



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Universität Leipzig, IfKMW, IPF 165153 | Ritterstraße 24 | 04109 Leipzig

Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie
Institut für Kommunikations- und
Medienwissenschaft
**Lehrbereich Communication
Management**

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann
Univ.-Prof. Dr. Alexander H. Godulla
Prof. Dr. Cornelia Wolf

4. September 2019

LEHRVERANSTALTUNG WS 2019 / 2020

(S) Berufsfeld Kommunikationsmanagement: Ethik des Kommunikationsmanagements

MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT MODUL 06-005-511 Einführung in das Kommunikationsmanagement

Prof. Dr. Bernd Schuppener

Dienstag, 15.15 bis 18.45 Uhr, Seminargebäude (SG) Raum S327 (14-tägig)

Beginn: 22.10.2019

Thematik

Prof. Dr. Bernd Schuppener wird am 22. Oktober in das Seminarthema einführen und die Referatsthemen vergeben. In dieser dann 14-tägigen Veranstaltung werden die ethischen Aspekte der öffentlichen Kommunikation, insbesondere des Kommunikationsmanagements behandelt. Dabei werden u.a. relevante Codizes, Richtlinien (www.drpr-online.de) und die entsprechenden Institutionen der freiwilligen Selbstkontrolle (in Deutschland der Deutsche Presserat, der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) und der Deutsche Werberat) thematisiert. Das heißt, dass auch ethische Normierungen und der Umgang mit ihnen im journalistischen Berufsfelds und im Feld der Werbung besprochen werden. Spezielle Herausforderungen und Problemzonen (z.B. dürfen Pressesprecher lügen? Sind gefakte Beiträge in Internet-Foren ethisch bedenklich?) werden anhand von Einzelfällen behandelt und analysiert. Zu Beginn werden die philosophischen Grundlagen der Ethik behandelt.

Vorbereitende Lektüre

- Bentele, Günter* (2008): Ethik der Public Relations. In: Bentele, Günter/Romy Fröhlich/Peter Szyszka (Hrsg.)(2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 565-576.
- Bentele, Günter* (2009): Ethik der Public Relations. Grundlagen, Probleme, Herausforderungen. In: Avenarius, Horst/Günter Bentele (Hrsg.)(2009): Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations. Reflexionen und Dokumentation. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 12-41.

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
Lehrstuhl für Strategische
Kommunikation

Büro
Nikolaistraße 27-29
D-04109 Leipzig

Post
Ritterstraße 24, IPF 16153
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
stratkomm@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

- Branahl, Udo* (2008): Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit. In: Bentele, Günter/Romy Fröhlich/Peter Szyszka (Hrsg.)(22008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 552-564.
- Sedlacek, Tomas*: Die Ökonomie von Gut und Böse, München 2012
- Höffe, Otfried*: Ethik. Eine Einführung, München 2013
- Düwell, Marcus/Hübenthal, Christoph/Werner, Micha H.* (Hrsg.): Handbuch Ethik, Stuttgart 2011
- Koslowski, Peter*: Ethik der Banken. Folgerungen aus der Finanzkrise, München 2009
- Suchanek, Andreas*: Ökonomische Ethik, Tübingen 2007

Leistungsnachweis: Präsentation

Jedes Thema wird von je einer Studierenden/einem Studierenden erarbeitet und präsentiert. Die gekennzeichneten Themen am 05.11.2019 und 17.12.2019 sind besonders umfangreich, weshalb sie sich zur Bearbeitung durch zwei Studierende anbieten.

Zeitplan und Themen

| | |
|------------|--|
| 22.10.2019 | Einführungsveranstaltung: Themenvergabe und Diskussion/Reflexion |
| 05.11.2019 | a) Was ist Ethik? (2) b) Die goldene Regel/der kategorische Imperativ, angewandte Ethik (Fachethiken) (2) |
| 19.11.2019 | a) Markthandlungen als Ethik (T. Sedlacek) b) die neue PR-Ethik (J. Fawkes) |
| 03.12.2019 | a) Presserat, Pressekodizes, Spruchpraxis b) PR-Rat, nationale und internationale Kodizes |
| 17.12.2019 | a) Business-Ethik, Corporate Governance, Compliance (2) b) Medienethik, Netzethik |
| 14.01.2020 | a) Spruchpraxis: Lügen-Debatte b) Spruchpraxis: Hunzinger und die Folgen |
| 28.01.2020 | a) Spruchpraxis: Tramp a Benz b) Reflexion: Diesel-Skandal und die Verantwortung der PR-Branche |

