

Literatur

- Ahrens, Rupert (2000): Public Relations und Journalismus im Spannungsfeld von Interessen und Funktionen. *Public Relations Forum* 3/2000, S. 118–119
- Amberger, Susanne; Geiger, Thomas; Jancker, Bernd (1999): *Business-TV. Strategie und Umsetzung im Medien-Mix*. Frankfurt am Main 1999
- Arbeitsgemeinschaft Bevölkerungsbezogener Krebsregister in Deutschland (Hg.) (1999): *Krebs in Deutschland. Häufigkeiten und Trends, 2. aktualisierte Ausgabe*, Saarbrücken 1999
- Armbrecht, Wolfgang (1992): *Innerbetriebliche Public Relations*. Opladen 1992
- Avenarius, Horst (1996): Auch Journalisten machen PR. In: *Widerspruch* Heft 28 1996, S. 27–35
- Avenarius, Horst (1998): *Die ethischen Normen der Public Relations. Kodizes, Richtlinien, freiwillige Selbstkontrolle*, Neuwied/Kriftel 1998
- Avenarius, Horst; Armbrecht, Wolfgang (Hg.) (1992): *Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung*. Opladen 1992
- Baerns, Barbara (1996): *Schleichwerbung lohnt sich nicht! Ein Plädoyer für eine klare Trennung von Redaktion und Werbung in den Medien*. Neuwied, Krieffel, Berlin 1996
- Baerns, Barbara (Hg.) (1995): *PR-Erfolgskontrolle – Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele*. Frankfurt/Main 1995
- Baerns, Barbara (1991): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem*, Köln 1985; 2. Aufl. Köln 1991
- Baerns, Barbara (1987): Macht der Öffentlichkeitsarbeit und Macht der Medien. In: Sarcinelli (1987), S. 147–160
- Baerns, Barbara; Höffken, Michael (1991): Der Zugang der Öffentlichkeitsarbeiter zur Information – Versuche systematischer Annäherung an ein praktisches Problem. In: *PR-Magazin* 8/1991, S. 35–42
- Baetge, Jörg (1997): *Geschäftsbericht Daimler-Benz Aktiengesellschaft, Stuttgart 1996 – Beurteilung des Inhalts, Internes Papier*, Münster-Roxel 1997
- Baetge, Jörg; Kirchhoff, Klaus-Rainer (Hg.) (1997): *Der Geschäftsbericht: die Visitenkarte des Unternehmens. Bedeutung – Inhalt – Sprache – Design – Servicefunktion – Praxisbeispiele*. Wien 1997
- Baltes, Martin; Böhler, Fritz; Höltschl, Rainer; Reuß, Jürgen (Hg.) (1997): *Medien verstehen. Der McLuhan Reader*, Mannheim 1997
- Balzer, Arno; Hirn, Wolfgang; Wilhelm, Winfried (2000): Fusionen: Wann endet der Wahn? Gefährliche Spirale. In: *Manager Magazin* 3/2000, S. 76ff.
- Barham, Kevin; Heimer, Claudia (1999): *ABB – Der tanzende Riese. Von der Fusion zum erfolgreichen Global Player*, Wiesbaden 1999
- Bartlett, Christopher A.; Goshal, Sumantra (1995): Die wahre Aufgabe des Topmanagements heute, In: *Harvard Business Manager* 17. Jahrgang, 2. Quartal 1995, S. (56-65) S. 59
- Bateman, Bill; Schaeffer, Randy (1998): *Coca-Cola. Das neue kompakte Bestimmungsbuch*, Köln 1998
- Baudrillard, Jean (1987): *Das andere Selbst*. Wien 1987 (Habil.)
- Beck'sche Textausgaben (Hg.) (1988): *Presserecht. Pressegesetze der Länder mit Durchführungsbestimmungen sowie weiteren presse- und postrechtlichen Vorschriften*. 6., neubearbeitete Auflage, München 1988
- Becker-Sonnenschein, Stephan (2000): Verlieren Verlage ihre Informationshoheit? In: *Public Relations Forum* 3/2000, S. 123–124
- Beckmann, Jürgen (1984): *Kognitive Dissonanz: Eine handlungstheoretische Perspektive*, zugl. Diss., Berlin, Heidelberg, New York 1984
- Beckmann, Jürgen; Mattenklott, Axel (1998): Theorien zur sozialen Urteilsbildung. In: *Frey/Irle* 1998 S. 211–237
- Behrens, Antje (1984): *Datenbanksysteme. Literaturarbeiten und Ueberlegungen zu einer Realisierung der Verarbeitung von KOSTAS – Dateien mit einem Datenbanksystem*. Unveröffentlichtes Arbeitspapier der Universität Konstanz, Wintersemester 1983/84
- Behrens, Antje (1992): *Wie man Vertrauen schafft. Kleiner PR-Ratgeber für das debis Systemhaus*. Interne Broschüre, Stuttgart, Leinfelden-Echterdingen 1992
- Bell, Daniel (1979): *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Reinbek bei Hamburg 1979
- Belz, Andrew; Talbot, Albert D.; Starck, Kenneth (1993): Cross Perceptions of Journalists and PR Practitioners. In: *Fischer/Wahl* (Hg.) 1993, S. 143–160
- Bentele, G.; Steinmann, H.; Zerfaß, A. (Hg.) (1996): *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation: Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven*. Berlin 1996
- Bentele, Günter (1996): Was ist eigentlich PR? Eine Positionsbestimmung mit Thesen. In: *Widerspruch* 1996, Heft 28, S. 11–26

- Bentele, Günter (1999): Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion. In: Rolke/Wolf (1999) S. 177–193
- Bentele, Günter; Beck, Klaus (1994): Information – Kommunikation – Massenkommunikation: Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Jarren (Hg.) (1994) S. 16–50
- Bentele, Günter; Haller, Michael (Hg.) (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit – Akteure – Strukturen – Veränderungen, Konstanz 1997
- Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Seeling, Stefan (1997): Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: Bentele/Haller (Hg.), Konstanz 1997, S. 225–250
- Bentele, Günter; Steinmann, Horst; Zerfaß, Ansgar (1996): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. In: Bentele Günter et al. (Hg.) (1996) S. 447–463
- Berger, P.L.; Luckmann, T: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Frankfurt am Main 1990
- Berne, E. (1961): Transactional analysis in psychotherapy. A systematic individual and social psychiatry. New York 1961
- Berne, E. (1970): Spiele der Erwachsenen: Psychologie der menschlichen Beziehungen, Reinbek bei Hamburg 1970
- Berry L. L. (1984): The employee as customer. In: Lovelock, C.H. (ed.) Services Marketing. Text, Cases and Readings, Englewood Cliffs 1984, S. 29–37 zit. nach Schulze S. 106
- Birkigt, Klaus; Stadler, Marinus M.; Funck, Hans Joachim (1998): Corporate Identity. Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. Landsberg am Lech, 7. Auflage 1994, 9. völlig überarb. Auflage 1998
- Bischi, Karin (2000): Die Mitarbeiterzeitung: Kommunikative Strategien der Positiven Selbstdarstellung von Unternehmen, Wiesbaden 2000
- Blödorn, Sascha; Gerhards, Maria; Klingler, Walter (2000): Fernsehen im neuen Jahrtausend – ein Informationsmedium? In: Media Perspektiven 4/2000, S. 171–180
- BMW AG (1999): Geschäftsbericht 1998, München 1999
- BMW (Hg.) (1997/98): Die Informationsgesellschaft, Neuauflage 1997/98
- Boeckmann, Klaus (1991): Werden wir von den Massenmedien wirklich manipuliert? In: Klagenfurter Projektgruppe Medienerziehung (Hg.) (1991) S. 89–95
- Boehnke, Susanne (1998): Issues Management. Strategisches Instrument der Unternehmenskommunikation. In: Public Relations Forum 2/1998, S. 92–95
- Boldt, Klaus; Scholtys, Frank; Eversmeier, Jochen: B M W – Opfer oder Täter? Die Trennung von Rover folgte nicht der Dramaturgie einer kühlen, strategischen Planung, sondern entpuppte sich als quälender Ablöseprozess. In: Manager Magazin 5/2000, S. 54ff.
- Boockmann, Helmut; Heinz Schilling, Hagen Schulze, Michael Stürmer (1987): Mitten in Europa. Deutsche Geschichte, Berlin 1987
- Boudon, Raymond (1988): Ideologie, Reinbek bei Hamburg 1988
- Bourdieu, Pierre (1987): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt am Main 1987
- Braun, Gerhard (1993): Grundlagen der visuellen Kommunikation. 2. überarb. Auflage München 1993
- Bredemeier, Karsten (1993): Medien-Power. Erfolgreiche Kontakte mit Presse, Funk und Fernsehen. Düsseldorf, Wien 1993
- Brenner, Walter (1994): Grundzüge der Informationsmanagements, Berlin, Heidelberg u.a. 1994
- Brunn, Stefan (1998): Trash-PR und PR-Trash. Eine kleine Analyse ökologischer Schwachstellen von Pressemappen. In: Public Relations Forum 2/1998, S. 80–82
- Bruns, Thomas; Marcinkowski, Frank; Schierl, Thomas (1997): Marktkommunikation deutscher Unternehmen im Internet. Eine quantitative Inhaltsanalyse ausgewählter Web-Sites, Duisburg 1997
- Bryson, Lyman (1948): The communication of ideas. New York 1948
- Buddensieg, Tilmann (1980): Industriekultur. Peter Behrens und die AEG 1907–1914, 2. überarb. Auflage, Bonn 1980
- Bühler, Karl (1965): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache, Jena 1934, Stuttgart 1965
- Büllesbach, Alfred (1997): Datenschutz bei Informations- und Kommunikationsdiensten, Bonn 1997
- Büllesbach, Alfred (1999a): Datenschutzrechtsfragen der internationalen Vertriebsdatenverarbeitung. In: ders. (Hg.) (1999) S. 51–70
- Büllesbach, Alfred (Hg.) (1999): Datenverkehr ohne Datenschutz? Eine globale Herausforderung. Köln 1999
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (1999a): Karrierewege in der Multimedia-Wirtschaft, Qualifikationsanforderungen und Arbeitsmarktentwicklung in einer Zukunftsbranche, Dokumentation Nr. 464, Berlin 1999
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (1999b): Multimedia: Potentiale nutzen – Beschäftigung schaffen, Deutschland im internationalen Vergleich, Dokumentation Nr. 466, Berlin 1999

- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.) (1999): Business-TV. Neue Wege in der Unternehmenskommunikation. Bonn 1999 (Autoren: Bork, Bettina; Thomas Drechsel; Walter Drechsel; Karlheinz Jungbeck; Sabine Ritter)
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.) (1999): Innovation und Arbeitsplätze in der Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts. Aktionsprogramm der Bundesregierung, Bonn, Berlin 1999
- Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.) (1997): Grundwissen Politik. Schriftenreihe Bd. 345, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage, Bonn 1997
- Bungarten, Theo (Hg.) (1994a): Kommunikationstraining im wirtschaftlichen Umfeld, Tostedt 1994
- Bungarten, Theo (Hg.) (1994b): Selbstdarstellung und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Tostedt 1994
- Burger, Hans-Georg (1998): Die Unternehmen mit den besten Image-Werten in 1997 – Ergebnisse, Wertungen und Folgerungen des DLG-Image-Barometers. In: Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (Hg.) 1998, S. 21–48
- Bürger, Joachim (1996): Wie sag ich's der Presse? Landsberg/Lech 1986
- Burkart, Roland (1995): Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder, 2. Auflage, Wien/Köln/Weimar 1995
- Camphausen, Ingmar; Kelm, Stefan; Liedtke, Britta; Weber, Lars (2000): DFN-PCA. Handbuch Aufbau und Betrieb einer Zertifizierungsinstanz, Hamburg 2000, <ftp://ftp.pca.dfn.de/pub/docs/PCA/DFN-PCA/handbuch/ca-hb.pdf>
- Canter, Laurence A. und Siegel, Martha S. (1995): How to Make a Fortune on the Information Superhighway, London 1995
- Caywood, Clarke L. (Hg.) (1997): The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications. New York 1997
- CERN (1997): <http://public.web.cern.ch/Public/ACHIEVEMENTS/WEB/history.html>, abgerufen: 27.10.2000
- CERN (2000): <http://cern.web.cern.ch/CERN/CERNName.html>, abgerufen: 27.10.2000
- Chase, R.B. (1978): Where does the customer fit in a service operation? In: Harvard Business Review, Vol. 56 1978, Nr. 6, S. 137-142
- Cherniss, Cary; Goleman, Daniel (1998): Bringing emotional intelligence to the workplace. A technical report issued by the consortium for research on emotional intelligence in organizations. Rutgers 1998
- Clapham, Ronald (1997): Strukturen und Prozesse in der Industriegesellschaft. In: Bundeszentrale für Politische Bildung (Hg.) (1997) S. 91–166
- Clarke, Colin (1940): The Conditions of Economic Progress, London 1940
- Cleffmann, L. (1993): PR beginnen zu Hause. In: W&V, Nr. 47 vom 26. November 1993, S. 74-76
- Commission of the European Communities (Hg.) (1995): Green Paper: Copyright and Related Rights in the Information Society, Brüssel 1995
- Compaq: Anwenderberichte (Internet)
- Computerwoche (Hg.) (1997): Firmenfernsehen als Teil der Informationsstrategie. Business-TV kann das Intranet sinnvoll ergänzen in: Computerwoche Nr. 45 1997, S. 101-102
- Cortese, Amy (1996): Here comes the Intranet in: Business Week, 26. Feb. 1996, S. 81ff. und im Internet
http://www.businessweek.com/common_frames/bws.htm?http://www.businessweek.com/1996/09/b34641.htm
- Coy, Wolfgang; Nake, Frieder; Pflüger, Jörg-Martin; Rolf, Arno; Seetzen, Jürgen; Siefkes, Dirk; Stransfeld, Reinhard (Hg.) (1992): Sichtweisen der Informatik, Braunschweig, Wiesbaden 1992
- Cragg, Chris (1995): Brent Spar. A Strange affair. London 1995 Deutsche Übersetzung in: Mantow 1995, S. 256-277
- Crick, F.; Koch, C. (1990): Towards a neurobiological theory of consciousness. In: Seminars in the Neurosciences 2, 1990, S. 263–275
- Crick, F.; Koch, C. (1994): Das Problem des Bewußtseins. In: Gehirn und Bewußtsein, Heidelberg, Berlin, Oxford 1994, S. 164–170 (Original in: Spektrum der Wissenschaft, November 1992)
- Daimler Benz AG (1997): Geschäftsbericht 1996, Stuttgart 1997
- Daimler Benz AG (1998): Geschäftsbericht 1997, Stuttgart 1998
- Daimler Benz AG (1999): Geschäftsbericht 1998, Stuttgart 1999
- DaimlerChrysler (Hg.) (1999): Achtung – Sendung läuft. Pressemeldung vom September 1999
- DaimlerChrysler AG (2000): Geschäftsbericht 1999, Stuttgart 2000
- Damasio, Antonio R.; Damasio, Hanna (1994): Sprache und Gehirn. In: Gehirn und Bewußtsein (1994) S. 58–66 (Original in: Spektrum der Wissenschaft November 1992)
- Daub, Claus-Heinrich (1999): Krisenkommunikation – wenn Kommunikation in die Krise gerät. In: Public Relations Forum 2/1999, S. 84 -87

- Davis, Stan; Jim Botkin (1995): Das künftige Geschäft – wissenschaftlich. In: Harvard Business Manager 17. Jg. 2/1995, S. 25-30
- debis AG (1998): Geschäftsbericht 1997, Stuttgart 1998
- Deekeling, Egbert (1998): Informationsmanagement und Relationship-Development. Die Aufgaben von interner Kommunikation in Zeiten der Transformation von Unternehmen. In: Merten/Zimmermann (Hg.) 1998, S. 77–82
- Deekeling, Egbert (2000): Interne Kommunikation im Corporate Change. In: PR-Magazin 7, 7/2000, S. 37–42
- Deighton, John (1997): Interaktives Marketing: Erfolgreiche Methode oder heiße Luft. In: Harvard Business Manager 19. Jg. 2/1997, S.71-79
- Demandt, Alexander (1999): Hände in Unschuld. Pontius Pilatus in der Geschichte. Köln, Weimar, Wien 1999
- Dencker, Klaus Peter (1997): Zur Zukunft der Kommunikation – Ein neues Kommunikationsmodell?. In: Kleinsteuber Hans J.: Information Highway – Exit Hamburg?: Eine Medienstadt auf der Suche nach der digitalen Zukunft, Hamburg 1997, S.201-212
- Derieth, Anke (1995): Unternehmenskommunikation. Eine theoretische und empirische Analyse zur Kommunikationsqualität von Wirtschaftsorganisationen. Opladen 1995
- Dernbach, Beatrice (1998): Von der ‚Determination‘ zur ‚Intereffikation‘. Das Verhältnis von Journalismus und PR. In: Public Relations Forum, 2/1998, S. 62–65
- Dernbach, Beatrice (2000): Themen der Publizistik – Wie entsteht die Agenda öffentlicher Kommunikation? In: Publizistik 1/2000, S. 38–50
- Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (Hg.) (1998): Erfolgreiche Kommunikationspolitik für die Märkte von morgen. Ergebnisse, Erfolgsstrategien und Trends. Frankfurt am Main 1998
- Deutsche Public Relations-Gesellschaft e.V. (Hg.) (1996): Im Focus der Macht – verführt, manipuliert, entwertet. Medienkonsumenten 1996. Dokumentation zum PR-Forum Management-Kommunikation der DPRG am 11. Dezember 1996, Bonn 1996
- Deutsche Public Relations-Gesellschaft e.V. (Hg.) (1996): Medien der Zukunft – Zukunft der Medien. Dokumentation. Bonn 1996
- Deutsche Public Relations-Gesellschaft e.V. (Hg.), o. J.: Qualifikationsprofil Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations, Bonn, o. J.
- Deutscher Multimedia Verband (2000): Stellungnahme des Deutschen Multimedia Verbandes (DMMV) zum ‚Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der vertraglichen Stellung von Urhebern und ausübenden Künstlern‘, Stand 22. Mai 2000, in der Fassung vom 30. Oktober 2000
http://www.urheberrecht.org/download/UrhGE-2000/stellungnahmen/Stellgn_dmmv.pdf000.
abgerufen am 21. November 2000
- Deutscher Presserat (2000): Publizistische Grundsätze. (Pressekodex) Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats. Bonn 2000
- DeVito, Joseph A. (1990): Messages. Building Interpersonal Communication Skills. New York 1990
- Dialog (1993): Die Geschichte einer wahrhaften Weltmarke. In: Dialog, Magazin für Kommunikation 2/1993 vom 11.Mai 1993, S. 37–38
- Doebelin, Renate : Pressearbeit im Internet: Ungenutzte Potenziale. Doebelin-Studie: Wirtschaftsjournalisten kritisieren fehlende Aktualität. In: PR-Guide 7/2000, Internet: <http://www.pr-guide.de/onlineb/p200702.htm>
- Doppler, Klaus; Lauterburg, Christoph (1995): Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. 9. Aufl., Frankfurt/Main, New York 2000
- Dozier, David M., Grunig, Larissa A.; Grunig, James E. (1995): Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management (Leas Communication Series), Mahwah 1995
- Drucker, Peter F. (1970): The Age of Discontinuity – Guidelines in our Changing Society, Cologne/Geneva 1970
- Drucker, Peter F. (1992): The New Society of Organizations, in: Harvard Business Review, 70, 5, S. 95–104
- Elitz, Ernst (2000) : Die Wortverdrehler GmbH. In: Medium Magazin 3/2000, S. 38–40
- Engel, Andreas K.; König, Peter (1998): Das neurobiologische Wahrnehmungsparadigma. Eine kritische Bestandsaufnahme. In: Gold/Engel (Hg.) (1998) S. 156–194
- Eschbach, Achim (Hg.): Benjamin Humprey Smart. Grundlagen der Zeichentheorie: Grammatik, Logik, Rhetorik, Frankfurt am Main 1978
- Evans, John E. (1996): Some External and Internal Factors Affecting Users of Interactive Information Systems. In: Krause et al. 1996, S. 239–250
- Faulstich, Werner (1992): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. Kritische Einführung in Problemfelder der Public Relations. Bardowick 1992
- Ferber, Rafael (1998): Philosophische Grundbegriffe. 4. überarb. und erw. Auflage München 1998

