

Die Darstellung und die Bedeutung der Public Relations aus der Sichtweise unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen: Auf dem Weg zu einem transdisziplinären Ansatz?

Salzburg 2008, 224 Seiten (plus 46 Seiten Anhang)

Mag. Florian Mayrhofer, LL.M.oec., LL.B.oec., Bakk.komm.

E-Mail: mayrhofer_florian@hotmail.com

Handy: 0676 53 49 007

I. Kurzzusammenfassung in Form von max. 30 Zeilen:

Diese Magisterarbeit zum Thema: „Die Darstellung und die Bedeutung der Public Relations aus der Sichtweise unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen: Auf dem Weg zu einem transdisziplinären Ansatz?“ verfolgte das Ziel, die Public Relations aus einem neuartigen transdisziplinären Kontext verschiedener Wissenschaften abzubilden. In einer Typologie studentischer PR-Arbeiten lässt sich dieses Thema der Grundlagenforschung zuordnen. Folgende Disziplinen wurden dabei einer theoretischen Aufarbeitung unterzogen: Kommunikationswissenschaft, Soziologie (Organisationssoziologie), Politikwissenschaft, Rechtswissenschaft, Psychologie (Sozialpsychologie), Gesundheitswissenschaft, Kunstgeschichte, Philosophie (Ethik), Betriebswirtschaftslehre, Sportwissenschaft, Sprachwissenschaft und (katholische Theologie). Als Methodik wurde eine Literaturanalyse verwendet, die durch Experteninterviews unterstützt wurde. Die in der Arbeit verwendeten Forschungsfragen und Hypothesen hatten die Aufgabe, zum einen den Beitrag der einzelnen wissenschaftlichen Disziplinen für Public Relations zu ermitteln und zum anderen die Frage zu beantworten, ob sich aus den theoretisch aufgestellten Überlegungen ein eigenständiger transdisziplinärer Ansatz für Public Relations ableiten lässt. Bezogen auf die Forschungsergebnisse ist festzustellen, dass in allen zwölf beleuchteten wissenschaftlichen Disziplinen Anknüpfungspunkte und Verbindungen in unterschiedlicher Ausprägung zur Public Relations gefunden wurden. Der Beitrag, den die wissenschaftlichen Disziplinen für Public Relations leisten, unterscheiden sich sowohl in ihrem Verständnis, als auch in ihrer Intensität. Die Dimensionen hierbei reichen von rein instrumentaler Nutzung bis hin zur wissenschaftsgenerierenden Aufarbeitung und Erforschung der Public Relations. Auf Basis dieser ermittelten

Ergebnisse erfolgte eine transdisziplinäre Modellbildung mit folgenden *vier* unterschiedlichen theoretischen *Ebenen bzw. Zugangsweisen* für Public Relations: Wissenschaftstheoretisch-generierende Ebene, Disziplinär-kooperierende wissenschaftliche Ebene, instrumental-funktionale Ebene, transdisziplinäre Grenze der Betrachtungsmöglichkeit. Dieses Modell ermöglicht es, die verschiedenen Verständnisweisen von Public Relations in den analysierten Wissenschaften abzubilden und dadurch die unterschiedlichen Bedeutungsebenen herauszufiltern.