

Dr. Tobias Liebert

Kommunikationswissenschaftler und -berater; Dipl.-Journ.

WS 2002/03: Vertr.-Prof. für Öffentlichkeitsarbeit/PR am Inst. f. KMW der Univ. Leipzig

Rosa-Luxemburg-Str. 6

06667 Weißenfels

Theorien der Public Relations (Seminar 5-15)

S Hauptstudium wöchentl. Di 9.00 Uhr Raum: 2-69 Dr. Liebert, Tobias
Beginn: 15.10.02

Die Diskussion von theoretischen Ansätzen und Konzepten der Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit) erhielt in den vergangenen Jahren großen Auftrieb. Zu älteren, insbesondere massenpsychologischen und absatzpolitischen, Ansätzen aus den USA und Deutschland traten organisationstheoretische und gesamtgesellschaftlich orientierte Sichtweisen hinzu. Im Brennpunkt aktueller Auseinandersetzung stehen PR als symmetrische Kommunikation („Dialog“). Die Theorien mittlerer Reichweite und die makrogesellschaftlichen Ansätze sollen im Mittelpunkt des Seminars stehen. Beispielsweise werden das Vier-Typen-Modell von Grunig und Hunt, das Konzept der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit von Burkart, der Intereffikationsansatz von Bentele/Liebert u.a. oder das politikwissenschaftlich-demokratiethoretische Konzept von Ronneberger diskutiert. Die Studierenden werden sich mit Grundlagentexten beschäftigen, die einen Überblick über die „Theorienlandschaft“ und die jeweiligen Theorien bieten sowie zugleich Überlegungen zur eigenen künftigen Berufsrolle anregen können.

Vorbereitende Literatur:

Bentele, Günter: „PR-Forschung und PR-Wissenschaft in Deutschland. Ein Überblick.“ In: Bentele, Günter (Hg.) (1998): Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium, Studienband 1, Berlin: PR-Kolleg, 1998. S. 321-358.

Kunczik, Michael: Public Relations. Konzepte und Theorien. Köln/Weimar/Wien: Böhlau, 4. Auflage 2002.

Signitzer, Benno: „Theorie der Public Relations“. In: *Burkart, Roland; Hömberg, Walter* (Hg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller, 1992. S. 134-152.

Ablauf und Themen:

15.10. 1. V.	<p>Thema: Einführung in das Seminar, Verteilung der Referate, Einführende Diskussion</p> <p>Theorien - Kommunikationstheorien - PR-Theorien</p> <p>Stellung, Nutzen und Grenzen von PR-Theorien in der PR-Wissenschaft und ihr Verhältnis zur Praxis</p> <p>Lit.: Lexikonauszug, Bentele (1998, 27-37), Avenarius in Bentele/Hesse (1994, 269-286)</p>
22.10. 2. V.	<p>Thema: Möglichkeiten der Systematisierung von PR-Theorien</p> <p>Lit.: Signitzer (1992, 134-138, 144-152), Bentele (1997), Bentele (1998, 321-358), Bentele/Szyszka (1995, 297-315), Stuiber in Avenarius/Armbrecht (1992, 206ff.); Bentele/Liebert (1995, 5f., 50/52), Faulstich (2000, 21-40, 55-67), Röttger (2000, 25f.)</p>
29.10. 3. V.	<p>Thema: Der erste PR-Theoretiker Edward L. Bernays und seine Basis in der Massenpsychologie</p> <p>Lit.: Bernays (1923 bzw. 1929), Bernays (1952), Bernays (1967), Kunczik (1993, 90-108 über Bernays, LeBon, Freud) oder für besonders Interessierte: Freud (1970, zuerst 1921) und LeBon (1964, zuerst 1895), Tye (1998)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Vertiefung: Verortung von Bernays in der (amerikanischen) PR-Geschichte</p>
5.11. 4. V.	<p>Thema: PR-theoretische Ansätze von Carl Hundhausen</p> <p>Lit.: Hundhausen (1937), Hundhausen (1951), Hundhausen (1957), Hundhausen (1969), Flieger/Ronneberger (1993), Lehmgig (1997), Kunczik (1993), Liebert in Szyszka (1997, 82/83), Szyszka (1997, 233-241), Kückelhaus (1998)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Vertiefung: Historische Aspekte des PR-Begriffes (in Deutschland)</p>
12.11. 5. V.	<p>Thema: PR-theoretische Ansätze von Albert Oeckl</p> <p>Lit.: Oeckl (1964), Oeckl (1976), Oeckl (1981), Oeckl (1988), Kunczik (1993), Flieger (1994), Szyszka (1997, einz. Stellen), Kückelhaus (1998), Faulstich (2000, 22f.)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Vertiefung: Verortung in der deutschen PR-Geschichte, historische Aspekte des Begriffes „Öffentlichkeitsarbeit“</p>
19.11. 6. V.	<p>Thema: Das politikwissenschaftlich-demokratietheoretische Pluralismuskonzept für PR von Franz Ronneberger</p> <p>Lit.: Ronneberger (1977), Ronneberger in Böckelmann (1989, 149-160), Ronneberger in Pflaum/Pieper (1989), Ronneberger in Dorer/Lojka (1991, 8-19), Ronneberger/Rühl (1992, 213-226), zur Kritik siehe: Scheidges (1982 bzw. 1991)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Vertiefung: Interessen- und Gemeinwohlproblematik in der PR</p>

