

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

Ergänzung zu: Theorien der Public Relations

Erweiterte Literaturliste:

- Ahrens, Rupert; Scherer, Helmut; Zerfuß, Ansgar (Hg.) (1995): Integriertes Kommunikationsmanagement. Ein Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Personal- und Organisationsentwicklung. Frankfurt a.M.: Institut für Medien und Kommunikation (IMK).
- Altmeppen, Klaus-Dieter; Röttger, Ulrike; Bentele, Günter (Hg.) (2004): Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. Wiesbaden: VS.
- Armbrecht, Wolfgang (1992): Innerbetriebliche Public Relations. Grundlagen eines situativen Gestaltungskonzepts. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Armbrecht, Wolfgang; Avenarius, Horst; Zabel, Ulf (Hg.) (1993), Image und PR. Kann Image Gegenstand einer Public Relations Wissenschaft sein? Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Armbrecht, Wolfgang; Zabel, Ulf (Hg.) (1994): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Avenarius, Horst (1995): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Avenarius, Horst; Armbrecht, Wolfgang (Hg.) (1992): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Baerns, Barbara (1979): Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischeren Beschreibung von Medieninhalten. In: Publizistik, 24, 3, S.301-316.
- Baerns, Barbara (1981), Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit. In: Koszyk, Kurt; Pruys, Karl Hugo (Hg.) (1981): Handbuch der Massenkommunikation. München: dtv, S. 262-271.
- Baerns, Barbara (1982), Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus - Normen, Berufsbilder, Tat-Sachen. In: Haedrich, Günther; Barthenheier, Günter; Kleinert, Horst (Hg.) (1982): Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Berlin/New York: de Gruyter.
- 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.
- Baerns, Barbara (Hg.) (2004): Leitbilder von gestern? Zur Trennung von Werbung und Programm. Eine Problem-skizze und Einführung. Wiesbaden: VS.
- Barth, Henrike; Donsbach, Wolfgang (1992): Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. In: Publizistik, 37, 2, S. 151 - 165.
- Barthenheier, Günter (1982): Zur Notwendigkeit von Öffentlichkeitsarbeit - Ansätze und Elemente zu einer allgemeinen Theorie der Öffentlichkeitsarbeit. In: Haedrich/Barthenheier/ Kleinert (Hg.) (1982). S. 15-26.
- Barthenheier, Günter u. a. (1988): Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit heute. Zum Verständnis ihrer Funktionen, Tätigkeiten und beruflichen Anforderungen. In: PR-Magazin 10/1988, S.39-44.
- Beger, Rudolf; Gärtner, Hans-Dieter; Mathes, Rainer (1989): Unternehmenskommunikation. Grundlagen, Strategien, Instrumente. Wiesbaden: Gabler und Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine.
- Bentele, Günter (1989): Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: Publizistik, 33, 2-3, S.406-426.
- Bentele, Günter (1992): Journalismus und PR. Kontaktpflege. In: Der Journalist, 7/92, S. 11-14.
- Bentele, Günter (1995): Public Relations und Öffentlichkeit - ein Diskussionsbeitrag - oder: Über einige Fehlinterpretationen von PR. Zu Joachim Westerbarkeys Aufsatz „Journalismus und Öffentlichkeit“. In: Publizistik, 40,4, S. 481-486.
- 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; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (2003): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- 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; 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. (1928): Propaganda. New York: Liveright.
- Bernays, Edward L. (1952): Public Relations. Norman: University of Oklahoma Press.
- Bernays, Edward L. (1967): Biographie einer Idee. Die hohe Schule der PR. Lebenserinnerungen von E.L. Bernays. Düsseldorf: Econ.
- (Über) Bernays, Edward L. In: The Museum of Public Relations. <<http://www.prmuseum.com>>
- 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.
- Bogner, Franz M. (1990): Das neue PR-Denken. Strategien, Konzepte, Maßnahmen, Fallstudien effizienter Öffentlichkeitsarbeit. Wien: Überreuter.
- Botan, Carl H.; Hazleton Jr., Vincent (eds.) (1989): Public Relations Theory. Hillsdale: Erlbaum.
- Brauer, Gernot (1993): ECON Handbuch Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf usw.: Econ.
- Brauner, Detlef Jürgen et al. (Hg.) (2001): Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. München: Oldenbourg.