- Ferguson, Charles H.; Morris, Charles R. (1994): Computerschlachten. Überlebensstrategien in der weltweit wichtigsten Industrie, Frankfurt am Main 1994
- Festinger, Leon (1978): A Theory of Cognitive Dissonanz. Evanston 1957 dt.: Theorie der kognitiven Dissonanz, Bern 1978
- Fiedler, Herbert, Hg. (1992): Rechtsprobleme des elektronischen Publizierens, Köln 1992
- Fiegenbaum, Andreas (1996): Das Wahre ist das Glaubhaftere. Die „Rhetorik“ des Aristoteles: Eine Vorgeschichte der PR? In: Public Relations Forum 2, 1/1996, S. 38–41
- Fink, Stephan; Fuchs, Martin (1992): Detaillierte Auswertung der fragebogengestützten Untersuchung Fachjournalisten und Public Relations der Computerindustrie. Wiesbaden 1992
- Finke, Ronald A. (1994): Bildhaftes Vorstellen und visuelle Wahrnehmung. In: Biopsychologie (1994) S. 136–144 (Ursprünglich in: Spektrum der Wissenschaft 5/1986)
- Fischer, Heinz-Dietrich; Wahl, Ulrike (Hg.) (1993): Public Relations – Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt 1993
- Fisher, Allan G. B. (1939): Production – Primary, Secondary and Tertiary. In: The Economic Record 15, June 1939 S. 24–38
- Foerster, Heinz von (1997): Über das Konstruieren von Wirklichkeiten. In: Schmidt, S. J. (Hg.) (1997) S. 25–49
- Förch, Julia (1999): Sleep is over. Bei Investor Relations hinkt Deutschland den amerikanischen Standards weit hinterher. In: PR-Magazin 3/1999, S. 32 -34
- Förster, Hans-Peter (1994): Corporate Wording. Konzepte für eine unternehmerische Schreibkultur. Frankfurt am Main 1994
- Fourastié, Jean (1954): Die große Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts. Köln 1954 (dt. Übersetzung von: Le Grand Espoire du Xxe Siècle, erschienen 1949)
- Freeman, Walter J. (1994): Physiologie und Simulation der Geruchswahrnehmung. In: Gehirn und Bewußtsein (1994) S. 22–31 (Original in: Spektrum der Wissenschaft April 1991)
- Frey, Dieter; Dauenheimer, Dirk; Parge, Olaf; Haisch, Jochen (1993): Die Theorie sozialer Vergleichsprozesse. In: Frey/Irle (1993) S. 81–121
- Frey, Dieter; Gaska, Anne (1993): Die Theorie der kognitiven Dissonanz, In: Frey/Irle (1993) S. 275–324
- Frey, Dieter; Greif, Siegfried (1997) : Sozialpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. Beltz Verlag Psychologie Verlags Union, 3. Aufl. 1997
- Frey, Dieter; Irle, Martin (Hg.) (1993): Theorien der Sozialpsychologie, Bd. 1: Kognitive Theorien., vollst. überarb. u. erw. Neuauflage Bern et al. 1993
- Frey, Dieter; Irle, Martin (Hg.) (1998): Theorien der Sozialpsychologie, Bd. 3: Motivations- und Informationsverarbeitungstheorien, 2. Nachdruck, Bern 1998
- Frey, Dieter; Stahlberg, Dagmar; Gollwitzer, Peter M. (1993): Einstellung und Verhalten; Die Theorie des überlegten Handelns und die Theorie des geplanten Verhaltens. In: Frey/Irle (1993) S. 361–398
- Früh, Werner (1989): Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI). Eine Methode zur Analyse von Textinhalten und Textstrukturen und ihre Anwendung in der Rezeptionsanalyse. In: Kaase/Schulz (Hg.) (1989) S. 490–507
- Früh, Werner (1991): Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell, Opladen 1991
- Früh, Werner (1998): Inhaltsanalyse, 4. überarb. Aufl., Konstanz 1998
- Gates, Bill (1995): The Road Ahead, New York 1995
- Gausemeier, Jürgen; Fink, Alexander (1999): Führung im Wandel, München, Wien 1999
- Gazdar, Kaevan; Kirchhoff, Klaus Rainer (1999): Geschäftsbericht ohne Fehl und Tadel, Neuwied 1999
- Gazlig, Thomas (1999): Erfolgreiche Pressemitteilungen. Über den Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf die Publikationschancen. In: Publizistik, 2/1999, S. 185–199
- Gehirn und Bewußtsein (1994) : Gehirn und Bewußtsein, mit einer Einführung von W. Singer, Heidelberg, Berlin, Oxford 1994
- Girgensohn, Arne; Szyka, Peter (1999): Kommunikation der Verbände – Eine konstruktive Kritik. In: PR-Magazin 4/1999, S. 35–40
- Glaserfeld, (1997):
- Gleich, Uli (2000): Entwicklung und Nutzung Neuer Medien. ARD-Forschungsdienst. In: Media Perspektiven, 7/2000, S. 326–333
- Glomb, Herbert J. (1995): Multimedia-Akzeptanz bei Kunden, Management und Mitarbeitern. In: Silberer (Hg.) (1995) S. 255–268
- Gluchowski, P. (1997) : Data Warehouse, in: Informatik-Spektrum, 20. Jahrgang, Heft 1/1997, S. 48-49
- Gold, Peter; Engel, Andreas K. (Hg.) (1998): Der Mensch in der Perspektive der Kognitionswissenschaften. Frankfurt am Main 1998

- Goleman, Daniel (1997): Emotionale Intelligenz. München 1997
- Goleman, Daniel; Kaufmann, Paul; Ray, Michael (1999): Kreativität entdecken. München 1999
- Gomez, Peter, Zimmermann, Tim (1993): Unternehmensorganisation, 2. Aufl. Frankfurt, New York 1993
- Grandori A., Soda, G. (1995) : Inter-firm Networks: Antecedents, Mechanisms and Forms. In: Organization Studies, 16/2 1995, S. 183-214
- Graphics Press Corp. (Hg.) (1996): Graphics Annual Reports 5, New York Zürich, 1996
- Graupmann, Jürgen (1999): Das Lexikon der Flops und Fehlleistungen. Gescheiterte Träume und Visionen der Menschheit, Bergisch-Gladbach 1999
- Grunig, James. E. (Hg.) (1992): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale, London 1992
- Grunig, James. E. und Hunt, Todd (1984): Managing Public Relations. New York 1984
- Grunig, James. E.; Grunig, Larissa (1998): The relationship between public relations and marketing in excellent organizations: evidence from the IABG study. In: Journal of Marketing Communications, 4 1998, S. 141-162
- Grunig, James. E.; Grunig, Larissa (Hg.) (1990): Public Relations Research Annual, Bd. 2, Hillsdale/New Jersey 1990
- Grunig, James. E.; Grunig, Larissa; Doziere, D. M., (1996): Das Situation Modell exzellenter Public Relations. Schlußfolgerungen aus einer internationalen Studie. In: Bentele et. al. 1996, S. 199-228
- Grunig, Larissa (1990): Power in He Public Relations Departement. In: Grunig, James E.; Grunig, Larissa (Hg.) 1990, S. 115-155
- Güntürkün, Omur (Hg.) (1998): Biopsychologie, Heidelberg, Berlin 1998
- Gustedt, Caroline (2000): Lauter Leerlauf. Expo als Medienereignis. In: Journalist 7/2000, S. 10-16
- Haberland, J., D. Schön, J. Bertz, B. Görsch, o. J.: Aufbau eines Informationssystems zu Krebskrankheiten im Intra- und Internet, Schrift des Robert Koch-Instituts, Berlin, o. J.
- Habermas, Jürgen (1977): Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. 4. Auflage Frankfurt am Main 1977
- Habermas, Jürgen (1984): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main 1984
- Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt am Main 1992
- Habermas, Jürgen (1995): Theorie des kommunikativen Handelns, Bd. I: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, Frankfurt am Main 1995
- Habermas, Jürgen (1995a): Theorie des kommunikativen Handelns, Bd. II: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, Frankfurt am Main 1995
- Habermas, Jürgen (1999): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Unveränd. Neudruck der 6. Aufl. Frankfurt am Main 1999
- Habermas, Jürgen; Luhmann, Niklas (1971): Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung? Frankfurt am Main 1971
- Haller, Klaus (1982): Werkzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Erhebung und Analyse eines innerbetrieblichen Informationsmittels. Berlin 1982
- Hammerl, Marianne; Grabitz, Hans-Joachim; Gniech, Gisla (1993): Die kognitiv-physiologische Theorie der Emotion von Schachter. In: Frey/Irle (1993) S. 123-153
- Hassinen, Tiia, Werner, Marion (1994): Zur Selbstdarstellung in Werk- und Kundenzeitschriften. In: Bungarten 1994, S. 27-48
- Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (1995): Dienstleistungsgesellschaften. Frankfurt am Main 1995
- Hawesko Holding AG (1999): Geschäftsbericht 1998, Hamburg 1999
- Heijnk, Stefan (1997): Textoptimierung für Printmedien, Opladen 1997
- Heinemann, Christopher (1995): Multimedia in der internen Marketing-Kommunikation. In: Silberer (Hg.) (1995), S. 33-60
- Heller, Eva (1991): Wie Farben wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, Kreative Farbgestaltung, Reinbek bei Hamburg 1991
- Hentze, Joachim (unter Mitarbeit von Metzner, Joachim) (1991): Personalwirtschaftslehre 2, 5. überarb. und erw. Aufl., Bern und Stuttgart 1991
- Herbst, Dieter (1999): Bewertung von Kommunikationsprozessen als Basis für die Entwicklung von innerbetrieblicher Public Relations. <http://www.snafu.de/~herbst>, abgerufen: 25.01.00
- Herbst, Dieter (1998): Corporate Identity, Berlin 1998
- Herbst, Dieter (1997): Public Relations, Berlin 1997
- Herbst, Dieter (1996): Mitarbeiterkommunikation muß sorgfältig geplant werden. In: ibi-Dienst, 5-1996, S. 3-5

