissen in fiktionalen Fernsehserien und zur Unterhaltung als Form öffentlicher Kommunikation, erschließen aber kaum eine gemeinsame Perspektive auf das Wissenskonzept. Zwei Beiträge aus medienpädagogischer Sicht zur Vermittlung von Medienwissen im vierten Teil schließen den Band ab.

Das Buch spannt einen sehr weiten, in mancherlei Hinsicht zu weiten Bogen über ganz unterschiedliche Bereiche der Kommunikationswissenschaft. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der PR-Forschung, die systematisch behandelt wird. Darüber hinaus ergeben sich viele Einblicke, wie in der Kommunikationswissenschaft mit Wissen und verwandten Konzepten wie Vertrauen gearbeitet wird. Für alle, die dies ebenfalls tun oder vorhaben, ist die Lektüre des Bandes auf jeden Fall zu empfehlen. Was jedoch fehlt, sind programmatische Aussagen zum Wissenskonzept, die die Einzelbeiträge zusammenführen und Perspektiven für die kommunikationswissenschaftliche Forschung aufzeigen.

KLAUS SPACHMANN, Stuttgart