- 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.
- Crable, Richard E./Steven L. Vibbert, (1986): Public Relations as Communications Management. Edina, Mn.: Bellwether.
- Culbertson, Hugh M.; Jeffers, Dennis W.; Stone, Donna B.; Terrell, Martin (eds) (1993): Social, Political, and Economic Contexts in Public Relations: Theory and Cases. Hove/London: Earlbaum.
- Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M. (1994): Effective Public Relations. Englewood Cliffs: Prentice Hall. (7. Auflage seit 1952).
- Dernbach, Beatrice (2002): Public Relations als Funktionssystem. In: Scholl, Armin (Hg.): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK-Verl.-Ges. S. 129-145.
- Dorer, Johanna; Lojka, Klaus (Hg.) (1991): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wien: Wilhelm Braumüller.
- Dörrbecker, Klaus; Fissenewert-Goßmann, Renée (1996): Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln. Das Buch zur Konzeptionstechnik. Frankfurt a.M.: IMK.
- Dörrbecker, Klaus; Rommerskirchen, Thomas (Hg.) (1990): Kommunikationsmanagement. Perspektiven und Chancen der Public Relations. Remagen-Rolandseck: Rommerskirchen.
- 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: Wissenschaftler-Verlag.
- Faulstich, Werner (2000): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. München: Fink. (grundsätzlich überarbeitete Neuauflage)
- Fischer, Heinz-D.; Wahl, Ulrike (Hg.) (1993): Public Relations. Öffentlichkeitsarbeit. Geschichte, Grundlagen, Grenzziehungen. Frankfurt a.M., etc.: Lang.
- Flieger, Heinz (1994): Public Relations. Das Lebenswerk von Albert Oeckl. Wiesbaden: Verlag für Deutsche Wirtschaftsbiographien.
- Flieger, Heinz; Ronneberger, Franz (Hg.) (1993): Public Relations-Anfänge in Deutschland. Festschrift zum 100. Geburtstag von Carl Hundhausen. Wiesbaden: Verlag für Deutsche Wirtschaftsbiographien.
- Flieger, Heinz; Sohl, Beate (1991): Public Relations als Profession. Informationen zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit in allen staatlichen und gesellschaftlichen Bereichen. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien (= Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Bd. 49).
- Freud, S. (1970): Massenpsychologie und Ich-Analyse. Frankfurt a.M. (zuerst 1921)
- Friedrich, Wolfgang; Hupfeld, Robert; Pauler, Karl (1978): Der Verständniswandel von Public Relations. In: Rühl, Manfred; Walchshöfer, Jürgen (Hg.) (1978): Politik und Kommunikation. (= Festgabe für Franz Ronneberger zum 65. Geburtstag). Nürnberg: Verlag der Kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvereinigung.
- 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.
- Gross, Herbert (1951): Moderne Meinungspflege. Für die Praxis der Wirtschaft. Düsseldorf: Droste.
- Grossenbacher, René (1986): Hat die 'Vierte Gewalt' ausgedient? Zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien. In: Media Perspektiven 11/1986.
- 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/Zerfuß (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 (1984): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- 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.
- (Über Habermas, Jürgen;) Honneth, Axel (Hg.) (1988): Kommunikatives Handeln. Beiträge zu Jürgen Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns. 2. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- 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.
- Hansen, Klaus P. (2000): Kultur und Kulturwissenschaft. Eine Einführung. 2. Auflage. Tübingen; Basel: Francke.
- Heinelt, Peer (2003): PR-Päpste. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger. Manuskripte 37. Berlin: Rosa-Luxemburg-Stiftung.
- Hoffjann, Olaf (2001): Journalismus und Public Relations: Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hoffjann, Olaf (2002): Angefreundete Feinde: Die Beziehungen zwischen Journalismus und Public Relations in sozialen Konflikten. In: Scholl, Armin (Hg.): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK-Verl.-Ges. S. 179-194.
- Hundhausen, Carl (1937): Public Relations. Ein Reklamekongress für Werbefachleute der Banken in USA. In: Die Deutsche Werbung. Jg.(1937)19. S. 1054.
- Hundhausen, Carl (1938): Public Relations. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Jg.(1938)1. S. 48-61.
- 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.
- (Über) Hundhausen, Carl. In: Homepage der Familie Hundhausen zur Familiengeschichte.