Kontakt

Prof. Dr. Bernd Schuppener
E-Mail: bschuppener@uni-leipzig.de

Literatur

- Avenarius, Horst* (1998): Die ethischen Normen der Public Relations. Kodizes, Richtlinien, freiwillige Selbstkontrolle. Neuwied: Luchterhand.
- Avenarius, Horst* (2000): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Avenarius, Horst* (2009): Die moralischen Prinzipien der PR. In: Avenarius/Bentele (Hrsg.)(2009); S. 48-57.
- Avenarius, Horst/ Günter: Bentele* (Hrsg.)(2009): Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations. Reflexionen und Dokumentation. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Baum, Achim/Langenbacher, Wolfgang R./Pöttker, Horst/Schicha, Christian* (Hrsg.)(2005): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Becher, Martina* (1996): Moral in der PR? Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Berlin: Vistas
- Bentele, Günter* (1982): Objektivität in den Massenmedien - Versuch einer historischen und systematischen Begriffsklärung.“ In: *Bentele, Günter/Robert Ruoff* (1982), S.111-155.

- Bentele, Günter* (1988 a): Wie objektiv können Journalisten sein?“ In: *Erbring/Sösemann/Russ-Mohl/Seewald* (Hrsg.)(1988), S.196-225.
- Bentele, Günter* (1988 b): Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: *Publizistik*, 33,2-3, S.406-426.
- Bentele, Günter* (1992): Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. In: *Avenarius, Horst/Wolfgang Armbrecht* (Hrsg.)(1992), *Public Relations als Wissenschaft: Grundlagen und interdisziplinäre Ansätze*. Band 1. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 151-170. Wiederabgedruckt in: *pr-magazin* (Gelbe Seiten) 5/92, S. 37-44.und in: *Wilke, Jürgen* (Hrsg.)(1996), *Ethik der Massenmedien*. Wien: Braumüller, S. 144-157.
- Bentele, Günter* (1994 a): Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations. In: *Armbrecht, Wolfgang/Ulf Zabel* (Hrsg.)(1994), *Normative Aspekte der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven*. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 131-158.
- Bentele, Günter* (1994 b): Public Relations und Wirklichkeit. Anmerkungen zu einer PR-Theorie. In: *Bentele, Günter/Kurt R. Hesse* (Hrsg.)(1994), *Publizistik in der Gesellschaft*. Festschrift für Manfred Rühl zum 60. Geburtstag. Konstanz: Universitätsverlag, S. 237-267. Leicht verändert wieder abgedruckt in: *Wunden, Wolfgang* (Hrsg.)(1996), *Wahrheit als Medienqualität*. Beiträge zur Medienethik, Bd. 3, Frankfurt a.M.: GEP-Buch, S. 121-142.
- Bentele, Günter* (1996): Kommunikationsfreiheit und Verantwortung. In: *Stadt Leipzig, Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* (Hrsg.)(1996), *Medienfreiheit und Verantwortung*. UNESCO-Tag der Pressefreiheit 3. Mai. fünf Vorträge und ein Rundtischgespräch im Neuen Rathaus zu Leipzig 1996, S. 40-48.