- Hoechst AG (Hg.) : Hoechst Aktiengesellschaft. Ein altes Chemieunternehmen – Baustein der neuen Aventis S.A. http://www.hoechst.de/files/hoechst_chronikaventis_99_deutsch.pdf, abgerufen am 09.03.2001
- Hofjann, Olaf (2000): Das Risiko guter Ratschläge. Eine Analyse von Journalismus und Public Relation in Konflikten. In: Public Relations Forum, 3/2000, S. 128–135
- Holzer, Horst (1994): Medienkommunikation: Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen, Opladen 1994
- Hömberg, Walter (1987): Auswahlkriterien für Wissenschaftsnachrichten. In: Ruß-Mohl (1987) S. 90–95
- Honneth, Axel; Joas, Hans (Hg.) (1986): Kommunikatives Handeln. Beiträge zu Jürgen Habermas 'Theorie des kommunikativen Handelns', Frankfurt am Main 1986
- Horn, Torsten (1999): Internet – Intranet – Extranet: Potentiale im Unternehmen. München 1999.
- Hunt, T.; Grunig, J. E. (1994): Public Relations Techniques, Fort Worth et al. 1994
- Hunziker, Peter (1988): Medien, Kommunikation und Gesellschaft- Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation, Darmstadt 1988
- ICO, The International Committee of Public Relations Consultancies Associations (Hg.) (1997): How to get real value from Public Relations? A client guide to designing measurement communications objectives, o. O. 1997
- IG Medien (2000): Stellungnahme der Industriegewerkschaft Medien zur Reform des Urhebervertragsrechts (Schreiben an das Bundesministerium der Justiz vom 29.11.99) http://www.igmedien.de/tarif_recht_betriebs/recht/urhebervertragsrecht/uvr_nov.pdf
- Immon, W. H. (1996): Building the Data Warehouse, 2. Auflage, New York 1996
- Ingwersen, Peter (1996): The Cognitive Framework for Information Retrieval: A Paradigmatic Perspective. In: Krause et al. 1996, S. 65–78
- Irle, Martin, Möntmann, Volker (Hg.) (1978): Festinger Leon: Theorie der kognitiven Dissonanz Bern, Stuttgart, Wien 1978
- Itten, Johannes (1983): Kunst der Farbe. Subjektives Erleben und objektives Erkennen als Wege zur Kunst. Ravensburg, 7. Aufl. 1983
- Jarchow, Klaus (1992): Wirklichkeiten – Wahrheiten – Wahrnehmungen. Schriftenreihe IID, Bremen 1992
- Jarren, Otfried (Hg.) (1995): Medien und Journalismus 2, Ölschläger 1995
- Johnston, Peter (2000): New Methods of Work, Presentation to the Conference on "The social and cultural implications of the emerging European Information Society", Brüssel, 31. März 2000
- Jürgens, Ulrich; Rupp, Joachim; Vitols, Katrin (unter Mitarbeit von Bärbel Jäschke-Werthmann) (1999)/(2000): Corporate Governance and Shareholder Value in Deutschland. Nach dem Fall von Mannesmann – Paper revisited von Ulrich Jürgens, Berlin 1999/2000
- Kaase, Max; Schulz, Winfried (Hg.) (1989): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Opladen 1989
- Kamenz, Uwe; Jahn, Peer Walter (Hg.) : Journalisten 2000. Reihe: ProfNet Internet-Zielgruppenstudien, Bd. 1, Dortmund 2000; Zusammenfassung: http://www.agenturcafe.de/communications/275_8217.htm
- Kapuscinski, Ryszard (1999): Die große Reporterarmee. Wie die Medien die Welt beschreiben. FAZ vom 13.02.99, zit. nach: Weischenberg 1999, S. 21
- Kargl, H. (1994): Controlling im DV-Bereich, München, Wien 1994
- Keck, Otto (1993): Information, Macht und gesellschaftliche Rationalität, Baden-Baden 1993
- Keen, Peter G. W. (1992): Informationstechnologie: der Weg in die Zukunft, Wien 1992
- Kefer, Martina (2000): Theater, Theater. Unternehmenstheater. In: PR-Magazin 6, Juni 2000, S. 28–31
- Kepplinger, Hans Mathias (1987): Darstellungseffekte. Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Pressefotos und Fernsehfilmen. Freiburg, München 1987
- Kepplinger, Hans Mathias; Hartung, Uwe (1995): Störfall-Fieber: wie ein Unfall zum Schlüsselereignis einer Unfallserie wird. Freiburg, München 1995
- Kieser, A, Kubicek, H. (1992): Organisation, Berlin, New York 1992
- Killenberg, Harald; Kuhlen, Rainer; Manecke, Hans-Jürgen (Hg.) (1991): Wissensbasierte Informationssysteme und Informationsmanagement
- Kippert, Klaus; Geisthardt, Christiane (1975): Kritische Analyse der Leseerziehung in der gegenwärtigen Gesellschaft. In Göpfert, Herbert G.; Meyer, Ruth; Muth, Ludwig; Rüegg, Walter: Lesen und Leben, Frankfurt am Main (1975) S. 142-172
- Kirchhoff, Klaus Rainer (1997): Die Optik des Geschäftsberichts – die visuelle Bilanz. In: Baetge/Kirchhoff (1997) S. 61–92
- Kirchhoff; Döbler (1997): Der Geschäftsbericht als Instrument des Aktienmarketing. In: Baetge/Kirchhoff (1997) S. 25–40

