

Dissertation

Spatzier, Astrid (2009): Über Image zur Profession. Professionalisierung im Berufsfeld Public Relations durch Imagebildung und Imagevermittlung. Eine theoretische Analyse und qualitative Studie zur Entwicklung eines Theorieentwurfs. 750 Seiten.

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich sowohl auf theoretischer als auch auf einer deutlich qualitativen empirischen Ebene mit einem Fragenkomplex, der an der Schnittstelle zwischen Ausbildungs- und Beschäftigungssystem in vielfältigen Konstellationen virulent wird: es geht um die Rolle des Professionalisierungsprozesses in der Berufspolitik. Konkretisiert und neu thematisiert wird diese Fragestellung durch die Einbeziehung der Außenperspektive (Image) am Beispiel von Public Relations. Ziel dieser Arbeit ist es, das Thema der Professionalisierung bzw. die Probleme der Professionalisierung im Berufsfeld Public Relations aus einer bisher noch nicht angedachten Perspektive zu beleuchten. Das Einbeziehen der Außenperspektive – das Image bzw. die Sichtweise der Stakeholder – steht im Mittelpunkt dieser induktiven Forschung. Im Rahmen dieser Dissertation wird auf Basis eines qualitativen Forschungsdesigns eine Theorie mittlerer Reichweite der Professionalisierung des Berufsfeldes Public Relations im Sinne des Symbolischen Interaktionismus unter Berücksichtigung des Phänomens *Image* entworfen. Im Zuge dieses Theorieentwurfs werden in einem theoretischen Teil die Zusammenhänge, Relationen sowie Wechselwirkungen zwischen Imagebildung und -vermittlung und der Professionalisierung aufgezeigt. Darüber hinaus dienen die von der Autorin entwickelten stipulativen Definitionen für Ausdrücke wie >Image<, >Imagebildung<, >Imagevermittlung<, >Profession<, Public Relations< usw. sowie die generierten Hypothesen aus dem qualitativen empirischen Forschungsteil als weitere Grundlegung der Theorie. Des Weiteren rundet eine komparative Analyse und Typenbildung der Stakeholder das induktive Vorgehen ab.

Imagebildung und -vermittlung wirken nicht nur auf Fremdvorstellungen, sondern durch einen reflexiven Prozess auf drei Ebenen – Verhalten, interpersonelle Kommunikation und Massenkommunikation – auf das Selbstverständnis und Selbstbild und somit in weiterer Folge auf die Professionalisierung. Daraus entsteht ein symbolisch interpretativer Vorgang, der zu einem kongruenten, auf Identitätsbildung basierendem Berufsbild führt, das sich vor allem aus spezifischen Handlungs- und Interaktionsmodalitäten zur Problemlösung konstituiert. Darüber hinaus werden dadurch zwei Berufsrollen konkretisiert – die der KommunikationsagentIn und KommunikationsassistentIn. Damit verknüpft sind notwendige Ausbildungs- und Karrierengänge, Qualifikationen, ethische Verpflichtungen und das Erkennen des Bedarfs an PR-ExpertInnen zur Lösung von Kommunikationsproblemen seitens der Anspruchsgruppen. Aufgrund dieser prozesshaften Dynamik ergibt sich eine klare Definition für >Public Relations< sowie eine erforderliche einheitliche Berufsidentität.