

Imase und PR

*Kann Image Gegenstand einer
Public Relations-Wissenschaft sein?*

Inhalt

Vorwort.....7

Einleitung 1

Horst Avenarius

Das Image und die PR-Praxis 1

Ein transatlantisches Gespräch.....15

Teil I: Grundlagen des Imagebegriffs

Dean Kruckeberg

Public Relations and Community.....— 23

Wolfgang Kuhniann

Zum Spannungsfeld Überreden - Überzeugen. 37

Manfred Rühl

Images - Ein symbolischer Mechanismus .der öffentlichen
Kommunikation zur Vereinfachung unbeständiger Public Relations..... 55

Barnim G. Jeschke

Überlegungen zu cten Determinanten des' Unternehmens^Image.....!... 73

Vincent Hazleton

Symbolic Resources
Processes in the Development and Use of Symbolic Resources..... 87

Jon White

Public Relations:
Insights from the Psychology of Perception.....101

Teil II: Grundlagen der Imagebildung

Mats Alvesson

- 'Organizaton: From Substance to Image?.....113

Larissa A. Grunig

Image and Symbolic Leadership:

Using Focus Group Research to Bridge the Gap.....133

Ulrich Saxer

Public Relations und Symbolpolitik 165

CarlH. Botan

Image and Ethics in International Public .Relations.....189

I

v

J

Benno Signitzer

Anmerkungen zur Begriffs- und Funktionswelt von Public Diplomacy.....199

Teil III: Grundlagen der Imagevermittlung

Klaus Schönbach

Images der Kanzlerkandidaten im Wahlkampf 1990: . •

Einflüsse von PR.und politischer Werbung im Vergleich . . . •.....215

'David M. Dozier - ••

! Image, Reputation and'Mass Gömmunicätion Effects227 ,

| Günter Haedrich

; Images und strategische Unternehmens- und Marketingplanung251

James E. Grunig

On the Effects of Marketing, Media Relations, and Public Relations:

Images, Agendas, and Relationships263 ^