

Dr. Tobias Liebert  
Kommunikationswissenschaftler und -berater; Dipl.-Journ.  
WS 2004/05: Gast-Prof. an der Technischen Universität Dresden  
Rosa-Luxemburg-Str. 6  
06667 Weißenfels

## **Theorien der Public Relations**

(Bereich Kommunikationsforschung)

S wöchentl. Do 11.10 Uhr-12.40 Uhr Raum: AB2/213 Dr. Liebert, Tobias  
Beginn: 14.10.04 (August-Bebel-Str. 20)

Wozu sind Theorien gut? Sie verallgemeinern, systematisieren, erklären und regen zum Nachdenken über den Berufsalltag an. Auf PR haben sich in mehreren Disziplinen unterschiedliche Perspektiven herausgebildet: legitimierende, konstatierende und kritisierende; absatzpolitische, organisationsbezogene und gesamtgesellschaftliche... Das Seminar erkundet die vielfältige „Theorienlandschaft“: Zunächst betrachten wir einige ältere Ansätze. Im Mittelpunkt stehen dann neuere Theorien, vor allem solche „mittlerer Reichweite“ und makrogesellschaftliche Ansätze. So werden das Vier-Typen-Modell von Grunig/Hunt, das Konzept der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit von Burkart, der Intereffikationsansatz von Bentele/Liebert u. a. oder das demokratietheoretische Konzept von Ronneberger behandelt. Die Teilnehmer/innen lesen und diskutieren Texte, halten Referate bzw. schreiben Hausarbeiten.

### *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.

*Bentele, Günter:* Public Relations Research and Public Relations Science in Germany, an Overview. In: Brosius, Hans-Bernd; Holz-Bacha, Christina (Hg.): The German Communication Yearbook, Creskill, NJ: Hampton Press, 1999. S. 181-210.

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

## Ablauf und Themen:

14.10. 1. V.	<p>Thema: <b>Einführung in das Seminar</b>, 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>
21.10. 2. V.	<p>Thema: <b>Möglichkeiten der Systematisierung von PR-Theorien</b></p> <p>Lit.: Signitzer (1992, 134-138, 144-152), Bentele (1997), Bentele (1998, 321-358), Bentele/Szyszka (1995, 297-315), Stuißer in Avenarius/Armbrecht (1992, 206ff.); Bentele/Liebert (1995, 5f., 50/52), Faulstich (2000, 21-40, 55-67), Röttger (2000, 25f.)</p>
28.10. 3. V.	<p>Thema: <b>Der erste PR-Theoretiker Edward L. Bernays</b> 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><b>Referent/en:</b></p> <p>Vertiefung: Verortung von Bernays in der (amerikanischen) PR-Geschichte</p>
4.11. 4. V.	<p>Thema: <b>PR-theoretische Ansätze von Carl Hundhausen</b></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><b>Referent/en:</b></p> <p>Vertiefung: Historische Aspekte des PR-Begriffes (in Deutschland)</p>
11.11. 5. V.	<p>Thema: <b>PR-theoretische Ansätze von Albert Oeckl</b></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><b>Referent/en:</b></p> <p>Vertiefung: Verortung in der deutschen PR-Geschichte, historische Aspekte des Begriffes „Öffentlichkeitsarbeit“</p>
18.11. 6. V.	<p>Thema: <b>Das politikwissenschaftlich-demokratietheoretische Pluralismuskonzept für PR von Franz Ronneberger</b></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><b>Referent/en:</b></p> <p>Vertiefung: Interessen- und Gemeinwohlproblematik in der PR</p>

25.11. 7. V.	<p><b>Thema: Die sozialwissenschaftliche Systemtheorie (insbes. von Luhmann) und daraus entstehende Folgerungen für eine theoretische Begründung von PR</b></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), Marcinkowski (1993), Röttger (2000, 27-34, 35-37), Scholl (2002)</p> <p><b>Referent/en:</b></p> <p><b>Thema: Der erste umfassende (gesellschafts-)theoretische Ansatz für PR von Franz Ronneberger und Manfred Rühl</b></p> <p>Lit.: Ronneberger/Rühl (1992, insbes. 88-93, 105-109, 111-154, 249-280), Kunczik (235ff.)</p> <p><b>Referent/en:</b></p>
2.12. 8. V.	<p><b>Thema: Die soziohistorischen Ansätze von Ronneberger/Rühl (moderne Industriegesellschaft) und Saxer (Innovationstheorie)</b></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><b>Referent/en:</b></p> <p>Vertiefung: Theoretische und methodische Probleme der PR-Geschichtsschreibung</p>
9.12. 9. V	<p><b>Thema: Der „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ von Jürgen Habermas (sowie neuere Öffentlichkeitskonzepte) und daraus entstehende Folgerungen für eine theoretische Begründung von PR</b></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><b>Referent/en:</b></p> <p>Forts. 9.12. <b>Thema: Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns und daraus entstehende Folgerungen für eine theoretische Begründung von PR</b></p> <p>Lit.: Habermas (1988), Lundt (1998, 180-196), Kunczik (214-244), Bentele/Liebert (1995, 38ff., 43ff., 60f.), Liebert in Szyszka (1999)</p> <p><b>Referent/en:</b></p>
16.12. 10. V.	<p><b>Thema: Das Konzept der Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit von Roland Burkart</b></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><b>Referent/en:</b></p>
	WEIHNACHTSPAUSE