- Klagenfurter Projektgruppe Medienerziehung (Hg.) (1991): Massenmedien verstehen, Wien 1991
- Klaus, Elisabeth (1998): Die Brent-Spar-Kampagne oder: Wie funktioniert Öffentlichkeitsarbeit? In: Röttger U. (Hg.) 1998, S. 99–120
- Klein, Hans Joachim (1998): Kulturinstitutionen. In: Schäfers/Zapf (Hg.) 1998, S. 393–405
- Klöfer, Franz (1996): Mitarbeiterkommunikation 1996, Mainz 1996
- Klöfer, Franz (Hg.) (1999): Erfolgreich durch interne Kommunikation. Mitarbeiter informieren, motivieren, aktivieren, Neuwied, Kriftel, Berlin 1999
- Koch, Peter-Ferdinand (1990): Der Fund. Die Skandale des Stern. Gerd Heidemann und die Hitler-Tagebücher, Hamburg 1990
- Kocks, Klaus (1994): Das Ende der Public Relations – Ein Nachruf. In: PR-Magazin 4/1994, S. 35–42
- Kocks, Klaus (1994a): Zum wissenschaftlichen Ort der Public Relations. Eine Rede der PR-Praktiker an die PR-Wissenschaft. Beitrag zum Symposium „Zwischen Datenautobahn und PR – Brauchen wir den Journalismus noch?“ In: PR-Magazin 7/1996, S. 39–44
- Kocks, Klaus, Dieter Krause (1996): Dialog-PR, partizipatorische Soziokultur und interaktive Medien. Zur sozialwissenschaftlichen Einordnung eines Projektes der Ruhrgas-Öffentlichkeitsarbeit. In: Bentele/Zerfaß (Hg.) 1996, S. 425–443
- Kohtes, Paul (1996): Wie ‚dumm‘ wie ‚schlau‘ ist der Verbraucher. In: Deutsche Public Relations-Gesellschaft (Hg.), Bonn 1996
- Königer, Paul, Reithmayer, Walter (1998): Management unstrukturierter Informationen, Frankfurt, New York 1998
- Krause, Jürgen (1996): Visualisierung und graphische Benutzeroberflächen. IZ-Arbeitsbericht Nr. 3, Köln 1996
- Krause, Jürgen, Herfurth, Matthias, Marx, Jutta (Hg.) (1996): Herausforderungen an die Informationswissenschaft. Informationsverdichtung, Informationsbewertung und Datenvisualisierung. Konstanz 1996
- Krickl, Otto; Milchrahm, Elisabeth (1998): Wissensmanagement in Lernenden Organisationen. Eine neue Herausforderung für die Informationswissenschaft? In: Zimmermann/Schramm (Hg.) 1998, S. 88–102
- Krieger, Herbert (Hg.) (1983): Handbuch des Geschichtsunterrichts, Bd. 6, Frankfurt/Main 1983
- Krippendorf, Klaus (1994): Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation. In: Merten et al. 1994, S. 79–113
- Kruessmann, Michael (1998): In: Capital 8/1998, S. 75–90
- Kuckartz, Udo (1999): Computergestützte Analyse qualitativer Daten. Eine Einführung in Methoden und Arbeitstechniken. Westdeutscher Verlag 1999
- Kuhlen, Rainer (1999): Die Konsequenzen von Informationsassistenten. Was bedeutet informationelle Autonomie oder wie kann Vertrauen in elektronische Dienste in offenen Informationsmärkten gesichert werden? Frankfurt am Main 1999
- Kuhlen, Rainer (1995): Informationsmarkt. Chancen und Risiken der Kommerzialisierung von Wissen, Konstanz 1995
- Langer, Inghard; Schulz von Thun, Friedemann; Tausch, Reinhard (1993): Sich verständlich ausdrücken, 5., verbesserte Auflage, München, Basel 1993
- LaRoche, Walter von (1991): Einführung in den praktischen Journalismus. 12., neubearbeitete Auflage München 1991
- Lasswell, Harold D. (1948): The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson (Hg.) (1948) S. 37–51
- Lasswell, Harold D. (1971): The Structure and Function of Communication in Society. In: Schramm/Roberts (Hg.) (1971) S. 84–99
- Lauterbach, Klaus; Lindlar, Markus (1999): Informationstechnologien im Gesundheitswesen. Telemedizin in Deutschland. Hg. Domitra, Michael, Friedrich Ebert Stiftung, Bonn, 1999
- Lay, Rupert (1987): Dialektik für Manager. Einübung in die Kunst des Überzeugens. Reinbek: Rowohlt 1987
- Le Bon, Gustave (1968): Psychologie der Massen. 3. Aufl. Stuttgart 1968
- Lilli, Waldemar; Frey Dieter (1993): Die Hypothesentheorie der sozialen Wahrnehmung. In: Frey/Irle (1993) S. 49–78
- Litke, Hans-D. (1991): Projektmanagement, Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, München, Wien 1991
- Livingstone, Margaret S. (1990): Kunst, Schein und Wahrnehmung. In: Gehirn und Kognition 1990, S. 156–163
- Locke, John (1690)/(1981): An Essay Concerning Human Understanding. Dt.: Versuch über den menschlichen Verstand. Meiner, Hamburg 1981.
<http://humanum.arts.cuhk.edu.hk/Philosophy/Locke/echu/>

- Locke, John (1690)/(1981) : Von den Wörtern. Über allgemeine Ausdrücke. Über die Wörter und die Sprache im Allgemeinen. In: John Locke (1632-1704), 'Versuch über den menschlichen Verstand', Drittes Buch / Von den Wörtern, Hamburg 1981
- Loftus, Elisabeth F. (1998): Falsche Erinnerungen. In: Güntürkün (Hg.), Heidelberg, Berlin 1998, S. 114–119
- Logothetis, Nikos K. (2000): Das Sehen – ein Fenster zum Bewußtsein. In: Spektrum der Wissenschaft 1/2000, S. 36–42
- Luft, Alfred Lothar (1992): Wissen und Informatik bei einer Sichtweise der Informatik als Wissenstechnik. In: Coy et al. 1992, S. 49–70
- Luhmann, Niklas (1973): Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart 1973 (3. Aufl. 1989)
- Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main 1984 6.
- Luhmann, Niklas (1990): Risiko und Gefahr. St. Gallen 1990
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien, Opladen, 2. Aufl. 1996
- Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft, 2 Bde., Frankfurt am Main 1997
- Lüninck, Joachim (1996): Marketing im Internet, in: Rost 1996, S.152-164
- Maccoby, Michael (1989): Warum wir arbeiten: Motivation als Führungsaufgabe. Frankfurt/Main; New York 1989
- Macuse, Herbert (1970): Der eindimensionale Mensch. Neuwied, Berlin 1970
- Mantow, Wolfgang (1995): Die Ereignisse um Brent Spar in Deutschland. Darstellung und Dokumentation mit Daten und Fakten. Die Hintergründe und Einflußfaktoren, Kommentare und Medienresonanzen. Hamburg 1995
- Marx, Karl (1974): Zur Kritik der politischen Ökonomie, Berlin, 9. Auflage 1974 (Erstver. Januar 1859 bei Franz Duncker, Berlin)
- Mast, Claudia (1999): Berufsziel Journalismus. Aufgaben, Anforderungen, Ansprechpartner. Opladen, Wiesbaden 1999
- MasterMedia Berlin (Hg.) (2000): Unternehmenswandel erfolgreich gestalten. Wie deutsche Unternehmen den Wert interner Kommunikation beurteilen, Berlin 2000
- Maturana, Humberto R. (1982) : Erkennen: Die Organisation und Verkörperung von Wirklichkeit. Braunschweig, Wiesbaden 1982
- Maturana, Humberto R.; Varela, Francisco J. (1987): Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln menschlichen Erkennens. Bern, München 1987
- Mauries, Patrick (Hg.) (1988): Trompe-d'oeil. Das getäuschte Auge. Köln 1998
- McCarthy, Thomas (1986): Komplexität und Demokratie – die Versuchungen der Systemtheorie. In: Honneth/Joas, Hg. 1986
- McLuhan, Herbert Marshall (1968): Die magischen Kanäle, Düsseldorf, Wien 1968, in: Baltes et al. (1997) S. 112–155 (gek. und überarbeitete Fassung)
- McLuhan, Herbert Marshall (1968): Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters, Düsseldorf, Wien 1968, in: Baltes et al. (1997) S. 84–111 (gek. Fassung)
- McLuhan, Herbert Marshall (1995): The Global Village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn 1995
- McLuhan, Herbert Marshall (1996): Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen. Amsterdam 1996, in: Baltes et al. (1997), S. 29–64 (gek. Fassung)
- Mehring, Josef (1992), : Elektronisches Publizieren und Rechte des Informationsnutzers. In: Fiedler 1992, S. 90–111
- Meints, Martin; Vollmert, Andreas (2000): E-Commerce für unser Unternehmen? In: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), e-f@acts, 1/2000, S. 1, 4-8
- Meisert, H. J (1990): Gedanken zur Kommunikationsstrategie für die Zukunft–Voraussetzungen, Anpassungsmechanismen und Medien künftiger Betriebspublizistik. In: Klaus Dörrbecker und Thomas Rommerskirchen: Kommunikations-Management, Remagen-Rolandseck 1990, 90-107
- Meißner, W.; Fassang, W. (1989): Wirtschaftsstruktur und Strukturpolitik, München 1989
- Merten, Klaus (1994): Wirkungen von Kommunikation. In: Merten Klaus/Schmidt Siegfried J./Weischenberg Siegfried (Hg.) 1994, S.291-328
- Merten, Klaus (1994a): Evolution der Kommunikation. In: Merten, Schmidt, Weischenberg (Hg.) 1994, S. 141–162
- Merten, Klaus (1997): Lob des Flickenteppich. Zur Genesis von Public Relations. In: Public Relations Forum 4/1997, S.22–31
- Merten, Klaus (1998): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Münster, Hamburg 1998
- Merten, Klaus (2000): Die Lüge vom Dialog. Ein verständigungsorientierter Versuch über semantische Hazards. In: Public Relations Forum 1/2000, S. 6–9
- Merten, Klaus (2000a): Struktur und Funktion von Propaganda. In: Publizistik 2/2000, S. 143-162