- Bentele, Günter* (1999), Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Verständnisse, Berufsfeld und zeitgeschichtlicher Faktor. In: *Wilke, Jürgen* (1999), *Medien und Zeitgeschichte*. Konstanz: UVK, S. 395-408.
- Bentele, Günter* (2000): Ethik der Public Relations - eine schwierige Kombination?“ In: *PR+ plus Fernstudium Public Relations*. Bd. 17, *Recht und Ethik für PR*, S. 29-48.
- Bentele, Günter* (2008 a): Rekonstruktiver Ansatz. In: *Bentele/ Fröhlich/ Szyszka* (Hrsg.)(2008), S. 147-160.
- Bentele, Günter* (2008 b): Ethik der Public Relations. In: *Bentele/Fröhlich/ Szyszka* (Hrsg.)(²2008), S. 565-577.
- Bentele, Günter* (2008): Objektivität und Glaubwürdigkeit: Medienrealität rekonstruiert. In: *Bentele, Günter* (2008): *Objektivität und Glaubwürdigkeit*. Medienrealität rekonstruiert. Hrsg. von *Stefan Wehmeier, Howard Nothhaft, René Seidenglanz*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, Günter* (2009): Ethik der Public Relations: Grundlagen, Probleme, Herausforderungen. In: *Avenarius, Horst/Günter Bentele* (Hrsg.)(2009): *Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations*. Reflexionen und Dokumentation. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 12-41.
- Bentele, Günter/ Lars Großkurth/René Seidenglanz* (2005): *Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes*. Berlin: Helios Media.
- Bentele, Günter/ Lars Großkurth/René Seidenglanz* (2007): *Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes*. Berlin: Helios Media.
- Bentele, Günter/ Lars Großkurth/René Seidenglanz* (2009): *Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes*. Berlin: Helios Media.
- Bentele, Günter/Manfred Rühl* (Hrsg.)(1993), *Theorien Öffentlicher Kommunikation*. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: Ölschläger.
- Bentele, Günter/René Seidenglanz* (2004), *Das Image der Image-Macher*. Eine repräsentative Studie zum Image der PR-Branche in der Bevölkerung und eine Journalistenbefragung. Leipzig: LS Öffentlichkeitsarbeit/PR
- Bentele, Günter/Robert Ruoff* (Hrsg.)(1982), *Wie objektiv sind unsere Medien?* Frankfurt a.M.: Fischer.
- Bentele, Günter/Romy Fröhlich/Peter Szyszka* (Hrsg.)(²2008): *Handbuch der Public Relations*. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Boventer, Hermann* (1984), *Ethik des Journalismus*. Zur Philosophie der Medienkultur. Konstanz: Universitätsverlag.
- Boventer, Hermann* (1989): *Pressefreiheit ist nicht grenzenlos*. Einführung in die Medienethik. Bonn: Bouvier.
- Boventer, Hermann* (Hrsg.)(1988), *Medien und Moral*. Ungeschriebene Regeln des Journalismus. Konstanz: Universitätsverlag.