26.11. 7. V.	<p>Thema: Die sozialwissenschaftliche Systemtheorie (insbes. von Luhmann) und daraus entstehende Folgerungen für eine theoretische Begründung von PR</p> <p>Lit.: Kunczik (166-168), Liebert in Szyszka (1999, 88ff.), Lundt (1998, 229-247 und 157-159), Luhmann (1995), Luhmann (1987), Luhmann (1984), Willke (1989, insbesond. 24-31), Röttger (2000, 27-34, 35-37)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Thema: Der erste umfassende (gesellschafts-)theoretische Ansatz für PR von Franz Ronneberger und Manfred Rühl</p> <p>Lit.: Ronneberger/Rühl (1992, insbes. 88-93, 105-109, 111-154, 249-280), Kunczik (235ff.)</p> <p>Referent/en:</p>
3.12. 8. V.	<p>Thema: Die soziohistorischen Ansätze von Ronneberger/Rühl (moderne Industriegesellschaft) und Saxer (Innovationstheorie)</p> <p>Lit.: Armbrrecht/Zabel (195-224, insbesond. Saxer 197 und 200 sowie Rühl 171-194), Avenarius/Armbrrecht (47ff. Saxer), Kunczik (235-237 zu Ronneberger/Rühl und 230-235 zu Saxer), Ronneberger/Rühl (1992, 41-52), Rühl (2000)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Vertiefung: Theoretische und methodische Probleme der PR-Geschichtsschreibung</p>
10.12. 9. V	<p>Thema: Der „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ von Jürgen Habermas (sowie neuere Öffentlichkeitskonzepte) und daraus entstehende Folgerungen für eine theoretische Begründung von PR</p> <p>Lit.: Habermas (1962), Habermas in Fischer-Lexikon (1964, 220 Stichwort Öffentlichkeit), Habermas in Prokop (1985, 325-340), Habermas (1990, Vorwort), Kunczik (152-160), Liebert in Szyszka (1999, 93ff.), event. Böckelmann/Nahr (1979, 9f., 12, 15, 22, 24ff.), event. Gerhards/Neidhardt (1990, 8, 13f., 18, 20, 26f., 29, 38, 35) u. a.</p> <p>Referent/en:</p> <p>Forts. 10.12.</p> <p>Thema: Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns und daraus entstehende Folgerungen für eine theoretische Begründung von PR</p> <p>Lit.: Habermas (1988), Lundt (1998, 180-196), Kunczik (214-244), Bentele/Liebert (1995, 38ff., 43ff., 60f.), Liebert in Szyszka (1999)</p> <p>Referent/en:</p>
17.12. 10. V.	<p>Thema: Das Konzept der Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit von Roland Burkart</p> <p>Lit.: Burkart/Probst (1991, 56-76), Burkart (1992), Burkart (1997), Bentele/Liebert (1995, 7-27 und 65-80), Kunczik (225ff.), Röttger (2000, 37-44)</p> <p>Referent/en:</p>
	WEIHNACHTSPAUSE