- Merten, Klaus; Schmidt, S.J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994
- Merten, Klaus; Westerbarkey, Joachim (1994): Public Opinion and Public Relation. In: Merten et al. (1994) S. 188–211
- Merten, Klaus; Zimmermann, Rainer (1998): Das Handbuch der Unternehmenskommunikation, Neuwied 1998
- Mertens, Peter (1999): Integration interner, externer, qualitativer und quantitativer Daten auf dem Weg zum Aktiven MIS, In: Wirtschaftsinformatik, 5/1999, S. 405–415
- Meyer, Wulf-Uwe; Försterling; Friedrich (1993): Die Attributionstheorie. In: Frey/Irle (1993) S. 175–214
- Migros Genossenschafts-Bund (1999): Migros Annual Report 1998, Zürich 1999
- Migros Genossenschafts-Bund (1999a): Migros Annual Report 1998, Zusatzband Zürich 1999
- Mizruchi, M.S., Galaskiewicz, J. (1994) : Networks of Interorganizational Relations. In: Wasserman, S./Galaskiewicz, J. (Hg.) Advances in Social Network Analysis, Thousand Oaks 1994
- Mucksch, H.; Behne, W. (1996): Das Data Warehouse-Konzept, Wiesbaden 1996
- Müller, Ulrike Heike (1999a): In den Firmen gibt's Theater. Weshalb immer mehr Unternehmen ihre Probleme auf die Bühne bringen. In: Berliner Morgenpost Online vom 05. Mai 1999, <http://archiv.berliner-morgenpost.de/archiv1999/990505/wirtschaft/story113767.html>
- Müller, Ulrike Heike (1999b): Business-Theater: Eine französische Spezialität. In: Berliner Morgenpost Online vom 05. Mai 1999, <http://archiv.berliner-morgenpost.de/archiv1999/990505/wirtschaft/story113768.html>
- Müller, Ulrike Heike; Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried, Wilke, Jürgen (Hg.) (1999): Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 5. Auflage 1999
- Mutschke, Peter (1995): Relationale Datenbanksysteme im Vergleich: Eine Zwischenbilanz. IZ-Arbeitsbericht Nr. 5, Köln 1995
- Naisbitt, John (1995): Global Paradox, London 1995
- Naundorf, Stephan (1996): Der qualitative Teil der IABC-Excellence-Studie. In: Public Relations Forum 3/1996, S. 25–27
- Negroponte, Nicholas (1995): Being digital. New York 1995
- Neuberger, Christoph (2000): Journalisten und PR-Leute: Junkies und Dealer? In: Public Relations Forum, 3/2000, S. 125–128
- Neuberger, Christoph (2000a): Journalismus im Internet: Auf dem Weg zur Eigenständigkeit? In: Media Perspektiven, 7/2000, S. 310–318
- Neverla, Irene (Hg.) (1998): Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung, Opladen, Wiesbaden 1998
- Nickel, Volker (Hg.) (1994): Werbung in Grenzen. Report über Werbekontrolle in Deutschland, Bonn 1994
- Nickel, Volker (Hg.) (1997): Werbung und Moral. Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. Bonn 1997
- Niklas Luhmann (1975) : Öffentliche Meinung. In: ders. Politische Planung. Opladen 1975, S. 9-34
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1980): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München, Zürich 1980
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1989): Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. Frankfurt am Main 1989
- Nölting, Andreas (2000): Mannesmann: Welche Rolle Goldman Sachs, Merrill Lynch & Co. in der Übernahmeschlacht Mannesmann/Vodafone spielen. In: Manager Magazin 1/2000, S.26-28
- o. V. (1996): Grundlegende Anwendungsorientierung. James und Larissa Grunig über ihre Forschung. In: Public Relations Forum 3/1996, S. 21–24
- o. V. (2000): Elektronische Pressespiegel nicht durch § 49 Abs. 1 UrhG erlaubt. Urteil des Oberlandesgerichts Hamburg vom 6. April 2000 – 3 U 211/99. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht 11/2000, S. 960ff.
- Oeckl, Albert (1976): PR-Praxis, Düsseldorf/Wien 1976
- Oeckl, Albert (2000): Die historische Entwicklung der Public Relations. In: Reineke/Eisele 2000, S. 13-17
- Olins, Wally (1990): Corporate Identity. Strategie und Gestaltung, Frankfurt, New York 1990
- Paris, Hans Joachim (1985): Die Arbeitsgemeinschaft der deutschen Werkredakteure, ihre Entstehung und ihr Wirken seit 1952, gip-Veröffentlichung Nr. 11, Kassel 1985
- Peters, Hans Peter (1994): Risikokommunikation in den Medien. In: Merten et al. (1994) S. 329–351
- Peters, Thomas J.; Waterman, Robert H. (1982): Auf der Suche nach Spitzenleistungen. Landsberg 1982
- Pfannenberg, Jörg, Wente, P.; Karting, B. (1999): Verkündigung oder Dialog? Mitarbeitermedien deutscher Unternehmen, Düsseldorf 1999

- Pfannenberg, Jörg; Wente, P.; Melchert, F. (2000): Aufbruch ins virtuelle Pressezentrum? Pressearbeit deutscher Unternehmen im Internet, Düsseldorf 2000
- Pfannenberg, Jörg; Wilde, E. (1998): Kundenzeitschriften und Kundenzeitschriften und Unternehmensmagazine: Drehscheibe der Kommunikation. Untersuchung zu Kundenperiodika deutscher Unternehmen und acht Best Practice-Beispiele, Düsseldorf 1998
- Pflaum, Dieter; Bäuerle, Ferdinand (Hg.) (1992) : Lexikon der Werbung, Landsberg/Lech, 5. Auflage 1992
- Piepenstock, Klaus (1992): Public Relations, in: Pflaum, Dieter, Bäuerle, Ferdinand (Hg.): Lexikon der Werbung, 5. Auflage 1992, Landsberg/Lech, S. 344-348
- Piwinger, Manfred (1999): Der Geschäftsbericht als Imageträger. Geschäftsberichte vermitteln schon durch ihre formale Gestaltung zentrale Bestandteile des Images. In: Public Relations Forum 3/1999, S. 128–131
- Portele, Gerhard (1982): Das Pilatus-Syndrom. Wissenschaftskritik. In: Psychologie heute, November 1982, S. 56–59
- Porter, M. E., Wettbewerbsvorteile, 4. durchgesehene Auflage, Frankfurt/M. 1996
- Postman, Neil (1985): Amusing Ourselves to Death, New York 1985
- PR+plus (Hg.), unter wissenschaftlicher Mitwirkung von: Eisele, Hans; Merten, Klaus; Szyska, Peter, o. J.: Literatur zur PR und zu PR-verbunden Themen, Heidelberg, o. J.
- Pribilla, Peter; Reichwald, Ralf; Goecke, Robert (1996): Telekommunikation im Management, Strategien für den globalen Wettbewerb, Stuttgart 1996
- Prostka, Jörg (2000): Grenzgänger. In: Journalist 7/2000, S. 28f.
- Rager, Günther (2000): Print oder Elektronik ist die falsche Frage. Neue Medien in der Mitarbeiterkommunikation in: PR-Guide 6/2000, <http://www.pr-guide.de/onlineb/p200604.htm>
- Rang, Martin (1978): Einleitung zu Emile oder Über die Erziehung. In: Rousseau 1978, S. 5–97
- Rappaport, Alfred (1995): Shareholder Value, Stuttgart 1995
- Reese-Schäfer (2000): Politische Theorie heute. München, Wien 2000
- Reichardt, Ingo (2000a): Intranet als zeitadäquates Tool der internen Kommunikation. Erfahrungen mit Lotus Notes bei Asea Brown Boveri, Vortagsfolien 2000
- Reichardt, Ingo (2000b): Mitarbeiterzeitschrift mit Tradition. Fallstudie: ABB ‚Kontakt‘ feiert 50. Geburtstag in: PR-Guide-Online, 7/2000, <http://www.pr-guide.de/onlineb/p200701.htm>
- Reineke, Wolfgang; Eisele, Hans (2000): Handbuch der Öffentlichkeitsarbeit, 3. neubearb. Auflage, Heidelberg 2000
- Reineke, Wolfgang; Pfeffer, Gerhard A. (2000): Mitarbeiterkommunikation. Von MITIS zu MIKOS. In: Reineke/Eisele 2000, S. 177–190
- Reinert, Michael (2000): Neue Spielregeln der Unternehmenskommunikation. Die Kommunikationslandschaft nach Vodafone/Mannesmann in: PR-Guide 4/2000, <http://www.pr-guide.de/onlineb/p200404.htm>
- Reinhold, Egbert M. (1997): Der Weg ins Blatt. Zur Qualität von Pressemitteilungen. In: Public Relations Forum 1/1997, S. 12
- Reiterer, Harald; Mann, Thomas; Mußler, Gabriela; Bleimann, U. (2000): Visualisierung von entscheidungsrelevanten Daten für das Management. In: HMD, Praxis der Wirtschaftsinformatik, Heft 212 04/2000, zugleich: http://kniebach.fmi.uni-konstanz.de/pub/german.cgi/0/337957/HMD_Endfassung.pdf
- Reuters AG (Hg.) (1999): Vodafone weist Verheimlichungsvorwürfe zurück, Meldung vom 31. Dez. 1999
- Rittberger, Marc; Zimmermann, Frank Z. (2000): Wirtschaftliche und kommunikative Aspekte eines internen Kommunikationsforums in einem Unternehmen der Medienindustrie, Papier zum 4. Kolloquium Textproduktion im Zeitalter des Computers. Textproduzieren in elektronischen Medien. Strategien und Kompetenzen, 27.-29. April 2000 an der Wirtschaftsuniversität Wien, zugleich: <http://www.inf-wiss.uni-konstanz.de/People/MR/pubs/prowitec2000.html>
- Rodgers, Nigel (1998): Incredible Optical Illusions, London 1998
- Rolf, Arno (1992): Sichtwechsel. Informatik als Gestaltungswissenschaft. In: Coy et al. 1992, S. 33–47
- Rolke, Lothar, Wolff, Volker(Hg.) (1999): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden, Wiesbaden 1999
- Rolke, Lothar; Wolff, Volker (1999a): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. In: Rolke/Wolff 1999, S. 11–18
- Romhardt, Kai (1998): Die Organisation aus der Wissensperspektive – Möglichkeiten und Grenzen der Intervention, Wiesbaden 1998
- Ronneburger, Franz, Rühl, Manfred (1992): Theorie der Public Relations. Ein Entwurf, Opladen 1992
- Röper, Horst (2000): Zeitungsmarkt 2000: Konsolidierungsphase beendet? In: Media Perspektiven, 7/2000, S. 297–309
- Rosenstiel, Lutz von; Neumann, Peter (1991) : Einführung in die Werbepsychologie, Darmstadt 1991