- Bowen, Shannon A. (2005): Ethics of Public Relations. In: Heath, Robert L. (Ed.): Encyclopedia of Public Relations. Vol. 1. Thousand Oaks: Sage, pp. 294-297.
- Branahl, Udo (2008): Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit. In: Bentele, Günter/Romy Fröhlich/Peter Szyszka (Hrsg.) (2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 552-564.
- Brauer, Gernot (1993): ECON Handbuch Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf, usw.: Econ.
- Bresser, Klaus (1992), Was nun? Über Fernsehen, Moral und Journalisten. Hamburg/Zürich: Luchterhand.
- Capurro, Rafael, Ethik im Netz. Stuttgart: Steiner 2003;
- Christians, Clifford G. (1977): Fifty Years Scholarship in Media Ethics.“ In: Journal of Communication., 27,4, p.19-29.
- Christians, Clifford G./Gudmund Gjelsten (eds.)(1981): Media Ethics and the Church. A Report on an International Conference under the auspices of the International Mass Media Institute IMMI, Kristiansand, Norway, May 24-28. Norway: International Mass Media Institute IMMI.
- Christians, Clifford G./Kim B. Rotzoll/Mark Fackler (1987), Media Ethics. Cases and Moral Reasoning. New York/London: Longman. 2nd edition.
- Crawford, N.A. (1924), The Ethics of Journalism. New York: Knopf.
- Debatin, Bernhard (1999): Ethik und Internet. Zur normativen Problematik von Online-Kommunikation. In: Funiok/ Schmäzle/ Werth (Hrsg.)(1999), S. 274-293.
- Debatin, Bernhard (2003): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz: UVK.
- Dennis, Everette E./John C. Merrill (1984), Basic Issues in Mass Communications. A Debate. New York/London: Macmillan.
- Der Spiegel (1987): "MP bricht Lanze für Tiefriedhöfe." Wie die schleswig-holsteinische CDU die Wahlen gewinnen sollte." In: Der Spiegel 41. Jg., Nr. 49, S. 132.
- Deussen, Giselbert (1973), Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI. München/Paderborn/Wien: Schöningh.
- Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)(1990): DPRG-Mitgliederumfrage vom 1.9.1990. Bonn: unveröff. Tabellenausdruck.
- Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)(Hrsg.)(o.J.[1999]): Qualifikationsprofil Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations. Bonn: DPRG.
- Deutscher Presserat (2006): Deutscher Presserat 50 Jahre. Selbstkontrolle der gedruckten Medien 1956-2006. Bonn: Deutscher Presserat.
- Donsbach, Wolfgang (1979), „Aus eigenem Recht. Legitimitätsbewusstsein und Legitimitätsgründe von Journalisten.“ In: *Kepplinger* (Hrsg.)(1979), S.29-48.
- Donsbach, Wolfgang (1982), Legitimationsprobleme des Journalismus. Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellung von Journalisten. Freiburg/München: Alber.
- Dooremans, Sabine (1987): 38 Jahre Fairness-Doktrin im amerikanischen Rundfunk - ein Resümee.“ In: *Media Perspektiven* 11/1987, S.718-724.
- Dovifat, Emil/Jürgen Wilke (1976), *Zeitungslehre*. Bd. I und Bd. II. Sechste, neubearbeitete Auflage von Jürgen Wilke. Berlin/New York: de Gruyter.
- Elliott, Deni (ed.)(1986), *Responsible Journalism*. Beverly Hills, etc.: Sage.
- Erbring, Lutz/Stephan Russ-Mohl/Berthold Seewald/Bernd Sösemann (Hrsg.)(1988), *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik*. Berlin: Argon.
- Fabris, Hans Heinz (1971), „Das Selbstbild des Kommunikators bei Tageszeitungen.“ In: *Publizistik*, 16,4, S.357-368.
- Faulstich, Werner (1992): *Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit: kritische Einführung in Problemfelder*. Bardowick: Wissenschaftler-Verlag.
- Fischer, Heinz-Dietrich/Klaus Detlef R. Breuer/Hans-Wolfgang Wolter (Hrsg.)(1976), *Die Presseräte der Welt. Struktur, Finanzbasis und Spruchpraxis von Medien-Selbstkontrolleinrichtungen im internationalen Vergleich*. Bonn-Bad Godesberg: Zeitungs-Verlag und Zeitschriftenverlag.
- Fitzpatrick, Kathy/Carolyn Bronstein (Eds.) (2006): *Ethics in Public Relations. Responsible Advocacy*. Thousand Oaks: Sage.
- Flieger, Heinz/Beate Sohl (1991): *Public Relations als Profession. Informationen zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit in allen staatlichen und gesellschaftlichen Bereichen*. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.
- Flöhl, Rainer/Jürgen Fricke (Hrsg.)(1987), *Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung. Die Aufgaben von Wissenschaftler und Journalist*. Mainz: v.Hase & Koehler.

