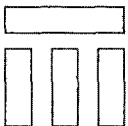


Ulrike Röttger (Hrsg.)

Theorien der Public Relations

Grundlagen und Perspektiven
der PR-Forschung

2., aktualisierte und
erweiterte Auflage



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Einleitung	
Welche Theorien für welche PR?	9

Grundlagen und Systematisierungen

<i>Otfried Jarren/Ulrike Röttger</i>	
Steuerung, Reflexierung und Interpenetration: Kernelemente einer strukturationstheoretisch begründeten PR-Theorie.....	29

<i>Klaus Merten</i>	
Zur Theorie der PR-Theorien	
Oder: Kann man PR-Theorien anders als systemisch modellieren?	51

<i>Manfred Rühl</i>	
Für Public Relations?	
Ein kommunikationswissenschaftliches Theoriebouquet!	71

<i>Lars Rademacher</i>	
PR als ‚Literatur‘ der Gesellschaft?	
Plädoyer für eine medienwissenschaftliche Grundlegung des Kommunikationsmanagements.....	87

Fokus: Organisation und Gesellschaft

<i>Matthias Kussin</i>	
PR-Stellen als Reflexionszentren multireferentieller Organisationen	117

<i>Peter Szyszka</i>	
Organisation und Kommunikation	
Integrativer Ansatz einer Theorie zu Public Relations und Public Relations-Management	135

<i>Howard Nothhaft / Stefan Wehmeier</i>	
Vom Umgang mit Komplexität im Kommunikationsmanagement	
Eine soziokybernetische Rekonstruktion	151

<i>Lothar Rolke</i>	
Public Relations – die Lizenz zur Mitgestaltung öffentlicher Meinung	
Umriss einer neuen PR-Theorie	173

Fokus: Dualität von Theorie und Praxis*Susanne Femers*

PR-Theorie? PR-Theorie! Plädoyer für eine wissenschaftliche und fachliche Fundierung der Public Relations durch Theoriebildung und reflektiertes Handeln im Berufsfeld	201
--	-----

Klaus Kocks

PR-Theorien – Vergebliche Versuche in der Halbwelt amerikanisierter Wissenschaft.....	213
--	-----

Michael Kunczik

PR-Theorie und PR-Praxis: Historische Aspekte	223
---	-----

Spezielle Aspekte*Mark Eisenegger/Kurt Imhof*

Funktionale, soziale und expressive Reputation – Grundzüge einer Reputationstheorie.....	243
---	-----

Juliana Raupp

Medialisierung als Parameter einer PR-Theorie	265
---	-----

Barbara Baerns

Öffentlichkeitsarbeit und Erkenntnisinteressen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft	285
---	-----

Manfred Bruhn/Grit Mareike Ahlers

Zur Rolle von Marketing und Public Relations in der Unternehmenskommunikation Bestandsaufnahme und Ansatzpunkte zur verstärkten Zusammenarbeit	299
--	-----

Autorenverzeichnis	317
--------------------------	-----