

Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
I. Sinn	3
1. Vom Sein zum Sinn	3
2. Sinn und Systembezug	9
3. Sinn und Information	14
II. Sinnformen	19
1. System und Umwelt.....	19
2. Operation und Beobachtung.....	25
3. Soziale und psychische Systeme	29
3.1 Kommunikation	29
3.2 Gesellschaft – Organisation – Interaktion.....	36
3.3 Psychische Systeme: Bewusstsein	44
III. Medien	51
1. Form und Medium	52

2. Kommunikationsmedien	55
3. Wahrnehmungsmedien	61
4. Verbreitungsmedien	63
4.1 Schrift und Buchdruck	64
4.1.1 Schrift	64
4.1.2 Buchdruck	67
4.2 Radio und Fernsehen.....	69
4.3 Computer und Internet	72
5. Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien ..	76
6. Zwischenfazit: Medien und Public Relations	80
7. Massenmedien	85
7.1 Funktionssystem der Massenmedien	86
7.2 Public Relations als Programm der Massenmedien.....	90
8. Öffentlichkeit	92
9. Exkurs zur moralischen Kommunikation	98
IV. Public Relations	103
1. Ein Blick in die Geschichte der Public Relations	104
2. Referenzen von Theorien und von Public Relations ..	109
2.1 Referenzen bzw. Typen von Theorien	109
2.2 Referenzen bzw. Typen von Public Relations	114
2.3 Unser Ansatz im Umfeld anderer Theorien	120
3. Public Relations als gesellschaftliches Funktionssystem	123
4. Public Relations als Funktion von Organisationen	128

4.1	Codierung organisationaler Public Relations.....	130
4.1.1	Organisationscode und Public Relations-Code.....	130
4.1.2	Public Relations als Paradoxie- management	135
4.2	Programme organisationaler Public Relations.....	144
4.2.1	Imagebildung	149
4.2.2	Nachrichten, Unterhaltung, Werbung.....	157
4.3	Methoden organisationaler Public Relations.....	162
4.4	Status von Public Relations.....	180
V.	Literatur.....	183