- Förg, Birgit (2004): *Moral und Ethik der PR. Grundlagen – Theoretische und empirische Analysen – Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Frey, Siegfried (1951), *Wahrheit und Objektivität in der Information*. Habilitationsschrift Bern.
- Funiok, Rüdiger (Hrsg.)(1996): *Grundfragen der Kommunikationsethik*. Konstanz: UVK.
- Funiok, Rüdiger/Udo F. Schmälzle/Chrisoph H. Werth (1999): *Medienethik – eine Frage der Verantwortung*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Giddens, Anthony (1996): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gitter, George A./Engila Jaspers (1982): "Are PR Councelors Trusted Professionals?" In: *Public Relations Quarterly*, 27,4, pp.28-31.
- Goldstein, Tom (1985), *The News at any cost. How Journalists Compromise Their Ethics to Shape the News*. New York: Simon and Schuster.
- Gottzman, Nicole (2005): *Möglichkeiten und Grenzen der freiwilligen Selbstkontrolle in der Presse und der Werbung*. München: Schriftenreihe des Instituts für Rundfunkrecht, Bd. 29.
- Gross, Herbert (1951): *Moderne Meinungspflege. Für die Praxis der Wirtschaft*. Düsseldorf: Droste.
- Grunig, James E./Todd Hunt (1984): *Managing Public Relations*. New York, etc.: Holt, Rinehart and Winston.
- Habermas, Jürgen (1973): *Wahrheitstheorien*. In: *Wirklichkeit und Reflexion*.“ Hrsg. von H. Fahrenbach. Pfullingen: Neske, S.211-265.
- Habermas, Jürgen (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns*. Bd. 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hacker, Patrick (2007): *Das Wirken des DRPR in seinen ersten 20 Jahren*. In: DPRG (Hrsg.)(2007): *Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations*, S. 18-35.
- Haller, Michael/Helmut Holzhey (Hrsg.)(1992), *Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hamilton, Semour (1986): *PR Ethics, from Publicity to Interaction*." In: *Public Relations Quarterly*, 31,1, pp.15-19.
- Hausmanninger, Thomas (2002): *Netzethik*. München Fink.
- Hausmanninger, Thomas (2003): *Handeln im Netz: Bereichsethiken und Jugenschutz im Internet*. München: Fink.-
- Hermanni, Alfred-Joachim (1988), *Das Diktat der Medien. Wie unsere Meinungen manipuliert werden*. Neuhausen-Stuttgart: Hänssler.
- Hundhausen, Carl (1951): *Werbung um öffentliches Vertrauen*. "Public Relations.". Essen: Girardet.
- Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses/Deutscher Presserat* (Hrsg.)(2005): *Ethik im Redaktionsalltag*. Konstanz: UVK.
- Johnstone, John W.C./Edward J. Slawski/William W. Bowman (1976), *The News People. A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*. Urbana/Chicago/London: University of Illinois Press.
- Jonas, Hans (1989): *Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Judd, Larry R. (1989): *Credibility, Public Relations and Social Responsibility*. In: *Public Relations Review*, 15,2, pp. 34-40.
- Kepplinger, Hans Mathias (Hrsg.)(1979), *Angepasste Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten*. Freiburg/München: Alber.
- Kepplinger, Hans Mathias/Inge Vohl (1976): *Professionalisierung des Journalismus? Theoretische Probleme und empirische Befunde*. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 24,4, S. 309-343.
- Köcher, Renate (1986), „Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists.“ In: *European Journal of Communication*, 1,1, pp.43-64.
- Köcher, Renate (1985), *Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten*. Diss. München.
- Koszyk, Kurt/Karl Hugo Pruys (Hrsg.)(1981): *Handbuch der Massenkommunikation*. München: dtv (vgl. das Stichwort „Ethik“).