- Roth, Gerhard (1997): „Eine Neurobiologie der Wahrnehmung“. Mitschnitt des Vortrags, Radio Bremen Sendemanuskript vom 11.12.1997
- Röttger, Ulrike (Hg.) (1998): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen 1998
- Rousseau, Jean-Jacques: Diskurs über die Ungleichheit, Paderborn, 4. verb. Aufl. 1997
- Rousseau, Jean-Jacques (1978): Emile oder Über die Erziehung. Stuttgart 1978
- Rühl, Manfred (1992): Public Relations ist, was Public Relations tut. Fünf Schwierigkeiten, eine allgemeine PR-Theorie zu entwerfen. In: PR-Magazin, 4/1992, S. 35–46
- Rühl, Manfred (1999): Publizieren. Eine Sinngeschichte der öffentlichen Kommunikation, Wiesbaden 1999
- Rühl, Manfred (2000): Die Praxis der Public Relations-Theorie. Ist die Frage "Was nützt die Theorie der Praxis?" In: Public Relations Forum, 3/2000, S. 148–154
- Ruß-Mohl, Stephan (1987): Wissenschaftsjournalismus – Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2., aktualisierte Aufl. München 1987
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Gefährdete Autonomie? Zur Außen- und Selbststeuerung von Public Relations. Das Beispiel USA. In: Avenarius/Armbrecht (1992) S. 193–195
- SAP AG (Hg.) (1999): SAP startet mit Bavaria Film Interactive weltweites Mitarbeiterfernsehen. Pressemeldung vom 24.02.1999, auch unter: <http://www.sap-ag.de/germany/press/index.htm>
- Sarcinelli, Ulrich (Hg.) (1987): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Stuttgart 1987
- Sarcinelli, Ulrich (Hg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bonn 1998
- Saxer, Marcel (1996): Die "Zehn Gebote" für Data-Warehouse-Projekte in: COMPUTERWOCHE Nr. 27 vom 05.07.1996 Seite 49-50
- Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. In: Sarcinelli 1998, S. 52–73
- Schaal, Bernd (1997): Willentliche Kontrolle stereotypen Denkens: Intentionseffekte auf die Aktivierung von Stereotypen. Dissertation Konstanz 1997
- Schäfers, Bernhard; Zapf, Wolfgang (Hg.) (1998): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, Opladen 1998 (Lizenzausgabe Bonn 1998)
- Schalk, Willi; Thoma, Helmut (1993): Jahrbuch der Werbung 1993
- Schalk, Willi; Thoma, Helmut (1994): Jahrbuch der Werbung 1994
- Schantel, Alexandra (2000): Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR – Journalismus – Beziehung. In: Publizistik, 1/2000, S. 70–88
- Schauffler, Günter C.; Signitzer, Benno (1990): Issues Management: Modewort oder neuer Weg in der PR? Ein Begriff macht die Runde. In: PR-Magazin 12/1990, S. 31–38
- Schein, Edgar H. (1995): Unternehmenskultur. Ein Handbuch für Führungskräfte. Frankfurt am Main 1995
- Schenk, Michael (1978): Publikums- und Wirkungsforschung: theoretische Ansätze und empirische Befunde der Massenkommunikationsforschung, Tübingen 1978
- Schenk, Michael (1987): Medienwirkungsforschung, Tübingen 1987
- Scherler, Patrik (1996): Management der Krisenkommunikation: Theorie und Praxis zum Fall Brent Spar (Greenpeace gegen Royal Dutch/Shell), Basel, Frankfurt am Main 1996
- Schlegel, Leonhard (1988): Die Transaktionale Analyse: ein kritisches Lehrbuch und Nachschlagewerk. 3. völlig neu überarb. u. erw. Aufl. Tübingen 1988
- Schmidt, S. J. (1997): Heinz von Foerster: Wissen und Gewissen – Versuch einer Brücke, Frankfurt am Main 1997
- Schmidt, Siegfried S. (1994a): Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten et al. (Hg.) Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 3–19
- Schmidt, Siegfried S. (1994b): Konstruktivismus in der Medienforschung: Konzepte, Kritiken, Konsequenzen. In: Merten et al. (1994) S. 592–623
- Schmitt (2000): Eberhard Schmitt, Leiter Unternehmenskommunikation der STEAG, persönliches Gespräch, Essen, 20. Juli 2000
- Schneider, Wolf (1999): Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache, 8. Auflage, München 1999
- Schneider, Wolf, Raue, Paul-Josef (1998): Handbuch des Journalismus, Reinbek bei Hamburg 1998
- Schnell, Ralf (2000): Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen. Stuttgart, Weimar 2000
- Schönbach, Klaus (1977) : Die Norm der Trennung von Nachricht und Meinung. Freiburg 1977
- Schönefeld, Ludwig (1994): Ein Jahr nach Griesheim... Wie Höchst die Bevölkerung, die Medien und die Mitarbeiter informierte, Frankfurt am Main 1994
- Schönefeld, Ludwig (1996): Aktiv umgestaltet. Unternehmenskommunikation bei Höchst. In: Public Relations Forum 1/1996, S. 13–16

- Schramm, Wilbur; Roberts, Donald F. (Hg.) (1971) : The Process and Effects of Mass Communication, Urbana 1971
- Schrott, Peter; Schulz, Kirsten (1995): Methoden und Ergebnisse der angewandten empirischen Kommunikationsforschung, in: Jarren (Hg.) (1995) S. 172–198
- Schulz von Thun, Friedemann (1981)(1997): Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen, Reinbek bei Hamburg 1981 (unverändert Reinbek bei Hamburg 1997)
- Schulz von Thun, Friedemann (1998): Miteinander reden 2. Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung, Reinbek bei Hamburg 1998
- Schulz von Thun, Friedemann (1998): Miteinander reden 3. Das ‚innere Team‘ und situationsgerechte Kommunikation, Reinbek bei Hamburg 1998
- Schulz, Winfried (1990): Die Konstruktion von Realität in Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, 2. unv. Aufl. Freiburg 1990
- Schulze, Henning S. (1992): Internes Marketing von Dienstleistungen, Frankfurt u. a. 1992
- Schwarz, Mathias (Arbeitskreis Verwerter) (2000): Stellungnahme zum Vorschlag für eine Änderung des Urhebervertragsrechts. Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der vertraglichen Stellung von Urhebern und ausübenden Künstlern (in der Fassung vom 17. August 2000)
- Schwarz, Norbert (1998): Theorien konzeptgesteuerter Informationsverarbeitung in der Sozialpsychologie. In: Frey/Irle 1998, S. 269–291
- Seetzen, Jürgen (1992): Information, Kommunikation, Organisation. Anmerkungen zu einer Theorie der Informatik. In: Coy et al. 1992, S. 83–96
- Sell, Matthias (1989): Von den Ich-Zuständen zu den Ich-Organen. In: ders. (Hg.) 1989, S. 41–56
- Sell, Matthias (Hg.) (1989): Lesebuch. Zusammenstellung von Beiträgen zum 10. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Transaktionsanalyse (DGTA), Hannover 1989, S. 41–56
- Shannon, Claude E. (1948): A mathematical Theory of Communication, Urbana 1948. Reprinted with corrections from The Bell System Technical Journal, Vol. 27, pp. 379–423, 623–656, July, October 1948, 55 Seiten mit eigener Paginierung
- Shannon, Claude E.; Weaver Waren (1976): Mathematische Grundlagen der Informationstheorie, 2. Aufl. München, Wien 1976
- Shatz, Carla J. (1994): Das sich entwickelnde Gehirn. In: Gehirn und Bewußtsein (1994) S. 2–11 (Original in: Spektrum der Wissenschaft November 1992)
- Silberer, Günter (Hg.) (1995): Marketing mit Multimedia. Grundlagen, Anwendungen und Management einer neuen Technologie im Marketing. Stuttgart 1995
- Silbermann, Alphons (1995): Alle Kreter lügen, Bergisch Gladbach 1995
- Sommermeier, Michael (1996). In: High Technology Careers 1996
- Sonderkamp, Rolf (1998): Informationen zum Abholen in: ibi-Dienst, 34. J., 10/1998, S. 16–17
- Sonnleitner, Martin / Stadthaus, Marcus / Weichert, Stephan A. (1998): Online Recherchieren: Ergebnisse einer explorativen Befragung von JournalistInnen. In: Neverla 1998, S. 245–261
- Spiegel Online (04/2000): Bündnisse. Mannesmann dementiert ein bisschen. URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/0,1518,61026,00.html> abgerufen: 27.01.2000
- Spinner, Helmut F. (1998): Informationsgesellschaft. In: Schäfers/Zapf (Hg.) 1998, S. 313–325
- Spitta, Thorsten; (1996): Die Aufwandserfassung von IS-Dienstleistungen. In: Wirtschaftsinformatik, 38. Jahrgang 1996, S. 473-484
- Spitta, Thorsten; Ellerbrock, Ralph; Kuhlmann, Axel (1999): IV-Controlling und Informationsmanagement im Mittelstand – Abschließende Ergebnisse einer Fallstudie. in: Wirtschaftsinformatik 6/1999, S. 506ff. und unter <http://www.wirtschaftsinformatik.de>
- Stahlberg, Dagmar; Frey, Dieter (1993): Das Elaboration-Likelyhood-Modell von Petty und Cacioppo. In: Frey/Irle (1993) S. 327–359
- Staminski, Wolfgang (1998): Mythos Kundenorientierung. Was Kunden wirklich wollen. Frankfurt, New York 1998
- Stammwitz, Gerd (1997): Intranets: Offene Informationssysteme im Unternehmen, 1997 und: <http://www.cck.uni-kl.de/~stamm/publikation/mclIntranet/Intranet.html>
- Stangl, Werner (1989): Das neue Paradigma der Psychologie. Die Psychologie im Diskurs des radikalen Konstruktivismus. Braunschweig 1989
- Steffens, Manfred (1971): Das Geschäft mit der Nachricht. München 1971
- Steinbock, Hans-Joachim (1994): Potentiale der Informationstechnik, Stuttgart 1994
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (1993): Management, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 1993
- Stern, Dialoge im Stern (1999): Stern 23/1999 vom 2. Juni 1999
- Strömer, Tobias; Withöft, Anselm (1997): Modul Online-Recht, Lektion Datenschutzrecht / Datensicherheit 1997, Seminarpapier der internet-akademie, www.akademie.de, Stand: 20.10.1997

