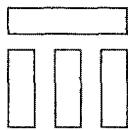


Ulrike Röttger (Hrsg.)

# 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**

*Otfried Jarren/Ulrike Röttger*

Steuerung, Reflexierung und Interpenetration: Kernelemente einer strukturationstheoretisch begründeten PR-Theorie ..... 29

*Klaus Merten*

Zur Theorie der PR-Theorien

Oder: Kann man PR-Theorien anders als systemisch modellieren? ..... 51

*Manfred Rühl*

Für Public Relations?

Ein kommunikationswissenschaftliches Theoriebouquet! ..... 71

*Lars Rademacher*

PR als ‚Literatur‘ der Gesellschaft?

Plädoyer für eine medienwissenschaftliche Grundlegung

des Kommunikationsmanagements ..... 87

## **Fokus: Organisation und Gesellschaft**

*Matthias Kussin*

PR-Stellen als Reflexionszentren multireferentieller Organisationen ..... 117

*Peter Szyszka*

Organisation und Kommunikation

Integrativer Ansatz einer Theorie zu Public Relations

und Public Relations-Management ..... 135

*Howard Nothhaft / Stefan Wehmeier*

Vom Umgang mit Komplexität im Kommunikationsmanagement

Eine soziokybernetische Rekonstruktion ..... 151

*Lothar Rolke*

Public Relations – die Lizenz zur Mitgestaltung öffentlicher Meinung

Umrisse 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