<<http://www.hundhausen.org>>
- Kirchner, Karin (2001): Integrierte Kommunikation: Theoretische und empirische Bestandsaufnahme und eine Analyse amerikanischer Grossunternehmen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kotler, Philipp; Bliemel, F. (1992): Marketing-Management. Analyse, Planung und Kontrolle Stuttgart.
- Knorr, Ragnwolf (1984): Public Relations als System-Umwelt-Interaktion. Dargestellt an der Öffentlichkeitsarbeit einer Universität. Wiesbaden.
- 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. (bzw. 4., völlig überarb. Aufl. 2002)
- Le Bon, 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 (1995): Sind PR ‚kommunikatives Handeln‘ nach Habermas? Anmerkungen zu Roland Burkarts Konzept einer ‚Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit‘. In: Bentele, Günter/Tobias Liebert (Hg.) (1995): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement, Bd. 1. Leipzig: LS Öffentlichkeitsarbeit/PR, S. 38 - 42.
- Liebert, Tobias (1999a): Historische Phasen und Typen von Öffentlichkeit und die Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit. Entwurf eines Modells. In: Szyszka, Peter (Hg.): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 93-111.
- Liebert, Tobias (Hg.) (1999b): Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation. Beiträge zur Tagung der DGPK-Fachgruppe „Public Relations/Organisationskommunikation vom 14. bis 16.10.1999 in Naumburg (Saale). Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement, Bd. 4. Leipzig: LS Öffentlichkeitsarbeit/PR.
- 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.
- Liebert, Tobias (2004): Von der Zweier- zur Dreierbeziehung. Vorschläge für Weiterungen des Intereffikationsmodells. In: <http://www.intereffikation.de> (Wissenschaftliches Portal für Beziehungen zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus).
- Löffelholz, Martin (1997): Dimensionen struktureller Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. In: Bentele/Haller (Hg.) (1997): S. 187-224.
- Luhmann, Niklas (1984): Soziale Welten. Frankfurt a. M.
- 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.
- McGuire, William P. (1989): Theoretical Foundations of Campaigns. In: Rice, Ronald E.; Atkin, Charles (eds.): Public Communication Campaigns. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage. S.43-65.
- McPhee, Robert D.; Tompkins, Phillip K. (eds.)(1985): Organizational Communication: Traditional Themes and New Directions. Beverly Hills u. a.: Sage.
- 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 (2000): Das Handwörterbuch der PR. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut. 2 Bde.
- 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 and 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.
- Neske, Fritz (1977) : PR-Management. Gernsbach: Deutscher Betriebswirte Verlag.
- Newsom, Doug; Scott, Alan; VanSlyke Turk, Judy (1992): This is PR. The Realities of Public Relations. Belmont, Cal.: Wadsworth.
- Nieschlag, Robert; Dicht, Erwin; Hörschgen, Hans (1991): Marketing. Berlin: Duncker & Humblot.
- Nissen, Peter; Menningen, Walter (1977): Der Einfluss der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit. In: Publizistik. 22. Jg. (1977)2. S. 159-180.
- Nitsch, Harry (1975), Dynamische Public Relations. Unternehmerische Öffentlichkeitsarbeit - Strategie für die Zukunft. Stuttgart: Taylorix.
- Oeckl, Albert (1964): Handbuch der Public Relations. Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt. München: Süddeutscher Verlag.
- Oeckl, Albert (1976): PR-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.
- (Über Oeckl, Albert:) Flieger, Heinz (1994): Public Relations. Das Lebenswerk von Albert Oeckl. Wiesbaden: Verlag für Deutsche Wirtschaftsbiographien.
- (Über Oeckl, Albert:) Bentele, Günter (2001): Der Mann der ersten Stunde. Zum Tod von Albert Oeckl. In: Public Relations Forum für Wissenschaft und Praxis. 7. Jg. (Mai 2001)2.
- Pavlic, John V. (1987): Public Relations. What Research Tells us. Newbury Park etc.: Sage.
- Pflaum, Dieter; Pieper, Wolfgang (Hg.) (1989): Lexikon der Public Relations. Landsberg: Verlag Moderne Industrie.
- Pörksen, Bernhard: Die Gewissheit der Ungewissheit. Gespräche zum Konstruktivismus. 2. Auflage. Heidelberg: Carl Auer.
- PRSA (1988): Public Relations Body of Knowledge Task Force Report. In: Public Relations Review. Jg. 88, 1.