7.1. 11. V.	<p>Thema: (a) Das Vier-Typen-Modell von Grunig & Hunt und seine Weiterentwicklungen, das Modell situativer Teilöffentlichkeiten von James E. Grunig sowie (b) die normative Exzellenz-Theorie von Grunig u. a.</p> <p>Lit.: Grunig/Hunt (1984), Signitzer (1988), Signitzer (1989, 31-42), Grunig (1992), Grunig/Grunig/Dozier (1996), Armbrecht/Zabel (69-89), Röttger (2000, 45-54) Grunig (1992), Dozier/Grunig/Grunig (1995)</p> <p>(2) Referent/en:</p>
14.1. 12. V.	<p>Thema: PR und Journalismus - Determinationshypothese (a) und Intereffikationsansatz (b)</p> <p>Lit.: a): Baerns (1991), Baerns (1987), Barth/Donsbach (1992), Burkart (1995), Fröhlich (1992), Grossenbacher (1989), Rossmann (1993), Ruß-Mohl (1992 und 1994), Saffarnia (1993), Schweda/Opherden (1995), Löffelholz (1997), Szyszka (1997a)</p> <p>b): Bentele/Liebert/Seeling (1997), Bentele (1999), Rolke/Wolff (1999), Rinck (2001), Schantel (2000), Weber (1999)</p> <p>Referent/en:</p>
21.1. 13. V.	<p>Thema: Vertrauen und Image als zentrale Kategorien für PR-theoretische Ansätze</p> <p>Lit.: Armbrecht/Avenarius/Zabel (1993), Armbrecht/Zabel (131-158), Bentele/Hesse (1994, 237-267), Bentele/Seeling (1996), Bentele (1997a), Bittl (1997), Faulstich (2000, 124ff.)</p> <p>Referent/en:</p>
28.1. 14. V.	<p>Thema: Konstruktivistische PR-Auffassungen</p> <p>Lit.: Kückelhaus (1998), Merten (1992), Merten/Westerbarkey (1994), Merten (1999, insbes. 256-292), Lundt (1998, 213-227), Pörksen (2001)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Thema: Öffentlichkeitsarbeit aus kulturwissenschaftlicher Sicht</p> <p>Lit.: Faulstich (2000, insbesondere 40-46, 55, 64-73, 77ff., 113f., 130ff., 233ff.), Faulstich (1992), Winter (1995), Hansen (2000), Röttger (2000, 34-35), Knorr (1984)</p> <p>Referent/en:</p>
4.2. 15. V.	<p>Thema: Theorien der Unternehmenskommunikation (insbes. Zerfaß), marketingorientierte Ansätze von PR und PR in Managementtheorien</p> <p>Lit.: Meffert (1993), Nieschlag/Dichtl/Hörschgen (1991), Kotler/Bliemel (1992), Haedrich (1982), Haedrich (1992), Haedrich (1994), Bruhn (1992), Bruhn (1997), Zerfaß (1996), Beger/Gärtner/Mathes (1989), Kunczik (175-178, 180-188, 194-201); Bruhn/Schmidt/Tropp (2000); Kritik an Marketingmod.: Bentele (1998a, v. a. 50-57)</p> <p>Referent/en:</p> <p>Abschlussdiskussion, Seminarkritik etc.</p>
	Abgabe der Hausarbeiten bis 15. Februar

Literatur (hier nur Auswahl):