- Kruckeberg, Dean (1989): The Need for an International Code of Ethics. In: Public Relations Review, 15.2, pp. 6-18.
- Kutschera, Franz von (1982): Grundlagen der Ethik. Berlin/New York: Walter de Gruyter.
- La Roche, Walther von (¹1988), Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland Österreich Schweiz. 11., neu bearbeitete Auflage. München: List.
- Lambeth, Edmund B. (1986): Committed Journalism. An Ethik for the Profession. Bloomington: Indiana University Press.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.)(1980): Journalismus und Journalismus. Plädoyer für Recherche und Zivilcourage. München: Ölschläger.
- Leonhardt, Rudolph Walter (1976), Journalismus und Wahrheit. München/Zürich: Piper. (P)
- Leschke, Rainer (2001): Einführung in die Medienethik. München: Fink (UTB)
- Luhmann, Niklas (1970), Öffentliche Meinung. In: Politische Vierteljahresschrift, 11,1, S.2-28. Wieder abgedruckt in Langenbucher, Wolfgang (1979), S.29-61.
- Luhmann, Niklas (1990): Paradigm Lost: Über die ethische Reflexion der Moral. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (²1973): Vertrauen. Ein Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Enke.
- MacBride-Bericht (1981), Viele Stimmen - eine Welt. Kommunikation und Gesellschaft - heute und morgen. Bericht der Internationalen Kommission zum Studium der Kommunikationsprobleme unter dem Vorsitz von Sean MacBride an die UNESCO. Hrsg. von den UNESCO-Kommissionen der Bundesrepublik Deutschland, Österreich und der Schweiz. Konstanz: Universitätsverlag.
- Maier, Hans (Hrsg.)(1985), Ethik der Kommunikation. Freiburg: Universitätsverlag.
- Matrat, Lucien (1986): Ethics and Doubt. In: International Public Relations Review, Nov. 1986, pp.17-20.
- McGrath, Kristin/Cecilie Gaziano (1986): Dimensions Of Media Credibility: Highlights of the 1985 ASNE Survey. In: Newspaper Research Journal, 7,2, pp.55-67.
- McQuail, Denis (²1987): Mass Communication Theory. An Introduction. London, etc.: Sage.
- Meggle, Georg/Klaus-Peter Rippe/Ulla Wessels (Hrsg.)(1992): Almanach der praktischen Ethik. Forscher, Institutionen, Themen. Eine Bestandsaufnahme. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Merrill, John C./Ralph D.Barney (ed.)(1978), Ethics and the Press. Readings in Mass Media Morality. New York: Hastings House Publ.
- Merrill, John C./Ralph L Lowenstein (1979), Media, Messages and Men. New Perspectives in Communication. New York/London: Longman.
- Meyer, Philip (1987), Ethical Journalism. New York/London:
- Motion, Judy / Shirley Leitch / Simon Cliffe (2009): Public Relations in Australasia: Friendly Rivalry, .Cultural Diversity and Göobal Focus. In: Sriramesh, Krishnamurthy Dejan Vercic (Eds.)(2009): the Global Public Relations Handbook. Theory, Research and Practice. New York/London: Routledge, pp. 101-121.
- Nickel, Volker (1990): Werbung und Ethik. Vortrag an der Ruhr-Universität Bochum. Vervielfältigtes Manuskript.
- Nitsch, Harry (1975): Dynamische Public Relations. Unternehmerische Öffentlichkeitsarbeit - Strategie für die Zukunft. Stuttgart: Taylorix.
- Oeckl, Albert (1960): Öffentlichkeitsarbeit in Theorie und Praxis. Veröffentlichungen der Wirtschaftshochschule Mannheim. Reihe 2: Reden, Heft 5. Stuttgart usw.: Kohlhammer.
- Oeckl, Albert (1976): PR-Praxis. Der Schlüssel zur Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf/Wien: Econ.
- Oeckl, Albert (1988): Glaubwürdigkeit contra Angst - Kursbestimmung der Öffentlichkeitsarbeit. In: Schulze-Fürstenow, Günther (Hrsg.)(1988), PR-Perspektiven. Beiträge zum Selbstverständnis gesellschaftsorientierter Öffentlichkeitsarbeit." Neuwied: Luchterhand, S.13-26.
- Packard, Vance (1973): The Hidden Persuaders. Frankfurt a.M.: Ullstein [engl. Orig. 1957].
- Parsons, Patricia J. (2006): Ethics in Public Relations. A Guide to Best Practice. London / Stirling: Institute of Public Relations.
- Pearson, Ron (1989): "Business Ethics as Communication Ethics." In: Botan, Carl H./Vincent Hazleton, Jr. (eds.)(1989): Public Relations Theory. Hillsdale/New Jersey: Erlbaum.