- Raupp, Juliana; Klewes, Joachim (Hg.) (2004): Quo Vadis Public Relations? Wiesbaden : VS.
- Reineke, Wolfgang; Eisele, Hans (1991): Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit. Public Relations in der Gesamtkommunikation. Heidelberg: I.H. Sauer (= Taschenbücher für die Wirtschaft, Bd. 51).
- Rice, Ronald E.; Atkin, Charles K. (eds.) (1989): Public Communication Campaigns. 2. Aufl., Newbury, London u. a.: Sage.
- 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.
- Röttger, Ulrike (2004): Theorien der Public Relations. Wiesbaden: VS.
- Rolke, Lothar; Wolff, Volker (Hg.) (1999): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. 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.
- Ronneberger, Franz; Rühl, Manfred (1992): Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- (Über Ronneberger, Franz; Rühl, Manfred:) Kurt, E. (Rez.) (1992): Ronneberger, Franz; Rühl, Manfred (1992): Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag. In: Publizistik. 37. Jg. (1992)2.
- Rossmann, Torsten (1993): Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einfluss auf die Medien. Das Beispiel Greenpeace. In: Media Perspektiven 2/93, S. 85-94.
- Rühl, Manfred (1992): Public Relations ist, was Public Relations tut. Fünf Schwierigkeiten, eine allgemeine PR-Theorie zu entwerfen. In: PR-Magazin. 23. Jg. (1992)4. S. 35-46.
- 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.
- Ryan, Michael; Martinson, David L. (1988): Journalists and Public Relations Practitioners: Why the Antagonism? In: Journalism Quarterly. 65, 1, pp. 131-140.
- 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.
- Saxer, Ulrich (1992): PR als Innovation. In: Avenarius, Horst; Armbrrecht, Wolfgang (Hg.) (1992): Ist PR eine Wissenschaft? Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Saxer, Ulrich (1994): Norm und Gegenorm: Probleme von Normenverträglichkeit in der PR-Arbeit. In: Armbrrecht, Wolfgang; Zabel, Ulf (Hg.) (1994): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- 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.)
- Schulz, Beate (1991): Strategische Planung von Public Relations. Das Konzept und ein Fallbeispiel. Frankfurt a.M.: Campus.
- Schweda, Claudia; Opherden, Rainer (1995): Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Kommunikation. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Sigal, Leon V. (1973): Reporters and Officials. The Organization and Politics of News-making. Lexington, Mass./Toronto/London: D.C.Heath and. Co.
- 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.
- Stark, Carsten; Lahusen, Christian (Hg.) (2002): Theorien der Gesellschaft. Einführung in zentrale Paradigmen der soziologischen Gegenwartsanalyse. München: Oldenbourg.
- Stuiber, Heinz-Werner: Theorieansätze für Public Relations. Anmerkungen aus sozialwissenschaftlicher Sicht. In: Avenarius/Armbrrecht. S. 206 ff.
- Szynka, Peter (2000): Das Prinzip Kommunikation: eine philosophische Reflexion über das Bleibende im Wandel. Hamburg: Kovač, 2000. Insbes. S. 104-122.
- 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.
- Treibel, Annette (2000): Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart. Opladen: Leske + Budrich (oder neuere Aufl.)
- Tye, Larry (1998): The father of Spin. Edward L. Bernays & the birth of Public Relations. New York: Crown Publishers.
- Van Leuven, James K. (1989): Theoretical Models for Public Relations Campaigns. In: Botan/Hazleton (eds.) (1989). S. 193-202.
- Vowe, Gerhard (1997): Feldzüge um die öffentliche Meinung. Politische Kommunikation in Kampagnen am Beispiel von Brent Spar und Mururoa. In: Röttger, Ulrike (Hg.) (1997). S. 125-147.
- Weber, Johanna (1999): Das Verhältnis Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: Rolke/Wolff (Hg.) (1999): S. 265 - 276.
- White, Jon (1991): How to Understand and Manage Public Relations. Business Books Limited.
- Wilcox, Dennis L.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K. (1992): Public Relations. Strategies and Tactics. New York: HarperCollins.

Windahl, Sven; Signitzer, Benno (with Jean T. Olson) (1992): Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication. London etc. Sage.

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, Günter; Szyszka, Peter (Hg.) (1995). S. 115-125.
www.intereffikation.de

Zerfaß, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Einschlägige Fachzeitschriften, insbesondere Publizistik, Public Relations Forum u. a.