- Armbrecht, Wolfgang; Zabel, Ulf (Hg.) (1994): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Avenarius, Horst; Armbrecht, Wolfgang (Hg.) (1992): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Baerns, Barbara (1987): „Macht der Öffentlichkeitsarbeit und Macht der Medien.“ In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.) (1987): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Stuttgart: Bonn Aktuell (Schriftenreihe der Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 238), S. 147 - 160.
- Baerns, Barbara (1991): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus. Zum Einfluss im Mediensystem. Köln: Wissenschaft und Politik. 1. Auflage 1985.
- Barth, Henrike; Donsbach, Wolfgang (1992): „Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations.“ In: Publizistik, 37, 2, S. 151 - 165.
- Beger, Rudolf; Gärtner, Hans-Dieter; Mathes, Rainer (1989): Unternehmenskommunikation. Grundlagen, Strategien, Instrumente. Wiesbaden: Gabler und Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine.
- Bentele, Günter (1997): „PR-Wissenschaft in Deutschland: eine Annäherung.“ In: PR-Forum 3/97, S. 8-13.
- Bentele, Günter (1997a): Artikel „Vertrauen/Glaubwürdigkeit“, Ersch. in: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich; Saxer, Ulrich (Hg.) (1997): Handbuch der Politischen Kommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bentele, Günter (1997b): Grundlagen der Public Relations. Positionsbestimmung und einige Thesen. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.) (1997): Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen. München: Fischer. S. 21-36.
- Bentele, Günter (1998): „PR-Forschung und PR-Wissenschaft in Deutschland. Ein Überblick.“ In: Bentele, Günter (Hg.) (1998): Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium, Studienband 1, Berlin: PR-Kolleg, S. 321-358.
- Bentele, Günter (1998a): „PR und andere Typen öffentlicher Kommunikation: Abgrenzungen.“ In: Bentele, Günter (Hg.) (1998): Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium, Studienband 1, Berlin: PR-Kolleg, S. 39-70.
- Bentele, Günter (1999): „Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion.“ In: Rolke, Lothar; Wolff, Volker (Hg.) (1999): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 177-193.
- Bentele, Günter; Haller, Michael (Hg.) (1997): Aktuelle Entstehung der Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen. Konstanz: UVK.
- Bentele, Günter; Hesse, Kurt R. (Hg.) (1994): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl. Konstanz: Universitätsverlag.
- Bentele, Günter; Liebert, Tobias (Hg.) (1995): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (= Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement; 1) Leipzig: Lst. F. ÖA/PR.
- Bentele, Günter; Liebert, Tobias (1996): „Ostdeutsche Wirtschaftsjournalisten über PR. Umfrage zu Berichterstattung und Informationsquellen.“ In: PR-Forum 1/96, S. 26-31.
- Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Seeling, Stefan (1997): „Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus.“ In: Bentele, Günter; Haller, Michael (Hg.) (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz: UVK, S. 225-250. (Schriftenreihe Deutsche Gesellschaft für Publizistik - und Kommunikationswissenschaft, Bd. 24).