- Pearson, Ron (1989): Business Ethics as Communication Ethics. In: Botan, Carl H./ Hazleton, Vincent, Jr. (Eds.) 1989: Public Relations Theory. Hillsdale/New Jersey: Erlbaum.
- Pflaum, Dieter/Wolfgang Pieper (Hrsg.)(1989): Lexikon der Public Relations. Landsberg: Verlag Moderne Industrie.
- Pieper, Annemarie (2003): Einführung in die Ethik. Tübingen: Francke (UTB).
- Piwinger, Manfred (1999): „PR-Liebe, PR-Gag, PR-Masche. „Public Relations“-Wortgebrauch und Schemawissen in der Fach- und Pressekommunikation.“ In: PR-Forum 5, 4, S. 198.
- Pörksen, Bernhard (2005): Medienethik. In: Weischenberg, Siegfried/Hans J. Kleinsteuber / Bernhard Pörksen (Hrsg.)(2005): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK, S. 211-220
- Pürer, Heinz (Hrsg.)(1981): Ethik und Journalismus. Meinungen aus der Medienpraxis. Hefte des „Kuratoriums für Journalistenausbildung“ (Journalistik, Heft 2). Wien.
- Ramsey, Doug/Dale Ellen Shaps (eds.)(1986): Journalism Ethics: Why Change? Los Angeles/Washington/New York.
- Reineke, Wolfgang/Hans Eisele (2004): Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit. Public Relations in der Gesamtkommunikation. Heidelberg: I.H. Sauer.
- Riefler, Stefan (1988): Public Relations als Dienstleistung. Eine empirische Studie über Berufszugang, Berufsbild und berufliches Selbstverständnis von PR-Beratern in der Bundesrepublik Deutschland. In: PR-Magazin, 18,5, S.33-44.
- Riehl-Heysel, Herbert (1989): Bestellte Wahrheiten. Anmerkungen zur Freiheit eines Journalisten-Menschen. München: Kindler.
- Rivers, Wilhelm L./Wilbur Schramm/Clifford G. Christians (eds.)(1980), Responsibility in Mass Communication. New York/Evanston/London: Harper & Row
- Roegel, Otto B. (1977): Verantwortung des Journalisten. In: Schiwy, Peter/Walter J. Schütz (Hrsg.)(1977), Medienrecht. Stichwörter für die Praxis. Neuwied/Darmstadt: Luchterhand, S. 207-215.
- Röglin, Hans-Christian (1990): Verdient Vertrauen, wer um Vertrauen wirbt? Gedanken zu einem neuen Konzept der Öffentlichkeitsarbeit. In: PR-Magazin, 21,8, S. 29-32.
- Röttger, Ulrike (2011): Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rothe, Rainer (1999): PR-Erfolgsgarantien sind rechtswidrig. In: Public Relations-Forum 4/99, 178-179.
- Rühl, Manfred (1980): Journalismus und Gesellschaft, Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz: v. Hase & Koehler.
- Rühl, Manfred (1983): Ethik und Humankommunikation. Überlegungen zu ihrer kommunikationswissenschaftlichen Begründung.“ In: Wodraschke, Georg (Hrsg.)(1983), Jugendschutz und Massenmedien. München: Ölschläger, S. 71-86.
- Rühl, Manfred (1987 a): Soziale Verantwortung und persönliche Verantwortlichkeit im Journalismus. In: Flöhl/Fricke (1987), S. 101-188.
- Rühl, Manfred/Ulrich Saxer (1981): 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlass für Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation. In: Publizistik, 26,1, S. 471-705.
- Ryan, Michael (1986): Public Relations Practitioner's Views of Corporate Social Responsibility. In: Journalism Quarterly, 63,4, pp. 740-747.
- Ryan, Michael/David L. Martinson (1984): Ethical Values, the Flow of Journalistic Information and Public Relations Persons. In: Journalism Quarterly, 61,1, pp.27-34.
- Sandbothe, Mike (1996): Der Pfad der Interpretation. Zur Medienethik des Internet. In: Telepolis. Die Zeitschrift der Netzkultur. Heft 0. Mannheim: Bollmann 1996, S. 35-48.
- Sandbothe, Mike (1998): Medienethik im Zeitalter des Internet. Auf: www.sandbothe.net
- Saxer, Ulrich (1970), Publizistische Ethik und gesellschaftliche Realität. In: Communicatio Socialis, 1,3, S. 24-39.
- Saxer, Ulrich (1984): Journalismus und Medienethik: Möglichkeiten und Grenzen ethischer Selbstverpflichtung. In: Media Perspektiven, 1/1984, S. 21-32.
- Saxer, Ulrich (1986): Konstituenten einer Medien- und Journalismus-Ethik. Zur Theorie von Medien- und Journalismus-Regelungssystemen. In: Zeitschrift für Evangelische Ethik, 30, S. 21-45.
- Schicha, Christian/Carsten Brosda (Hrsg.)(2000): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Norman für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: Lit Verlag.