6.1. 11. V.	<p>Thema: <b>(a) Das Vier-Typen-Modell von Grunig &amp; Hunt und seine Weiterentwicklungen, das Modell situativer Teilöffentlichkeiten von James E. Grunig sowie (b) die normative Exzellenz-Theorie von Grunig u. a.</b></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><b>(2) Referent/en:</b></p>
13.1. 12. V.	<p>Thema: <b>PR und Journalismus - Determinationshypothese (a) und Intereffikationsansatz (b)</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) b): Bentele/Liebert/Seeling (1997), Bentele (1999), Rolke/Wolff (1999), Rinck (2001), Schantel (2000), Weber (1999), <a href="http://www.intereffikation.de">www.intereffikation.de</a></p> <p><b>Referent/en:</b></p>
20.1. 13. V.	<p>Thema: <b>Vertrauen und Image als zentrale Kategorien für PR-theoretische Ansätze</b></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><b>Referent/en:</b></p>
27.1. 14. V.	<p>Thema: <b>Konstruktivistische PR-Auffassungen</b></p> <p>Lit.: Kückelhaus (1998), Merten (1992), Merten/Westerbarkey (1994), Merten (1999, insbes. 256-292), Lundt (1998, 213-227), Pörksen (2001), Scholl (2002), <a href="http://www.medienwirklichkeit.de">www.medienwirklichkeit.de</a></p> <p><b>Referent/en:</b></p> <p>Thema: <b>Öffentlichkeitsarbeit aus kulturwissenschaftlicher Sicht</b></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><b>Referent/en:</b></p>
3.2. 15. V.	<p>Thema: <b>Theorien der Unternehmenskommunikation (insbes. Zerfaß), marketingorientierte Ansätze von PR und PR in Managementtheorien</b></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), Kirchner, Mast (2002); Kritik an Marketingmod.: Bentele (1998a, v. a. 50-57)</p> <p><b>Referent/en:</b></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: Public Relations Research and Public Relations Science in Germany, an Overview. In: Brosius, Hans-Bernd; Holz-Bacha, Christina (Hg.): The German Communication Yearbook. Creskill, NJ: Hampton Press, 1999. S. 181-210.
- 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 Öff-

- fentlichkeit. 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; Zerfuß, 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 Oclahoma 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 Pubic 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.
- Hoffjann, Olaf (2001): Journalismus und Public Relations: Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- 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.
- Kirchner, Karin (2001): Integrierte Kommunikation: Theoretische und empirische Bestandsaufnahme und eine Analyse amerikanischer Grossunternehmen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kocks, Klaus (2001): Glanz und Elend der PR, zur praktischen Philosophie der Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Westdt. Verlag.
- 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.
- Liebert, Tobias (2003): Der Take-off von Öffentlichkeitsarbeit. Beiträge zur theoriegestützten Real- und Reflexions-Geschichte öffentlicher Kommunikation und ihrer Differenzierung. Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement, Bd. 5. Leipzig: LS Öffentlichkeitsarbeit/PR.
- 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.
- Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen: Westd. Verl.
- Mast, Claudia (2002): Unternehmenskommunikation: ein Leitfaden. Stuttgart: Lucius & Lucius. UTB 2308.
- 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 (2002): Mikro, Makro oder Mikro-Makro? Zum Verhältnis von Journalismus und PR aus systemischer Perspektive. In: Tagungsreader „Autonomie und Beeinflussung: Beziehungen zwischen Journalismus und PR“ zur ersten gemeinsamen Jahrestagung der DGPK-Fachgruppen „Journalistik und Journalismusforschung“ und „Public Relations/Organisationskommunikation“ vom 14.-16.02.02. Unveröffentlicht. S. 2-8.
- 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 Öffentlichkeitst Arbeit 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.)
- Scholl, Armin (2002): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- 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.
- Weber, Stefan (2000): Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung. Konstanz: UVK-Medien.
- 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.
- [www.intereffikation.de](http://www.intereffikation.de)
- Zerfaß, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Weitere Literaturliste: extra Dokument.