- Bentele, Günter; Seeling, Stefan (1996): „Öffentliches Vertrauen als zentraler Faktor politischer Öffentlichkeit und politischer Public Relations. Zur Bedeutung von Diskrepanzen als Ursache von Vertrauensverlust.“, In: Jarren, Otfried; Schatz, Heribert; Weßler, Hartmut (Hg.) (1976), Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und mediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 155-167.
- Bentele, Günter; Steinmann, Horst; Zerfaß, Ansgar (Hg.) (1996): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen, Praxiserfahrungen, Perspektiven. Berlin: Vistas.
- Bentele, Günter; Szyszka, Peter (Hg.) (1995): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bernays, Edward L. (1923 bzw. 1929): Crystallizing Public Relations. New York: Liveright.
- Bernays, Edward L. (1952): Public Relations. Norman: University of Oklahoma Press.
- Bernays, Edward L. (1967): Biografie einer Idee. Die hohe Schule der PR. Lebenserinnerungen von E.L. Bernays. Düsseldorf: Econ.
- Bittl, Andreas (1997): Vertrauen durch kommunikationsintendiertes Handeln. Eine grundlagentheoretische Diskussion in der Betriebswirtschaftslehre mit Gestaltungsempfehlungen für die Versicherungswirtschaft. Wiesbaden: Gabler.
- Böckelmann, Frank; Nahr, Günter (1979): Staatliche Öffentlichkeitsarbeit im Wandel der politischen Kommunikation. Berlin. Volker Spiess.
- Bruhn, Manfred (1992): Integrierte Unternehmenskommunikation. Stuttgart: Poeschel.
- Bruhn, Manfred (1997): Kommunikationspolitik. München: Vahlen.
- Bruhn, Manfred; Schmidt, Siegfried S.; Tropp, Jörg (2000): Integrierte Kommunikation in Theorie und Praxis. Betriebswirtschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven. Wiesbaden: Gabler.
- Burkart, Roland (1992): Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Untersucht am Beispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Wien: Braumüller.
- Burkart, Roland (1995): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien/Köln/Weimar: Böhlau.
- Burkart, Roland (1997): Verständigungsorientierte Public Relations-Kampagnen. Eine kommunikationswissenschaftlich fundierte Strategie für Kampagnenarbeit. In: Röttger, Ulrike (Hg.) (1997): S. 285-300.
- Burkart, Roland; Probst, Sabine (1991): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit: eine kommunikationstheoretisch begründete Perspektive. In: Publizistik. (1991) Heft 1. S. 56 - 76.
- Dorer, Johanna; Lojka, Klaus (Hg.) (1991): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wien: Wilhelm Braumüller.
- Dozier, David D.; Grunig, Larissa A.; Grunig, James E. (eds.) (1995): Manager's Guide to Excellence in Public Relations Management. Mahwah, N.J.: Erlbaum.
- Faulstich, Werner (1992). Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. Bardowick.
- Faulstich, Werner (2000): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. München: Fink. (grundsätzlich überarbeitete Neuauflage)
- Flieger, Heinz (1994): Public Relations. Das Lebenswerk von Albert Oeckl. Wiesbaden: Verlag für Deutsche Wirtschaftsbiografien.
- Flieger, Heinz; Ronneberger, Franz (Hg.) (1993): Public Relations-Anfänge in Deutschland. Festschrift zum 100. Geburtstag von Carl Hundhausen. Wiesbaden: Verlag für Deutsche Wirtschaftsbiografien.
- Freud, S. (1970): Massenpsychologie und Ich-Analyse. Frankfurt a.M. (zuerst 1921)
- Fröhlich, Romy (1992): Qualitativer Einfluss von Pressearbeit auf die Berichterstattung: Die „geheime Verführung“ der Presse? In: Publizistik 37,1 S. 37-49.