- Schiller*, Dan (1981): Objectivity and the News. The Public und the Rise of Commercial Journalism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schneider*, Wolf (1984): Unsere tägliche Desinformation. Wie die Massenmedien uns in die Irre führen. Gruner & Jahr: Stern-Buch.
- Schneider*, Wolf (2005): Werden wir richtig informiert? Sehr oft nicht: Leichtfertig führen uns viele Journalisten in die Irre. In: Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses/Deutscher Presserat (Hrsg.)(2005), S. 31-38.
- Scholl*, Armin/Siegfried *Weischenberg* (1998), Journalismus in der Gesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schönbach*, Klaus (1977): Trennung von Nachricht und Kommentar. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriterium. Freiburg/München: Alber.
- Schröter*, Detlef (1993), Qualität und Journalismus. Testfall: Unternehmensberichterstattung in Printmedien. München/Mühlheim: Publicom Medienverlag. (ZW-Paper7,
- Schudson*, Michael (1978), Discovering the News. A Social History of American Newspapers. News York: Basic Books, Inc.
- Schulze-Fürstenow*, Günther (1988): "Kommunikation ohne Glaubwürdigkeit?" In: Martini, Bernd-Jürgen (Hrsg.)(1988), Journalisten-Jahrbuch '89. München: Ölschläger, S.318-320.
- Schwenk, Johanna (2002): Cybernethik. Ethische Problemstellungen des Internets und Regulierungsansätze aus der Sicht der Online-Nutzer. München: Fischer.
- Seib*, Philip/Kathy *Fitzpatrick* (1995), Public Relations Ethics. Fort Worth: Harcourt Brace and Company.
- Simmons*, Steven J. (1978), The Fairness Doctrine and the Media. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.
- Singer*, Peter (1993): Praktische Ethik. Stuttgart: Reclam. .
- Skinner, Chris/Mersham, Gary/Valin, Jean (2003): Global protocol on ethics in public relations. In: Journal of Communication Management. Vol. 8. No.1. 2003, pp. 13-28.
- Steinmann, Horst/Ansgar Zerfaß/Rupert Ahrens (1993): Ethische Problemfelder der Public Relations-Beratung. In: PR-Magazin 10/93, S.33-40.
- Steinmann, Horst/Zerfaß, Ansgar/Ahrens, Rupert (1993): Ethische Problemfelder der Public Relations-Beratung. In: PR-Magazin 10/93, S.33-40.
- Süss, Werner (2014): Medienrecht in der Unternehmenskommunikation. In: Zerfaß, Ansgar/
Piwinger, Manfred: Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie - Management - Wertschöpfung. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 291-305.
- Thayer*, Lee (1980), Ethics, Morality and the Media. New York: Hastings House.
- Thomaß*, Barbara (1998), Journalistische Ethik. Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Trägerverein* des Deutschen Presserats e.V. (Hrsg.)(1989), Deutscher Presserat Jahrbuch 1988. Bonn: Deutscher Presserat.
- Wagner*, Hans (1978), Kommunikation und Gesellschaft. Bad.1 und Bd. 2. München: Olzog.
- Watzlawick, Paul/Janet H.Beavin/Don D. Jackson (1972), Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern/Stuttgart/Wien: Huber.
- Weaver*, David G./G. Cleveland *Wilhoit* (1986), The American Journalist. A Portrait of U.S. News People and Their Work. Bloomington: Indiana University Press.
- Weischenberg*, Siegfried (1992), Journalistik. Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag. [hier: vor allem Kap.: 2.3.]
- Weischenberg*, Siegfried/Maja Malik/Armin *Scholl* (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Wiegerling*, Klaus (1998): Medienethik. Stuttgart: Metzler.
- Wilcox*, Dennis L./Phillip H. *Ault*/Warren K. *Agee* (1997), Public Relations. Strategies and Tactics. New York, etc.: Longman.
- Wild*, Claudia (1990): Ethik im Journalismus. Individualtheoretische Überlegungen zu einer journalistischen Berufsethik. Wien: VWGÖ.
- Wilke*, Jürgen (1987): Journalistische Berufsethik in der Journalistenausbildung. In: *Wilke*, Jürgen (Hrsg.)(1987), Zwischenbilanz der Journalistenausbildung. München: Ölschläger, S. 233-252.
- Wilke*, Jürgen (⁴2002): Multimedia/Online-Medien. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Winfried Schulz/Jürgen Wilke (2002) (Hrsg.) Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verlag, S. 304-327.
- Wright*, Donald K. (1985): "Age and the Moral Values of Practitioners." In: Public Relations Review, 11,1, pp.51-60.

- Wright, Donald K. (1985): Age and the Moral Values of Practitioners. In: Public Relations Review, 11.1, pp.51-60.
- Wright, Donald K. (1989 a): Ethics Research in Public Relations. An Overview. In: Public Relations Review 15,2, pp. 3-5.
- Wright, Donald K. (1989b): Examining Ethical and Moral Values of Public Relations People. In: Public Relations Review 15.2, pp.19-33.
- Wright, Donald K./Burger, Chester (1982): Ethics in Public Relations. In: Public Relations Journal 30.12, pp. 12-17.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.)(1989), Medien zwischen Markt und Moral. Beiträge zur Medienethik. Stuttgart: Steinkopf (GEP-Buch).
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.)(1994), Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationskultur. Beiträge zur Medienethik. Bd. 2. Stuttgart: Steinkopf (GEP-Buch).
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.)(1996), Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik. Bd. 3. Stuttgart: Steinkopf (GEP-Buch).
- Zedtwitz-Arnim, Georg Volkmar Graf von (1996): Tu Gutes und rede darüber. Public Relations für die Wirtschaft. Berlin/Frankfurt/Wien: Ullstein.