- Sydow, J. (1990): Strukturwandel der Dienstleistungsarbeit als Folge des Einsatzes neuer Informations- und Kommunikationstechnik. In: R. Rock, P. Ulrich, F. Witt (Hg.) Strukturwandel der Dienstleistungsrationalisierung, Frankfurt/Main 1990, S. 11-37
- Szyska, Peter (1996): Brent Spar – Nur ein Ölfäß in der Weite des Ozeans? Befunde zur Unternehmenskommunikation. In: Public Relations Forum 2/1996, S. 24–27
- Talleen, Steven (1996): Intranet Organization 1996, Amdahl Corp.
<http://www.iorg.com.intranetorg/chptX.html>
- Theilmann, Rüdiger; Mugele, Dagmar (1999): Befindet sich PR im Internet in guter Gesellschaft? In: Public Relations Forum 1/1999, S. 20–25
- Thorben, W., H.-J. Appelrath (1995): Verschlüsselung personenbezogener und Abgleich anonymisierter Daten durch Kontrollnummern in: Brüggemann, H.-H, W. Gerhardt-Häckl (Hg.): Verlässliche IT-Systeme (VIS'95), S. 193-206 1995
- Thorben, W., H.-J. Appelrath, J. Rettig, S. Sauer (1994): Berücksichtigung von Datenschutzaspekten in einem bevölkerungsbezogenen Krebsregister in: Kunath, H., U. Lochmann, R. Straube, K. Jöckel, C. O. Köhler (Hg.) Medizinische Informatik, Biometrie und Epidemiologie (GMDS'94) S. 88-90, München 1994
- Tiemann, Friedrich (1976): Das Verhältnis von Methode und Inhalt am Beispiel einer Partizipationsstudie, Berlin 1976
- Tiemann, Friedrich (1987): Analyse und Intention. Zur Bewältigung des Pilatus-Syndroms in der Sozialforschung. Opladen, 1987
- Tiemann, Friedrich (1990): Fernsehen und Freizeitgestaltung. Einschränkung oder Bereicherung durch Kabelfernsehen. Berlin 1990
- Tonnemacher, Jan (1998): Mitarbeiterkommunikation. In: Merten/Zimmermann (Hg.) 1998, 99- 105
- Tonnemacher, Jan; Neuberger, Christoph (1998): Audimobil – Fortschritt durch Information. Eine Untersuchung zu Inhalt, Nutzung und Beurteilung der Mitarbeiterzeitschrift der Audi AG. In: Merten/Zimmermann (Hg.) 1998, S. 336–345
- Toscani, Oliviero (1996): Die Werbung ist ein lächelndes Aas, 2. Auflage Mannheim 1996
- Tschichold, Jan (1988): Erfreuliche Drucksachen durch gute Typographie – eine Fibel für jedermann. Augsburg 1988
- Uhr, Wolfgang (1999): Externe Daten in Management-Support-Systemen. In: Wirtschaftsinformatik, 5/1999, S. 403
- Urban, Dieter (1995): Kauf mich! Visuelle Rhetorik in der Werbung. Stuttgart 1995
- Varela, F. J. (1993): Kognitionswissenschaft – Kognitionstechnik. 3. Aufl. Frankfurt am Main 1993
- Varela, F. J.; Thompson, E.; Rosch, E. (1991): The Embodied Mind. Cognitive Science and Human Experience. Cambridge 1991
- Vattimo, Gianni (1992): Die transparente Gesellschaft. 1992
- Vogel, Andreas (2000): Leichtes Wachstum der Großverlage. Daten zum Markt und zur Konzentration der Publikumspresse in Deutschland im 1. Quartal 2000. In: Media Perspektiven, 10/2000, S. 464–478
- Vorwerk & Co. (1997): Geschäftsbericht 1996, Wuppertal 1997
- Vorwerk & Co. (1998): Geschäftsbericht 1997, Wuppertal 1998
- Vorwerk & Co. (1999): Geschäftsbericht 1998, Wuppertal 1999
- Vorwerk & Co. (2000): Auszeichnungen für den Vorwerk Konzern-Geschäftsbericht seit 1980, Wuppertal 2000, internes Papier, zur Verfügung gestellt
- Wall, F. (1998): IV-Controlling. In: WISU, Heft 12 1998, S. 1452-1462
- Wasserman, S., Galaskiewicz, J. (Hg.) (1994) : Advances in Social Network Analysis, Thousand Oaks 1994
- Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (1969): Menschliche Kommunikation. Stuttgart, Wien 1969
- Wawra, Steffen (1991): Die Informationsgesellschaft: eine Utopie im Spiegel postmoderner Theorie? Das Beispiel Amerika. In: Killenberg et al. (Hg.) 1991, S. 247–255
- Weber-Bemnet, Eduard (1999): Global Corporate Communications im Internet. In: Public Relations Forum 1/1999, S. 26–29
- Weihofen, Rainer (1996): Elektronische Medien im Hoechst Konzern. In: Public Relations Forum 1/1996, S. 8–9
- Weischenberg, Siegfried (1990): Nachrichtenschreiben. Ein Programm zum Studium und Selbststudium, 2. Aufl. Opladen 1990
- Weischenberg, Siegfried (1998): Pull, Push und Medien-Pfusch. Computerisierung – kommunikationswissenschaftlich revisited. In: Neverla, Irene (Hg.) 1998, S. 37–61
- Weischenberg, Siegfried (1999): "Wertewandel" 1999. In: Journalist, Sonderausgabe Dezember 1999, S. 18–23

- Weischenberg, Siegfried (2000): Fußballspieler, Parasiten und Trittbrettfahrer. Aktuelle Bemerkungen zum Verhältnis von PR und Journalismus. In: Public Relations Forum 3/2000, S. 121–122
- Weischenberg, Siegfried; Schmidt, Siegfried J. (1994): Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen. In: Merten/Schmidt/ Weischenberg 1994, S. 212–236
- Weißenberg, Peter (2000): Tabula rasa. In: Werben und verkaufen, 6/2000, S. 9
- Weißenberg, Peter (2000a): Ein Sieg macht keine Marke. in. Werben und verkaufen, 6/2000, S. 126f.
- Weitzenbürger, Gudrun (1999): Konflikte am Arbeitsplatz als Stoff für Theaterstücke im Unternehmen. Künstler greifen Probleme dramaturgisch auf – Nachbereitung fehlt. In: Berliner Zeitung vom 30.04.1999, S. 41
- Weizenbaum, J. (1977): Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft. Frankfurt am Main 1977
- Wenzel, Sarah (2000): Zielgruppenorientierte Online-Kommunikation. Die ProfNet-Studie "Journalisten 2000". In: PR-Guide 7/2000. Internet: <http://www.pr-guide.de/onlineb/p200703.htm>
- Wever, Ulrich A.; Besig, Hans-Michael (1995): Unternehmenskommunikation als Lernprozeß, Frankfurt New York 1995
- Wiedmann, Klaus Peter (1992): PR. Wandel – Wege – Wagnisse (Arbeitspapier Nr.96 des Instituts für Marketing der Universität Mannheim), Mannheim 1992
- Wilke, Jürgen (Hg.) (1999): Mediengeschichte, Bonn 1999
Ausgabe der Bundeszentrale für Polit. Bildung
- Winterstein, H. (1998): Mitarbeiterinformation. Informationsmaßnahmen und erlebte Transparenz in Organisationen. München 1998
- Withington, Frederic G. (1981): in: Harvard Business Manager 3. Quartal 1981, S.18
- Wöbbeking, Frank (2000): Kein Chaos – kein Bericht. In: Journalist 7/2000, S. 16-18
- Wöhe, G. (1990): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 17. überarbeitete und erweiterte Auflage, München 1990
- Woodcock, Chris (1998): Crisis Communication. In: Merten/Zimmermann (Hg.) 1998, S. 150–163
- Wruck, Eckart (2000): Business TV. Verschlafen wir den Aufbruch zu neuen Kommunikationswegen? In: Public Relations Forum 1/2000, S. 22–24
- Wurman, Richard Saul (1996): Information Architects 1996
- Wuttke, Roland (2000): Agitatorischer Journalismus. Die "Süddeutsche Zeitung" und die Wehrmachtsausstellung. Eine dokumentarische Analyse. In: Friedenskomitee unter: http://www.konservativ.de/db/db_ap197.htm, abgerufen: 25.02.00 und 20.10.00
- Zeki, Semir M. (1994): Das geistige Abbild der Welt. In: Gehirn und Bewußtsein (1994) S. 32–41 (Original in: Spektrum der Wissenschaft November 1992)
- Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (Hg.) (2000): Werbung in Deutschland 2000, Bonn 2000
- Zerfaß, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit, Opladen 1996
- Zimmermann, Harald H.; Luckhardt, Heinz-Dirk, Schulz, Angelika (Hg.) (1992): Mensch und Maschine – Informationelle Schnittstellen der Kommunikation, Konstanz 1992
- Zimmermann, Harald H., Schramm, Volker (Hg.) (1998): Knowledge Management und Kommunikationssysteme. Workflow Management, Multimedia, Knowledge Transfer. Konstanz 1998
- Zürn, Matthias (2000): Print- und Onlinezeitungen im Vergleich. Drei Fallstudien. In: Media Perspektiven 7/2000, S. 319–325