- Gerhards, Jürgen; Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Berlin: Wissenschaftszentrum für Sozialforschung GmbH (WZB), 1990.
- Grossenbacher, Rene (1989): Die Medienmacher. Eine empirische Untersuchung zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien in der Schweiz. 2. Aufl. Solothurn: Vogt-Schild.
- Grunig, James E. (ed.) (1992): Excellence in Public Relations and Communication Management, Hillsdale: Erlbaum.
- Grunig, James E.; Grunig, Larissa; Dozier, David (1996): Das situative Modell exzellenter Public Relations. Schlussfolgerungen aus einer internationalen Studie. In: Bentele/Steinmann/Zerfaß (Hg.) (1996): S. 199-228.
- Grunig, James E.; Hunt, Todd (1984): Managing Public Relations. New York etc.: Holt, Rinehart and Winston.
- Habermas, Jürgen (1962): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit. Darmstadt und Neuwied, 1962.
- Habermas, Jürgen (1964): (Stichwort) Öffentlichkeit. In: Fischer-Lexikon. Staat und Politik. Frankfurt a.M., 1964. S. 220-226.
- Habermas, Jürgen (1985): Politischer Funktionswandel der Öffentlichkeit. Vom Journalismus schriftstellernder Privatleute zu den öffentlichen Dienstleistungen der Massenmedien - Werbung als Funktion der Öffentlichkeit. In: Prokop, D. (Hg.): Medienforschung Bd. 1 Frankfurt a. M., 1985. S. 325-340.
- Habermas, Jürgen (1988): Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt a. M. 1988. (2 Bde. Oder schon 1981.)
- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Vorwort zur Neuauflage. Frankfurt a.M.
- Haedrich, Günther (1982): „Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.“ In: Haedrich/Barthenheier/Kleinert (Hg.) 1982: S. 67-75.
- Haedrich, Günther (1992): „Public Relations im System des strategischen Marketing.“ In: Avenarius/Armbrecht (1992): S. 257-278.
- Haedrich, Günther (1994): „Die Rolle von Public Relations im System des normativen und strategischen Marketing. In: Armbrecht/Zabel (1994): S. 91-107.
- Haedrich, Günther; Barthenheier, Gunter; Kleinert, Horst (Hg.) (1982): Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Berlin/New York: Walter de Gruyter.
- Hundhausen, Carl (1937): „Public Relations“ In: Deutsche Werbung 1937, 19, S. 1054.
- Hundhausen, Carl (1951): Werbung um öffentliches Vertrauen, Essen: Girardet.
- Hundhausen, Carl (1957): Industrielle Publizität als Public Relations. Essen: Girardet.
- Hundhausen, Carl (1969): Public Relations. Theorie und Systematik. Berlin: de Gruyter.
- Kotler, Philipp; Bliemel, F. (1992): Marketing-Management. Analyse, Planung und Kontrolle Stuttgart.
- Kückelhaus, Andea (1998): Public Relations: Die Konstruktion von Wirklichkeit. Kommunikationstheoretische Annäherung an ein neuzeitliches Phänomen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kunczik, Michael (1993): Public Relations. Konzepte und Theorien, Köln, Weimar, Wien, Böhlau.
- LeBon, Gustave (1964): Psychologie der Massen. Stuttgart. (zuerst 1895)
- Lehming, Evi (1997): Carl Hundhausen: Sein Leben, sein Werk, sein Lebenswerk. Public Relations in Deutschland. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Löffelholz, Martin (1997): „Dimensionen struktureller Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus.“ In: Bentele/Haller (Hg.) (1997): S. 187-224.
- Luhmann, Niklas (1987): Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M.

- Luhmann, Niklas (1995): Die Realität der Massenmedien.
- Lundt, Andre (Hg.) (1998): Kommunikation. PR-Fernstudium Studienband 3. Berlin: PR Kolleg.
- Meffert, Heribert (1986): Marketing. 7., überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden: Gabler.
- Merten, Klaus (1992): „Begriff und Funktion von Public Relations“. In PR-Magazin Nr. 11 (1992), S. 35-46.
- Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1 Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Reihe: Aktuelle Medien- und Kommunikationsforschung, Bd. 1, Münster: Lit.
- Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag. Insbes. S. 188-211.
- Merten, Klaus; Westerbarkey, Joachim (1994): „Public Opinion und Public Relations.“ In: Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 188-211.
- Nieschlag, Robert; Dicht, Erwin; Hörschgen, Hans (1991): Marketing. Berlin: Duncker & Humblot.
- Oeckl, Albert (1964): Handbuch der Public Relations. Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt. München: Süddeutscher Verlag.
- Oeckl, Albert (1976): Praxis. Der Schlüssel zur Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf./Wien: Econ.
- Oeckl, Albert (1981): Public Relations Politik. Düsseldorf: Econ.
- Oeckl, Albert (1988): „Glaubwürdigkeit contra Angst- Kursbestimmung der Öffentlichkeitsarbeit“. In: Schulze-Fürstenow, Günther (Hg.) (1988): PR-Perspektiven. Beiträge zum Selbstverständnis gesellschaftsorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Neuwied: Luchterhand, S. 13-26.
- Pörksen, Bernhard: Die Gewissheit der Ungewissheit. Gespräche zum Konstruktivismus. 2. Auflage. Heidelberg: Carl Auer.
- Rinck, Annette (2001): Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine empirische Untersuchung der PR-Wirkungen am Beispiel einer dialogorientierten PR-Strategie von BMW. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Röttger, Ulrike (Hg.) (1997): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Röttger, Ulrike (2000): Public Relations - Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rolke, Lothar; Wolff, Volker (Hg.) (1999): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ronneberger, Franz; Rühl, Manfred (1992): Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ronneberger, Franz (1977): Legitimation durch Information. Düsseldorf, Wien: Econ, 1977. Oder: In: Dorer/Lojka, S. 8-19.
- Ronneberger, Franz (1989): Die Rolle von Public Relations im politischen Entscheidungsprozess. In Böckelmann, Frank E. (Hg.) (1989): Medienmacht und Politik. (= AFM-Studien 39) Berlin: Spiess.
- Ronneberger, Franz (1989): (Stichwort) Theorie der Public Relations. In: Pflaum, Dieter; Pieper, Wolfgang (Hg.) (1989): Lexikon der Public Relations. Landsberg: Moderne Industrie.
- Rossmann, Torsten (1993): „Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einfluss auf die Medien. Das Beispiel Greenpeace.“ In: Media Perspektiven 2/93, S. 85-94.

