

Inhalt

Klaus Merten

Joachim Westerbarkey: Zueignung und Vita7

I. Öffentliche Kommunikation

André Donk

Kommunikation über Vergangenheit –

Soziales Gedächtnis in kommunikationswissenschaftlicher Perspektive13

Volker Gehrau

Basisgenres. Ein Ansatz zur Strukturierung medienvermittelter fiktionaler

Öffentlichkeit am Beispiel des Fernsehangebots31

Alexander Görke

Globalisierung und Öffentlichkeit. Wegmarken eines Theoriediskurses45

Matthias Kohring

Alles Medien, oder was?

Eine öffentlichkeitstheoretische Standortbestimmung71

Armin Scholl

Vom Dissens zur Dissidenz.

Die Bedeutung alternativer Gegenöffentlichkeit für die Gesellschaft83

II. Public Relations/Werbung

Klaus Merten

Schwierigkeiten mit der Kommunikation einer Ethik der Kommunikation99

Ulrike Röttger

Alles eine Frage der Perspektive. PR-Qualität und die Sicht der Bezugsgruppen119

Katja Scheidt/Christine Thieleke

Public Relations im dritten Jahrtausend135

Guido Zurstiege

Die Produktion und Vermarktung werblicher Kreativität149

III. Nichts oder nicht Nichts

<i>Walter Hömberg/Johannes Karasek</i>	
Der Schweißleck der Kanzlerkandidatin.....	161
<i>Christoph Jacke</i>	
„Rektales Reinigungserlebnis“.	
Unterhaltung und Medienkritik in Zeiten des latenten Als-ob	175
<i>Siegfried J. Schmidt</i>	
Faszinationstyp NICHTS	195

IV. Fachgeschichte(n)

<i>Hans Bohrmann</i>	
Studenten und Politik an der FU Berlin.	
Erinnerungen an mein Publizistik-Studium. 1959-1967	207
<i>Klaus Kocks/Jan-Paul Klünder</i>	
Ur- und Abgründe der Markentechnik – Hans Domizlaff als Großvater der PR	215
<i>Christoph Neuberger</i>	
„Stille Post“ in der Kommunikationswissenschaft: Tradierungsfehler in der wissenschaftlichen Fachöffentlichkeit	231
<i>Walter J. Schütz</i>	
Zeitungsgeschichte und Institutsgeschichten. Publizistik in Münster 1946 bis 1959.....	263
Joachim Westerbarkey: Bibliographie	275
Autorinnen und Autoren.....	281
Gesamtliteraturverzeichnis.....	287