- Rühl, Manfred (2000): Publizieren. Eine Sinngeschichte der öffentlichen Kommunikation. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verl.
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Gefährdete Autonomie? Zur Außen- und Selbststeuerung von Public Relations. In: Avenarius, Horst; Armbrrecht, Wolfgang (Hg.) (1992): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen, S. 311-324.
- Ruß-Mohl, Stephan (1994): Symbiose oder Konflikt: Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. In: Jarren, Otfried (Hg.) (1994): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 314-327.
- Saffarnia, Pierre A. (1993): „Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus? Empirische Belege und theoretische Überlegungen gegen die PR-Determinierungsannahme“. In: Publizistik, 38, 3. S. 412-125.
- Schantel, Alexandra (2000): „Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung“. In: Publizistik 45,1. S. 70-88.
- Scheidges, Rüdiger (1982): „Kommunikationsverschmutzungen. Zur übergreifenden Theorie der PR“. In: medium, 12, 1. S. 9-12. (Wiederabgedruckt in Dorer/Lojka [Hg.] [1991]: S. 20 - 27.)
- Schweda, Claudia; Opherden, Rainer (1995): Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Kommunikation. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Signitzer, Benno (1988): Public Relations-Forschung im Überblick. In: Publizistik. 33. Jg. (1988) Heft 1, S. 92-116.
- Signitzer, Benno (1989): Aspekte neuerer Public Relations. Theorie und wissenschaftliche PR-Beratung. In: PR-Magazin (1989) Heft 11 S. 31-42.
- Signitzer, Benno (1992): Theorie der Public Relations. In: Burkart, Roland; Hömberg, Walter (Hg.) (1992): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller. S. 134-152.
- Stuiber, Heinz-Werner: Theorieansätze für Public Relations. Anmerkungen aus sozialwissenschaftlicher Sicht. In: Avenarius/Armbrrecht. S. 206 ff.
- Szyszka, Peter (Hg.) (1997): Auf der Suche nach Identität: PR-Geschichte als Theoriebaustein Berlin: Vistas.
- Szyszka, Peter (1997a): „Bedarf oder Bedrohung? Zur Frage der Beziehungen des Journalismus zur Öffentlichkeit.“ In: Bentele; Haller (Hg.) (1997). S. 209-224.
- Szyszka, Peter (Hg.) (1999): Öffentlichkeit: Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Tye, Larry (1998): The father of Spin. Edward L. Bernays & the birth of Public Relations. New York: Crown Publishers.
- Weber, Johanna (1999): Das Verhältnis Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: Rolle/Wolff (Hg.) (1999): S. 265 - 276.
- Willke, Helmut (1989): Systemtheorie entwickelter Gesellschaften. Dynamik und Riskanz moderner gesellschaftlicher Selbstorganisation. Weinheim und München: Juventa.
- Winter, Carsten (1995): Public Relations als Gegenstand der Kulturwissenschaft. In: Bentele; Szyszka, Peter (Hg.) (1995). S. 115-125.
- Zerfaß, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Weitere Literaturliste: extra Dokument.